



L(+5) Tendencias

El libro a cinco años vista

Encuesta de opinión entre profesionales del sector

Director de la investigación: Dr. Roberto Igarza.



Resumen

La posición frente al escenario digital tiende a ser positiva. Sólo 10% respondieron que era “negativa” o “muy negativa”, mientras que **los que tienen una posición “positiva” y “muy positiva” representan 45%**, un porcentaje igual al que representan los expectantes.

La principal barrera¹ que los editores enfrentan para desarrollar el negocio del *ebook* reside en que **el fondo editorial no está en condiciones de integrarse a la oferta porque “no está digitalizado” (20%)**. Uno de cada siete afirma no conocer lo suficiente cómo funciona el negocio digital (14%).

4/10 consideran que los *ebooks* ya influyen o están próximos a influir en su actividad. Entre los que creen que “ya comenzaron” a tener impacto en su actividad, más del 50% considera que la influencia data de al menos 1 año.

Frente al nuevo escenario, los editores han pasado de la reflexión a la acción. Las principales acciones que están tomando son la digitalización de los fondos editoriales (15%), la capacitación (14%), el diseño de una estrategia propia (13%), la renegociación de los derechos (digitales) con los autores (12%), la investigación de la opinión de los clientes (11%).

7% está produciendo o comenzando a producir *ebooks*.

5% está comercializando *ebooks* a través de una plataforma de terceros (p.e., Amazon.com, Todoebook.com, etc.) y **5% lo hace de manera directa o estaba próximo a hacerlo utilizando una plataforma propia.**

38% respondió que la principal ventaja de los *ebooks* era llegar a otros públicos y 30% que le permite ampliar la oferta. **Sólo 1/4 opinó que no tiene ninguna ventaja para su actividad.**

37% no sabe qué sistema utilizará para comercializar *ebooks*. 32% lo harían a través de una plataforma propia. En caso de que lo hicieran a través de una plataforma de terceros, sólo 2% pudo precisar cuál sería.

Solo 14% afirmó que no venderá *eBooks* en los próximos dos años.

7/10 opinan que en los próximos años los *ebooks* representarán entre 10 y 30% de las ventas. Los que opinan que se venderán 90% de libros impresos y 10% en formatos digitales (36%) son casi la misma cantidad (35%) que los que piensan que la distribución será de 70%-30%.

Para la mayoría (54%), el precio de los *ebooks* debe ser al menos 30% inferior al precio del libro impreso. 36% opinó que debe ser entre 20% y 30% inferior. **Sólo 17% opinó que debe ser igual al precio de la versión impresa.**

Los dispositivos móviles (*netbooks/notebooks*, iPad y similares, ereaders, teléfonos celulares) **serán predominantes como soporte de lectura para el**

¹ Podían responder hasta tres opciones entre las que se especificaban.

88% de los encuestados. Las *netbooks* y *notebooks* son los dispositivos que más se usarán para la lectura de ebooks (36%). La opción menos elegida fue la “computadora de escritorio” (11%).

75% respondió que **el precio de los dispositivos dedicados (*ereaders*) debe ser inferior a los 400 pesos (<100 dólares)** para que los consumidores/lectores los compren.

GoogleEditions tiende a ganar adeptos. Más de 40% de los encuestados dijo que “escuchó hablar de GoogleEditions”. De entre ellos, 54% tiene una opinión positiva.

Para 4/10, el factor que más influirá en la evolución del consumo de libros y en las prácticas de la lectura será “la llegada de nuevas generaciones de lectores más próximas a la lectura digital” (42%), seguido de “la entrega masiva de computadoras entre los alumnos de primaria y secundaria” (19%).

Entre las estrategias de los nuevos jugadores, **son las acciones de Google (12%) las que más pueden influir en el negocio,** seguidas de lejos por “las estrategias de Apple [iPad + iBookstore análoga a iTunes]” (5%) y de Amazon (4%).



**Acercade la
encuesta**

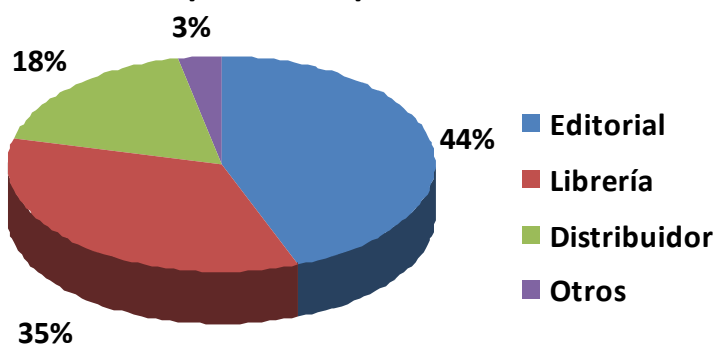
Se trata de una encuesta independiente realizada por un grupo de investigación dirigido por el Dr. Roberto Igarza, miembro de la Academia Nacional de Educación, especialista en nuevas formas de consumo cultural.

La encuesta se realizó los días 21, 22 y 23 de abril de 2010, durante las jornadas de profesionales de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires 2010. El universo encuestado estaba compuesto de profesionales e invitados especiales que asisten a las jornadas profesionales que se realizan antes de la apertura al público de la Feria.

Perfil de los encuestados

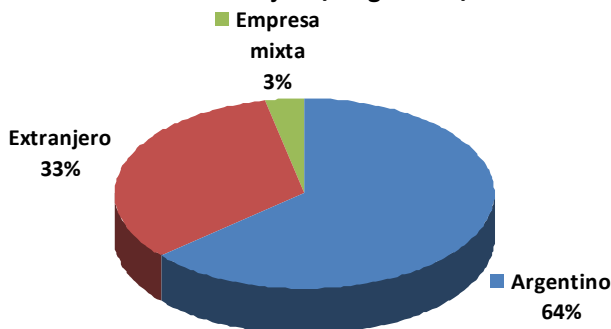
Los editores representaron 44% del total de los encuestados, los libreros 35% , los distribuidores 18%. Los invitados, los prestadores de servicios y funcionarios públicos representaron 3% del universo encuestado.

Librería / Editorial / Distribuidor

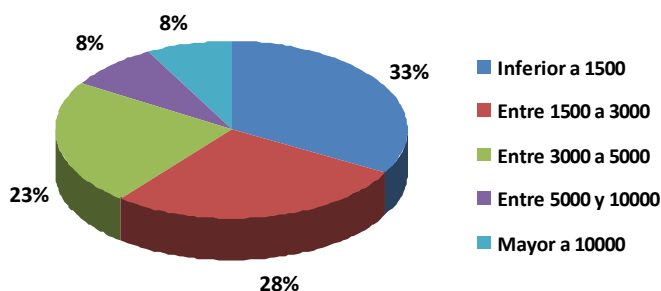


La muestra, compuesta de 247 respuestas válidas, puede ser considerada representativa del sector en términos globales. Casi dos terceras partes de la muestra está compuesta de personas pertenecientes a organizaciones argentinas (64% nacionales, 3% mixtas o empresas filiales). La participación relativa de los diferentes subsectores que componen la cadena de valor del libro también puede considerarse representativa si se tiene en cuenta cómo se distribuyen los actores sociales del sector en la Argentina.

Extranjera / Argentina / Mixta



¿Cuál es la tirada promedio de las novedades en el momento de su lanzamiento?



Para un mayor conocimiento del perfil de las editoriales, se preguntó a los editores encuestados acerca del volumen de la tirada promedio de las novedades en el momento de su lanzamiento. Las editoriales con tiradas

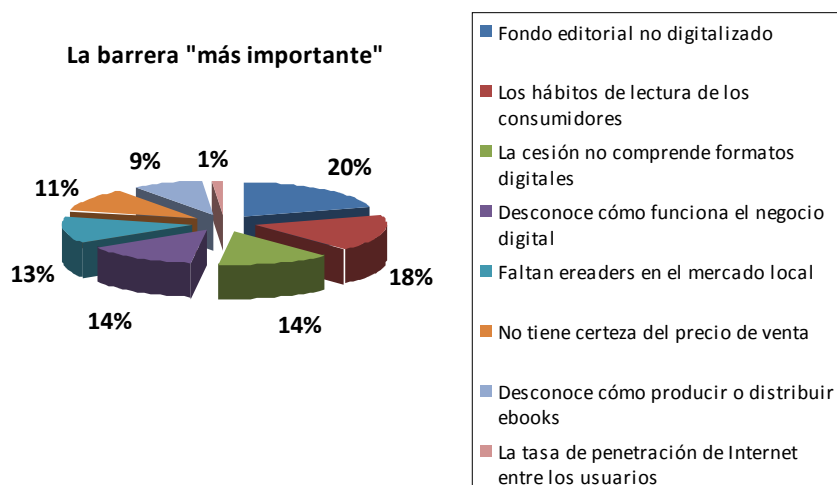
promedio inferiores a 3000 ejemplares representaron 61% de los encuestados. La primera minoría la representaban las que tenían una tirada promedio inferior a los 1500 ejemplares (33%), seguida del grupo con tiradas entre 1500 y 3000 ejemplares (28%) y las de 3000 a 5000 (23%). Las editoriales que tiraban entre 5000 y 10.000 ejemplares representaban la misma cantidad (8%) que las editoriales con tiradas superiores a los 10.000 ejemplares.



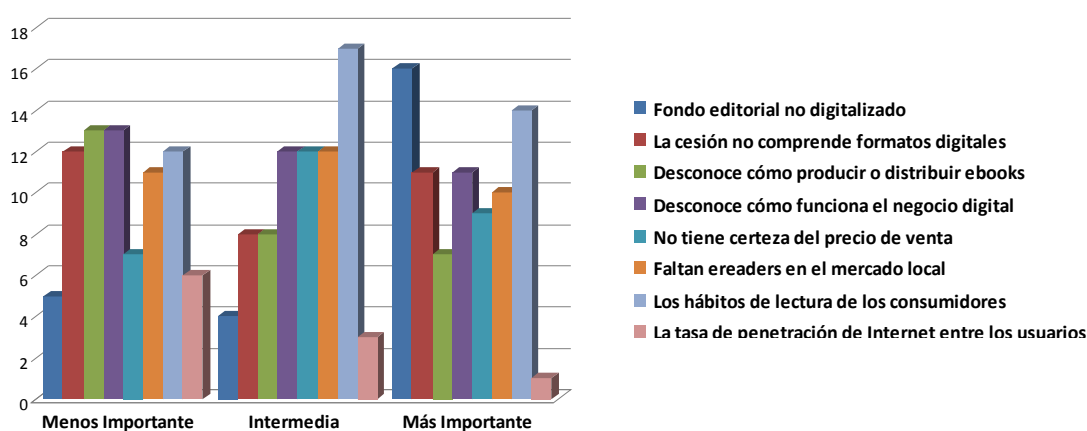
**Los
resultados**

Principales barreras al negocio del *ebook* [sólo respondida por editores]

La principal barrera² que los encuestados dicen enfrentar para abordar o desarrollar el negocio del *ebook* es que “los fondos editoriales no están digitalizados” (20%), seguida por “los hábitos de lectura de los consumidores” (18%), la ausencia de una “cesión de derechos que comprenda los formatos digitales” (14%) y “el desconocimiento de cómo funciona el negocio digital” (14%).



1. ¿Cuáles son las principales barreras que usted enfrenta para abordar el negocio del ebook? (E)



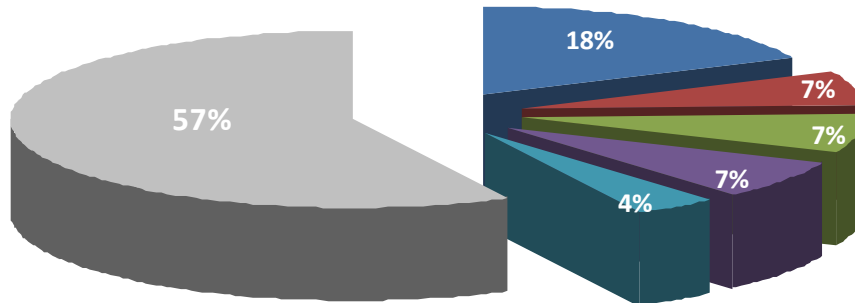
Nota del autor

Existen varias razones por las cuales el fondo puede no estar en condiciones de integrarse a la etapa actual de la digitalización, entre ellas, porque i) fue editado sin respaldo digital o previamente a la introducción de herramientas digitales o ii) fue editado con herramientas informáticas cuyo respaldo (archivo) es incompatible (con las versiones actuales de la tecnología implementada) o ilegible (formatos) por las herramientas actuales o iii) el resguardo digital no está asequible o es irrecuperable (quedó en manos de terceros, como diagramadores, diseñadores, imprenta).

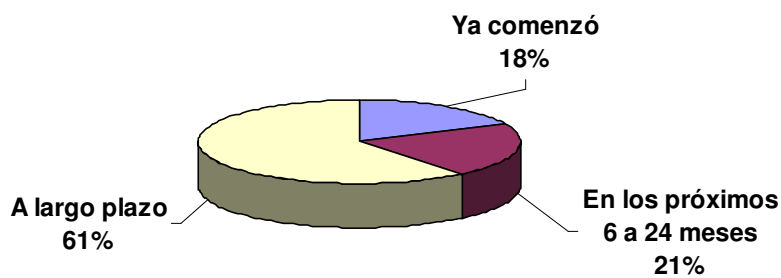
² Podían responder hasta tres opciones entre las que se especificaban.

La influencia de las ventas de ebooks en la actividad

¿Cuándo las ventas de eBooks comenzarán a influir en su actividad?

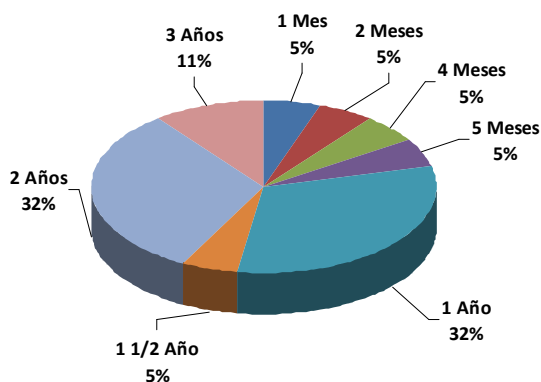


- Ya comenzó hace ...
- En los próximos 6 meses
- En los próximos 12 meses
- En los próximos 2 años
- A largo plazo
- A largo plazo en .. (años)



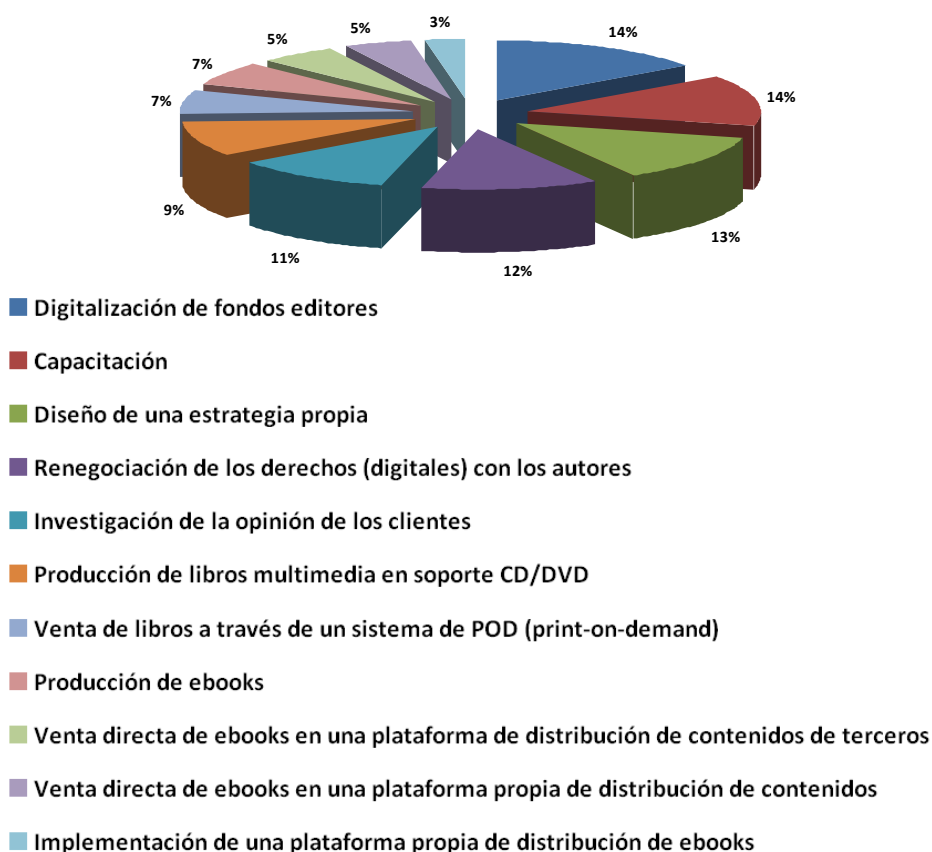
La cantidad de profesionales que consideran que los eBooks ya influyen o están próximos a influir en su actividad representa 4 de cada 10.

Ya comenzó (hace)



Entre los que creen que “ya comenzó” a influir, son mayoría (52%) los que consideran que hace al menos 1 año que los ebooks empezaron a tener un impacto en su actividad.

Acciones que YA está desarrollando o pondrá en marcha en los próximos 6 meses [sólo respondida por editores]



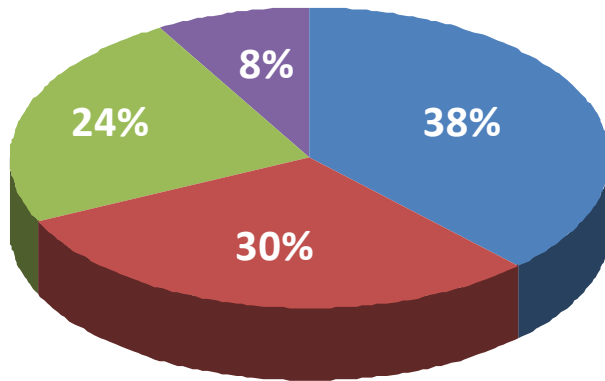
Las cinco acciones más difundidas son: digitalización de los fondos editoriales (15%), capacitación (14%), diseño de una estrategia propia (13%), renegociación de los derechos (digitales) con los autores (12%), investigación de la opinión de los clientes (p/las librerías: el lector; p/editoriales: distribuidor y librería) (11%).

Cabe resaltar que sólo 7% afirmó que ya estaba produciendo o comenzando a “producir ebooks”, 5% dijo que ya estaba comercializando ebooks a través de una plataforma de terceros, como Amazon.com o Todoebook.com, y un porcentaje similar (5%) de encuestados respondió que ya estaba vendiendo de manera directa o estaba próximo a hacerlo utilizando una plataforma propia de distribución de contenidos.

La actividad que menos respuestas obtuvo fue la “implementación de una plataforma propia de distribución de ebooks” (3%).

Principal ventaja del ebook

¿Cuál podría ser la principal ventaja del ebook para su actividad?



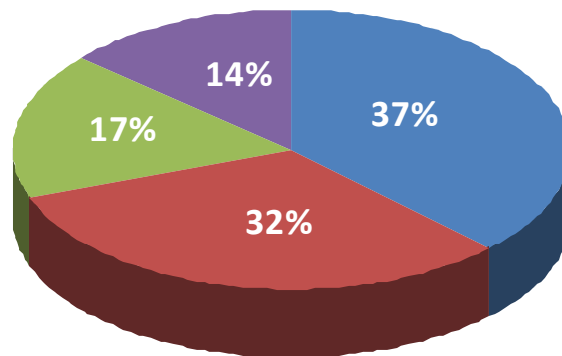
- Llegar a otros públicos
- Ampliar la oferta de contenidos
- No tiene ninguna ventaja
- Competir con la oferta internacional

Sólo uno de cada cuatro de los encuestados piensa que no tiene ninguna ventaja para su actividad.

38% respondió que la principal ventaja era llegar a otros públicos y 30% que le permite ampliar la oferta.

8% respondió que le permite “competir con la oferta internacional”, lo que puede interpretarse en doble sentido, es decir, competir con la oferta extranjera que ya influye sobre “sus” públicos y ampliar el territorio de distribución.

Sistema de distribución digital



- No sabe cuál utilizará
- Una plataforma propia (fuera o dentro del sitio web de la empresa)
- Una plataforma de terceros
- No venderá ebooks en los próximos 2 (dos) años

37% no sabe qué sistema utilizará para comercializar ebooks.

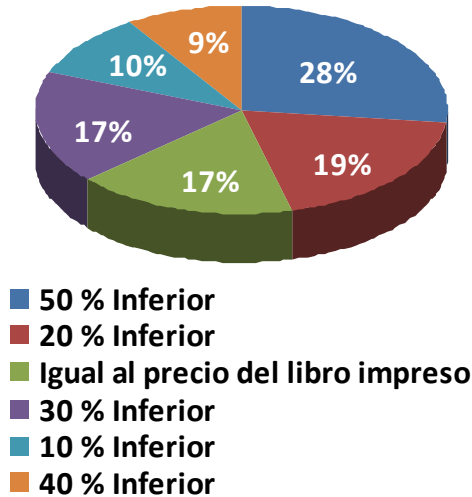
Los que afirmaron que lo harían a través de una plataforma propia (integrada o no dentro del *web site* de la empresa) representan 32%.

Menos del 2% pudieron precisar qué plataforma utilizarían en caso de que eligieran hacerlo mediante una solución de terceros. De entre ellos, 2 respondieron Amazon.

Solo 14% afirmó que no venderá eBooks en los próximos dos años.

El precio de los ebooks

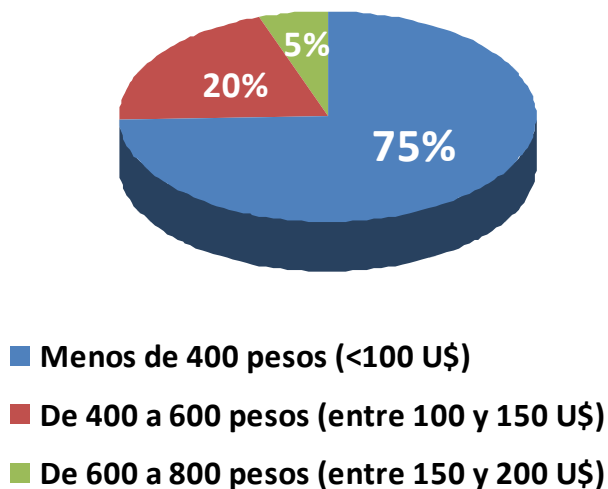
¿Cuál debe ser el precio de los ebooks?



Son mayoría (54%) los que piensan que debe ser al menos 30% inferior al precio del libro impreso. Representan la misma cantidad los que opinaron que debe ser 20% o 30% inferior representan (36%) y los que consideran que debe ser inferior de 40% o 50% (37%). Sólo 17% opinó que debe ser igual al precio de la versión impresa.

El precio de los ereaders

¿Cuál debería ser el precio de los ereaders para que los consumidores/lectores lo compren?

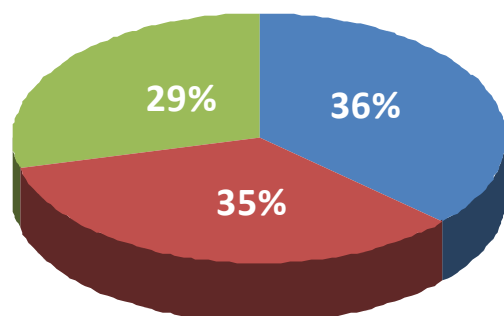


Para tres de cada cuatro (75%) encuestados, los consumidores/lectores comprarán un dispositivo dedicado (*ereader*) si el precio de los ereaders fuese inferior a los 400 pesos (<100 dólares).

95% respondió que para ello debía ser inferior a los 600 pesos (<150 dólares).

Cómo evolucionarán las ventas de libros digitales

Dentro de 5 años, ¿qué porcentaje de los libros se venderán en formatos digitales?



■ 90% de los libros vendidos serán impresos y 10% serán en formatos digitales

■ 70% impresos 30% digitales

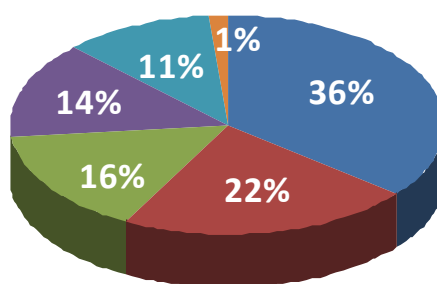
■ 50% impresos 50% digitales

Las opiniones no presentan tantas diferencias como en otras preguntas. Se distribuyen por partes equivalentes los que consideran que en cinco años se venderán 90% de impresos y 10% en formato digital, y los que opinan que la distribución será de 70%-30%. 29% de los encuestados respondió 50%-50%.

Los dispositivos de lectura

La respuesta con mayor número de adherentes indica dispositivos móviles no dedicados o específicos. Las *netbooks* y *notebooks* obtuvieron 36% de las respuestas, seguidas de iPads y otros dispositivos móviles multimediales similares (22%), los *ereaders* (16%) y los celulares (14%). La opción menos elegida fue la "computadora de escritorio" (11%). Los dispositivos móviles superan ampliamente los dispositivos fijos. Si se adicionan todas las respuestas que obtuvieron los dispositivos móviles (*netbooks/notebooks*, iPad y similares, *ereaders*, teléfonos celulares), el porcentaje total es de 88%.

¿Qué dispositivo será más usado para leer ebooks?



■ Netbook/Notebook

■ iPad o similares (dispositivos móviles multimediales)

■ ereader

■ Teléfonos celulares

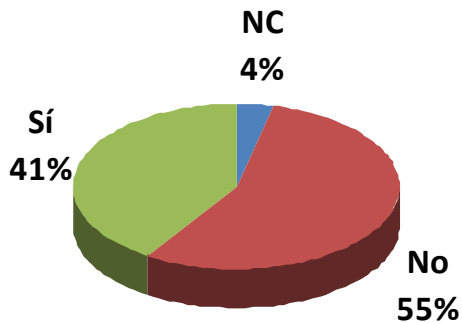
■ Computadora de escritorio

■ Otro

Acerca de GoogleEditions

¿Escuchó hablar de GoogleEditions?

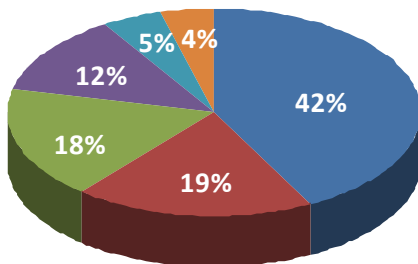
SI/NO



Más de 40% de los encuestados dijo que “escuchó hablar de GoogleEditions”. De entre ellos, 54% tiene una opinión positiva.

Qué influirá en el consumo y la lectura de libros

En los próximos 5 años, ¿qué influirá más en el consumo y la lectura de libros?



- La llegada de nuevas generaciones de lectores más próximas a la lectura digital
- La entrega masiva de computadoras entre los alumnos de primaria y secundaria
- El crecimiento de los accesos de banda ancha a Internet en los hogares
- Las estrategias de Google
- Las estrategias de Apple [iPad + iBookstore análoga a iTunes]
- Las estrategias de Amazon

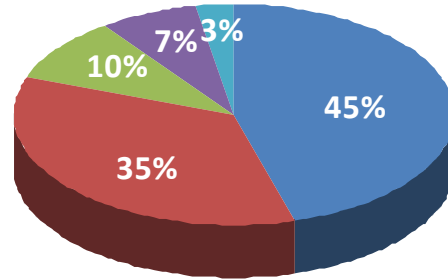
Para cuatro de cada diez encuestados, en los próximos 5 años, el factor que más influirá en la evolución del consumo de libros y en las prácticas de la lectura será “la llegada de nuevas generaciones de lectores más próximas a la lectura digital” (42%), seguido de “la entrega masiva de computadoras entre los alumnos de primaria y secundaria” (19%) y del “crecimiento de los accesos de banda ancha a Internet en los hogares” (18%).

En cuanto a las estrategias de los nuevos jugadores, son las acciones de Google (12%) las que más pueden influir, seguidas de lejos por “las estrategias de Apple [iPad + iBookstore análoga a iTunes]” (5%) y de Amazon (4%).

La posición frente al escenario digital

Es una pequeña minoría la que tiene una visión negativa. Los que respondieron “negativo” o “muy negativo” representan sólo el 10%, mientras que los que respondieron “positivo” y “muy positivo” representan 45%, un porcentaje igual al que representan los expectantes.

Frente al escenario digital, ¿usted es ...



- Expectante, ni positivo ni negativo
- Positivo
- Muy positivo
- Negativo
- Muy negativo



Emprender innovando, decididos y esperanzados, es la mejor manera de dejar en claro que el libro fue y seguirá siendo trascendente y que de ello nos estamos ocupando.