

LA INDUSTRIA EDITORIAL Y EL COMERCIO DEL LIBRO EN ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD.

I. INTRODUCCIÓN

El libro, en sus distintas formas y soportes, es simultáneamente un ¹**bien cultural**, instrumento de formación y transmisión del pensamiento, y un ²**producto económico**, objeto de financiación, producción y venta. Esta dualidad hace que esté influido por factores intelectuales y empresariales, reunidos en la figura de **tres profesionales clave**: EDITOR, IMPRESOR y LIBRERO, si bien, desde la aparición de la edición electrónica, el único agente realmente imprescindible es el **editor**, verdadero comunicador entre autor y público.

El **editor**, entendido como la «persona natural o jurídica que, por cuenta propia, elige obras y realiza o encarga procesos industriales para su transformación en libros», es el eslabón central de la **Cadena de Suministro del Libro** (CSL). Detrás de su firma, están implicados autores, ilustradores, diseñadores publicitarios, grafistas, impresores, distribuidores, comerciantes, bibliotecas, etc., perfectamente identificados gracias a las recientes normas CSL. Por tanto, la industria editorial es la auténtica impulsora de muchos otros sectores afines.

Pero, ¿cuál es su **estado actual** y el del comercio del libro en España? Para conocerlo, no hay mejor vía que consultar la información facilitada por los siguientes **organismos y fuentes**, todos ellos accesibles en línea:

- La **Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)**, que publica documentos de enorme rigor como:
 - **Comercio Interior del Libro en España**. Desde 1999, la FGEE encarga y difunde anualmente este estudio sobre la **situación del mercado editorial** en nuestro país, a partir de los datos facilitados por las editoriales pertenecientes a las asociaciones y gremios federados. Este instrumento de referencia clásico recoge alrededor del **90% de la cifra de negocios de la edición**, facilitando a los profesionales del sector una imagen detallada sobre la producción y venta de libros españoles, el empleo generado, la edición en otros soportes, los canales de comercialización, etc. El más reciente en línea pertenece a [completar] y proporciona información sobre el año anterior.

* Fórmula para evitar la desactualización: «Todos los años se publica la versión más reciente en línea, con información/datos sobre el año anterior».

- **Comercio Exterior del Libro**, documento con la misma misión informativa que el anterior, pero centrado en el **mercado exterior**. El último ejemplar en línea corresponde a [completar].
- **Informe anual sobre el sector editorial español**. Es una especie de resumen de los dos estudios anteriores.
- Las **conclusiones extraídas de sus congresos de editores**. Las más significativas por el momento corresponden al Sexto Congreso de Editores de España, celebrado en Sevilla en junio de 2008.
- El estudio anual **Hábitos de lectura y compra de libros**.
- El **Boletín informativo FGEE**, que informa sobre las noticias y novedades más relevantes en el sector. El último número, el [completar nº], corresponde al mes de [completar].

Otros **organismos de obligada consulta** son:

- El **MCU**, que, a través de la Subdirección General de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas, realiza una exploración sistemática de los datos de la **Agencia Española del ISBN** y edita la **Panorámica de la Edición Española**.
- La **Federación de Editores Europeos (FEP-FEE)**, a la que pertenece nuestra FGEE, punto de referencia esencial para comparar nuestra realidad editorial con la del resto de países miembros.
- La **Asociación Internacional de Editores (IPA)**, de la que la FGEE también es miembro, llevando nuestra voz al resto del mundo.

Sólo tras su debida consulta y estudio, pueden abordarse pertinentemente las dos cuestiones del tema que nos ocupa:

II. LA INDUSTRIA EDITORIAL ESPAÑOLA EN LA ACTUALIDAD

Desde mediados del siglo XX, nuestra producción editorial, como la del resto de países industrializados, ha experimentado **importantes cambios** y una **espectacular tendencia alcista**, gracias al desarrollo de nuevas técnicas de manufactura y distribución, al aumento de

la demanda por la alfabetización generalizada, a los imparables avances tecnológicos, a los mejorados niveles de instrucción y formación profesional, etc.

En la actualidad, las fronteras del libro no están tan claras como en tiempos pasados, ya que la industria editorial está cada vez más vinculada a otras áreas como la **informática**, la **electrónica**, las **telecomunicaciones** o las **artes gráficas**.

Como toda industria cultural se encuentra **a medio camino entre los sectores productivos e improductivos de la economía**, ya que las editoriales se enfrentan a la difícil tarea de hacer accesible el conocimiento y lograr la rentabilidad de su negocio. De esta dicotomía depende el equilibrio entre un sector editorial económicamente sano y una oferta de libros amplia, diversa e intelectualmente satisfactoria.

Según la **FGEE**, en España, la industria editorial mueve anualmente **cerca de 4.000 millones de euros**, lo que supone un **0,7% del PIB**, y da empleo, directo o indirecto, a más de 30.000 personas. Su composición es parecida a la del resto de países occidentales, es decir, existe un **pequeño número de grandes editores**, que producen la mayoría de los títulos y generan la mayor parte de la cifra de negocio, y un **gran número de pequeños editores**, muy tendentes a la especialización. Asimismo, la acción editorial de las **entidades oficiales** es ínfima en comparación con la de las editoriales privadas. Las más de 800 empresas agrupadas en la FGEE representan la práctica totalidad del sector y, a lo largo del último año, editaron más de **300 millones de libros** y una cifra próxima a los [completar] títulos. Por eso, las empresas privadas no agremiadas, las empresas públicas, los organismos de la Administración y las entidades sin ánimo de lucro son **excluidas** de los estudios de la FGEE, ya que **apenas representan un 10%** del volumen de negocio y, o bien no cumplen el requisito de dedicarse exclusivamente a la edición, o bien lo hacen de manera ocasional.

Desde el punto de vista geográfico, tal y como reflejan las estadísticas del MCU, la industria editorial española presenta una **estructura bipolar**, en la que Madrid y Barcelona, con una participación muy similar, concentran cerca del **70% de la producción total del país**.

Durante los últimos años, las empresas españolas del sector han realizado importantes **esfuerzos para implantar innovaciones tecnológicas**, en un triple sentido:

a) **Automatización de la gestión editorial**, mediante sistemas logísticos que relacionan módulos de producción, ventas, facturación y almacenaje.

b) **Utilización de soportes informáticos en la edición**, especialmente para obras voluminosas o que necesitan actualización constante (ej. diccionarios y enciclopedias, literatura científico-técnica, etc.).

c) **Progreso de la edición electrónica**, que da cabida a todos los productos elaborados y difundidos por medios electrónicos, fundamentalmente publicaciones seriadas y e-books. Este tipo de edición permite que la información pueda ser consultada en línea, descargada desde Internet, guardada en un disco óptico o incluso imprimida en papel. Según la **Panorámica de la Edición en España** del MCU, la **edición electrónica** ha experimentado un **incremento del 88,2%** respecto al año anterior.

Todos estos puntos han sido tratados en los últimos **congresos de editores**, que reconocen el valor de las nuevas tecnologías y de la digitalización, pero que, a su vez, reclaman una **adecuada normativa sobre propiedad intelectual**, que reconozca el papel de editor como creador.

Por otra parte, como reflejaba el **número 18 del Boletín FGEE**, los editores españoles amplían cada vez más su presencia internacional, especialmente en la UE e Iberoamérica. Por eso, en 2009, **España era ya la cuarta potencia editorial del mundo**, claro ejemplo del progresivo interés comercial que este sector ha ido despertando en los mercados internacionales.

Sin embargo, mantener este nivel se antoja complicado. Hoy son muchos los retos a los que debe enfrentarse la industria editorial, derivados principalmente de la **CRISIS ECONÓMICA** mundial, que afecta a empresas, comercio, materias primas, etc.

Para intentar mitigar, de algún modo, los efectos adversos de esta crisis y los problemas anteriores a ésta, los editores abogan por una serie de **MEDIDAS**, que pasan por:

- Mayores **acciones contra la reprografía ilegal**, para lo que luchan en estrecha colaboración con CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos).
- La **fiscalidad del libro**. El **IVA** aplicable a los libros en nuestro país es del **4%**, siendo muchas las voces que reivindican su exención, como en GB o Irlanda.
- El **mantenimiento del precio fijo de los libros**, ya que, de lo contrario, las PYMES no podrían competir con las grandes superficies.
- La **concesión de más subvenciones** por parte del MCU.

III. EL COMERCIO DEL LIBRO EN ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD

Hoy día, coexisten **tres canales fundamentales para la comercialización del libro:** tradicional, moderno y directo.

A) CANAL TRADICIONAL

Basado en los **PUNTOS DE VENTA CLÁSICOS**, principalmente librerías y quioscos. Según los últimos informes de la FGEE, las **librerías** y cadenas de librerías, en sus diferentes modalidades, siguen siendo las principales vendedoras de libros, concentrando el **47% de la facturación nacional**. Los **quioscos**, por su parte, son el canal de venta que mayor crecimiento ha experimentado respecto a años anteriores. Su importancia viene determinada por su gran número, ya que se dice que por cada librería existen cuatro quioscos en España. Aún cuando la cantidad y gama de libros comercializados por cada uno de ellos son muy limitadas, tal número de puntos de venta ha de representar necesariamente una facturación significativa. Son los medios más cercanos al público para difundir colecciones promocionales de libros y guías turísticas así como un sinfín de revistas, fascículos y periódicos de venta masiva.

B) CANAL MODERNO

Está asociado a empresas de gran tamaño, que pueden ser:

- **GRANDES SUPERFICIES NO ESPECIALIZADAS**, como supermercados, hipermercados, grandes almacenes, etc., caracterizados por su agresividad comercial y su dominio del marketing. Comercializan sus productos en **régimen de autoservicio**, sin asistencia de un vendedor.
- **GRANDES SUPERFICIES ESPECIALIZADAS** en productos documentales o, más ampliamente, en la cultura y el ocio (ej. FNAC). En ambos casos la actividad de venta de libros se fundamenta en la existencia de grandes locales con todas las **novedades editoriales** y, una vez más, en el sistema de **autoservicio**.

C) VENTA DIRECTA

Se trata del canal directo editor-comprador, que puede revestirse de diversas formas:

- **VENTA DOMICILIARIA**, normalmente **a plazos**, de enciclopedias familiares y fondos para gremios profesionales concretos (médicos, abogados, etc.).

- **VENTA DIRECTA POR CORREO Y POR TELÉFONO**, practicada sobre todo por editores especializados.

- **CLUBS DEL LIBRO**, con envíos dirigidos tan sólo a socios captados previamente.

Mención aparte merece el **COMERCIO ELECTRÓNICO DEL LIBRO**, que avanza poco a poco, pero con paso firme, dibujando una progresión geométrica. El gigante norteamericano **Amazon** fue el primero en desembarcar, hacia 1996, en la venta de libros en línea y hoy cuenta con un catálogo de 3 millones de títulos. Representa el **prototipo del nuevo librero virtual** que sólo existe en Internet, sin contar con tiendas físicas, y su éxito radica en la efectividad de sus envíos, sus descuentos, el nivel de detalle con que describe cada obra ofertada así como la potencia de su sistema de búsqueda, que le han convertido en un ejemplo a seguir.

Más allá de tiendas enteramente virtuales, podemos hablar también de "**híbridas**", pues ya son muchas las editoriales, librerías, etc. tradicionales que han decidido abrirse a esta nueva modalidad de comercio por Internet, a través de sus catálogos en línea.

Pero no cabe duda de que la verdadera razón de ser y existir de la industria editorial y del comercio librero es el **LECTOR**, sin el que el mundo del libro no tendría sentido. Por eso, en el 6º Congreso de Editores de España se enfatizó el apoyo a todas las acciones de **FOMENTO DE LA LECTURA**, entre ellas el **Servicio de Orientación de Lectura (SOL)**, iniciativa de la FGEE, desarrollada por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez en colaboración con la DGLAB del MCU. Este servicio participa activamente en otras iniciativas lanzadas por la FGEE, como la campaña "**Leer en Internet tiene premio**", que en su última edición contó con la participación de CEDRO y el MCU. Y es que cualquier sitio es bueno para leer, ya sea el metro, el tren, etc., como insiste en recordarnos la campaña "**Libros a la Calle**", un clásico desde hace más de diez años, también gracias a la inestimable ayuda del MCU.

Según el libro ***La lectura en España. Informe 2008. Leer para aprender***, disponible en la web www.lalectura.es, nuestro hábito lector «avanza, mejora poco a poco y goza de buena salud, pero aún queda mucho trabajo por hacer y existen carencias que impiden a nuestro país situarse entre los países líderes en lectura». Por eso, es vital seguir promocionando nuestra producción editorial en países con lazos idiomáticos y abrirnos al resto del mundo a través de las **ferias internacionales del libro**, como **LIBER**.

Por supuesto, las **bibliotecas** también desempeñan una misión fundamental en la promoción de la lectura, a través de sus actividades de **extensión bibliotecaria**. En buena parte gracias a ellas, el porcentaje de lectores de libros en España alcanzó el 60,3 de su población, según el ***Barómetro de Hábitos de lectura y compra de libros en 2010***.

IV. CONCLUSIÓN

En la actualidad, **España** continúa siendo **una de las grandes potencias en el mundo del libro**, por el número de títulos publicados, volumen de ventas y volumen de sus exportaciones. Su papel como **difusor de la cultura hispana** en el mercado mundial le augura un buen futuro, aunque no hay que olvidar que nuestra industria editorial ha de hacer frente a **grandes retos**, como la depresión económica mundial, la competencia de la industria audiovisual, los cambios de hábitos sociales o la reprografía ilegal.

LA INDUSTRIA EDITORIAL Y EL COMERCIO DEL LIBRO EN ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD.

I. INTRODUCCIÓN

- Libro = **bien cultural + producto económico** → influido por factores intelectuales y empresariales, reunidos en la figura de tres profesionales clave: EDITOR, IMPRESOR Y LIBRERO.
- **Editor** (def.) eslabón central de la **CSL / Firma** / Industria editorial verdadera **impulsora**.
- Organismos y fuentes para conocer situación actual industria editorial y comercio del libro en España:
 - **Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)**:
 - **Comercio Interior del Libro en España.**
 - **Comercio Exterior del Libro.**
 - **Informe anual sobre el sector editorial español.**
 - Conclusiones de los congresos de editores.
 - Informe anual **Hábitos de lectura y compra de libros.**
 - Boletín informativo FGEE.
 - **MCU** (Dirección General Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas) → **Panorámica de la edición española.**
 - **Federación de Editores Europeos (FEP-FEE).**
 - **Asociación Internacional de Editores (IPA).**
- Tras su debida consulta y estudio → cuestiones del tema:

II. LA INDUSTRIA EDITORIAL EN ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD

- Producción editorial → **importantes cambios + espectacular tendencia alcista.**
- Fronteras del libro.
- Como toda industria cultural → a medio camino entre **sectores productivos e improductivos de la economía.**
- FGEE {
 - Industria editorial mueve anualmente 4.000 millones € (0,7 PIB) - empleo a 30.000 personas.
 - Composición (pequeño número de grandes editores – gran número de pequeños editores).
 - Acción editorial **entidades oficiales.**
 - 800 empresas agremiadas a la FGEE práctica totalidad del sector.
 - Empresas **excluidas** para estudios FGEE.
- Desde el punto de vista geográfico → **estructura bipolar** → Madrid y Barcelona 70% producción total.
- **Importantes esfuerzos** empresas españolas del sector para implantar innovaciones tecnológicas.
 - a) **Automatización de la gestión editorial.**
 - b) **Soportes informáticos en la edición.**
 - c) **Progreso de la EDICIÓN ELECTRÓNICA.**
- Puntos importantes tratados en los **congresos de editores**, que reclaman adecuada normativa sobre Propiedad Intelectual.
- **Presencia internacional**, especialmente en Iberoamérica y EU.
- Dificultad de mantener el nivel, por **CRISIS ECONÓMICA. Medidas** para mitigarla (4). {
 - Reprografía ilegal.
 - Exención del IVA (4%).
 - Precio fijo de los libros.
 - Subvenciones MCU.

III. EL COMERCIO DEL LIBRO EN ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD

- **Tres canales fundamentales** de comercialización:
 - A) CANAL TRADICIONAL (Librerías y quioscos).
 - B) CANAL MODERNO (Grandes superficies no especializadas vs especializadas)
 - C) VENTA DIRECTA.
 - a. Venta domiciliaria a plazos.
 - b. Venta por correo y por teléfono.
 - c. Clubs del libro.
- Mención especial para el COMERCIO ELECTRÓNICO del libro (Amazon).
- Tiendas “**HÍBRIDAS**”.
- El **LECTOR** y el **FOMENTO DE LA LECTURA** (recalcado en 6º Congreso Editores de España). Campañas:
 - **Servicio de Promoción del Lectora** (SOL), a iniciativa de la FGEE.
 - “**Leer en Internet tiene premio**”.
 - “**Libros a la calle**”.
- Libro ***La Lectura en España. Informe 2008. Leer para aprender*** / Ferias del libro (LIBER).
- Misión de las **bibliotecas** (extensión bibliotecaria). ***Barómetro de Hábitos de lectura y compra de libros en 2010***.

IV. CONCLUSIÓN

- **España** una de las potencias mundiales del libro / **Buen futuro** como difusor de la cultura hispana / **Retos** (crisis).