

“Modelos de negocio y plataformas de venta de libros electrónicos en España”

José Antonio Cordón; Julio Alonso Arévalo; Raquel Gómez Díaz.
Universidad de Salamanca

Resumen

El artículo presenta una visión de conjunto del panorama actual de la industria editorial en España y su adaptación a los nuevos soportes y formatos electrónicos. Se realiza, además, un análisis de la oferta de libros electrónicos disponibles en Librandia, la principal plataforma de venta en línea desarrollada en España y que reúne a la mayor parte de las editoriales, incluyendo todas las de mayor tamaño. Plantean los autores que nos encontramos ante un sector en permanente transformación y un contexto en plena efervescencia, con nuevos actores surgiendo en el mercado y con respuestas muy diversas ante los desafíos que el futuro de libro electrónico plantea.

Palabras clave: Libro electrónico, industria editorial.

Abstract

The article presents an overview of the current situation of the publishing industry in Spain and their adaptation to new media and electronic formats. It also performs an analysis of the supply of electronic books available on Librandia, the leading online sales platform developed in Spain and brings together most of the publishers, including large and small. The authors state that the publishing industry is in full swing and constant transformation with new players emerging in the market with different responses to the challenges that the future of electronic book raises.

Keywords: Electronic Book, Publishing Industry.

Introducción

Los libros electrónicos son una realidad cada vez más consistente en el ámbito editorial, en el que los movimientos de mercado aleccionan sobre los posicionamientos favorables a los mismos emprendidos por las industrias culturales en general, y por las empresas de generación de contenidos en particular. La aparición de Google ebooks, como definitivamente se ha denominado a Google Editions, representa un cambio significativo de las reglas del juego al haber entrado Google en el negocio de la venta y distribución, pasando de la mera intermediación a una comercialización más directa.

El fenómeno cobra una consistencia cada vez más sólida a tenor de los datos que se conocen sobre el sector. En Estados Unidos, país que está marcando la tendencia en la evolución del mercado del libro electrónico, entre enero y agosto de 2010 las ventas se incrementaron en un 193% con respecto al mismo período en el año anterior. Según el informe de la Asociación de Editores Americanos (AAP): *“Las ventas de libros (sin incluir los académicos) para el período enero-agosto de 2010 alcanzaron los 2.910 millones de dólares. Las ventas de e-books alcanzaron el 9,03% del total, comparada con 3,31% en todo 2009”*. Además el informe revela un descenso paralelo de las ventas de libros en papel.

En España, según los datos aportados por el Boletín del Observatorio del Libro y de la Lectura, en Diciembre de 2010 (Ministerio de Cultura, 2010), la edición electrónica, con un total de 12.839 libros, supone el 97,8% de la edición en otros soportes y el 16,0% de la edición global. Frente al mismo período del año anterior, la edición electrónica se ha incrementado un 40,1%. En el Foro Internacional para Contenidos Digitales, celebrado en Madrid en noviembre de 2009 (FICOD, 2009), se

vaticinaron cambios profundos en los modelos de negocio relativos al libro y a la prensa digital al hilo del crecimiento experimentado, que se han confirmado a lo largo de 2010, incrementando las expectativas generadas.

Mercado del libro

España es la cuarta potencia editorial del mundo. La edición privada, la constituyen en España unas 1.000 empresas editoriales que varía de unos años a otros, aunque la casi totalidad de los nuevos agremiados se sitúan en el segmento de las pequeñas editoriales, y por otra parte, se supone que la incorporación de nuevas tecnologías a la edición puede actuar como un estímulo para la incorporación de nuevos agentes al sector editorial. La estructura empresarial del sector editorial español se caracteriza por un número pequeño de empresas —34— que facturan anualmente más de 18.000.000 euros - y suponen las dos terceras partes de la facturación editorial (el 65,7%) repartiéndose el tercio restante entre 855 editoriales. Dentro de estas últimas es indicador de la realidad del sector que 540 facturen menos de 600.000 euros al año. Es en este grupo donde hay mayor movilidad de altas y bajas en el sector, aunque esto no nos puede hacer olvidar la importante aportación de las pequeñas editoriales a la diversidad y pluralidad de la oferta editorial. El grado de concentración editorial que se da en el país es pues muy importante. De hecho el 26,8% del total de editoriales, unas 238 empresas, forman parte de un grupo empresarial o “holding”, el 100,0% de las empresas muy grandes están integradas en un grupo; el 95,2% de las grandes, un 52,9% de las medianas y un 19,3% de las pequeñas.

En cuanto a la edición durante el año 2009 (último del que se tienen datos) se editaron 76.213 títulos, lo que

supone un 4,4% más que en el año

- El número de ejemplares editados fue de 329,83 millones, un 10,2% menos que en el ejercicio anterior.
- La tirada media ha sido de 4.328 ejemplares por título frente a los 5.035 del año pasado lo que representa una bajada del 14,0%.
- Tres materias concentran el mayor número de títulos y de ejemplares editados: Texto no universitario, Literatura y Libros Infantiles y juveniles. Entre las tres suman el 57,1% de los títulos editados (57,0% en el 2008) y el 61,0% de los ejemplares (60,6% en el 2009). Si a estas se añade Ciencias Sociales y Humanidades (incluyendo dentro de la misma Derecho y ciencias económicas y Religión) supondrían entre las cuatro un 72,8% de títulos y un 71,0% de los ejemplares.
- Un 78,1% de los libros editados están escritos en castellano, un 13,4% en catalán, un 1,8% en euskera, un 2,1% en gallego y el 4,6% en otras lenguas.
- El 27,1% de las editoriales ha editado en otros soportes distintos del papel. La edición en otros soportes, incluida la edición en formato digital, supone el 10% de la facturación total, con un comportamiento distinto según las materias. En Derecho y Ciencias Económicas supone más del 45% de la facturación. El 27,6% de la facturación en otros soportes se obtiene del DVD, y el 17,4% del CD-Rom observándose una bajada muy significativa en las ventas en estos dos soportes en los dos últimos años. Aumenta la edición en formato digital aunque el grueso de la facturación total entra este año en la categoría otros (30,4%),

2008.

- en la cual las editoriales han incluido sin duda la publicación en formato electrónico ya que al especificar dichos "otros" mencionan web, pdf, on-line, etc.
- Durante el año 2009 se han editado 6.425 títulos de libros de bolsillo y 35,8 millones de ejemplares. Esto supone el 8,4% del total de títulos y el 13,6% de ejemplares editados.
- La tirada media para este formato de libro ha sido de 5.569 ejemplares por título, superando en más de mil ejemplares a la de la edición general.
- Las ventas por libros de bolsillo suman un total de 180,46 millones de euros, y suponen el 5,8% de la facturación total de las editoriales agremiadas.

En 2009 la cifra de facturación obtenida por ventas de libros en el mercado interior, ha sido de 3.109,58 4 millones de euros (antes de restar los descuentos operativos). Se produce un decrecimiento del -2,4% en euros corrientes con respecto al año 2008. Se han vendido durante el ejercicio de 2009 un total de 236,19 millones ejemplares, lo que supone un 1,8% menos que en 2008. El precio medio por ejemplar calculado para el total de materias en 2009 es de 13,17 euros. Literatura, con una cuota de mercado del 22,9% y Libros de texto, con un 27,2%, son las materias con mayor porcentaje de facturación respecto al total.

En cuanto a los canales de comercialización hay que destacar: que las librerías y las cadenas de librerías siguen siendo los principales canales de venta de libros y un 48,5% de la facturación se realiza a través de estos canales.

El libro electrónico en España

La Real Academia Española incluirá en su próxima versión del *Diccionario* el término *libro electrónico*, acuerdo que ha sido adoptado con la unanimidad de las 22 academias de la lengua. Contará con dos acepciones, por una parte, se referirá al dispositivo electrónico de lectura y, por otra, al contenido que almacena. En el verano del 2010, ya se incluye la entrada en la versión electrónica del diccionario, que la integrará en la próxima versión en papel en el 2013.

Esta noticia da fe de la importancia del fenómeno de los libros electrónicos y su calado social, del cual la decisión de la Real Academia representa un importante referente por cuanto traduce en términos lingüísticos normalizados un uso consolidado entre los ciudadanos (Cordón, Arévalo, Martín, 2010b). La Agencia del Español Urgente ya se había hecho eco en noviembre del 2009 de este movimiento proponiendo un uso del término similar al que ha formulado la Real Academia de la Lengua.

Aunque el mercado español de contenidos digitales experimentó en el 2009 un retroceso en términos de facturación de un 11,7 %, hubo dos sectores que marcaron una tendencia contraria: el de las publicaciones digitales, cuyas ventas crecieron un 31,8 %, y el de Internet, con un crecimiento de un 7,2 %. (Contenidos digitales, 2009). La irrupción de los libros electrónicos ha sido determinante para que se produzca ese incremento. El número de títulos editados en el nuevo formato, según datos de la Panorámica de la Edición Española de Libros, ha crecido un 48,1 %, hasta alcanzar los 12.514 títulos (Panorama, 2010)

La Federación de Gremios de Editores, en colaboración con la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, publicó en febrero del 2010 (Federación, 2010) un

Según el Comercio Interior del Libro (Comercio Interior, 2010) es la primera vez que este apartado se incluye con más detalle en el estudio y sus datos presentan unas dimensiones todavía escasas en el conjunto del sector editorial.

Por el momento los datos obtenidos muestran que:

- Los títulos editados en formato digital en 2009 han sido: 5.960
- Los títulos digitalizados del fondo de catálogo: 17.293
- Los títulos comercializados en formato digital: 10.590
- La facturación por venta de libros en formato digital (x 1.000): 51.259

En cuanto a los dispositivos para los que se han comercializado las obras encontramos que para dispositivos de lectura específicos se han distribuido un 12,6%, para móviles un 0,6%, para ordenadores un 67,7% y otros 19,1%. El formato más abundante es el pdf con un 48,4%

La cifra de facturación por materias de libros editados en formato digital muestra la mayor importancia dentro de la misma de los libros científicos, de Ciencias Sociales y Humanidades, y de Derecho y Ciencias Económicas, que suponen el 69,7% de la facturación de libros en este formato.

Internet como canal de comercialización ha experimentado un paulatino descenso pasando del 0,7% de las ventas en 2005 al 0,5% en 2009, y en términos absolutos de 20,05 millones de euros a 16,05. Su importancia como canal afecta sobre todo a las editoriales pequeñas en las que representa un 2,2 % de las ventas frente a un 0,4 en las grandes.

informe sobre el libro digital en el que se interroga a los editores sobre los siguientes aspectos:

- 1) existencia o no de un proyecto digital;
- 2) impacto de la digitalización en el catálogo;
- 3) formatos y dispositivos de lectura;
- 4) canales de distribución y venta;
- 5) política de precios.

De las 254 editoriales encuestadas, el 80 % de ellas declara realizar o tener previstas acciones en el ámbito digital durante el período 2009-2011. Al finalizar el 2009, casi la mitad de las editoriales (el 44 %) disponía de menos de un 5 % de su catálogo digitalizado, aunque para el 2011 esperan tener entre un 50 % y un 100 % completamente digitalizado. Son las editoriales pequeñas las que muestran una mayor predisposición a la digitalización de sus catálogos, de tal manera que, al término del 2011, un tercio de ellas (un 33 %) espera tener digitalizado entre un 50 % y un 100% del catálogo y, para el 2011, un 19 % de estas editoriales dispondrá del catálogo completo en versión digital.

Uno de los aspectos fundamentales con respecto al desarrollo de programas de digitalización es el que tiene que ver con la comercialización. En este sentido, cerca del 20 % de las editoriales consultadas comercializará entre un 50 % y un 100 % de sus novedades en versión digital, además de la versión impresa. Esta es una cuestión sumamente interesante, pues representa un indicio de abandono del miedo a la canibalización de lo impreso por lo digital que caracterizaba anteriores actitudes de los editores. De hecho, los editores manifiestan una clara inclinación a la publicación exclusivamente en digital para los próximos dos años. Así, las editoriales mayores (de más de 10.000 libros en catálogo) crearán una media de 405 y 538 títulos concebidos de forma exclusiva como obra digital durante el 2010 y el 2011, respectivamente.

Otra cuestión que suscita preocupación y polémica entre los editores, por la variedad de estándares existentes, es la relativa a los formatos. Con respecto a estos, el formato PDF es el predominante, con un 80 % de editoriales que lo utilizarán en el 2010, pero el que tendrá un crecimiento mayor será el ePub, que pasará de ser empleado por un 24 % de las editoriales en el 2009 a un 60 % en el 2011. Esto es una buena noticia para los consumidores, habida cuenta de que este formato es abierto y posibilita un mayor intercambio y transferencia de información. Un tercio de los editores se pronuncian por Mobipocket.

Muy importantes son las previsiones de las editoriales con respecto a los canales de distribución y venta que pretenden utilizar. Las grandes editoriales apuestan, sobre todo, por plataformas conjuntas con otras editoriales y por la venta por medio de librerías e incluso por plataformas creadas por la propia editorial. Descartan la venta desde la web de la editorial. Las de tamaño medio optan preferentemente por la venta desde su web, por medio de librerías y por plataformas comerciales genéricas. En cuanto a las editoriales de menor tamaño, la tendencia es la venta desde la web de la propia editorial, las plataformas comerciales genéricas y la venta por medio de librerías. Las plataformas conjuntas con otras editoriales tienen un peso importante, siempre por encima del 30 % en estas editoriales.

La política de precios, otro de los caballos de batalla de la industria editorial en el contexto digital y punto sensible de cara al desarrollo de un nicho de mercado sostenible, varía considerablemente de unas editoriales a otras. Aunque de forma mayoritaria prevén precios inferiores a los de la obra impresa, pues tan solo un 8 % de las editoriales mantendrá el mismo precio en ambos soportes, solo el 24 % de los editores se plantea descuentos

apreciables (en torno al 50 %) con respecto a la obra impresa.

La segunda oleada del estudio se publicó en marzo de 2011, sus principales resultados son:

El 75% de las editoriales participantes en la encuesta dispone de un proyecto digital y realiza o espera realizar en este año.

- **El sector que más ampliamente se introduce en el mundo digital es el Cómic** (el 94% de las editoriales tiene proyecto digital en curso), frente a otros como la Literatura infantil y juvenil o Ciencias sociales y humanas, en los que una de cada cinco editoriales dice no tener prevista ninguna iniciativa.

- **Se prevé un importante desarrollo de la oferta digital a lo largo del 2011**, cuyos efectos más notables se podrían percibir en el 2012. Actualmente, más del 95% de las editoriales tiene tomadas decisiones en relación al porcentaje del fondo y de la novedad que tendrá digitalizado.

- **Se duplica el número de editoriales que comercializará entre el 10% y el 50% del fondo en versión digital**, pero el impacto mayor de la digitalización se percibirá en el mercado en el 2012.

- **Las materias en que se dispondrá de más obras del fondo en versión digital** serán (en este orden) Derecho y ciencias económicas, Divulgación general, Libro científico-técnico y universitario y Literatura. En estas áreas, cerca del 40% del catálogo, como media, estará disponible en versión digital durante el 2012.

- **La oferta de la novedad en formato digital ha sido muy limitada en el 2009 y el 2010**. Las editoriales de todos los tamaños y materias se proponen crear este tipo de producto. En dos años, la creación de obra exclusivamente en versión digital

representará, como máximo, el 8% del catálogo.

- **El crecimiento más importante lo ha experimentado el formato ePub** (sube treinta y tres puntos porcentuales), aunque comparte protagonismo con el PDF, que a partir del 2012 comenzará a decrecer.

- **Los dispositivos dedicados (lectores o e-readers)** y los ordenadores son los entornos de lectura preferidos por las editoriales. Durante el 2011, habrá más editoriales que generen contenidos para tabletas.

- **Los canales preferidos por las editoriales para comercializar la obra digital** son las plataformas comerciales genéricas y la venta directa desde la web de la editorial. Los grandes grupos editoriales (con más de 10.000 títulos en catálogo) optan, sobre todo, por la distribución de contenidos digitales por medio de plataformas conjuntas con otras editoriales. En este año y el siguiente, la tendencia es que el precio de la obra digital sea inferior al de la impresa, al menos un 30% más barato

- **El Impacto de lo digital en la facturación representa el 3% de la facturación** y esperan que este porcentaje se duplique y cuadruple en los años 2011 y 2012

Los distribuidores, conscientes también de la inminencia del fenómeno, señalan la necesidad de establecer estrategias de innovación que, centrándose en la digitalización de obras, incorporen nuevas formas de *marketing*, no sustitutivas, sino complementarias, a los modelos de *marketing* tradicionales. Y también de que el editor empiece a pensar digitalmente y a explorar todas las posibilidades, no solo las relativas a la venta, sino también las relacionadas con la promoción de obras en redes sociales de forma coordinada entre editores, librerías y distribuidores (El libro electrónico, 2010).

Lo interesante de estas tendencias es comprobar el cambio de mentalidad de los editores con respecto a los libros electrónicos (López Suarez et. Al, 2010), que ya empiezan a ser asumidos como una realidad no solo inevitable, sino con auténticas oportunidades de negocio para el sector. Su viabilidad dependerá del desarrollo de adecuadas estrategias de comercialización y de una política de precios que convierta estos productos en atractivos para el lector interesado. En enero de 2011 *Anatomía de la edición*, sitio web desarrollado por Alberto Vicente y Silvano Gozzer especializado en el estudio del sector editorial en España, con particular dedicación a la edición electrónica, publicó la obra "64 respuestas: editores y estrategia digital" en la que profesionales del sector se pronunciaban sobre el momento editorial y las posibilidades de futuro de la edición digital (*Anatomía de la edición*, 2011). Las respuestas son muy dispares, desde editoriales como Atalanta, que siguen apostando por el libro en papel, a otras como Ganso que estiman que su proyecto editorial únicamente tiene razón de ser en el ámbito digital. Pero lo significativo de la encuesta es la convicción generalizada del cambio que se ha producido en el sector desde la aparición del libro electrónico, a quien todos consideran como un referente ineludible para el futuro del negocio.

Es un cambio de mentalidad que afecta igualmente a los autores, conscientes de que se encuentran ante una transformación radical de la estructura tradicional del sector editorial y de las consecuencias que ello comporta para la visibilidad de su obra y la negociación de sus derechos.

También se producen posicionamientos desde el punto de vista de los usuarios, que reclaman la preservación de una serie de derechos básicos a raíz de la irrupción de soportes y formatos que, en algunos casos, han producido prácticas de consumo irregulares. El

equipo de Dosdoce.com proponía el siguiente dodecálogo (2010) para la protección de los derechos de los lectores de libros electrónicos:

- 1) Las plataformas de acceso y venta de ebooks no deben comerciar con el historial de compra de los lectores sin su consentimiento previo.
- 2) Aquellas plataformas que quieran reutilizar con fines comerciales el historial de compra de los lectores, para mejorar sus sistemas de recomendación de libros o generar ingresos publicitarios relacionados con las compras realizadas, deberán comunicar previamente a los lectores qué tipo de información guardan en sus plataformas, por cuánto tiempo y para qué fines comerciales.
- 3) El lector de libros digitales podrá acceder a esta información personal en cualquier momento y borrar su historial en caso de considerarlo oportuno.
- 4) Las plataformas de acceso y venta de ebooks deberán garantizar que los ebooks adquiridos son propiedad de aquellas personas que los han comprado. Tras la polémica decisión de Amazon de entrar en las cuentas de sus usuarios y eliminar los ejemplares digitales vendidos del libro de George Orwell *1984* por discrepancias con su proveedor, se justifica que exijamos que las plataformas de comercialización de ebooks se comprometan a respetar nuestros derechos como consumidores. Ninguna plataforma o librería virtual debería ser capaz de eliminar de mi cuenta un libro ya adquirido o limitar el acceso a él sin mi consentimiento expreso.
- 5) En caso de alquiler, pago por lectura o suscripción de cualquier contenido digital, el

usuario debería tener una opción a compra perpetua.

6) Al igual que en el mundo analógico podemos prestar un libro comprado a un amigo, en el digital deberíamos preservar el derecho a realizar préstamos de libros en cualquier formato y sin coste adicional.

7) Se nos debe garantizar la posibilidad de leer cualquier libro de nuestra biblioteca en la nube o plataforma en cualquier dispositivo, sin restricciones ni limitaciones por sistemas, derechos, fronteras, etcétera, y siempre de una forma amable y legible.

8) Las plataformas de acceso y venta de ebooks deberían permitir que las personas que deseen hacer sus compras en un entorno plenamente privado puedan hacerlo sin que sus datos de compra sean almacenados en ningún momento ni comercializados a terceros.

9) Los compradores de libros digitales podrán eliminar su historial de compra o alquiler, así como destruir los propios libros adquiridos, en cualquier momento y de forma definitiva sin dejar rastro alguno de su previa existencia en ninguna memoria virtual.

10) Los lectores podrán regalar o revender cualquier libro adquirido que ya no quieran mantener en su biblioteca digital.

11) Los lectores podrán subrayar, marcar y hacer anotaciones de forma anónima en sus libros adquiridos. Aquellos lectores que quieran compartir con otros sus anotaciones personales deberán poder hacerlo, pero, si en cualquier momento cambian de opinión, también podrán retirar las aportaciones prestadas.

12) Al igual que podemos mantener nuestro número de teléfono móvil si nos cambiamos de operador, las plataformas deberán garantizar la portabilidad de los datos de los usuarios. Si por cualquier motivo un lector abandona una plataforma, deberá poder transportar los libros adquiridos, las notas y el historial de compra a la nueva plataforma de forma fácil y eficaz.

Las plataformas de venta de libros electrónicos en España

Desde el punto de vista empresarial, la oferta en España es todavía débil. El proyecto más importante es el representado por Libranda, plataforma de distribución y difusión de libros electrónicos en lengua española que ofrece a las editoriales y a las tiendas on-line un conjunto de servicios globales para gestionar el entorno digital.

Libranda es una sociedad constituida inicialmente por 7 Grupos Editoriales: Grupo Planeta, Grupo Random House Mondadori, Grupo Santillana, Roca Editorial, Grup 62, Grupo SM y Grupo Wolters Kluwer. Actualmente Libranda ya ha cerrado acuerdos de colaboración con Anagrama, Salamandra, Maeva, Siruela, Acontilado, Quaderns Crema, La Galera (Grup Enciclopèdia Catalana), Edebé, Ediciones B, RBA, Parramón, Bosch y está en negociaciones con otras editoriales. Su oferta editorial, a pesar de contar con la editoriales de más peso en España es muy pequeña, cifrándose en 2.614 los títulos ofertado, menos de un 10% de la oferta analógica de las editoriales representadas. La única editorial con una presencia superior al 10% de su catálogo en versión digital es Alfabuara. Pero editoriales importantes como Anagrama solo aportan el 3% de su catálogo, al igual que Destino o Planeta que no llegan al 5%. Sólo Seix

Barrar ofrece el 6% del mismo. La inclusión de catálogos de editoriales está limitada no sólo a sus propios intereses, sino también a la cesión de derechos por parte de los agentes

editoriales o los propios autores; así, hay escritores como José Saramago cuyas obras se están digitalizando, y otros como Arturo Pérez-Reverte, que no tiene cedidos dichos derechos.

La distribución por editoriales es la siguiente:¹

Tabla 1 Distribución de títulos por editoriales.

Editorial	Títulos	Colecciones o Sellos (nº títulos Libranda)
Atril	14	Tempus (1); Terciopelo (13).
Cálamo Producciones Editoriales	2	
Columna Edicions Llibres i Comunicació S.A.U.	39	Columna (16); Planeta (6)
Distribuidora Mediterránea de Ediciones Multimedia	10	
Ecos Producciones Periodísticas SCP	9	Ecos Travels Books (9)
Edebé (Ediciones Don Bosco)	4	
Ediciones B, S.A.	41	
Edicions 62, S.A.	11	
Editorial Anagrama	77	
Editorial Bosch	19	
Esteban Galisteo Gámez	9	Galisgamdigital (9)
Grup 62	538	Columna (67); Destino (9); Península (72); Edicions 62 (133); Editorial Empuries(82); Editorial Selecta (1); Educaula (1); El Aleph editores (36); Estrella Polar (9); La Butxaca(5), Luciérnaga (11); Mina (20); Planeta (6), Portic (9), Proa (69), Salsa Books (7); Talisman (1).
Grup Editorial 62, S.L.U.	51	Ediciones Península (2); Editorial Empuries (3); El Aleph editores 1); Estrella Polar (14)
Grupo Planeta	436	Alenta Editorial (19); Austral (1); BackList (17); Booket (4); Destino Infantil & Juvenil (45); Deusto (7); Ediciones Destino (23); Ediciones Martínez Roca (33); Ediciones Paidós (7); Ediciones Temas de Hoy (16); Editorial Ariel (29); Editorial Crítica (10); Editorial Planeta (61); Esencia (17); Espasa (30); Gestión 2000 (9); Libros Cúpula (7); Minotauro (15) ; Para Dummies (2); Seix Barral (56); Timun Mas Narrativa (2); Zenith (26)
Grupo SM	129	Cruïlla (34); Ediciones SM (65), PPT (30)
La Galera, SAU Editorial	5	Bridge (4); Luna Roja (1)

¹ Datos obtenidos sobre una consulta realizada el 6 de febrero 2011

Maeva Ediciones	17	
Parramon, S.A.	10	La otra orilla (6); Verticales (4)
Quaderns crema, S.A.U.	6	Acantilado (4); Quaderns Crema (2)
Random House Mondadori	557	Caballo de Troya (21); Cisne (15); Debate (30); Debolsillo (109); Grijalbo (99); Lumen (35); Mitos (1); Mondadori (58); Montena (43); Plaza & Janes (126); Rosa Vents (15); Sudamericana (5)
Raval Edicions, S.L.U.	4	Portic (1); Proa (3)
RBA Libros, S.A.	18	Bolsillo (15); RBA (3)
Roca	64	
Roca Editorial	7	
Santillana Ediciones Generales...	291	Aguilar (32); Alfaguara (211); Alfaguara Juvenil (15); Punto de Lectura (8); Suma de Letras (30); Taurus (9)
Siruela	44	
Wolters Kluwer	217	CISS (12); El Consultor (26); La Ley (133); WK Educación (33); Wolters Kluwer (13)

Fuente: Elaboración propia

La representación de estos títulos con respecto al volumen global del grupo editorial o del editor se puede comprobar en la siguiente tabla.

Tabla 2 Publicaciones en Librandia y publicaciones de la editorial

Editorial	Títulos en Librandia	Títulos Totales de la editorial
Atril	14	14
Cálamo Producciones Editoriales	2	56
Columna Edicions Llibres i Comunicació S.A.U.	39	4127
Distribuidora Mediterránea de Ediciones Multimedia	10	
Ecos Producciones Periodísticas SCP	9	19
Edebé (Ediciones Don Bosco)	4	18901
Ediciones B, S.A.	41	15899
Edicions 62, S.A.	11	7072
Editorial Anagrama	77	5951
Editorial Bosch	19	2726
Esteban Galisteo Gámez	9	
Grup 62	538	21597
Grup Editorial 62, S.L.U.	51	
Grupo Planeta	436	104.036
Grupo SM	129	19626
La Galera, SAU Editorial	5	7033
Maeva Ediciones	17	1270
Parramon, S.A.	10	2805
Quaderns Crema, S.A.U.	6	840
Random House Mondadori	557	36984
Raval Edicions, S.L.U.	4	
RBA Libros, S.A.	18	2928

Roca	64	
Roca Editorial	7	1040
Santillana Ediciones Generales...	291	40716
Siruela	44	2344
Wolters Kluwer	217	5832

Fuente: Elaboración propia

Su modelo de negocio pretende, según figura en el sitio web, “respetar la cadena de valor del libro, promoviendo la labor cultural de los autores y agentes, de los editores y de los canales de venta del libro”. En este sentido, Librandia no vende directamente al público final. La labor de venta la desarrollan las tiendas “on-line” Y esta es la raíz de los problemas asociados al sitio, que ha pretendido reproducir el funcionamiento de la distribución analógica en el modelo digital.

El sistema de consulta es complejo, cuando se busca una obra la plataforma remite a las librerías que presumiblemente la tienen, y en casi la mitad de ellas no aparece la obra sino el catálogo de la librería, por lo que hay que volver a efectuar la búsqueda. El sistema de información de las tiendas es igualmente deficiente. En muchas de ellas no se informa sobre el formato de las obras, o sobre el DRM y en casi ninguna, sobre los dispositivos compatibles.

El portal web está poco cuidado. En la búsqueda por editoriales se encuentran tipografías distintas para las diferentes editoriales, apareciendo unas en capitales y otras en caja baja, se incluye la misma editorial dos veces como si fueran editoriales diferentes (por ejemplo Roca y Roca editorial; Edicions 62, Grup Editorial 62 y Grup 62); se incluye el mismo sello varias veces dentro de un grupo (por ejemplo Alaguara Juvenil y Alaguara Juvenil). Aparecen como independientes editoriales que pertenecen a un grupo ya incluido, además con el nombre incorrecto. Por ejemplo Atril, que no se

encuentra como tal en la base de datos del ISBN, es en realidad Libros del Atril, pertenecientes al grupo Roca Editorial. Atril en realidad ha gestionado un solo ISBN y Terziopelo y Tempus que figuran en Librandia incluidas en Atril, son en realidad sellos diferentes también pertenecientes al grupo Roca Editorial.

Se prescinde en los datos de las obras de informaciones fundamentales, como la fecha de publicación de la obra, imprescindible para títulos de ensayo o científicos. Habrá que ir a la web de las tiendas para poder comprobar este extremo. Pero en estas nos encontramos con información equívoca que no favorece el correcto funcionamiento de la información al lector. Pongamos como ejemplo una editorial emblemática en el ensayo español, la editorial Taurus, perteneciente al grupo Santillana, con más de 30 años de andadura editorial. De Taurus cuyo catálogo en papel cuenta con 2044 títulos aparecen en Librandia 9. Estos son: *Caída Libre*, *Como hacer que la globalización funcione*, *El malestar de la globalización*, y *Los felices 90* de Joseph Stiglitz; *Mater Dolorosa* de José Álvarez Junco; *Naciones rebeldes* de Manuel Lucena Giraldo; *Ejemplaridad pública* de Javier Gomá Lanzón; *Historia de las dos Españas* de Santos Juliá; e *Isabel II* de Isabel Burdiel. Si consultamos las fechas de publicación en las librerías a las que remite Librandia nos encontramos con que las fechas son distintas de las fechas de publicación del original digitalizado, lo que puede inducir a error al comprador inadvertido. En la tabla siguiente se pueden comprobar ambos extremos

Tabla 3 Comparativa de fechas de publicación versiones papel y on line.

Autor	Títulos de Taurus en Librandia	Fecha de publicación en librerías asociadas a Librandia	Fecha de publicación del original según la base de datos del ISBN
Joseph Stiglitz	Caída Libre	2010	2010
Joseph Stiglitz	Como hacer que la globalización funcione	2010	2006
Joseph Stiglitz	El malestar de la globalización	2010	2002
Joseph Stiglitz	Los felices 90	2010	2003
José Álvarez Junco	Mater Dolorosa	2010	2003
Manuel Lucena Giraldo	Naciones rebeldes	2010	2010
Javier Gomá Lanzón	Ejemplaridad pública	2010	2009*
Santos Juliá	Historia de las dos Españas	2010	2004*
Isabel Burdiel	Isabel II	2010	2004

Fuente: Elaboración propia

Anatomía de la edición (2010) realizó un interesante estudio sobre precios comparando los que aparecían en Librandia y en otras plataformas. Se eligieron al azar 15 ebooks de distintos géneros con impacto internacional en una librería electrónica española (Leqtor), y se comparó el precio de dicho título en Amazon, la librería online más exitosa del mundo; en Barnes & Noble, la competencia de puesto que, aunque el libro electrónico lleva mucho más tiempo en funcionamiento en el mercado francés, parece que todavía no han puesto a la venta títulos internacionales.

Después del análisis se llegó a las siguientes conclusiones

Amazon en Estados Unidos; en Waterstones, la cadena de librerías más importante del Reino Unido; y en Buch.de, una de las mayores librerías online de Alemania. También se intentó comparar los precios con el mercado francés pero los libros consultados no estaban disponibles en ninguna de las plataformas francesas, lo que no deja de ser sorprendente

- El precio medio de los libros electrónicos puestos en circulación por Librandia es similar al de los mismos títulos ofrecidos por Amazon. Son algo más baratos que en la librería

- alemana y más caros que en Barnes & Noble y en Waterstones.
- Las plataformas internacionales apenas tenían títulos de autores en castellano, que son precisamente los más baratos distribuidos por Librandia y los más caros, cuando los había, en las otras plataformas (con la curiosa excepción de *El juego del ángel*).
 - No ha sido posible comparar novedades puesto que no había ningún título que fuera novedad en todas las plataformas.
 - El precio de la versión electrónica de libros *trade* (es decir, que no están en bolsillo) son sensiblemente más caros que los de las demás plataformas. Por otro lado, los libros que están en bolsillo son más baratos que los ofrecidos por Amazon o por Buch.de.
 - Amazon tiene el precio más alto en 7 títulos frente a los 6 de la librería española.
 - Comprobamos que Barnes & Noble, en su competencia con Amazon, está imponiendo una política de precios realmente agresiva con una media de más de 2 € de diferencia con respecto a su rival directo.

Tabla 4 Comparativa de precios de libros electrónicos en el mundo

A COMPARATIVA DE PRECIOS DE LIBROS ELECTRÓNICOS EN EL MUNDO

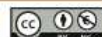
Comparación del precio del mismo título de un ebook en distintas librerías online.

Precio más bajo Precio más alto

Título y autor	Leqtor (España)	Amazon (USA)	Barnes&Noble (USA)	Waterstones (Reino Unido)	Buch.de (Alemania)	Tipo de libro
<i>La reina en el palacio de las corrientes de aire</i> Stieg Larsson	11,99 €	8,80 €	7,73 €	6,49 €	8,99 €	Bestseller Policiaca
<i>Brooklyn Follies</i> Paul Auster	8,6 €	9,52 €	7,73 €	7,56 €	8,8 €	Longseller Narrativa
<i>Los Pilares de la tierra</i> Ken Follet	9,99 €	9,6 €	5,41 €	8,5 €	9,99 €	Longseller Novela histórica
<i>Tu rostro mañana / 3 Veneno, sombra y adiós</i> Javier Marías	5,99 €	15,13 €	-	-	-	Longseller Narrativa
<i>El juego del ángel</i> Carlos Ruis Zafón	10,49 €	9,47 €	6,68 €	7,56 €	10,99 €	Bestseller Policiaca
<i>Álbum de boda</i> Nora Roberts	13,49 €	9,62 €	10,05 €	7,56 €	-	Romántica
<i>Eragon</i> Christopher Paolini	7 €	8,94 €	5,41 €	6,75 €	5,99 €	Juvenil de fantasía
<i>La fortaleza de la soledad</i> Jonathan Lethem	7,99 €	10,67 €	7,73 €	-	-	Narrativa
<i>El pergamino de la seducción</i> Gioconda Belli	7,49 €	9,6 €	7,73 €	-	-	Histórica
<i>El traje del muerto</i> Joe Hill	7,99 €	9,62 €	7,73 €	7,56 €	7,99 €	Terror
<i>Economía de la depresión y la crisis actual</i> Paul Krugman	13,99 €	11,02 €	8,03 €	-	21,2 €	Ensayo
<i>En mis propias palabras</i> Dalai Lama	6,99 €	10,67 €	7,93 €	-	-	Espiritualidad
<i>La aprendiz</i> Trudi Canavan	9,99 €	9,62 €	6,18 €	7,56 €	8,99 €	Fantasia
<i>Caballeros</i> Klas Östergren	15,99 €	10,67 €	-	11,33 €	14,5 €	Nórdica
<i>Oscuros</i> Lauren Kate	12,99 €	10,67 €	7,65 €	9,66 €	-	Vampiros
Precio medio de los libros electrónicos	10,06 €	10,24 €	7,38 €	8,05 €	10,82 €	

El guión (-) significa que el libro no estaba disponible en la librería. Títulos elegidos de forma aleatoria.
Fecha de toma de los datos: 17/07/2010 - Cambios aplicados: \$1 = 0,77 € - 1€ = 1,18 €

A NATOMÍA DE LA EDICIÓN
www.anatomiadelaedición.com



Fuente: Anatomía del libro y la lectura

La comparativa con sitios de carácter internacional sirve para contextualizar la plataforma de distribución entre sus equivalente de otros países. Pero más interesante es observar cómo se están aplicando las políticas de precios con

respecto a sus referentes en papel. Para ello se ha realizado un estudio de una de las editoriales mejor representadas en la plataforma, Seix Barral.

Tabla 5 Comparativa de los precios de los títulos de la editorial Seix Barral

AUTOR	TITULO	PAPEL	EBOOK
Adolfo García Ortega	El comprador de aniversarios	8,95 €	4,49 €
Adolfo García Ortega	El mapa de la vida	20,00 €	13,99 €
Amy Hempel	Cuentos completos	24,00 €	16,99 €
Ángeles Mastretta	El cielo de los leones	14,95 €	5,99 €
Ángeles Mastretta	Mal de amores	19,50 €	13,99 €
Ángeles Mastretta	Maridos	7,95 €	6,49 €
Ángeles Mastretta	Mujeres de ojos grandes	5,95 €	4,99 €
Antonio Muñoz Molina	Beatus ille	7,95 €	6,49 €
Antonio Muñoz Molina	Beltenebros	6,95 €	5,99 €
Antonio Muñoz Molina	El invierno en Lisboa	6,95 €	5,99 €
Antonio Muñoz Molina	El jinete polaco	10,95 €	8,99 €
Antonio Muñoz Molina	El Robinson urbano	6,95 €	5,99 €
Antonio Muñoz Molina	El viento de la Luna	8,95 €	7,49 €
Antonio Muñoz Molina	La noche de los tiempos	24,90 €	17,49 €
Antonio Muñoz Molina	Los misterios de Madrid	6,95 €	5,99 €
Antonio Muñoz Molina	Sefarad	10,95 €	8,99 €
Antonio Muñoz Molina	Ventanas de Manhattan	9,95 €	7,99 €
Craig Silvey	Jasper Jones	16,50 €	11,99 €
Elvira Lindo	Lo que me queda por vivir	18,00 €	12,99 €
Elvira Lindo	Una palabra tuya	6,95 €	5,99 €
Ernesto Sabato	El túnel	5,95 €	4,99 €
Ernesto Sabato	España en los diarios de mi vejez	16,00 €	11,99 €
Ferenc Máté	Un viñedo en la Toscana	7,95 €	11,49 €

Gioconda Belli	El infinito en la palma de la mano	7,95 €	6,49 €
Gioconda Belli	El pergamino de la seducción	8,95 €	7,49 €
Gioconda Belli	Waslala	19,00 €	13,49 €
Isaac Rosa	¡Otra maldita novela sobre la guerra civil!	20,50 €	14,49 €
Isaac Rosa	El país del miedo	7,95 €	13,99 €
Isaac Rosa	El vano ayer	18,00 €	12,99 €
Javier Moro	El pie de Jaipur	6,95 €	5,99 €
Javier Moro	El sari rojo	12,95 €	10,49 €
Javier Moro	Pasión india	6,95 €	7,99 €
Javier Moro	Senderos de libertad	10,95 €	8,99 €
John Carlin	El factor humano	8,95 €	13,49 €
Jorge Volpi	El fin de la locura	5,00 €	4,49 €
Juan José Millás	Laura y Julio	7,95 €	6,49 €
Juan José Millás	Lo que sé de los hombrecillos	17,50 €	12,49 €
Juan José Millás	Los objetos nos llaman	8,95 €	7,49 €
Kirmen Uribe	Bilbao-New York-Bilbao	19,00 €	13,49 €
Manuel Mujica Lainez	Bomarzo	11,95 €	9,99 €
Mattia Signorini	La sinfonía del tiempo breve	17,00 €	11,99 €
Michael Greenberg	Hacia el amanecer	18,00 €	5,99 €
Pere Gimferrer	Interludio azul	18,50 €	12,99 €
Ricardo Menéndez	Salmón Derrumbe	6,95 €	12,49 €
Ricardo Menéndez	El corrector	6,95 €	12,49 €
Adolfo García Ortega	El comprador de aniversarios	8,95 €	4,49 €

Fuente: Elaboración propia

La política de precios en relación con el libro electrónico es muy variada. Hay que tener en cuenta que, dependiendo del tipo de libros ofertados, este porcentaje puede sufrir enormes variaciones:

- Si lo que ofrecen son novedades o libros que aún no se encuentran en formato bolsillo, el ahorro en digital estará en torno al 28%
- Si son libros que se encuentran en formato bolsillo, el ahorro se sitúa entre el 10 y el 12%.
- También hay libros más caros en su versión ebook que en papel.

La incorporación de títulos de todos modos sigue siendo precaria, de tal manera que es difícil encontrar una oferta novedosa de carácter global. En diciembre de 2010 los autores del artículo efectuaron una prospección para comprobar la presencia en el portal de los mejores libros de 2010 según opinión de reconocidos críticos de medios de comunicación especializados. Ni uno sólo de los títulos seleccionados se encontraba en Librandia, ni el título buscado ni ninguna obra de ese autor. Hecho especialmente grave en el caso de Vargas Llosa o Herta Muller, ambos premios Nobel, cuyos libros en formato digital sí que se pueden encontrar en Amazon o en Barnes and Noble en español.

Por otra parte los libros incorporados revisten una tasa de actualización bastante deficiente.

Otras iniciativas están siendo desarrolladas por editoriales tradicionales que lanzan alguna colección en formato digital, como la editorial catalana Grup62 y el Institut Cambó, que han puesto en marcha una colección de clásicos en formato ebook; librerías digitales que comercializan obras de autores noveles o distribuyen títulos de editoriales que carecen de plataforma propia, como Leqtor; sitios web personales de autores que comercializan sus propias

obras; empresas de venta de dispositivos, que, al hilo del éxito de los libros electrónicos y su tecnología asociada, se han lanzado a la venta de contenidos *online*, como Leer-e o Luarna, y plataformas de venta y distribución de contenidos electrónicos, como Todoebook.

A todas estas empresas habría que añadirle la incorporación de las operadoras de telefonía móvil, con Telefónica a la cabeza, que han comenzado a evaluar las posibilidades de negocio en torno al libro electrónico y alcanzado acuerdos para la digitalización y la distribución de libros digitales a través de sus plataformas. Telefónica prevé el lanzamiento en el segundo semestre del 2010 de un servicio de venta de libros electrónicos y otras publicaciones accesibles desde el móvil, el ordenador o el dispositivo de lectura. Telefónica y Vodafone han llegado a acuerdos con Publidisa, la Biblioteca Nacional y Todoebook para la distribución de contenidos digitales a través de móviles.

Han aparecido igualmente plataformas de venta de libros electrónicos con un fundamento territorial. Tal es el caso de Gurebook que ha nacido de la iniciativa de las empresas de desarrollo tecnológico Plazagunea, vinculada a Elkar, y Libenet, impulsada por las editoriales Alberdania y Erein. Gurebook ofrece la posibilidad de acceder a los ebooks de siete editoriales: Alberdania, Erein, Pamiela, Elkar, Tartalo, Sua y Txertoa. En torno al 60% de las obras están en euskera y el restante 40% en castellano. Por su parte, el grupo de distribución de productos culturales Elkar Megadendak ha puesto en marcha la primera librería electrónica integral del País Vasco, en la que los consumidores podrán encontrar más de 300.000 productos, entre ellos 4.000 libros electrónicos. La nueva tienda virtual se suma a la red de 15 librerías tradicionales del grupo repartidas por el País Vasco, Navarra y el sur de Francia y se ubicará en su web (www.elkar.com).

Junto a este sistema de carácter privado, se ofrece una gran cantidad de contenidos digitalizados a través de la red de bibliotecas públicas y de investigación, así como de los servicios que las comunidades autónomas han articulado al respecto. Se trata de bibliotecas digitales con colecciones libres de derechos gestionadas por la Administración pública o empresas sin ánimo de lucro, en algunos casos, con una larga tradición a sus espaldas, como el Proyecto Gutenberg o la Biblioteca del Centro Virtual Cervantes. Son bibliotecas en las que una proporción significativa de los recursos de información se encuentran disponibles en el formato digital (PDF, doc, ePub, Mobipocket, etcétera), accesible a través de Internet. Lo significativo de estas bibliotecas es la facilidad de acceso a las colecciones, las posibilidades del trabajo en red y la universalidad de sus prestaciones. Además, son centros en los que a los documentos de carácter tradicional se les van añadiendo diferentes objetos digitales. Entre ellas, destacan la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, la Biblioteca Digital Hispánica y las bibliotecas digitales que han puesto en marcha las distintas comunidades autónomas.

Podríamos ampliar los casos y los países, pero los rasgos generales son muy similares: un sector en permanente transformación con una oferta editorial cada vez más amplia, repartida entre múltiples actores que van desde plataformas multimedia interesadas por grandes grupos editoriales con una amplia tradición, cuyo objetivo es ocupar un nicho de mercado importante incorporando progresivamente un catálogo de fondo muy desarrollado y consolidado, hasta entrantes sin experiencia editorial alguna, que provienen del ámbito de la tecnología, que ofician como distribuidores y empresas de servicios para las editoriales que pretenden situar sus fondos en un mercado desconocido para ellas, pasando por iniciativas de carácter particular de

autores y editores que se aventuran en el ámbito digital aprovechando el conocimiento que poseen de las redes sociales y sus recursos.

Se trata de un contexto en continua efervescencia en el que la evolución de los dispositivos, la bajada de los precios, la ampliación de los contenidos y la progresiva familiaridad de los usuarios con ellos determinarán el dibujo definitivo de lo que ahora no es más que un simple borrador.

Referencias Bibliográficas

64 respuestas: editores y estrategia digital (2011). Anatomía de la edición. <http://www.anatomiadelaedicion.com/2011/01/editores-y-estrategia-digital-64-respuestas-2/>

Anatomía de la edición (2010). Los precios de los ebooks en España y en el resto del mundo. http://www.anatomiadelaedicion.com/wordpress/wp-content/uploads/2010/07/precios_ebooks.pdf

Comercio Interior del Libro 2009 (2010). Madrid, Federación de Gremios de Editores.

Cordón García, José Antonio; Alonso Arévalo Julio, Martín Roderó, Helena Helena (2010). «The emergence of electronic books publishing in Spain», Library Hi Tech, vol. Vol. 28 Iss: 3, pp.454 – 469

Cordón García, José Antonio; Alonso Arévalo, Julio; Martín Roderó, Helena (2010). Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital. Anales de Documentación, Vol. 13, pp. 53-80. <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/106991/101681>

Dodecálogo de derechos del lector de libros digitales (2010). Comunicación Cultural», blog de Dosdoce.com, 2 junio del 2010.

El libro electrónico (2010). Madrid: Observatorio de la lectura y el libro.

Federación de Gremios de Editores; Fundación Germán Sánchez Ruipérez (2010). Encuesta sobre el libro digital: impacto de la digitalización en el catálogo, canales de distribución y de venta y política de precios. http://dglab.cult.gva.es/Libro/Informes/Informe_Encuesta_Libro_Digital_2009.pdf

FICOD (2009). Memoria de actividades. <http://212.187.212.42/bt/f6024867af82298892cdbc8619e25cae07c022c7/data/Memoria%20FICOD2009.pdf>

Fowler, Geoffrey (2010). The ABCs of E-Reading New Devices Are Changing Habits. Wall Street Journal, august 2010. <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703846604575448093175758872.html>

Harris Interactive (2010). eReader Users Reading More and Purchasing More Books. <http://www.harrisinteractive.com/vault/HI-Harris-Poll-eReaders-2010-09-22.pdf>

López Suárez, Mercedes; Larrañaga Rubio, Julio (2010). El ebook y la industria editorial española Revista Interamericana de Bibliotecología. vol. 33, no. 1, p. 85-103

Los contenidos digitales en España: 2009 (2010). Informe de la Asociación de empresas de electrónica, tecnologías de la información y telecomunicaciones de España.

Ministerio de Cultura, (2010). Observatorio de la lectura y del libro. Boletín nº 3. [http://www.librerosmadrid.es/files/BOLL_3_Diciembre\[1\].pdf](http://www.librerosmadrid.es/files/BOLL_3_Diciembre[1].pdf)

Panorama de la Edición Española de Libros (2010). Madrid: Ministerio de Cultura.

Rodríguez Marcos, J. y Ruiz Mantilla, J. (2010). «Propuestas para el futuro», El País (1 de julio del 2010).