

Reflexión estratégica del sector del libro de la CAE

DICIEMBRE 2012



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

kulturaren
euskal
kontseilua
consejo
vasco
de cultura



kulturaren
euskal
kontseilua

Reflexión estratégica del sector del libro de la CAE

DICIEMBRE 2012



HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Un registro bibliográfico de esta obra puede consultarse en el catálogo de la Biblioteca General del Gobierno Vasco: <http://www.bibliotekak.euskadi.net/WebOpac>

Edición:
1.ª marzo 2013

© Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco
Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura

Internet:
www.euskadi.net

Edita:
Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco
C/ Donostia-San Sebastián, 1 - 01010 Vitoria-Gasteiz

Diseño y maquetación:
Miren Unzurrunzaga Schmitz

ÍNDICE

Planteamiento del estudio	5
Planteamiento metodológico	6
1. CLAVES PARA EL DIAGNÓSTICO	8
1.1. Factores del entorno	8
1.2. Factores del sector del libro de la CAE	11
1.3. Aspectos favorables y desfavorables	15
2. PRINCIPIOS Y ESPACIOS PARA LA ACCIÓN	17
2.1. Principios de actuación	17
2.2. Interlocutores y espacios de colaboración	19
3. EJES ESTRATÉGICOS Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN	20
3.1. El valor de la lectura y el libro	22
3.2. El modelo de negocio del libro	24
3.3. El libro en euskera	26
3.4. Librerías con futuro	26
Anexo: Síntesis de datos	30

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

Una reflexión estratégica sobre el sector del libro en este momento (mayo-septiembre de 2012) corre el peligro de verse arrastrada por la angustia de la realidad que vivimos y resulte limitada a un análisis estrictamente coyuntural. No es el caso. Es indudable que la situación crítica que viven muchos de los agentes sectoriales como consecuencia del descenso de clientes y ventas condiciona la reflexión y orienta el debate hacia las medidas necesarias para paliar la caída. Por este motivo, es difícil dar con el tono justo entre el realismo de las propuestas y la ambición que requiere un proceso como éste.

La situación tiene la ventaja de que no permite inercias e incita a actuar. Y hay cuestiones propias del sector que es preciso revisar y mejorar. Existe también una importante comunidad en torno al libro que contribuye a que sea esencial para muchas personas, más de las que a veces creemos. Contamos con un tejido rico, diverso, con tradición, recorrido y conocimiento como para llevar a cabo un análisis que trascienda el momento y mire con confianza a un futuro que se plantea, por fuerza, distinto.

Agradecemos a las personas que han tomado parte en la reflexión su participación activa, su conocimiento y las propuestas vertidas en el grupo de trabajo.

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

Objetivos y metodología del proyecto

En el marco del Contrato Ciudadano por las Culturas, el grupo operativo del Libro ha puesto de manifiesto la delicada situación que vive el sector. Así, el Departamento de Cultura del Gobierno Vasco ha impulsado el desarrollo de una reflexión estratégica sobre el sector del libro y la situación de las librerías en la CAE con el objetivo de:

- Realizar un diagnóstico de la situación del sector del libro en la CAE.
- Centrar los ejes estratégicos sobre los que basculan las transformaciones que vive el sector del libro y las librerías.
- Proponer líneas de actuación que orienten las políticas que inciden en el sector desde perspectivas diversas y complementarias (culturales, educativas e industriales).
- Articular los pasos necesarios para la puesta en marcha de las líneas propuestas.

Con este objetivo, se ha conformado un grupo de trabajo de nueve personas, compuesto por libreros, editores y distribuidores del sector del libro de la CAE así como tres expertos de fuera. Se han celebrado tres sesiones presenciales entre los meses de mayo a julio de 2012.

- En la primera sesión se llevó a cabo el diagnóstico, apoyado en un informe fruto de la búsqueda documental realizada previamente.
- La segunda reunión se centró en el debate sobre las oportunidades y necesidades de actuación clave para el sector. Se identificaron también buenas prácticas inspiradoras para las actuaciones posibles.
- La última sesión se orientó a la toma de decisiones y la articulación de los pasos necesarios para la puesta en marcha de las decisiones tomadas.

Participantes en el grupo de trabajo

Federación de libreros de Euskadi:	Kepa Torrealdei, Fernando González, Fernando Fernández
Euskal Editoreen Elkartea:	Jorge Giménez Blech
Gremio de Editores de Euskadi:	Jose Agustín Iturri
Distribuidor:	Carlos Muro
Expertos externos:	Manolo Bragado, Enric Faura, Damià Gallardo

CLAVES PARA EL DIAGNÓSTICO

1.1.

FACTORES DEL ENTORNO

La dimensión y las características de la población de la CAE

A pesar de los rasgos favorables de la población vasca en cuanto a su nivel educativo y al avance en el conocimiento del euskera, no se debe perder de vista la dimensión de su población: en 2010, sumaba 2.169.038 habitantes.

En las últimas décadas, la dinámica demográfica se ha caracterizado por ligeras oscilaciones en la cifra total de residentes y por una alteración en la estructura de edad de la población. En esos años, se ha profundizado en el descenso de la mortalidad, se ha consolidado un modelo de baja fecundidad y se ha revertido el signo de los flujos migratorios, al pasar de un contexto emigratorio a otro de saldos positivos debido al impacto de la inmigración del extranjero, factores que han desembocado en un acelerado proceso de envejecimiento demográfico.

Crisis económica y reducción del consumo

Tras años de un contexto dinámico y expansivo asistimos a una importante retracción del consumo, especialmente crítica en los últimos meses. Aunque no resulta fácil cuantificar qué parte del descenso de clientes y ventas es atribuible al momento económico que vivimos, los datos muestran con nitidez el descenso de gasto medio por hogar (un 2,6% entre 2006 y 2010)¹. Sin embargo, lo más preocupante es que no sólo se está reduciendo la capacidad de compra de los hogares, sino que esta reducción afecta al consumo cultural de una forma más acentuada que a otras tipologías de productos y servicios. A título de ejemplo, en 2010, el gasto en consumo de los hogares disminuyó un 1,5% y el gasto en ocio, espectáculos y cultura descendió un 3,7% respecto al año anterior. En ese descenso el libro es uno de los productos culturales más perjudicados. La realidad de las ventas del sector muestra que esta tendencia a la baja se ha mantenido e incluso incrementado en los últimos meses.

¹ INE. *Encuesta de Presupuestos Familiares*.

Las medidas adoptadas en 2012 respecto a la subida del IVA —aunque el libro se haya mantenido en el tipo reducido—, la eliminación de las pagas extra, la reducción de los presupuestos públicos, etc. dibujan un panorama sombrío para las ventas de productos culturales.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en el caso del libro es que es uno de los que menor apoyo público económico directo recibe. En definitiva, el contexto económico y la inestabilidad generan todo tipo de incógnitas y acrecientan la incertidumbre.

La cultura del *best-seller*

Una de las claves que marcan la sociedad actual es la confusión entre la cultura al entretenimiento. Representación, espectáculo, cultura de masas, son conceptos que han sido ampliamente tratados desde la filosofía para analizar los rasgos característicos de la cultura a finales del «milenio del libro», como lo calificó Italo Calvino². No obstante, no han sido analizados suficientemente los cambios sociales que comporta este cambio cultural.

La metamorfosis del concepto de cultura es un fenómeno global que, en parte, tiene su origen en la producción industrial masiva y el éxito comercial. En el caso del libro se traduce en el modelo editorial imperante, sustentado en la sobreproducción de títulos acompañada de una concentración de las ventas en muy pocos que son objeto de grandes campañas. La paradoja de esta estrategia es la pérdida de diversidad cultural que supone *de facto*, debido a la limitación real de los títulos accesibles al lector en los puntos de venta. En el camino, los grandes perjudicados son los distribuidores y libreros, incapaces de digerir esta avalancha de novedades y devoluciones, en un constante trasiego de libros en busca de lectores.

Hábitos de lectura y compra de libros

Las metodologías que se aplican en este tipo de estudios no se adecuan a la realidad actual en la que ha cambiando sustancialmente el modo en que leemos, el tiempo disponible se ha visto reducido y se han ampliado notablemente las posibilidades de ocio. No obstante, a pesar de la posible precaución acerca de los datos que arrojan, las series históricas disponibles muestran una tendencia al alza en el índice de lectura de la población. Así, el índice de lectura en el tiempo libre alcanza el 58% de la población, con una media de 10,6 libros leídos en el último año. Se advierte un aumento de los lectores frecuentes, consecuencia del crecimiento progresivo de los lectores que leen todos o casi todos los días en su tiempo libre (3,0 puntos

² *Seis propuestas para el próximo milenio*. Siruela, 1998.

porcentuales en los últimos cuatro años). Los datos señalan que se lee más pero se compra menos; en 2011, el número de libros comprados ha bajado de 10,6 a 9,6.

En relación a la lectura digital³ el 52,5% de la población española de 14 años o mayor es lectora de contenidos en soporte digital porcentaje que se reduce hasta el 6,8% si se trata de libros digitales.

Si nos ceñimos a los hábitos culturales de la población de la CAE, presenta índices elevados en comparación con el contexto en el que se sitúa: destacan los hábitos de lectura de su población, superior al de la media europea y a mucha distancia de la media del Estado.

En la CAE, el 35,7% de los lectores bilingües lee libros en euskera. A diferencia de lo que sucede con la lectura de libros en general, la lectura en euskera es más habitual entre los hombres (37,6%) que entre las mujeres (33,8%). El colectivo de personas más jóvenes es el que más lee en euskera.

El modelo digital: un mercado que de momento no responde

La suma de factores que actúan en el modelo digital conducen al pesimismo: la actitud depredadora de los pocos jugadores reales del negocio, las negativas experiencias de compra de los consumidores que genera el uso del DRM, el precio, la falta de modelos exitosos en Europa, la penetración real de los libros electrónicos (por debajo del 1%) hacen que, hoy por hoy, el mercado no responda. La cuestión se agrava en el caso de la producción en euskera.

A menudo se recurre al mercado de EE.UU. como referencia para poder examinar las tendencias y modelos de negocio que más tarde se replicarán en Europa. No obstante, sus singularidades ponen en duda que pueda servir de modelo de referencia: cuentan con un sistema de comercio electrónico consolidado, un catálogo numeroso de contenidos digitales y una extensa oferta de empresas de venta online desde donde consumir libros electrónicos como Amazon, líder del mercado.

Con el aumento de las inversiones requeridas para el crecimiento externo y la internacionalización de los mercados, son los grandes grupos, principalmente americanos, los que están jugando un papel cada vez más importante en la implantación de los libros electrónicos. Estas estrategias expansivas han llevado a Amazon a radicarse en varios países europeos, entre ellos España, en cuyo territorio ha desembarcado en 2011. La evolución global de la industria de la edición conduce a una presencia más acentuada de grupos multimedia: aquellos que integran

³ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Encuesta de hábitos y prácticas culturales* (2011).

la edición en una lógica de valorización que sobrepasa el escrito para tocar el audiovisual y la edición electrónica, y son capaces de superar las barreras financieras de entrada.

En Europa la situación es distinta y, de momento, no existen modelos de éxito. Se ha comenzado a desarrollar un mercado cada vez más importante en el que están involucrados los principales grupos editoriales de los distintos países que buscan capitalizar una demanda en continuo aumento. La oferta de títulos y la presencia de los distintos elementos de la cadena del libro, a pesar de que se ha incrementado, es todavía deficiente en la mayoría de los países excepto en Inglaterra, aunque en su caso se ve beneficiada por la comunidad lingüística que comparte con Estados Unidos. Es paradójico que países con una tradición editorial más antigua, como Francia o España, ofrezcan cifras muy modestas en el nuevo modelo digital. En definitiva, es difícil ofrecer alternativas a las prácticas abusivas de los gigantes que dominan el mercado si no se adoptan respuestas legislativas y estratégicas de Europa como conjunto.

Se pone de relieve también que, aunque el sector ha iniciado el proceso de adecuación al nuevo modelo⁴, ciertos impedimentos al negocio digital surgen desde el propio sector.

1.2.

FACTORES DEL SECTOR DEL LIBRO DE LA CAE

Una cuestión de tamaño y asimetrías

Un sector en el que las dinámicas del mercado tienden a la concentración, con grandes grupos que marcan el paso al conjunto, se pone en evidencia la falta de músculo del sector vasco del libro en relación al de otras Comunidades Autónomas. De hecho, la producción editorial de la CAE supone el 2,9% del conjunto del Estado⁵. La concentración afecta también a la distribución a nivel estatal ya que del total de empresas distribuidoras de libros (121 empresas), alrededor de 15 generan casi el 77% de la facturación.

El mercado al que se dirige el sector editorial de la CAE refleja también su capacidad de intervención. El 57,8% de las ventas de las editoriales privadas se dirige a la propia Comunidad Autónoma. Desde otro punto de vista, un 22,6% del total de ventas de libros a la CAE procede de editoriales de esta Comunidad. De esa facturación, un 72,6% corresponde a obras en euskera.

⁴ Federación de Gremios de Editores y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Segunda oleada del *Estudio sobre digitalización del libro electrónico* (2011).

⁵ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Panorámica de la edición española de libros*.

A la citada falta de músculo se suma la profusión de editoriales independientes de pequeña dimensión, fenómeno que en el caso de las lenguas minorizadas supone un problema añadido.

Si se pone el foco en la configuración del sector del libro en la CAE, se vislumbra una realidad heterogénea y asimétrica que hace necesario aportar actuaciones diversificadas acordes a su situación⁶. Así, el peso de las 21 librerías que conforman el grupo de mayores ingresos (el 20% de los agentes) es ciertamente importante en las grandes cifras de ingresos y venta de libros. Cabe señalar que la mayoría pertenece a cadenas, aunque hay también alguna librería independiente.

En el caso de las editoriales, las 8 editoriales que suponen el 20% de los agentes con mayores ingresos suman el 66,4% del volumen total del sector; son también las que copan 7 de cada diez euros de ingresos por venta de libros. Su actividad productiva muestra también su peso en el conjunto, tanto en lo que se refiere a las novedades que publican como a los ejemplares, con tiradas mayores al resto de editoriales.

La necesaria reconversión de un sector maduro

A tenor de los datos de la evolución de las ventas, el sector se encuentra en una situación de madurez cuando no de declive. De hecho, los datos disponibles muestran un descenso de ventas que, según la información que manejan los agentes, se ha recrudecido en los dos últimos años. La facturación total obtenida en 2010 por las editoriales privadas en la Comunidad Autónoma Vasca (110), es un 8,5% menos que en 2009 y un 14,8% menos que en 2008. En los últimos 5 años desciende su facturación un 14,6%. Las ventas de libros en euskera de las 68 editoriales privadas de la CAE disminuyeron un 6,7% respecto al ejercicio anterior, y un 8,5% respecto a 2006.

Todo apunta a que el sector ha de adelgazar, camino que los datos de producción editorial comienzan a mostrar. Prácticamente todos los indicadores de producción muestran un descenso respecto al año 2008, salvo los títulos vivos en catálogo. En 2010, la diferencia entre los ejemplares editados y vendidos ha aumentado un 11,3% respecto a 2009. En el caso del euskera, esta diferencia aumenta un 4,8% respecto al año anterior.

De ahí que, además de las actuaciones que está llevando a cabo el sector, se reclamen medidas que corrijan las políticas que lo penalizan, como la gratuidad del libro de texto (determinante

⁶ Observatorio vasco de la Cultura. Miradas. *Una lectura analítica de los datos de la Estadística de las Artes e Industrias Culturales* 2009.

en términos de facturación puesto que supone el 61,6% de la facturación total en castellano y el 71,0% en euskera) y otras dirigidas a la mejora de la competitividad sectorial.

El fenómeno de la sobreproducción no es nuevo y se considera un problema estructural. Una de sus consecuencias es el incremento de las devoluciones hasta porcentajes insostenibles (del 20 al 50%), por lo que se precisa redimensionar la producción a las ventas reales.

Otro de los problemas estructurales se deriva de las ineficiencias en las herramientas de comercialización. A pesar de que se cuenta con recursos tecnológicos como DILVE, SINLI y CEGAL EN RED, no se optimizan por la falta de aplicación y utilización generalizada, lo que genera problemas entre editoriales y librerías perjudicando al conjunto. Lo que es paradójico es que este tipo de herramientas no se aprovechen del todo por la dedicación que supone y, en cambio, se cumplan las condiciones que exige Amazon.

La crisis de lo analógico no deriva de lo digital

Los datos aportados por las editoriales de la CAE con proyectos en el mundo digital en 2010 presentan el siguiente retrato: los títulos editados en formato digital han sido 2.388; se han digitalizado 586 títulos del fondo de catálogo; los títulos comercializados en formato digital han sido 614, con una facturación de 393.439 euros. Más de la mitad de la facturación en este formato se concentra en las Ciencias Sociales y humanas, seguida por las materias de Científico técnico y universitario y Derecho y Ciencias humanas.

El sector está adecuándose a un medio que no termina de despegar como negocio (como se ha señalado, la penetración real del libro electrónico se encuentra por debajo del 1% de las ventas), con portales y plataformas especializadas, pero que requiere medidas que afectan al IVA, a los estándares, la autoría, además del cambio de hábitos lectores.

La edición en euskera

El libro en euskera sufre los problemas estructurales del sector con el ingrediente añadido de la limitación de su mercado. Los datos que ofrece Joan Mari Torrealdai en *Euskal Liburugintza 2010* indican que la producción en euskera en 2010 alcanzó 2.023 títulos, 319 menos que en 2009. Por primera vez, destaca en primer lugar la literatura infantil y juvenil con 568 títulos (el 28% de la producción), seguida del libro educativo y de texto, con el 24,3%; los de ciencias humanas y humanidades, con el 19% y la literatura para adultos, con el 14,5% y 292 títulos. Respecto a la literatura infantil y juvenil, casi 6 de cada 10 títulos son traducciones. Cabe señalar que el 11% de la producción, con 222 títulos, fueron libros electrónicos.

Por venta de libros en euskera en el año 2010 se facturaron unos 36,6 millones de euros (a precios de tapa, IVA incluido). De ellos, un 87,0% correspondió a las empresas privadas de la CAE. Las editoriales privadas de otras CCAA facturaron un 11,2% de la cifra total. Las Empresas Públicas alcanzaron el 0,6% del total⁷.

Las librerías en la encrucijada

Según se indica en el Barómetro de ventas de las librerías en España 2011, las ventas de libros sumaron un total de 170.265.935,59€. Cabe señalar que prácticamente el 50% de estas ventas las efectúan las librerías generales de fondo y únicamente el 4,8% en las librerías generales de proximidad. Atendiendo al tamaño poblacional, el 80% se llevan a cabo en poblaciones de más de 100.000 habitantes. En cuanto a los ejemplares vendidos en 2011, llegaron a 9.670.379 en el conjunto del Estado, de los que el 5,9% se vendieron en las librerías de la CAE.

Las librerías sufren las ineficiencias citadas y viven momentos difíciles de salvar sin medidas específicas de apoyo al sector. Las dos causas principales, ligadas a un modelo que no se sostiene, son la sobreproducción del libro y el acortamiento del ciclo de vida de los productos y, por otro, el volumen comercial que queda al margen del canal. La sobreproducción exige espacio, tiempo e incrementa los costes de gestión. Por otro, los datos muestran la masa de volumen comercial que queda al margen de estos establecimientos⁸.

⁷ Gremio de Editores de Euskadi. *VI Informe de la edición en euskara 2010*.

⁸ Datos del Gremio de Editores de Euskadi. *XVI Informe de la edición en la CAV, Comercio interior 2010*.

Factores del entorno

Aspectos favorables

- Alto nivel educativo de la población
- Avance en el conocimiento del euskera
- Necesidad de revisión del modelo de negocio
- Baja dependencia del gasto público
- Democratización de la cultura
- Incremento de los índices de lectura
- Aumento de los lectores frecuentes
- Modelos de negocio innovadores
- Posibilidad de abrir nichos de mercado por comunidades lingüísticas

Aspectos desfavorables

- Mercado natural reducido
- Asimetrías territoriales (población y conocimiento del euskera)
- Situación crítica para el consumo cultural
- Pérdida del valor y prestigio de la cultura
- Limitación de la diversidad cultural
- Descenso en la compra de libros
- Mercado digital al dictado de grandes corporaciones
- Falta de modelos de éxito en Europa
- Experiencias de compra negativas

Factores del sector del libro de la CAE

Aspectos favorables

- Posibilidad de proyectos de cooperación y de creación de redes
- Existencia de agentes tractores con peso en la industria
- Tradición y arraigo de la industria del libro
- Disponibilidad de recursos tecnológicos para la mejora de la comercialización
- Posibilidad de abrir nichos de mercado por comunidades lingüísticas
- Experiencias de posicionamiento del sector en lo digital
- Importancia creciente del libro infantil y juvenil en el mercado en euskera
- Fidelidad del público del libro en euskera
- Existencia de cadenas y una amplia red de librerías
- Campañas de promoción del consumo cultural

Aspectos desfavorables

- Falta de músculo del sector de la CAE
- Fragilidad de un sector atomizado
- Males endémicos: sobreproducción y falta de información comercial
- Necesidad de inversiones sin retorno
- Mercado reducido para el euskera
- Necesidad de ayudas para producción
- Falta de visibilidad de producción en euskera
- La normalización constante del euskera
- Peso de las ventas al margen del canal librero (cerca del 40%)
- Dedicación y espacio que requiere el modelo de distribución actual para las librerías
- Necesidad de asesoría y formación de los profesionales

Cualquier proceso de reflexión estratégica se asienta en unos principios que rigen las actuaciones y configuran sus señas de identidad. Son los valores que dan sentido a los ejes estratégicos y actuaciones que se proponen.

Prestigio de la lectura

Como señala Santiago Alba⁹, la insistencia en renovar una y otra vez los llamados a la lectura revela una doble angustia: sentimos los libros amenazados y parece que nunca encontramos argumentos convincentes a favor de nuestro vicio. No es algo de ahora puesto que Cicerón se lamentaba de la poca pasión por la lectura de los jóvenes romanos.

A pesar de que no es un fenómeno nuevo y de que no todo parece estar perdido –de lo contrario en las encuestas sobre hábitos de lectura no se declararía que se lee más de lo que realmente se lee–, hay indicios de una pérdida de prestigio social al que el sector debe hacer frente por responsabilidad.

Comunidad lectora

Es importante hacer ver la importancia de lo que ya existe. En la CAE, en torno al libro hay una importante comunidad lectora, una tupida red de clubes de lectura, bibliotecas, librerías que promueven la cultura, editoriales de calidad, autores, traductores, docentes, lectores, gestores culturales, investigadores, etc. En 2012 se ha presentado el Plan de Lectura del País Vasco. Estos son los mimbres con los que trabajar y a los que es preciso dar cobertura para poner en valor la importancia de la función mediadora y prescriptora de estos agentes en el ecosistema cultural.

⁹ Alba, S. *Leer ¿para qué?* Artículo publicado en Rebelión en 2008.

Cooperación

El ingrediente fundamental para afrontar el futuro del sector es la voluntad de cooperación. Voluntad que se traduce en implicación y compromiso, en energía y capacidad de entusiasmo. La cooperación es una cuestión de exigencia y responsabilidad, de capacidad de trascender la realidad de cada uno para suscitar cambios. Como señala Daniel Innerarity, «el instrumento fundamental para sobrevivir en la superexposición es la cooperación, la atención a lo común. La intemperie, en el mundo actual, es la soledad, por muy soberana que se imagine»¹⁰.

Por una parte, es necesaria la cooperación intrasectorial entre los diversos actores para superar las ineficiencias que se arrastran, promover proyectos de colaboración y tejer redes entre que sirvan de germen de actuaciones futuras. Por otra parte, las amenazas y debilidades apuntadas tienen difícil salida sin cooperación público-privada. La administración debería jugar el papel de catalizador estimulando el desarrollo del sector mediante políticas innovadoras, el estímulo de los proyectos compartidos y las fusiones empresariales.

Innovación y proactividad

La crisis económica requiere, aún más si cabe, medidas innovadoras de apoyo al sector privado. Considerar el sector desde su fortaleza, desde su capacidad de crecimiento, desde la necesaria independencia con la que debe desarrollarse es la base para apostar por la creación de instrumentos financieros y servicios de desarrollo empresarial que vayan más allá de las subvenciones a fondo perdido.

El modelo de negocio del libro arrastra ineficiencias que no por conocidas están resueltas. A esto se suma el entorno digital y sus implicaciones. Así, la creación de proyectos piloto de mejora de procesos, de optimización de la tecnología, de soluciones y servicios innovadores, es la única vía posible cuando la sensación general es la de asistir a una tormenta perfecta generada por la suma de los problemas estructurales, el modelo digital y la crisis económica.

Transversalidad

El libro concierne a un amplio abanico de agentes: es cultura, es educación, es industria, comercio, economía y empleo. Requiere elevar la mirada desde un planteamiento transversal. Un trabajo compartido con los diversos agentes sectoriales y administrativos que, desde sus respectivos ámbitos de actuación, tienen capacidad para yuxtaponer esfuerzos y cambiar la

¹⁰ Innerarity, D. *La exposición universal*, artículo publicado en El País (29 de agosto de 2012).

realidad actual del libro. En relación a la Administración pública, las propuestas que se plantean conciernen tanto al sector del libro como al Departamento de Cultura, el Departamento de Industria, Innovación, Comercio y Turismo y el Departamento de Educación, Universidades e Investigación.

2.2.

INTERLOCUTORES Y ESPACIOS DE COLABORACIÓN

La importancia del libro en términos culturales y económicos está fuera de duda. En el contexto económico actual la sostenibilidad del sector precisa conjugar y sumar las aportaciones de las Administraciones públicas, las empresas privadas y el propio tejido sectorial.

- La administración puede aportar capacidad de gestión, infraestructura, espacio en los medios de comunicación públicos, debe garantizar la permeabilidad entre el sector cultura y la administración, además de fomentar prácticas transversales.
- Las grandes empresas privadas pueden contribuir mediante la aportación de fondos para financiar proyectos específicos.
- El compromiso del sector se orienta a acordar un calendario de actuaciones.

Intrasectorial

Se precisa una estructura operativa sectorial, un sustrato que sirva de marco de futuro en un área vinculada a la comercialización. Este foro práctico podría servir de órgano consultor en lo tecnológico para que el resto de agentes puedan dedicarse a la mediación. La Cámara del libro debería tener un papel central en la dinamización de este espacio liderando el proceso a partir de un acuerdo entre los agentes del sector.

Intersectorial

Como se ha señalado, los agentes que de manera directa o indirecta participan en su actividad provienen de ámbitos con políticas diversas y, a menudo, sin conexiones entre ellas. Esta es la razón por la que se precisan espacios de colaboración con el objetivo de abrir nuevas vías de trabajo.

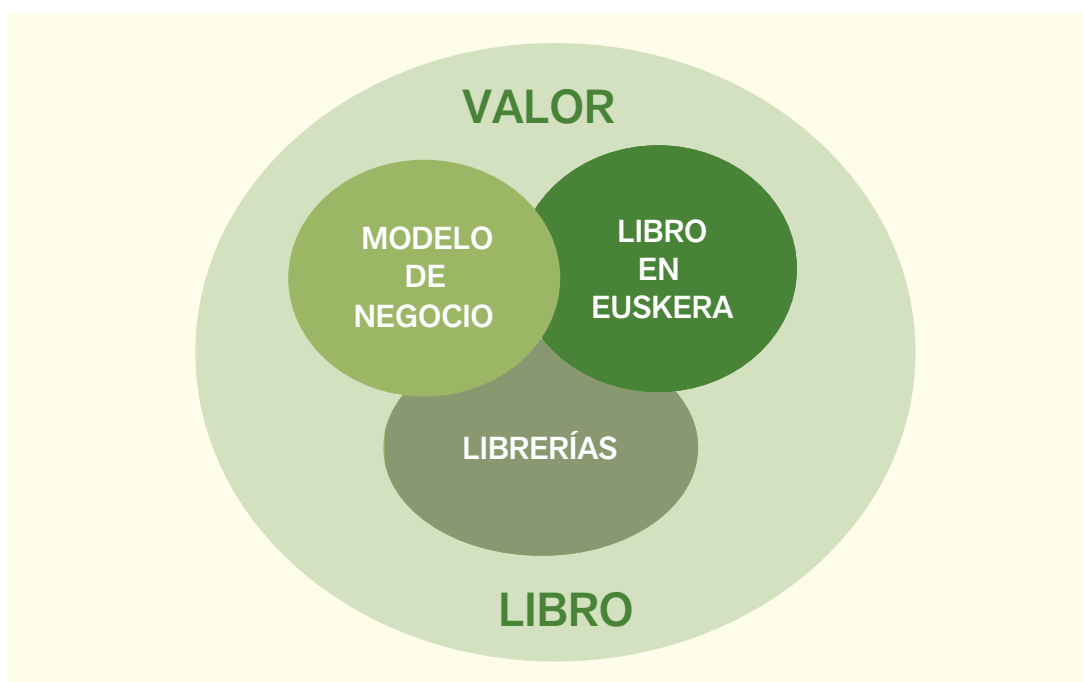
La reflexión sobre el sector del libro de la CAE se estructura en cuatro ejes estratégicos con intersecciones y conexiones entre ellos.

Eje 1. El valor de la lectura y el libro. La lectura es uno de los factores esenciales para la formación completa de la persona y para el progreso de una sociedad. Es necesario poner de relieve su valor y prestigiarla proyectando sus beneficios.

Eje 2. El modelo de negocio del libro. A la necesidad de mejora de procesos y de información de la cadena del libro se añade la fragmentación y la escasa dimensión del sector de la CAE. Son necesidades que requieren iniciativas del sector con apoyo de la Administración.

Eje 3. El libro en euskera. Las posibilidades de leer en euskera han aumentado y mejorado en los últimos años. No obstante, la producción en euskera necesita políticas de discriminación positiva de acuerdo a la realidad de su mercado.

Eje 4. Librerías con futuro. Las librerías son espacios culturales de primer orden. Su importancia como agentes mediadores precisa actuaciones que contribuyan a posicionarlas hacia el futuro.



En cada uno de los ejes se han destacado los **proyectos estratégicos**. Son aquellos que, desde perspectivas complementarias, buscan incidir en la consolidación de la comunidad lectora y del sector del libro en su conjunto y que, por tanto, suponen los principales retos estratégicos de futuro.

- Trabajo con la **comunidad lectora**
- Acercamiento a la **red educativa**
- Mejora de la **comercialización**
- Perfeccionamiento del modelo de **ayudas para el libro en euskera**
- Medidas de **apoyo para las librerías** de fondo e independientes

En primer lugar, dos de los proyectos tienen un acento relacional y comunitario. Por una parte, se trataría de poner en valor las experiencias y buenas prácticas que existen en torno a la lectura y que se apoyan en el concepto de comunidad lectora. Por otra, desde el sector se pone de relieve la necesidad urgente de tejer una red educativa, ámbito en el que las medidas adoptadas en torno al libro de texto y la introducción de contenidos digitales han generado un alejamiento perjudicial para todos.

En segundo lugar, se requieren proyectos de mejora relacionados con la comercialización del libro y la producción editorial en euskera. Así, el sector propone mejorar la información comercial sobre el libro, proyecto que reportaría beneficios a cada eslabón de la cadena de valor –edición, distribución y venta– y que supondría una clara mejora respecto a las ineficiencias de las que adolecen. Por su parte, el libro en euskera cuenta con un modelo de ayudas que ha de perfeccionarse siguiendo con la dinámica emprendida en los últimos años.

Por último, las librerías necesitan intervenciones urgentes porque son los puntos de venta los que más se están resintiendo de la suma de factores del entorno y del propio sector que están dificultando su supervivencia sin apoyos expresos.

Estos proyectos se basan en un compromiso por parte del sector y necesitan del apoyo de la Administración para poder hacer frente a la situación actual y a los retos que se le presentan.

Los cuatro ejes estratégicos que articulan la reflexión se materializan a través de un conjunto de líneas de actuación.

Ejes estratégicos	Líneas de actuación
El valor de la cultura y el libro	Visibilidad en los medios de comunicación
	Investigar cambios sociales
	Apoyar el consumo cultural
	Organizar actividades de promoción coordinadas
El modelo de negocio del libro	Promover procesos de cooperación y concentración
	Crear instrumentos financieros y servicios de desarrollo empresarial
	Apoyar procesos de innovación y mejora
Libro en euskera	Plan específico de digitalización de fondo para el catálogo en euskera
	Incrementar la presencia y visibilidad en el punto de venta y las bibliotecas
	Apoyar las traducciones de fondos comerciales
Librerías con futuro	Aumentar comercialización a través de este canal
	Reconocer la excelencia
	Formación para los profesionales
	Revisar el modelo de ferias del libro

3.1.

EL VALOR DE LA LECTURA Y EL LIBRO

A veces, da la impresión de que el buen crédito, la estima, la influencia que han tenido la cultura y el libro van perdiendo fuerza. Puede ser efecto indirecto de la aparente accesibilidad de la que gozan estos bienes, que con la pérdida de su aura van perdiendo también cierta consideración. Algo tienen que ver también la rapidez, la brevedad de estos tiempos en los que cuesta dejar poso. Bauman dice que nuestras rutinas se sustituyen tan rápido que no da tiempo a que los hábitos se consoliden. Esto hace que valores como la permanencia o la perdurabilidad, tan íntimamente ligados al concepto de obra de arte y a la cultura, hayan perdido su sentido en cierta manera.

Como sucedía en el cuento de Poe¹¹, en ocasiones lo más difícil de ver es lo que tenemos enfrente. La lectura y el libro son, no ya importantes, sino imprescindibles para muchos de nosotros. De hecho, las estadísticas muestran el incremento de los denominados lectores frecuentes. Es necesario poner de relieve esa importancia, resaltar su atractivo, hacer énfasis en el valor de la creación y de la autoría, en su dificultad y exigencia, en el rigor de la calidad, en los buenos momentos que nos hace vivir, en lo que aprendemos. Es un vicio, como todos, exigente. Necesita tiempo, profundidad y esfuerzo, pero ofrece una gran recompensa.

PROYECTOS ESTRATÉGICOS

Trabajo con la comunidad lectora. La idea central desde la que apoyarse es la comunidad lectora. Es preciso hacerle ver que existe, potenciar el orgullo social de que se lea, incidir en el valor de la prescripción y la mediación. Existen recursos como los clubes de lectura, librerías que hacen promoción cultural, bibliotecas, editores, educadores. No se trata de hacer sólo campañas comunicativas –a menudo con mensajes discutibles– sino de darle cobertura general a esta comunidad.

El Plan de Lectura del País Vasco podría ser el marco que diera cabida a las iniciativas de este tipo.

Acercamiento a la red educativa. Las políticas de gratuidad del libro de texto han generado un modelo que está ahogando al sector y, además, conllevan un problema que puede llegar a un punto de no retorno: que se deprecie la creación de contenidos y, en consecuencia, su calidad. Así, se insiste en que es preciso desbloquear la situación actual en relación al préstamo del libro de texto. No se trata de centrar el debate en la gratuidad (sí o no), ni de cargar el coste a los padres, sino de acordar un modelo para que el coste se aligere y, a la vez, la industria pueda vivir.

Otra de las propuestas vinculadas a la educación es el apoyo a la creación de contenidos digitales educativos. Conviene tener presente que las editoriales cuentan con el conocimiento de los contenidos necesarios para que los procesos de digitalización sean eficaces.

El trabajo con la red educativa incluye la intervención con los educadores para la dinamización de la lectura orientando la selección de contenidos. De hecho, el trabajo con el profesorado ha estado ligado tradicionalmente a los editores. Existen recursos de calidad como por ejemplo Literatura Unibertsala que no se conoce suficientemente.

Es necesario desbloquear la relación con el Departamento de Educación para tejer una red de colaboración y acuerdo con el sector.

¹¹ La carta robada. *Narraciones extraordinarias*.

Líneas de actuación

- **Incrementar la visibilidad del libro y la lectura** en los medios de comunicación. Lanzar campañas de pedagogía social cuyas señas de identidad contengan un catálogo de valores propio, con mensajes nuevos. Otro de las vías a explorar son las redes sociales, que multiplican las posibilidades de compartir la lectura. Se nutren precisamente de este concepto de comunidad y ofrecen la posibilidad de creación más rápida y democrática de una comunidad de lectores. La industria cultural hasta ahora no ha sabido aprovechar suficientemente la potencialidad de las redes.
- **Apoyar el consumo cultural y, concretamente, la compra de libros.** Se valoran positivamente las iniciativas como el Bono Kultura, especialmente desde el sector librero. Resultaría oportuno aplicar fórmulas de ampliación de estas propuestas al resto del año puesto que la coincidencia de la campaña con la navidad hace que se concentre en una época en la que las ventas son altas en relación con otras épocas del año.
- **Organizar actividades de dinamización y promoción coordinadas.** Conviene conocer la actividad de promoción de editoriales y las agendas culturales de las administraciones públicas para poder organizar actividades de manera coordinada junto con las librerías. Otra vía de trabajo tiene por objeto potenciar las relaciones entre las librerías, los centros escolares y las bibliotecas con actividades conjuntas de promoción de la lectura.
- **Investigar y estar alerta a los cambios de usos sociales que afectan al hecho cultural.** Los cambios en los usos y modos de lectura, en el comportamiento de compra, en el acceso a los contenidos que ha propiciado el entorno digital precisan nuevos modos de investigación cualitativa que contribuya a entender esas prácticas.

3.2.

EL MODELO DE NEGOCIO DEL LIBRO

El sector del libro de la CAE requiere sumar esfuerzos, promover procesos de cooperación para evitar la excesiva fragmentación y aumentar su capacidad de emprender proyectos ambiciosos.

El modelo de producción, distribución y comercialización del libro adolece de ineficiencias que generan unos porcentajes de devolución insostenibles. La sobreproducción de títulos, el acortamiento de su ciclo de vida y la falta de información para la comercialización son aspectos susceptibles de mejora.

Es necesario promover sistemas de gestión de datos que ayuden a que la información circule entre editores, distribuidores y libreros. Resulta prioritario fijar acuerdos mínimos para unificar la información y establecer protocolos a respetar por todos. A pesar de que existen sistemas de gestión de la información, las editoriales pequeñas tienen dificultades para utilizar estas herramientas por la dedicación de recursos que supone en unas plantillas reducidas; por su parte, las librerías no son capaces de digerir la avalancha de novedades que reciben diariamente.

Un ejemplo que puede servir de orientación para la mejora de la información comercial es el proyecto LibriData, apuesta compartida entre el sector del libro y la Administración catalana.

PROYECTO ESTRATÉGICO

Mejora de la información para la comercialización. Se propone crear una estructura operativa sectorial dirigida a optimizar la comercialización del libro con el objetivo de mejorar la gestión de stocks y conocer los títulos vendidos por las librerías. El objetivo sería agilizar los procesos administrativos a las librerías, proporcionar información actualizada y fiable sobre las ventas de libros y mejorar las relaciones comerciales entre editores, distribuidores y libreros. Este foro práctico podría servir de órgano consultor en lo tecnológico.

La Cámara del Libro tendría el papel impulsor de este proyecto, que debería contar con el apoyo de la Administración, desde su vertiente de industria e innovación.

Líneas de actuación

- **Promover los procesos de concentración, las fusiones empresariales y las prácticas cooperativas** para fortalecer la industria del libro. Al igual que sucede en otros sectores, la administración podría apoyar las colaboraciones introduciendo elementos discriminatorios que vayan en la buena dirección: coediciones, colecciones compartidas, mejora de procesos. Son procesos que podrían ser objeto de préstamos financieros, como los que se gestionan a través del ICIC en Catalunya.
- **Crear instrumentos financieros y servicios de desarrollo empresarial** que superen el modelo de subvenciones a fondo perdido. Se requiere el apoyo de la administración mediante líneas de financiación de apoyo a la producción local y para mantener el fondo. Una de las fórmulas posibles serían las aportaciones reintegrables, cuya concesión supone un compromiso de retorno de los fondos concedidos en función de los resultados de explotación comercial. Son una herramienta de ayuda mixta porque incorporan una parte de crédito, a devolver independientemente de los resultados del proyecto y, una parte de

subvención, que se devuelve en función del éxito económico del proyecto. Respecto a los servicios de desarrollo empresarial cabría analizar las experiencias existentes destinadas a otros sectores y aplicarlas a las empresas del sector del libro.

- **Apoyar la innovación y los procesos de mejora** vinculados a la I+D+i, los procesos técnicos, el libro digital y el marketing digital. El sector es consciente de que tiene que estar en el entorno digital por razones de visibilidad a pesar de que, de momento, no genere negocio. Esta es la razón por la que emprender proyectos de digitalización de fondos, de creación y sostenimiento de plataformas de distribución, etc. requiere un apoyo público. Son procesos caros que precisan una importante infraestructura tecnológica con un coste elevado para la inmensa mayoría del sector. En relación al libro digital es importante tener en cuenta la labor de las bibliotecas en el préstamo digital y su futura incidencia en la eclosión de este entorno.

3.3.

EL LIBRO EN EUSKERA

Las características del libro en euskera van acordes al perfil sociolingüístico de la población: un mercado reducido y heterogéneo y una excesiva dependencia del libro infantil y juvenil. Cabe señalar al respecto que los datos de Joan Mari Torrealdai de 2010 indican que es la primera vez que la literatura infantil y juvenil (el 28% de la producción) encabeza la producción, seguida del libro educativo y de texto, con el 24,3%.

En todo caso, su futuro no se ciñe a la cantidad de títulos que se publiquen, sino que la calidad y una comercialización adecuada son dos aspectos centrales. En relación a la disponibilidad de la oferta en euskera, cabe poner de relieve la necesidad del fomento de la traducción comercial. En estos momentos no existen ayudas para los idiomas que proveen de mayor cantidad de títulos de éxito. Por otra parte, el canon exigido por ejemplo en Literatura Unibertsala es muy exigente, por lo que se podría exigir cierta permeabilidad para la mejora del consumo estándar.

Respecto a visibilidad, guarda relación directa con el conocimiento del idioma por lo que se dan diferencias por zonas. El libro en euskara tiene serios problemas para conseguir un lugar adecuado en los puntos de venta –librerías en determinadas zonas, hospitales, aeropuertos, etc.—, así como mayores obstáculos para contar con un extenso fondo bibliográfico. Requiere, por tanto, un tratamiento discriminadamente positivo en cuanto al refuerzo de la autoría y

la promoción. Respecto a la comercialización, desde el sector se sigue funcionando con el esquema informar en euskera sobre el libro en euskera, sin reparar en que muchos lectores en euskera leen prensa en castellano.

PROYECTO ESTRATÉGICO

Perfeccionamiento del modelo de ayudas. El libro en euskera exige sinergias permanentes y consensuadas entre las iniciativas privada y pública para poder alcanzar solidez y estabilidad como industria cultural, porque su mercado natural dificulta la rentabilidad por sí misma.

Se trataría de continuar en la línea emprendida estos años en relación a los modelos de ayudas y financiación para la producción, mediante la orientación y aplicación progresiva de criterios industriales y financieros.

Desde la Administración es conveniente que las áreas que se ocupan del euskera y la cultura se imbriquen mejor.

Líneas de actuación

- **Apuesta decidida de la administración por la presencia del euskera en el modelo digital:** plan específico de digitalización de fondo para el catálogo en euskera. A los argumentos a favor del apoyo de la administración en el entorno digital se añade la especificidad del euskera. Como se ha señalado, son procesos caros que requieren ayudas para poder contar con un fondo de catálogo amplio digitalizado en euskera.
- **Incrementar la presencia y visibilidad del libro en euskera en el punto de venta.** Si ya es difícil que las librerías tengan espacio para todo aquello que no sean novedades, la posibilidad de que la producción en euskera esté bien visible en el punto de venta se reduce. Por otra parte, es preciso garantizar también su presencia en las bibliotecas públicas. Otra vertiente relacionada con la visibilidad del libro en euskera es la mejora de la información comercial. Apenas se informa sobre obras en euskera en la prensa en castellano, lo que reduce su impacto potencial notablemente.
- **Apoyar las traducciones al euskera de fondos comerciales,** al igual que se ha hecho con la colección Literatura Unibertsala. Este es un proyecto que ha permitido poder leer en euskera un amplio catálogo de obras representativas de la literatura universal. Resultaría de interés contar con traducciones al euskera de obras de éxito comercial. Sin embargo, el elevado coste de las traducciones hace inviable la disponibilidad de este tipo de títulos a precios de mercado sin la posibilidad de acceder a ayudas específicas.

La función de la librería en la cadena de valor del libro es, hoy por hoy, ineludible, si bien en el modelo de negocio digital su función cambia de manera drástica. El papel del librero en el fomento y prescripción de la lectura es también esencial puesto que es quien tiene contacto directo y físico con los lectores. No obstante, el descenso de las ventas de libros está abocando a los libreros a dejar de ser libreros porque su sostenibilidad como negocio exige diversificar su actividad. Es verdad que existen recientes ejemplos de establecimientos que abren, pero no se debe perder de vista que pertenecen a cadenas emplazadas en las grandes poblaciones. Por lo tanto, si se quiere que las librerías continúen con su labor de mediación cultural, el apoyo decidido a estos establecimientos no puede ser una cuestión retórica sino que se precisa tomar medidas que contribuyan a mejorar la situación que viven en estos momentos.

En el diagnóstico previo se ponía de manifiesto que prácticas como las ventas que quedan al margen de este canal (cerca del 40%) están situando a muchos de estos establecimientos en una posición crítica, especialmente a aquellos de proximidad. Han aumentado las ventas directas a empresas e instituciones, entre las que se incluyen las ventas del libro de texto a las escuelas. Es también urgente mejorar la información de la comercialización del libro, que ahoga a las librerías por sus necesidades de espacio y dedicación.

En Francia se están adoptando medidas que, salvando las distancias, podrían servir de inspiración a nuestro entorno. Como se ha señalado, es posible y necesario buscar modelos de financiación sostenibles entre la Administración, las grandes empresas privadas y el sector. A modo de ejemplo, la ADELCO francesa (Asociación para el Desarrollo de la Librería de creación) se financia mediante las aportaciones de los editores asociados, libreros y otras organizaciones, a las que se añaden las subvenciones de la Administración Pública.

PROYECTO ESTRATÉGICO

Apoyo técnico y financiero a librerías de fondo e independientes. El papel de las librerías de fondo es esencial para que el público pueda contar con una oferta editorial plural y variada. Las tendencias del mercado de concentración de las ventas en unos pocos títulos hacen que la viabilidad de este tipo de establecimientos sea cada vez más complicada sin medidas de apoyo específicas por parte de la Administración.

El modelo francés de la ADELIC y el Plan Librería activa de Catalunya son iniciativas que incluyen fórmulas que contribuyen al sostenimiento financiero, a la modernización de las instalaciones, la incorporación de la tecnología, la potencialización y comercialización de sus fondos, la prevención de los problemas de transición, etc.

Líneas de actuación

- **Establecer medidas para aumentar el tráfico a los puntos de venta.** Si además de la caída de ventas de particulares sumamos ciertas prácticas que desvían las compras de libros de su canal natural, la viabilidad de muchos negocios queda truncada. La venta directa a empresas e instituciones al margen del canal librero que supone un quebranto para estos establecimientos. Se trataría de reducir este tipo de ventas, especialmente del libro de texto, y de canalizar las compras de las bibliotecas a través de las librerías.
- **Estudiar la posibilidad de reconocer la excelencia de las librerías de referencia.** Resulta de interés la experiencia francesa del sello de calidad LiR, cuyo objetivo consiste en reconocer, valorar y apoyar el trabajo de las librerías independientes. Para obtener el sello se requieren unas condiciones mínimas de facturación de libros, fondo de títulos en stock, espacio, gasto en personal y se valora también la labor de dinamización cultural que se realice a lo largo del año. A cambio, además del reconocimiento público se obtienen exenciones de la tasa profesional y posibilidad de acceder a subvenciones.
- **Promover la formación inicial y continua** con formatos innovadores y adecuados a las características de los libreros, profesionales en gran parte autodidactas. Algunas de las temáticas de interés orientadas a la modernización de las librerías existentes serían el marketing, la calidad, las redes sociales y la informática. Otra vía es la posibilidad de ofertar posgrados especializados vinculados a la Biblioteconomía y algún módulo de formación profesional específica.
- **Proponer fórmulas renovadas para las ferias del libro,** modelo con tradición en otros entornos pero que en la CAE podría revitalizarse. Al desgaste del que adolece el propio modelo se añade un esfuerzo por parte de los libreros que no siempre se ve suficientemente recompensado. Cabe explorar fórmulas alternativas de acercamiento del libro y los autores al gran público.

DATOS SOBRE EL ENTORNO

Población de la CAE

- En 2010, sumaba 2.169.038 habitantes, con una distribución territorial del 53,1% en Bizkaia, el 32,3% en Gipuzkoa y el 14,6% en Araba/Álava.
- 17,2% tienen menos de 20 años, el 63,7% se sitúan entre los 20 y los 64 años, y el 19,1% tienen 65 o más años de edad. La población inmigrante representa en torno al 6,6% de la población.
- Una de cada cinco personas cuenta con estudios universitarios registrándose un aumento de dos puntos porcentuales desde el año 2006, de un 21,5% a un 23,3%. Cuatro de cada cinco de estas personas tienen entre 20 y 55 años.

Reducción del consumo

- Descenso de gasto medio por hogar de un 2,6% entre 2006 y 2010, según datos del INE –Encuesta de Presupuestos Familiares–.
- En 2010, el gasto en consumo de los hogares disminuyó un 1,5% y el gasto en ocio, espectáculos y cultura descendió un 3,7% respecto al año anterior.
- Apoyo público económico directo al sector del libro en la CAE: con datos de 2008, se destinaron a la literatura y edición 4,2 millones de euros, el 0,8% del total, lo que supuso una ratio de 1,9 euros por habitante. Las bibliotecas recibieron 34,2 millones de euros (15,7 euros por habitante).

Hábitos de lectura y compra de libros

- El 90,4% de la población española de 14 o más años afirma leer en cualquier tipo de material, formato y soporte con una frecuencia al menos trimestral¹².

¹² Federación de gremios de editores de España. *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2011*.

- En torno al 10% de la población considerada no lee en ningún tipo de material ni soporte.
- Los periódicos son el soporte más leído con un 77,6% seguido de libros (61,4%), revistas (46,3%) y, por último, cómics (12,6%).
- Según el sexo los hombres tienen un porcentaje total de lectura superior al de las mujeres (92,0% frente al 88,8%). Según el material leído, las mujeres leen más libros (65,1%) y revistas (51,6%) y los hombres leen más periódicos (83,9%) y cómics (16,0%).
- El índice de lectura en el tiempo libre alcanza el 58% de la población, con una media de 10,6 libros leídos en el último año.
- En 2011, aunque el porcentaje de compradores es mayor que en 2010 en 1,1 puntos, el número de libros comprados ha bajado de 10,6 a 9,6.
- En relación a la lectura digital¹³ el 52,5% de la población española de 14 años o mayor es lectora de contenidos en soporte digital. Los periódicos son los contenidos de mayor consumo en digital, un 34,3%. El 6,8% afirma leer libros en soporte digital.

Tabla 1. Comparativa de hábitos culturales en el último año (%)

	Lectura de libros	Asistencia a conciertos	Asistencia a bibliotecas	Asistencia al cine	Asistencia al teatro
CAE ¹	73,1	37,7	30,2	54,1	21,8
UE-27 ²	71,0	37,0	35,0	51,0	32,0
España ³	57,7	(Música clásica) 8,4 (Música actual) 26,4	17,6	52,1	19,0

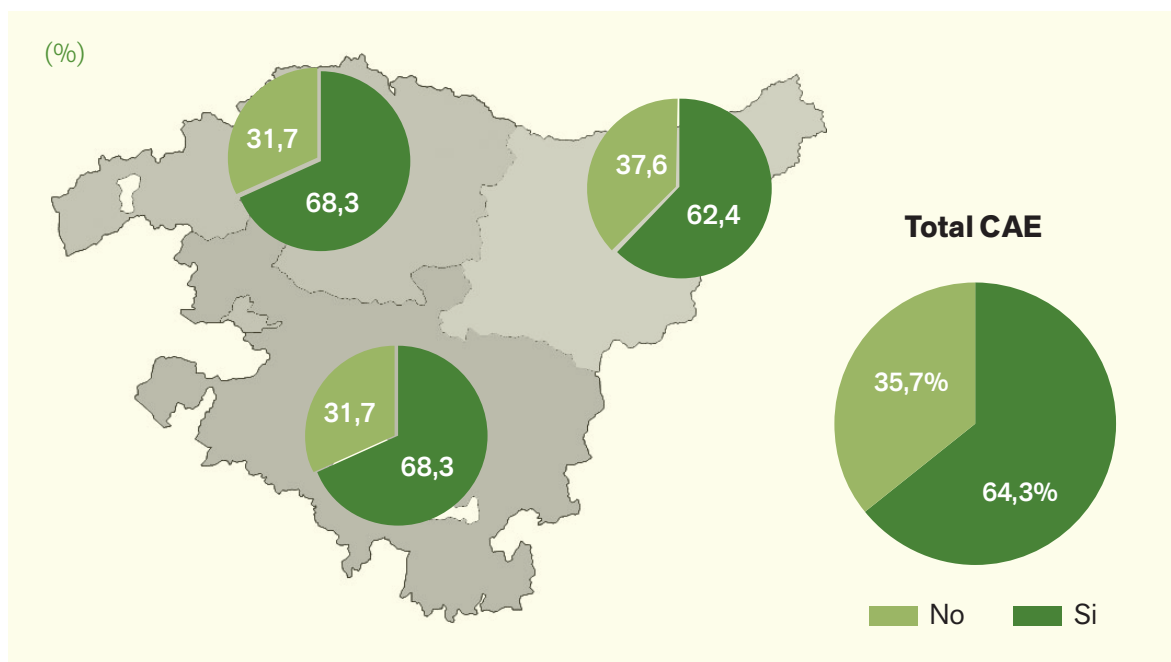
(1) Fuente: Observatorio Vasco de la Cultura. *Encuesta de hábitos, prácticas y consumo en cultura* 2007-2008.

(2) Fuente: Eurostat. *Eurobarómetro 67.1*, 2007.

(3) Fuente: Ministerio de Cultura. *Encuesta de Hábitos y Prácticas culturales en España* 2006-2007.

¹³ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Encuesta de hábitos y prácticas culturales (2011)*.

Gráfico 1. Personas bilingües según la lectura de libros en euskera por Territorio Histórico



Fuente: Observatorio Vasco de la Cultura. *Encuesta de hábitos, prácticas y consumo en cultura* 2007-2008.

El modelo digital

Tabla 2. Características del modelo digital de libros

Estados Unidos	Europa
Buena penetración en todos los sectores editoriales.	Baja penetración aunque con un gran potencial de crecimiento.
Prolongado crecimiento desde 2007.	Mercado incipiente consolidándose a partir de 2010.
Modelos de negocio muy asentados.	Modelos de negocio sin articular.
Grandes empresas editoriales y de distribución.	Grandes empresas no asentadas en todos los países e importancia relativa de las pequeñas y las medianas empresas con ofertas versátiles y perecederas.
Ventas millonarias de dispositivos de lectura.	Baja penetración de los dispositivos de lectura.
Oferta editorial muy abundante (varios millones de títulos).	Oferta editorial en crecimiento con un mercado final poco definido.
Legislación editorial claramente establecida y aceptada.	Legislación editorial variada, con modelos muy dispares.

Fuente: A.T. Kearney y Book republic (2011).

- El 75% de las editoriales participantes en la encuesta sobre la digitalización del libro electrónico¹⁴ dispone de un proyecto digital. Más del 95% de las editoriales tiene tomadas decisiones en relación al porcentaje del fondo y de la novedad que tendrá digitalizado.
- El sector que más ampliamente se introduce en el mundo digital es el cómic (el 94% de las editoriales tiene un proyecto digital en curso), frente a otros como la literatura infantil y juvenil o las ciencias sociales y humanas.
- Se duplica el número de editoriales que comercializará entre el 10% y el 50% del fondo en versión digital.
- 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 dos años, la creación de obra exclusivamente en versión digital representará, como máximo, el 8 % del catálogo.
- 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 por la distribución de contenidos digitales por medio de plataformas conjuntas con otras editoriales.

DATOS SOBRE EL SECTOR

Tamaño y asimetrías

- Casi la tercera parte de la producción privada del conjunto del Estado (el 30,4%) procede de la actividad de 112 empresas editoriales (el 3,2% del total de editoriales con actividad en 2011)¹⁵. Madrid y Cataluña lideran la producción editorial española, con el 63,4% de la edición en 2011, a gran distancia de otras como Andalucía (el

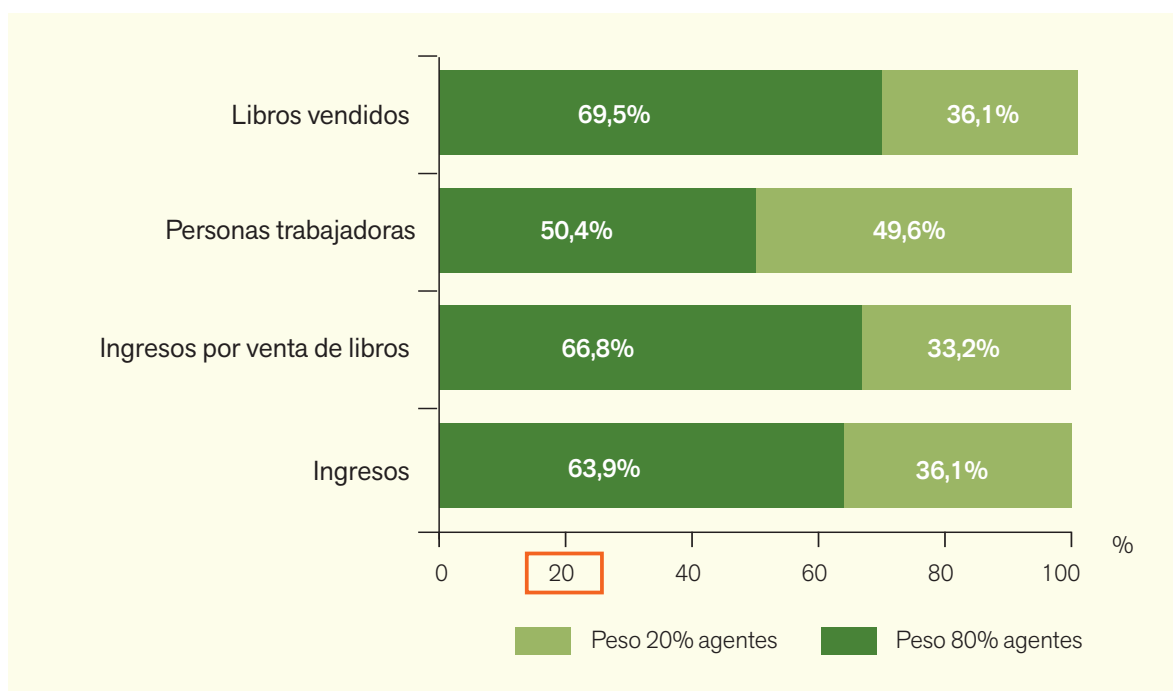
¹⁴ Federación de Gremios de Editores y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. *Segunda oleada del Estudio sobre digitalización del libro electrónico* (2011).

¹⁵ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Panorámica de la edición española de libros*.

12,6% del total), la Comunidad Valenciana (el 7,0% del total) o la CAE (2,9% del total).

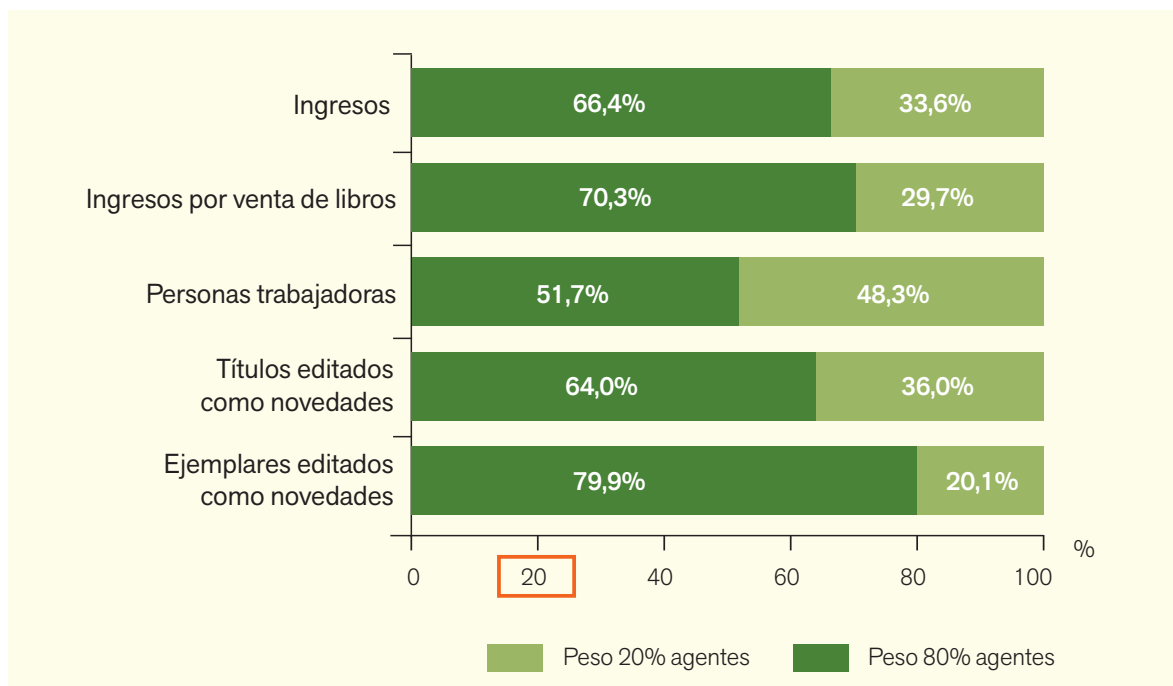
- La concentración afecta también a la distribución ya que del total de empresas distribuidoras de libros del conjunto del Estado (121 empresas), alrededor de 15 concentraron casi el 77% de la facturación.
- El 57,8% de las ventas de las editoriales privadas se dirige a la propia Comunidad Autónoma. De los restantes destinos destacan Cataluña (4,9%), Madrid (11,0%) y Navarra (8,0%).
- El 89,2% de la facturación en euskera tiene como destino la propia CAE. Desde otro punto de vista, un 22,6% del total de ventas de libros a la CAE procede de editoriales de esta Comunidad. De esa facturación, un 72,6% corresponde a obras en euskera.

Gráfico 2. Asimetrías entre librerías de la CAE. 2009



Fuente: Observatorio Vasco de la Cultura. *Estadística de Artes e Industrias Culturales 2009*.

Gráfico 3. Asimetrías entre editoriales de la CAE. 2009



Fuente: Observatorio Vasco de la Cultura. *Estadística de Artes e Industrias Culturales 2009*.

El sector editorial de la CAE

Tabla 3. Principales cifras del sector editorial de la CAE. Evolución 2008-2010

	2008	2009	2010	Variación interanual (%)
Universo de empresas	110	112	110	-1,8
Publican en euskera	69	71	68	-4,2
Empleo generado	570	516	497	-3,7
Títulos editados	3.856	3.691	3.588	-2,8
en euskera	1.563	1.561	1.476	-5,4
% en euskera	40,5	42,3	41,1	-2,7
Ejemplares editados	8.058.770	7.568.935	6.906.428	-8,8
en euskera	3.595.876	3.353.593	3.175.606	-5,3
% en euskera	44,6	44,3	46,0	3,8

.../...

.../...

	2008	2009	2010	Variación interanual (%)
Tirada media por ejemplar	2.090	2.051	1.925	-6,1
en euskera	3.301	2.148	2.152	0,2
Títulos vivos en catálogo	21.923	22.352	22.584	1,0
en euskera	9.651	9.718	10.003	2,9
Facturación (millones de euros)	79,27	73,81	67,56	-8,5
en euskera	38,34	34,09	31,82	-6,7

Fuente: XVI Informe de la edición en la CAV, Comercio interior 2010. Gremio de Editores de Euskadi.

Tabla 4. Principales datos de edición y facturación por materias. 2010

	Títulos editados	Ejemplares editados (x 1.000)	Tirada media	Títulos vivos	Facturación (x 1.000)
TOTAL	3.588	6.906	1.925	22.584	67.563
Literatura	529	621	1.174	3.540	4.015
Infantil y juvenil	791	1.917	2.424	4.334	9.953
Texto no universitario	1.051	2.905	2.765	4.716	34.890
Científico técnico y universitario	147	103	703	2.059	875
C. Sociales y humanidades	690	662	960	4.920	7.177
Libros prácticos	160	286	1.786	827	4.827
Divulgación general	76	93	1.225	1.189	1.503
Diccionarios y enciclopedias	21	23	1.056	210	1.479
Cómics	93	227	2.438	422	1.007
Otros	30	70	2.307	366	1.837

Fuente: XVI Informe de la edición en la CAV, Comercio interior 2010. Gremio de Editores de Euskadi.

Tabla 5. Principales datos de edición y facturación por materias para el euskera. 2010

	Títulos editados	Ejemplares editados (x 1.000)	Tirada media	Títulos vivos	Facturación (x 1.000)
TOTAL	1.476	3.176	2.152	10.003	31.823
Literatura	250	278	1.114	1.746	2.217
Infantil y juvenil	442	854	1.932	3.315	5.432
Texto no universitario	637	1.826	2.866	3.471	22.598
Científico técnico y universitario	18	13	717	410	12
C. Sociales y Humanidades	36	41	1.136	626	119
Libros prácticos	19	40	2.062	97	296
Divulgación general	11	28	2.499	110	253
Diccionarios y enciclopedias	18	20	1.133	111	576
Cómics	28	39	1.360	64	119
Otros	16	37	2.304	52	201

Fuente: XVI Informe de la edición en la CAV, Comercio interior 2010. Gremio de Editores de Euskadi.

Tabla 6. Principales datos del sector de distribución de libros en España. Evolución 2008-2010

	2008	2009	2010	Variación interanual (%)
Número de empresas	120	112	121	+8,0
Facturación de libros	1.724,6	1.697,3	1.664,8	-1,9
Ejemplares servidos	216,8	219,7	211,9	- 3,6
Ejemplares vendidos	157,3	163,2	152,1	-6,8
Ejemplares devueltos	55,5	56,6	59,8	+5,8
Ejemplares movidos	276,0	276,3	271,7	-1,7
Pedidos despachados	6,6	6,0	6,5	-
Ratio de ejemplares por pedido	33	36	33	-

Fuente: XVI Estudio del Perfil del Sector de la Distribución de Libros y Publicaciones Periódicas. FANDE.

La crisis de lo analógico no deriva de lo digital

- Los títulos editados en formato digital han sido 2.388; se han digitalizado 586 títulos del fondo de catálogo; los títulos comercializados en formato digital han sido 614, con una facturación de 393.439 euros.
- Más de la mitad de la facturación en este formato se concentra en las Ciencias Sociales y humanas (51,7%), seguida por las materias de Científico técnico y universitario (24,7%) y Derecho y Ciencias humanas (20,7%).

La edición en euskera

Tabla 7. Principales indicadores por tipología de la editorial. 2010

	Títulos editados		Ejemplares editados		Ejemplares vendidos		Títulos en catálogo		Facturación (miles de €)	
CAE	1.476	73,7	3.175.606	86,8	2.269.598	88,2	10.003	68,1	31.823	87,0
CFN	18	0,9	20.137	0,6	15.937	0,6	301	2,0	255	0,7
Iparralde	29	1,5	32.540	0,9	12.810	0,5	240	1,6	196	0,5
Otras Comunidades	356	17,8	372.862	10,2	253.863	9,9	1.853	12,6	4.087	11,2
Total editoriales privadas	1.879	93,9	3.601.146	98,4	2.552.208	99,2	12.396	84,4	36.361	99,4
Editoriales públicas	122	3,1	57.340	1,6	20.948	0,8	2.296	15,6	220	0,6
TOTAL	2.001	100	3.658.486	100	2.573.155	100	14.693	100	36.581	100

Fuente: VI Informe de la edición en euskara 2010. Gremio de Editores de Euskadi.

Tabla 8. Principales ratios por tipología de la editorial. 2010

	Tirada media	Títulos catálogo/ editados	Precio medio	Ejemplares vendidos/editados
CAE	2.152	6,8	14,0	71,5
CFN	1.119	16,7	16,0	79,1
Iparralde	1.107	8,2	15,3	39,4
Otras Comunidades	1.047	5,2	16,1	68,1
Total editoriales privadas	1.916	6,6	14,2	70,9
Editoriales públicas	470	18,8	10,5	36,5
TOTAL	1.828	7,3	14,2	70,3

Fuente: VI Informe de la edición en euskara 2010. Gremio de Editores de Euskadi.

Las librerías

Los datos de evolución 2006 y 2010¹⁶ apuntan las siguientes tendencias:

- La venta a través de librerías y cadena de librerías ha experimentado en el período un descenso para el total del 12,7% y para las ventas en euskera también disminuyen un 11,1%.
- Las ventas a empresas e instituciones, donde se incluyen las ventas de libros de texto a colegios, no presenta variaciones respecto al año 2006 para las ventas totales, mientras que para los libros en euskera aumenta un 114,8%.
- La venta en hipermercados disminuye un 13,4% para el total y un 42,4% para las ventas en euskera.
- Las ventas directas por correo, clubs, Internet y suscripción ha experimentado un descenso para las ventas totales del 46,2%, y en euskera se observa una caída del 86,8%.

¹⁶ Datos del Gremio de Editores de Euskadi. XVI Informe de la edición en la CAV, Comercio interior 2010.



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA
ETA KULTURA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA



Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco