



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

LIBRO DE PAPEL VS LIBRO DIGITAL: PASADO, PRESENTE Y FUTURO.

Autor: Juan Duelo Arriola
Director: Mirco Soffritti

RESUMEN

En este trabajo se realiza un análisis sobre la evolución del libro electrónico, desde su aparición hasta el momento presente, y sobre los factores más relevantes que se considera pueden determinar el futuro del mercado del sector. Veremos que, tras un inicio espectacular y prometedor, las ventas de libros digitales parecen haberse estancado. Sin embargo, tras el estudio y correspondiente análisis de los factores considerados (ventajas y desventajas del libro electrónico, el fenómeno de la “piratería”, el reparto de costes y beneficios, etc.), entre los que será clave próxima “revolución tecnológica” para poder entender hacia dónde se dirigirá el sector, llegaremos a la conclusión de que el futuro del mercado del libro digital es realmente prometedor. Finalmente, se realizará una recomendación, o propuesta, sobre hacia dónde dirigir la estrategia de las empresas del sector del libro a medio y largo plazo.

Palabras clave: Libro tradicional, Libro electrónico, eReader, Ebook, Piratería.

ABSTRACT

In this paper an analysis is made on the evolution of the electronic book, from its appearance until the present moment, and on the most relevant factors that are considered can determine the future of the market of the sector. We will see that, after a spectacular and promising start, the sales of digital books seem to have stalled. However, after the study and corresponding analysis of the factors considered (advantages and disadvantages of the electronic book, the phenomenon of "piracy", the sharing of costs and benefits, etc.), among which will be the next key "technological revolution" In order to understand where the sector will go, we will conclude that the future of the digital book market is really promising. Finally, a recommendation will be made, or proposal, on where to direct the strategy of the companies of the book sector in the medium and long term.

Key words: Traditional book, Electronic book, eReader, Ebook, Piracy.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Resumen | i |
| Abstract | i |
| ÍNDICE DE FIGURAS | iv |
| | |
| CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1. Historia del libro | 1 |
| 2. Aparición del libro electrónico | 4 |
| 3. Situación actual. Reparto del mercado del libro | 5 |
| 4. El problema..... | 7 |
| 4.1 Identificación del problema | 7 |
| 4.2 Justificación del trabajo | 7 |
| 4.3 Objetivos..... | 8 |
| 4.4 Metodología..... | 9 |
| 4.5 Estructura del trabajo | 9 |
| | |
| CAPÍTULO II EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL LIBRO | 11 |
| 1. El mercado del libro en España | 11 |
| 1.1 Libro electrónico..... | 11 |
| 1.2 Libro tradicional | 14 |
| 2. El mercado del libro en Europa y Estados Unidos | 15 |

| | |
|--|-----------|
| CAPÍTULO III VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL LIBRO ELECTRÓNICO..... | 17 |
| 1. Ventajas y Desventajas para el lector | 17 |
| 1.1 Ventajas del libro electrónico | 17 |
| 1.2 Inconvenientes del libro electrónico | 19 |
| 2. Ventajas y Desventajas para el autor | 20 |
| 2.1 Ventajas del libro electrónico | 20 |
| 2.2 Desventajas del libro electrónico | 22 |
| CAPÍTULO IV REPARTO DE COSTES Y BENEFICIOS | 24 |
| 1. Reparto de beneficios..... | 24 |
| 1.1 En la industria del libro tradicional..... | 24 |
| 1.2 En la industria del libro electrónico | 27 |
| 2. Libro electrónico y la piratería..... | 30 |
| CAPÍTULO V LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y EL FUTURO DEL LIBRO ELECTRÓNICO | 35 |
| 1. El futuro del libro electrónico | 35 |
| 2. Las nuevas tecnologías y el futuro del mercado | 40 |
| CAPÍTULO V CONCLUSIONES..... | 43 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 46 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Facturación del libro en el comercio interior, 2004-2016 | 6 |
| Figura 2: Evolución anual del formato electrónico en España de 2009 a 2017 | 12 |
| Figura 3: Evolución anual de la cuota de mercado del libro electrónico..... | 13 |
| Figura 4: Facturación del libro en papel y en Ebook sobre el total facturado, 2010-2016 | 14 |
| Figura 5: Reparto de Beneficios en la industria del libro tradicional..... | 27 |

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1. HISTORIA DEL LIBRO

El elemento clave en la evolución del hombre, que marca la diferencia como especie superior, es su capacidad de comunicarse a través del lenguaje. Esta facultad permite al hombre expresar sentimientos, ideas y experiencias sobre un número ilimitado de asuntos (el tiempo, la guerra, el pasado, la filosofía, las ciencias, las artes, etc.); pero el lenguaje puede ser usado para otras funciones distintas a la de la simple transmisión de información, como por ejemplo solicitarla o dar órdenes. (Lafábricadelibros[9])

No obstante, la transmisión de esas ideas, pensamientos y, sobre todo, de la información relacionada con la experiencia acumulada, necesaria para la supervivencia de las sucesivas generaciones, exigía un tipo de lenguaje diferente que permitiera preservar la información a lo largo del tiempo, sin que ésta sufriera las variaciones y pérdidas que se observan a través de la comunicación oral. Surge así la comunicación escrita.

Las primeras civilizaciones que trasladaron lo oral a lo escrito se situaron en Mesopotamia alrededor del 4000 a.C. Los sumerios idearon un tipo de escritura con iconos que representaban conceptos; es la denominada escritura cuneiforme. Los escribas eran los encargados de realizar estas tareas de “escritura”, siendo un oficio difícil de dominar por el elevado número de símbolos que era necesario conocer.

Posteriormente los egipcios desarrollaron un sistema de escritura basado en otro tipo de iconos llamados jeroglíficos, con representaciones más asociativas o “ideográficas” de representación de la escritura. Como soporte utilizaron el papiro, compuesto por fibras de un tipo de planta juncosa del Nilo. Los papiros se enrollaban alrededor de un eje de madera formando volúmenes.

La escritura fue evolucionando y, poco a poco, los iconos se fueron asociando a sonidos concretos (primero a sílabas y después a fonemas), con lo que el número de iconos descendió hasta conformar los primeros alfabetos (entre ellos destacan el fenicio y, posteriormente, el griego). Los griegos desarrollaron un alfabeto completo y simple que permitió el florecimiento de la escritura como arte y la composición de las primeras grandes obras literarias y teatrales.

El alfabeto más extendido es el latino, que procede directamente del alfabeto utilizado por los antiguos romanos, que extendieron por todo su imperio. Los romanos utilizaron nuevos soportes de escritura como el pergamino, hecho a partir de pieles curtidas de animales; plegando los pergaminos se elaboraban los códices (el formato de los actuales libros) que permitían ahorrar espacio y escribir por ambas caras.

Tras la caída del Imperio Romano, la cultura sufrió un grave retroceso que se prolongó durante casi un milenio (a lo largo de toda la Edad Media), en una época marcada por grandes guerras, crisis y enfermedades que mermaron la población de Europa Occidental. Durante este periodo la cultura pervivió en los conventos y monasterios, en los que los monjes ocupaban gran parte de su tiempo en la tarea de copiar libros, principalmente clásicos y otros de temática religiosa. Los libros eran copiados manualmente por los monjes (“amanuenses”) y luego ilustrados con pequeñas miniaturas. El “copiado” de un libro era el arduo trabajo de varios monjes durante meses, con lo que los libros adquirían un valor desorbitado. En el siglo XII aparecieron las universidades como nuevos centros de cultura, en los que también se dedicaba gran parte del tiempo a la copia y difusión del libro.

El papel fue inventado en China en el siglo II a.C., pero llegó Europa en el siglo XI a través de los árabes que ocupaban la península Ibérica.

En 1450 Johan Guttemberg, un joyero alemán, ideó un nuevo sistema de reproducción. En lugar de las habituales tablillas de madera usadas para la xilografía, que se desgastaban con el uso, confeccionó moldes en madera de cada una de las letras del

alfabeto y posteriormente rellenó los moldes con plomo, creando los primeros “tipos” móviles.

A los primeros libros realizados con la nueva imprenta de Guttemberg se les conoce como “incunables” (en pañales). La imprenta se desarrolló y extendió rápidamente por toda Europa. Con la imprenta surgieron nuevos formatos de comunicación. Así nacieron publicaciones periódicas que fueron popularizándose rápidamente: revistas y periódicos. La rapidez de impresión que exigían estos nuevos formatos era frenada por la lentitud que imponía la composición manual de las páginas. Para solucionar este problema se desarrollaron en el siglo XIX máquinas que permitían la composición automática, reduciendo considerablemente el tiempo de producción. También con la revolución industrial se crearon máquinas automáticas a vapor que permitieron incrementar notablemente la velocidad de impresión.

Los medios de comunicación escrita, especialmente la prensa, sufrieron una importante crisis al principio del siglo XX como consecuencia de la aparición de la radio y posteriormente, a mitad de siglo, por la de la televisión. En el siglo XX aparecieron nuevos procesos de composición como la fotocomposición y el offset, que permitió incluir color en la impresión de una manera automática.

Como resultado de la educación universal y el auge cultural, comenzaron a surgir las editoriales y las técnicas fueron perfeccionándose hasta alcanzar altos ritmos de producción y distribución que rebajaban sensiblemente los costes. Por último, cabe destacar la aparición de las bibliotecas en el siglo XIX, siendo un elemento muy importante para la difusión y afianzamiento del libro y la cultura.

Con la aparición de los ordenadores, a partir de los años sesenta, se inicia también la impresión digital, sencilla y accesible al ciudadano medio.

2. APARICIÓN DEL LIBRO ELECTRÓNICO

La historia del libro electrónico es aún breve. Cuando los libros se comenzaron a editar con el ordenador se inició la escritura y también la lectura en formato digital. La edición digital se extendió rápidamente durante los años setenta y ochenta, si bien la lectura de documentos extensos en la pantalla de los ordenadores de aquella época se hacía realmente incómoda y agotadora para el lector.

El año 1971 es un hito en la historia del libro electrónico: el proyecto Gutenberg, de Michael Hart, que consistía en la digitalización de libros ya existentes con el fin de formar una macrobiblioteca digital de acceso gratuito por internet.

La primera venta digital de un libro electrónico se produjo en 1981 con el libro “Random Houses’s Electronic Dictionary”. En 1995 Amazon inició la venta de ebooks a través de Internet, lo que facilitó el acceso del lector medio habitual a este “nuevo” tipo de formato. (Penalva, Javier [18])

En 1996 se crean dispositivos específicos que facilitan la lectura del ebook. Ya no hace falta acceder al ordenador para leer el libro digital. Los nuevos dispositivos (eReaders) son pequeños, ligeros y fácilmente transportables. La incorporación de la tinta electrónica (e-ink) a las pantallas de los lectores electrónicos, fue la siguiente mejora introducida para los nuevos dispositivos. La tinta electrónica evitaba la necesidad de iluminación posterior para una mejor visualización y reducía el consumo de la batería, lo que a su vez permitió el desarrollo de dispositivos más finos y ligeros.

En 2007 Amazon saca al mercado su lector Kindle, con grandes prestaciones y bajo precio, lo que provocó un importante incremento de las ventas de este tipo de dispositivos. Este innovador dispositivo contaba con teclado, conexión wifi, memoria de 256 Mb y capacidad de almacenamiento para unos 200 libros. Como consecuencia, la biblioteca de libros electrónicos de Amazon se incrementó exponencialmente hasta alcanzar los 400.000 títulos en 2009. En 2010 se pensó que con la llegada de los tablets y smartphones desaparecerían los dispositivos eReaders del tipo Kindle, pero estos sistemas perduran a fecha de hoy.

Como se ha señalado, en 2009 Amazon con su dispositivo Kindle y su biblioteca electrónica de más de 400.000 títulos, ocupaba una posición dominante del mercado, con aproximadamente un 90% de cuota total. Rápidamente las otras grandes compañías tecnológicas de internet (Google, Microsoft y Apple) se lanzaron a la guerra para ganar su correspondiente cuota dentro del nuevo mercado del e-Book. Este esfuerzo se ha centrado no solo en el diseño de nuevos y mejores dispositivos, sino también en la digitalización en masa de libros y la creación de las correspondientes librerías online. Dichas compañías cuentan además con buscadores, plataformas de comercio electrónico y participan también en el ámbito tecnológico, lo que les permite establecer estrategias de comercialización muy competitivas. Ante esta posición dominante de los grandes tecnológicos de internet, los pequeños editores, distribuidores y librerías perciben con gran preocupación el desarrollo futuro de su negocio.

Dando continuidad a lo anterior, en el año 2007 se produce la consolidación del mercado del libro electrónico. Un periodo marcado por la aparición de las plataformas de ventas online. Además, este es el momento de la aparición de nuevos dispositivos, más eficientes, capaces de almacenar mayor número de archivos, etc. Por último, el desarrollo del libro electrónico va de la mano de la evolución tecnológica, incorporando inmediatamente las últimas capacidades que proporcionan los procesadores de texto: escribir notas, modificar el tamaño de la letra, subrayar, poder compartir textos con otros usuarios y mucho más. Todo esto, ha supuesto la aceleración del mercado del libro electrónico.

3. SITUACIÓN ACTUAL. REPARTO DEL MERCADO DEL LIBRO

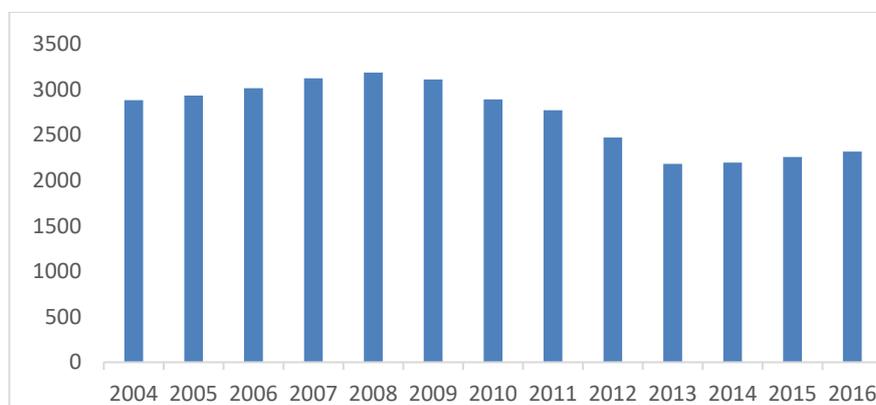
El sector editorial español se caracteriza en estos momentos por estar estancado. Según la Federación de Gremios Editores [7], el sector del libro facturó en el año 2017 una cantidad alrededor de 2400 millones de euros, solamente un 0,1% más respecto al año anterior. Este estancamiento, o leve crecimiento, es consecuencia de la crisis económica y también del crecimiento de la piratería, que causa unas pérdidas que rondan los 200 millones de euros anuales. La situación es ciertamente compleja, ya que el número

de lectores en España ha aumentado progresivamente, rondando actualmente el 68% de la población.

El Libro digital facturó en 2017 una cantidad de 110 millones de euros, lo cual representa el 5% de la cuota de mercado total del libro. Por otro lado, el precio medio de los libros digitales ha caído respecto a años anteriores, siendo actualmente de unos 6,4 euros. La venta de libros digitales se realiza principalmente a través de plataformas comerciales online, como por ejemplo Amazon, otras específicas creadas por las distintas editoriales y también a través desde la web de estas mismas editoriales. (Ministerio de educación [15]).

El negocio del libro en España se centraliza principalmente en empresas radicadas en las principales ciudades: Madrid (42%) y Barcelona (50%). En cuanto al reparto del mercado, las empresas muy grandes perdieron cierto peso respecto al año anterior (38% frente al 39%); el resto de la facturación se repartió entre las grandes, medianas y pequeñas editoriales, que fueron las que más crecieron. (Ministerio de educación [15])

Figura 1: Facturación del libro en el comercio interior, 2004-2016



Fuente: (Comercio Interior del Libro en España)

En el gráfico mostrado, podemos observar la evolución de la facturación de libro en el mercado español desde el año 2004. En él apreciamos como la facturación del libro tuvo su cúspide en el año 2008, con un volumen de 3186 millones de euros. Posteriormente, y debido a la crisis económica del año 2008, el sector del libro experimentó en España una caída en cuanto facturación hasta el año 2013, alcanzando los

peores datos anuales que se conocen hasta la fecha (2182 millones de euros). A partir de ese momento el mercado del libro empieza a experimentar un leve y continuo crecimiento hasta alcanzar en 2016 una facturación de 2317 millones de euros.

4. EL PROBLEMA

4.1. Identificación del problema

La “larga” introducción de los tres primeros apartados de este capítulo nos ha servido para ambientarnos y conocer el mundo del libro electrónico. Sin ese estudio previo seríamos incapaces de identificar el problema objeto de nuestro estudio.

Como hemos visto, a principios del siglo XXI apareció el libro electrónico. Al poco tiempo, muchos aseguraban que el libro tradicional (en papel) desaparecería en el medio plazo. Ya ha transcurrido más de una década y aunque el uso del libro electrónico se ha extendido ampliamente, parece que el de papel goza de buena salud.

Parece lógico preguntarse cuál será la evolución del negocio del libro en sus dos vertientes (tradicional y digital) a medio y largo plazo, realizando el correspondiente análisis prospectivo de mercado para alcanzar unas conclusiones que sean útiles a las empresas y actores que participan en el sector sobre cómo enfocar su estrategia, esfuerzos y actividad en el medio-largo plazo. Con este párrafo queda identificado el **problema** objeto de nuestro estudio (determinar cuál será la evolución del negocio del libro) y la **finalidad** del mismo (alcanzar unas conclusiones que sean útiles a las empresas y actores que participan en el sector sobre cómo enfocar su estrategia, esfuerzos y actividad en el medio-largo plazo).

4.2. Justificación del trabajo.

No hace falta insistir sobre la importancia y relevancia de nuestro estudio. Ya la hemos señalado en el punto anterior: permitirá a las empresas y actores que participan en el sector enfocar su estrategia, esfuerzos y actividad en el medio-largo plazo.

Cuando se me dio a elegir entre varios posibles temas para mi monografía, decidí escoger el “libro electrónico” por razones relacionadas principalmente con mis gustos y preferencias, pues la lectura se encuentra entre mis principales aficiones; pero también, porque el mundo del libro digital era un tema relativamente nuevo, en plena evolución, que exigía realizar un estudio analítico prospectivo sobre cuál será su futuro a medio y largo plazo. Esta área, la prospectiva, el estudio y previsión de las situaciones futuras que podrían derivarse de la situación actual y de las influencias conjugadas de los factores que le afectan, es un campo muy interesante, que me atrae y que considero de gran utilidad en el área de la empresa. No se trata de un mero ejercicio adivinatorio. Es un campo muy útil e interesante, que se basa en empleo de herramientas matemáticas, como la estadística, cuyos resultados permiten el establecimiento de posibles modelos futuros de comportamiento (en este caso del mercado). No obstante, considero necesario señalar que la fiabilidad de estos estudios es siempre limitada, pues aunque la evolución de algunos elementos puede predecirse con un margen reducido de error, otros factores como el comportamiento humano (gustos, modas, preferencias, etc.) son difíciles de evaluar. Por otro lado, pueden aparecer nuevos factores, no existentes en el momento de la realización del estudio, y por tanto no considerados en nuestro análisis, que afecten al núcleo del “problema” y desvíen su evolución hacia una dirección distinta a la prevista en el estudio.

En cualquier caso, la realización de un estudio analítico prospectivo del mercado para determinar la estrategia a seguir por las empresas del sector a medio y largo plazo constituye, no solo un asunto atractivo y de gran interés; es también, sin duda, un asunto de la máxima relevancia para las empresas del sector del libro.

4.3. Objetivos

La determinación de unos objetivos claros para nuestro estudio es esencial. Se trata de identificar los aspectos más relevantes del asunto o problema, cuyo estudio y comprensión nos permitirá alcanzar unas conclusiones validas sobre cómo abordar el problema y adoptar las correspondientes decisiones posteriores para su resolución adecuada.

En nuestro caso, se establecen los siguientes objetivos:

- Conocer la evolución del mercado del libro desde la aparición del e-Book y determinar sus características más relevantes.
- Enumerar y explicar las ventajas y desventajas del libro electrónico sobre el libro tradicional.
- Conocer los costes y beneficios económicos, tanto en el sector del libro tradicional como en el digital, para cada uno de los actores que participan en el negocio del libro (autor, editorial, etc.).
- Determinar las capacidades del futuro dispositivo lector y cómo las nuevas tecnologías afectarán al negocio del libro a largo plazo.

La consecución de estos “objetivos intermedios”, nos ayudará a determinar cuál será la evolución del mercado y alcanzar la finalidad última de nuestro estudio: determinar nuestra estrategia empresarial a medio-largo plazo.

4.4. Metodología

He escogido el método analítico-sintético.

La primera parte del estudio ya la hemos realizado durante este capítulo. Hemos analizado el entorno general, su evolución y la situación actual (los hechos), tratando también de identificar los factores más relevantes del problema. De esta forma ya estamos en disposición de descomponer el problema en partes para así estudiarlas de forma separada (análisis), y luego integrar las conclusiones obtenidas para tratarlas de manera holística y global (síntesis).

4.5. Estructura del trabajo

El trabajo está estructurado en capítulos. El primero de ellos (este capítulo) identifica el problema y aporta las claves para su estudio y resolución. Conforme a la metodología expuesta, en cada uno de los siguientes capítulos, se aborda uno de los

factores relevantes del problema. En el último capítulo se integran las conclusiones parciales obtenidas y se aporta una recomendación final sobre hacia dónde enfocar la estrategia empresarial del sector.

CAPÍTULO II

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL LIBRO

1. EL MERCADO DEL LIBRO EN ESPAÑA

1.1 Libro electrónico

El libro electrónico representa el 4,5% del mercado editorial en España. La venta de libros electrónicos en España ha seguido creciendo durante los años 2015, 2016 y 2017, con un aumento en este último año del 14,3% respecto al anterior. Con esto relevantes datos, obtenidos del “Informe anual del libro digital” publicada por Librandia [10], podemos confirmar el crecimiento progresivo, aunque lento, de este mercado.

Dentro del mercado del libro electrónico encontramos alternativas que ofrecen los distintos distribuidores y tiendas. Por un lado, están los “clásicos” de internet (Amazon, Ebay o Google), que controlan el 78% del mercado del libro digital; por otro, las plataformas menores o independientes y, por último, la tiendas como El corte Inglés, FNAC y La casa del libro. Estas grandes cadenas librerías han experimentado durante los últimos años una caída pasando del 17,7% al 12,5%.

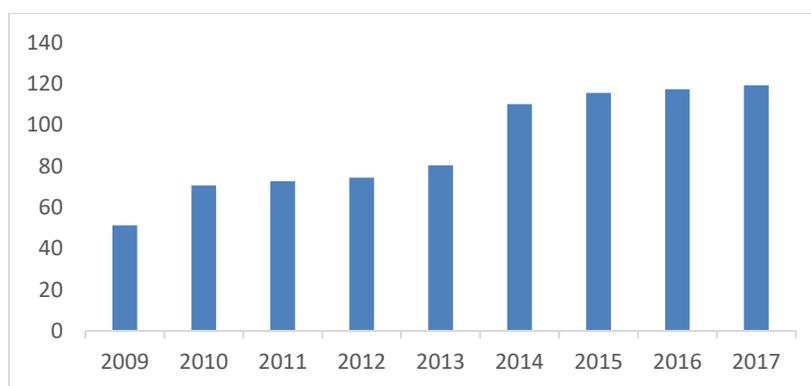
Lo más llamativo de este mercado, es el crecimiento de las plataformas de suscripción, que generan un 5,2% del negocio. Las plataformas de suscripción, son servicios de internet que ofrecen a los clientes la capacidad de poder leer todo lo que se encuentre en su catálogo específico a cambio, de una cuota mensual plana. Un ejemplo de plataforma de suscripción sería en España la plataforma Nubico, que pertenece a un grupo “ad-hoc” creado por Telefónica, Planeta y Círculo de lectores. A través de esta plataforma el usuario puede acceder a miles de e-Books.

El libro digital surgió, como comenté anteriormente, en el año 1971 gracias a Michael Hart. Desde entonces, y hasta el año 2009, es difícil encontrar fuentes fiables que aporten los datos necesarios para poder analizar la evolución de este mercado. Este hecho se debe

a que el boom del libro digital se produjo en el año 2010 y durante el periodo anterior no se prestó la atención necesaria a la posible repercusión que podría tener en el mercado total del libro. A partir del año 2009 ya se dispone de numerosas fuentes y estudios fiables que podemos utilizar para analizar la evolución de este mercado y su futuro.

En el siguiente gráfico podemos observar la evolución de la facturación del libro electrónico en España desde el año 2009 hasta el 2017.

Figura 2: Evolución anual de la cifra de negocio de la industria de los libros editados en formato electrónico en España de 2009 a 2017

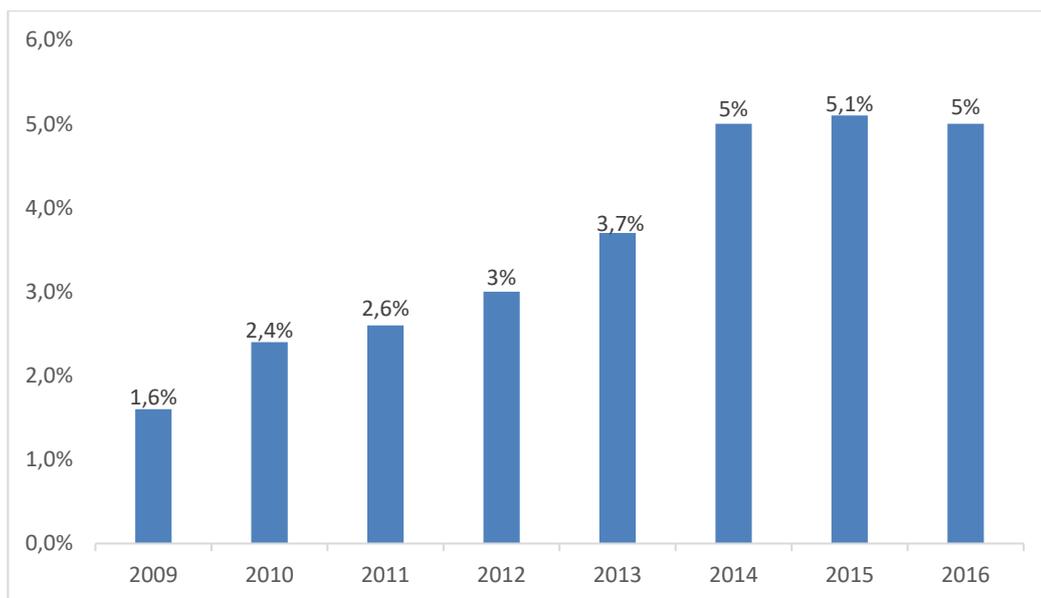


Fuente: (Statista,2019)

El libro electrónico ha experimentado un crecimiento sensible, pasando de una facturación de 51 millones en 2009 a 119 millones de euros en 2017 (un 60% superior). Sin embargo, aunque la facturación del libro digital se ha incrementado, las ventas han disminuido durante ese mismo periodo, por lo que podemos afirmar que el incremento de facturación durante estos años ha sido provocado por el aumento del precio medio. Por otro lado, podemos observar el crecimiento de la cuota de mercado del e-Book dentro de la total del libro. Cabría también destacar el poco peso del libro digital sobre el mercado total del libro en el año 2009 (1,6%). Por otro lado, como consecuencia de la aparición del ebook y otras plataformas digitales la cuota de mercado de este sector experimenta una tendencia al alza hasta alcanzar en la actualidad una cuota de mercado del 5% del mercado total del libro en España.

La evolución de la cuota de mercado del libro digital respecto al mercado total del libro podemos apreciarla en el siguiente gráfico.

Figura 3: Evolución anual de la cuota de mercado de los libros digitales en España de 2009 a 2016



Fuente: (Statista,2019)

En cuanto a la facturación del libro digital en los distintos subsectores, los libros digitales dedicados a las Ciencias Sociales y Humanidades son los que más facturan mientras que los libros infantiles y juveniles son los que menos facturan dentro de este mercado y además durante los últimos cinco años han experimentado una caída dentro de la cuota de mercado del libro digital. Por último, aunque la facturación del libro digital tenga una tendencia ascendente durante los últimos años, la cuota de mercado sigue siendo baja si la comparamos con los otros tipos de plataforma. Sin embargo, como mencioné anteriormente podemos ver un avance de este formato plasmado en el incremento de la cuota de mercado. (Ministerio de educación [15]).

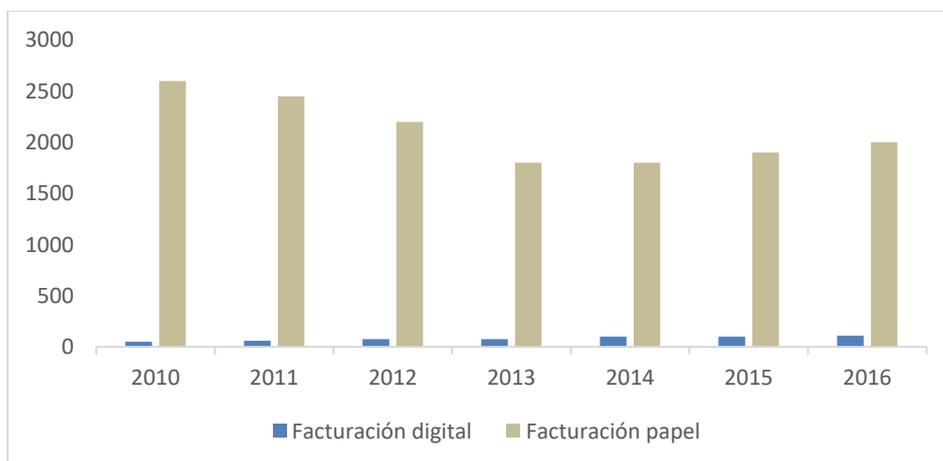
El libro electrónico, se caracteriza por tener un precio medio menor que el libro de papel siendo de 12,79 euros. Aunque por otra parte el precio varía ya que, hay que tener

en cuenta los distintos subsectores. En el caso del libro digital, en el subsector de creación literaria el precio medio es de 5,19 euros. Un precio medio bastante más razonable que si lo comparamos con el subsector de texto donde el precio medio de cada libro ronda los 25 euros.

1.2 Libro tradicional

El mercado del libro de papel en España se ha caracterizado durante la última década por una disminución de las ventas. Sin embargo, el libro tradicional ha experimentado desde el año 2014 un crecimiento, aunque lento, en el número de ventas. En cuanto a la facturación del libro tradicional podemos observar en el siguiente gráfico, una tendencia descendente entre los años 2010 y 2013 debido principalmente a la crisis económica iniciada 2008. A partir de 2014 se observa un lento crecimiento, pasando de unos 2000 millones de euros en ese año, a 2300 en 2016. Finalmente, en 2017, el libro de papel facturó 2317 millones de euros, lo que supuso solamente un 0,1% más respecto al año anterior.

Figura 4: Facturación del libro en papel y en Ebook sobre el total facturado, 2010-2016



Fuente: (Comercio Interior del Libro en España)

Aunque el precio del libro tradicional se ha mantenido constante durante el paso de los años, experimentado cambios mínimos, en 2016 se inició un cambio de tendencia que

hará que confirmar con el paso del tiempo, pues el precio medio del libro tradicional pasó de los 23,50 euros en 2015 a 21,72 euros en 2016 (casi un 10% menos).

No hay cifras oficiales sobre la evolución exacta de las ventas del libro tradicional. Según Librandia [10] el libro de papel ha experimentado durante los últimos años un aumento en el número de ventas, frente a lo sucedido durante el periodo de crisis, que se caracterizó por la constante bajada de las mismas.

***Conclusión:** con la crisis del año 2008 el sector del libro experimentó constantes bajadas en el número de ventas. Tanto el mercado del libro tradicional como el electrónico en España se encuentran estancados en estos momentos, experimentando crecimientos muy leves o prácticamente nulos.*

2. EL MERCADO DEL LIBRO EN EUROPA Y ESTADOS UNIDOS

A lo largo de este capítulo realizaré un análisis general del mercado del libro en los países más desarrollados.

- **Francia:** Según el Livres Hebdo [11] el mercado del libro Francés ha experimentado un aumento durante los dos últimos cuatrimestres de 2017 aunque no ha sido capaz de compensar las pérdidas de los dos primeros. Por otro lado, las ventas totales han decrecido un 1,1% respecto al año anterior. Por último, las ventas del libro digital aumentaron durante el 2017 un 2,4% lo que corresponde a un total de 97 millones de euros.
- **Italia:** El mercado del libro en Italia se ha caracterizado durante los últimos años por un proceso de recuperación. Según Dosdoce [20] el mercado de libro facturó un total de 2710 millones de euros lo que supone un incremento de un 2% respecto al año anterior. Por último, destacar la preocupación en Italia ya que, muestra el índice de lectores más bajo en la Unión Europea.

-
- **Alemania:** Con una situación muy parecida a Italia. Según el Ministerio de Educación [15] Alemania ha experimentado durante el 2017 un bajada de un 4% en las ventas respecto al año anterior. La bajada de demanda del consumidor medio, acompañado de un exceso de producción de libros mediocres ha dado lugar a la preocupación de no alcanzar un mercado sostenible.
 - **Reino Unido:** Según The Bookseller [19] , el mercado del libro tradicional incrementó un 1% en valor pero sin embargo, experimento una bajada en cuanto al volumen del 2,7%. En cuanto al reparto del volumen total, la ficción representa el 27%, la no ficción 39% y por último, la literatura infantil 33%. Por otro lado, no hay datos exactos sobre las ventas del libro digital en cambio, el audiolibro si que ha experimentado buenos resultados.
 - **Estados Unidos:** La tendencia de este país ha sido completamente opuesta a la de los países Europeos. En primer lugar, las ventas del libro de papel han aumentado ligeramente. Según BookScan [2] las ventas del libro de papel experimentaron un aumento del 1,9% en 2017 respecto al 2016. Por otro lado las ventas del libro electrónico disminuyeron en un 4,4%. El audiolibro sin embargo, ha tenido una tendencia similar respecto a los países Europeos gozando de buena salud y creciendo un 25,6% durante los dos primeros cuatrimestres del 2017.

***Conclusión:** las tendencias respecto al sector del libro en Europa no se diferencian de las que se observan en España. El libro tradicional ocupa la mayor parte del negocio. El libro electrónico, tras un impresionante despegue inicial parece haber alcanzado su techo o crecer de forma muy leve.*

En la evolución experimentada hasta el momento actual por el libro electrónico no se observan pautas de progresión que permitan predecir futuros comportamientos de la evolución del mercado.

CAPÍTULO III

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL LIBRO ELECTRÓNICO

Al ser la aparición del libro electrónico relativamente reciente y su continuo auge un tema en boga y aún presente de forma más o menos habitual en nuestras conversaciones y en distintos foros de opinión (artículos de prensa, blogs de internet, etc.), no parece difícil enumerar las ventajas e inconvenientes del libro digital sobre el tradicional en papel. En cualquier caso, creo que es necesario hacer algunas consideraciones previas:

- Mientras algunas ventajas/ inconvenientes son claramente objetivas, otras pueden considerarse subjetivas al poder ser valoradas de forma diferente dependiendo de la persona que formula su opinión.
- Aunque al hablar de ventajas e inconvenientes solemos referirnos al lector, debemos también tener en cuenta el punto de vista del autor (ventajas e inconvenientes que para el autor ha supuesto la aparición del libro electrónico).

1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS PARA EL LECTOR

1.1 Ventajas del libro electrónico

Comencemos por enumerar las ventajas del libro electrónico, que son principalmente las derivadas del soporte físico y de las capacidades superiores y mejoras que aportan las nuevas tecnologías:

- Los libros electrónicos no ocupan espacio físico. Este hecho evita los inconvenientes relativos a su almacenamiento (pérdida de espacio, acumulación de polvo, etc.) tanto en las bibliotecas públicas como en las estanterías de nuestras casas.
- Su gran capacidad de memoria (cada vez mayor), permite almacenar cientos o miles de títulos a los que podemos acceder rápidamente mediante un solo clic.
- Pérdida del libro. El lector que extravía el dispositivo electrónico (eReader) no pierde el libro, pues lo normal es haberlo almacenado previamente en el PC o en

internet. Sin embargo, la pérdida del libro en formato papel es relativamente frecuente, pues es normal extraviarlo fuera de casa o no recuperarlo tras haberlo dejado prestado. La legendaria biblioteca de Alejandría se quemó y se perdió para siempre la valiosa información de los libros que en ella se almacenaban. Por supuesto, la situación no sería idéntica hoy en día si se quemara una importante biblioteca.

Esa pérdida de conocimiento para la humanidad no se volvería a repetir, pues existen multitud de copias de esos libros, pero sí se perderían un buen número de ejemplares únicos, por su antigüedad y valor histórico.

- El libro electrónico es más barato. A pesar de que el IVA que se les aplica es del 21%, en vez del 4% que corresponde a los libros tradicionales, el libro electrónico es significativamente más económico que en su versión tradicional. Los motivos son lógicos y se corresponden con el ahorro que supone la disminución de costes, que se reducen a cero en muchos casos (adquisición de materiales y papel, gastos de impresión y encuadernación, almacenamiento, transporte y distribución, etc.) Una simple búsqueda en internet nos permite comprobar que los precios finales asignados por una editorial a mismo un libro es aproximadamente la mitad para el caso del libro electrónico. Estos precios son todavía más reducidos si el autor opta por la autoedición (relativamente sencilla) y vende el libro de forma directa al lector evitando los citados gastos editoriales, de distribución y venta.
- El libro electrónico no se rompe ni se deteriora con el paso del tiempo.
- Las ediciones de libros digitales no limitan sus tiradas a un número determinado de ejemplares y, por tanto, no se agotan. El libro electrónico siempre está disponible en internet, ya sea para su adquisición o descarga gratuita. Sin embargo, para el libro tradicional primero se hace una tirada limitada y en vista del éxito obtenido se valora la emisión de una segunda edición y posteriores. En este caso puede ser imposible para el lector encontrar un libro tradicional si la última edición se ha agotado y la editorial ha decidido no lanzar más ejemplares.
- Los tiempos de entrega al lector desde que el autor ha finalizado la escritura del libro se reducen de forma radical, al eliminarse los periodos de tiempo

empleados para la impresión de un número elevado de ejemplares y su distribución a los puntos de venta. Este elemento (la rapidez) es especialmente importante para los libros que tratan sobre temas de actualidad, cuya rápida pérdida de interés está directamente relacionada con la caída del volumen de ventas.

- Facilita lectura para personas con deficiencias visuales. La mayoría de eReaders permiten el aumento del tamaño de la letra del texto, facilitando su lectura a las personas con deficiencias visuales. Asimismo, el audiolibro (otra variedad de libro electrónico) es una excelente alternativa de acceso al libro para personas con una elevada o total incapacidad visual.
- El dispositivo lector del libro electrónico pesa, por lo general, menos que un libro de texto escolar o una novela de tamaño medio y ocupa menor volumen. El asunto es relevante cuando se trata de transportar en mano varios libros, o uno voluminoso o pesado.
- Las nuevas tecnologías dotan al libro electrónico de un buen número de capacidades y prestaciones; por ejemplo, permite retomar la lectura de forma inmediata (el libro “sabe” donde dejamos la lectura la última vez), buscar citas, etc.
- Por último, y no menos importante, con el uso del ebook contribuimos a la mejora del medio ambiente y a la sostenibilidad del planeta. Para editar un libro digital no necesitamos papel ni, por tanto, talar árboles ni contaminar durante los complejos procesos químicos de transformación de la madera en papel.
- La tinta electrónica simula el efecto “papel”, por lo que la lectura en este tipo de dispositivos no produce el cansancio para la vista que se experimenta en otros dispositivos electrónicos (ordenadores, tablets, Smartphones, etc.) y el consumo de batería es muy bajo.

1.2 Inconvenientes del libro electrónico

- Es necesario el uso un ordenador para conectarse a internet, comprar y descargar el libro digital.

-
- Requiere un conocimiento mínimo de las nuevas tecnologías. La persona deberá ser capaz de conectarse a internet, buscar un libro, descargarlo y pasarlo el ebook, las personas no lo han hecho nunca necesitarán un poco de ayuda para conseguirlo.
 - La batería recargable del lector de libros tiene una duración limitada. Si no somos precavidos nos podemos quedar “tirados” en mitad de una lectura interesante. No obstante, la mejora de las baterías ha sido sustancial y actualmente se asegura un periodo de duración aproximado de un mes de lectura (para un lector medio) sin necesidad de recarga.
 - El dispositivo electrónico requiere de una inversión inicial relativamente elevada. Podemos perderlo, puede averiarse o romperse por accidente. En cualquier caso, su sustitución requerirá de otra inversión elevada similar.
 - Hay que tener en cuenta que todos los libros no se han digitalizado (ediciones antiguas y libros descatalogados), por lo que no podremos leerlos con nuestro dispositivo. No obstante, será igualmente difícil para el lector encontrarlos en el formato tradicional.
 - El libro es un artículo tradicional de regalo. No es igual regalar un buen libro, la última novela más vendida, bien encuadernada y con envoltura de regalo, que una tarjeta de regalo para adquirir ese mismo libro a través de una tienda online.
 - Los ebooks carecen de ciertas cualidades, más o menos subjetivas pero indudablemente apreciadas por el lector, como el tacto, el olor del libro nuevo, etc.

2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS PARA EL AUTOR.

2.1. Ventajas del libro electrónico

- Venta internacional. Es relativamente fácil difundir un libro digital en internet (a través de amazon, otras plataformas, buscadores, etc.) y conseguir cierta repercusión mediática internacional, que sería casi imposible de alcanzar con el

libro tradicional, a no ser que se dispusiera del apoyo de una importante empresa editorial. Conociendo las técnicas adecuadas (funcionamiento de los buscadores, uso de metadatos, plataformas de venta, etc.) es fácil llegar a millones de personas a través de internet.

- **Gastos de envío.** Los problemas de distribución y costes de envío se reducen muy significativamente y en determinados aspectos prácticamente en su totalidad; a cambio es necesario hacer una mínima inversión para difundir apropiadamente el libro digital en internet o asociarse a plataformas cooperativas ya existentes (creadas por asociaciones de autores).
- **Baja inversión.** Como he señalado en el punto anterior, será necesario hacer algunas inversiones, aunque sean mínimas; en el caso de la autoedición será necesario proceder a la adaptación al formato electrónico adecuado, realizar algunos trabajos de maquetación, solicitar asesoramiento experto, etc., pero también existe la posibilidad de asociarse con otros autores en situación similar (en plataformas “ad-hoc” ya existentes) para reducir gastos. En cualquier caso, los costes correspondientes de impresión y otros que encarecen habitualmente el precio del libro son eliminados casi en su totalidad (papel para el cuerpo y la cubierta, número de ejemplares impresos, tipo de encuadernación, gastos de almacenamiento, transporte y distribución, etc.).
- **Mayor beneficio para el autor.** Al eliminarse un buen número de procesos en los que intervenía el editor, el distribuidor y el punto de venta, se reducen los actores entre los que repartir beneficios. Este será todavía mayor en el caso de la autoedición, posibilidad que elimina los flecos intermedios restantes entre el autor y el lector.
- **Otras ventajas descritas anteriormente para el lector son también aplicables al autor.** Son todas aquellas relacionadas con el formato físico, capacidades, precio, etc., que hacen que el lector se decante por el libro electrónico y, en definitiva, incrementan la demanda y el consecuente beneficio para el autor que escoge publicar en formato electrónico.

2.2. Desventajas del libro electrónico

- Prestigio e impacto mediático. Algunos consideran el libro digital como un formato menor. Todavía muchos autores piensan que si su libro no se ha publicado impreso en formato papel, y en tapa dura, es porque su libro no ha alcanzado la importancia suficiente en términos de ventas y crítica. Sin embargo, este elemento (prestigio e impacto) carece de importancia en determinado tipo de publicaciones donde el objetivo no es la venta o el prestigio, sino obtener simplemente una amplia difusión (mundo de los negocios, viajes, etc.).

En cualquier caso, parece una buena opción, especialmente para los nuevos autores no reconocidos, lanzar primero el libro digital y posteriormente, si se consigue cierto éxito, acudir a una editorial. Es muy probable que atendiendo al éxito obtenido la empresa editorial quiera participar en el negocio y publicar el libro en formato tradicional.

- Ausencia del libro en librerías y bibliotecas. De forma similar a lo dicho en el punto anterior, algunos autores se siguen obsesionando por encontrar sus libros en bibliotecas y librerías tradicionales; aunque sí los encontrará en sus homólogas de internet.
- Reducción del abanico de mercado. El autor no accederá a un determinado número de lectores que por no haberse adaptado a las nuevas tecnologías o seguir prefiriendo el formato clásico no leen habitualmente el libro digital.
- Piratería. Aunque se trata en otro capítulo, conviene señalar que las pérdidas en beneficio son relevantes para el libro digital. El autor deberá acudir a tecnologías tipo DRM (Digital Rights Management) para evitar la copia ilegal y proteger así sus derechos de autor.

Conclusión: las ventajas objetivas del libro electrónico son muchas (precio, capacidades, etc.), tanto para el lector como para el autor. Estas ventajas, que posibilitaron el rápido despegue del libro digital, seguirán facilitando su crecimiento, aunque de forma más lenta de lo esperado inicialmente.

Ciertas ventajas del libro tradicional (algunas de ellas de carácter más o menos subjetivo) y la resistencia de una parte de la población a adaptarse a las nuevas tecnologías, mantienen al libro tradicional en una posición consolidada que no se verá afectada de forma significativa en el medio-largo plazo.

CAPÍTULO IV

REPARTO DE COSTES Y BENEFICIOS.

Todos pensamos que los escritores reconocidos obtienen pingües beneficios como resultado la venta de sus libros, pero detrás del precio de las obras literarias expuestas en las estanterías de las librerías hay todo un negocio en el interviene, además del autor (que aporta su trabajo y creatividad), toda una industria que posibilita que las obras lleguen a manos de los lectores:

- **La editorial.** Empresa que publica la obra y asume los riesgos. Hay que señalar que el editor asume numerosas tareas (y sus correspondientes costes) entre las que se encuentran las de corrección, diseño, maquetación, portada, traducción (si fuera necesario), revisiones, impresión y promoción del libro.
- **La Distribuidora.** Su labor es la de suministrar el libro al punto de venta, efectuando las tareas y asumiendo los gastos correspondientes al transporte del libro desde la editorial hasta el punto de venta (librería). Cada distribuidora asegura y mantiene una red comercial, cuyo valor es debe ser adecuadamente apreciado.
- **La librería.** El punto de venta que todos conocemos y que evidentemente debe asumir los costes de mantenimiento del negocio y los costes de personal.

Veamos ahora en términos de porcentaje, como se realiza el reparto de los beneficios o cual es la “porción del pastel” que corresponde a cada uno de los actores que participan en la industria del libro.

1. REPARTO DE BENEFICIOS

1.1 En la industria del libro tradicional

En primer lugar, es necesario señalar que el IVA para el libro en formato papel es del 4%; IVA reducido muy inferior al que se aplica al libro electrónico, que es del 21%.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que existen pequeñas variaciones entre los datos proporcionados por las distintas fuentes utilizadas en este trabajo sobre el reparto de porcentajes de beneficios. Estas diferencias se deben principalmente a dos motivos; el primero es que el reparto de dichos porcentajes no es siempre fijo, sino que frecuentemente se negocia (entre el autor y la editorial, entre la editorial y la distribuidora, y entre la distribuidora y el punto de venta), y el segundo, porque la empresa editora y la distribuidora son normalmente reacias a hacer públicos estos datos. Pese a lo anterior, podemos establecer un reparto “medio” habitual, obtenido de la correspondiente media de los datos obtenidos a través de las fuentes del trabajo.

Pongamos un ejemplo que nos muestre con cierta claridad como se realiza el reparto de beneficios por unidad (libro) para un determinado precio de venta (PVP). Imaginemos que el precio de un libro es de 10,40€. Eliminando el 4% de impuestos (0,4€ en este caso), nos quedarían 10€ que hay que repartir entre las distintas partes que participan en el negocio:

- **Autor (10%).** Hay diferencias entre los datos del reparto (algunas fuentes señalan entre el 7% y el 10%, otras el 10%, y algunas entre el 10% y el 15%) que como se indicó, se deben principalmente al margen de negociación existente entre la editorial y autor, relacionado sin duda con el riesgo que asume siempre la editorial, relacionado con diversos factores como el mayor o menor prestigio y reconocimiento del autor. Establezcamos para este caso un margen de un 10%. De este margen, habría que restar el que se lleva el “agente” literario (aproximadamente un 1%), que como en otros casos es negociable entre las partes.

De nuestro ejemplo, 10€ a repartir (una vez descontados los impuestos), el autor se llevaría 1€ (el 10%) del que debería descontar los 0,1€ que cede a su agente.

- **Editor (30%).** Aunque un 30% parece una buena porción del pastel, con este porcentaje el editor debe hacer frente a los ya citados costes de corrección, diseño, maquetación, portada, traducción (si fuera necesario), revisiones, impresión y promoción del libro. El editor también debe hacerse cargo de los ejemplares devueltos por el punto de venta, a través del distribuidor, lo que

supone costes adicionales (de almacenamiento hasta su posible redistribución y venta, o de destrucción por incineración).

Este margen se negocia a dos bandas, por un lado con el autor (como ya hemos visto) y por otro, con la distribuidora, por lo que puede variar un 5% (entre el 25% y el 35%) en relación al 30% inicialmente considerado.

Una vez cubiertos los costes, que no son pocos, la editorial debe asegurarse un porcentaje de beneficio, como cualquier otro negocio, necesita obtener ganancias para seguir existiendo. Parece así, que un 30% no es un margen exagerado, teniendo en cuenta los recursos económicos y humanos empleados para publicar y dar a conocer la obra.

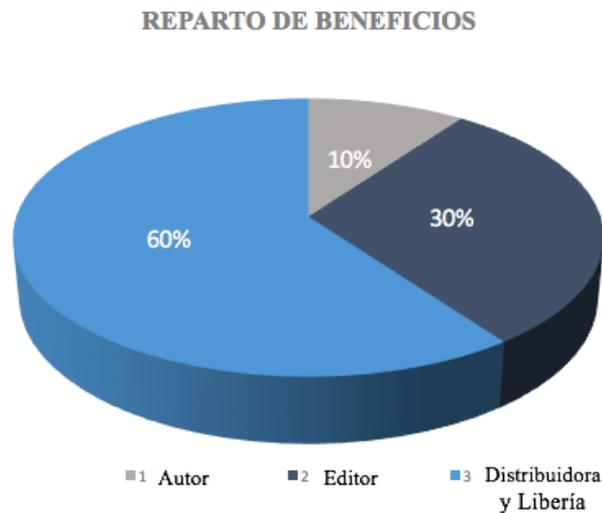
De nuestro ejemplo, 10€ a repartir (una vez descontados los impuestos), el editor se llevaría 3€ (el 30%), porcentaje del que debería descontar numerosos costes antes de obtener su margen de ganancias.

- **Distribuidora y librería (60%).** El resto del porcentaje restante (un 60%) se lo reparten entre la distribuidora y el punto de venta.

Como ya se ha indicado, el distribuidor asume los costes de transporte desde el almacén a los puntos de venta, así como el transporte de devolución a la editorial de los ejemplares que no han sido vendidos; también negocia su porcentaje del pastel con la editorial y con el punto de venta. El porcentaje asignado a la distribuidora puede caer al 15% si el punto de venta es una gran superficie, pues su posición negociadora es muy fuerte. Por el contrario, si el punto de venta es pequeño los porcentajes tienden a igualarse (30-30).

Los costes principales a asumir por el punto de venta son los relacionados con el local (hipoteca o alquiler, mantenimiento, etc.) y los recursos de personal.

Figura 5: Reparto de Beneficios en la industria del libro tradicional



Fuentes: (Elaboración propia)

Resumiendo: de nuestro libro de 10€ (una vez descontado el IVA), 1€ es para el autor, 3€ para el editor y 6€ a repartir entre la distribuidora y la librería. Multiplicando por el número de libros vendidos obtendríamos la cantidad que obtiene cada parte por su contribución al negocio; los beneficios finales de cada una de las partes se calcularían descontando de esas cantidades los numerosos costes descritos para cada una de ellas.

1.2 En la industria del libro electrónico

Recordemos que en este caso el IVA es del 21%.

Las editoras y distribuidoras tratan de replicar para el libro digital la estructura clásica de reparto de costes y beneficios vistos para el libro tradicional. A pesar de la indudable “fuerza” que ambas partes poseen, la pretensión de trasladar el esquema de negocio al libro digital parece insostenible a medio plazo, teniendo en cuenta el reducido papel que ahora deben desarrollar en comparación con el que realizaban para el caso del libro tradicional, pues evidentemente para el libro digital ya no es necesaria la imprenta, ni la librería, ni el distribuidor, ni el almacén...

Aunque este reparto se encuentra muy cuestionado y previsiblemente evolucionará en un futuro no lejano, podemos establecer unos porcentajes más o menos aproximados para el reparto actual de beneficios:

- **Autor (25%).** Aunque un 25% parece un alto porcentaje en comparación con el que obtenía el autor en el caso del libro tradicional (un 10%), debemos tener en cuenta que el PVP de un libro electrónico es en general menos de la mitad que el de su versión en papel, por lo que en realidad el autor obtiene, en euros, una cantidad muy similar por la venta de un ejemplar de su libro, ya sea en versión digital o en formato impreso. Podríamos preguntarnos si tiene sentido que el autor siga obteniendo el mismo beneficio por ejemplar cuando otras partes de la industria ven sensiblemente reducidas las tareas que realizan en comparación con las que desarrollaban para el libro tradicional.
- **Distribuidora y tienda (15%-65%).** Son las plataformas de distribución digitales (como Librandia, Amazon, o Apple, etc.), las que difunden y entregan el libro a la “tienda” o a las plataformas de suscripción por internet. Su papel, como veremos, es el más cuestionado, a pesar de que actualmente constituyen el elemento más fuerte del sistema por su peso en los procesos de negociación intermedios, que se realizan entre el editor y la tienda o la plataforma de suscripción a la que acudirá el lector.

Las distribuidoras trabajan para varios sellos editoriales, difundiendo sus contenidos a través de los diferentes canales disponibles (tiendas, bibliotecas y plataformas de suscripción), a los que acudirá el lector para adquirir, descargar y leer sus títulos preferidos. Como hemos visto, las distribuidoras vuelven a quedarse con la mayor porción del pastel, al igual que ocurría en la edición del libro tradicional; pero muchos ya discuten el valor que aporta la plataforma distribuidora por “nada más que conseguir colgar” un fichero (el eBook) en otra plataforma o tienda para que la gente lo adquiera. Ya no hay costes de transporte ni unos canales de distribución difíciles de establecer y conservar. Parece que se trata simplemente de mantener un formato de negocio editorial, que en el mundo digital ya no tiene sentido.

El ejemplo español, que trata de competir con las grandes distribuidoras internacionales (Amazon y Apple) es Libranda. Siete grupos editoriales, entre los que se encontraba Planeta, se agruparon en 2010 para crear su propia plataforma de distribución y limitar así los costes de tener que acudir a una gran distribuidora que impusiera sus condiciones en lo que se refiere al reparto beneficios. Libranda se definió en sus inicios como “una plataforma digital neutral y abierta, que presta servicios de almacenaje y distribución digital a las editoriales y a las tiendas de libros online”. Así describió Libranda su proyecto, dejando claro que con esta iniciativa "respetaba la cadena de valor del libro" y que no tenía la intención de competir con las librerías que existentes en la red. Libranda se constituyó así en la mayor distribuidora del mercado del libro digital en idioma español. En 2018 Libranda fue adquirida por la tecnológica canadiense De Marque.

Otras experiencias llevadas a cabo en Europa para competir con las grandes distribuidoras americanas son Libreka en Alemania y Edigita en Italia.

- **Editor.** Le corresponde lo que queda del reparto del pastel (entre el 10 y el 60%) en función de lo que haya negociado con el autor (en concepto de royalties) y lo que le cobre la plataforma distribuidora con la que trabaja habitualmente. Así, por ejemplo, si la editorial ofrece a su autor un 25% del PVP del libro y ha decidido trabajar con una plataforma de distribución que le cobra el 40% del PVP del libro, le quedará un 35% para realizar las mismas tareas que llevaba a cabo con el libro impreso (corrección, maquetación, traducción, revisiones, etc.) con la excepción, eso sí, de las correspondientes a la de impresión del libro. En cualquier caso, sigue asumiendo un buen número de trabajos.

Conclusión: *la pretensión de trasladar el esquema de reparto de porcentajes del negocio tradicional a otro muy distinto parece insostenible a medio plazo. Durante los próximos años veremos descensos de precios y ajustes significativos en los porcentajes de reparto.*

Aunque para algunas partes del sector (editores principalmente) el núcleo de su negocio sigue estando en el libro tradicional, pues el digital no presenta grandes

atractivos, parece aconsejable realizar las oportunas inversiones y esfuerzos para no perder posiciones en el sector digital en espera de su definitivo despegue.

2. LIBRO ELECTRÓNICO Y LA PIRATERÍA

Es necesario señalar, antes de nada, que una descarga gratuita de un libro electrónico en internet no es siempre sinónimo de piratería. Existen multitud de páginas web desde donde pueden descargarse libros electrónicos gratis, sin tener que recurrir a la piratería. Entre los sitios web que cuentan con biblioteca online gratuita se encuentran: Amazon (que además de ser una plataforma de venta, dispone de un gran número de libros clásicos que se pueden descargar libremente), Dominio Público, Wikisource (iniciativa de Wikimedia), Google Books (que al igual que Amazon, presenta opciones gratuitas y de pago), Bubok, Literanda, Europeana y un largo etcétera. Por otro lado, nos encontramos el préstamo de libros digitales en bibliotecas institucionales, pertenecientes a comunidades autónomas y ayuntamientos, que cada día tienen más recursos bibliográficos en formato digital y que permiten a los socios tomar prestados sus libros, de modo similar al empleado para el libro tradicional, pero en este caso a través de internet, sin necesidad de tener que acudir personalmente a la biblioteca. Dos ejemplos relevantes son eBiblio (Comunidad de Madrid) y eLiburutegia (País Vasco), sitios que han experimentado un impresionante crecimiento, pasando de 550.000 usuarios en 2017 a más de un millón en 2018. Tampoco es ilegal compartir con un miembro de la familia una cuenta de usuario de pago de una plataforma de suscripción.

Todo lo anteriormente relatado, a modo de introducción, es relevante para entender los datos proporcionados en el informe “Barómetro anual sobre hábitos de Lectura y Compra de Libros 2018 en España” (Vazquez Jose [21]) de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE). El informe, elaborado a partir de entrevistas (más de 5.000), es el más amplio y riguroso de los elaborados en España y la referencia más utilizada para analizar la evolución de la lectura y compra de libros, publicaciones periódicas y contenidos digitales.

Los datos proporcionados por el citado “Barómetro” proporcionan, por un lado, datos más que satisfactorios sobre el crecimiento de la lectura de libros digitales, señalando que más de un 25% de los españoles es ya lector de este nuevo formato de libro. Sin embargo, otros datos podrían parecer ciertamente preocupantes para la industria del libro digital, pues un 60,9% de los lectores de libros electrónicos afirma descargarlos de forma gratuita frente a un 34,8% que asevera pagar por la descarga. Otro dato relevante es que del total de libros leídos en el año 2018 el 73,7% corresponde al libro de papel y 26.3% al de formato electrónico, pero de estos, solo el 21% fueron comprados por su lector. La pregunta es si estos datos indican que el 79% restante obtuvieron ilegalmente sus libros.

En realidad, los datos proporcionados por el informe no permiten extraer unos resultados claros que den respuesta a la pregunta de cuál es la proporción de lectores que realizan sus descargas de forma ilegal, pues el 79% que no compró el libro, pudo haberlo obtenido a través de descargas legales gratuita a través de las plataformas y bibliotecas electrónicas anteriormente relacionadas. Por otro lado, para los subscriptores de plataformas Storytel, Kindle Unlimited o Nubico, cada vez más numerosos, que acceden a los contenidos de esas plataformas mediante tarifas planas, debe ser difícil responder a la pregunta de si han pagado por leer un libro digital o no lo han hecho. Es como si nos preguntaran si hemos comprado la película que vimos ayer a través de Netflix.

Otros lectores (un 43,9%), indican que se los consiguen y pasan familiares o amigos, pero ello tampoco significa que su procedencia sea ilícita, pues el libro podría provenir de una descarga gratuita. En definitiva, no hay una pregunta clara y directa sobre las descargas ilegales en los cuestionarios utilizados para las entrevistas y por este motivo el informe no acaba de concretar la proporción de lectores que habitualmente realizan descargas ilegales, dejando únicamente entrever la existencia de un problema importante. Siendo tan exhaustivos los cuestionarios utilizados en el informe, no se entiende el descuido, a no ser que haya sido intencionado con el objeto de esquivar este tipo de pregunta, que sin duda resulta incómoda para el entrevistado.

Otro informe a tener en cuenta es el del “Observatorio de la Piratería”, correspondiente a 2017 (en 2018 no ha emitido su informe anual) ([6] Escritores.Org), de

la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos, que representa a una buena parte del sector cultural y del entretenimiento en España. En dicho informe se señala que la piratería digital ha experimentado en España por segundo año consecutivo un descenso en el número de descargas, aunque se mantiene el porcentaje de ciudadanos que acceden a contenidos pirateados. El informe no se centra en el libro digital, sino que abarca todo tipo de contenidos digitales (música, películas, videojuegos, libros, series y fútbol).

Según el informe, de los 1.857 millones de euros de pérdidas sufridas por piratería, 203 corresponden a al libro digital. En cuantos a los porcentajes de individuos que realizan accesos ilícitos, es de un 24% para el caso del libro electrónico. Entre las razones aducidas por los consumidores que acceden a contenidos ilegales, más de la mitad lo justificó manifestando que “los contenidos originales son muy caros”, otros que piratean por “rapidez y facilidad de acceso”, “ya pago mi conexión a internet”, “no estoy haciendo daño a nadie”, o bien que “no hay consecuencias legales”.

Un dato a tener en cuenta es que el 15 % de los consumidores reconoce tener grandes dificultades para diferenciar las páginas legales de las que no lo son y un 44 % sólo es capaz de diferenciarlas en ocasiones.

La repercusión teórica de la piratería en el empleo es muy significativa. El mercado de los contenidos digitales emplea actualmente alrededor de 70.000 trabajadores en España. Un escenario sin piratería permitiría crear más de 20.000 puestos de trabajo directos. Por otra parte, el Estado tendría unos ingresos potenciales de casi 400 millones de euros en concepto de IVA, otras cantidades relevantes en cotizaciones a la Seguridad Social y más de 50 millones de euros en concepto de IRPF.

Existen varias iniciativas para evitar el acceso y la copia ilegal de libros electrónicos; la más conocida de estas tecnologías es la DRM (Digital Rights Management), ampliamente utilizada en la industria de libros electrónicos. La DRM vincula el libro comprado a una cuenta de usuario específica. Al hacerlo así, sólo el comprador del libro digital será capaz de poder leerlo en los dispositivos autorizados, normalmente 4 o 5 dispositivos por cuenta de usuario. Si el libro está protegido por DRM en principio no se

podrá compartir con otra persona (a no ser que se le preste el dispositivo). Dependiendo de la configuración de DRM, este puede incluir además restricciones de impresión y copia, o de tiempo (préstamo de biblioteca). En este caso, una vez excedido el tiempo del “prestamo” el libro ya no será accesible o simplemente “desaparecerá” de la biblioteca.

Empresas como Amazon y Apple tienen su propio sistema DRM para protegerse contra el intercambio ilegal y para asegurar la venta únicamente desde sus propios sitios web. Pero la guerra contra la piratería es larga. Es una guerra defensiva en la que nunca se vence al pirata y cuando la batalla parece ganada, el pirata encuentra una nueva brecha por la que reanuda el ataque. De hecho, recientemente Scribd, una de las plataformas digitales más importantes relacionadas con el sector del libro electrónico, con más de 100 millones de visitantes el mes y 700.000 suscriptores Premium, ha sufrido uno de estos ataques directos al servicio que presta, a pesar de utilizar tecnología DRM. En concreto, Scribd ha presentado una denuncia contra una herramienta que permite descargar libros, audiolibros, revistas y otros contenidos digitales de Scribd sin problema. Se trata de la app llamada Scribd Downloader, que es capaz de eludir la citada tecnología DRM.

La Ley de la Propiedad Intelectual se reformó en 2015. Entonces se incluyeron sanciones graves por piratería, que se fijaron entre 150.000 y 600.000 euros, tanto para aquellos que cometen la infracción como para los intermediarios que no colaboran y para los servicios de pagos electrónicos o de publicidad que se nieguen a suspender el servicio a la web infractora. Sin embargo, a la vista de los datos parece que estas sanciones no son suficientes para acabar con la piratería en nuestro país. Por más que se persiga y se logre cerrar un sitio, inmediatamente surgen varios que lo sustituyen.

En España es el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO), la asociación sin ánimo de lucro de autores y editores de libros, el que se encarga de defender y gestionar de forma colectiva los derechos de propiedad intelectual que se derivan de la utilización secundaria (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) de estas publicaciones. En consecuencia, una de sus prioridades es la lucha contra la piratería. El año pasado, siguiendo las distintas vías judiciales que prevé la vigente Ley de Propiedad Intelectual, este centro consiguió varios fallos judiciales que

ordenaron el cierre de un buen número de páginas piratas de libros (entre ellas, www.espdf.net y www.espaebook.org) y multas elevadas a los responsables de diversas páginas web que albergaban o facilitaban el acceso ilícito a cerca de 50.000 títulos de libros electrónico. Aunque el balance de los resultados conseguidos en la lucha contra la piratería en los últimos años pueden considerarse como positivos en España, es necesario perseverar en este esfuerzo con el fin de contribuir a disminuir el daño que esta actividad ilegal ocasiona a los autores, editores y a toda la sociedad en general.

***Conclusión:** el fenómeno de la piratería pervivirá en el medio y largo plazo, por lo que será necesario seguir luchando para hacer frente. Aunque las pérdidas para el sector son actualmente relevantes, los hábitos mostrados por los usuarios en los últimos años revelan una tendencia clara hacia opciones legales de descarga gratuita y uso de plataformas de pago con tarifa plana.*

CAPÍTULO VI

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y EL FUTURO DEL LIBRO ELECTRÓNICO

Este epígrafe trata de dar una visión prospectiva, a medio y largo plazo, sobre el futuro del libro digital en sus dos aspectos más relevantes:

- Evolución tecnológica y prestaciones.
- Consecuencias de la evolución tecnológica sobre el mercado del libro a medio y largo plazo.

Ambas tareas son realmente difíciles. En el primer caso, porque resulta complicado predecir cuáles serán los próximos avances tecnológicos en el área de la electrónica y, de ellos, los directamente aplicables a los dispositivos de lectura (eReaders); en lo que se refiere a la segunda de las tareas, el desafío resulta doblemente difícil, pues en este caso la predicción se realiza sobre otra anterior que puede contener errores que se arrastran y amplifican.

En cualquier caso, es conveniente indicar que los estudios prospectivos fallan frecuentemente por la aparición de nuevos factores no existentes en el momento de la elaboración del estudio. Basta señalar, como ejemplo, los estudios prospectivos realizados hacen ya más de diez años, basados en más de un millar de encuestas a profesionales de la industria del libro de treinta países, que pronosticaban que 2018 sería el año en que el formato digital acabaría con el impreso. El vaticinio no se ha cumplido y la cuota del mercado del libro digital ni siquiera ha sobrepasado el 10% en la mayoría de los países avanzados.

1. EL FUTURO LIBRO ELECTRÓNICO

Como hemos señalado, no es nada fácil imaginar cómo será el eBook dentro de cinco o diez años. Basta recordar cómo eran nuestros teléfonos móviles hace tan solo 5 años. Fue el momento de la extensión masiva del smartphone, teléfonos que se asimilan a un ordenador de bolsillo, con acceso rápido a datos y a internet, con pantallas táctiles y, muy importante, asequibles al bolsillo de la mayoría; pero hace 10 años la situación era bien

distinta. Nuestros móviles, aunque habían reducido su tamaño respecto a los de las primeras generaciones, permitían un acceso a datos muy lento, que se limitaba al envío de mensajes (sms) de pequeña longitud.

Podemos considerar que otros nuevos avances, que supongan un salto de cualitativo de similar envergadura al experimentado por el teléfono móvil en un periodo de tiempo relativamente corto (menos de una década), serán adoptados por los dispositivos lectores de libros electrónicos en un plazo de tiempo similar. De hecho, es previsible que una buena parte de las mejoras que adapten los móviles en los próximos años sean de utilidad para el dispositivo lector del libro electrónico; pero para que tal avance se produzca, es necesario que a la industria del libro digital le interese realizar una inversión importante.

El audiolibro ya está hace tiempo entre nosotros. Se trata de reproducciones audibles de grabaciones de voz o leídas de forma automática por programas informáticos. Suelen estar gravadas en soportes digitales (CDs, DVDs...) o se accede a ellas directamente a través de Internet. Según el último estudio llevado a cabo por Dosdoce.com sobre la evolución de audiolibros, a finales de 2017 los títulos en español no superaban los 6.000, en 2018 se alcanzó la cifra de 8.000 y todos los datos indican que en 2019 se superará la barrera de los 10.000. El audiolibro aporta una nueva forma de experiencia sensorial a la lectura del libro, ligada a la aparición de la nueva tecnología del audio asociada a programas informáticos de lectura de textos y a los asistentes de voz domésticos como Alexa de Amazon o Siri de Apple.

Podemos preguntarnos cómo serán los eBooks del futuro, en base a algunos datos y avances que conocemos o prevemos en el futuro próximo. Algunos avances continuarán la línea actual, como la miniaturización, que permitirá reducir aún más el espesor de nuestros dispositivos; la rapidez de encendido y de las unidades de memoria, que agilizaran el acceso a los contenidos, pero esperamos otras novedades que ya “casi” están aquí y que harán más interesante el uso de nuestros dispositivos electrónicos: ([12] Luis, Eva.)

- ***Pantallas plegables***: son una realidad desde hace unos meses, pero todavía en una versión muy básica. No se trata de pantallas que puedan doblarse, sino de

dos pantallas giratorias que se despliegan y funcionan juntas. Este tipo de tecnología permitirá que los dispositivos puedan utilizarse de forma dual o multifuncional, tanto en modo móvil, tablet o como dispositivo lector de libro digital.

Estos primeros avances, ya en marcha, nos apuntan hacia donde se dirige la evolución de nuestros dispositivos electrónicos de mayor uso: primero el teléfono móvil trató de convertirse en un ordenador portátil y apareció el smartphone, después tratamos de reducir el tamaño de nuestro PC, eliminando el ratón y el teclado (utilizando una pantalla táctil), y surgió la “tableta” (o Tablet), que rápidamente adaptamos para permitir la lectura de libros digitales. La dirección de la evolución de todos estos dispositivos es clara: teléfono, ordenador y lector de libro digital se fusionarán e integrarán en un solo dispositivo, pero todavía son necesarios algunos “pequeños” avances.

Uno de los adelantos que permitirá la citada integración de dispositivos es la pantalla plegable y flexible; no la descrita, que se gira y se junta, sino verdaderas pantallas “flexibles”, que se doblan y retuercen como el papel. Se muestran desde hace años en las ferias de tecnología, pero no acaban de llegar a nuestros dispositivos. No sabemos si tardarán un año, o cinco, en llegar a nuestras manos, pero parece obvio que los dispositivos del futuro se podrán plegar, doblar y moldear como una hoja de papel.

- **Inteligencia artificial:** no trataremos de profundizar mucho sobre el tema. Actualmente existen tres tipos de inteligencia artificial. Por un lado, tenemos la inteligencia artificial estándar, que ofrece similares respuestas ante un mismo problema. Se utiliza para tareas sencillas como recomendar un restaurante según anteriores elecciones del usuario, su ubicación, etc. Por otro lado, el “Machine Learning o Aprendizaje Automático”, inteligencia más avanzada, permite al dispositivo aprender de sus errores. Así, cuando el dispositivo falla en una tarea, la siguiente vez ofrece una solución distinta, hasta que acierta. Los móviles utilizan este tipo de inteligencia para tareas tales como la identificación de personas y objetos en una foto, para el reconocimiento facial, etc. Por último, el “Deep Learning o Aprendizaje Profundo”, es la forma más avanzada, que

permite al dispositivo tomar decisiones en función de los datos. Se utiliza en los móviles para aprender de las costumbres del usuario y hacer las oportunas recomendaciones en base a ellas.

Los asistentes personales como Siri o el asistente de Google, utilizan la inteligencia artificial para ofrecer respuestas a preguntas más o menos básicas, pero en un futuro próximo podremos mantener con ellos conversaciones reales y complejas. También en un futuro no muy lejano nuestro dispositivo lector conocerá nuestros gustos literarios y será capaz de anticipar si un libro nos gustará o no, en función de nuestras lecturas previas y hábitos (género, argumento, autor, etc.). Será fácil para nuestro “asistente” recomendarnos el siguiente libro a leer. Incluso serán capaces de entender nuestras emociones.

La Inteligencia Artificial (IA) también va a alargar la vida y mejorar el rendimiento de nuestros dispositivos. Será capaz de ajustar el consumo de batería y la velocidad de en función del uso. Pero en nuestro dispositivo “integrado” (teléfono-tableta-lector) la IA será mucho más útil: corregirá de forma automática las fotos y los vídeos borrosos, ajustará la luz, el enfoque... También impedirá que borremos archivos críticos, nos alertará cuando sobrepasemos la velocidad límite cuando conduzcamos, etc. Todas las tareas de mantenimiento y organización de nuestros archivos que ahora realizamos de forma manual, correrán a cargo de la IA, que lo hará automáticamente. Borrará fotos repetidas, responderá emails y mensajes de WhatsApp... y hasta hará la lista de la compra por nosotros. Muchos de estos desarrollos serán aplicables e incorporados en nuestros dispositivos de lectura de libros.

- **Conexión 5G:** otra novedad, de la que disfrutaremos en breve, será la conexión 5G, que será unas 10 veces más rápida que la actual conexión (4G), con velocidades entre 1 y 6 Gbps; pero la velocidad no es lo más importante que aporta el 5G. La mayor velocidad nos abrirá las puertas a capacidades que hasta ahora eran imposibles de disfrutar en dispositivos conectados a través de redes telefónicas inalámbricas, por su lenta conexión; accederemos a la realidad virtual en tiempo real, a juegos online con cientos de jugadores, intercambiamos ficheros de forma instantánea y un gran etc. Podremos ver, escuchar y manipular

objetos de manera remota, los coches autónomos se comunicarán entre sí de forma instantánea, los semáforos se ajustarán en tiempo real en función del tráfico.

Se habla ya del Internet de las cosas. La inteligencia artificial y la velocidad 5G permitirá que nuestros dispositivos electrónicos y electrodomésticos se comuniquen entre sí, sin intervención humana, y tomen decisiones por su cuenta. Nuestro asistente virtual preguntará al termostato qué temperatura hace y lo programará para calentar la casa antes de que llegue el dueño, del que conoce su agenda y, por tanto, su hora prevista de llegada. Como conoce su agenda, sabe también lo intenso de la actividad del día, por lo que ordenará a nuestro sistema musical que ponga música relajante. Las posibilidades son infinitas.

En definitiva, la conexión 5G supondrá una gran revolución, no solo para nuestro “dispositivo integrado”, sino también para nuestro lector de libros si lo como un dispositivo separado. Podremos acceder y “pasear”, virtualmente, por las más importantes bibliotecas; podremos “coger” el libro que deseemos de sus estanterías; pasar las páginas de libros hasta ahora “intocables”, expuestos en vitrinas bajo condiciones de temperatura y humedad controladas, cuyo acceso está vetado al público para evitar su deterioro; también podremos sentir el tacto de sus hojas e incluso “oler” su antigüedad. Resumiendo, la conexión 5G es “la nave” que necesita la Inteligencia artificial y el Big Data para revolucionar el mundo.

Todo esto ocurrirá en breve plazo. Para ello será necesario digitalizar y “cargar”, previamente, todos estos datos en archivos de enorme tamaño, antes de hacerlos accesibles al público. Será, sin duda, una tarea ingente que conllevará el empleo de gran cantidad de medios y recursos. La conexión 5G va a cambiar la forma de relacionarnos con la tecnología, pero esta nueva relación no va a ser fácil de asimilar. Entre otras consecuencias, se prevé la pérdida de varios cientos de millones de empleos por la sustitución de la mano de obra por máquinas controladas por la IA.

- ***Carga de batería más rápida:*** la tecnología de fabricación de baterías ha avanzado mucho en los últimos años y no tiene un gran margen de mejora. Se alargará la duración de las baterías, pero esta mejora será lenta. Sin embargo,

pronto veremos importantes avances en lo que se refiere a la velocidad de recarga, la carga inalámbrica y la carga solar.

- **Otras mejoras:** se incorporarán los próximos años a nuestros dispositivos electrónicos con nuevas capacidades en relacionadas con la biometría y privacidad, seguridad, realidad aumentada y virtual, holograma, control por voz, auto reparación, etc.

2. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y EL FUTURO DEL MERCADO.

El asunto más espinoso y complicado es tratar de evaluar lo que sucederá a largo plazo en el sector del libro como consecuencia de la revolución tecnológica que se avecina. Ya hemos proporcionado algunos indicios sobre cómo será el futuro dispositivo lector de libros digitales y cuáles serán sus nuevas capacidades, pero ahora es necesario determinar hasta qué punto las nuevas capacidades descritas harán atractiva la lectura en los nuevos dispositivos y qué consecuencias tendrá en la evolución del mercado del libro.

La primera cuestión ya ha sido abordada en el párrafo anterior, en el que se ha considerado que el futuro dispositivo empleado para la lectura de libros electrónicos no será únicamente utilizado para ese propósito. Será un dispositivo en el que se integren el teléfono móvil, la tablet y el lector de nuestros libros digitales; dispondrá de pantallas flexibles, altísima velocidad (5G) y enorme capacidad de memoria que permitirán el empleo extenso de la inteligencia artificial y el acceso a determinadas posibilidades que ofrece la realidad virtual. Cuando lo utilicemos en modo lector de libros, la pantalla se adaptará en tamaño a la dimensión idónea para ofrecernos una lectura agradable, utilizando tinta electrónica para eliminar la retroiluminación, y ajustará la luz, el enfoque y el tamaño de letra automáticamente, conforme a las preferencias que ya conoce nuestro asistente IA. Cuando lo deseemos, por estar desarrollando una actividad simultánea que nos impide o dificulta la lectura, ordenaremos a nuestro asistente que pase a modo audiolibro de forma instantánea.

Pero la gran revolución es la integración de la inteligencia artificial y la realidad virtual. Como hemos señalado, pronto podremos “pasear” por las grandes bibliotecas,

escoger el libro que deseemos de sus estanterías (entre ellos los más antiguos) y, en un futuro algo posterior, podremos “cogerlos”, sentir el tacto de sus hojas e incluso “oler” su antigüedad. Cuando esta revolución suceda el libro digital dará el gran salto y desplazará, con toda seguridad, al tradicional, que verá reducida su cuota de mercado de forma notable. En cualquier caso, el formato papel siempre convivirá con el digital y tendrá un espacio en las estanterías de nuestras casas y, por supuesto, en las bibliotecas de nuestras ciudades.

Otro asunto es poder determinar cuándo se incorporarán estos avances en nuestros dispositivos para poder disfrutar de la lectura virtual-inteligente. Algunos de ellos se producirán en el corto-medio plazo (entre 1 y 5 años): la integración del móvil, Tablet y lector en un solo dispositivo, las pantallas flexibles, la conexión 5G y la incorporación de la inteligencia artificial en nuestros dispositivos ya están en marcha y su desarrollo e incorporación a nuestros dispositivos será una realidad de la que disfrutaremos muy pronto, dentro del plazo señalado de 5 años. Aunque será solo un primer salto dentro de la gran revolución que nos espera, estos avances permitirán desatascar el avance del libro electrónico, rompiendo su techo actual para elevar poco a poco, pero de forma progresiva, su cuota de mercado frente al libro tradicional.

Pero la gran revolución, la integración de todos estos avances con la realidad virtual y aumentada, tardará aún en llegar. Será entonces cuando podamos “coger” el libro y “oler” sus páginas. Aunque la tecnología existe, su desarrollo e implementación exigirán el empleo de enormes recursos (materiales, humanos y económicos) y sobre todo tiempo.... Pensemos tan solo el trabajo y tiempo necesarios para digitalizar un libro hasta el extremo de poder captar con nuestros sentidos, utilizando nuestros dispositivos, las mismas sensaciones que si lo tuviéramos en nuestras manos. Tal enorme trabajo solo será posible mediante el empleo y ayuda de la IA y requerirá de un plazo de tiempo bastante prolongado hasta que los dispositivos con estas capacidades lleguen a nuestras manos. Con toda seguridad, más de una década... En cualquier caso, cuando esto suceda, el libro digital desplazará al tradicional y aumentará notablemente su porción del pastel total del negocio del libro.

Conclusión: *las mejoras tecnológicas que se producirán en nuestros dispositivos electrónicos en los próximos cinco años permitirán al libro digital retomar su avance para ganar de forma continua y progresiva su cuota de mercado, pudiendo llegar a doblar su volumen de ventas durante este periodo. A largo plazo el libro digital desplazará al tradicional, superándolo ampliamente tanto en la venta de ejemplares como en el volumen de beneficios obtenidos.*

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

Ya sabemos lo difícil y arriesgado que es hacer pronósticos a medio y largo plazo. Muchos estudios prospectivos fracasan pese a ser rigurosos y completos. Las razones principales las hemos indicado: la existencia de factores subjetivos (gustos, modas, tendencias, etc.) difíciles de valorar y la aparición de otros nuevos factores (inexistentes en el momento de nuestro estudio) cuyo impacto en la evolución del asunto puede tener un peso considerable.

En cualquier caso, ha llegado el momento de integrar las conclusiones obtenidas en los capítulos anteriores para obtener una final sobre cuál será la evolución del negocio del libro que nos permita proporcionar al sector una recomendación sobre hacia dónde enfocar su estrategia de negocio en el medio y largo plazo.

Pues bien, durante nuestro estudio hemos tratado de conocer cómo ha sido la evolución del mercado hasta el momento actual para determinar posible pautas y determinar si hay una tendencia general cuyo patrón pueda prolongarse y extenderse en el futuro; hemos analizado después las ventajas y desventajas de un formato respecto al otro, en el entendimiento de que el mercado (el lector en este caso) se decantará y escogerá la opción que le proporcione las mayores ventajas; posteriormente, hemos analizado el complicado reparto de costes y beneficios en ambos sectores, digital y tradicional, desde el punto de vista de cada uno de los actores que intervienen en el negocio y, a través de la lucha de intereses de unos y otros, prever un posible futuro reparto; también hemos analizado el impacto de la piratería sobre el negocio y su posible evolución; por último, imprescindible en este caso y el ejercicio más complicado, tratar de valorar hasta qué punto los próximos avances tecnológicos pueden revolucionar el mercado del libro tecnológico.

Resumiendo, los resultados del estudio realizado nos indican las siguientes **tendencias a corto plazo:**

- El papel y el formato digital seguirán compitiendo por porciones del mismo mercado.
- El libro tradicional mantendrá una posición dominante, pero no crecerá.
- El formato digital, tras un vertiginoso crecimiento inicial se ha estancado y crecerá muy levemente en los próximos años.
- El audiolibro tiene un amplio campo de expansión, pero por el momento no es considerado como competidor del libro digital. Es muy probable que en un futuro próximo el libro electrónico y el audiolibro se fusionen y sean dos caras de una misma moneda.

De nuestro estudio prospectivo también se desprenden una serie de **tendencias a medio y largo plazo:**

- La evolución del mercado no ha sido continua ni progresiva. No existe un patrón de comportamiento consistente que permita predecir la evolución futura del mercado.
- El libro electrónico aventaja al formato tradicional en precio y prestaciones. No obstante, el libro tradicional mantendrá su posición dominante en el mercado durante los próximos años (medio plazo).
- Próximamente observaremos ajustes significativos en los porcentajes de reparto (costes y beneficios) entre actores dentro del modelo de negocio establecido para el libro digital. Estos ajustes conducirán a una nueva bajada de precios que incrementará la demanda del libro electrónico.
- El fenómeno de la piratería pervivirá, pero su impacto (pérdidas derivadas) sobre el negocio del libro digital será cada vez menos relevante.
- Las mejoras tecnológicas que se producirán en nuestros dispositivos electrónicos en los próximos años permitirán al libro digital retomar su avance con fuerza para incrementar de forma continua y progresiva su cuota de mercado, pudiendo llegar a doblar su volumen de ventas a medio plazo y, a largo plazo, igualar el volumen de ventas del libro tradicional

-
- Habrá que esperar décadas para poder observar el cruce de las cuotas de mercado de ambos formatos, digital y tradicional.

Integrando los anteriores resultados, podemos establecer nuestras **conclusiones finales**:

- A corto plazo y medio plazo el libro digital incrementará su volumen de negocio de forma lenta pero progresiva. El libro tradicional mantendrá su posición dominante.
- Habrá que esperar más de una década para poder observar el cruce de las cuotas de los mercados digital y tradicional, en términos de ejemplares vendidos. En cualquier caso, el formato tradicional dispondrá durante mucho tiempo de una porción considerable de la cuota total del negocio del libro.

Y ahora ya estamos en disposición de realizar nuestra **recomendación**, o propuesta, sobre hacia dónde dirigir la estrategia de las empresas del sector del libro, conforme a lo expuesto en nuestras conclusiones finales:

- A corto y medio plazo, el esfuerzo deberá seguir manteniéndose en el libro tradicional, pero incrementando progresivamente las inversiones en el área del libro digital para obtener una posición firme en el sector con vistas a su futuro despegue.
- A largo plazo, el esfuerzo principal deberá redirigirse hacia el libro digital, pero sin abandonar el mercado del libro tradicional, que siempre dispondrá de una porción importante de la cuota del mercado del libro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- [1] Alós, Ernest. (2017, julio 13). Así Ha Quedado Repartido El Mercado El Libro De España Tras Ocho Años De Crisis. *El periodico*. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20170713/cifras-mercado-editorial-libro-espana-2016-6165929>. (Visitado última vez el 1 jun.2019)
- [2] Bookscan (2018). Dosdoce
Recuperado de <https://www.publishersweekly.com>. (Visitado última vez el 1 jun.2019)
- [3] Celaya, J. (2018). Ventas de libros electrónicos ebooks y audiolibros en España. *Dosdoce*. Recuperado de <https://www.dosdoce.com/2018/10/19/los-datos-ocultos-las-ventas-reales-del-crecimiento-libro-digital/> . (Visitado última vez el 4 jun.2019)
- [4] Computerhoy.(2017, noviembre) Ventajas Y Desventajas De Libros En Papel Y LibrosDigitales. Recuperado de <https://computerhoy.com/noticias/life/ventajas-desventajas-libros-papel-libros-digitales-70875>. (Visitado última vez el 29 may.2019)
- [5] Eguaras, Mariana. (2013, enero)"Reparto De Porcentajes En La Edición De Un Libro Impreso". Recuperado de <https://marianaeguaras.com/reparto-de-porcentajes-en-la-edicion-de-un-libro-impreso/>. (Visitado última vez el 4 de jun.2019)
- [6] Escritores.Org. Piratería De Los E-Books. Recuperado de <https://www.esritores.org/recursos-para-esritores/articulos-de-interes/1071-pirateria-de-los-e-books> . (Visitado última vez el 4 jun.2019.)

- [7] Federacioneditores (2018) Federación De Gremios De Editores De España.
Recuperado de
<http://federacioneditores.org>. (Visitado última vez el 3 jun.2019)
- [8] Herrero, Lorenzo. (2019, enero). El Libro Electrónico No Es Sinónimo De Piratería.
Publishnews. Recuperado de
<https://www.publishnews.es/materias/2019/01/25/pirateria-y-libro-electronico-ni-tanto-ni-tan-calvo>. (Visitado última vez el 4 de Jun.2019)
- [9] Lafabricadelibros
Recuperado de
<http://lafabricadelibros.com/pdf/Historia.pdf>. (Visitado última vez el 6 de Jun.2019)
- [10] Libranda. (2018, abril). Informe Anual del Libro Digital 2017. Recuperado de
<https://libranda.com/wp-content/uploads/2018/04/Informe-anual-libro-digital-2017.pdf>
(Visitado última vez el 4 de Jun.2019)
- [11] Livreshebdo (2018). *Dosdoce*
Recuperado de
<https://www.livreshebdo.fr> (Visitado última vez el 5 de Jun.2019)
- [12] Luis, Eva. (2019, Marzo). Así Queda El Catálogo De Libros Electrónico De Amazon Tras La Presentación Del Nuevo Kindle. *Xataka*. Recuperado de
<https://www.xataka.com/seleccion/asi-queda-catalogo-libros-electronico-amazon-presentacion-nuevo-kindle-2019> (Visitado última vez el 3 de Jun.2019)
- [13] Manrique, Winston. (2018, junio) Así Sueñan El Libro Del Futuro Nueve Expertos Y Los Lectores. *Wmagazin*. Recuperado de
[Whhttp://wmagazin.com/relatos/asi-sera-el-libro-del-futuro/](http://wmagazin.com/relatos/asi-sera-el-libro-del-futuro/).
(Visitado última vez el 4 de Jun.2019)
- [14] Martínez, J. (2019) Amazon sacude el negocio del audiolibro: prepara la irrupción de Audible en España” en La información. Recuperado de
<https://www.lainformacion.com/empresas/amazon-sacude-el-negocio-del-audiolibro-prepara-la-irrupcion-de-audible-en-espana/6492405> (Visitado última vez el 4 de Jun.2019)

- [15] Ministerio de Educación. (2018,Abril). Recuperado de <http://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:08c8edc0-2753-4306-9624-732c63843df0/sector-libro-2018.pdf>. (Visitado última vez el 1 de Jun.2019)
- [16] Peces, Teresa. (2017, noviembre). Diez Años Del Boom Del Libro Electrónico: Futuro De Convivencia Con El Papel. *Wmagazin*. Recuperado de <http://wmagazin.com/diez-anos-del-boom-del-libro-electronico-futuro-de-convivencia-con-el-formato-de-papel/>. (Visitado última vez el 5 de Jun.2019)
- [17] Peces,Teresa. (2018, abril). El libro electrónico y la lectura digital aumentan en España y Latinoamérica. *WMagazín*. Recuperado de <http://wmagazin.com/el-libro-electronico-y-la-lectura-digital-aumentan-en-espana-y-latinoamerica/> (Visitado última vez el 4 de Jun.2019)
- [18] Penalva, Javier.(2009, octubre) Historia Del Libro Electrónico. *Xataka*
Recuperado de <https://www.xataka.com/otros/historia-del-libro-electronico>.
(Visitado última vez el 6 de Jun.2019)
- [19] The book Seller (2018). *Dosdoce*
Recuperado de <https://www.thebookseller.com> (Visitado última vez el 6 de Jun.2019)
- [20] Vázquez, José. (2018, Febrero) Evolución Del Mundo Del Libro En 2017 En Los Principales Mercados Del Mundo. *Dosdoce*. Recuperado de <https://www.dosdoce.com/2018/02/22/evolucion-del-mundo-del-libro-2017-los-principales-mercados-del-mundo/>. (Visitado última vez el 4 de Jun.2019)
- [21] Vázquez, José. (2018, octubre). Barómetro Europeo del Libro Electrónico.*Dosdoce*
Recuperado de <https://www.dosdoce.com/2018/10/04/barometro-europeo-del-libro-electronico>
(Visitado última vez el 4 de Jun.2019)

[22] Vazquez, Cristian.(2019, febrero). ¿Libro De Papel O Ebook? Ventajas De Cada Uno. Eldiario.
Recuperado de
https://www.eldiario.es/consumoclaro/ahorrar_mejor/Libro-papel-ebook-Ventajas_0_871763263.html. (Visitado última vez el 6 de Jun.2019)

[23] Wmagazin. (2018, julio). La Venta De Libros En España Se Estanca En El País Y Crece En El Exterior. Recuperado de
<http://wmagazin.com/la-venta-de-libros-en-espana-se-estanca-en-el-pais-y-crece-en-el-exterior/>. (Visitado última vez el 4 de Jun.2019)

