



Según la encuesta “El Libro digital en España: impacto de la digitalización en el catálogo, canales de distribución y de venta y política comercial”

UNA DE CADA CUATRO EDITORIALES ESPAÑOLAS ESPERA COMERCIALIZAR EN VERSIÓN DIGITAL MÁS DE LA MITAD DE SU CATÁLOGO EN 2012

- *El 75% de las editoriales está realizando acciones de digitalización, de comercialización de obras digitales o de creación de obra exclusivamente digital.*
- *En 2012, un tercio de las editoriales comercializará más de la mitad de las novedades en formato digital. El impacto de la obra creada exclusivamente en digital aún es limitado, pero cerca de la mitad de las editoriales enriquecerá sus obras con recursos multimedia.*
- *El sector del Cómic es el que más rápidamente está transformándose hacia lo digital. En este año y el siguiente, las materias en que se dispondrá de más obras del fondo en versión digital serán Derecho y ciencias económicas, Divulgación, Libro científico-técnico y Literatura.*
- *A lo largo del 2011, los eReaders superarán a los ordenadores como entornos elegidos por las editoriales para sus libros digitales, aunque ambos tendrán una fuerte presencia en el mercado. La mitad de las editoriales comercializará libros digitales para tabletas y teléfonos móviles en 2012.*
- *La mitad de las editoriales espera comercializar sus obras digitales a través de las librerías.*
- *La tendencia es que el precio de la obra digital sea inferior al de la obra impresa, al menos un 30% más barato.*

Una de cada cuatro editoriales españolas espera comercializar en versión digital más de la mitad de su catálogo en 2012. Ésta es una de las principales conclusiones que se desprenden de la **2ª encuesta sobre el Libro Digital en España: Impacto de la digitalización en el catálogo, canales de distribución y de venta y política comercial**, realizada por la Federación de Gremios de Editores de España (FGE) en colaboración con la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Este dato refleja un cambio de tendencia respecto a la situación existente al finalizar 2010, cuando la oferta de obras digitales aún



seguía siendo muy limitada, ya que la mitad de las editoriales comercializaba menos de un 5% de su catálogo en versión digital.

Según este estudio, el 75% de las editoriales dispone ya de un proyecto digital y está realizando o espera realizar en los próximos años acciones de digitalización o transformación de formatos, comercialización de obras digitales o creación de obra exclusivamente digital. A diferencia de lo reflejado en la primera encuesta publicada el año pasado, el 95% de las editoriales participantes en la encuesta afirman tener planes definidos en asuntos como los formatos, los entornos de lectura, los canales de distribución y venta o las políticas comerciales. Cabe destacar que es el sector del Cómic el que más ampliamente se está introduciendo en el mundo digital –el 94% de las editoriales tiene proyecto digital en curso-, frente a otros como el de Literatura infantil y juvenil o el de Ciencias sociales y humanas, en los que una de cada cinco editoriales dicen no tener prevista ninguna iniciativa. Las materias en las que se dispondrá de más obras en versión digital en los dos próximos años serán: Derecho y ciencias económicas, Divulgación, Libro científico-técnico y Literatura.

El Estudio destaca que la oferta de novedad en formato digital ha sido muy limitada en los años 2009 y 2010. Sin embargo, se espera que en 2011 el impacto de lo digital en la novedad crezca más deprisa que en el resto del catálogo. En el próximo año, un tercio de las editoriales comercializará en versión digital más de la mitad de sus novedades. Cabe señalar, asimismo, que las editoriales más activas en la comercialización de novedades en versión digital serán, por orden, las especializadas en Divulgación general, Derecho y ciencias económicas, Ciencias humanas y sociales, Libro científico-técnico y universitario, Cómics y Literatura.

En lo que respecta a la edición de obras exclusivamente en formato digital, la mayoría de las editoriales, independientemente de su tamaño o de su especialización, se proponen crear este tipo de producto, aunque su impacto en el catálogo es limitado. En 2012, la creación de este tipo de obras representará, como máximo, el 8% del catálogo, si bien se duplicará con respecto a los años anteriores. Hay que señalar que aproximadamente la mitad de las editoriales enriquecerán sus obras con recursos digitales.

Si bien la comercialización de obra fragmentada (por ejemplo, por capítulos) no ha tenido una presencia en el mercado del libro digital hasta ahora, la mitad de las editoriales esperan comercializar obra fragmentada ya durante 2011.

Formatos de digitalización y soportes de lectura

En cuanto al formato de digitalización, el *ePUB* es el que mayor crecimiento está experimentando. El 40% de las editoriales lo emplearon en 2010, frente al 24% de 2009. Si bien se espera que este porcentaje crezca hasta alcanzar el 70% durante 2011, compartiendo protagonismo con el *PDF*, que comienza, a partir de 2012 a decrecer. El formato *Mobipocket* – tanto genérico como el específico para *Kindle*- duplica su



presencia en relación al año anterior pero sólo lo utilizará el 15% de las editoriales en 2012.

Los formatos para *pizarra digital* también duplicarán su presencia, pero se circunscribirán principalmente a las editoriales de Libro de texto no universitario, Enciclopedias y diccionarios, Literatura infantil y juvenil y Religión.

En cuanto a los dispositivos, los *e-readers* y los ordenadores son los entornos de lectura mayoritariamente preferidos por las editoriales para comercializar obra digital, cerca del 80% de las editoriales se inclina por ambos. A lo largo de 2011, los *e-readers* superarán a los ordenadores, especialmente en las materias de Literatura, Literatura infantil y juvenil, Ciencias sociales y humanas, Religión, Libros prácticos y Divulgación general.

Otro dato de interés que refleja el Estudio es que para el presente año se espera un incremento de las obras para tabletas y teléfonos móviles. Cerca de la mitad de las editoriales comercializará productos para estos entornos, más para tabletas que para móviles. Hay que señalar que la creación de contenidos para tabletas tiene más presencia en materias como Cómics, Divulgación general, Libros prácticos, Ciencias sociales y humanas, y Literatura. En estas áreas, más del 60% de las editoriales producirá obras para este soporte en 2011.

En cuanto a los teléfonos móviles, las editoriales que más marcadamente optan por este soporte son las de Cómics (63% de las editoriales), aunque también editoriales especializadas en Diccionarios y enciclopedias, Libros prácticos, Religión, Literatura y Literatura infantil y juvenil. A lo largo de 2011, en todas estas áreas, más de la mitad de las editoriales espera comercializar obras para teléfonos móviles.

La distribución y venta del libro digital

Respecto a los canales de distribución, dos son los preferidos por las editoriales para comercializar obra digital: las plataformas comerciales genéricas y la venta directa desde la web de la editorial. No obstante, la mitad de las editoriales espera comercializar obra digital por medio de las librerías.

En cuanto a los canales de distribución, cerca de un tercio de las editoriales usará plataformas conjuntas con otras editoriales y muy pocas se plantean emplear una plataforma propia. Un aspecto reflejado en el Estudio es que hay diferencias entre los modelos preferidos en función del tamaño. Así, los grandes grupos editoriales optan, sobre todo, por la distribución de contenidos por medio de plataformas conjuntas con otras editoriales (60%) y por la comercialización en las librerías (60%). Comienzan, asimismo, a considerar la venta directa desde la web de la editorial, opción que parecía descartada en 2009. Las editoriales de gran tamaño, también optan por la venta mediante plataformas comerciales genéricas (100%), por medio de librerías (75%) y en la propia web (50%). En cuanto a la distribución de contenidos se equipara el uso de plataformas conjuntas con otras editoriales (25%) y el de plataformas creadas por la propia editorial (25%).



Las editoriales de tamaño medio optan preferentemente por la venta desde su propia web, por la venta a través plataformas comerciales genéricas y por las librerías

En las editoriales de menor tamaño, las opciones mayoritarias vuelven a ser la venta mediante las plataformas comerciales genéricas, la propia web y la venta a través de librerías. Las plataformas conjuntas con otras editoriales tienen un peso relevante entre este grupo de editoriales.

Políticas comerciales

Según se desprende del estudio, en 2011 y 2012, la tendencia que se observa es que el precio de la obra digital sea inferior al de la impresa, al menos un 30% más barato. Una de cada cuatro editoriales consultadas considera que la reducción podría alcanzar el 50%. Esta tendencia es más significativa en las editoriales de Literatura, de Literatura infantil y juvenil y de Ciencias humanas y sociales.

En el informe sobre el *“Libro digital en España: impacto de la digitalización en el catálogo, canales de distribución y de venta y política comercial”*, han participado casi trescientas editoriales (280) entre las que figuran los grandes grupos, editoriales de narrativa y ensayo de tamaño mediano y pequeño, editoriales de libro jurídico, libro científico-técnico y libro religioso, editoriales de libro de texto, así como editoriales especializadas en literatura infantil y juvenil, cómic, libros prácticos y divulgación general.

Este estudio, elaborado por Neturity, en colaboración con Conecta RC, se enmarca dentro de las iniciativas de la FGEE para proporcionar datos de interés sobre el sector como mercado interior y exterior del libro, hábitos de lectura y compra de libros y, ahora, libro digital. Su objetivo es dar a conocer las acciones que las editoriales están poniendo en marcha en relación con el mundo digital, con la perspectiva de los datos registrados al cierre de 2010 y la evolución en los dos próximos años (2011 y 2012).

En España, la industria editorial mueve anualmente cerca de 4.000 millones de euros, un 0,7% del PIB y da empleo, directo e indirecto, a más de 30.000 personas. Las 889 empresas editoriales agrupadas en la FGEE representan cerca del 95% del sector y a lo largo de 2009 editaron más de 330 millones de libros y 76.000 títulos con una tirada media por título de 4.328 ejemplares.