

Encuesta sobre la evolución de los nuevos modelos de negocio en el sector editorial

Una encuesta elaborada por **dosdoce.com** para **CEDRO**



conlicencia.com

La solución para fotocopiar y digitalizar libros, revistas y periódicos



Conclusiones más relevantes

LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES DE ESTA ENCUESTA SON:

- El 70% de los profesionales del mundo del libro está interesado en las oportunidades que plantean los nuevos modelos de negocio.
- Más del 80% de los encuestados considera que el futuro del sector editorial será una fusión entre los nuevos modelos digitales y los tradicionales.
- Un 26% de las personas consultadas afirma que hasta el momento no ha utilizado ningún modelo de negocio digital, pero tan solo un 5% se declara “anti-digital”.
- Los profesionales del mundo del libro español muestran un gran interés por la puesta en práctica de los nuevos modelos digitales. De hecho, los están aplicando desde hace tiempo en mayor o menor medida. Las previsiones indican que en los próximos años este nivel de utilización experimentará un crecimiento constante y sostenido.
- Las iniciativas de uso llevadas a cabo en el pasado reciente han servido al sector para acercarse a estos modelos y sentar las bases de su evolución futura. Los profesionales del mundo del libro están preparados para cuando el mercado digital se desarrolle plenamente.
- Los modelos de negocio más testados y utilizados se consolidan y los emergentes aumentan su peso, a medida que sus beneficios derivados se ven más claramente (ver gráfico página 9).

Introducción

En esta III edición del estudio de nuevos modelos de negocio en la era digital, hemos querido hacer una recapitulación de su evolución en los últimos tres años. Al mismo tiempo, hemos elaborado una encuesta para identificar cómo estos modelos están siendo utilizados en el sector editorial, los resultados que se están obteniendo y sus previsiones de aplicación para los próximos años.

El objetivo era, no sólo exponer de forma agregada el desarrollo empresarial de cada uno de los modelos de negocio de la era digital, sino también ver cuál es la opinión que el sector editorial español tiene sobre ellos y su grado de uso.

Para ello, se elaboró una encuesta que se hizo llegar a diversos profesionales del mundo del libro. Dicho cuestionario se envió directamente a la base de datos de editores y autores de CEDRO y a otros profesionales del sector y se viralizó durante varios días en redes sociales.

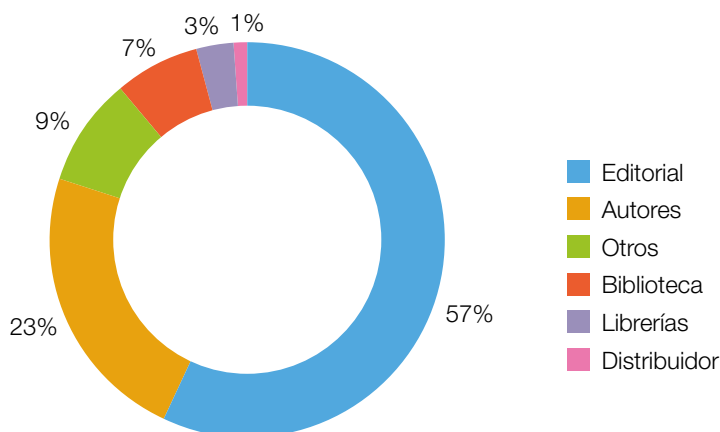
En la encuesta, tras identificar el tipo de profesional del mundo del libro que era cada uno de los participantes, se consultaba sobre el grado de desarrollo y aplicación de los modelos de negocio de la era digital en su actividad concreta. Seguidamente se analizaba cómo veían los encuestados el futuro de los nuevos modelos de negocio. Posteriormente, se solicitaba una previsión sobre los modelos a aplicar en los próximos dos años y una valoración de los objetivos a cubrir. Por último, se preguntaba por aquellos modelos que se habían implementado en los últimos tres años y se pedía una evaluación del retorno de dicha inversión.

La encuesta estuvo abierta durante un periodo de diez días. El grado de respuesta de los profesionales del mundo del libro nacional fue muy elevado, lo que demuestra que existe un gran interés en este sector por el seguimiento y la aplicación de estas alternativas de negocio. En total, se recibieron cerca de 450 respuestas.

Los datos obtenidos confirman las tendencias observadas en el ámbito editorial y muestran la interesante y constante evolución de este sector, que ha dado pasos en firme hacia su digitalización y está dispuesto a profundizar en este tipo de estrategias.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

El 57% de los profesionales que completaron esta encuesta trabaja en el entorno editorial, el 23% son autores, el 7% desarrolla su actividad en el área de las bibliotecas, el 3% en librerías y el 1% son distribuidores. Por último, un 9% ejerce su labor en otro tipo de actividades relacionadas con el mundo del libro.



Resultados de la encuesta

GRADO DE APLICACIÓN DE LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

La mayor parte de las personas participantes en la encuesta, concretamente un 52%, afirma tener interés en este tipo de modelos de negocio y estarlos implementando en la medida de sus posibilidades.

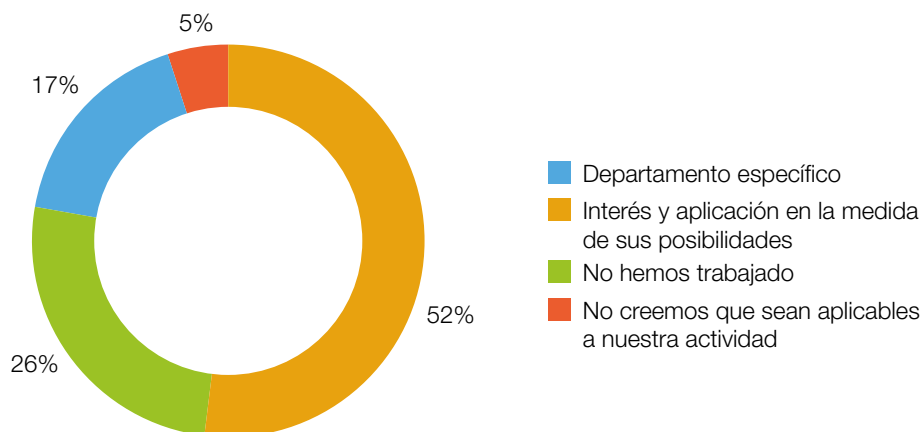
Adicionalmente, un 17% de los encuestados ha destacado que, en su lugar de trabajo, hay un departamento específico encargado del desarrollo y aplicación de estas alternativas de negocio.

Si analizamos estos datos desde un punto de vista agregado, llegamos a la conclusión de que casi **el 70% de los profesionales del mundo del libro está interesado en las oportunidades que plantean estos nuevos modelos de negocio y los está poniendo en práctica en mayor o menor medida.**

Mientras tanto, un 26% afirma que hasta el momento no ha trabajado en este ámbito.

Después de unos años de exploración de estos modelos, tan sólo hay un 5% de profesionales del sector que considera que este tipo de modelos de negocio digitales no son aplicables a su actividad.

A modo de conclusión, podríamos afirmar, a la vista de estos datos, que el sector editorial ha avanzado mucho en su acercamiento y grado de aplicación de los nuevos modelos de negocio digitales: cerca del 70% los considera una buena opción y los está poniendo en práctica de una forma u otra y, además, el grupo de los “no creyentes” se reduce únicamente al 5%.

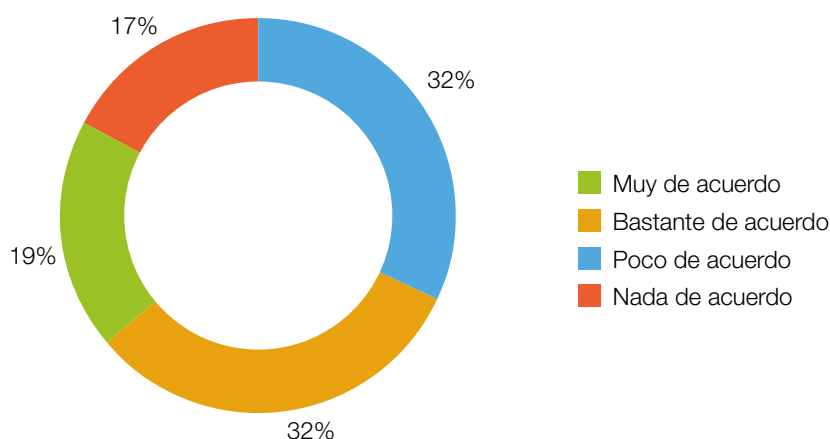


OPINIONES SOBRE LA EVOLUCIÓN FUTURA DE LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

Hemos planteado a los profesionales del libro una serie de afirmaciones respecto al futuro de los nuevos modelos de negocio y les hemos pedido que señalaran su grado de acuerdo con ellas.

Respecto a **si estas alternativas empresariales son el futuro del libro** hay división de opiniones. No obstante, hay una ligera mayoría de encuestados, un 51%, que se decanta por el sí.

Los nuevos modelos de negocio digitales son el futuro del mundo del libro

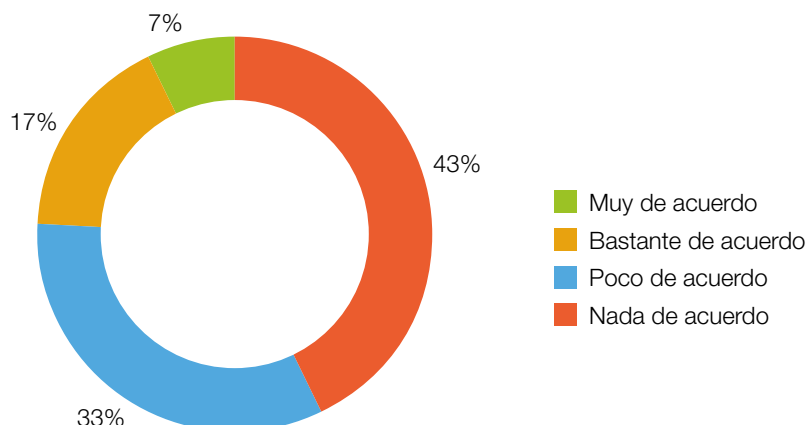


Es interesante comprobar que la mayor parte de los profesionales que respondieron a esta encuesta no cree que sea mejor esperar y ver si estos modelos de negocio se consolidan antes de probarlos en sus actividades. De hecho, un 76% parece mostrarse partidario de avanzar en su aplicación, sin aguardar a que estén plenamente afianzados.

Los datos ya comentados sobre el grado de aplicación de estos modelos concuerdan con esta afirmación, así como el interés mayoritario declarado por los encuestados.

Teniendo en cuenta todas estas conclusiones, podríamos deducir que **el sector editorial español se decanta mayoritariamente por avanzar en la aplicación de estos modelos.**

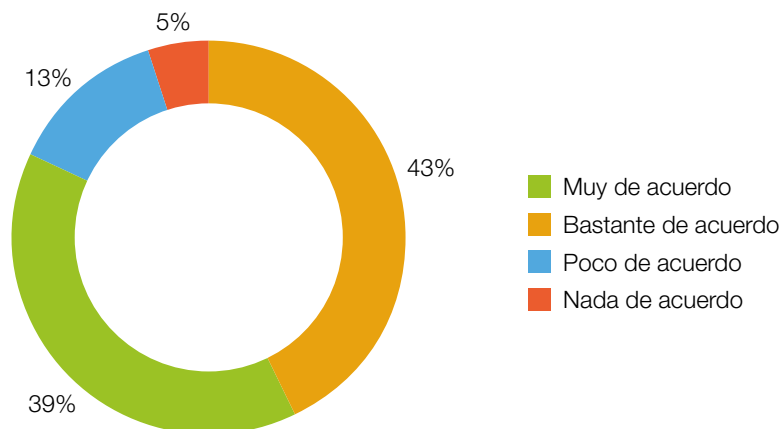
Es mejor esperar y ver si se consolidan antes de probarlos



Más del 80% de los encuestados considera que **el futuro del sector será una fusión de los modelos tradicionales con los digitales**. Por el contrario, apenas, el 18% se muestra en desacuerdo con esta afirmación.

Los profesionales del mundo del libro tienen bastante claro que la evolución de la economía combinará las fórmulas digitales con las tradicionales y, de hecho, la mayoría están dando pasos coherentes con estas previsiones.

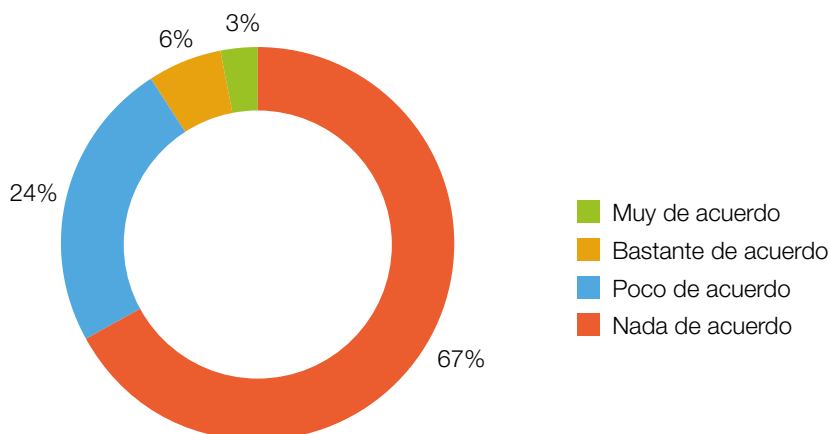
La economía del futuro será una fusión entre los nuevos modelos de negocio digitales y los tradicionales



Por otra parte, encontramos bastante unanimidad en el sector editorial español en cuanto al hecho de que **los nuevos modelos de negocio han venido para quedarse**.

El 91% de quienes han participado en esta encuesta no cree que sean una moda pasajera. Y apenas un 9% estima que hay algo de boom en ellos.

Estos modelos de negocio son una moda pasajera



MODELOS DE NEGOCIO QUE EL SECTOR EDITORIAL PREVE UTILIZAR EN LOS PRÓXIMOS AÑOS

Los modelos de negocio por los que los profesionales del mundo del libro español apostarán más en los próximos dos años son, por un lado, **la venta directa a través de la propia web**, elegida por el 21% de los encuestados; **la venta unitaria de ebooks a través de tiendas** (Amazon, Apple, Casa del Libro, etc.), con un 17%; así como la publicación de contenidos en abierto, la venta a través de plataformas de distribución digital (Bookwire, Librandia, etc.), la venta de licencias a bibliotecas y la autoedición, con porcentajes entre el 12% y el 11%.

Con cifras inferiores al 10% quedan, por este orden, la venta de contenidos fragmentados (por capítulos, relatos, fragmentos, etc.), la venta a través de modelos de suscripción (24 Symbols, Nubico, Bookmate, etc.), la venta de contenidos por paquetes, la venta de contenidos bajo modelos freemium / premium, la venta mediante campañas de crowdfunding, la venta por pago social y la realizada incluyendo mecánicas de gamificación.

Según estas previsiones, el crowdfunding, el pago social y la gamificación seguirán teniendo una presencia escasa en el futuro cercano: apenas entre el 3% y el 2% de los encuestados afirma que los aplicarán en los próximos dos años. Hablamos de iniciativas que se están empleando de forma más decidida en otras actividades económicas, pero que aún no han calado con rotundidad en el mundo editorial, porque suponen una fuerte evolución respecto a las dinámicas de marketing habituales de este sector.

Modelos de negocio que se prevé utilizar en los próximos dos años

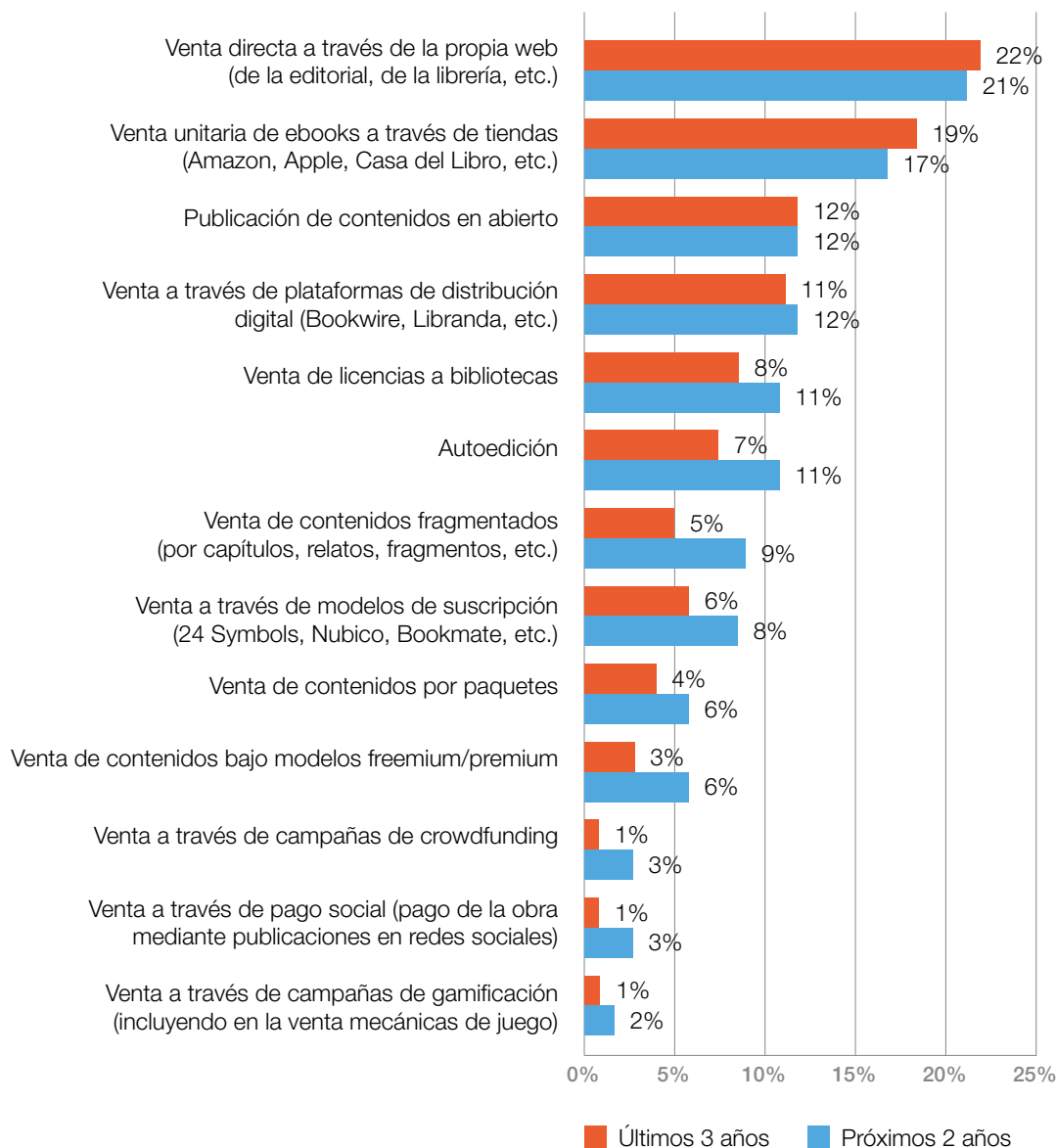


Si comparamos estas previsiones para los próximos dos años con los niveles de aplicación de estos modelos en los últimos tres ejercicios (ver gráfico página 9) podemos extraer varias conclusiones:

- Se mantiene prácticamente igual el orden de preferencias entre los modelos más usados en el pasado y los que más se prevé utilizar en el futuro. Los cinco más mencionados coinciden: venta de contenidos a través de la propia web, venta a través de tiendas como Amazon, etc., publicación de contenidos en abierto, venta a través de plataformas de distribución digital y venta de licencias a bibliotecas.
- Se observa que los tres modelos más relevantes reducirán o mantendrán su peso sobre el total, mientras el resto aumentará su grado de aplicación en mayor o menor medida. Esto quiere decir que, consolidando una apuesta consistente con las alternativas utilizadas recientemente, los profesionales del mundo del libro parecen dispuestos a abrirse a ir incorporando opciones emergentes.
- La autoedición y la venta de contenidos fragmentados son los modelos que más mejoran sus previsiones respecto a su aplicación en el pasado. Ambos suben cuatro puntos porcentuales.
 - En los próximos tres años se prevé que el alcance de la autoedición llegue al 11%. Estamos ante un modelo de negocio que muestra un gran dinamismo y al que las previsiones otorgan un recorrido muy prometedor.
 - Por su parte, el único modelo que, según los profesionales del mundo del libro español, subirá peldaños en la clasificación de los más utilizados es la venta de contenidos fragmentados. Hablamos de una opción que

hasta ahora había tenido una evolución lenta en el sector, pero que claramente gana terreno. Y, de hecho, adelanta en previsión de uso a la venta mediante modelos de suscripción.

- Otros dos modelos en cuyas expectativas de uso para los próximos años se registra un crecimiento importante son la venta de licencias a bibliotecas y la venta de contenidos bajo modelos freemium / premium. Los dos aumentan tres puntos porcentuales respecto a la aplicación de los últimos tres ejercicios.
 - La venta de licencias a bibliotecas se mantendrá entre los modelos más utilizados, superando también el 11% de participación en las previsiones.
- Por lo que respecta al modelo de suscripción se observa que no ha tenido hasta el momento la evolución que se esperaba en el sector editorial de nuestro país. No obstante, para los próximos años se vaticina un crecimiento de dos puntos que situaría su peso en el 8% del total.
- Como hemos comentado, los modelos de crowdfunding, pago social y gamificación seguirán siendo los menos utilizados, pero en todos ellos se prevén crecimientos de entre uno y medio y dos puntos porcentuales.



OBJETIVOS A CUBRIR EN LOS PRÓXIMOS DOS AÑOS

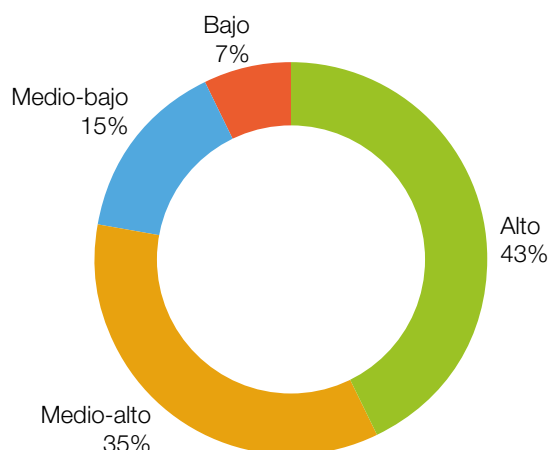
Hemos preguntado a los profesionales del mundo del libro por los objetivos que se plantean cumplir en los próximos dos años con la aplicación de estos modelos de negocio.

Los encuestados destacan como principales fines **aumentar la visibilidad de marca de su entidad**, marcado como objetivo alto o medio-alto por el 78% del total, y **garantizar la viabilidad de la compañía en el futuro digital**, que aparece señalado como muy o bastante relevante por un 69%. Algo por detrás quedan incrementar las ventas con un 65% y reducir costes con el 48%.

Resulta sorprendente que el objetivo de reducción de costes figure como el menos relevante para el sector, teniendo en cuenta que en mercados con menores márgenes la sostenibilidad viene en gran medida determinada por el abaratamiento de costes y que la tecnología es un potente aliado a la hora de conseguir esa reducción. No obstante, es muy positivo que el mundo editorial priorice objetivos con recorrido más estratégico y a medio plazo (como la imagen corporativa o la viabilidad digital de la compañía) por encima de los más obvios y ceñidos al día a día.

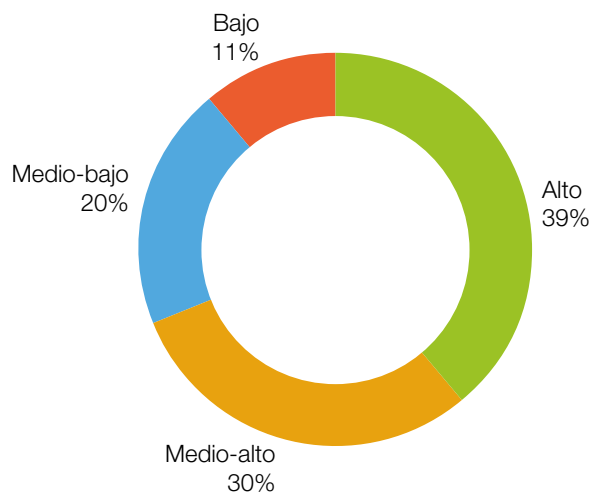
Analizando de forma individualizada cada uno de estos fines vemos que los profesionales del mundo del libro consideran que el **incremento de la visibilidad de marca** es el objetivo prioritario de la aplicación de estos modelos de negocio. Lo valora como alto el 43% de los encuestados. Ese porcentaje se eleva hasta el 78% si sumamos a los que lo califican como un objetivo de relevancia medio-alta.

Objetivos a cumplir en los próximos dos años: aumentar visibilidad de marca



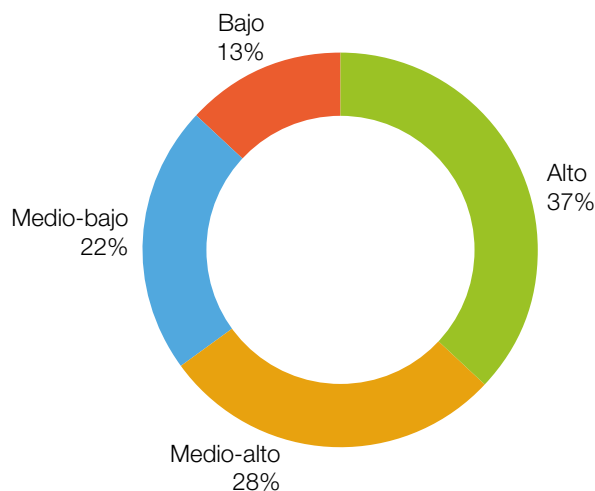
Por su parte, casi el 40% de los profesionales del mundo del libro participantes en la encuesta también ve como objetivo muy relevante de aplicación de estas alternativas de negocio **garantizar la viabilidad empresarial en el futuro digital**. Esta cifra asciende a casi el 70% si incluimos a quienes ven una importancia media-alta en él.

Objetivos a cumplir en los próximos dos años: garantizar viabilidad en el futuro digital



Mientras tanto, podemos resaltar que el 37% de los participantes en la encuesta considera el **incremento de ventas** un objetivo de influencia alta, cifra que asciende hasta el 65% si sumamos a los que le otorgan relevancia media. Por su parte, un 13% lo ve como no primordial.

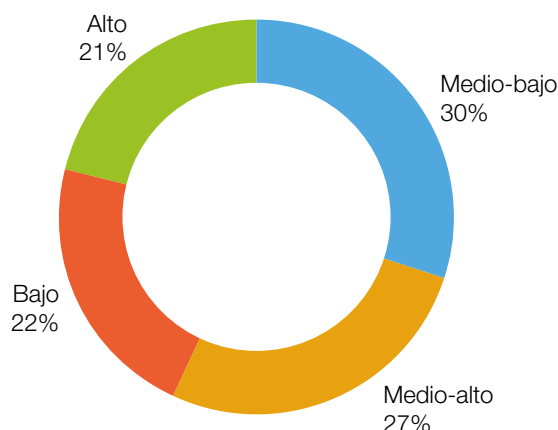
Objetivos a cumplir en los próximos dos años: incrementar ventas



Finalmente, la **reducción de costes** es el objetivo menos significativo para los profesionales del mundo del libro dentro de los cuatro planteados.

Las opiniones están bastante repartidas, aunque el 30% lo sitúa en una importancia media-baja. Entre estos y los que le dan relevancia baja se supera el 50%.

Objetivos a cumplir en los próximos dos años: reducir costes



VALORACIÓN DEL RETORNO DE LA INVERSIÓN DE LOS MODELOS APLICADOS

Analizando el retorno de la inversión de cada uno de los modelos de negocio aplicados en los últimos tres años, podríamos decir en términos generales que más de un 75% de los participantes en la encuesta señaló que los resultados obtenidos fueron residuales, un 50%, o inferiores a lo esperado, un 26%. El 17% evaluó lo obtenido dentro de lo esperado y un 7% declaró que se habían superado sus expectativas.

Si nos centramos en cada modelo concreto, destacaríamos que **las ventas en la propia web** arrojaron unos resultados inferiores a lo esperado en el 42% de los casos, cubrieron expectativas para el 28% y tuvieron resultados residuales para el 23%. Sólo el 8% de los consultados estimó que este modelo superó sus previsiones.

En cuanto a las **ventas de ebooks en tiendas como Amazon, Apple, Casa del Libro, etc.**, igualmente hubo una estimación mayoritaria de resultados por debajo de lo esperado, con un porcentaje del 46%. Un 30% consideró los ingresos de este modelo residuales y un 18% señaló que estaban dentro de lo esperado. Únicamente, el 5% valoró sus resultados en estas tiendas como mejores de lo previsto.

La **publicación de contenidos en abierto** fue residual para el 35% de los consultados, igualó expectativas en el 31% de los casos, quedó por debajo de ellas en el 18% y las superó en el 16%.

Quienes decidieron hacer **ventas a través de plataformas de distribución digital (Bookwire, Librandia, etc.)** también señalaron que sus resultados fueron mayoritariamente residuales, 39% del total, o por debajo de lo esperado, 36%. El 8% quedó más que satisfecho y el 16% cubrió expectativas.

Los resultados de las **ventas de licencias a bibliotecas** no fueron relevantes para el 43% de los encuestados, quedaron por debajo de los objetivos para el 29%, igualaron las previsiones para el 21% y superaron las expectativas para el 7%.

Los datos de **autoedición** son bastante relevantes. Aunque no es uno de los modelos más utilizados hasta la fecha en el mundo del libro español, los resultados obtenidos parecen esperanzadores. Es cierto que el 35% de las personas que respondieron el cuestionario los calificó como residuales. Pero casi el 50% los evaluó dentro de lo esperado o por encima de lo previsto.

Conforme se analizan los datos de aquellos modelos de negocio con menor grado de aplicación, las cifras van incrementándose en los rangos de retorno de la inversión residual (con porcentajes que van del 50% al 82%) o por debajo de lo esperado.

Conclusiones

Teniendo en cuenta estos resultados, así como las previsiones, los objetivos y las opiniones aportadas por los participantes en la encuesta, llegamos a la conclusión de que los profesionales del mundo del libro han utilizado los últimos años para familiarizarse con los nuevos modelos de negocio de la era digital y han sentado las bases para un uso más intensivo y variado en los próximos ejercicios. Esto les permitirá afrontar en mejores condiciones la evolución del mercado digital.

Esperamos que este estudio y los resultados de esta encuesta les ayuden en su trabajo diario y en su exploración de estos nuevos modelos de negocio.

El futuro está por escribir y se presenta lleno de oportunidades.

Créditos

Esta encuesta ha sido elaborada y analizada por el equipo de Dosdoce.com, con el apoyo de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos).

El cuestionario se envió a la base de datos de editores y autores de CEDRO, asociación a la que queremos agradecer su apoyo y su compromiso con la difusión de la evolución de los nuevos modelos de negocio digitales.

También queremos agradecer a Adigital (Asociación Española de la Economía Digital), a FGEE (Federación de Gremios de Editores de España), a FANDE (Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones), al Gremi de Editors de Catalunya y a CEGAL (Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros) su colaboración en la difusión de la encuesta sobre la evolución de los nuevos modelos de negocio en el sector editorial.



conlicencia.com

La solución para fotocopiar y digitalizar
libros, revistas y periódicos

