



TERRITORIO eBOOK *Lecturas sin fin*

Resumen general de la encuesta a editores sobre el libro digital. Elaborado por Neturity

Promovido por la Federación de Gremios de Editores de España con la colaboración de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez

CARACTERÍSTICAS

- Se enmarca en las iniciativas de la FGEE de proporcionar datos sobre el sector (mercado interior, mercado exterior, hábitos de lectura y compra de libros y, ahora, libro digital).
- Se dirige a conocer las acciones que las editoriales están poniendo en marcha en relación con el mundo digital, con la perspectiva del cierre de 2009 y la evolución en los dos próximos años.
- Se pretende realizar anualmente con el fin de disponer de datos en evolución. Esta primera toma de datos se centra en aspectos básicos, que serán perfilados en futuros estudios.
- La primera oleada se centra en seis temas: existencia o no de proyecto digital en las editoriales para 2010 y 2011; impacto de la digitalización en el catálogo; formatos y dispositivos de lectura; canales de distribución y venta; política de precios; impacto en los recursos internos de la editorial.
- Se trata de una iniciativa conjunta de la FGEE y de FGSR. Ha sido llevada a cabo por Neturity con el apoyo técnico de Conecta.

ALGUNOS DATOS DESTACABLES

- Entre las editoriales encuestadas (254) se encuentran representados todos los grandes grupos editoriales, editoriales especializadas en narrativa y ensayo, editoriales de libro científico-técnico, editoriales jurídicas, editoriales universitarias, editoriales de libro de texto...
- El 80% de las editoriales encuestadas declara realizar o tener previstas acciones en el ámbito digital durante el período 2009-2011.
- Aunque la digitalización del catálogo en el cierre de 2009 es muy baja, la previsión para los dos próximos años es que un tercio de las editoriales encuestadas pueda tener más de la mitad de su catálogo digitalizado en 2011, aunque solo el 12% dispondrá del catálogo íntegro en versión digital.
- En 2010, 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.
- Para los dos próximos años las editoriales prevén una oferta creciente de obras creadas exclusivamente en versión digital.
- La tendencia a comercializar obra fragmentada (por ejemplo, en capítulos) será progresivamente mayor a lo largo de los dos próximos años. En 2010, el 40% de las editoriales contempla en sus planes comerciales esta opción y, en 2011, lo hará más de la mitad de las editoriales encuestadas.
- El formato PDF es el predominante (el 80% de las editoriales preparará sus obras digitales en PDF en 2010), pero el formato que tendrá un crecimiento mayor será el ePUB (pasará

de ser empleado por un 24% de las editoriales en 2009 a un 60% en 2011). Por su parte, Mobipocket será empleado por un tercio de las editoriales encuestadas y Mobipocket para Kindle, por algo más del 10% (este porcentaje se mantiene prácticamente estable en 2010 y en 2011).

- Los dispositivos dedicados (lectores o e-readers) y los ordenadores son los entornos de lectura mayoritariamente preferidos por las editoriales para comercializar obra digital. Cerca del 80% de las editoriales encuestadas se inclina por ambos simultáneamente.
- Los teléfonos móviles y otros dispositivos móviles no específicamente dedicados a la lectura tendrán comparativamente una presencia menor, pero son los que presentan un mayor potencial de crecimiento: cerca de la mitad de las editoriales espera comercializar libros para este tipo de dispositivos en 2011.
- Las editoriales de libro de texto están preparando obras para pizarra digital.
- Las editoriales emplearán simultáneamente distintos canales de distribución y venta para el libro digital, pero las opciones varían en función del tamaño de la editorial. Globalmente, los tres canales que tendrán un mayor incremento respecto a 2009 son la creación de plataformas conjuntas, la venta por medio de librerías y la venta directa desde el web de la editorial.
- Las editoriales de mayor tamaño apuestan, sobre todo, por plataformas conjuntas con otras editoriales y por la venta por medio de librerías. Los grandes grupos editoriales descartan la venta desde la web de la editorial.
- Las editoriales de tamaño medio optan preferentemente por la venta desde la web de la editorial, por la venta por medio de librerías y por plataformas comerciales genéricas.
- En las editoriales de menor tamaño, las opciones más elegidas vuelven a ser 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 relevante en estas editoriales, siempre por encima del 30% de estas editoriales y con una tendencia creciente en 2011.
- Los precios de la obra digital son y se prevé que sean inferiores a los de la obra impresa. Tan solo un 8% de las editoriales mantendrá el mismo precio en ambos soportes durante los años 2010 y 2011. El precio será un 30% inferior para un tercio de las editoriales encuestadas (el 35%) y un 50% más barato para una de cada cuatro de las editoriales encuestadas (el 24%).
- Más de la mitad de las editoriales considera que la integración en la web 2.0 supondrá una dedicación importante de recursos internos. La implicación prevista de recursos propios para estas tareas crece a medida que aumenta el tamaño de la editorial.