



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

La tercera edición del boletín virtual Faro, presentan reflexiones sobre la situación del sector editorial en Colombia y sus tendencias a nivel mundial. Para esto se abordaran tres ejes temáticos principalmente: el estado actual del sector editorial, la pertinencia de las políticas públicas existentes y los desafíos que plantea la digitalización. En esta edición, con el objetivo de tener diversas visiones del panorama del libro y sus tendencias, se invitó a reflexionar sobre estos aspectos a agentes que hacen parte de los distintos eslabones de la cadena del libro a nivel nacional, a editores de libros ilustrados a nivel internacional y a investigadores que están analizando las tendencias de la digitalización.

Producto de las entrevistas y los artículos realizados para esta edición, se percibe que las discusiones que se están dando en el sector editorial están ubicadas en dos campos: Una de las discusiones tiene que ver con las problemáticas persistentes en la cadena del libro tal y como se conocen actualmente en el mundo análogo y la otra con las expectativas cada vez más reales de la convergencia de contenidos editoriales en múltiples soportes.

En el campo de lo análogo, como lo describen los miembros de la mesa editorial, que hace parte del Comité Técnico Mixto de Industrias Culturales, liderado por el Ministerio de Cultura de Colombia, el sector del libro enfrenta problemáticas de concentración en las principales ciudades del país, tanto en la producción, como en los canales especializados de distribución, las librerías. Por su parte, las librerías, se enfrentan a la competencia de descuentos en los diversos escenarios de distribución, a los altos costos de los espacios y la escasa población lectora y compradora de libros, lo que hace que la distribución del libro en espacios especializados sea una tarea difícil. Pero sin duda los bajos niveles de lectura de la población colombiana, es uno de los principales problemas que enfrenta el sector del libro. Como lo indican las estadísticas de lectura publicadas por el DANE, para el año 2012, el promedio de libros leídos por habitante en Colombia fue de 1.9 al año.

En el campo de lo digital, las transformaciones que se han venido dando presentan múltiples oportunidades para el sector editorial, pero de igual manera representan desafíos en la generación de contenidos y su distribución. En esta edición de Faro, se analiza la digitalización de contenidos editoriales y la perspectiva que los actores de la cadena del libro tienen a nivel nacional como internacional. ¿Qué segmentos de la edición están posicionados en el entorno digital?, ¿Todos los segmentos son susceptibles de ser digitalizados?, son algunas de las preguntas que surgen. En las entrevistas que se realizaron, al igual que en los artículos que se presentan, es clara que la percepción de la digitalización cambia dependiendo del segmento editorial desde el que se conteste la pregunta. Para quienes trabajan en el ámbito académico, como lo señala Juan Felipe Córdoba, quien habla desde la experiencia de la Asociación Colombia de Editoriales Universitarias, la digitalización favorece la producción de contenidos, la distribución y el encuentro con sus potenciales lectores. Posición contraria se observa en los actores que trabajan en el segmento de los libros ilustrados, la percepción de editores como María Osorio (Babel libros) de Colombia, y de los editores entrevistados en la Feria de Bolonia, feria especializada en libros infantiles e ilustrados, perciben que la digitalización de sus contenidos le resta sentido a este tipo de publicaciones y los retos en este campo son innumerables.



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Estos escenarios de igual manera no solo sugieren reflexiones sobre temas endógenos a la cadena del libro y sus agentes, tanto en el ámbito análogo como en el digital, sino que también abre la discusión sobre las políticas públicas existentes y su pertinencia, ¿son las políticas públicas y sus respectivas normativas vigentes para los retos que enfrenta hoy el sector editorial en Colombia, tanto en el ámbito análogo como en el digital? A partir de las reflexiones de los entrevistados es posible inferir, que si bien la normativa existente favorece la edición, las problemáticas que hoy enfrenta el sector requieren de una reflexión profunda que lleve a una reestructuración de las políticas públicas vigentes. Esta reflexión pasa por la generación de mecanismos que incentiven la actividad económica de actores diferentes al editor, a las problemáticas de mercado respecto a los precios del libro en las diversas ventanas de circulación, las compras públicas y el comportamiento lector, entre otras.

En las entrevistas realizadas en el marco de la Feria del Libro de Bolonia, hablan editores de diversas partes del mundo, sobre su experiencia editorial en el marco de las políticas existentes en su país, vale rescatar la visión de la editorial Francesa Terry Maigner, con la existencia de la Ley Lang (1981), que favorece la existencia del precio fijo del libro, versus la experiencia de la editorial Irani, Shabaviz Publishing Co, en un país donde no existe leyes de copyright.

En resumen, desde las diversas perspectivas de los agentes que intervienen en el sector del libro a nivel nacional e internacional, en esta edición de Faro, se busca brindar un amplio panorama sobre los desafíos que enfrenta el sector editorial.

CONTENIDO

- Artículo de Julián Nossa > Tendencias del mercado editorial
- Feria del Libro Infantil de Bolonia > Tendencias del mercado internacional de libros para niños y jóvenes
- La Ruta de la Independencia > Entrevista a Felipe González
- Entrevista Mesa Editorial > Los miembros de la mesa editorial hablan sobre el sector del libro en Colombia
- Artículo de Javier Machicado > Editores a la búsqueda de nuevos modelos de negocio
- Ventana Estadística



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Editorial

Tendencias del mercado editorial

Por: *Julián Nossa* Investigador del Observatorio de Cultura y Economía

El primero de diciembre de 2011 tuvo lugar en el Palacio de Luxemburgo de París un simposio de editores europeos en el que participaron propietarios y directores de algunos de los grupos editoriales más poderosos del mundo, así como de importantes editoriales independientes y asociaciones de editores. Los temas que fueron abordados en este encuentro no son en sí novedosos, pues él mismo se inscribe en una discusión que data ya de algunos años y en la que el libro digital ha sido siempre protagonista. Sin embargo, el debate se nutre ahora con las cifras del desarrollo del mercado editorial digital estadounidense, que provee un panorama mucho más claro de las tendencias en la producción y venta de libros en los próximos años. Sirva pues la discusión de Europa (un mercado editorial no tan avanzado como el norteamericano pero que anticipa de cierta manera el futuro en América Latina) para identificar las tendencias más importantes.

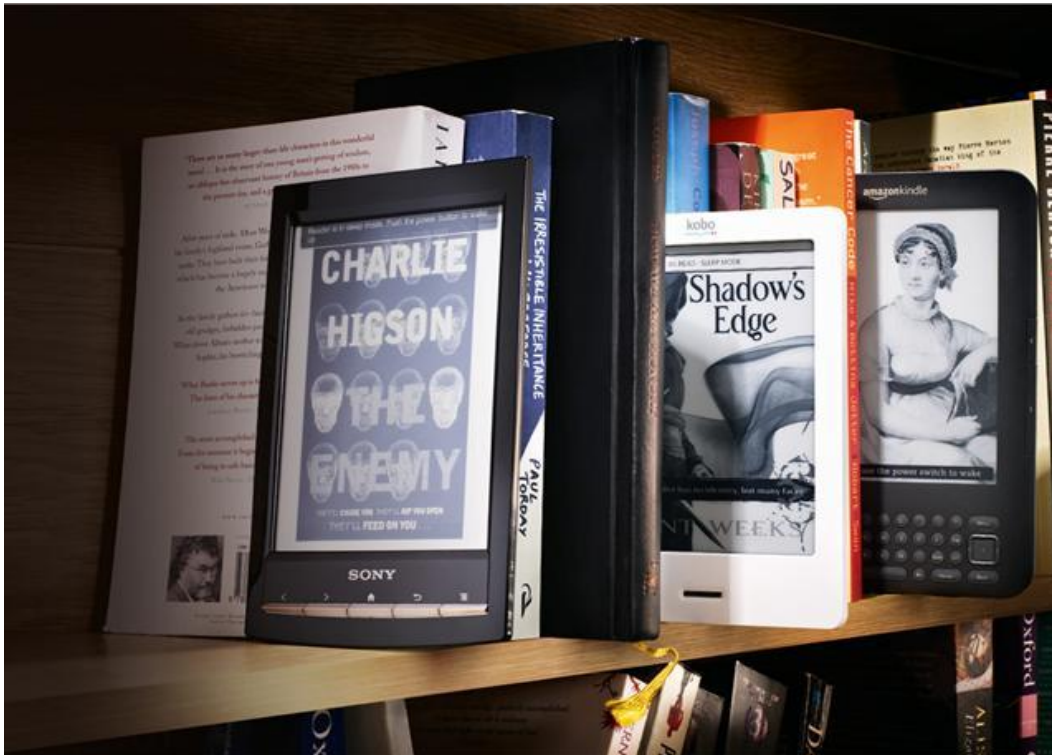


Foto: riosdetintaelectronica



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Descenso en la venta de libros y revaloración del papel del editor

En general los países europeos han visto reducidas las ventas de libros. En Holanda el retroceso es del 10% de 2010 a 2011; Polonia ha visto una baja del 17% de 2009 a 2010; la industria editorial sueca vendió un 10% de libros en 2010 con respecto a 2008, y el gasto de libros no de texto en los hogares españoles descendió un 10% en 2010 con respecto a 2009. Este descenso no se debe solamente a la crisis económica europea, sino también al desplazamiento de la lectura de libros frente a otras actividades, como el uso de las redes sociales o el Internet. Por su lado, Estados Unidos ha visto un aumento de un 3,6% en la venta de libros, aunque también en este país el tiempo dedicado a la lectura se ha visto afectado. Se aprecia entonces una necesidad de revalorizar el papel del editor como mediador de un universo de información no discriminada, frente a una tendencia de la multiplicación de información en línea.

Reducción de oferentes en el mercado

El acaparamiento del mercado por parte de grandes grupos editoriales continúa su avance. En Alemania, por ejemplo, el 80% de las obras literarias son publicadas por tres agentes editores. A este respecto, parece que las editoriales independientes comparten el futuro de las librerías, cuya desaparición se ha agravado (Alemania ha visto desaparecer la mitad de sus librerías en los últimos cuarenta años). La aglomeración de la oferta en pocos agentes en términos de publicación de libros está íntimamente ligada a un proceso paralelo en términos de distribución. Sin duda, este proceso se ha visto acelerado por la modernización y la expansión de la venta en línea tanto de libros físicos como digitales (el 30% de la venta de libros en Suecia se hace a partir de plataformas digitales, por ejemplo). La situación en Estados Unidos, donde las compañías de ventas de libros por Internet son más fuertes afirma la tendencia vista en Europa y prevén su continuación. Como sucede en un mercado de estas características, la inversión en mercadeo y publicidad de las empresas de edición y distribución tiende a aumentar.

El libro electrónico

Uno de cada diez libros vendidos en Estados Unidos es digital. La venta de eBooks creció un 164% entre 2009 y 2010 en ese país. En el Reino Unido, la proporción descende: se vende un libro digital por cada nueve libros en otros formatos. Sin embargo, en el resto de Europa las ventas del libro digital no representan una franja representativa del mercado (generalmente por debajo del 1%). Esta diferencia se debe especialmente al nivel de ventas de dispositivos digitales de lectura y del desarrollo de la oferta editorial en formato digital. Sin embargo, puede preverse el aumento de estos niveles. Prueba de ello es la diferencia entre el margen de ganancia para los autores en la edición digital de sus obras. Si normalmente el autor obtiene entre un 10% y un 20% del precio de catálogo de un libro en papel, el modelo de negocio digital de Amazon prevé hasta un 70% para el autor. Gracias a este contraste los autores pueden preferir una edición digital de sus obras que no necesariamente pase por las manos de una casa editorial. Tanto en Europa como en América Latina la edición digital se mantiene como una oportunidad de negocio por instaurarse. De la misma manera, en ambos panoramas se mantiene el peligro de que el desarrollo de tal oportunidad no provenga de la cadena local de producción y distribución del libro, sino de la expansión de agentes extranjeros. Como se ha dicho en repetidas ocasiones, el aumento del mercado editorial digital depende de cada sector de la edición, siendo algunas franjas de la actividad editorial más propicias



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

que otras para ser producidas en formato digital. Asimismo, se constata que el libro físico mantiene una fuerte demanda, aun cuando las ventas de libros digitales aumenten. Aproximadamente, las cifras de ventas en Estados Unidos de libros en formato papel son las mismas para los años 2009 y 2010.

Feria del libro infantil de Bolonia

Tendencias del mercado internacional de libros para niños y jóvenes

Por: *Julián Nossa* Investigador del Observatorio de Cultura y Economía

Del 25 al 28 de marzo, en ocasión de la Feria del Libro Infantil de Bolonia, El Faro y Sobre Edición prepararon una serie de entrevistas para captar las tendencias del mercado editorial en el mundo.

La Fiera del Libro per Ragazzi de Bolonia es sin duda una de las ferias editoriales más importantes del mundo. En 2013, cuando la feria celebró su aniversario número 50, cerca de 20 000 m² de área de exposición recibieron a más de 1200 expositores. La base de su consolidación como cita obligada de la industria editorial, con respecto a otras ferias del libro, reside principalmente en la potencialización de cuatro características propias a ella.

En primera instancia, la Feria de Bolonia se concentra en un sector específico de la edición, rasgo que ha respetado y resaltado desde 1964. Aun así, es comparable en términos de número de expositores a ferias generales como París (1700) o Londres (1700). La feria es además eminentemente internacional. Este año, alrededor del 90% de sus expositores vinieron de fuera de Italia y representaron a 74 países (incluyendo a Colombia). Asimismo es de carácter profesional. Eso quiere decir no sólo que el ingreso está reservado a los actores de la cadena de producción y difusión del libro, sino que los negocios de la feria se restringen a la venta y compra de derechos y a acuerdos de coedición. Finalmente, al consagrarse a un sector con actores y dinámicas especiales, la Fiera di Bologna permite un trabajo más directo y eficaz con ilustradores, animadores, bibliotecas y librerías especializadas, etc.

De la misma manera, la feria cada año convoca un prestigioso jurado internacional para otorgar el Bologna Ragazzi Award, un premio que se ha convertido en uno de los galardones más anhelados por el mundo de la edición infantil y juvenil. Se articula en cinco categorías: Fiction, Non Fiction, New Horizons, Opera Prima y BolognaRagazzi Digital Award. Esta última categoría fue creada en 2012 y se consagra al libro digital y las aplicaciones para lectores electrónicos. La categoría New Horizons, en cambio, recibe las propuestas de América Latina, África y Asia. El premio ha representado históricamente el centro de la atención mediática de la feria. En marzo de 2013, El Faro y Sobre Edición estuvieron presentes para conducir una serie de entrevistas principalmente con reconocidos editores, ganadores de este reconocimiento en los últimos años, con agentes literarios e ilustradores.



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

En ellas se confirma la necesidad de abrir la producción a los mercados internacionales, la noción de que el mercado doméstico representa cada vez menos el único mercado posible de la industria editorial de un país. Al mismo tiempo que las políticas de promoción de la lectura, de compras institucionales de libros para bibliotecas públicas y escolares de desarrollan en el interior de una nación, las editoriales mismas deben concebir desde el inicio al menos parte de sus proyectos con miras a la venta internacional. . Tal empeño redundaría en un ascenso del nivel cualitativo de los proyectos editoriales, es decir, en una mayor competitividad en términos de innovación, calidad narrativa y gráfica, iniciativas de coedición, licensing y venta de derechos. En un contexto tal, la participación en eventos como la Feria de Bolonia es esencial, no sólo en términos de resultados inmediatos (venta y compra de derechos y negocios de coedición), sino en el ámbito de la profesionalización del sector (captación de tendencias internacionales, experiencia en negociación de derechos, capacitación en nuevas tecnologías).

Presentación de las entrevistas



Ver video en: www.culturayeconomia.org



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Nombre: **Thierry Magnier**

Editorial: Editions Thierry Magnier

Cargo: Director

Premio: Bologna Ragazzi Award 2013

Presentación: Es el fundador y director de su propia editorial, Editions Thierry Magnier. Asimismo trabaja con Actes Sud Junior, Rouergue, Hélium y ha decidido crear una nueva editorial: Encore une fois, dedicada a la reedición de títulos reconocidos en formato de bolsillo. Se define como un editor independiente, de creación, cuyos libros son exitosos porque tienen esencia. Además, fundó una revista, La petite page, de periodismo cultural para niños. En 2007 el libro editado por Magnier Gravures de bêtes gana una mención del Bologna Ragazzi Award, mismo reconocimiento que gana otro libro de su editorial, Hyacinthe et Rose, en 2011. En 2012 obtiene el Bologna Ragazzi Award en la categoría Non Fiction con su Diccionario loco del cuerpo.

Nombre: **Stefanie Harjes**

Cargo: Ilustradora

Premio: Bologna Ragazzi Award 2013

Presentación: Es una reconocida ilustradora y profesora de ilustración en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Hamburgo. Ha recibido diversos reconocimientos por su trabajo, siendo el último una mención del Bologna Ragazzi Award 2013 en la categoría Fiction por su libro Von Meerjungfrauen, Kapitänen & fliegenden Fischen (De sirenas, capitanes y peces voladores). Asimismo le ha sido otorgado el Premio Austriaco de Ilustración Juvenil y el premio de la Fundación para la Ilustración de Libros. La calidad de su trabajo le ha permitido mantenerse independiente.

Nombre: **Farideh Khalatbaree**

Editorial: Shabaviz Publishing Co.

Cargo: Directora

Premio: Bologna Ragazzi Award 2012

Presentación: Farideh Khalatbaree funda su editorial Shabaviz en 1984, momento desde el cual trabaja en la creación de libros de calidad en su país, Irán. Hasta la fecha le ha sido otorgado el Bologna Ragazzi Award 4 veces (2004, 2006, 2010 y 2012), siempre en la categoría New Horizons, reservada a la edición del mundo en desarrollo. El suyo, en 2004, ha sido el único caso en la existencia del Bologna Ragazzi Award en que el premio ha sido conferido no a un título sino a una colección entera. Las condiciones del trabajo editorial en Irán hacen su labor incluso más meritoria.

Nombre: **Gita Wolf**

Editorial: Tara Books

Cargo: Directora

Premio: BOP Prize 2013, premio al mejor editor

Presentación: Es uno de los fundadores y la directora de Tara Books en 1994, editorial independiente india que incluso después de 18 años de trabajo continuo y de llevar a costas varios premios internacionales como el Bologna Ragazzi Award, no produce más de 15 títulos anualmente. Parafraseando sus palabras, se han esforzado por mantenerse de ese tamaño, lo cual es



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



más difícil que crecer. Por esta razón, entre otras, Tara Books ha ganado en 2013 un nuevo premio instituido por la Feria de Bolonia en la celebración de sus 50 años: el BOP Prize, premio al mejor editor de la feria.

La Ruta de la Independencia

La Ruta de la Independencia



Entrevista a:

Felipe González

Editor en Laguna Libros e
Investigador en el Grupo de
investigación En un lugar de la
plástica

1. ¿Cómo nace la ruta de la independencia?

La ruta de la independencia nació a partir de una serie de discusiones informales, entre varias editoriales independientes colombianas y otros actores del sector del libro, respecto a la participación en bloque en la Feria del Libro de Bogotá de 2012. Inicialmente la primera aproximación entre las editoriales fue más coyuntural, teníamos problemáticas comunes como la visibilidad de nuestros libros, la ubicación de las

editoriales en los stands a los que podíamos acceder y a los costos de participación en la Feria. Para la mayoría de nosotros era muy costosa la participación y, con pequeños catálogos, era un gran esfuerzo tener un stand de manera individual en la Feria.

A partir de esto, se hizo evidente para todos que ir en bloque podría ser una alternativa que propiciara una mayor visibilidad y una reducción de costos. En esa primera experiencia, los espacios para ir juntos no eran los adecuados para un ejercicio comercial. Para un proyecto comercial hay que estar donde están las editoriales comerciales y se requería un stand bien ubicado, que no se pudo conseguir, pero se salvó la iniciativa con la divulgación de un mapa conjunto para establecer la ubicación de cada uno y poder promocionar las iniciativas independientes.

Sin duda con este primer ejercicio se logró visibilidad. A partir de este primer experimento, La Ruta de la Independencia tuvo bastante acogida por la prensa y fue el inicio para generar una alianza que



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

fuera más allá de la experiencia de la Feria de Bogotá de 2012. Ese mismo año, nos enfocamos en la realización de una gira de ferias regionales del libro en Colombia, fuimos a Manizales, Medellín, Cúcuta y Cali, participamos en ARTBO y ODEON, también tuvimos nuestra primera experiencia en la participación de una feria internacional como Guadalajara. Es importante aclarar que no todas las editoriales han participado en todas las ferias, pero hemos procurado mantener la unidad por medio del proyecto La ruta de la Independencia.

Para el 2013, logramos hacer una participación en la Feria del Libro de Bogotá, mucho más organizada, logramos una buena ubicación y hacer aún más visibles a las editoriales que participan en la Ruta de la Independencia.

2. ¿Quiénes conforma La Ruta de la Independencia? ¿Qué características comparten?

Inicialmente, para participar en la Feria del Libro 2012, éramos 9 editoriales y 1 librería, Editorial Tragaluz <http://www.tragaluzeditores.com/>, que llevaba varios años asistiendo a la Feria con un stand propio, El Peregrino <http://www.elperegrinoediciones.com/>, La Silueta <http://www.lasilueta.com/>, Rey Naranja <https://www.facebook.com/reynaranja>, que se ubicaron en otro stand, y la librería La Madriguera del Conejo <http://www.lamadriqueradelconejo.com/>, Luna <http://www.lunalibros.com/>, Robot <http://www.editorialrobot.com/>, eLibros <http://www.elibros.com.co/inicio.asp>, Destiempo <http://www.grupodestiempos.com/> y Laguna, ocuparon de manera conjunta otro stand. A este proceso se han sumado tres editoriales más en 2013, Jardín Ediciones <http://jardinpublicaciones.com/>, La Valija de Fuego <http://lavalijadefuegoeditorial.wordpress.com/>, y Babel Libros <http://babellibros.com.co/>, vinculada a partir de la feria de Guadalajara de 2012. En resumen, hoy en día La Ruta está conformada por 12 editoriales y una librería.

Respecto a las características, considero que somos una nueva generación, que encontramos afinidad en nuestros proyectos editoriales, a pesar de lo diversos que son los proyectos de cada una, también se presenta la coincidencia que muchos venimos del lado de las artes visuales, entonces compartimos una preocupación por el carácter estético del libro. Pero creo que lo principal es que los objetivos de esta alianza han estado en un ámbito comercial, pensamos en lectores y en ofrecerles libros estéticamente agradables y de buen contenido, que se vendan y no terminen en bodegas. Creemos que existe un público para lo que hacemos y estamos trabajando en encontrarlo, de ahí nuestra preocupación de participar en ferias y por seguir fortaleciendo el canal de las librerías.

3. ¿Qué logros ha tenido La Ruta de la Independencia?

Hemos logrado negociar costos y ubicación de los stands. Logramos negociar con la Cámara Colombiana del Libro, a partir de una carta en la que nos comprometíamos en hacer el esfuerzo y el proceso de afiliación, acceder a los descuentos que la Cámara tiene para sus agremiados en la Feria del Libro. Pero durante el proceso de afiliación nos dimos cuenta que dado el tamaño de nuestras editoriales, la cuota de afiliación era muy alta para la mayoría, pero la Cámara fue receptiva frente a este hecho, y creó una nueva categoría para las editoriales independientes de nuestro tamaño, con una cuota manejable para todos. Considero que esto ha sido uno de los principales logros de



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

habernos organizado para trabajar de manera conjunta. De hace un año para acá la mayoría de las editoriales de La Ruta de la Independencia se han afiliado.

Por otra parte, y como ya lo señalé, hemos logrado visibilizar los contenidos que están produciendo las editoriales de La Ruta de la Independencia, despertar el interés de los lectores hacia nuestros contenidos. Pero creo que durante esta búsqueda por posicionar nuestros libros, hemos logrado visibilizar nuestro trabajo organizativo frente a entidades como la Cámara Colombiana del Libro, Proexport, La Secretaría de Cultura, el Ministerio de Cultura, que son aliados estratégicos para lograr proyectos de mayor envergadura. Pero a la vez, considero que estas entidades lo que les ha llamado la atención, es que buscamos hacer de nuestras editoriales un proyecto comercial sostenible, produciendo contenidos de alta calidad con un mercado correspondiente, obviamente reconociendo que trabajar en una área cultural implica una gran responsabilidad social y que trabajamos por hacer un aporte a la cultura y el patrimonio, pero que como proyecto de emprendimiento lo vemos como algo que tiene que ser sostenible o no ser.

Entrevista Mesa Editorial

Entrevista a los miembros de la mesa editorial, sobre el sector del libro en Colombia.

Desde el 2009 el sector editorial, conformo una mesa de trabajo para tratar las problemáticas que enfrenta el sector del libro. En la entrevista que se presenta a continuación los miembros de la mesa exponen su punto de vista frente a temas como la Ley del Libro, la circulación y las nuevas tecnologías.



Ver video en www.culturayeconomia.org



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

La mesa editorial, liderada por el Ministerio de Cultura de Colombia, está compuesta por:

Cámara Colombiana del Libro de Colombia

Asociación Colombiana de Libreros

Asociación de Editoriales Universitarias

ARCA, Revistas Culturales

Artículo

Editores a la búsqueda de nuevos modelos de negocio

Por: *Javier Andrés Machicado*, especialista en economía de las industrias creativas.

Este artículo se basa en el artículo publicado en <http://www.odai.org/img/analisis/37.pdf>.

El modelo de negocios de la industria editorial ha venido cambiando, siguiendo los pasos de la música y el audiovisual. La digitalización de contenidos editoriales y de los soportes de lectura, junto con la masificación del internet, vienen provocando transformaciones en la cadena editorial. Cada vez es menos usual la producción realizada por cuenta y riesgo de las casas editoras, negociada con el autor por un pago de derechos, definida con un tiraje inicial de acuerdo con una demanda estimada y con unos costos de producción, y comercializada a través de distribuidores tradicionales.

Los cambios son numerosos. También los retos. Como consecuencia de la masificación del uso del internet el número de autores existentes y potenciales ha aumentado. En un ambiente virtual y descentralizado se crean nuevas formas de expresión, de generación de contenidos y de producción intelectual en tiempo real. Internet ha posibilitado una mayor cercanía entre lectores y autores de contenidos. Muchos de los autores más reconocidos, por ejemplo, crean canales directos de comunicación con sus lectores y consumidores sin necesidad de que una casa editora intermedie entre ellos. El caso de la impresión por demanda es otra muestra de los cambios generados por nuevas tecnologías. En este caso el ejemplar de un libro no se imprime hasta tener una orden de compra, lo que es muy atractivo para las pequeñas casas editoras. Sin embargo, todavía hay gran incertidumbre entre los agentes del sector sobre lo que está pasando: ¿cuáles son los modelos de



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

negocio exitosos en el nuevo contexto digital?, ¿qué segmentos de la edición están mejor posicionados para llevarlos a cabo?



Libros de texto a la vanguardia

Por su parte, los libros escolares y universitarios están en varios puntos a la vanguardia de la innovación en modelos de negocio relacionados con el ámbito digital. Actualmente, por lo menos tres las líneas de negocio coexisten en el segmento de los libros académicos. La primera línea es la de las ventas individuales que se realizan principalmente a profesores y estudiantes. La segunda es la de las compras institucionales (colegios y universidades). Y una tercera línea es la de las ventas digitales al por menor (de libros enteros y capítulos independientes). En los últimos cuatro años los principales editores de libros de texto han puesto en funcionamiento sitios web de venta al por menor y al por mayor de e-books de texto y de otros productos digitales a los estudiantes. Se prevé que al año 2014 en Estados Unidos los e-books de texto alcancen el 18% al 20% del mercado de libros nuevos de texto.

Estas perspectivas positivas dependen, según Rob Reynolds de la revista especializada xplana.com, del éxito de estrategias como las siguientes. En primer lugar, el desglose del contenido. La rentabilidad futura del libro de texto digital va de la mano con la capacidad de las editoriales para



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

concebir y producir contenido significativo a un nivel más granular y desglosado, más ágil, maleable, y diseñado para ser digerido fácilmente por los clientes en las plataformas digitales (instituciones, profesores y estudiantes). En segundo término, para editar exitosamente libros de texto digitales se debe valorar la auto-publicación, la cual deberá ser la forma principal de asociación y de generación de ingresos para los editores. A diferencia del estigma asociado con la auto-publicación en la ficción, el mercado de los contenidos educativos ya reconoce el contenido auto-publicado y lo considera valioso. En el futuro, los editores de libros de texto deben planificar abandonar gran parte de su contenido actual en favor de los contenidos auto-publicados. Esto dará lugar a asociaciones más amplias en toda la comunidad educativa, así como a modelos más sostenibles de ingresos. Por último Reynolds propone valorar el Open Content. Los contenidos abiertos y los recursos educacionales abiertos (REA) se convertirán en la mejor alternativa para por lo menos el 25% del mercado de libros de texto de la educación superior en los próximos cinco años. Hay muchos servicios que pueden ofrecerse en torno a los REA y Reynolds insiste en que los editores de libros de texto no deben dejar de aprovechar esta oportunidad de presentar sus contenidos y servicios más relevantes, a riesgo de que el valor de sus negocios disminuya.

Ficción, diseño y otros formatos literarios

En una situación de gran crecimiento, pero no de menor incertidumbre, se encuentran otros segmentos del libro, como los de literatura o los de diseño. Los libros electrónicos representan actualmente una parte pequeña del mercado de las publicaciones. Sin embargo, la venta de libros en formato electrónico subió 115.8% durante enero de este año en Estados Unidos, respecto del mismo mes del año anterior, según datos de la Asociación de Editores Estadounidenses. Según un informe de El Informador de México, emulando el éxito de ventas de las tabletas y los dispositivos multimedia, la venta de libros en formato electrónico en Estados Unidos pasó de generar 32.4 millones de dólares en el primer mes del año pasado, a 69.9 millones en enero de 2011. Por su parte, las ventas de audiolibros descargables también aumentaron 8.8 % respecto a enero de 2010, mientras que las ventas de libros impresos descendieron en la mayoría de las categorías. Esos descensos contribuyeron a que la comercialización general de libros en formato tradicional registrara una baja del 1.9% en ese país.

Según un informe de Publishers Weekly, las empresas donde las ganancias mejoraron señalaron dos factores principales que contribuyen al crecimiento: los controles a los costos de producción y la subida de las ventas de libros electrónicos. Las ventas de libros electrónicos en Random crecieron un 250% en 2010 y representaron el 10% de las ventas en los EE.UU. (unos USD 140 millones). Penguin también tuvo un gran salto en las ventas de libros electrónicos, un 182%, lo que generó un 6% de sus ventas en todo el mundo. Las ventas de libros electrónicos de Simon & Schuster aumentaron un 122% el año pasado, y representaron el 8% de los ingresos. Hachette Book Group tuvo importantes ventas de libros electrónicos en 2010 y representaron el 10% de las ventas del año pasado. Aunque el panorama editorial está cambiando casi a diario en el año 2010 las editoriales



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

más grandes fueron capaces de aprovechar sus recursos para llevar contenidos a sus lectores en el formato que estos lo necesitaron. Con el claro liderazgo de la industria estadounidense, el Yankee Group estima que en 2014 el 17% del mercado de la edición mundial se dedicará al e-book.

Algunos editores en este país anticipan incluso la muerte del libro impreso. Según un artículo de Reuters, Nicholas Callaway es uno de los mejores editores de libros de diseño y sus volúmenes son conocidos por la fidelidad de sus reproducciones de grandes obras de arte. Pero ahora el libro impreso poco importa para este editor. Para Callaway, el negocio se trasladó a las aplicaciones (mayormente vendidas en el App Store de Apple), con las que la experiencia con los libros digitales se ha mejorado yendo más allá del mero texto digital. Con estas aplicaciones, los cocineros pueden aplaudir para pasar las páginas de un recetario interactivo. Un libro sobre Richard Nixon puede incluir imágenes durante los debates presidenciales. Un personaje de Plaza Sésamo puede leer un cuento en voz alta que en segundos se puede convertir en un rompecabezas o en un juego para pintar con los dedos. Callaway dijo a Reuters: "He apostado el rancho entero en esto... Este tipo de coyuntura ocurre quizá una vez en un siglo". Después de 30 años, Callaway ha dejado de publicar libros impresos. Y ahora, cuando él firma los nuevos autores es con la idea de que van a desarrollar una aplicación interactiva. Él afirma que los grandes editores han de entender los cambios que están sucediendo. "Ellos todavía están pensando estos son los libros de una forma u otra. No lo son. Pueden tener su origen... como un libro de texto, pero el producto final no es un libro".

La paradoja de las librerías

La actualidad de las librerías y de la distribución frente al cambio digital también es voluble. La cadena de librerías Borders, una de las más grandes de Estados Unidos, intentó comprar en diciembre pasado a Barnes & Noble, su mayor competidor. Luego de no poder realizar la compra, Borders se declaró en quiebra. La librería planea cerrar más de 200 tiendas como parte de su reestructuración, casi un tercio del total. La caída de esta librería no es sorprendente, dado el crecimiento de Amazon.com y sus ventas de libros digitales, mezclado con la incapacidad de Borders para concretar estrategias exitosas de comercio electrónico de libros.

Las fórmulas están cambiando también en otras latitudes, según las conclusiones de la encuesta El libro digital en España: Impacto de la digitalización en el catálogo, canales de distribución y de venta y política comercial (2011-2012), en la que participaron 300 editoriales, incluyendo grandes grupos. Los resultados muestran que un tercio de los editores se unirá con otras editoriales en "plataformas conjuntas de venta". Asimismo, la mayoría de los grandes grupos del sector mezclará esta fórmula con la venta tradicional en librerías. Al tiempo, surge una tendencia que amenaza el negocio de las librerías físicas, tal como existen en el momento, o de las nuevas plataformas de venta de e-books. Todo el sector español ve como una posible alternativa vender directamente sus libros electrónicos desde la propia página web de la editorial, independientemente de que apuesten ya por comercializarlos en plataformas conjuntas y en librerías en línea.



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Desafíos y oportunidades

A pesar de toda la evidencia reseñada, la euforia por el libro digital y sus soportes no es igual en todo el mundo ni en todos los segmentos de la edición. Sociedades lectoras como la francesa todavía se resisten a la lectura en dispositivos digitales, sobre todo en el caso de obras literarias clásicas y de larga lectura, cuya facilidad y experiencia en papel no ha sido perfectamente transmitida a los dispositivos digitales. Neus Arqués, defensora del libro en su formato tradicional se refirió a los nuevos soportes de lectura digital, los e-books, como un formato que considera que "no es sinónimo del libro" y que "ahora mismo es deficitario, a mitad de camino entre la edición digital y el libro... si lo comparas con los contenidos digitales es pobre, los e-books no son navegables, pero habrá modelos más completos y más próximos al modelo web". Todo parece indicar que en el mediano plazo, como afirma, Arqués, "Todos los formatos van a convivir en mayor o menor medida, y habrá que adaptarse a la nueva realidad donde el libro en papel tiene oportunidades en internet".

Otro aspecto por desarrollar es el de la disponibilidad de contenidos en lenguas diferentes al inglés. 2010 fue el primer año en el que el consumidor, por lo menos el de los países más desarrollados, tuvo a su alcance una oferta más o menos amplia de dispositivos digitales de lectura. Sin embargo, en los países de habla hispana, la disponibilidad de tabletas y otros aparatos no ha estado acompañada de una oferta de contenidos suficientemente amplia de responder a las necesidades del lector. El caso español ilustra bien la situación, que se puede replicar fácilmente en México, Argentina y otros países de la región iberoamericana.

Según el Informe sobre la situación actual y perspectivas del libro digital en España, el miedo a la piratería digital por parte de los editores es una de las más importantes razones para explicar esta situación de poca oferta. Otra razón es que el IVA del libro electrónico es más alto que el del libro impreso en España. En el mismo sentido, los libros digitales disponibles conservan un alto precio frente al consumidor pues los descuentos con respecto al soporte físico no superan el 20%.

Estos factores explican el que en el último barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros de la Federación de Gremios de Editores de España, que recoge datos de 2010, se asegure que apenas el 5,3% de los españoles lee libros en soporte digital. Y de este porcentaje, sólo el 1% lo hace a través de un dispositivo digital como las tabletas. Los problemas empiezan con la disponibilidad de e-books en español. Solo si el comprador de la tableta o dispositivo de lectura puede leer en otros idiomas como el inglés dispondrá de un amplio catálogo del que elegir y precios más asequibles. Hay mucho camino por recorrer entonces para que el editor digital en español satisfaga las necesidades de los lectores en dispositivos digitales.



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Sin embargo, Europa empieza a apostar por una regulación de precios de libros digitales a niveles muy convenientes al usuario, así como por la digitalización de más de 10.000.000 de obras en las Bibliotecas Digitales Europeas. A pesar de que, según el director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España, Antonio María Ávila, el libro digital representa sólo un 2% de las ventas del sector, entre 70 y 80 millones de euros, en 2012, una de cada cuatro editoriales españolas podría estar comercializando en versión digital más de la mitad de su catálogo, y una de cada tres ofertará más de la mitad de sus novedades en digital. Además, las editoriales españolas estudian abaratar el 30% el precio de los libros electrónicos, según los últimos datos de la Federación de Gremios de Editores de España.

Otro aspecto problemático para el desarrollo de la industria editorial digital en países como los latinoamericanos es el evidente rezago de la región frente a los cambios necesarios para implantar una verdadera economía digital. Un estudio del Foro Económico Mundial (FEM) analiza tres áreas determinantes en este aspecto: ambiente de negocios, regulación e infraestructura; qué tan preparados están los consumidores, empresas y gobierno frente a la tecnología; y qué tan disponible se encuentra ésta última. Los resultados dejan mucho que desear pues ningún país de América Latina se encuentra entre las primeras 30 posiciones del Índice de Preparación Digital entre 138 estados analizados.

La brecha digital podría así conducir a una verdadera brecha lectora, según la escritora Marita Golden, con la que aquellos que no pueden procurarse los formatos y contenidos de las nuevas tecnologías se quedarán atrás. Golden ha ilustrado este hecho citando a las comunidades afroamericanas, donde muchos estudiantes se están quedando detrás de sus compañeros en términos de alfabetización. "Mi mayor preocupación es que tecnología continúe ensanchando la brecha", contó a Reuters. "No se trata sólo de la división digital, sino también de una división en la lectura si leer se convierte en una actividad dependiente de la tecnología... Si leer se vuelve dependiente de una tecnología que debe ser comprada, creo que veremos cómo la brecha de la alfabetización persiste e incluso se ensancha". Un análisis que no cuesta mucho trasladar a las comunidades más marginales de países latinoamericanos.

Sin embargo, la visión pesimista sobre la digitalización en países en desarrollo no es compartida por todos los analistas. Para Octavio Kulesz la solución pasa por entender las necesidades y hábitos de consumidores que se mueven en un contexto de pobreza de infraestructura pero de una avided digital extraordinaria. Para Kulesz "Está claro que todos los países en desarrollo se parecen en que deben poner en marcha sistemas relativamente informales, que contrasten con la corriente del norte (Kindle, iPad, etc.) por problemas de infraestructura. Los problemas y las oportunidades son por lo tanto similares en varias regiones. De esta manera, los proyectos de distribución de textos literarios para los teléfonos móviles en Sudáfrica pueden ser de enorme valor para los empresarios del Magreb... no podemos construir una innovación sostenible en el sur si se adoptan "de afuera" o "de arriba" tecnologías cerradas, diseñadas para contextos exóticos... lo que hará la diferencia (en los



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

países en desarrollo) serán las pruebas y el monitoreo continuo de las necesidades de los actores locales (a veces muy diferentes actores americanos, europeos o japoneses).”

Y es que el extraordinario uso de redes sociales en América Latina supone desde esta perspectiva también una oportunidad. Según los resultados del estudio realizado por el sitio de estadísticas Socialbakers, la ciudad de más usuarios de Facebook es Yakarta, seguida por Estambul y la Ciudad de México con 9.3 millones de suscritos a la red social. Otras ciudades de habla hispana se encuentran entre las diez primeras, Buenos Aires, Argentina se ubica en el sexto lugar con 6.5 millones de usuarios, mientras que Bogotá se coloca en el noveno sitio con 6.4 millones. Desde otro lado del mundo en desarrollo, un dato también impactante relacionado con decisiones alternativas a las de países desarrollados, es el de la iniciativa del gobierno indio de desarrollar una tableta a súper bajo costo, que será empezada a vender a los estudiantes en 2011 por apenas USD 35 (y eventualmente a precios más bajos aun, cuando comiencen a operar las economías de escala).

Lo que viene por delante

Los cambios en la industria editorial provocados por la digitalización de contenidos, soportes de lectura y la masificación de internet son una realidad. La industria editorial de Estados Unidos parece ser el mercado que está viviendo la innovación y el cambio de manera más rápida y contundente. Estos cambios han llevado a la quiebra a algunas editoriales, periódicos y librerías tradicionales, mientras que otras empresas nacen y subsisten solo cuando logran entender las nuevas dinámicas de un consumidor de contenidos interactivos inquieto, diversificado, segmentado, especializado. Otros países desarrollados ven estos cambios con expectación y saben que el modelo tradicional está haciendo agua. Su desafío más importante parece ser el de producir contenidos relevantes y atractivos a su público en idiomas diferentes al inglés.

Entretanto, muchas de las editoriales de países en desarrollo viven con la tentación de aguantar en el modelo tradicional, al abrigo de una irrupción de lo digital todavía tímida. Otras asumen el reto de crear modelos de negocio para una población cuyos hábitos de consumo en internet significan una oportunidad excepcional para la sostenibilidad futura de los emprendimientos editoriales. Una población que va adoptando rápidamente nuevas formas de representación y comunicación. Es el momento de las editoriales para entender la dimensión del cambio y para implementar estrategias acordes con una visión de largo plazo.



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

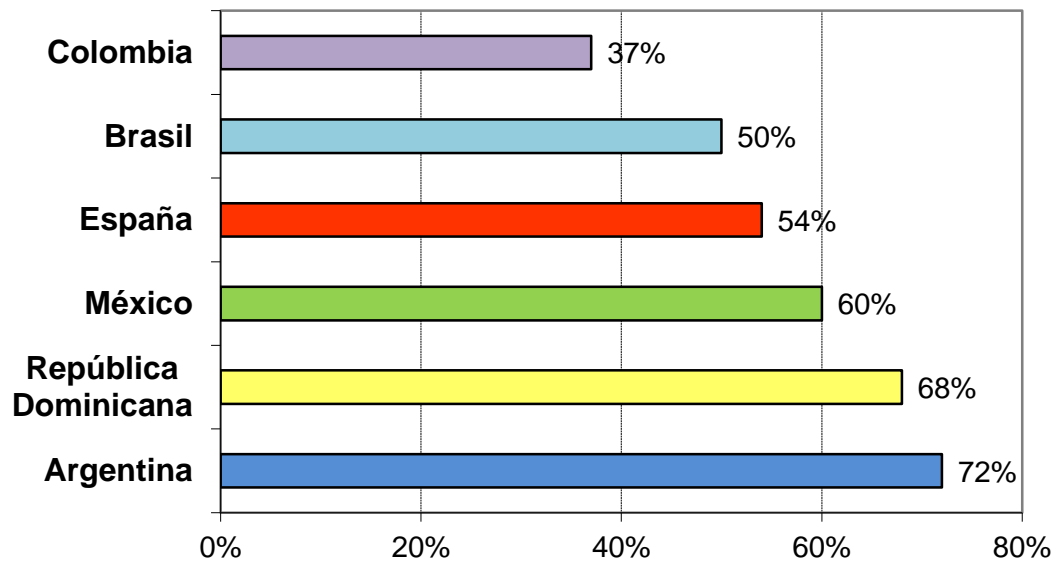
Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Ventana Estadística

Población Lectora



La población lectora se entiende como el porcentaje de habitantes de una región que en un periodo afirmó leer más de un libro al año. Colombia cuenta con un porcentaje de población lectora del 37%, por debajo de Brasil, España, México, República Dominicana y Argentina, siendo este último el país que dentro de la muestra de países cuenta con el porcentaje más alto de lectores.

Fuente: El espacio iberoamericano del libro 2010, CERLALC 2010



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

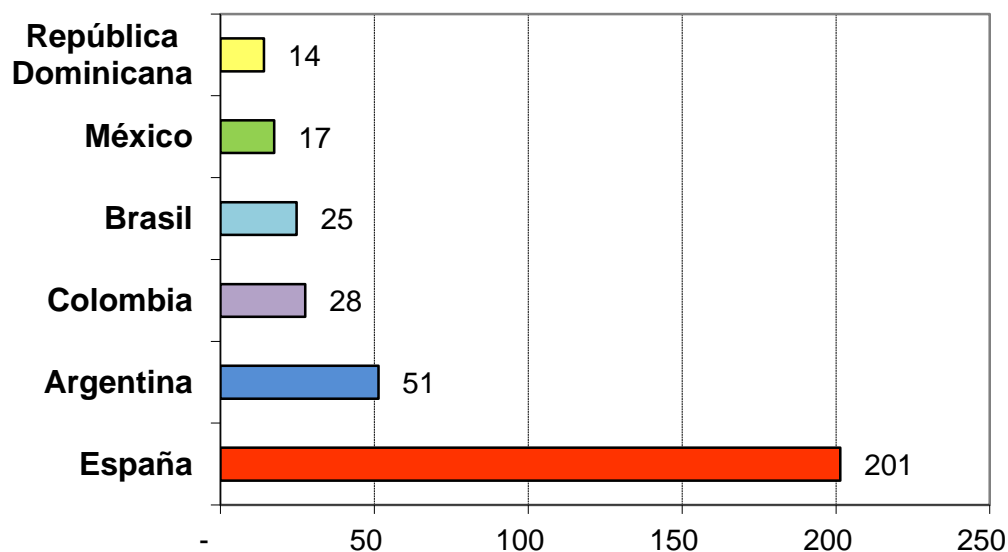
Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

Títulos registrados en las agencias ISBN por cada 100,000 habitantes. Año 2009



El número de títulos registrados en las agencias de Número Internacional Normalizado del Libro, ISBN (por sus siglas en inglés) se refiere al número de títulos de libros que en cada país fueron editados y registrados con un identificador único, previsto para uso comercial. Así, se observa que el único país que en 2009 registró más de 100 títulos fue España, y lo sigue Argentina, Colombia y Brasil con una cifra superior a los 20 títulos.

Fuente: El espacio iberoamericano del libro 2010, CERLALC 2010



Faro

Panorámica del sector y las Industrias culturales

Edición No.3 Tendencias del sector del libro

Septiembre 2013



observatorio
cultura y economía

¿Qué es el Observatorio de Cultura y Economía?



Espacio para el desarrollo de conocimiento sobre el sector cultural y las industrias culturales en Colombia. Propiciamos una red para el diálogo entre los diferentes actores del sector cultural con la intención de conocer la situación real y generar información de análisis que permita una mejor toma de decisiones a nivel político, sectorial y empresarial, para mejorar la competitividad de las industrias y facilitar el acceso a los bienes y servicios culturales.

El Observatorio de Cultura y Economía es una iniciativa del Ministerio de Cultura de Colombia.

Faro. Panorámica del sector y las industrias culturales

Edición No. 3. Tendencias del sector del libro. Septiembre de 2013

Juliana Barrero

Coordinación Editorial

Eduardo Saravia

Grupo Emprendimiento Cultural. Ministerio de Cultura de Colombia.

Carolina Rojas

Grupo Emprendimiento Cultural. Ministerio de Cultura de Colombia.



MinCultura
Ministerio de Cultura

PROSPERIDAD
PARA TODOS