

PRIMERA OLEADA SOBRE EL PANORAMA DEL LIBRO EN ESPAÑA

INFORME 2013

laboratorio LIBRO

Agradecimientos

El Laboratorio de ideas sobre el libro agradece las aportaciones de todas las personas e instituciones que han ayudado a realizar este informe. También debe agradecer a la Feria del Libro de Madrid y a su director Teo Sacristán, la presentación pública del mismo en las instalaciones del Retiro de Madrid.

Queremos hacer una mención especial a aquellas personas pertenecientes al panel del Laboratorio del libro que nos han prestado su tiempo y han compartido sus opiniones de forma nominal: Javier Aparicio Maydeu, Miguel Ángel del Arco Torres, Miguel Ángel del Arco Blanco, José Antonio Cordón García, Milagros del Corral, Paulo Cosín Fernández, Victoire Chevalier, Ignacio Echevarría Pérez, Andrés Ehrenhaus, Ismael Gómez García, José Luis Ibáñez Salas, Rocío Isasa, Julieta Lionetti, Eduardo Manzano, Fernando Mariñas, Sara Moreno Valcárcel, Enrique Murillo, Carlos Muro Oscoz, Pablo Odell, Julio Ortega, Concha Ordóñez Villegas, Pedro Javier Pardo García, Angel Redero, Enrique Redel, David Soler Freixas, Juan Triviño, Ignacio Ugalde Muelas y Salvador Vives.

Índice

Laboratorio de ideas sobre el libro	4
Introducción	5
Conclusiones	6
Metodología	11
Descripción de los resultados	12
Bibliografía	21

Laboratorio de ideas sobre el libro

El Laboratorio de ideas sobre el libro está promovido por *Anatomía de la edición*, y está compuesto por un grupo de profesionales del sector del libro reunidos con el fin de crear y fortalecer un espacio de diálogo y debate que ayude a los políticos, a las instituciones y a las empresas públicas y privadas a realizar políticas y tomas de decisiones acordes con las necesidades actuales del sector del libro ante el cambio digital, las reformas estructurales y la crisis económica y social.

El Laboratorio cuenta con un panel formado por profesionales de referencia a los que acude para recabar opiniones sobre los distintos temas debatidos con el fin de elaborar periódicamente informes de situación.

El Laboratorio tiene los siguientes objetivos:

- Publicar informes, ensayos, estudios y casos de éxito que traten sobre los temas de actualidad en el mundo editorial.
- Fomentar el debate en el sector, aportando una voz que enriquezca la discusión de las instituciones públicas, gremios y asociaciones de los distintos agentes involucrados: autores, editores, distribuidores, librerías, bibliotecarios, lectores, etc.
- Implicar a dichos agentes en la transformación necesaria que se está llevando a cabo en el sector.

Introducción

Esta es la primera encuesta desarrollada por el laboratorio y, como tal, tiene carácter general. Pretende ser un punto de partida para profundizar en aquellas cuestiones identificadas por los expertos como cruciales y críticas y también para detectar aquellas que son más controvertidas, con el objetivo de analizar con detenimiento las razones de la división de opiniones. También pretende servir de referencia para conocer el posicionamiento del sector del libro y su grado de acuerdo o desacuerdo -por gremios- sobre algunos temas especialmente relevantes como la propiedad intelectual en un mercado editorial global, el despegue de la edición digital, el precio fijo de los libros o el contexto legal, entendido como factor determinante en el desarrollo del sector editorial.

Muchas de las preguntas parten de la reflexión conjunta mantenida dentro del laboratorio y que dio lugar al libro *La gran transformación. Panorama del sector del libro en España 2012-2015* presentado por el laboratorio en octubre de 2012.

Conclusiones

Las opiniones cualificadas recabadas son autocríticas con el sector. Los encuestados manifiestan una actitud de desconcierto y cierto desasosiego ante un nuevo y cambiante panorama socio-comercial cuyos patrones de conducta y consecuencias no identifican con claridad, aunque detectan nítidamente que las prácticas y los hábitos ya no responden al modelo tradicional al uso. Se percibe la sensación de desorientación, de falta de un detenido ejercicio de reflexión sobre el rol que deben desempeñar todos los agentes del libro, y especialmente las editoriales, en un entorno que se está transformando profundamente. Algunas voces atribuyen esta paralización o desorientación a la dificultad para que la generación que ahora mismo tiene en sus manos la dirección estratégica de los negocios editoriales afronte el cambio que es necesario. Se menciona incluso que la piratería se toma como excusa, como freno para abordar el proceso de cambio.

Los resultados muestran que no hay una apuesta clara, decidida o firme por la transformación necesaria para integrarse de lleno en el escenario digital. Más bien reflejan que la adaptación al nuevo escenario es progresiva, expectante y al socaire de lo que hagan las grandes editoriales. Uno de los expertos consultados se refiere a que no hay voluntad de liderar nada, sino de seguir el modelo que se imponga. También podría adjetivarse como lenta, por contraste con los veloces cambios que se suceden en la industria y en el mercado. Esto concuerda con los resultados del estudio realizado con editoriales científicas españolas¹.

Los encuestados manifiestan una actitud de desconcierto y cierto desasosiego ante un nuevo y cambiante panorama socio-comercial

No hay una apuesta clara por la transformación necesaria para integrarse de lleno en el escenario digital.

Se percibe también la inquietud de los profesionales de la edición científico-académica española en el entorno internacional, donde su visibilidad es minoritaria y su debilidad frente a los grandes monopolios anglosajones evidente. Esta situación identifica la **necesidad de dirigir la mirada hacia el mercado exterior**, para consensuar protocolos de buenas prácticas profesionales que acentúen su prestigio y representatividad

¹ Romero-Otero, Irene-Sofía & Elea Giménez-Toledo (2012). The e-book and Spanish Scientific Publishers in Social and Human Sciences. *Journal of Scholarly Publishing*, 43 (4), pp. 395-420. DOI: 10.3138/jsp.43.4.395

y, con ello, su competitividad. Asimismo, sería oportuno acompañar medidas y estrategias con los ámbitos de la Administración donde se gestionan las directrices de la política cultural y académica.

Los datos también apuntan a una clarísima **limitación técnica y tecnológica** por parte de las editoriales para posicionarse y vender en la red. España no parece prestarse demasiada atención al marketing editorial, ámbito prácticamente reservado a los grandes grupos editoriales y que, sin embargo, tendría frutos relevantes entre pequeñas y medianas editoriales.

Existe una clarísima limitación técnica y tecnológica por parte de las editoriales para posicionarse y vender en la red.

Estos datos también llevan a plantearse si existen en el mercado perfiles técnicos especializados en el sector editorial que puedan responder a los requerimientos de las editoriales y si estas tienen capacidad de inversión en esos perfiles; o si, por el contrario, debería haber un programa de ayudas a la reconversión. En este sentido, parecería oportuno plantear una serie de **servicios transversales al sector editorial** que permitieran formar profesionalmente a empleados de la editorial (o externalizar algunas tareas), de forma que pudiera hacerse frente a los retos que plantea el nuevo entorno: edición digital, marketing editorial, visibilidad en redes sociales, comercio electrónico, plataformas de distribución virtual y de

Hay una falta de recursos para invertir en un gran proyecto de reformulación del modelo de negocio.

agregación de contenidos, negociación con intermediarios o propiedad intelectual y nuevas modalidades de contrato.

La paradójica actitud –detectar el cambio y la necesidad de adaptarse a estos nuevos modelos de mercado y, al tiempo, mostrar recelo y cierta confusión– se vincula no sólo con la incertidumbre acerca del alcance de la gran transformación operada, sino con la falta de recursos para invertir en un gran proyecto de reformulación del modelo de negocio, así como para determinar las necesidades y capacidades de estos nuevos profesionales.

Estos nuevos recursos (personales, tecnológicos y materiales) pueden ser ofertados por empresas de servicios específicos (consultorías, actualización y mantenimiento tecnológicos, planes estratégicos y búsqueda de perfiles profesionales específicos para un modelo de empresa) que ofrezcan asesoramiento y soporte compartido para pequeños y medianos negocios.

La creación de **espacios de relación e intercambio**, como los llamados escenarios de *co-working* (<http://www.labodeedition.com/>), puede constituir una experiencia dinamizadora y rentable para las empresas medianas y pequeñas, a la hora de intercambiar experiencias y compartir recursos. Como se ha demostrado en otros ámbitos, de estos contactos surgen iniciativas de proyectos innovadores e incubadoras de nuevos modelos de empresas que han de encontrar en su matiz distintivo la forma de sobrevivir frente a situaciones como los procesos de concentración de la industria editorial española.

El objetivo de estos servicios transversales sería lograr una mayor **profesionalización** del sector editorial y una **mayor competitividad** en el negocio editorial digital (destacando que la cualidad “competitividad” debe cobrar auge en pequeñas y medianas editoriales, apoyándose en tres de sus factores

distintivos: el cuidado editorial, la diversidad/pluralidad de contenidos y la independencia²). Servirían para suplir puntualmente las carencias de habilidades específicas que demanda el nuevo entorno de trabajo -digital, globalizado, con sobreproducción y rápido- y, al mismo tiempo, permitiría definir y planificar una formación específica y renovada, -reglada-, que debería existir en torno a la edición, entendida de una forma integral, compleja y que necesariamente ha de ser replanteada con respecto a los antiguos esquemas. Un 56% de los expertos consultados piensan que sí es **necesaria una formación reglada** sobre edición y las principales causas que apuntan son a) que los programas de formación que actualmente existen lo cubren las necesidades del sector y b) que la existencia de una formación reglada ayudaría a la mejor consideración del mundo del libro.

Un 56% de los expertos consultados piensan que sí es necesaria una formación reglada sobre edición.

En relación con este ítem, se percibe una demanda de reconocimiento social de la labor de los profesionales del sector del libro y la necesidad de una sostenida campaña de educación social enfocada a la defensa de la utilidad y valoración de las prácticas culturales de la edición y la lectura. Tal sentir parece vincularse a la casi inexistente existencia de unos saberes y prácticas reglados académicamente para acreditar la capacitación específica de los agentes vinculados a este ámbito, con la excepción, parece, de sectores como el de la gestión de la Propiedad Intelectual. En el escenario actual, algunas de las iniciativas de másteres y cursos de posgrado centrados en el mercado de la edición han desaparecido o se vinculan al perfil específico de grandes grupos editoriales.

Profesionalización, competitividad y estrategia resultan fundamentales, además, para crear, fortalecer y potenciar el mercado iberoamericano de la edición

Profesionalización, competitividad y estrategia resultan fundamentales, además, para crear, fortalecer y potenciar el **mercado iberoamericano de la edición**. El potencial de la edición en español es un activo insuficientemente desarrollado y que contribuiría de manera estratégica a la defensa del patrimonio lingüístico y cultural o como apoyo a proyectos culturales en todo el mundo.

La creación de una institución que represente a todas las empresas del sector cuenta con el apoyo mayoritario de los encuestados, que dejan traslucir también la necesidad de intensificar la mirada al mercado latinoamericano. Una Academia del Libro Iberoamericano, justificada por la dimensión económica que el mundo de la edición representa en las industrias culturales y el PIB, podría ser el espacio en que integrar a representantes de todos los sectores de la cadena del libro; un espacio transnacional que neutralice lo que se consideran desiguales fuerzas (distribuidores y editores frente a librerías; editores frente a agentes o empresas de gestión de derechos, etc.); que cuente con la interlocución y colaboración de instituciones públicas, pero con la autonomía y la diversidad de un organismo autogestionado y con capacidad de liderazgo para dinamizar la formación especializada, la actualización tecnológica y la estrategia empresarial, la generación de estándares y de proyectos innovadores y la investigación de tendencias y demandas, tipo el *Book Industry Study Group*, una de las referencias internacionales en el sector (citada por uno de los especialistas consultados).

² Concepto también muy cuestionado últimamente: Discepolo, Thierry. *La traición de los editores*. Madrid: Trama editorial, 2013.

Por otra parte, los temas que preocupan al **sector editorial** no parecen ser objeto de estudio en la literatura científica (sí de la profesional), lo que hace aflorar un **vacío en la investigación**. El mercado, la legislación y las políticas del libro sí parecen ir más acompañadas pero, aún así, se producen “arritmias” por la incapacidad del sector, por ejemplo, de los editores, para responder rápidamente a los constantes cambios que se producen. Estas dan las pautas de que quizá sean las políticas activas de apoyo a un sector las que permitirían apostar decididamente por un mercado en expansión como es el del libro en español o el libro electrónico.

Una mayor dedicación a la investigación sobre el sector del libro podría mitigar, en parte, otra de las carencias que detecta la encuesta y es la **falta de fuentes de información** sobre el sector. En realidad, son muchos los informes y datos que las distintas instituciones y gremios producen. Quizá lo que no haya sea una puesta en común de estas fuentes, un cruce de los datos que permita hacer un análisis crítico de los mismos, así como detectar datos que realmente no son transparentes. De este punto se deriva un llamamiento para **intensificar la investigación aplicada que sirva al sector editorial** y la producción de datos necesarios para esa investigación.

Una mayor dedicación a la investigación sobre el sector del libro podría mitigar, en parte, otra de las carencias que detecta la encuesta y es la falta de fuentes de información sobre el sector.

La encuesta y los comentarios de los expertos plantean la **necesidad de información experta y valorativa de la nueva realidad socio-comercial**, de las tendencias del mercado y de los modelos de negocio en el entorno específico español, sin renunciar a una visión contrastiva de lo que está sucediendo en el entorno global del libro y de la edición, con una perspectiva integral y transversal y no restringida en exclusiva a un sector de la cadena del libro.

El universo *e-book*, uno de los temas recurrentes en la encuesta, constituye uno de los elementos moduladores de la opinión de los profesionales consultados. Su aparición marca una clara divisoria en la apreciación del conocimiento y control del sector. El libro y la lectura electrónicos, sus prácticas sociales y comerciales, parecen escapar al control y al conocimiento de los encuestados. El temor a invertir en su producción se acompaña de la incertidumbre de su uso real entre la población y del desconocimiento del coste que los usuarios estarían dispuestos a pagar para combatir la temida piratería. Así, se estima que no es un negocio rentable que justifique la inversión necesaria por falta de demanda sostenible, lo que se traduce no en que no haya consumo (sólo un 11,61 % considera que los lectores no demandan *e-books*), sino en el temor a los efectos de las descargas ilegales, al alto precio de los derechos de autor, a cierto desconocimiento de las demandas de contenidos de los lectores y la fiscalidad desigual respecto de los proveedores extranjeros, como el amenazante Amazon. En este último aspecto, destaca la percepción mayoritaria de que la **actual legislación española referida al Libro implica una desventaja competitiva** respecto a la de otros países, una valoración que enlaza con los comentarios acerca de la opaca actuación de la Comisión de la Propiedad Intelectual.

El precio de los *e-books* se convierte en un elemento de reflexión, algo que lleva a una de las preguntas en donde la opinión de los encuestados se polariza más, esto es, si la revisión del precio fijo de los libros dinamizaría el mercado de la edición. Un 56% considera que sí, frente al 46 % que lo niega. Y entre estos últimos, la preocupación mayoritaria se divide entre dos posibles efectos, la desaparición de las librerías frente a las grandes superficies (como sucedió en Reino Unido con la liberalización

de precios del libro) y el freno a la diversidad cultural ante la falta de competitividad de las editoriales pequeñas y minoritarias. En la valoración de las respuestas cualitativas, se alude al peso que las distribuidoras de libros tienen en el precio y en el destino final del producto, lo que podría llevar a la consideración de que la venta directa *on line* y la oferta de contenidos de descarga inmediata podría suponer una ventaja competitiva para empresas pequeñas. Conviene destacar la reflexión en torno al diferente tratamiento del IVA en los libros en papel frente a los digitales que se trasluce en los comentarios de los profesionales encuestados.

La venta directa on line y la oferta de contenidos de descarga inmediata podría suponer una ventaja competitiva para empresas pequeñas.

Resulta relevante la respuesta respecto a la importancia que las Bibliotecas públicas tienen en el sostenimiento del sector del libro en España. Estas se consideran uno de sus pilares fundamentales, lo que establece una estrecha relación entre el futuro de buena parte del sector y el actual panorama de crisis en la Administración pública y sus políticas educativo-culturales, así como el despegue del mercado digital, que impone el tratamiento de nuevos y espinosos temas como es el de la tendencia y el modelo de compra y de préstamo electrónicos en las bibliotecas.

La opacidad de los resultados reales del negocio del libro en España dificulta la realización de trabajos de análisis y de prospección en torno a cuáles son los nuevos hábitos, prácticas y tendencias de lectura generales; los modelos de gestión empresarial adaptados al entorno actual o la vinculación o dependencia con la financiación pública. En este aspecto, interesaría conocer qué recorrido tienen los títulos subvencionados o publicados por instituciones públicas y si, de alguna forma, pueden vincularse con la abrumadora cantidad de títulos nuevos que se publican anualmente en España (más de 60.000 en 2012³). Otro subtema relacionado con la producción editorial, que va ganando relevancia y que representa otro síntoma de la gran transformación del sector es la autopublicación. Los encuestados manifiestan mayoritariamente la conciencia de la sobreproducción de títulos en el mercado nacional.

Los expertos reclaman dirigir la mirada hacia el elemento final y fundamental de la cadena del libro: el lector.

Los expertos reclaman dirigir la mirada hacia el elemento final y fundamental de la cadena del libro: el lector. Así, se detecta una clara preocupación por la falta de adecuación de la oferta del mercado del libro en España a los cambiantes hábitos de los lectores, poco analizados y conocidos, al menos de forma directa (más allá del

análisis sectorializado que se realiza, por ejemplo, desde el Observatorio del Libro y de la Lectura del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes o de la publicación de datos provenientes del mercado anglosajón). La demanda de respuesta a preguntas del tipo cuál sería el formato adecuado y el precio razonable de los *e-books* para los nuevos perfiles de lector; el futuro de la publicación bajo demanda y de los libros de texto; la generación de nuevos contenidos y el uso de las redes sociales para su promoción y difusión se acumulan en la activa participación de los profesionales consultados.

3 <http://www.ine.es/prensa/np771.pdf>

Metodología

La encuesta planteada por el Laboratorio del Libro se ha basado en un muestreo intencional, pues ha sido dirigida a los miembros del panel de expertos definido por el equipo que conforma el propio laboratorio. La constitución del panel está basada en las propuestas realizadas por el equipo del laboratorio a partir de su conocimiento del sector y tratando de incluir a especialistas de los distintos sectores del libro. Editores, librerías, bibliotecarios, autores, distribuidores, tecnólogos, especialistas en derechos de autor o investigadores son algunos de los perfiles que conforman este panel.

El método elegido, propio de la investigación cualitativa, ha pretendido recabar la opinión cualificada de los especialistas y agentes del mundo del libro sobre cuestiones que en estos momentos resultan fundamentales para el sector editorial.

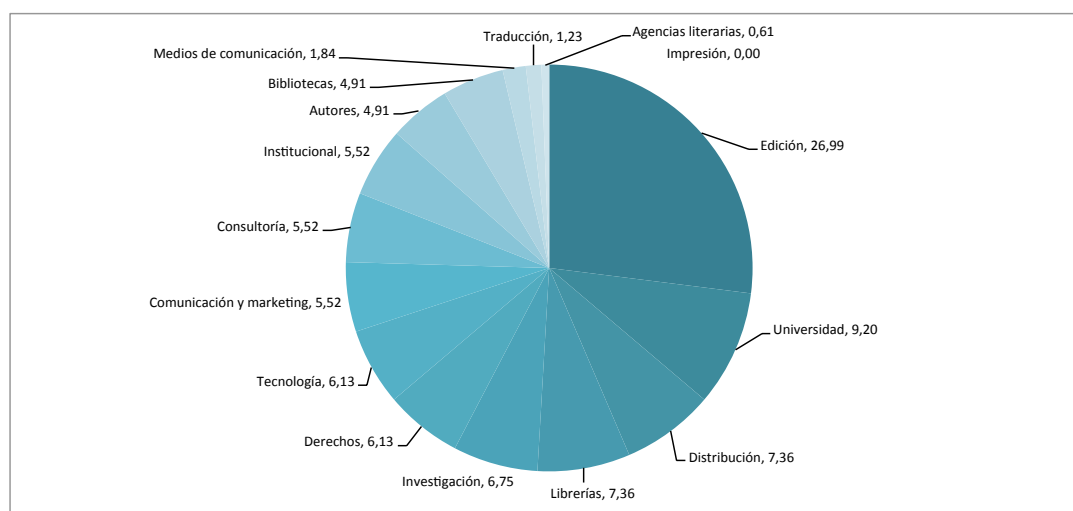
La tasa de respuesta de la encuesta lanzada en marzo, y que ha permanecido abierta hasta principios de mayo, ha sido del 45,2%. Un total de 113 especialistas han respondido a la encuesta.

Los resultados que ahora se presentan han sido analizados y debatidos en el seno del laboratorio que ha actuado como un *focus group*¹, en tanto que se ha producido una interacción entre sus miembros para discutir los resultados de la encuesta y para analizar los resultados desde las distintas perspectivas sectoriales (editores, librerías, distribuidores, etc.), expresadas desde la experiencia de cada uno de los miembros como representantes de cada sector y contando con los fundadores de Anatomía de Red como moderadores del grupo.

¹ Morgan D.L. (1997, 2nd Edition) *Focus groups as qualitative research*. London: Sage.

Descripción de los resultados

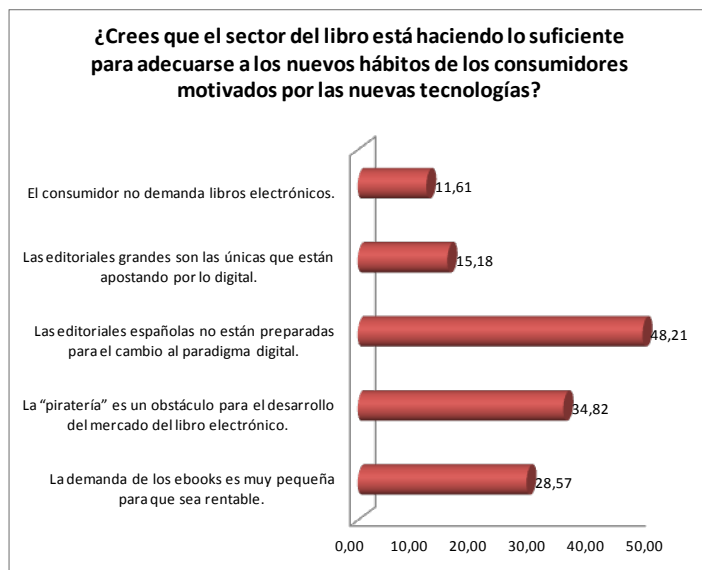
Elige el área de especialidad donde trabajas en el sector del libro (máximo 2)



¿Crees que el sector del libro está haciendo lo suficiente para adecuarse a los nuevos hábitos de los consumidores motivados por las nuevas tecnologías?

Indica las razones por las que has contestado de forma negativa (puedes señalar más de una):

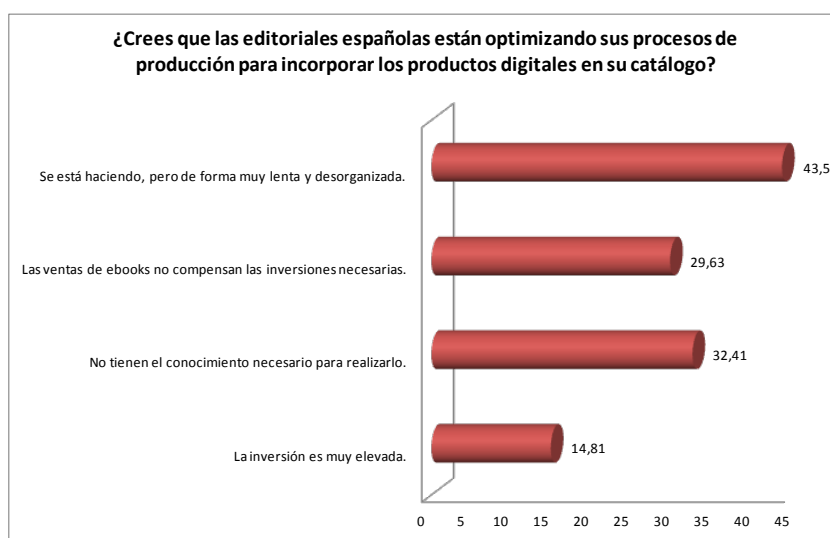
PREGUNTAS 2 y 3					
¿Crees que el sector del libro está haciendo lo suficiente para adecuarse a los nuevos hábitos de los consumidores motivados por las nuevas tecnologías?	La demanda de los ebooks es muy pequeña para que sea rentable.	La "piratería" es un obstáculo para el desarrollo del mercado del libro electrónico.	Las editoriales españolas no están preparadas para el cambio al paradigma digital.	Las editoriales grandes son las únicas que están apostando por lo digital.	El consumidor no demanda libros electrónicos.
No	92	32	39	54	17
Sí	20	28,57	34,82	48,21	15,18
					13
					11,61



¿Crees que las editoriales españolas están optimizando sus procesos de producción para incorporar los productos digitales en su catálogo?

Indica las razones por las que has contestado de forma negativa (puedes señalar más de una):

PREGUNTAS 4 Y 5					
¿Crees que las editoriales españolas están optimizando sus procesos de producción para incorporar los productos digitales en su catálogo?			No tienen el conocimiento necesario para realizarlo.	Las ventas de ebooks no compensan las inversiones necesarias.	Se está haciendo, pero de forma muy lenta y desorganizada.
	No	67	16	35	32
Sí	41	14,81	32,41	29,63	43,52
Null	5				

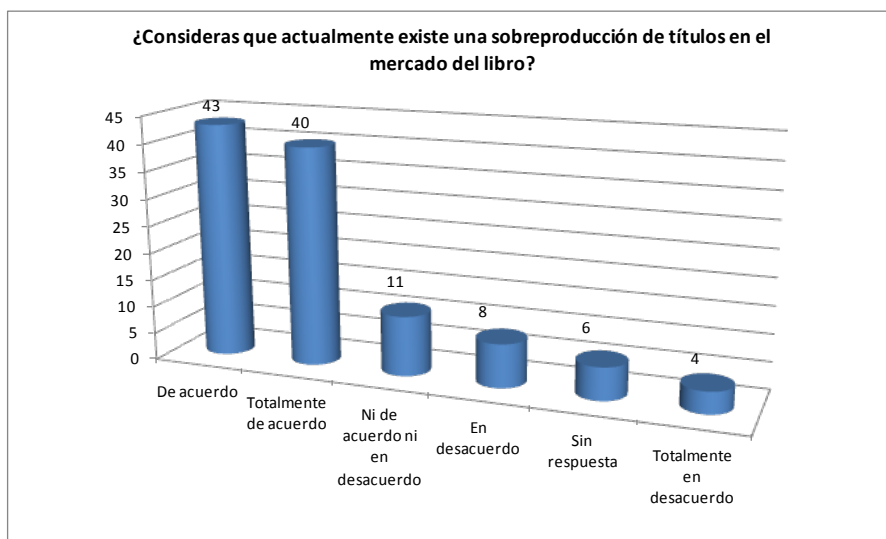


¿Consideras que actualmente existe una sobreproducción de títulos en el mercado del libro? (Señala la opción que te parezca más adecuada):

PREGUNTA 6		
¿Consideras que actualmente existe una sobreproducción de títulos en el mercado del libro? (Señala la opción que te parezca más adecuada):	De acuerdo	43
	Totalmente de acuerdo	40
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11
	En desacuerdo	8
	Sin respuesta	6
	Totalmente en desacuerdo	4

¿Consideras que actualmente existe una sobreproducción de títulos en el mercado del libro?

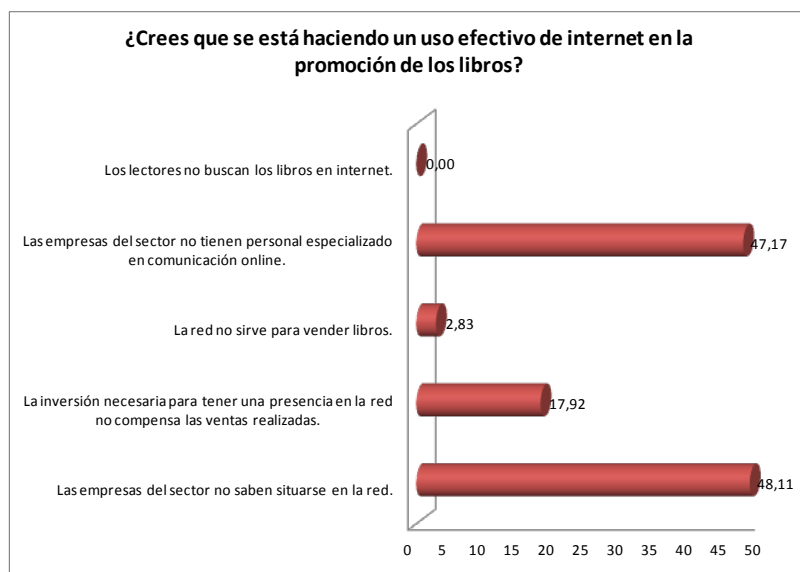
Señala la opción que te parezca más adecuada:



¿Crees que se está haciendo un uso efectivo de internet en la promoción de los libros?

Indica las razones por las que has contestado de forma negativa (puedes señalar más de una):

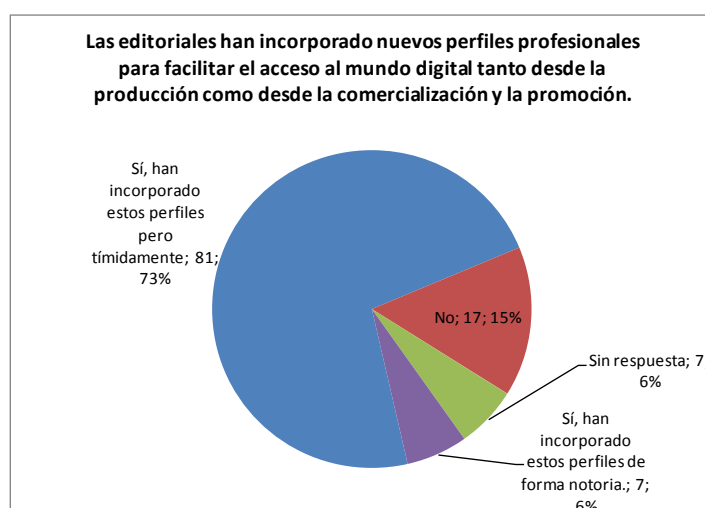
PREGUNTAS 7 Y 8							
¿Crees que se está haciendo un uso efectivo de internet en la promoción de los libros?	No	71	Las empresas del sector no saben situarse en la red.	La inversión necesaria para tener una presencia en la red no compensa las ventas realizadas.	La red no sirve para vender libros.	Las empresas del sector no tienen personal especializado en comunicación online.	Los lectores no buscan los libros en internet.
				51	19	3	50
	Sí	35	48,11	17,92	2,83	47,17	0,00
	Null	7					



Las editoriales han incorporado nuevos perfiles profesionales para facilitar el acceso al mundo digital tanto desde la producción como desde la comercialización y la promoción.

Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación:

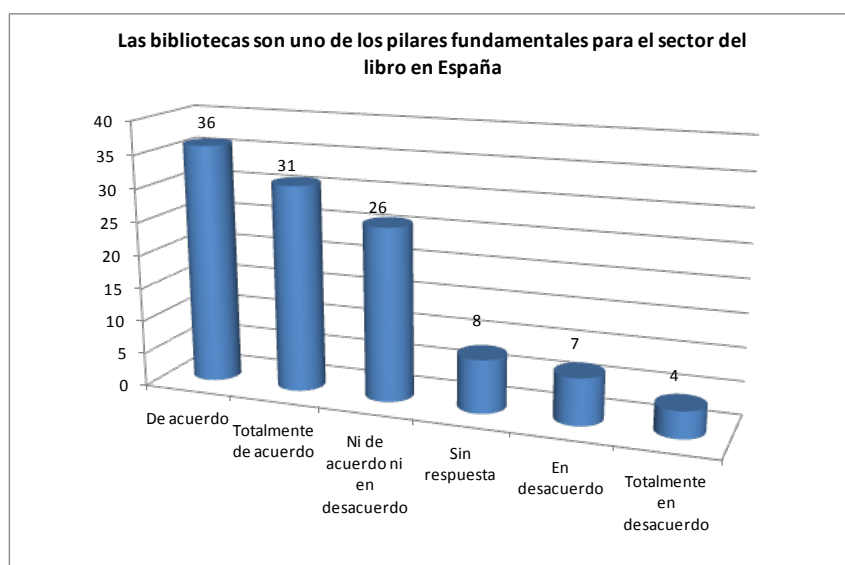
PREGUNTA 9		Recuento
Las editoriales han incorporado nuevos perfiles profesionales para facilitar el acceso al mundo digital tanto desde la producción como desde la comercialización y la promoción. (Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación):	Sí, han incorporado estos perfiles pero tímidamente	81
	No	17
	Sin respuesta	7
	Sí, han incorporado estos perfiles de forma notoria.	7



Las bibliotecas son uno de los pilares fundamentales para el sector del libro en España.

Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación:

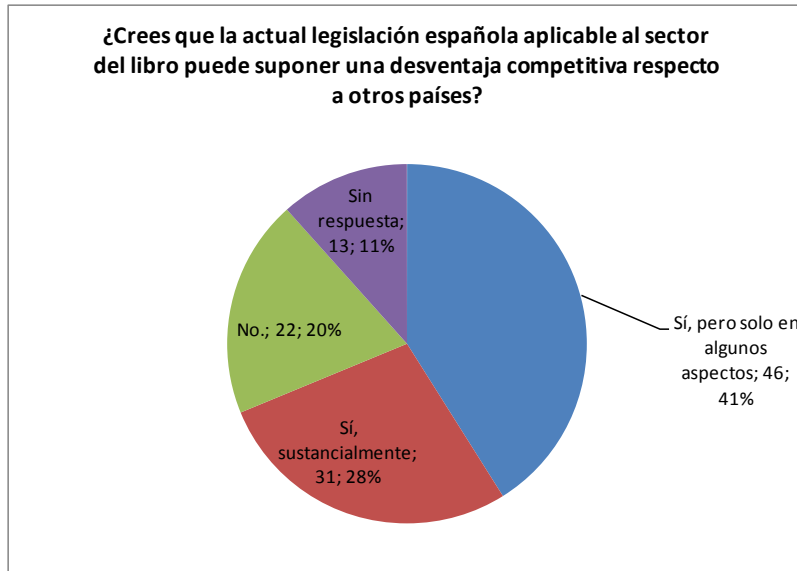
PREGUNTA 10		
Las bibliotecas son uno de los pilares fundamentales para el sector del libro en España. (Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación):	De acuerdo	36
	Totalmente de acuerdo	31
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26
	Sin respuesta	8
	En desacuerdo	7
	Totalmente en desacuerdo	4



¿Crees que la actual legislación española aplicable al sector del libro puede suponer una desventaja competitiva respecto a otros países?

Señala la opción que te parezca más adecuada:

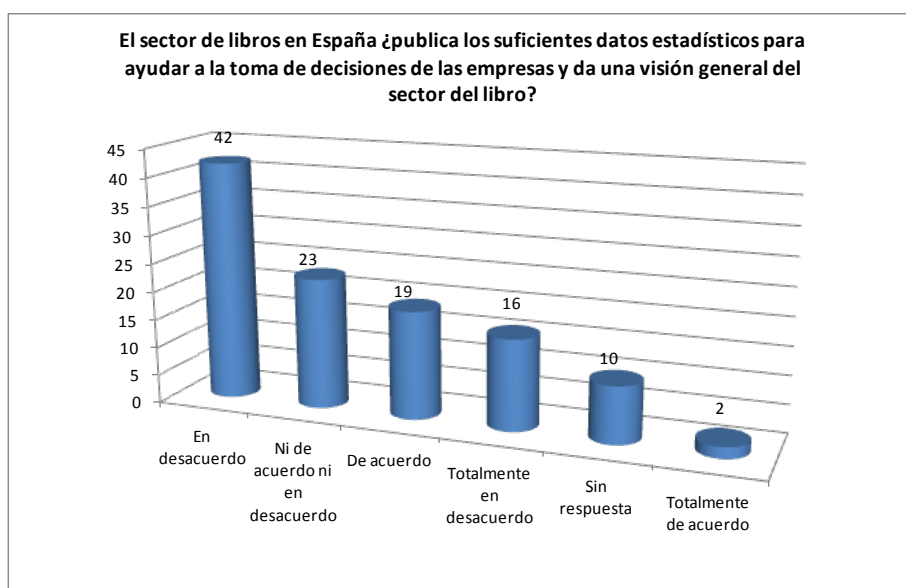
PREGUNTA 11		
¿Crees que la actual legislación española aplicable al sector del libro puede suponer una desventaja competitiva respecto a otros países? (Señala la opción que te parezca más adecuada):	Sí, pero solo en algunos aspectos	46
	Sí, sustancialmente	31
	No.	22
	Sin respuesta	13



El sector de libros en España ¿publica los suficientes datos estadísticos para ayudar a la toma de decisiones de las empresas y da una visión general del sector del libro?.

Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación:

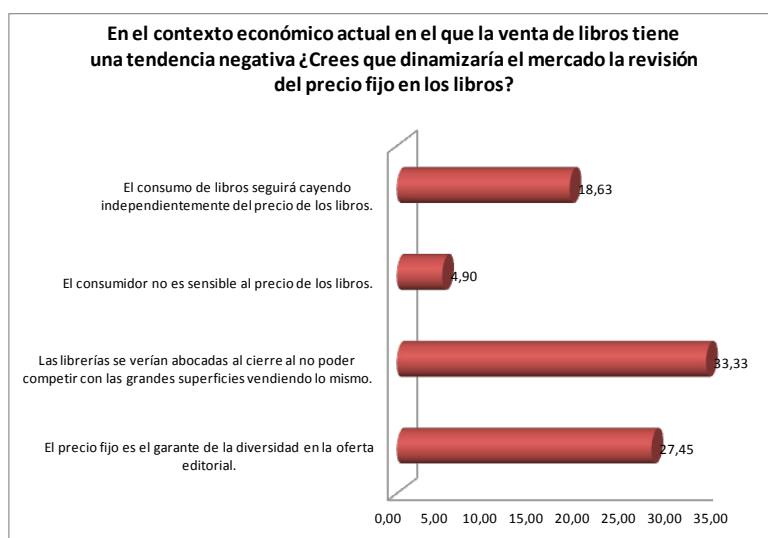
PREGUNTA 12		
El sector de libros en España ¿publica los suficientes datos estadísticos para ayudar a la toma de decisiones de las empresas y da una visión general del sector del libro?. (Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación):	En desacuerdo	42
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23
	De acuerdo	19
	Totalmente en desacuerdo	16
	Sin respuesta	10
	Totalmente de acuerdo	2



En el contexto económico actual en el que la venta de libros tiene una tendencia negativa ¿Crees que dinamizaría el mercado la revisión del precio fijo en los libros?

Indica las razones por las que has contestado de forma negativa (puedes señalar más de una):

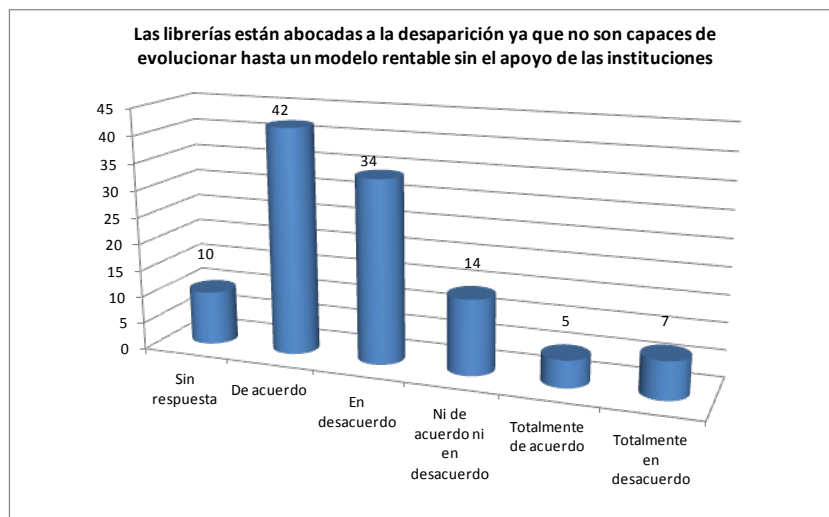
PREGUNTAS 13 Y 14						
En el contexto económico actual en el que la venta de libros tiene una tendencia negativa ¿Crees que dinamizaría el mercado la revisión del precio fijo en los libros?		Las librerías se verían abocadas al cierre al no poder competir con las grandes superficies vendiendo lo mismo.	El consumidor no es sensible al precio de los libros.	El consumo de libros seguirá cayendo independientemente del precio de los libros.		
	No	46	28	34	5	19
	Sí	56	27,45	33,33	4,90	18,63
	Null	11				



Las librerías están abocadas a la desaparición ya que no son capaces de evolucionar hasta un modelo rentable sin el apoyo de las instituciones.

Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación:

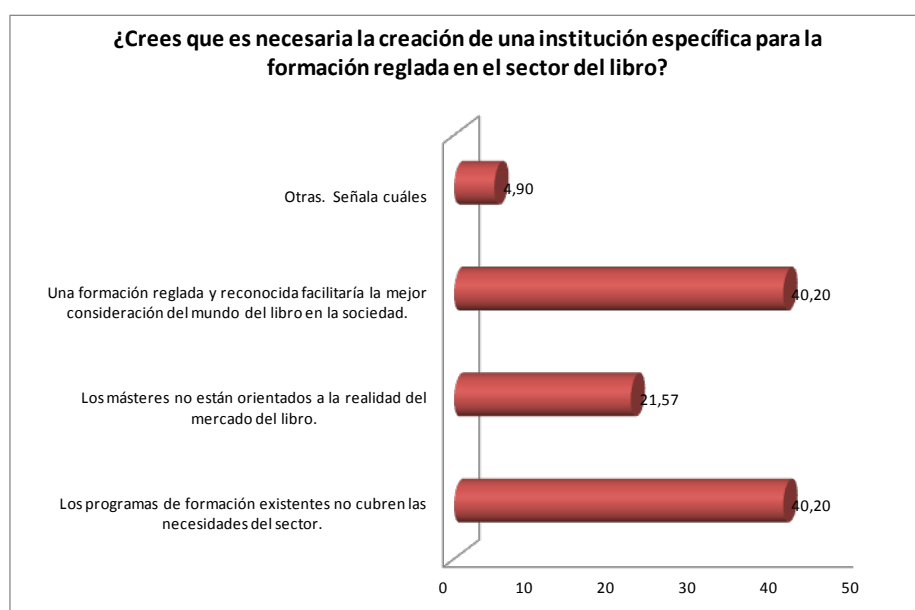
PREGUNTA 15		
Las librerías están abocadas a la desaparición ya que no son capaces de evolucionar hasta un modelo rentable sin el apoyo de las instituciones. (Señala la opción que te parezca más adecuada para esta afirmación):	Sin respuesta	10
	De acuerdo	42
	En desacuerdo	34
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14
	Totalmente de acuerdo	5
	Totalmente en desacuerdo	7



¿Crees que es necesaria la creación de una institución específica para la formación reglada en el sector del libro?

Indica las razones por las que has contestado de forma afirmativa (puedes señalar más de una):

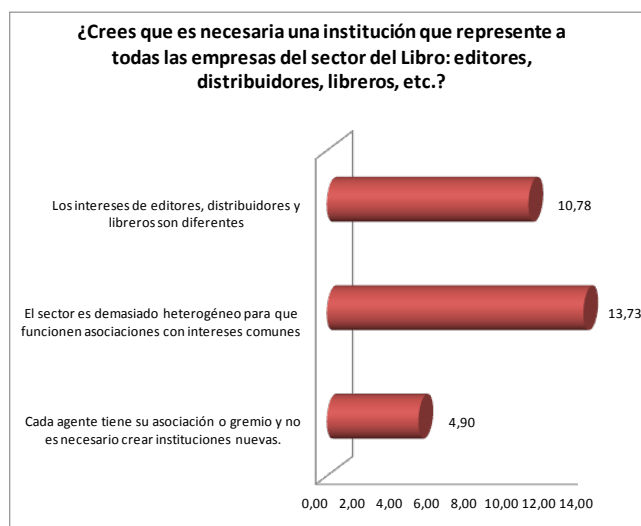
PREGUNTAS 16 Y 17					
¿Crees que es necesaria la creación de una institución específica para la formación reglada en el sector del libro?	Los programas de formación existentes no cubren las necesidades del sector.	Los másteres no están orientados a la realidad del mercado del libro.	Una formación reglada y reconocida facilitaría la mejor consideración del mundo del libro en la sociedad.	Otras. Señala cuáles	
No	40	41	22	41	5
Sí	62	40,20	21,57	40,20	4,90
Null	11				



¿Crees que es necesaria una institución que represente a todas las empresas del sector del Libro: editores, distribuidores, librerías, etc.?

Indica las razones por las que has contestado de forma negativa (puedes señalar más de una):

PREGUNTAS 18 Y 19				
¿Crees que es necesaria una institución que represente a todas las empresas del sector del Libro: editores, distribuidores, librerías, etc.?		Cada agente tiene su asociación o gremio y no es necesario crear instituciones nuevas.	El sector es demasiado heterogéneo para que funcionen asociaciones con intereses comunes	Los intereses de editores, distribuidores y librerías son diferentes
	No	22	5	14
Sí	80	4,90	13,73	10,78
Null	11			



Bibliografía

Borggren, Clara, Åsa Moberg, and Göran Finnveden. «Books from an environmental perspective— Part 1: environmental impacts of paper books sold in traditional and internet bookshops.» *The International Journal of Life Cycle Assessment* 16.2 (2011): 138-147.

Benveniste, Lawrence M., and Walid Y. Busaba. "Bookbuilding vs. fixed price: An analysis of competing strategies for marketing IPOs." *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 32.4 (1997).

Biais, Bruno, and Anne Marie Faugeron-Crouzet. "IPO auctions: English, Dutch,... French, and internet." *Journal of Financial Intermediation* 11.1 (2002): 9-36.

Mintel. Book and E-book Market Research Report. <http://store.mintel.com/books-and-e-books-uk-september-2012>

Nielsen Bookscan. <http://www.nielsenbookscan.co.uk/uploads/WHAT%20IS%20NIELSEN%20BOOKSCAN.pdf>

Nielsen. White Paper: The link between Metadata and Sales. http://www.nielsenbookscan.co.uk/uploads/3971_Nielsen_Metadata_white_paper_A4.pdf

Van der Ploeg, Frederick. "Beyond the dogma of the fixed book price agreement." *Journal of Cultural Economics* 28.1 (2004): 1-20.

Otras publicaciones del Laboratorio de ideas sobre el libro

La gran transformación. Panorama del sector del libro en España 2012-2015. Madrid: Laboratorio de Ideas sobre el libro, 2013.

laboratorio LIBRO

Laboratorio de ideas sobre el libro

C/Carranza 25 5º4
28004 - Madrid (España)
Tfno: +34 914480155

info@laboratoriodellibro.com

www.laboratoriodellibro.com



Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada (by-nc-nd): Se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que se realice el reconocimiento de la obra a los autores (Laboratorio de ideas sobre el libro), no se haga un uso comercial de la misma y no se realice ninguna modificación sobre ella.