INFORME
2016

Evolución del libro electrónico en América Latina y España

Bookwire

dosdoce.com

30 AMÉRICA LATINA

Contenidos

1. Resumen ejecutivo 3

1.1. Crecimiento de las ventas de los editores independientes y la autopublicación. 3

1.2. El mercado digital en América Latina y España crece a diferente ritmo. 4

1.3. Irrupción de un mercado latinoamericano digital y auge del mercado hispano en EE.UU. 4

1.4. Menor dependencia de Amazon 5

1.5. Diversificación de los modelos de negocio 6

1.6. Ebooks más competitivos 6

1.7. 1 de cada 4 ebooks vendidos en España es un libro autoeditado 7

1.8. Irrupción de los canales de bibliotecas 8

1.9. Diferente comportamiento de precios por mercados 8

1.10. El audiolibro irrumpe con fuerza 9

1.11. Más libros sin DRM 10

1.12. Creciente innovación: irrupción de nuevos actores en el sector 10

2. Tendencias macroeconómicas y digitales 12

2.1. Tendencias macroeconómicas 12

2.2. Tendencias digitales 13

2.3. Tendencias del mundo del libro digital en Latinoamérica 14

2.4. Conclusiones 15

3. Evolución del sector editorial por países 18

3.1. Argentina 18

3.2. Brasil 20

3.3. Chile 23

3.4. Colombia 25

3.5. Ecuador 28

3.6. España 29

3.7. México 34

3.8. Perú 38

Resumen de indicadores de la edición digital por países 40

4. Sobre Bookwire, Dosdoce.com y FIL Guadalajara, créditos del estudio y agradecimientos 42

Edición especial para Fil Guadalajara 2016 42

Sobre FIL Guadalajara 42

Sobre Bookwire.es 43

Sobre Dosdoce.com 43

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este informe elaborado por Dosdoce.com en colaboración con Bookwire ofrece por segundo año consecutivo una serie de tendencias, indicadores y perspectivas dentro del mercado del libro digital en América Latina y España. El objetivo es ofrecer una herramienta que ayude a editores, libreros, autores, inversionistas, medios de comunicación y público especializado a comprender la transformación que se está produciendo en estos mercados, y las oportunidades de negocio que dicha transformación ofrece a los profesionales en el sector editorial a nivel mundial.

El análisis de las ventas del año 2015 de las más de 170 editoriales independientes españolas y latinoamericanas que gestionan su distribución de libros electrónicos a través de la plataforma Bookwire.es proporciona información muy valiosa que permite, junto a otros estudios e informes, establecer las tendencias actuales de este mercado. El acopio de datos sobre circulación y comercialización digital permiten ya abordar un análisis comparado sobre los mercados digitales de España y América Latina. La capilaridad en distribución digital alcanzada permite analizar con datos cómo se está estructurando el mercado digital del libro.

En la segunda parte del informe, se analizarán los datos de forma individual en diversos países (Argentina, Brasil Colombia, Chile, Ecuador, España, México, Perú), ya que el desarrollo de la edición y la introducción de la cultura digital siguen ritmos muy desiguales. La tecnología y el libro digital ofrecen un amplio abanico de oportunidades de negocio a la industria del libro en toda Iberoamérica. El aumento en el número de libros electrónicos que se publican en estos países, la creciente importancia de la lectura digital y el progresivo papel de Internet como canal de distribución y comercialización del libro hacen pensar que el desarrollo del mercado digital será una realidad en la mayoría de los países iberoamericanos.

A continuación, vamos a describir las 12 principales tendencias digitales que han tenido lugar en los últimos meses en el mundo del libro en español:

1.1. Crecimiento de las ventas de los editores independientes y la autopublicación.

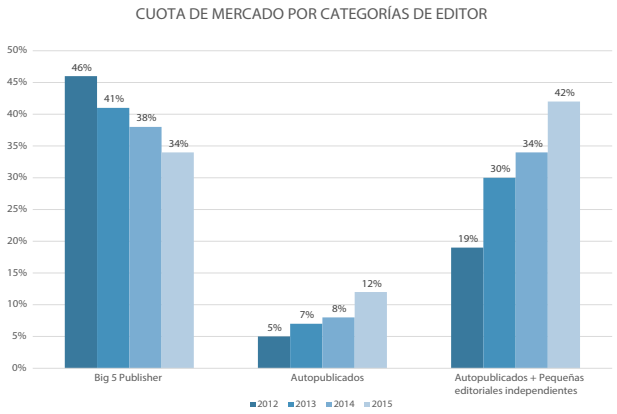
Al igual que en las librerías físicas, el comportamiento de una editorial independiente es diferente al de un gran grupo editorial, a medida que más editoriales independientes apuestan firmemente por la distribución digital de sus libros se detectan nuevamente estas singularidades.

Una primera observación a realizar se basa en la incorporación masiva de editores independientes a la producción y comercialización de libros digitales, especialmente en Latinoamérica, mostrando comportamientos muy distintos de unas editoriales a otras y, específicamente de los pequeños editores frente a las grandes editoriales.

En los mercados en español las editoriales independientes están experimentando un crecimiento entre el 20% y el 35%, mientras que los grandes grupos editoriales han declarado un cierto estancamiento en algunos mercados, o bien un crecimiento moderado en determinados modelos de negocio en comparación con otros años.

El crecimiento de las ventas de estos proyectos editoriales es sumamente significativo, muy posiblemente debido a una mejor

comprensión de las dinámicas de precios que los usuarios están aceptando en Internet. El crecimiento de estas líneas de productos editoriales llega a distorsionar los datos sobre el mercado del libro electrónico, sobre todo con aquellas editoriales independientes que no forman parte de los Gremios de Editores de sus respectivos países o aquellas operaciones de compra y venta que no usan números de ISBN dado que no conllevan una venta unitaria en tienda tales como las ventas de licencias a bibliotecas o las ventas directas de paquetes de libros electrónicos a instituciones (escuelas, corporaciones, etc.)

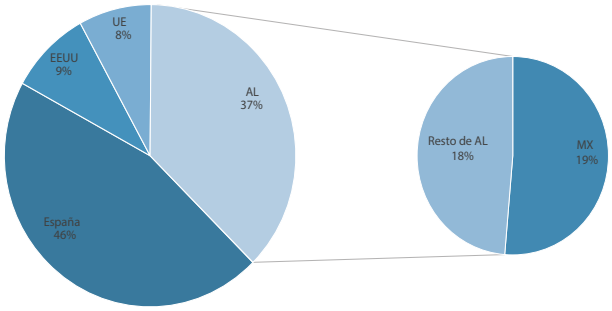


Fuente gráfico: Books and Consumers. Informe Nielsen

Según el grafico superior del último informe de Nielsen, publicado con motivo de la Feria BookExpo América, la cuota de mercado digital de las 5 grandes editoriales norteamericanas no para de empequeñecerse año tras año. En 2015 las ventas de las "Big 5" representaron el 34% del mercado digital, en comparación con una altísima cuota de mercado del 46% en 2012. Sin embargo, la cuota de mercado de las editoriales independientes no ha parado de crecer durante este mismo periodo. En 2015 las ventas de ebooks de las pequeñas editoriales independientes (con equipos de 1 a 5 personas) alcanzaron un 30% del mercado digital, cuando en 2012 apenas superaba el 15%. Paralelamente, la venta de ebooks de autores autopublicados ha pasado del 5% en 2012 a más del 12% en 2015.

1.2. El mercado digital en América Latina y España crece a diferente ritmo.

El análisis de las ventas del año 2015 destaca que, de los ebooks editados en España, un 45% es vendido en territorio español mientras que el 55% se vende fuera de España, repartido entre América Latina (37%), Estados Unidos (9%), Europa (8%) y el resto del mundo (1%).



Fuente gráfico: Bookwire

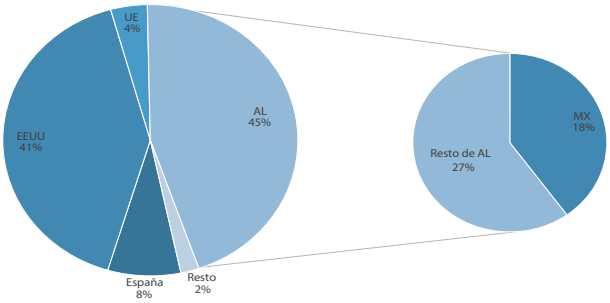
México es el mercado que lidera las ventas de contenidos digitales publicados por editoriales españolas independientes con un 19%, mientras el resto está repartido entre los demás países de la región (Argentina, Colombia, Chile, etc.).

1.3. Irrupción de un mercado latinoamericano digital y auge del mercado hispano en EE.UU.

Cada día hay más editoriales independientes latinoamericanas que apuestan firmemente por la distribución de sus libros en formato digital para llegar a lectores de todo el mundo. Todos conocemos las dificultades de circulación de los libros en papel en la región debido a las múltiples trabas y deficiencias de

la distribución analógica. Afortunadamente, los ebooks no entienden de fronteras gracias a la distribución digital. En este contexto, editoriales independientes como Rey Naranjo[1] de Colombia, Amanuta[2] de Chile, Malatetra[3] y CIDCLI[4] de México, entre muchas otras, han visto cómo sus libros digitales no solo se están vendiendo en sus países de origen sino que también están llegando a mercados inalcanzables para el formato papel.

Los datos confirman que el 45% de las ventas digitales de las editoriales independientes latinoamericanas tiene lugar en el mercado latinoamericano, mientras que un 55% de las mismas se realiza en mercados fuera de la región: el 41% en EE.UU., el 8% en España, el 4% en Europa y un 2% en el resto del mundo.



Fuente gráfico: Bookwire

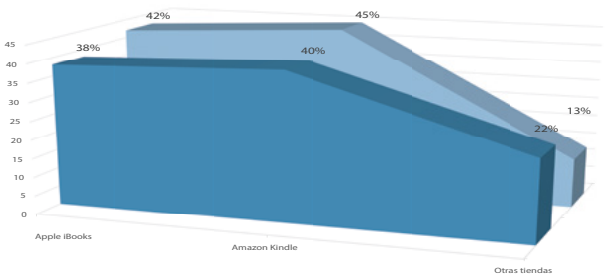
Es obvio que el crecimiento de ventas de editoriales latinoamericanas en España aún tiene un amplio recorrido, por lo que estas editoriales tienen la oportunidad de poner su catálogo digital a través de distribuidores digitales a disposición de este mercado natural, así como invertir en campañas de promoción y difusión de sus contenidos en diferentes mercados.

1 Editorial Rey Naranjo: http://www.reynaranjo.net/
2 Editorial Amanuta: http://www.amanuta.cl/
3 Editorial Malaletra: http://libros.malaletra.com/
4 Editorial CIDCLI: http://www.cidcli.com/es/

1.4. Menor dependencia de Amazon

Al igual que muestran numerosos informes internacionales, los grandes grupos editoriales generan entre un 60% y un 75% de las ventas digitales a través de Amazon, pero las editoriales independientes tienen un reparto más equilibrado de sus ventas digitales entre los principales canales internacionales (Amazon, Apple y Google). Es decir, las editoriales independientes no dependen casi exclusivamente de un canal para llegar a los lectores.

Los datos muestran que entre el 40% y el 45% de las ventas digitales de las editoriales independientes españolas y latinoamericanas tiene lugar en Amazon, mientras que entre un 38% y 42% de las mismas se realiza en Apple; el resto de las ventas digitales está muy repartido entre los restantes canales (Casa del Libro, Gandhi, Kobo, FNAC, etc.).



Fuente gráfico: Bookwire

Los motivos de la menor dependencia en Amazon obedecen a varias singularidades específicas de las editoriales independientes. Destacamos algunas de ellas:

- Amazon realiza muchas campañas promocionales alrededor de las novedades. Las editoriales independientes publican muchas menos novedades al año que los grandes grupos editoriales.

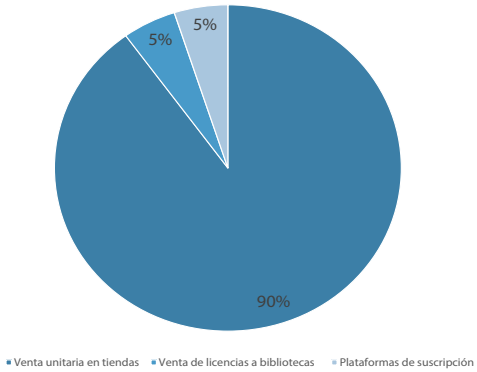
- Amazon lleva a cabo numerosas campañas con grandes descuentos en precios.

Las editoriales independientes son más reacias a hacer grandes descuentos en los precios de sus ebooks dado que sus títulos suelen tener un ciclo de vida más largo (libros de fondo) que los libros de los grandes grupos editoriales.

- Campañas de marketing más allá del descuento en precio. Canales como Apple, FNAC, Orbile y Kobo están apostando por llevar a cabo campañas promocionales alrededor de los contenidos transversales, no tanto de descuento en precios. Las editoriales independientes cuentan con un amplio fondo de títulos para formar parte de estas campañas promocionales de contenidos transversales.

1.5. Diversificación de los modelos de negocio

Pese a que la venta unitaria en tiendas online sigue dominando ampliamente la comercialización, el peso de los canales de bibliotecas y suscripción está comenzando ya a ser importante, en el caso de las bibliotecas el aumento de cuota puede ser muy elevado en un corto espacio de tiempo.

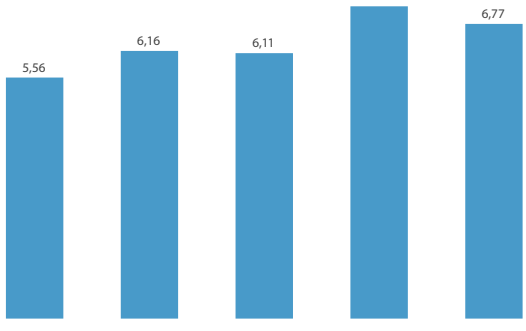


Fuente gráfico: Bookwire

Aunque la venta en tiendas tales como Amazon, Apple y Kobo entre otras, sigue siendo el canal prioritario de ventas para las editoriales independientes, la venta de licencias de ebooks a bibliotecas supera, en menos de un año, un 5% del total de las ventas digitales. En el mismo periodo (2015), hemos visto como los ingresos derivados de las plataformas de subscripción, especialmente en Estados Unidos y Alemania, empiezan a ser relevantes para las editoriales independientes. Las suscripciones no están despegando en los mercados español. 24symbols y Nubico son los dos de las principales plataformas de este mercado. Este lento crecimiento no ha impedido que el Grupo Santillana haya lanzado recientemente su propia plataforma de comunidad de lectores y servicio de suscripción Loqueleo.com, ni que grupo de editores independientes hayan creado Metaforic.es, una plataforma de suscripción dirigida a niños y jóvenes.

1.6. Ebooks más competitivos

A diferencia de los grandes grupos editoriales, que han incrementado en los últimos meses el precio de venta al público de sus novedades superando los 9,99 euros, las editoriales independientes y los autores indies ofrecen otros más en línea con la actual oferta y demanda en los mercados digitales.



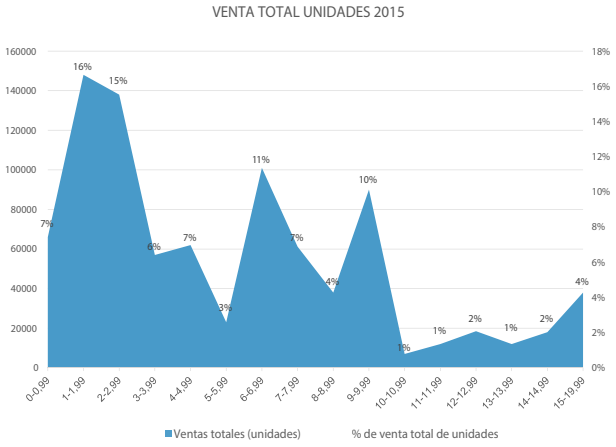
Fuente gráfico: Bookwire

Tal y como vemos en el gráfico, el precio medio en España de un ebook de una editorial independiente se sitúa en 5,56 euros,

mientras que los precios más altos de los ebooks de las editoriales independientes se encuentran en EE.UU., donde alcanzan los 7,33 euros. Una cuestión sobre la que reflexionar de cara al año 2017 es que parecería recomendable un mayor ajuste de precios en los mercados de América Latina, esencialmente debido a la depreciación de sus monedas en este último año.

Son también diversos informes internacionales los que señalan que uno de los motivos del descenso en ventas de ebooks pertenecientes a los grandes grupos editoriales responde al incremento en precios que han llevado a cabo en los últimos meses. Así como a principios de 2015 la mayoría de las novedades de estos grandes grupos tenía un precio medio de 9,99 euros, a finales del año pasado estas editoriales incrementaron los precios de venta de las novedades situándolos entre 12,99 y 14,99 euros.

En cuanto el impacto de los precios en las ventas de ebooks, el siguiente gráfico que agrega las ventas incurridas en todo el mundo de más de 1.000 editoriales indican que la horquilla inferior a 6 euros representa el 54% de la venta, con un descenso porcentual muy elevado conforme se eleva el precio del libro electrónico.



Fuente gráfico: Bookwire

Los datos de este gráfico claramente demuestran que existe una relación directa entre el PVP y el potencial de ventas de un ebook a la hora de evaluar la decisión de compra.

1.7. 1 de cada 4 ebooks vendidos en España es un libro autoeditado

El incremento en el precio de los libros de los grandes grupos editoriales ha provocado que los lectores giren su atención hacia los libros autoeditados que ofrecen unos precios muy competitivos.

Lo cierto es que, a pesar de la opacidad, las cifras confusas y las intencionadas polémicas sobre las ventas de libros autopublicados, estos no cesan de ganar mercado y lectores. En 2014 los cinco primeros títulos más vendidos en Francia fueron libros autopublicados. En 2015, el índice en el Reino Unido y en España es de un libro autoeditado por cada cuatro ebooks vendidos, dominando de nuevo Amazon este nuevo mercado. Una vez más esta plataforma de comercio electrónico ha ganado una nueva ventaja competitiva en el mundo del libro.

Pese a la inexistencia de cifras oficiales sobre el volumen de mercado que la autoedición pueda estar captando en Latinoamérica es relativamente previsible que en breve represente también un porcentaje importante, los datos de solicitudes de ISBNs en algunos países latinoamericanos así parecen indicarlo.

En Argentina, el portal Bajalibros del que hablaremos más adelante, ha abierto una línea de negocio para este segmento con IndieLibros, y en Brasil Clube de Autores[5]

5 Acceso a la web de IndieLibros: http://www.indielibros.com/ y a Clube de Autores: https://www.clubedeautores.com.br/

lleva desde 2009 posicionándose como la web de referencia para autoeditados.

1.8. Irrupción de los canales de bibliotecas

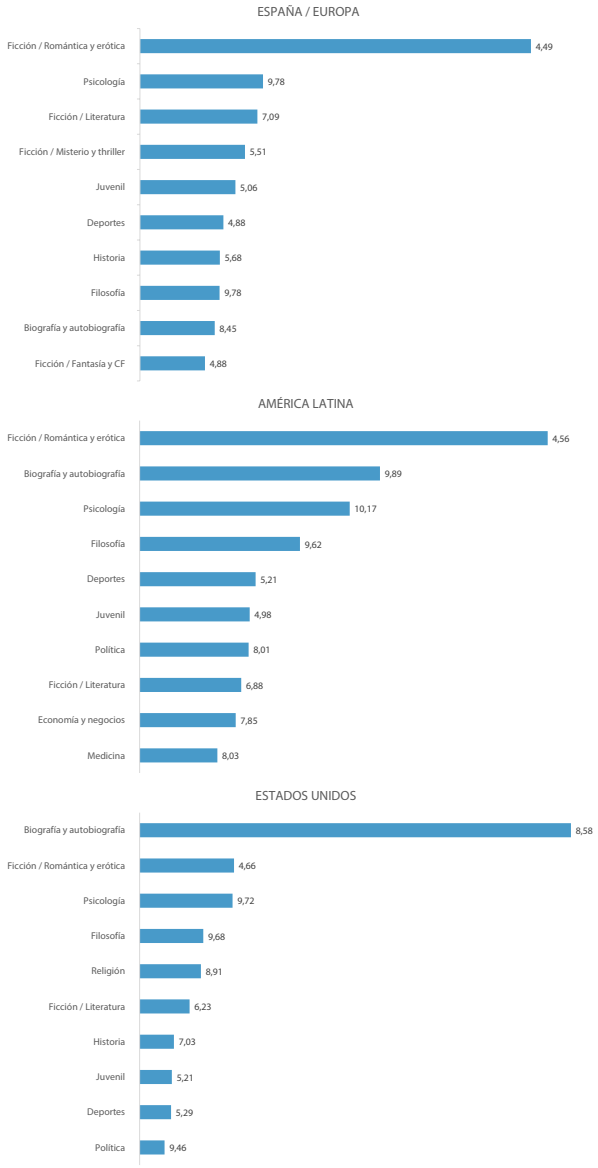
La mutación de compras por parte de las bibliotecas públicas y universitarias hacia el formato digital está emergiendo más lento de lo previsto en el anterior informe. La inexistencia de plataformas tecnológicas de préstamo digital en las grandes redes de bibliotecas, sobre todo en Latinoamérica, está en vías de comenzar a terminarse. En la actualidad hay que observar que varias redes de bibliotecas en la región que están ya comenzando a implementar este servicio (Chile, Colombia, España y México) a través de la franquicia de software comercial o bien por la creación de una plataforma propia como es el caso de eLiburutegia[6] en el País Vasco. En cuanto a las empresas comerciales hay que destacar que tanto Libranda como Odilo o Xercode en España, así como Overdrive o Bibliotheca desde EE.UU., están pugnando por abrirse un espacio en este continente, es por ello que para próximos años se puede pensar en una gran eclosión de compras digitales de contenidos en estos canales con ritmos de cambio muy acelerados.

La estimación de una mutación digital en las compras en las redes bibliotecarias es un hecho incuestionable, en gran medida por el ahorro en precios que va a suponer, pero también por la automatización de un servicio que pone la biblioteca al alcance del dispositivo que esté utilizando el usuario, y que con un par de clicks puede tener a su disposición miles de títulos en su smartphone o tableta.

6 Plataforma de préstamo digital eLiburutegia del País Vasco: http://www.eliburutegia.euskadi.eus/

1.9. Diferente comportamiento de precios por mercados

Al comparar las áreas temáticas de mayor demanda en España, Latinoamérica y EE.UU., se aprecia que en este último mercado se permite a las editoriales un nivel de precios más elevado que en el resto de los mercados en español. Al comparar materias especializadas entre España y Latinoamérica se puede observar que quizá una mejor adaptación de los PVP a este continente en las políticas de precios permitiría muy posiblemente un fuerte incremento de la demanda.



1.10. El audiolibro irrumpe con fuerza

El fenómeno de la comercialización de los audiolibros en todo el mundo está llevando a que la industria editorial comience a ver en este formato una fuente de ingresos importante. La penetración de smartphones en manos de los usuarios está permitiendo el rápido desarrollo de este producto. Las cifras sobre el mercado del audiolibro en EE.UU. muestran que en 2015 se descargaron 3,88 millones, lo que supuso una cifra de 205,8 millones de dólares, según la Asociación de Editores Americanos. La Asociación de Editores de Audiolibros también refrenda esos datos, con un aumento de ventas del 24%, y con 9.630 títulos más con respecto al año anterior. El 76,3% de esos audiolibros son ficción, frente al 23,7% de no ficción.

En la actualidad son muy numerosas las editoriales están analizando el fenómeno de los podcasts para intentar monetizar este formato en auge en todo el mundo, donde el reto es elevar la calidad del catálogo, todavía muy limitado. Si se analiza que en 2020 todos los coches de nueva fabricación estarán conectados, la previsión de que el formato puede acabar consolidándose en los mercados en español no es descabellada.

El crecimiento de este formato (que según Audioteka[7] lo hace aproximadamente en un 32% por año) no sólo se da en los mercados anglosajones, también en Alemania y países nórdicos, mientras que en España algunos profesionales del mundo del libro siguen pensando desde el sector en que no hay mercado de audiolibros… Sin embargo, cada mes surge una nueva iniciativa como Narratores[8], Blue Planet Tales[9], Seebook[10] o Storytel[11], entre otras, que claramente indica que existe un potencial de mercado aún por descubrir y explotar. En este momento la oferta de las editoriales tradicionales es muy poco relevante, salvo honrosas excepciones como la reciente colección de audiolibros en español Megustaescuchar.com de Penguin Random House.

Cabe destacar que la oferta actual de audiolibros en español superaba los 3.000 títulos aproximadamente (obras integras) cuando hace unos pocos años apenas alcanzaba el millar de títulos. El 40 % de los audiolibros disponibles a la venta en las principales tiendas tiene una duración de menos de una hora, el 30 % entre 1 y 3 horas y el resto a partir de 3 horas. Este dato es muy relevante a la hora de los costes de producción y afectara al precio final de venta al público.

En el campo de la venta de audiolibro existe un cierto monopolio por parte de Audible, empresa perteneciente a Amazon, y que representa el 85% de las ventas del formato. Afortunadamente poco a poco se están consolidando nuevos canales de venta de audiolibros como Audioteka, Sonolibro, entre otros. También vemos como la venta directa de estos títulos desde las páginas web de las editoriales es una realidad creciente, así como la apertura de nuevos canales de distribución como las tarjetas que propone la empresa Seebook para poder trasladar la venta de audiobooks a las librerías.

En América Latina el formato audio tiene aceptación en algunos países, como Argentina,

7 Acceso web Audioteka: http://audioteka.com/es/

8 Narratores: http://narratores.com/

9 Blue Planet Tales: http://www.blueplanettales.com/

10 Seebooks Audiolibros: http://www.seebook.eu/audiolibro/

11 Storytel: https://www.storytel.es/

México y Colombia, compañías como Deezer, especializadas en música en streaming están comenzando a incorporar audiolibros en su propuesta comercial, y a lanzar su plataforma en toda América Latina, y en algunos casos las propias empresas de telefonía incluyen ya el pack de libros digitales y audiolibros en su propuesta de acceso. La idea de que el formato puede desarrollarse ampliamente en la Región parece pues muy razonable.

1.11. Más libros sin DRM

Aunque la mayoría de los libros electrónicos se distribuyen aún con DRM duro, cada día hay más editoriales en los mercados en español que distribuyen sus ebooks con DRM social o sin DRM alguno. En el sector editorial cada día hay más editoriales que publican sus libros sin DRM o con DRM social para facilitar la vida a los lectores tales como Sinerrata, Herder Editorial, Rey Naranjo Editores, Arpa Editores, Páginas de Espuma, Roca Editorial, Gigamesh, Trama Editorial, Valdemar, Baile del Sol, Ediciones B, entre otras.

Por otra parte, hemos visto a lo largo de los últimos años la puesta en marcha de tiendas como Lektu que solo comercializan ebooks sin DRM o con DRM social y que hacen cada día más editoriales no tengan problema alguno que este tipo de comercialización. Publicar sin DRM no solo hace todo el proceso de compra y lectura de los ebooks mucho más amigable a los lectores, también ahorra dinero a los editores, librerías y bibliotecas que hoy en día tienen que pagar altos precios por las licencias de DRM de Adobe

1.12. Creciente innovación: irrupción de nuevos actores en el sector

La innovación no para de crecer en el mundo del libro en español. En ambos lados del Atlántico cada mes nacen nuevas iniciativas digitales que aspiran a transformar el sector editorial.

Aunque nadie tenga la clave del éxito, se debería aprovechar la buena salud de nuestras start-ups para crear mayores nexos de unión entre las entidades del mundo del libro. Según las previsiones, las start-ups con origen en los mercados en español superarán los 500 millones de euros de inversión este año y crear al menos 7.000 nuevos empleos en los próximos años.

Iniciativas para descubrir lugares donde está la innovación no faltan. Bien sea a través de Ferias del Libro como FIL Guadalajara, hackatons, encuentros como el Congreso del Libro Electrónico de Barbastro (Huesca), o el European Ecommerce Conference organizado por Adigital (por abrirlo a otros campos que afectan igualmente a la evolución del libro). Así como incubadoras similares a lo que hacen en Pearson o como en el New York Times, donde poder trabajar mano a mano, y no tanto cada uno por su lado, sin atender o estudiar más detenidamente cuáles son las necesidades de la otra parte.

En definitiva, no es tanto falta de innovación, como dar el verdadero y definitivo paso a la voluntad de entrar en la esfera digital, que no es sólo cuestión de contenidos o formatos. Y para entrar hay que saber entender a los responsables de encauzar tecnológicamente el negocio y dejar mirarlos como geeks o freaks. Eso ya se vivió con las primeras páginas webs y las redes sociales, y hoy no hay marca que pueda funcionar sin ellas.

Como prueba de que al sector no le faltan gente con ideas, aquí van 12 propuestas de innovación para diferentes aspectos que conciernen al mundo del libro:

1. Tekstum: recomendación de libros a través de inteligencia artificial, Big data y análisis emocional de valoraciones en las redes sociales.

2. RelatosRevueltos: plataforma que permite la fragmentación y mezcla de más de 1.000 relatos para crear tu propio libro electrónico.

3. Seebook: venta de ebooks y audiolibros 'tangibles' en librerías, bibliotecas y museos.

4. The Spanish Bookstage: plataforma de compra y venta de derechos en español.

5. El placer de la lectura: red social de prescripción de lectura con más de 2 millones de lectores.

6. Komilibro: app de recomendación de lecturas basadas en las afinidades reales de los lectores.

7. Librotea: plataforma con más de 2.000 prescriptores de libros de todo el mundo.

8. Bibliomanager: Una plataforma online que conecta lectores, librerías, distribuidores y editores de España y Latinoamérica para la producción y venta de libros a través de la impresión bajo demanda.

9. CreativeChain: Plataforma descentralizada de registro y distribución de cultura libre en la red que ayude a visibilizar y financiar a las personas creadoras que trabajan con licencias copyleft.

10. Lektu: Plataforma de venta de ebooks sin DRM a través de más de 8 modelos de comercialización muy innovadores.

11. Lectora futura: Pone al alcance de todos los amantes de los libros los medios para estar al día sobre lo que más les gusta, además de servir a los profesionales para desarrollar su actividad

12. EmprendeLibro: Es un programa orientado al apoyo de iniciativas editoriales digitales emergentes en español. Desarrollado en conjunto por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Factoría Cultural con el apoyo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Estas propuestas, así como muchas otras, ofrecen soluciones y enfoques innovadores que podrían ayudar a los profesionales del mundo del libro (editoriales, agentes, librerías, bibliotecas, etc.) a entender mejor la era digital y con ello hacer crecer sus empresas.

2. Tendencias macroeconómicas y digitales

2.1. Tendencias macroeconómicas

Tras una década de desarrollo económico y social con tasas de crecimiento muy elevadas América del Sur se enfrenta en la actualidad a una relativa desaceleración de sus economías, básicamente por la caída del precio del petróleo y los fuertes descensos de los precios de las materias primas. Son numerosos los economistas que comienzan a alertar del fin de una etapa, con un alto nivel de incertidumbre y un crecimiento mucho más débil en numerosos países de la región. Países como Venezuela, Brasil e incluso Argentina atraviesan ya serias dificultades.

Debido a la diversidad del continente hay que analizar la situación de cada país uno a uno ya que la desaceleración no afecta a todos los países por igual[12] y esta situación contribuirá a acentuar las diferencias en función de la orientación productiva y comercial de sus economías[13].

En función de esta situación económica, se abren numerosos interrogantes de cara al mercado del libro, una menor disponibilidad de rentas conllevará una ralentización de estos mercados tanto por parte de los ciudadanos como por la de los Estados, que puede suponer una menor inversión en fondos documentales para compras, entre ellas las de sus redes de bibliotecas.

En esta década, América Latina ha experimentado los siguientes cambios:

- Crecimiento económico sostenido (con tasas medias de hasta el 5% anual, que ha permitido que 70 millones de personas salieran de la pobreza).
- Extensión de la clase media (34% de la población).
- Aumento del uso de las tarjetas bancarias (22% de la población adulta de la región).
- Aumento del crédito al consumo (con crecimientos del 20% anual).
- Incremento del consumo privado (supone entre el 67 y 75% del PIB).
- Mayor acceso a la educación (aunque convive con altos niveles de pobreza y desigualdad).

Una década de fuerte estabilidad económica, política y social de América Latina ha devenido en un fuerte desarrollo de los mercados nacionales del libro. Dentro de las características generales observamos un descenso de las importaciones y exportaciones del libro en papel y por el contrario un auge continuado del comercio digital.

El surgimiento de plataformas de comercio online, tanto B2C como B2B, y la llegada a ese continente de operadores online extranjeros

12 Por ejemplo, las economías de Centroamérica mantuvieron su ritmo de expansión en 2015 y se espera un crecimiento del 4,4% para 2016. Cuando se incluye a México, el promedio del crecimiento de este grupo de países llega al 2,9%. En general lo que se aprecia es un retroceso de la demanda interna, marcada por la caída de la inversión y el consumo. En términos regionales, en 2015 la demanda interna disminuyó un 0,7%, con una contracción del consumo privado (–0,3%) y de la formación bruta de capital fijo (–4,2%) y un bajo aumento del consumo público (0,7%).

13 Aquellas que dependen de las exportaciones de bienes primarios y que tienen a China como uno de sus principales destinos se verán más afectadas que aquellas orientadas a la producción de manufactura y a proveer servicios a las economías más desarrolladas, en particular a EE.UU.

suponen la consolidación de redes de comercialización de carácter global. Estamos ante un mercado digital que rompe las asimetrías que el comercio del libro presentaba en ese continente, intra y extra Iberoamérica. Se trata de una oportunidad sin precedentes para la edición en español. Se vislumbra la conformación de un nuevo ecosistema del libro y un comercio digital muy fuerte en el continente.

2.2. Tendencias digitales

Es de sobra conocido por los profesionales del sector, el sobrecosto que el envío de libros en papel tiene para los países de América Latina dentro de cualquiera de estos países, problema que se agudiza con las escasas librerías existentes en zonas alejadas de los núcleos urbanos, que por supuesto se incrementan cuando hablamos de cruzar el Atlántico en ambas direcciones. Los contenidos y la distribución digital cambian este panorama rompiendo esta tradicional barrera, pero el desarrollo e incorporación de infraestructuras tecnológicas y de alfabetización digital será clave para la velocidad de este mercado.

Aún a pesar de la cierta desaceleración que se aprecia, América Latina es una región donde la proyección de crecimiento vinculada al desarrollo de Internet[14] es muy alta. Las principales características sociológicas del uso y acceso a Internet son:

- La media de usuarios conectados a Internet es de algo más del 40% (frente a una media del 80% en los países de la OCDE), aunque las posibilidades de crecimiento son muy altas debido al enorme incremento de la clase media en todo el continente.

- Por el contrario, el escaso despliegue de redes fijas y la carencia de infraestructuras provoca una lenta velocidad de conexión.

- El reparto desigual de rentas, ingresos, y nivel cultural y educacional provoca una brecha digital.

- El uso de Internet[15] crece a un ritmo acelerado, siendo su penetración del 47% (aunque de sólo un 17% en banda ancha fija y móvil) y con ritmos de crecimiento del 13% anual, pero muy desigual entre países (por ejemplo los hogares con Internet oscilan entre el 50% de Brasil, Argentina, Chile o Colombia, y a menos del 20% en Guatemala, El Salvador, Bolivia o República Dominicana).

- El cierre de estas brechas digitales en América Latina, fundamentalmente en áreas rurales, requiere de amplias inversiones de los operadores y políticas públicas de incentivos a la inversión en este tipo de infraestructuras[16].

- La falta de alfabetización digital así como de contenido local es una barrera a la inclusión digital.

14 Datos del Banco Mundial aseguran que por cada aumento de un 10% en la penetración de Internet se puede incrementar cerca del 1,3% el PIB nacional de los países emergentes. http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD

15 Según el estudio de Telefónica titulado "El ecosistema y la economía digital en América Latina": http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38916/ecosistema_digital_AL.pdf?sequence=1

16 Para comprender el alcance de la inclusión digital de América Latina pueden descargarse en castellano en esta página web http://www.gsma.com/latinamerica/digital-inclusion tres informes muy interesantes, uno sobre "inclusión digital", otro sobre "cerrar brechas" y un tercero sobre "contenido local".

- El coste de tener en propiedad un móvil representa una media del 17% de los ingresos para el del 40% de la sociedad.

- Romper la brecha digital constituye un reto para todas las economías latinoamericanas. La modernización de todas sus economías pasa, entre otras cosas, por fomentar las nuevas tecnologías y el uso de Internet en ámbitos como el comercio, los procesos industriales y la política. En este sentido, es imprescindible alentar y propiciar políticas públicas que apoyen la adopción de la banda ancha, lo que contribuirá a un aumento paulatino del PIB de cada país de la región. Este aumento de la banda ancha, sustentado en tecnologías 3G, conllevará un aumento del e-Commerce basado en el móvil en toda la zona, pues no olvidemos que en la actualidad la penetración de móviles (celulares) se sitúa por encima del 84% en todo el continente.

- Se aprecia un crecimiento muy fuerte de startups tecnológicas (en los últimos 5 años, 667 firmas emergentes de la región han captado más de 2.000 millones de dólares en inversiones).

2.3. Tendencias del mundo del libro digital en Latinoamérica

Para aproximarnos al mundo del libro y a su posible evolución tenemos que observar varias tendencias importantes del sector:

- Las cifras de comercio digital en modelos de negocio B2C crecen de manera continua. Son muchos los editores españoles que confiesan que sus ventas digitales en Iberoamérica representan horquillas de entre el 30% y el 50% de sus ventas.

- Comienza a observarse que la mutación digital de las políticas de compras de las bibliotecas, modelos B2B, empiezan a generar ventas importantes, pese a que todavía hay numerosas redes de bibliotecas sin posibilidad de prestar este servicio a sus usuarios.

- Fuerte incremento de editoriales independientes latinoamericanas que apuestan por la digitalización (Fondo de Cultura Económica, Rey Naranjo, Malaletra, Amanuta, Manuvo, CIDCLI, Libros Pimenta, Editorial Caja Negra, etc.)

- Desarrollo de acuerdos estratégicos entre librerías y editoriales (como el alcanzado por Gandhi, Porrúa y Kobo en México para poner a disposición de cualquier dispositivo más de 70.000 libros electrónicos a través de una nueva plataforma denominada Orbile[17]).

- Creación de algunas tiendas panregionales, como Bajalibros[18], que cuenta con un catálogo de más de 50.000 títulos. Este portal argentino tiene la posibilidad de conectarse a través de redes sociales directamente, y cuenta además con dos aplicaciones disponibles para iOS y Android. Se encuentra activa en gran parte de Latinoamérica: México, Puerto Rico, Uruguay, Chile, Brasil, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Venezuela, República Dominicana y por supuesto Argentina.

- Incorporación de un área específica del libro electrónico en las ferias del libro de la región, desde la de Guadalajara como la más importante en número de

17 Plataforma mexicana Orbile: http://www.orbile.com/
18 Tienda Bajalibros: https://www.bajalibros.com/ES

expositores y programa de actividades, a la de Bogotá que desde el año pasado cuenta con su espacio Alejandría Digital, o la de Santiago que ha comenzado con un seminario sobre el libro electrónico.

2.4. Conclusiones

América Latina no puede observarse como un mercado único, el desarrollo de los mercados nacionales presenta fuertes diferencias y modelos heterogéneos. Países con una industria consolidada, como Brasil, Argentina, México y Colombia que representan cerca del 80% de los títulos editados en la región, conviven con otros en los que empieza a estructurarse una industria editorial, como Chile, Perú y Ecuador. El resto de países, entre los que destaca Centroamérica, están haciendo esfuerzos por avanzar en este terreno.

Hay que destacar el papel que el Estado juega en el mundo del libro en el continente, un papel muy importante tanto en la generación de demanda, como en la corrección de desigualdades para acercar el libro a capas desfavorecidas de la población, pero es la industria editorial privada el verdadero motor de la bibliodiversidad editorial y cultural de la Región.

La irrupción de la cultura digital, impactando tanto a la industria como a los lectores, y aunque los ritmos de introducción sean desiguales, ofrece un amplio abanico de oportunidades de negocio a la industria del mundo del libro en todo Iberoamérica. En este contexto de transformación, hemos detectado tres factores transversales que indican que el desarrollo del mercado digital será pronto una realidad en la mayoría de los países iberoamericanos.

1. Aumento del número de libros electrónicos registrados en el ISBN (Entre 2003 y 2014 los libros registrados en formato electrónico han pasado de representar el 7% al 20%, es decir, el libro electrónico triplica su presencia en el total de libros registrados).

2. Relevancia de Internet como canal de distribución y comercialización del libro electrónico (tanto por el surgimiento de potentes librerías online como por la llegada de los grandes *players* de la distribución digital).

3. Creciente importancia de la lectura digital (En Colombia y Uruguay leen directamente de Internet un 19% de los encuestados, en Argentina un 16%, en Chile y México un 13% y en Brasil y Perú un 11%[19]).

No obstante, el principal hándicap que la industria editorial tiene para estructurar mercados interiores digitales potentes es el bajo índice de lectores del continente (un 51,5% de personas no leen libros y el promedio es de 3,5 libros leídos al año por habitante). Estos datos no sólo deben preocupar a la industria, sino también a los poderes públicos, que tienen que continuar desarrollando planes y programas de política cultural y apoyo a la lectura, como el desarrollo de infraestructuras bibliotecarias digitales, sobre todo de cara a amplios segmentos de personas de nivel socioeconómico bajo con el fin de evitar una brecha social aún más grande en la nueva era digital.

19 Latinobarómetro: http://www.latinobarometro.org/lat.jsp

Resumimos a continuación los principales retos y oportunidades que tendrán lugar en los próximos cinco años en Iberoamérica:

- El impacto de la digitalización en la industria del libro ha comenzado de manera intensa y al igual que en otras industrias culturales, por la producción, incidiendo en una modificación sustancial de la cadena de valor. El siguiente paso es avanzar en la comercialización y distribución digital de los contenidos de las editoriales españolas y latinoamericanas en todo el continente, así como en las principales tiendas y bibliotecas del mundo.

- La tecnología digital se convierte en una enorme oportunidad para todas las industrias culturales y creativas de la región. El desarrollo impetuoso de Internet en la región implica que el acceso al consumo cultural y a todo tipo de contenidos educativos y de ocio desde cualquier lugar y en todo momento modifican el paradigma de las formas, maneras, y hábitos de acceder al libro. En otras palabras, hay que crear nuevas formas de descubrir los libros, así como la creación de nuevos canales de venta, más allá de las librerías tradicionales.

- La consolidación de los mercados nacionales de edición en los principales países iberoamericanos surgirá de la apuesta en firme por la edición digital (nacimiento de nuevas editoriales digitales con diferentes modelos de negocio, puesta en marcha de plataformas de distribución transnacionales, etc.).

- Los profesionales del mundo del libro serán cada vez más conscientes de la importancia del precio como variable de incentivación de demanda y consumo cultural. Esta realidad no significa que deban suprimirse las actuales políticas de precio fijo, tan solo que deben complementarse con un mayor dinamismo en la política de precios.

- El Estado seguirá teniendo un papel importante en la promoción de la creación y demanda de contenidos. Todos los datos indican que existe una relación directa entre lectura y nivel educativo con el nivel socioeconómico. Con la irrupción de la era digital, los gobiernos y las editoriales tiene una nueva oportunidad para incrementar el número de lectores en la región.

- Las bibliotecas, y el préstamo bibliotecario digital, se convertirán en unas de las herramientas clave para lograr este incremento de nuevos lectores porque es una manera gratuita de acceder a los libros.

- Las librerías físicas siguen siendo el canal principal de comercialización del libro en Iberoamérica pese a que existe una fuerte desigualdad en el tejido librero de cada país y una fuerte concentración en áreas urbanas. El desplazamiento del consumo hacia las librerías online (sumatorio de papel más digital) no se aprecia todavía en América Latina de forma global, y quizá sería conveniente el desarrollo de políticas públicas de sostenimiento del parque de librerías en el continente para prepararlas ante este cambio de paradigma digital.

Una última idea, y no por ello menos importante, es la de tender a unificar criterios en torno al libro digital para todo el mercado del libro en castellano, desde España al Cono Sur, si lo que se pretende es estructurar

dinámicamente un mercado único para el libro digital, se hace imprescindible desde disponer de la misma consideración jurídico-legal-fiscal del concepto de comunicación y puesta a disposición del libro digital, con tributaciones impositivas similares. O es un libro o es un servicio. Establecer una armonización única del tratamiento del libro digital en todo el mundo hispano es perentorio y crítico. En este sentido, parece imprescindible el comenzar a sugerir a todas las instituciones oficiales del libro esta necesidad, que parece hoy un imperativo crítico para conformar un mercado único del libro digital. Unificar criterios, eliminar trabas y aunar consensos y voluntades es un reto para todo el ecosistema del libro.

3. Evolución del sector editorial por países

3.1. Argentina

Los datos sobre la situación económica de Argentina muestran una fuerte desaceleración e incluso una posible entrada en recesión. Las expectativas muestran una caída del PIB del 1%, sin embargo es un país de más de 41 millones de habitantes, y unos índices de desarrollo humano, renta per cápita y calidad de vida de los más altos del subcontinente. Se trata de la tercera economía más grande de Latinoamérica, después de Brasil y México, y la segunda más grande de Sudamérica.

En estos últimos años el impulso a la edición nacional ha sido constante, se estima en más de 90 millones de libros las compras del Estado, unos 1.700 millones de pesos, para todas las redes de bibliotecas y establecimientos educativos, libros en su mayoría de editoriales independientes y de pequeño tamaño, es por ello que razonablemente surge la duda sobre las políticas a implementar a futuro.

Mercado cultural y del libro

Argentina en estos últimos años ha elevado considerablemente su nivel de producción de títulos (un 44,22% más), pero en cambio en cuanto al número de ejemplares producidos se ha reducido a cifras del 2008 con un descenso importante en el último año.

En relación a la tipología de empresas editoras se puede observar que las empresas comerciales editan el 42%, los autopublicados representan el 11% y un 37% es editado por universidades, empresas e instituciones públicas y privadas.

En formatos, hay que señalar que en 2015 el 83% se editaron en papel y un 17% en digital. Si tenemos en cuenta solo el sector editorial comercial (SEC), la edición digital descendió en el último año del 18% al 15%.

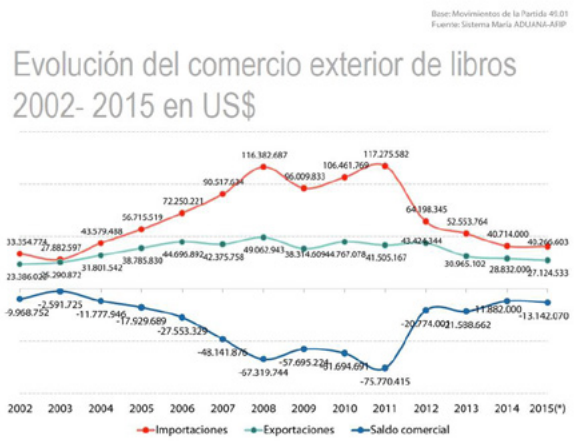
En cuanto a las materias editadas (papel y digital) hay tres que sobresalen poderosamente, Literatura, con un 29%, Ciencias Sociales, con un 19% y Literatura infantil y juvenil con el 15%. En la edición digital por materias se observa una gran dispersión de las mismas cubriendo casi todas las áreas de edición y destacando Ciencias Sociales (22%), Textos (20%) y Literatura (16%).

El nivel de concentración en el sector comercial es relativamente bajo, quedando muy distribuida toda la edición.

CONCENTRACIÓN SEC		
Empresas	**Novedades**	**Ejemplares**
Planeta	7,88%	15,30%
Penguin Random House	5,76%	15,53
Grupo Prisa	5,31%	5,55%
Thomson Reuters	2,36%	0,42%
Holtzbrinck	1,40%	3,41%
Longseller	0,71%	1,45%
Resto	76,60%	58,35%

Fuente: Creación propia a partir de diversas fuentes enunciadas en el estudio.

En cuanto al comercio exterior se puede observar un fuerte descenso de las importaciones, producto de las políticas de protección de la edición nacional que se han llevado a cabo, lo que redunda en una balanza comercial saneada, que pasa de –75 millones de dólares en 2011 a –13,1 en 2015. En las importaciones hay que observar que el 89,7% siguen teniendo origen extra América Latina. En paralelo también se observa un relativo descenso de sus exportaciones.



Las estimaciones sobre el volumen del mercado nos sitúan en una cifra en torno a los 3.700 millones de pesos, unos 264 millones de dólares.

La edición digital

La edición digital aumenta su producción en este formato de manera titubeante, el porcentaje de edición digital versus papel es del 15%, un porcentaje bajo en relación a otros países de América Latina sobre todo teniendo en cuenta que estamos ante un país con buenos índices de lectura. Por esto, la Cámara del Libro está trabajando en la capacitación de las editoriales para que editen en ambos formatos.

El porcentaje de volumen de comercio digital de libros está en torno al 2%, de momento cifras bajas, pero están surgiendo plataformas digitales de venta que hacen pensar en una emergencia del libro digital. Encontramos ejemplos como Bajalibros[20], Librería Santa Fé[21], Tematika[22], Boutique del Libro[23], Librería Boris[24] (creada por la prestigiosa editorial Eudeba[25] y que ha lanzado un eReader propio llamado Boris, en homenaje a uno de sus editores más insignes, Boris Spivacow). También reseñamos Bibliografika[26], una plataforma de venta de libros digitales e impresión bajo demanda con cobertura internacional en Argentina, Colombia, México, Ecuador y España que ha lanzado Bibliomanager, una red que a futuro integrará más países de la región y que gestiona un catálogo común que permite ajustar la producción a la demanda y eliminar costos, como el movimiento de activos y manejo de stocks.

Conclusiones

Si bien más de la mitad de los argentinos (55%) lee al menos un libro al año, el valor más alto de América Latina, son todavía pocos los que deciden hacerlo en un ebook. Los precios, en numerosos casos relativamente cercanos al papel, son una de las causas de la baja demanda, al igual que la inexistencia de dispositivos a precios razonables y una escasa presencia de plataformas internacionales de comercialización. Pero si se piensa en términos de tasa de lectura digital, similar e incluso superior a Brasil y México, es evidente que el mercado ofrece perspectivas altamente prometedoras.

La decisión de liberar la importación de libros abre esperanzas pero también interrogantes, es evidente que se abre un período de importaciones masivas, lo que estrecha el espacio a la edición nacional y puede conllevar un incremento de los precios, y un descenso el empleo en el sector editorial nacional.

El reto para la industria nacional es el de incrementar las exportaciones y diseñar un

20 https://www.bajalibros.com/
21 http://www.lsf.com.ar/
22 http://www.tematika.com/
23 https://www.boutiquedellibro.com.ar/
24 https://www.libreriaboris.com.ar/
25 https://www.eudeba.com.ar/
26 http://www.bibliografika.com/default.cfm?

plan de internacionalización de la industria editorial argentina. Es por ello que, con independencia de la liberalización, se imponen el diseño de algunas políticas públicas de apoyo al libro.

3.2. Brasil

La economía de Brasil es la mayor de América Latina en cuanto a PIB y la segunda de toda América, la séptima a nivel mundial, resultado de un crecimiento ininterrumpido hasta 2011, desde entones el estancamiento ha sido patente hasta entrar abiertamente en recesión en 2016.

Con una población de 200 millones de habitantes, en estos últimos años ha sacado de la pobreza a millones de personas y ha incrementado enormemente sus presupuestos en materia de educación, bibliotecas y gasto cultural, pero el estancamiento de su economía, derivado de la caída de precios de las materias primas de exportación, la ralentización del consumo interno debido al endeudamiento de los hogares y la caída de las inversiones, llevan a pensar en un relativo estancamiento de las magnitudes de gasto social, donde el país sigue siendo uno de los más desiguales del mundo y con unos índices de desempleo del 7,5%.

Mercado cultural y del libro

Brasil, a pesar de su recesión, es hoy el mayor mercado de América Latina. En el terreno cultural hay que destacar el enorme impulso dado a la mejora de los índices de lectura con un 46% de lectores[27] y, sobre todo, a su tejido de bibliotecas, más de 6.700, con un índice de cobertura del 98% de la población, pero una densidad de 3 bibliotecas por cada cien mil habitantes. Los datos de consumo de libros están en torno a 4 por habitante/año, pero presenta todavía un porcentaje del 50% de no lectores.

El mercado se ha frenado drásticamente por la crisis que atraviesa el país. Todas las magnitudes[28] decrecen con una fuerte caída de títulos, ejemplares y facturación, y en cambio el precio medio ha subido en todas las áreas de edición. En cuanto a canales de comercialización ha descendido la cuota de mercado de las librerías y distribuidoras y vemos una fuerte fragmentación en los canales de venta. Por último, también han descendido los indicadores tanto de exportaciones como de importaciones (provenientes estas últimas de extra América Latina). Veamos a continuación el detalle.

La producción de títulos ha descendido un 13,81%, los ejemplares producidos un 10,87 %, las ventas de ejemplares un 10,65 %, y la facturación total un 3,27%, en gran medida por unas menores ventas en las librerías y por el descenso de compras del Gobierno para sus programas de bibliotecas escolares.

Los datos de producción por áreas de edición muestran también los descensos generalizados en todas las áreas, de forma significativa en el apartado de Obras generales (-20,94%).

La caída de la facturación se aprecia también en el descenso de la venta en número de ejemplares.

Una paradoja es que a pesar de los descensos, el precio medio ha subido en todas las áreas de edición, siendo Científicos, Técnicos y Profesionales el que más incrementa su precio (10,87%).

27 Instituto Pró-Libro: http://prolivro.org.br/home/

28 Datos de la Cámara del Libro de Brasil: http://www.cbl.org.br/

MAGNITUDES DEL SECTOR EDITORIAL BRASILEÑO				
	2013	2014	2015	Variación 15/14 (%)
Títulos	62.235	60.829	52.427	-13,81
Ejemplares producidos	467.835.900	501.371.513	446.848.571	-10,87
Facturación total (en Reales)	5.359.426.184	5.408.506.141	5.231.396.423	-3,27
Mercado	3.885.004.146	4.169.658.915	4.003.182.263	-3,99
Gobierno	1.474.422.037	1.238.847.225	1.228.214.159	-0,86
Ejemplares vendidos (total)	479.970.310	435.690.157	389.274.495	-10,65
Mercado	279.662.399	277.387.290	254.680.102	-8,19
Gobierno	200.307.911	158.302.867	134.594.394	-14,98

VENTA POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN					
	2014	Cuota 2014 %	2015	Cuota 2015 %	Variación cuotas (%)
Librerías	2.507.579.259	60,14	2.336.629.670	58,37	-1,77
Distribuidores	879.782.010	21,10	837.805.595	20,93	-0,17
Venta a domicilio	224.509.753	5,38	243.150.003	6,07	0,69
Hipermercados	67.606.891	1,62	71.139.667	1,78	0,16
Librerías online			70.523.355	1,76	1,76
Escuelas y colegios	66.929.062	1,61	70.474.211	1,76	0,15
Iglesias y templos	59.592.439	1,43	62.891.261	1,57	0,14
Exportaciones	59.341.856	1,42	48.811.082	1,22	-0,20
Marketing directo	49.587.150	1,19	39.247.896	0,98	-0,21
Empresas	27.494.632	0,66	32.495.279	0,81	0,15
Bibliotecas privadas	1.720.050	0,04	30.018.827	0,75	0,71
Internet (venta directa de los editores)	25.894.558	0,62	27.418.318	0,68	0,06
Kioskos	31.197.530	0,75	13.471.185	0,34	-0,41
Venta conjunta con prensa	21.140.564	0,51	4.131.004	0,10	-0,41
Otros	147.283.153	3,53	114.974.902	2,87	-0,66
TOTAL	4.169.658.915	100,00	4.003.182.263	100,00	0,00

Fuente: Creación propia a partir de diversas fuentes enunciadas en el estudio.

El desglose de canales de comercialización muestra un descenso de la cuota de mercado de las librerías y distribuidoras, así como la venta directa de editoriales y en kioskos. La cuota de mercado de las librerías online es el canal que más ha subido. En general se observa una fuerte fragmentación en los canales de venta.

En cuanto a exportaciones[29] tenemos un volumen de 18,7 millones de dólares y unas importaciones de 167,6 millones de dólares siendo el porcentaje de importaciones extra América Latina del 96%. Ambas magnitudes han descendido en estos dos últimos años.

Lo que se aprecia de manera significativa es que el sector editorial brasileño está sufriendo con intensidad la contracción de la economía desde 2015. El problema es que puede agravarse en este 2016, lo que difuminaría los logros conseguidos en estos años de bonanza.

La edición digital

En cuanto al mercado digital hay que señalar que la producción digital se sitúa en un 20% sobre el total de títulos producidos anualmente, evolucionando de manera muy positiva la facturación, que ha pasado de 3.9 millones de reales en 2012 a 17 en 2015, un crecimiento verdaderamente elevado.

No obstante, varias fuentes del sector indican que estas cifras no reflejan la realidad dado debido a la escasa transparencia de los principales operadores que actúan en el mercado digital. Estas fuentes señalan que el mercado digital puede ser el doble de lo que las cifras oficiales indican. Las estimaciones más razonables establecen que el mercado digital representaría en torno al 5% en unidades y un 3% en valor del volumen total, con un volumen de comercialización total de 35 millones de reales y un catálogo disponible de unos 70.000 títulos.

En cuanto a las cuotas de mercado de los grandes players se estima que Amazon tendría una cuota del 60%, Apple un 15%, Saraiva[30] y Google 15%, y Kobo un 5%.

Desde el 2011 las cuatro principales editoriales académicas (Grupo A, Atlas, Grupo GEN, Manole Conteúdo y Saraiva) se unieron bajo la iniciativa Minha Biblioteca[31] proporcionando en la actualidad más de 5.000 libros electrónicos para bibliotecas e instituciones educativas de educación superior. También a través del portal Pasta do Professor[32] tanto docentes como usuarios pueden adquirir los libros completos, por capítulos o realizar su propio libro personalizado con diferentes fragmentos de diversos libros, autores y editoriales.

Otra iniciativa se produjo en 2012 gracias a la alianza entre la cadena de libros más importante del país Livraria Cultura[33] y Kobo por la que ofrecen libros digitales a los lectores.

Como tienda a tener en cuenta destacamos Nuvem de Livros (Nube de Libros[34]) desarrollada por el grupo de medios de comunicación y teleoperadoras Gol. La lectura se produce en streaming a través de suscripción y ofrecen libros, juegos, audiolibros y películas. El pago puede realizarse a través de tarjeta bancaria o a través de la factura del proveedor de telefonía móvil. Esta tienda vende también en España desde 2015.

29 Datos aportados por Cerlalc: http://cerlalc.org/?s=-libro+en+cifras

30 Librería brasileña Saraiva: http://www.saraiva.com.br/

31 Acceso a la web Minha Biblioteca: http://www.minhabiblioteca.com.br/

32 Acceso a la librería digital Pasta do Professor: https://pastadoprofessor.com/

33 Acceso a Livraria Cultura: http://www.livrariacultura.com.br/kobo

34 Acceso a la librería Nube de Libros: https://www.nuvemdelivros.com.br/ y https://www.nubedelibros.com/

Conclusiones

La evolución del mercado digital en ese país es muy prometedora, e incluso parece resentirse mucho menos la facturación digital que la edición en formato papel.

Brasil es el segundo país de América Latina (Colombia es el primero) que tiene mayor porcentaje de títulos digitalizados sobre el total (20%)

3.3. Chile

Chile ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en Latinoamérica en la última década. Sin embargo, en estos dos últimos años se ha registrado una desaceleración importante, con crecimientos del 1,9% y del 2,1% en 2015, afectado por un retroceso en el sector minero debido al fin del ciclo de inversión, la caída de los precios del cobre y el declive en el consumo privado. En paralelo, el desempleo ha subido levemente hasta una tasa del 5,8% en 2016.

Las expectativas son que el crecimiento se recuperará gradualmente a medida que las expectativas privadas mejoren. La reducción de las tasas de pobreza han sido importantes en estos años, unas políticas de mejora en la redistribución de la renta han conllevado efectos muy positivos sobre un aumento muy significativo del consumo cultural, tanto en dotación de bibliotecas como en campañas de mejora de los índices de lectura.

Mercado cultural y del libro

Chile está experimentando incrementos anuales constantes en la producción de títulos (durante 2015 se registraron un total de 6.268 títulos, lo que representa un incremento de un 9,9% respecto al año 2014[35])

Las magnitudes más importantes para este país serían:

- En cuanto a las materias editadas destaca Literatura, con 2.452 títulos, lo que representa el 39,12% de total, Educación, con 747 títulos y el 11,925 y Ciencias Sociales, con 547 títulos y el 8,73% del total.

- Dentro de la materia, los textos escolares de nivel básico lideran este área con 437 registros. Le siguen los títulos de Generalidades, con 202 inscripciones. En tercer lugar, los textos de nivel medio, con 91; y, en cuarto lugar, los textos de Educación Superior, con 17 registros.

- En cuanto a Literatura se observa que la Literatura Infantil ocupó el primer lugar en lo que respecta a Literatura Chilena, con 624 registros. Le sigue Narrativa, con 559; Poesía, en tercer lugar, con 360 inscripciones; y, en cuarto lugar, los Ensayos, con 118 registros.

- En el período 2000-2015, la Literatura Chilena acumuló un total de 15.716 registros. La Narrativa Chilena lidera esta categoría con 4.675 registros; seguida por Poesía, con 4.403 títulos. En tercer lugar, Literatura Infantil y Juvenil, con 4.322; y, en cuarto lugar, los Ensayos, con 2.316 inscripciones.

- Las ediciones en rústica representan un 75,7% del total editado.

35 Informe Estadístico de la Cámara del Libro de Chile: http://camaradellibro.cl/agencia-isbn/estadisticas/

- El promedio de tirada más alto se sitúa entre 1 y 500 ejemplares, con 3.148 registros, lo que representa el 50,2% y el segundo es el comprendido entre 501 y 1000, con 1360 títulos, lo que significa el 21,7%.

- También hay que destacar que durante el año 2015, 172 nuevos agentes editores se incorporaron por primera vez al sistema ISBN, de los cuales 124 corresponden a editores de la Región Metropolitana, representando un 72,09%.

En cuanto a los libros autoeditados hay que destacar que en 2015 fueron 872 títulos, lo que representa el 13,91% de la totalidad registrada en el país. En el período 2000-2015, los títulos autoeditados acumularon 9.728 registros, representando un 14,22% del total del período.

Es importante señalar que las Universidades de Chile editaron 749 títulos en 2015, lo que representa el 11,95% del total.

La Cámara del libro chileno no ofrece cifras de comercialización, mirando otras fuentes, como por ejemplo Cerlalc[36], podemos observar que durante 2014 la industria chilena exportó 4,5 millones de dólares e importó por valor de 71. De las importaciones, el 76% tuvo su origen fuera de América Latina.

La edición digital

Las publicaciones electrónicas fueron de 812 títulos en 2015, lo que representa el 12,95% del total registrado. De esta producción los ebooks fueron 560 títulos, lo que significa el 8,93% del total.

Las estimaciones de mercado indican que el volumen del mercado digital para los editores de Chile se situaría en torno al 1,5%, pero la demanda observada en canales de bibliotecas[37], con crecimientos del 150% en productos digitales comprados al exterior llevan a pensar en un mercado digital muy maduro en canales B2B. El catálogo digital disponible para los usuarios de bibliotecas esta hoy en más de 12.000 títulos.

Una estimación, es que el mercado chileno total estaría en torno a los 200-220 millones de dólares, en esta cifra se incluiría tanto el consumo no oficial como el oficial. Reiteramos que esta cifra es una proyección.

Conclusiones

El dato más importante a resaltar es el lanzamiento de una nueva Política Nacional de Lectura y el Libro (PNLL)[38] 2015-2020 por parte del Ministerio y otras instituciones. El plan pretende fomentar el crecimiento de los índices de lectura en el país con cinco ejes de trabajo (lectura, creación, patrimonio bibliográfico, industria e internacionalización y marco jurídico institucional), y fomentar el libro electrónico (promover ediciones electrónicas y la conversión a soporte digital, estimular premios literarios para libros digitales, facilitar el acceso a contenidos digitales en bibliotecas públicas, etc.)

Según la Encuesta de Comportamiento Lector 2014, el 51% de los chilenos declara leer al menos un libro al año, cifra que esta

36 Informe "El libro en cifras. Nº8" de Cerlalc: http://cerlalc.org/publicacion/el-libro-en-cifras-n-8/

37 Acceso a la página del Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (Dibam): http://www.bpdigital.cl/opac/#indice

38 Acceso al documento "Plan Nacional de la Lectura 2015-2020" del Gobierno de Chile: http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/08/plan-nacional-lectura-2015-2020.pdf

política pretende aumentar en 10 puntos porcentuales para el 2020.

3.4. Colombia

Un fuerte crecimiento económico durante estos últimos años ha permitido un despegue del país, y aunque las expectativas económicas actuales muestran un crecimiento más bajo, el país se enfrenta a un proceso de diversificación de su economía.

Al ser el tercer mercado por dimensión de toda Iberoamérica, tras México y Brasil, presenta un potencial de consumo muy importante y una ubicación geoestratégica para el desarrollo del mercado del libro en la región. Con una población de 48 millones de habitantes, los índices de lectura son todavía bajos (45%), pero están mejorando año a año por efecto de serios planes de políticas de apoyo a la lectura y de dotación de bibliotecas, lo que conlleva que el país se encuentre en una transición cultural especialmente interesante.

Mercado cultural y del libro

Se observa un crecimiento constante de títulos desde 2008[39], pero cierto descenso del número de ejemplares producidos, en este caso probablemente derivado del descenso en las compras de organismos estatales.

En cuanto al descenso de la venta de ejemplares se puede decir que guarda relación con el volumen de ejemplares importados, muy infraccionados en precio por devaluación del peso frente al dólar y también por el descenso en las exportaciones.

VENTAS DE EJEMPLARES			
	2.013	2014	Variación 2013-2014
Edición nacional ventas mercado interior	27.039.739	27.481.385	1,60%
Importados venta comercio interior	5.899.415	5.454.798	-7,50%
Total	32.939.154	32.936.183	-0,01%
Ejemplares nacionales ventas comercio exterior	5.206.898	4.943.017	-5,10%
Total	38.146.052	37.879.200	-0,79%

El análisis de la venta de ejemplares por subsector de la edición nos muestra claramente que el ligerísimo descenso total se debe al segmento de "interés general", aumentando significativamente el libro profesional, el universitario, y el religioso.

El volumen de facturación del mercado colombiano, muy estable aunque también ligeramente estancado, se sitúa en torno a los 258 millones de dólares. El segmento que frena el crecimiento es el de la edición nacional, probablemente también afectada por una cierta subida de precios.

FACTURACIÓN			
	2013	2014	Variación 13-14 (%)
Edición nacional ventas mercado interior	399.343.535.051	388.300.022.702	-2,80%
Importados venta comercio interior	164.673.171.314	175.628.608.138	6,70%
Ventas totales mercado interior	564.016.706.365	563.928.630.840	-0,02%
Ventas nacionales comercio exterior	54.766.039.482	54.502.408.701	-0,50%
Ventas totales en pesos	618.782.745.847	618.431.039.541	-0,10%

39 CÁMARA COLOMBIANA DEL LIBRO. Estadísticas del libro en Colombia, Informe del año 2014: http://camlibro.com.co/historico-informes/

Destaca que el 40% de la facturación proviene del segmento didáctico, es decir, libros de texto.

En cuanto a las cifras de comercio exterior se debe destacar el fuerte descenso en exportaciones y en importaciones. En cualquier caso la balanza comercial es fuertemente negativa. En el caso de las exportaciones los cinco primeros países de destino son México, Ecuador, Panamá, EEUU y Perú. En sus importaciones hay que destacar que el 75,8% de las mismas proviene de extra América Latina.

Los datos sobre empleo nos muestran un descenso de los recursos humanos en el sector, más acusado al comparar con la cifra de personas que trabajaban en el sector en 2008, y que ascendía a 5.599 personas.

En cuanto los canales de comercialización en número de ejemplares se puede observar que el canal de librerías representa el 38,6% del mercado.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN	EJEMPLARES
1 Librerías y Grandes Superficies	10.486.171
Librerías Propias	4.148.448
2 Subtotal Librerías	14.634.619
3 Ventas Directas (textos escolares *)	7.610.154
4 Exportaciones	4.943.017
5 Ferias del Libro	447.104
6 Gobierno Nacional, Departamental y Municipal	3.965.072
7 Universidades (privadas y públicas)	1.310.321
8 Ebook y otros formatos (no papel)	538.905
9 Online (plataformas en Internet **)	393.440
10 Placismo	4.036.568
Totales	37.879.200

Y si analizamos los canales por cifra de ventas se puede concluir el enorme peso de las librerías físicas, con un 45,3% de la facturación total, y una baja cuota todavía de las librerías online.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN	CIFRA DE VENTAS
1 Librerías y Grandes Superficies	221.537.505.637
2 Librerías Propias	53.468.587.097
Subtotal Librerías	280.006.092.734
3 Ventas Directas (textos escolares *)	161.592.129.167
4 Exportaciones	54.502.408.701
5 Ferias del Libro	10.295.496.155
6 Gobierno Nacional, Departamental y Municipal	19.507.943.252
7 Universidades (privadas y públicas)	42.503.398.945
8 Ebook y otros formatos (no papel)	21.161.028.541
9 Online (plataformas en Internet **)	12.278.870.105
10 Placismo	16.583.671.941
Totales	618.431.039.541

Sobre el tejido de bibliotecas, los datos de Cerlalc[40] muestran que el 96% de los municipios cuenta con una biblioteca pública, este ratio sólo es superado por Brasil con el 98%, pero necesita seguir mejorando, pues existen 2,8 bibliotecas por cada 100.000 habitantes, siendo este un ratio muy significativo a la hora de evaluar la situación bibliotecaria de los diferentes países. El número de préstamos por usuario registrado es de 1,5. Los índices de lectura se sitúan en torno al 48,4%, lo que supone un aumento de 1,5% respecto al año 2012.

El esfuerzo del país tanto en la mejora de su red de bibliotecas como en la implementación de serios y rigurosos planes de lectura

40 Informe "El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica" de Cerclalc. Diciembre 2014: http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2014/12/El-libro-en-cifras-no.-6-final.pdf

debe dar muy pronto sus frutos. Las fuertes inversiones del Ministerio de Cultura en estas áreas son un modelo a seguir en América Latina.

La edición digital

La edición digital está en un proceso de consolidación muy relevante en Colombia, con un incremento de producción entre 2012 y 2014 del 93%. Sobre el total de títulos editados, 16.030, la producción digital representa ya el 23,15%, uno de os porcentajes más altos de toda América Latina.

La facturación de libros digitales crece entre 2013 y 2014 el 22%. Al cambiar la cifra de ventas de pesos colombianos a dólares observamos que el mercado digital alcanza ya los 17,5 millones de dólares. En cuanto a formatos se debe señalar que sobre la cifra de 3.711 títulos producidos, el formato PDF representa el 47,6% y el formato ePub el 22,6%.

Podemos observar que mientras que el papel parece estancarse, el aumento de la venta digital pasa de representar el 3,6% en 2012 al 6,80% en 2014.

La venta digital por subsectores de edición en 2014 tiene en el área de libros profesionales y universitarios el segmento más importante.

Subsector	Ejemplares	Cifra de Ventas
Didáctico (textos escolares)	394.657	12.308.831.265
Interés General	309.427	7.361.799.269
Profesional y Universitario	515.451	22.099.426.538
Religioso	1.562	28.977.650
Totales	1.221.097	41.799.034.722

Conclusiones

Colombia es un país con una industria editorial emergente que gana importancia de manera continuada, y con unas industrias culturales muy pujantes. Las magnitudes que presenta, en cuanto a fomento de la digitalización, el emprendimiento digital y una política de Estado tendente a convertir al país en un clúster líder en la región en el área digital, hacen de Colombia un escenario muy prometedor, con premisas y condiciones especialmente interesantes en cuanto a la emergencia y desarrollo de los mercados digitales.

Ventas según formato (papel / digital)							
	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Variación 2013-2014
	Cifra de ventas	%	Cifra de ventas	%	Cifra de ventas	%	%
Papel	574.730.488.262	96,40%	584.598.281.512	94,50%	576.632.004.819	93,20%	-1%
Digital	21.650.844.509	3,60%	34.184.464.335	5,50%	41.799.034.722	6,80%	22%
Total	596.381.332.771	100%	618.782.745.847	100%	618.431.039.541	100%	-0,10%

3.5. Ecuador

Se trata de un país con unos 16 millones de habitantes cuya población se concentra principalmente en las ciudades (66%). Tasas de PIB muy elevadas desde 2010 (en torno al 4,5%), han aumentado mucho el poder adquisitivo de la población y han conformado una importante clase media.

Aunque en estos dos últimos años el crecimiento económico se ha ralentizado, todos sus índices macroeconómicos son buenos. La economía ecuatoriana ha presentado un continuado crecimiento desde su dolarización en enero del 2000, y ha conseguido esquivar la recesión durante la crisis económica global de 2009, seguramente gracias a no tener moneda propia. Ecuador ha concentrado sus esfuerzos en diversificar su matriz energética e incrementar la inversión pública en infraestructuras: hidroeléctricas, carreteras, aeropuertos, hospitales, colegios, etc.

Aun así, la economía de Ecuador, que caerá en torno al 1% este año, afronta un panorama complicado porque dependerá de la disponibilidad de financiamiento externo y sufrirá pérdida de competitividad por la revaluación del dólar. Ecuador mantendrá el dólar como moneda, pese a la difícil situación económica que enfrenta por la caída de los precios del petróleo y la apreciación de la divisa estadounidense que está golpeando sensiblemente su comercio.

Mercado cultural y del libro

Uno de los indicadores[41] más llamativos desde el punto de vista de la producción, es que se están creando unas 35 editoriales cada año de manera ininterrumpida desde hace una década. Los datos a 2015 muestran un censo de 533 editoriales.

Se ha producido un crecimiento de títulos del 3,6%, y un descenso en el número de ejemplares del 10%, producto de la fragmentación del mercado y del descenso en los libros de texto, en torno a un 26%.

La edición de novedades frente a reimpresiones y rediciones representó el 81% en 2015, siendo las materias Ciencias Sociales y Literatura las más editadas, en un porcentaje del 69%.

En cuanto a su comercio exterior Ecuador exportó libros por valor de 6,7 millones de dólares FOB en 2014, una cifra ligeramente superior a la de 2013, y en cuanto a importaciones la cifra en 2014 ascendió a 49,3 millones de dólares CIF, un 7,6% menos que en 2013. Las importaciones extra América Latina representan el 60% del total.

Las exportaciones están muy diversificadas en cuanto a países, pero destacan México (23%), Guatemala (22%), El Salvador (16,8%) y Perú (9,2%). En cuanto a las importaciones, también diversificadas, destacan Colombia (19%), México (15,3%), EE.UU. (14,3%), y España (13,7%).

Los problemas principales que se aprecian en este mercado son:

- Por un lado, los altos precios que el libro importado tiene en el país.
- Por otro, cerca de un 30% de las publicaciones no se registran en la agencia del ISBN.
- En torno a un 15% de la oferta de títulos en librerías es pirata, lo que conlleva que exista una industria paralela de

41 Datos de la Cámara Ecuatoriana del Libro: http://www.celibro.org.ec/frontEnd/images/objetos/ESTADISTICAS%20ISBN%202015.pdf

edición en la que se refugian amplias capas de población, que obviamente no pueden acceder al mercado legal por un problema de renta.

- Un tejido de librerías bastante mejorable, el último censo público de librerías mostraba la existencia de 471 librerías a lo largo del país, una librería por cada 34.000 habitantes, con un 40% de ellas en la provincia de Pichincha (que tiene apenas el 18,5% de la población), la situación es que de las 24 provincias que tiene Ecuador, 14 de ellas tienen una o dos librerías por cada 100.000 habitantes.

La edición digital

La producción de libros electrónicos es del 15,5%, lo que representa un volumen de títulos en torno a los 700 títulos.

Conclusiones

Resulta difícil analizar las cifras del mercado ecuatoriano debido a que la Cámara del Libro de Ecuador no maneja estas estadísticas, que únicamente las tienen editoriales y librerías. Es por ello que se hace necesario recurrir a estimaciones para acercarse al análisis del mercado ecuatoriano. Una aproximación al tamaño del mercado editorial, basada en estimaciones y proyecciones, nos sitúan en una horquilla de entre 110 y 125 millones de dólares, siendo la venta digital actual en torno al 1%. Insistimos en que se trata de unas estimaciones.

Una fuente de información interesante es la revista Leo[42], que edita la Cámara Ecuatoriana del Libro y que puede descargarse libremente.

42 Acceso a la web de la Cámara Ecuatoriana del Libro: http://www.celibro.org.ec/

3.6. España

Al analizar la situación del mercado del libro en España en estos 5 últimos años vemos el enorme deterioro que la industria del libro ha tenido debido a la crisis financiera, así como a un cambio en los hábitos de consumo de los españoles. El descenso cercano a los mil millones de euros indica claramente el grave impacto que ha tenido ambos fenómenos en el mundo del libro. Si analizamos el contexto en 2015, podemos observar que las cifras oficiales de la FGEE mostraron un crecimiento del 2,8%, pero orgánicamente centrado en los libros de texto, quedando el resto de las áreas de edición con pequeños descensos. Pero si analizamos todos los vértices que los datos publicados por la FGEE aportan, hay un área de negocio sobre el que no existe controversia ninguna, el crecimiento, lento pero continuado del mercado digital.

Mercado cultural y del libro

España presenta las siguientes principales magnitudes:

- El sector editorial incrementó su facturación hasta los 2.257 millones de euros, si bien aún sigue un 30,8% por debajo de la existente en 2008.

- Este incremento se apoya en el aumento de ventas de los libros de texto no universitario y libros científico-técnicos y universitarios. La entrada en vigor de la LOMCE en los cursos pares de Primaria, y los impares de Secundaria y Bachillerato suponen una mejora de las ventas, con bajada de precios, pero lejos de cifras de años anteriores a la crisis.

- Las librerías y las cadenas de librerías siguen siendo los principales canales

de distribución de libros. La mejora de las ventas en estos canales ha estado apoyada por la venta de los libros educativos.

- El sector editó un total de 80.181 títulos, con una tirada media de 2.810 ejemplares por título. La oferta editorial española cuenta con un catálogo de 586.811 títulos vivos. El precio medio se situó en 14,52 euros.

- El libro editado en formato digital facturó 115 millones de euros, un 4,9% más, y representa un 5,1% del total de la facturación del sector. Los libros en este formato mantienen su peso en la facturación, en línea similar con los países de su entorno. Se vendieron 12,7 millones de ejemplares a un precio medio de 9,1 euros.

- La facturación del libro de bolsillo continúa reduciéndose, con una caída del 9% en ventas y un 15,3% de venta de ejemplares.

- Las exportaciones del sector del libro alcanzaron los 552,36 millones de euros, con un incremento del 3,2%. El saldo neto de la balanza Comercial sigue siendo positivo: 324,38 millones de euros.

- La producción[43] aumentó un 0,2% con respecto al año anterior (pasando de 79.224 en 2014 a 79.397), la edición de libros en soporte papel aumenta un 0,4% (57.117 libros editados en 2015, frente a los 56.867 del año anterior); la edición en otros soportes ha disminuido el 0,3% (22.280 soportes en 2015, frente a los 22.357 de 2014).

ISBNs inscritos	2011	2012	2013	2014	2015
Papel	72.673	66.437	53.775	56.867	57.117
En otros soportes	24.189	24.541	23.028	22.357	22.280
Total	96.862	90.978	76.803	79.224	79.397

Fuente: elaboración propia partiendo de datos del estudio.

- El número de ISBN inscritos desciende un 10,6% en la edición de carácter público y aumenta un 1,4% en la edición privada, representando en 2015 el 9,0% y el 91,0% sobre el total de la producción editorial respectivamente.

- En cuanto a áreas de edición, se producen aumentos de producción en: libros de texto (15,3%), libros de ciencia y tecnología (14,7%) y libro infantil y juvenil (5,5%); y descensos en libros de ciencias sociales y humanidades (4,8%), creación literaria (4,4%).

- La edición electrónica ha tenido un descenso del 0,1% respecto al año anterior y supone el 28,1% de los ISBN inscritos en el año y el 26,3% del total de la producción.

ISBNs inscritos	2011	2012	2013	2014	2015
Soporte					
Edición electrónica	23.766	24.322	22.946	23.310	22.279
Videolibros	320	143	45	25	0
Audiolibros	103	76	36	22	0
diapositivas	0	0	0	0	1
Total	24.189	24.541	23.028	22.357	22.280

Fuente: elaboración propia partiendo de datos del estudio.

43 A partir de aquí se incluyen datos aportados por el avance del informe "Panorámica de la edición 2015": http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/pee/contenedora/datos-mas-significativos.html

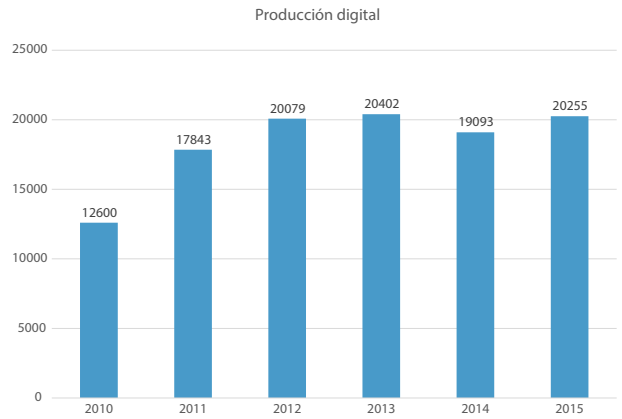
- Las traducciones representan el 16,2% de la producción, destacando el inglés (51,7% de la obra traducida).

- Las comunidades autónomas de Cataluña y Madrid representan el 62,1% del total de la producción, con una participación del 36,3% para Madrid, y del 25,8% para Cataluña. A continuación figuran Andalucía (13,2%) y la Comunidad Valenciana (7,4%).

- El 31,8% de la producción privada, fue editado por 96 empresas editoriales, que representan el 3,2% de las que tuvieron actividad en 2015.

La edición digital

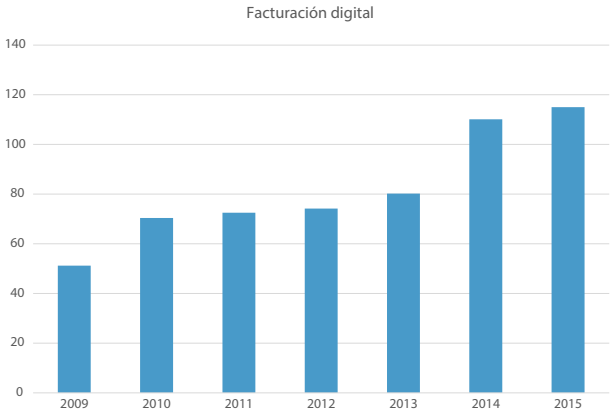
La producción de libros digitales se mantiene estable en torno a los 20.000 títulos anuales (un 25% de la producción total), según se desprende de los datos de la Agencia del ISBN. Esto produce una brecha papel versus digital en cuanto a que son miles de títulos los que no acaban de ser editados digitalmente, constituyendo en sí mismo un acicate para factores como la piratería debido a la inexistencia de una versión legal y a precio competitivo en el mercado.



Fuente: elaboración propia partiendo de datos del estudio.

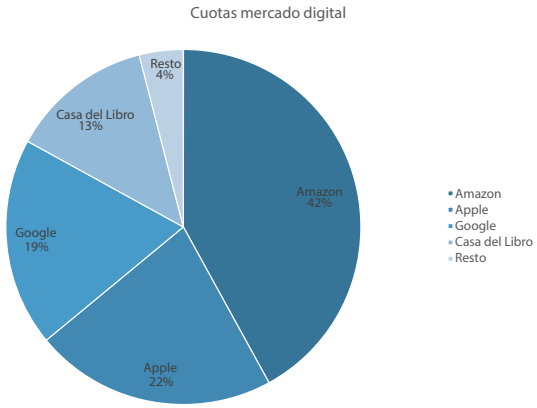
Un plan de subvenciones a la conversión digital de catálogos, podría ser un estímulo importante para construir, ordenar y mantener un catálogo digital más profundo, y sentar las bases de un mercado digital más sólido.

En cuanto al volumen de facturación obtenido hay que destacar que el libro digital sigue creciendo[44]:



Fuente: elaboración propia partiendo de datos del estudio.

Las cuotas de mercado continúan mostrando un oligopolio de tiendas de comercio electrónicos que son las que capturan la mayor parte del mercado, quedando un papel casi testimonial a las librerías independientes, cuya cuota está disminuyendo peligrosamente.



Fuente: elaboración propia partiendo de datos del estudio.

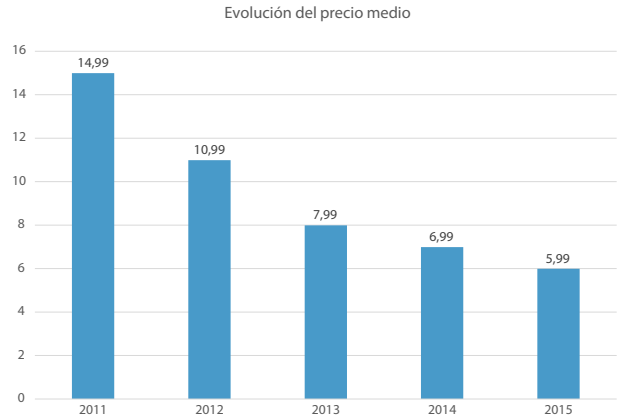
44 Según el avance de datos que presenta la FGEE.

De todo el volumen de comercialización, hay que destacar que entre el 35% y el 50% se vende en Latinoamérica, lo que demuestra que hay una emergencia del mercado digital muy prometedora en el continente.

Una comparación respecto a cuánto representa el mercado digital en España frente a otros mercados internacionales, muestra unas cuotas muy similares a otros países europeos (por debajo Países Bajos con el 4,9% e Italia con el 4,3%, y por encima con Francia con el 6,5% y Alemania con el 8,2%), salvo con Reino Unido que supone el 22% y por supuesto con Estados Unidos que está sobre el 30%.

La brecha que se observa entre la venta en comercio interior versus mercados exteriores puede guardar una relación directa con el tema "precio". Si el libro en papel español adopta precios absolutamente prohibitivos para gran parte de los lectores en Latinoamérica, los precios digitales, entre un 35% y un 50% más bajos, conllevan que el libro digital sea mucho más asequible a una población mucho más densa del mercado.

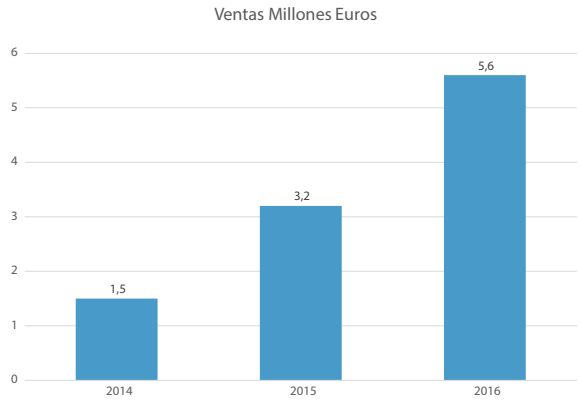
En relación al precio medio, incluyendo autopublicados, muestra un descenso continuado en estos años. Esta tendencia parece ya estar a punto de tocar fondo, lo que sí parece demostrar es que la eclosión de la oferta masiva de los ebooks autopublicados ha forzado el mercado a unos precios ciertamente bajos, lo que abre una profunda reflexión sobre la sostenibilidad económica de algunos proyectos editoriales. Pero también es cierto que abre vías de análisis sobre la necesidad de considerar el precio como algo vivo y susceptible de ser movido de manera continua para inducir demanda.



Fuente: Bookwire

En cuanto a la facturación por materias se debe resaltar que hay algunas áreas de edición con un peso considerable, por ejemplo, Ciencias sociales y Humanidades (45,3%), Libros de texto (23,5%) y Literatura (17,7%).

Y un dato final importante es la evolución de la venta directa desde la editorial, que desciende al 14,5% en 2015 frente al 21,5% de 2014. El canal preferido por los editores es la venta a través de empresas de distribución digital y la venta directa a través de las grandes plataformas de comercio electrónico.



Fuente: elaboración propia partiendo de datos del estudio.

En cuanto a la venta a canales bibliotecarios e institucionales hay que resaltar que el crecimiento es importante, pero muy lejano de las expectativas que se presentan. El rápido desarrollo del servicio de préstamo digital en bibliotecas públicas y universitarias, en España y Latinoamérica, lleva a pensar que el incremento de ventas será enorme, si

tomamos como referencia la compra de estos canales en formato papel, la mutación de estos canales a la compra digital puede acelerar el mercado de manera vertiginosa.

Conclusiones

El crecimiento del mercado digital tiene mucho que ver con los ritmos de introducción de una tecnología enormemente disruptiva, lo que conlleva que deba adaptarse a una incorporación generacional paulatina y constante, ya educadas y habituadas a un consumo masivo de contenidos a través de distintas pantallas, así como la introducción de canales secundarios de compras como los servicios de préstamo bibliotecario tanto en bibliotecas públicas como universitarias. El índice de lectura es el más alto de los estudiados en este informe con un 61%, pero alejado de otros países de su entorno.

- El crecimiento del mercado digital no compensa la disminución del mercado del papel, lo que lleva a numerosos editores a no adoptar una decidida decisión de invertir en el nuevo mercado, pese a que hoy sabemos que el libro electrónico está impulsando el crecimiento en el negocio de la edición en España, y es la única fuente de compensación ante la caída de ventas del libro impreso.

- El estancamiento, cuando no descenso, del volumen de unidades de los libros electrónicos publicados a través de editoriales de gran tamaño, mientras que las ventas de libros autopublicados está teniendo un rápido incremento debido entre otras cuestiones a que se venden con precios de referencia muy reducidos respecto al precio medio marcado por las editoriales tradicionales.

- El sector de los libros profesionales, académico-universitarios, se prefigura como la categoría más potente en cuanto a ventas en el mercado digital, ya que es mucho más práctico para los usuarios profesionales disponer del libro en formato digital que obtener las alternativas impresas.

- Un previsible incremento en los próximos años de renta disponible en los jóvenes debe conllevar un aumento de la demanda de libros digitales.

- La incorporación de canales bibliotecarios e institucionales pueden incidir directamente a un incremento de la demanda agregada de libros electrónicos en los próximos años, se puede diagnosticar la situación como de ritmo pausado pero continuado.

- Si en la actualidad el libro electrónico representa en torno al 5% del volumen comercializado no es descabellado pensar que para el horizonte 2020 el contenido digital en muchas áreas de la edición podría alcanzar una cuota cercana al 30%.

- Los datos de producción de libros digitales muestran el esfuerzo de la industria editorial a pesar de la crisis en cuanto a poner a disposición de los usuarios una importante oferta digital, pero aun así sigue siendo limitada. Si observamos esa producción con la de títulos en papel (84.300) y analizamos el volumen de novedades y primeras ediciones (71.315), observaremos que el limitado catálogo digital (unos 20.000) es un hándicap muy serio para desarrollar el mercado.

- Si la cantidad de libros autopublicados continúa en ascenso, los efectos que

pueda tener sobre el sector editorial son difíciles de predecir, salvo el de la presión sobre precios. De la cifra que, según estimaciones, mueve la autopublicación, unos 10 millones de euros anuales en España, se calcula que al menos un 50% de esta cifra es claramente digital.

- En cuanto a formatos hay que destacar que el ePub gana terreno en la oferta digital. En 2015 el sumatorio de ePub y Mobi representa el 54%, frente al 40% del PDF. La decisión editorial de editar en un formato o en otro guarda cierta relación con la materia a editar y con el perfil editorial, la materia Ciencias Sociales y Humanidades, y las editoriales universitarias son más proclives a editar en PDF.

- Aumento de referencias digitales en libros de texto (de 6.334 títulos a 12.616 en el curso siguiente[45]).

- La carencia de interoperabilidad entre ficheros de distintas plataformas, conlleva un cierto desprecio por el usuario que paga por la adquisición de contenidos, en este sentido entendemos que la fijación de criterios por parte de los editores, a modo de hoja de ruta, debería incidir en una presión sobre las plataformas para posibilitar la interoperabilidad de todo tipo de contenidos en las bibliotecas de cada usuario.

3.7. México

México seguirá creciendo en 2016 pero a una tasa algo más baja de lo que ha venido haciendo durante la última década. Los datos sobre el PIB muestran que durante 2016 se moverá en torno al 2,8. Un país que, pese a los avances experimentados todavía tiene 53 millones de pobres (11 en situación de extrema pobreza), una gran dependencia del petróleo en su economía, y una devaluación de su moneda frente al dólar en un porcentaje del 25%, lo que lleva a ser cautos respecto a su evolución macroeconómica.

Mercado cultural y del libro

México mantiene una producción de libros muy elevada de ejemplares año a año, rondando los 300 millones de ejemplares[46].

En el año 2014 el sector privado produjo 141.4 millones de ejemplares, de los que el 31% (44.3 millones) fue producción para los programas de Gobierno de Bibliotecas de Aula y Escolares y Texto Gratuito para Educación Secundaria, y 97 millones para el mercado abierto.

La producción del sector público considerada es la de CONALITEG, que en 2014 fue de 165 millones de ejemplares.

PRODUCCIÓN (millones de ejemplares)		
Tipo de Sector	**2013**	**2014**
Producción sector privado para mercado abierto	102	97
Producción sector privado adquirida por el Gobierno	44	44
Producción del sector público	195	165

Fuente: elaboración propia partiendo de datos del estudio.

45 Datos para el curso 2014-2015 de ANELE: http://anele.org/wp-content/uploads/2011/05/INFORME-EVOLUCI%C3%93N-PRECIOS_ANELE_-2015_2016.pdf

46 Datos de la Cámara del Libro de México http://caniem.org/estadistica/ Informe: Indicadores del sector editorial privado en México 2014. CANIEM.

Pero este volumen requiere una matización. En el año 2014 el 54% de su producción de ejemplares fueron editados por el sector público (Gobierno), perteneciendo solamente un 46% a la producción de las editoriales privadas.

Las cifras de producción editorial de títulos de la industria privada se sitúan en 23.948 títulos, un 10,8% menor que en 2011. De la cifra anterior de títulos hay que resaltar que 2.739 fueron títulos digitales, es decir, un 11,4% de la producción y un 60% de títulos más que en 2011.

Otras magnitudes importantes referidas al año 2014 de la edición privada (datos de 226 editores) en México son:

- Producción de 23.955 títulos, un 21,7% menor que en 2013.
- Producción de 141 millones de ejemplares, un 2,9% menos que en 2013
- Comercialización de 128.905 títulos en 2014, un 15% inferior a 2013.
- Comercialización de 143 millones de ejemplares, cifra inferior a la de 2013 en un 3,2%.
- El volumen comercial ascendió a 10.693.612.226 (590 millones de dólares al cambio de 2016) en ediciones impresas, un 1,8% inferior a 2013, y 43.722.898 (2,4 millones de dólares al cambio de 2016) en digital, un 123% superior a 2013.
- El sector emplea en la actualidad a 12.323 personas, sumando empleo fijo, eventuales y freelances, cifra un 4,5% inferior a la de 2013.

Los datos referidos a producción editorial muestran también:

- La producción de títulos en 2014 fue de 23,955, lo que significó un decremento de 21% respecto a lo observado en 2013. Esta reducción significó alrededor de 2,700 novedades y 3,800 reimpresiones menos en la edición de títulos.
- La producción de ejemplares también sufrió un decrecimiento, de 2.9%, que significó 4.3 millones de piezas menos.
- La reducción en la producción se generó exclusivamente en ediciones de novedad, con 8 millones de ejemplares menos, es decir una variación de menos 18%.
- Por otro lado, la producción de reimpresiones presentó un aumento de 4.4%, lo que significó 4.3 millones de ejemplares más.

El estudio de las cifras de comercio exterior que aporta Cerlalc[47] se puede observar un incremento de las exportaciones entre 2013 y 2014 del 16%, pasando de 150 millones de dólares FOB a 175. En el caso de las importaciones se observa un incremento del 2%, pasando de 371 millones de dólares CIF a 379. En los datos de importaciones de 2014 se observa que el 94% proviene de países extra América Latina, y solo un 6% de este continente.

En cuanto a canales de comercialización, el canal de Gobierno continuó siendo el principal medio de distribución de las editoriales

47 Acceso al repositorio de documentos elaborados por Cerlalc sobre la colección "El libro en cifras": http://cerlalc.org/coleccion/coleccion-documentos-cerlalc/

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN (en miles de ejemplares)						
	2010	2011	2012	2013	2014	%
Ventas a gobierno	46.496	49.512	59.349	48.486	48.818	34,1
Librerías	39.999	40.345	39.408	36.776	36.317	25,4
Venta a escuelas	12.476	13.512	17.974	25.152	23.868	16,7
Exportación	15.466	14.951	13.428	14.545	11.489	8,0
Autoservicio y departamentales	10.611	8.393	9.549	8.153	8.398	5,9
Expendios propios	3.870	4.494	4.311	5.356	4.873	3,4
Venta a empresas privadas	2.426	3.761	907	1.968	3.210	2,2
Ferias del libro	1.170	1.032	1.413	1.101	1.415	1,0
Otros	6.093	6.339	5.078	6.226	4.679	3,3
Total	138.607	142.339	151.417	147.763	143.067	100,0

privadas. En 2014 esta venta representó el 34%, lo que significó un incremento en la participación en la venta de 1.3 puntos porcentuales.

En 2014, la cuarta parte de las ediciones se vendieron a través de librerías, con lo que este canal se mantuvo como el segundo en importancia, aunque continuó con la tendencia a la baja iniciada en 2011.

Desde 2012 la venta en escuelas ha sido el tercer canal en importancia, y en 2014 este canal participó con 16% de los ejemplares vendidos, aunque comparando con 2013 éste mismo registró un decrecimiento del 5.1%.

Los datos sobre librerías[48] presentan las siguientes magnitudes:

- 1.204 puntos de venta encuestados, de los que 43% son matrices y el resto son sucursales.
- 31% de los puntos de venta se encuentran en el Distrito Federal, los estados de Jalisco y de México son los segundos con más librerías con 7% cada uno.
- El 62% son librerías tradicionales, 19% son librerías de editoriales y alrededor de 7% son librerías universitarias.
- 33% de las librerías cuentan con un espacio de menos de 50 metros, otro 20% cuenta con área de entre 50 y 100 metros cuadrados.
- Aproximadamente 34% de las librerías tienen entre 10 y 20 años de existencia, otro 25% tienen hasta 10 años.
- El 44% de los puntos estudiados se encuentran contenidos en otros espacios, los más recurrentes son los centros y plazas comerciales (33%), campus, colegios o institutos de investigación (21%), museos, zonas arqueológicas y casas de cultura (17%).
- El 55% de los puntos tienen un fondo de tipo general, mientras que 26% exhibe un fondo especializado.

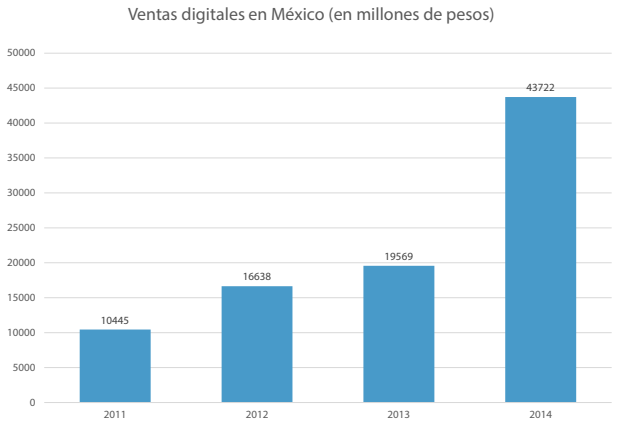
48 Datos de la Cámara del Libro de México cerrados a 2014. Informe: Indicadores del sector editorial privado en México 2014. CANIEM: http://caniem.org/estadistica/

La edición digital

Las cifras de producción editorial digital de la industria privada se situó en 2.739 títulos, un 11,4% de la producción y un 60% de títulos más que en 2011.

La facturación obtenida por venta de libros digitales en 2014 fue de 43,7 millones de pesos con respecto al año anterior, incrementándose en un 123%. El 55% de esta venta se generó por ediciones puestas a la venta durante 2014, mientras que el 45% restante correspondió a ventas de ediciones ya existentes en el fondo.

Esta facturación digital no llega al 1% sobre la facturación total, pero se trata de la cifra de venta de únicamente los editores nacionales. Lo más importante es la tendencia ascendente en ventas con incrementos año tras año, sobre todo el doble de 2014 con respecto a 2013.



- Este monto de facturación se duplicó con respecto al observado en 2013, tanto en la venta de novedades como en la de fondo, en ambos casos el incremento fue de más de 11 millones de pesos.

- El 60% de la facturación registrada en 2014 corresponde a las editoriales de Ciencia y técnica, que incrementaron el valor de facturación en 13 millones de pesos.

- Las editoriales con libros de interés general participaron con 39% de la venta, lo que fue resultado de un incremento de 10 millones de pesos en la venta de ediciones digitales. En 2013 la participación de estas empresas era de 35%

- En 2014, las editoriales de libros de Texto registraron, por primera vez, el valor de venta de sus ediciones digitales, que representaron 0.1% del total.

Al sumar la facturación de ediciones impresas y la facturación de ediciones digitales, se obtiene un monto total de 10,737 millones de pesos, de lo que la venta de ediciones digitales representó 0.4%. Este porcentajes es mayor al observado en 2013, que fue de 0.2%.

Pero esta no es la cifra final de comercio digital en México, la cifra que adelantan distintos analistas nos señala que de media se hacen unas 70.000 descargas al mes a un precio medio de 7 dólares, esto nos daría un cifra de facturación digital en el país de 5,98 millones de dólares, en esta cifra se incluye toda la venta que realizan las diferentes librerías online con productos digitales de editores de todo el mundo.

Conclusiones

La enorme vitalidad y perspectivas de desarrollo y crecimiento que México tiene hacen de este mercado el más importante de toda la América castellanoparlante. El peso que el Estado tiene en la producción de libros es de una envergadura enorme, pero tal y como garantiza la Ley General de Educación del país, es la única forma de hacer llegar el libro,

en cualquiera de sus formatos, a capas muy desfavorecidas de la población. Los índices de lectura aún son bajos estando en el 20%.

Son numerosas las editoriales internacionales que editan en español que señalan que, de todas sus ventas en Iberoamérica, las que tienen como destino México constituyen entre un 40% y un 65% del total, de ahí que, en el marco de un diseño estratégico de acceso al mercado latinoamericano, México sea la puerta de entrada al continente.

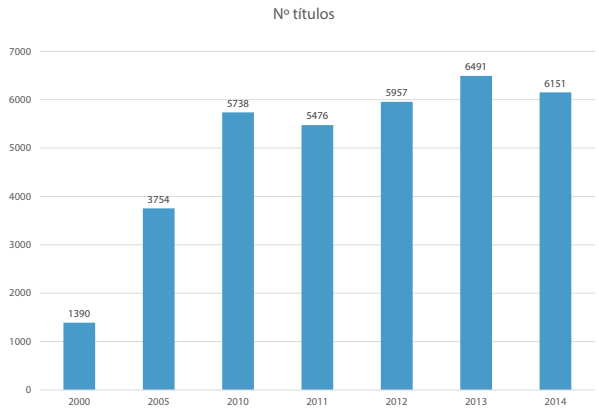
3.8. Perú

Con 30 millones de habitantes, un promedio de crecimiento económico en la última década en torno al 6,5% y una inflación del 2,5%, el país presenta unas expectativas de comercio muy importantes, y en especial en el comercio del libro. Pese a que en estos dos últimos años el PIB ha bajado considerablemente, hasta situarse en torno al 3,5%, por efecto del descenso de precios en el comercio de materias primas a raíz de un descenso en la demanda, la economía peruana sigue manteniendo una buena estabilidad macroeconómica y un gran dinamismo, pero también es cierto que esta situación está llevando a una ralentización del consumo privado, lo genera algunas inquietudes.

Con unos índices de lectura bajos, en torno al 35%, el Ministerio de Cultura junto al Ministerio de Economía y Finanzas han realizado una convocatoria municipal en Lima y Provincias, para la elaboración del Plan Municipal del Libro y la Lectura para el período 2016-2021, con el objetivo de democratizar su acceso, fomentando que sus ciudadanos desarrollen plenamente el derecho a la educación y a la información, teniendo al libro y a la lectura como herramientas de aprendizaje.

Mercado cultural y del libro

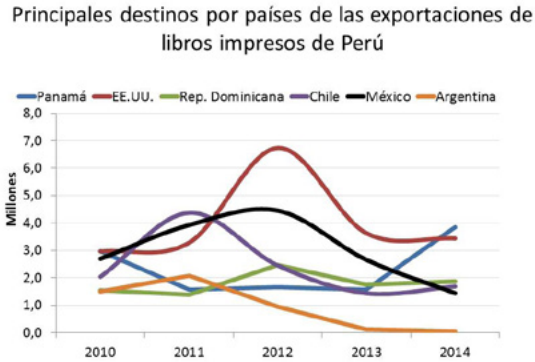
El mercado editorial peruano[49] está creciendo en su volumen de producción ininterrumpidamente desde el año 2000, pasando de 1.390 títulos a 6.151 en 2014. Esto demuestra claramente un enorme dinamismo editorial y un aumento significativo, lento pero constante, de los ratios de producción de libros.



Fuente gráfico: elaboración propia

En estos datos de producción es importante señalar que la producción comercial supone un porcentaje muy elevado.

En cuanto a producción digital asistimos también a un crecimiento continuado de este formato de edición.



49 Fuente de datos: www.cerlalc.org

El comercio exterior de exportaciones muestra un crecimiento interesante, pasando de 21,1 millones de dólares FOB en 2010, a 24,2 en 2014. Esto representa que Perú sea el cuarto mayor exportador de libros de América Latina. Los principales destinos de sus exportaciones son Panamá, EE.UU., Chile, República Dominicana, México y Argentina.

En importaciones de libros hay que observar que hay un crecimiento importante, si en 2012 importaron 62,6 millones de dólares CIF, en 2014 esta cifra ascendió a 79,4, con un porcentaje del 76% de origen extra América Latina.

A pesar de tener unos ratios de lectura relativamente bajos en comparación con otros países de América Latina, pues se sitúan en torno al 35%, el esfuerzo que se está realizando tanto en este área como en el desarrollo de un buen tejido de bibliotecas, hacen ser especialmente positivos en su evolución a futuro. La Biblioteca Nacional, órgano rector del sistema de bibliotecas públicas del país, tiene unas 1.900 bibliotecas adscritas, y los planes de mejora en infraestructuras y dotaciones es una de sus prioridades. Por otro lado la red de bibliotecas especializadas y universitarias (cerca de 4.900), muchas de ellas comenzando a preparar una migración digital de sus adquisiciones, llevan a pensar que el negocio digital crecerá de manera significativa.

El estado de la lectura en Perú y cómo los lectores se están enfrentando al cambio en los hábitos de lectura muestra que el 67% de jóvenes de 18 a 29 años cuenta con Internet en sus smartphones y el 49% posee conexión a Internet en sus casas. De este mismo grupo, la encuesta revela que poco menos del 30% ya ha leído alguna vez un libro electrónico. Los resultados de la encuesta nos indican que la lectura de libros es un hábito cotidiano tan sólo para un 15,5% de los peruanos, porcentaje que tiende a incrementarse en función del nivel socioeconómico de las familias[50]. Los indicadores de los índices de lectura mejoran con cada medición, pero todavía representan un reto para las políticas públicas del país.

En promedio los peruanos leen unos 3.3 libros al año, que resulta ser una cifra algo baja, el dato importante es que esta cifra tiende a incrementarse entre los jóvenes.

Unos datos interesantes son los de creación de nuevos sellos editoriales y la apertura de nuevas librerías, en algunos casos ligadas a la creación de centros comerciales, que en estos últimos años están extendiendo las redes de comercialización del libro. Resulta significativo observar la instalación del Grupo Editorial Penguin Random House en el país.

También hay que mencionar que la Feria del Libro de Lima, hoy ya muy consolidada en la Región Andina, atrae cada año a 450.000 visitantes, lo que la convierte en un motor importante de comercialización de todo el sector editorial peruano, y en paralelo, la prórroga de la exención del IGV (Impuesto General a las Ventas) a los libros, que rige desde 2003, es una ayuda importante a todo el sector el libro en Perú.

50 Datos aportados por la encuesta Libros y hábitos de lectura realizada por el Instituto de Opinión Pública en septiembre de 2015: http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/52103/BoletinIOP_PUCP_137.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La edición digital

Perú contó con una producción del 7% de edición digital en 2015[51] y no disponemos de datos oficiales de volumen de negocio.

El libro digital ebook es ya conocido para un 27,9% de los entrevistados, y un buen porcentaje ya han leído total o parcialmente un libro en este formato. La penetración de los smartphones y la extensión del acceso a Internet, pueden contribuir a su universalización.

Una población joven en su pirámide demográfica, un 65% son menores de 35 años, y con una población online de 5 millones de usuarios, que consumen 22 horas al mes en Internet y una presencia de las redes sociales muy elevada (un 38,8% tiene cuenta en Facebook, el 8% en Twitter, y el 20,5% usa YouTube), llevan a pensar en unas expectativas de comercio digital especialmente interesantes. El esfuerzo que está realizando la Cámara del Libro de Perú en formación y transformación digital de sus editores es también relevante.

En el escenario digital internacional y nacional, las editoriales peruanas han empezado a tener mayor presencia en la Red. Han implementado sus tiendas online, blogs y perfiles en diferentes redes sociales. De la misma forma, se han creado librerías de ebooks, como por ejemplo Kiputeka[52], Perubookstore[53] y Librosperuanos.com[54].

También es significativo el desarrollo de plataformas de autopublicación, digital como YoPublico[55]. Se observa también un fuerte impacto en Amazon y Scribd respecto al aumento de autores que están publicando sus obras en estas plataformas.

Conclusiones

Estamos ante un país en crecimiento con estabilidad macroeconómica, dinámico y con amplias capas de población joven.

El préstamo digital en bibliotecas aún está sin desarrollar por lo que será una buena oportunidad de negocio para aquellas editoriales que tengan su catálogo digital a través de distribuidores digitales para que estas entidades puedan incorporar sus libros y ofrecerlos a sus usuarios.

Resumen de indicadores de la edición digital por países

En **Argentina** la edición digital supone un 15% de la producción y un 2% del volumen de negocio, unas cifras bajas en relación a otros países de América Latina sobre todo teniendo en cuenta que es un país con buenos índices de lectura. En cambio la lectura digital es baja, quizá debido a los precios (que son cercanos a los del papel), la inexistencia de dispositivos a precios razonables y una escasa presencia de plataformas internacionales de comercialización.

En **Brasil** no disponemos de datos reales debido a la escasa transparencia de los principales operadores que actúan en el mercado digital, pero las estimaciones sitúan

51 Según porcentaje de títulos según formato aportados por las agencias nacionales del ISBN, mostradas en el Informe de Cerlac "El libro en cifras. Número 9" (Página 8. Tabla 1): http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2016/07/El_libro_en_cifras_no_9_vf-30-06-16.pdf

52 http://www.kiputeca.com/kiputeca/web/

53 http://www.perubookstore.com/

54 http://www.librosperuanos.com/

55 Se puede acceder a YoPublico en este enlace: http://www.yopublico.net

la producción digital en un 20% sobre el total y una facturación del 0.66% con una fuerte subida en el último año. También destaca por canales de comercialización global el fuerte ascenso de la venta en librerías online.

Chile cuenta con una producción digital del 12,95% y una cuota de mercado del 1,5%. Destaca por la demanda observada en canales de bibliotecas con crecimientos del 150% en productos digitales comprados al exterior.

La edición digital en **Colombia** está en un proceso de consolidación muy relevante, con niveles de producción digital (23,15%) y facturación (6,80%) más altos de América Latina, y dándose fuertes incrementos en ambos indicadores en los últimos dos años. Dentro de la venta digital por subsectores de destacamos el área de libros profesionales y universitarios como el segmento más importante.

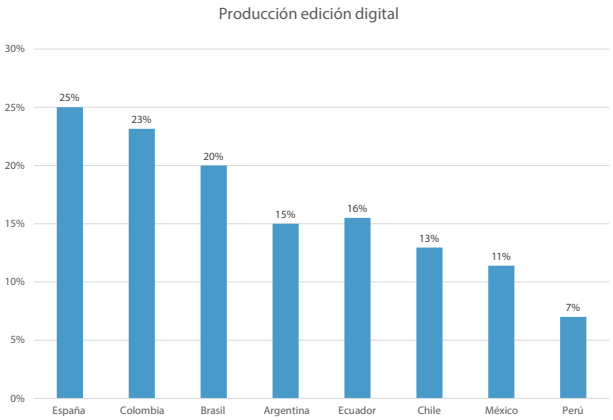
En **Ecuador** la producción de libros electrónicos es del 15,5%. No contamos con estadísticas oficiales en cuanto a otros indicadores de edición digital, así que se estima que el volumen de negocio es del 1%.

España presenta una producción aproximada del 25% y una facturación del 5,1% con un oligopolio de tiendas de venta de ebooks que son las que capturan la mayor parte del mercado. Entre el 35% y el 50% de la edición digital se vende en Latinoamérica. En cuanto a la venta a canales bibliotecarios e institucionales hay que resaltar que el crecimiento es importante.

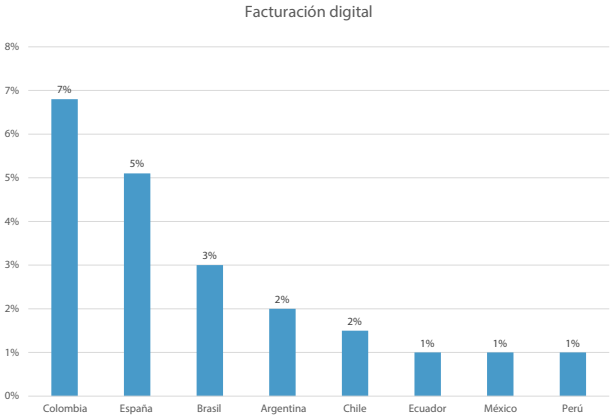
En **México** la producción editorial digital de la industria privada fue de un 11,4% de la producción (un 60% de títulos más que en 2011). La facturación digital no llega al 1% sobre la facturación total, pero se trata de la cifra de venta de únicamente los editores nacionales.

Lo más importante es la tendencia ascendente en ventas con incrementos considerables año tras año.

Perú contó con una producción del 7% de edición digital en 2015 y no disponemos de datos oficiales de volumen de negocio. Estamos ante un país en crecimiento con estabilidad macroeconómica, dinámico y con amplias capas de población joven. El préstamo digital en bibliotecas aún está sin desarrollar por lo que será una buena oportunidad de negocio.



Fuente gráfico: Elaboración propia partiendo de datos mostrados en el estudio.



Fuente gráfico: Elaboración propia partiendo de datos mostrados en el estudio.

4. Sobre Bookwire, Dosdoce.com y FIL Guadalajara, créditos del estudio y agradecimientos

Este informe ha sido elaborado por Dosdoce.com en colaboración con Bookwire.

Investigación y redacción del informe: Margarita Guerrero, Manuel Gil y Javier Celaya.

Edición y corrección de estilo: Maribel Riaza.

Diseño y maquetación: Emiliano Molina http://www.cuadratin.es/

ISBN: 978-84-946045-2-2

Sería injusto no agradecer a las cámaras del Libro, agencias del ISBN y asociaciones del libro y la edición de Latinoamérica, y a todos los informes de situación editorial de cada uno de sus mercados que han puesto a disposición de analistas y consultores en sus páginas web. Queremos hacer una mención especial en nuestro agradecimiento al CERLAC, ya que este informe no se podría haber realizado sin sus datos y fuentes de referencia. De igual manera, nos sentimos profundamente en deuda con numerosas personas del sector del libro en América Latina que nos han remitido sus datos y cifras. Nuestro agradecimiento más sincero a todos ellos.

Este Informe se publica gratuitamente con una licencia de *Creative Commons*, de tipo «Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada», que permitirá a los usuarios su copia y distribución por cualquier medio, siempre que mantengan el reconocimiento de sus autores (Bookwire y Dosdoce.com) y no hagan uso comercial de la obra, ni realicen ninguna modificación de la misma.

Edición especial para Fil Guadalajara 2016

Este estudio formará parte de los contenidos del **Programa de actividades para profesionales de acceso libre**, que se celebra anualmente en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (México). Este 2016, la FIL celebra 30 años como la punta de lanza en el panorama de las ferias del libro en el mundo, y la de mayor influencia en los países de habla hispana, con la presencia de América Latina como Invitada de Honor.

Sobre FIL Guadalajara

La Feria Internacional del Libro de Guadalajara es la reunión editorial más importante de Iberoamérica y un extraordinario festival cultural. Fundada hace 30 años por la Universidad de Guadalajara, es una feria para profesionales en donde el público es bienvenido, lo que la distingue del resto de las principales ferias que se realizan en el mundo. Sin descuidar su vocación como un encuentro de negocios, la FIL fue concebida como un festival cultural en el que la literatura es la columna vertebral, así como un espacio para la discusión académica e los grandes temas que cruzan nuestra actualidad, con un programa en el que participan autores de todos los continentes y diferentes lenguas.

Durante los nueve días de la Feria, el público escucha a sus autores preferidos; la industria del libro convierte a Guadalajara en su corazón, y la ciudad se llena de música, arte, cine y teatro del país o región Invitado de honor, que este año es Reino Unido.

Sobre Bookwire.es

La plataforma Bookwire, fundada en Alemania en 2009, se dedica a la distribución de productos electrónicos (libros electrónico, audiolibros, impresión bajo demanda) en más de 600 canales de venta a nivel mundial. En 2011 Bookwire consiguió ser el primer proveedor europeo certificado por Apple para su tienda online iBooksStore.

Bookwire ofrece un paquete de servicios globales de entrega, reporting, gestión de calidad, marketing en el punto de venta y conversión. La empresa distribuye cerca de 200.000 ebooks y 30.000 audioliobros de cerca de 1.000 editoriales de más de 30 países. Bookwire tiene oficinas en Alemania, España, México, Colombia, Chile, Perú, Brasil y Rusia.

La plataforma de distribución cuenta con cerca de 15.000 ebooks en español de unas 170 editoriales independientes de referencia en España y Latinoamérica como Acantilado, Páginas de Espuma, Plataforma Editorial, Fondo de Cultura Económica, Nórdica Libros, Impedimenta, Siruela, Antonio Machado Libros, Herder Editorial, Ediciones Encuentro, Ediciones Rey Naranjo, Paidotribo y Gedisa Editorial, Metaforic, entre otras muchas.

Datos de contacto

Margarita Guerrero
España & Latinoamérica
+34 650 96 40 12
margarita.guerrero@bookwire.es
http://www.bookwire.de/es

Sobre Dosdoce.com

Dosdoce.com es un portal que analiza el uso de las nuevas tecnologías en el mundo del libro. Desde sus inicios en 2004, el objetivo de Dosdoce.com ha sido animar a editoriales, librerías, bibliotecas, museos, fundaciones, etc., a utilizar todo tipo de tecnologías y a entender mejor las implicaciones y beneficios derivados de su uso en sus entidades.

A lo largo de estos años, Dosdoce.com ha elaborado más de 40 estudios e informes sobre el uso de las nuevas tecnologías en diferentes ámbitos del sector cultural. En noviembre de 2005 publicamos nuestro primer estudio: *El papel de la comunicación en la promoción del libro*. En 2006 publicamos dos nuevos estudios: *El uso de las tecnologías Web 2.0 en entidades culturales* y *Los retos de las editoriales independientes*. En octubre de 2007 publicamos el estudio*Tendencias Web 2.0 en el sector editorial*. En octubre de 2008, conjuntamente con la red social Ediciona, publicamos el estudio *La digitalización del libro en España*. En 2009 publicamos tres nuevos estudios: *La visibilidad de las ciudades en la Web 2.0* (a principios de año), *Visibilidad de los museos en la Web 2.0* (en octubre) y *Digitalización del libro y uso de las redes sociales* (en noviembre). En 2010 publicamos el estudio *Las galerías de arte en la web 2.0* y la*Chuleta de las redes sociales*, que ya ha superado las 20.000 descargas. Iniciamos el año 2011 con la publicación de la segunda edición del estudio *Las galerías de arte en la web 2.0*, y a mitad de año publicamos el estudio *Fútbol 2.0*, que analiza de qué manera los clubes de fútbol están incorporando las tecnologías 2.0 en sus estrategias de comunicación y en la promoción de sus equipos, jugadores, eventos, etc. Y terminamos el año 2011 con la publicación en septiembre del estudio *Industria editorial 2.0*, en noviembre del estudio *Conexiones entre museos en las redes sociales*, de la infografía *Derechos de los usuarios en la nube* y de las

versiones en catalán, inglés y portugués de la *Chuleta de las redes sociales*.

Comenzamos el año 2012 publicando la *Cronología de la edición digital (1912-2012)*, la publicación de las versiones en catalán y euskera de la infografía *Derechos de los usuarios en la nube* y de los resultados de la encuesta*Anatomía del perfil del editor digital*. En septiembre de ese mismo año publicamos el estudio *El directivo y las redes sociales*, en colaboración con la Fundación CEDE y el Grupo BPMO.

Dosdoce.com inició el año 2013 dando a conocer un nuevo estudio, *Cómo colaborar con startups*, que reflexiona sobre cómo mejorar las relaciones entre las empresas que conforman el mundo del libro (editoriales, librerías, bibliotecas, etc.) y las famosas *startups* (empresas tecnológicas de reciente creación). En mayo de este mismo año publicamos un nuevo estudio: *Los museos en la era digital*. El equipo de Dosdoce.com finalizó el año con *Global Ebook*, un estudio que analiza la rápida evolución de los libros electrónicos en los mercados de Estados Unidos y Reino Unido, así como detalles pormenorizados de los mercados del libro digital que paulatinamente cobran forma en Europa, Brasil, China, India, Rusia y el mundo árabe.

En 2014, Dosdoce.com publicó 6 nuevos estudios. Inició el año publicando el estudio *Apps educativas*, que analiza el enorme crecimiento de estas herramientas como nuevas vías de acceso al conocimiento. Posteriormente publicó la *Chuleta digital para las bibliotecas*, una infografía que pretende convertirse en una guía de referencia para los profesionales del mundo del libro que quieran conocer las aplicaciones que ofrece la nueva generación de tecnologías en los distintos ámbitos de las bibliotecas.

En colaboración con Acción Cultural Española (AC/E) publicamos en abril de 2014 el primer *Anuario AC/E de cultura digital*, que tiene como objetivo convertirse en un documento anual de referencia que analice la evolución de las tendencias digitales en el mundo de la cultura, y que cada año pondrá el foco en un sector determinado. El anuario está estructurado en dos partes principales: la primera aporta un análisis de las tendencias digitales en el mundo de la cultura a través de nueve ensayos transversales que tocan todos los sectores culturales, realizados por especialistas en la materia. La segunda consiste en un estudio de casos de buenas prácticas, nacionales e internacionales, que detectan y exponen el impacto que están teniendo las nuevas tecnologías sobre un sector cultural específico; en el caso de esta primera edición versó sobre las artes escénicas, e hizo hincapié en ejemplos de casos de éxito.

En colaboración con Biografías Personales, Dosdoce.com publicó en junio de 2014 un estudio sobre el impacto de la autoedición en el sector editorial. El estudio *Autores independientes: la irrupción de la revolución indie* tiene como objetivo aportar a los profesionales del mundo del libro –ya sean editores, agentes, autores, libreros o bibliotecarios– un amplio análisis sobre el impacto de la autoedición en el sector editorial, para que cada uno de ellos pueda determinar sus oportunidades de negocio y los beneficios derivados de esta actividad.

En colaboración con Publishing Perspectives y Actualidad Editorial publicamos en septiembre la segunda edición de la *Guía de autores de la Feria del Libro de Frankfurt* con todo tipo de claves, sugerencias y recomendaciones para ayudar a los autores a sacar el máximo rendimiento a su visita a Frankfurt.

Por último, terminamos el año 2014 elaborando para CEDRO el estudio *Nuevos modelos de negocio en la era digital*, con motivo del lanzamiento de su plataforma conlicencia.com, que permite a los usuarios acceder a más de 6 millones de obras en español.

En 2015, Dosdoce.com ha publicado ya 5 nuevos estudios e infografías. Inició el año publicando la infografía *Aspectos clave a tener en cuenta en el préstamo digital*, una infografía que pretende convertirse en una guía de referencia para los profesionales de las bibliotecas que quieran conocer las 12 claves para poner en marcha con éxito un proyecto de préstamo digital para bibliotecas públicas, municipales o escolares.

En colaboración con Acción Cultural Española (AC/E) publicamos en marzo de 2015 el segundo *Anuario AC/E de cultura digital*, que tiene como objetivo convertirse en un documento anual de referencia que analice la evolución de las tendencias digitales en el mundo de la cultura. Este año el anuario ha centrado sus esfuerzos en analizar el impacto de las nuevas tecnologías en el mundo de los museos.

En colaboración con Bookwire, la plataforma líder de distribución de *ebooks* de editoriales independientes y especializadas, publicó en abril de 2015 el informe *Evolución y Tendencias de los mercados digitales en Latinoamérica*. Este documento ofrece una serie de cifras y perspectivas claves para ayudar a los profesionales del sector editorial de todo el mundo a entender la transformación que está teniendo lugar en los mercados en idioma español y portugués, así como las oportunidades de negocio derivadas de dicha transformación.

Dosdoce.com publicó en septiembre de 2015, en colaboración con Biografías Personales, la segunda actualización del estudio *Autores indies. El auge de la autoedición*. Esta publicación tiene como objetivo aportar a los profesionales del mundo del libro —ya sean editores, agentes, autores, libreros o bibliotecarios— un amplio análisis sobre el impacto de la autoedición en el sector editorial, para que cada uno de ellos pueda determinar sus oportunidades de negocio y los beneficios derivados de esta actividad.

En septiembre de 2015, Dosdoce.com ha publicado la *Guía de modelos de compra de licencias de ebooks*, un documento que pretende convertirse en una guía de referencia para los profesionales de las bibliotecas que quieran conocer las singularidades y aspectos clave a tener en cuenta de los diferentes modelos de adquisición de contenidos digitales.

Por último, terminamos el año 2015 elaborando la segunda edición del estudio *La evolución de los nuevos modelos de negocio en la era digital*, con el patrocinio de CEDRO que tiene como objetivo compartir con los profesionales del mundo del libro —ya sean editores, agentes, autores, libreros o bibliotecarios— un análisis amplio y actualizado sobre los modelos de negocio existentes en Internet, para que puedan determinar las oportunidades de negocio y los beneficios derivados de cada uno de ellos.

En 2016 comenzó publicando las infografías "*12 aspectos clave en la edición digital"* y *"Cómo encuentran los lectores su próxima lectura*", posteriormente colaboramos en la elaboración del III *Anuario de Acción Cultural Española AC/E 2016: Cultura Inteligente*, y en septiembre publicó el estudio *Consolidación de los nuevos modelos de negocio en la Era Digital*, este último en colaboración con CEDRO.

Más información en: www.dosdoce.com

Datos de contacto

Javier Celaya
+.34.606.367.708
jcelaya@dosdoce.com