
EL MERCADO DEL LIBRO EN ESPAÑA

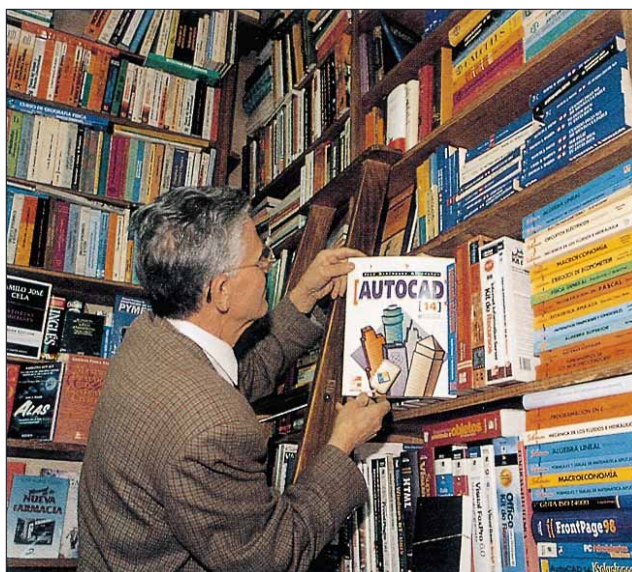
LA INDUSTRIA EDITORIAL, MARCADA POR LA CONTRADICCIÓN ENTRE LOS BAJOS ÍNDICES DE LECTURA Y LA ELEVADA PRODUCCIÓN, COMIENZA UN PROCESO DE REORGANIZACIÓN Y CONCENTRACIÓN

■ MARÍA JOSÉ BARRERO

A medio camino entre la producción industrial y la cultural, el sector del libro tiene ante sí un difícil panorama en España. El escaso índice de lectura de los españoles contrasta con el crecimiento de la producción editorial durante los últimos años y con el aumento del número de títulos publicados que, sin embargo, ha ido acompañado por un descenso constante de las tiradas. A pesar de que los datos parecen optimistas –durante 1997 se vendieron más de doscientos millones de libros correspondientes a 55.000 títulos y se facturaron más de 400.000 millones de pesetas (2.404 millones de euros), lo que nos sitúa en el quinto puesto mundial– editores, distribuidores y libreros ven oscuros nubarrones en el horizonte de un sector que en los próximos años estará marcado por las fusiones y la concentración de empresas, ya anunciadas en alguno de sus subsectores.

El principal problema al que se enfrenta el libro, como producto comercial, es el escaso índice de lectura, un dato que permite medir el estado de salud de nuestra cultura: a pesar de que la tasa de analfabetismo es sólo del 1,5% de la población, la tasa de lectores en España no supera el 50% de la población, una cifra que contrasta con el 70% de media en la Unión Europea.

Una reciente encuesta titulada "Los españoles y los libros, Hábitos y actitudes hacia el libro y la lectura", realizada a instancias de la Confederación



Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL), ofrece datos desoladores: sólo el 25% de los ciudadanos lee ahora más que hace diez años, otros tantos aseguran que leen lo mismo y un 41% reconoce que lee menos, mientras que el 9% restante ni lee ni leía antes.

La falta de hábito es la causa principal de esta situación para un 48% de los ciudadanos, aunque parece que entre los jóvenes hay un mayor interés por la lectura, según demuestran dos datos: que el 84% de los encuestados ha visitado al menos una librería en los últimos tres meses y que 38 de cada 100 lee al menos dos libros al año.

La mayor parte de las personas que colaboraron en el estudio coincidieron en destacar que el principal objetivo de la lectura es formar o educar, seguido de informar y distraer. En cuanto a los gustos a la hora de la lectura, los espa-

ñoles optan en un 77% por las novelas de creación literaria y entretenimiento, así como por poesías y cuentos. El 22% afirma que prefiere leer libros de texto o manuales, más de un 20% se decanta por libros de historia y arte y profesionales, y un 16,5% suele leer obras de consulta y referencia.

Entre los libros de creación literaria y entretenimiento, el 45,7% prefiere la novela en general, un 26% se declara lector habitual de novelas de aventuras, el 23,7% se decantan por las novelas históricas, y el resto prefiere, por este orden, leer

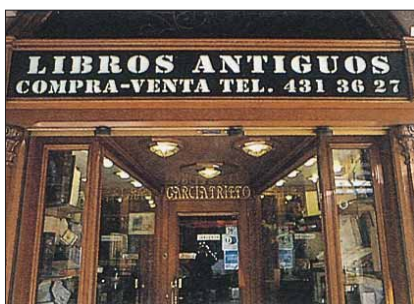
ciencia-ficción, best-seller, novelas de amor, biográficas, poesía, cuentos y relatos, divulgación, ensayo, teatro, libros de cocina, tebeos y cómics.

A la hora de comprar libros, los españoles se guían por su propio criterio en casi un 70% de los casos, aunque un 18% sigue recomendaciones de amigos y familiares, un 6% tiene en cuenta las críticas literarias y un 4% el consejo de profesores y especialistas.

Sin embargo, frente a estos datos poco alentadores respecto a la lectura, la industria editorial española se mantiene en constante crecimiento, hasta el punto de que se encuentra en el quinto puesto mundial en facturación, con más de 400.000 millones de pesetas durante 1997, el último año del que se tienen datos oficiales.

En ese ejercicio se editaron 100.000 títulos nuevos en lengua española, de los que 55.000 aparecieron en





España, y salieron al mercado hispanohablante 600 millones de ejemplares, 400 de ellos en nuestro país.

MÁS TÍTULOS

Este incremento en la producción se refleja en los datos oficiales que ofrece la Panorámica de la edición española de libros, editada por la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Educación y Cultura. En ella se constata que en los últimos años se ha producido un notable aumento del número de títulos de creación literaria y de carácter científico que se publican en nuestro país, lo que demuestra "el fortalecimiento de esta industria cultural, que se percibe en la práctica totalidad de los subsectores de edición".

La Panorámica de la edición española de libros recoge todas las publicaciones editadas por los agentes editores españoles que solicitan la asignación del ISBN (International Standard Book Number), un sistema internacional normalizado, creado en 1968 y que permite identificar el título y la edición de una obra publicada por una determinada editorial, mediante la adjudicación de un número exclusivo a una edición concreta, lo que permite identificar el libro como un producto comercial.

Durante 1997 recibieron el número del ISBN (International Standard Book Number), 54.943 libros, lo que supone un aumento del 9,5% respecto a 1996, año en el que se editaron 50.159 libros registrados con este número oficial.

Desde 1990 el número total de títulos editados en nuestro país ha crecido de forma regular, aunque siempre con altibajos: en 1990 se registraron algo más de 42.000 títulos; dos años más

tarde se habían superado los 50.000 y en torno a esta cifra se han mantenido hasta 1997.

Pero volviendo al último año del que existen datos oficiales, hay que tener en cuenta que de los 54.943 títulos editados, 43.826 –casi un 80%– fueron primeras ediciones, mientras que se realizaron 8.624 reimpressiones y casi 2.500 reediciones. De estas últimas hay que destacar que más de la mitad de ellas fueron de segundas ediciones (1.412), mientras que 342 títulos vieron como salía a la luz su tercera edición y 173 la cuarta. Tan sólo 150 libros superaron la décima edición.

Estos datos ponen de manifiesto un claro predominio de las primeras ediciones en el mercado editorial español, una característica que no es exclusiva de nuestro país, ya que ocurre lo mismo en países como Alemania e Italia. Francia, por el contrario, se sitúa como el país con más reimpressiones y reediciones, concretamente el 58,5% de lo editado.

En cuanto al origen de los títulos que se publican en España, hay que destacar que una cuarta parte del total de la producción editorial (13.661) corresponde a libros traducidos de otros idiomas. De ellos, más de la mitad son textos ingleses. En segundo lugar se encuentran los libros escritos en castellana y traducidos a gallego, euskera y catalán, mientras que en tercer lugar se encuentran las traducciones del francés. Las traducciones entre las diferentes lenguas españolas, que han ido creciendo en los últimos años, suponen un 17,4% del total de traducciones.

Respecto a la lengua de publicación, las lenguas españolas acapararon el 93,8% de los títulos, nada menos que 51.558 ediciones. Más de 42.000 títulos fueron editados en castellano, otros 6.351 en catalán, 1.233 en gallego y 1.060 en euskera. En las lenguas autonómicas, los libros más editados fueron los de texto, libros infantiles y juveniles y obras literarias.

Por su parte, en otras lenguas extranjeras se editaron 2.056 libros, principalmente en inglés y portugués



–la mayoría de estos últimos para su exportación a Brasil–, mientras que 1.329 fueron libros multilingües.

Aunque existen ciertos problemas para conocer las tiradas que se realizan de cada libro, porque los editores lo consideran como un dato 'reservado' y es necesario acudir a los documentos que presentan los editores al realizar el depósito legal, la media de ejemplares por título publicado es de 3.829, una cifra que ha supuesto un descenso respecto a 1996, en que se editaban una media de 4.145 ejemplares. Sin embargo, tan sólo doce años antes, en 1985, la tirada media era de casi 7.000 ejemplares por libro.

Es precisamente en este año en el que, de acuerdo con la Panorámica de la edición española de libros, se produce un cambio en la tendencia de la edición española. En este sentido pueden distinguirse dos etapas: en la primera, de 1970 a 1979, la tirada media era de 8.350 ejemplares por título, mientras que en la segunda, de 1980 a 1984, la media se situó en 9.039 ejemplares. A partir de ese año, se produjo una agudización de la crisis exportadora, lo que provocó un retroceso continuo de las tiradas.

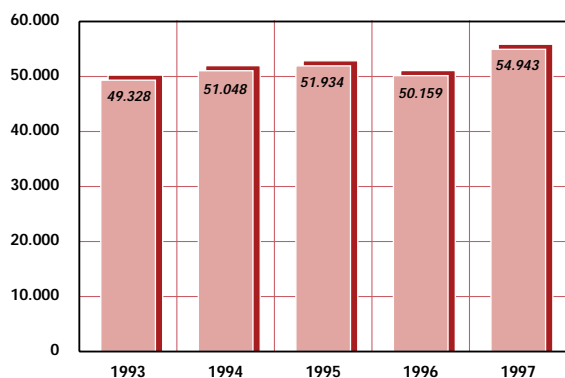
ROTACIÓN DE LAS INVERSIONES

Este bajo índice de tirada puede considerarse en la actualidad uno de los datos más singulares del mundo editorial español, cuyas causas no hay que buscarlas exclusivamente en la reducción del mercado exterior. Otra de las causas apuntadas por el informe del Ministerio de Cultura es la limitada tirada de las publicaciones que realizan las Administraciones públicas, con una media de 1.348 ejemplares por título.

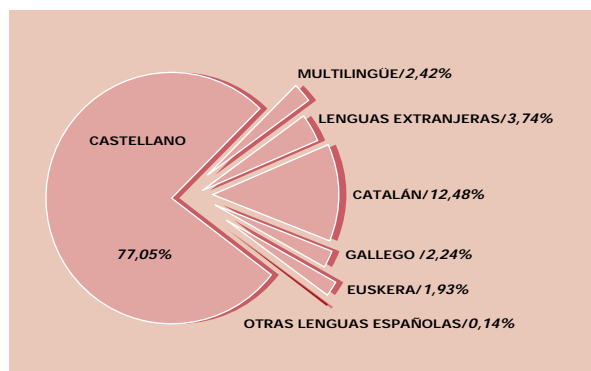


DATOS BÁSICOS DEL SECTOR DEL LIBRO EN ESPAÑA

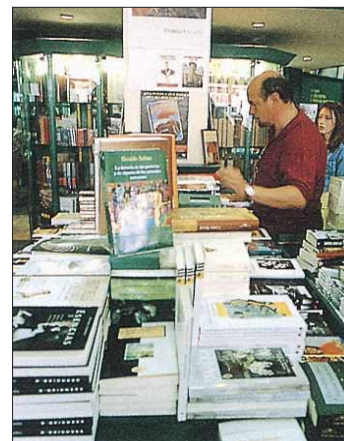
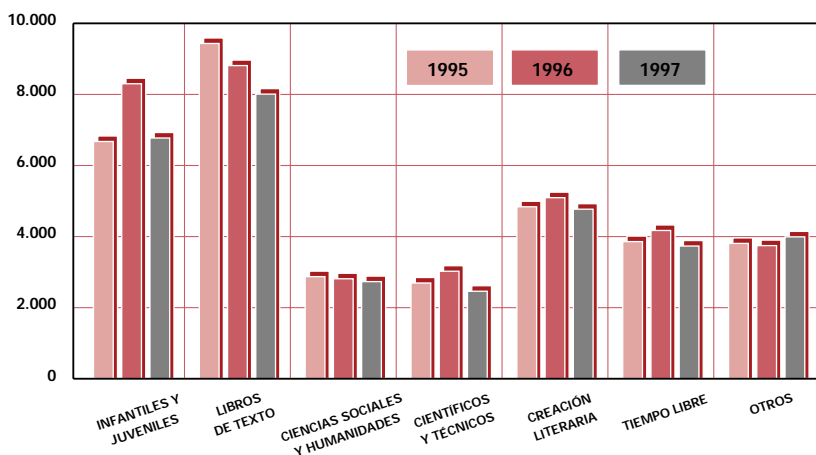
ISBNs CONCEDIDOS 1993-1997



ISBNs SEGÚN LENGUAS DE PUBLICACIÓN



TIRADA MEDIA POR SUBSECTORES DE EDICIÓN



ESTRUCTURA EMPRESARIAL Y FACTURACIÓN DEL SECTOR EDITORIAL

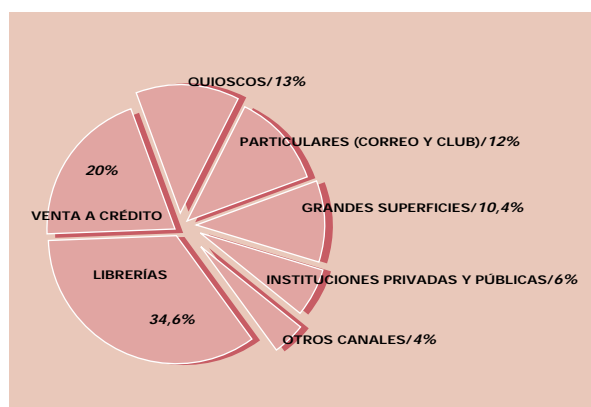
TAMAÑO EMPRESA	Nº EMPRESAS	%	FACTURACIÓN* (MILLONES PESETAS)	%
GRANDE	25	4,3	228.390	61,4
MEDIA-GRANDE	40	6,9	67.120	18,0
MEDIA-MEDIA	59	10,2	36.440	9,8
MEDIA-PEQUEÑA	122	21,1	28.080	7,5
PEQUEÑA	332	57,5	11.950	3,2
TOTAL	578	100,0	371.980	100,0

* La facturación refleja las ventas al mercado interior, a precio de tapa, IVA incluido, en pesetas corrientes.

FUENTE: Comercio interior del libro en España, 1996; Federación de Gremios de Editores de España.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

VENTAS TOTALES



Pero quizá la más importante, y la que apuntan tanto editores, como distribuidores y librerías, sea la necesidad de buscar una mayor rotación de las inversiones por parte de los editores, para conseguir disminuir el riesgo y evitar costes financieros y de almacenaje. La mayor rapidez, sencillez y economía de los procesos de composición e impresión ha permitido que las tiradas puedan ser más reducidas y más ajustadas al mercado. De esta manera se han reducido los 'libros de fondo', mientras que se ha disparado la edición de 'novedades'.

También la edición en todas las lenguas del estado y la diversidad de los planes de estudio han podido influir en la reducción de las tiradas, del mismo modo que otros fenómenos sociales como la disminución de la natalidad o tecnológicos, como la utilización de nuevas tecnologías que permiten la reproducción de libros fuera de los cauces legales, como la repografía. El pasado año se reprodujeron ilegalmente, mediante fotocopias 25.000 millones de páginas en nuestro país, un fraude valorado entre los 10.000 y los 15.000 millones de pesetas, de acuerdo con los datos de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos)

Sin embargo, en el mercado español coexisten obras cuyas tiradas superan los 30.000 ejemplares con otras que apenas alcanzan los 1.000. A pesar de la disparidad de planes de estudio son los libros de texto los que tienen una mayor tirada media, seguidos de los libros infantiles y juveniles y de los de creación literaria, mientras que los de ciencias sociales y humanidades son los que se editan menos ejemplares por título.

Respecto a su origen geográfico, y teniendo en cuenta la localización de las editoriales más importantes, hay que destacar que Madrid y Barcelona copan el 72% de todos los ejemplares editados, situándose detrás Valencia y Vizcaya.

PRECIOS FIJOS

El precio medio de los libros fue en 1997 de 2.060 pesetas por ejemplar en



el caso de libros unitarios y de 2.208 para las obras formadas por varios volúmenes, cincuenta y tres y noventa pesetas menos, respectivamente que el año anterior. Esta contención en los precios puede atribuirse al ritmo de la inflación, que ha frenado los costes de producción, así como a la puesta en marcha de políticas competitivas de precios por parte de los editores para incrementar las ventas.

Esta política ha sido especialmente utilizada por los grandes editores, cuyos libros alcanzan un precio medio de 1.648 pesetas, frente a las 2.792 pesetas de los ejemplares editados por pequeñas editoriales.

Además, durante el último año analizado por el Ministerio de Cultura se confirma la consolidación en las ventas de los libros de menos de 1.500 pesetas, una consolidación que tiene mucho que ver con la fuerte presencia que han experimentado las colecciones de bolsillo durante los últimos años. Todas las grandes editoriales han ido poniendo en el mercado, durante los últimos tres años, este tipo de colecciones que, gracias a sus más reducidos costes de papel, composición y edición han permitido recuperar tanto obras de catálogo como novedades a un precio que oscila entre las 500 y las 1.500 pesetas

Es precisamente el precio de los libros uno de los principales puntos de discusión del sector. En la actualidad los editores son los que deciden el precio de venta al público de los libros y los librerías no pueden hacer un des-

cuento mayor del 5% o del 10% en determinadas fechas, como el Día del Libro. El dinero obtenido por la venta de cada ejemplar se distribuye en un 50% para el editor, un 10% para el autor y un 40% que se reparten el distribuidor y el librero.

Este hecho, según un estudio elaborado por el Instituto de Estudios del Libre Comercio (Idelco), supone una rémora para el sector que debería liberalizar sus precios, igual que ocurre con otros productos culturales como videos o discos, para aumentar sus ventas.

Sin embargo, tanto editores como distribuidores y librerías se oponen a esta posibilidad. Mientras los primeros aseguran que emplean sus ganancias en publicar otros libros minoritarios que no podrían ver la luz con un sistema de precio libre, los librerías consideran que la libertad de precios provocaría una reducción en la edición de títulos, un descenso en las ventas y un cierre masivo de puntos de venta, lo que a la larga se traduciría en un aumento de los precios en lugar de una rebaja, como ha ocurrido en países como Reino Unido.

LIBROS INFANTILES Y JUVENILES

Los libros que más se editaron durante 1997 fueron los de ciencias sociales y humanidades, aunque los que mayor aumento experimentaron fueron los de literatura infantil y juvenil, creación literaria y tiempo libre. Son, sin embargo, los libros de texto los que cuentan con un mayor número de títulos consolidados, puesto que algo más del 34% fueron reediciones y reimpressiones.

Después de varios años de descenso, los libros infantiles y juveniles registraron un significativo incremento (un 18,3%) durante el mencionado ejercicio, aunque aún no se han alcanzado las cifras que se registraron en los años 80, cuando este tipo de literatura alcanzó su máximo desarrollo en nuestro país.

Este subsector tiene una serie de características propias: es en el que hay un mayor número de traducciones –el 50,2% de los títulos–; la lengua de publicación mayoritaria es el castellano (62,4%), seguido del catalán (23%); es





el subsector con los precios más bajos –el 65% cuesta menos de 1.000 pesetas–, y es también el que tiene menor número de páginas por libro, con una media de 79 frente a las 200 páginas de media global.

Al mismo tipo de público se dirigen la mayor parte de los libros de texto que se producen en nuestro país. El 63% de los textos se editan en castellano, el 20,8% en catalán, el 4,8% en euskera y el 4,1% en gallego. Casi un 50% de estos libros tienen un precio de 2.000 pesetas o menos, mientras que el precio medio se sitúa en 1.803 pesetas.

Las empresas que se dedican a este subsector se enfrentan a una disminución progresiva de la población escolar, a la necesidad de nuevos textos como consecuencia de las reformas educativas y las transferencias de competencias a las comunidades autónomas y al impacto de la repografía ilegal.

CREACIÓN LITERARIA

Pero son, sin lugar a dudas, los libros de creación literaria las 'estrellas' de todas las editoriales. De acuerdo con los datos aportados por la Panorámica de la edición española de libros, estos libros registraron un significativo aumento durante 1997, cerca de un 16%, que contrasta con la evolución negativa que habían experimentado en años anteriores. El precio medio de estos libros fue de 1.361 pesetas, lo que supone un descenso del 12% que cabe atribuir a la rápida expansión de los libros de bolsillo en nuestro país. Bastante más caros fueron los libros de ciencias sociales y humanidades editados, con un precio medio de 2.874 pesetas. Este tipo de publicaciones tam-

bién aumentaron durante 1997, aunque sólo un 5,4%.

Respecto a los libros científicos y técnicos, hay que destacar que en 1997 se registró un incremento de la oferta del 4,6%, que sirvió para frenar el descenso experimentado durante los últimos años. El precio medio de estos libros fue de 3.123 pesetas por ejemplar. Por último, los libros de tiempo libre también sufrieron un incremento apreciable de la edición, con un 15,7%.

AGENTES EDITORES

Pero el libro que se edita y se publica en nuestro país, y cuyas principales características han quedado reflejadas en los párrafos anteriores, es tan sólo el producto de una importante industria que cada año genera cientos de miles de millones pero en la que no se pueden desechar su especial carácter cultural. Editores, distribuidores y librerías son los tres principales agentes que toman parte en ella.

De acuerdo con la base de datos de la Agencia Española del ISBN existen en la actualidad en España 3.512 agentes editores en activo, es decir, que publicaron al menos un libro durante 1997. De ellos, 2.763 (el 78,7 %) son editores privados y otros 749 son editores públicos: organismos oficiales de las Administraciones Central, Autónoma y local e instituciones educativas y culturales públicas.

Las editoriales más importantes están asentadas en Madrid y Cataluña y suelen acaparar las ediciones de carácter nacional –aquellas que superan los 4.000 ejemplares por título y que se distribuyen en todo el territorio–, mientras que en el resto de España predominan las editoriales más pequeñas, normalmente con un ámbito de difusión más reducida.

De acuerdo con el estudio sobre Comercio interior del libro en España, editado anualmente por la Federación de Gremios de Editores de España –en la que se engloban los gremios de Madrid, Cataluña, Euskadi, Andalucía y Galicia–, el gremio de Madrid supera al de Cataluña en número de empresas



(255 frente a 237), así como en títulos en catálogo (82.840 y 82.790, respectivamente). Sin embargo es el gremio que forman las empresas catalanas el que cuenta con una mayor cuota de mercado (60,3% frente a 36,5%), mayor número de empleados (5.340 frente a 4.700) y mayor inversión en publicidad (63% frente a 35%).

CONCENTRACIÓN EDITORIAL

Otra de las características estructurales del sector editorial español durante los últimos años es la concentración de la edición: un reducido número de grandes empresas y grupos editoriales producen una gran parte de los títulos –durante 1997 sólo doce editoriales privadas superan la cota de edición de los 500 títulos anuales–, mientras que un elevado número de pequeños y medianos agentes editores editan menos de la cuarta parte de los libros.

Esta tendencia se ha afianzado durante los últimos años: en 1993 el 4,4% de los editores publicaron el 51,4% de los libros, mientras que en 1997 el 2,9% de los editores lanzaron al mercado el 50,6% de los libros.

Ediciones B, perteneciente al Grupo Z, fue la editorial que publicó un mayor número de títulos durante 1997: 1.431, lo que supuso el 2,6% de todos los editados durante este año en nuestro país. A muy corta distancia se situó el Grupo Anaya –participado por otro gigante de la comunicación: PRISA, con 1.282 libros, seguidos del Grupo CEAC –especializado en cursos a distancia–, con 920. El cuarto lugar lo ocupó Planeta-De Agostini –uno de los principales editores de obras por fascículos, enciclopedias, etc.–, con 899. A continuación se situaron Plaza y Janés,





con 781; Círculo de Lectores, con 781, del que nos ocuparemos posteriormente; mientras que Harlequín Ibérica, S.A. –especializada en ‘novelas rosas’– editó 696 títulos.

Las otras cinco editoriales que completan los doce primeros puestos de este ranking lo ocupan tres empresas dedicadas de forma muy especial a los libros de texto y a las publicaciones destinadas al público infantil y juvenil: Edebé, Vicens-Vives, Santillana, Alianza Editorial y Editorial Bruño, con unas cifras de edición de entre 674 y 582 libros anuales.

La tendencia a la concentración de empresas que se ha registrado en otros sectores productivos también se ha dejado sentir en el de la edición de libros. Durante este pasado año el grupo francés Havas –que controla el mercado galo junto a Hachette y es propietaria de prestigiosas firmas editoriales como Larousse– se hizo con el control de Anaya y prepara su expansión por Iberoamérica, mientras que RBA compraba el 50% de Tusquets Editores y el Grupo Bertelsmann –la mayor editora del mundo, que en España cuenta con Círculo de Lectores, Plaza y Janés, Debate, Lumen y Universo Musical– se aliaba con Planeta para su expansión en comercio electrónico.

En muchos casos estas alianzas se dirigen a la conquista de nuevos mercados, especialmente hacia los de Hispanoamérica, una vez que las previsiones del mercado interno anuncian un estancamiento e incluso un ligero retroceso durante los próximos años. Durante 1997 las exportaciones de libros y publicaciones se situaron en 70.495 millones de pesetas (423,6 millones de euros), una cifra que alcanzó los

75.500 millones de pesetas (453,76 millones de euros) en 1998, según las estimaciones de los propios editores.

DISTRIBUIDORES

En el centro de la cadena, entre los editores y los librerías, se encuentran los distribuidores. “Nosotros no dictamos las reglas de juego del mercado, que vienen determinadas por lo que hace el editor y por lo que vende el librero. Nuestra función es fundamentalmente logística: consiste en situar los libros lo más rápidamente posible en el mayor número de puntos de venta en toda la superficie del país. Dicho así puede parecer una simpleza, si no fuera porque en España estamos hablando de una cifra de entre 5.000 y 30.000 puntos de venta, es decir, unas 5.000 librerías y hasta 30.000 puntos de venta si incluimos otros establecimientos como grandes superficies, quioscos, etc.”, explica Antonio Más, presidente de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE), que forman cuatro asociaciones en las que se engloban 228 empresas dedicadas a la distribución de libros y publicaciones periódicas, cuya facturación global supera los 600.000 millones de pesetas.

Estas empresas mueven al año más de 252 millones de ejemplares, de los que el 83% son los servidos y el 17% los devueltos, y gestionan más de nueve millones de pedidos, con un número medio de 23 ejemplares y un peso medio por ejemplar de 528 gramos, lo que supone nada menos que más de 133.000 toneladas movidas a lo largo del año.

Según el Estudio de perfil del sector de la distribución, realizado por FANDE, de las 228 empresas distribuidoras, 40 facturan más de 3.000 millones de pesetas anuales; 48 tienen una facturación de 1.000 a 3.000 pesetas; otras 40 facturan de 500 a 1.000 millones; 62 de 100 a 500 millones y, por último, 29 no superan los 100 millones de facturación. Aunando datos nos encontramos con que un 41,5% de las empresas que se dedican a la distribución no superan los 500 millones de



facturación anual, un 40% oscila entre los 500 y los 3.000 millones y sólo el 18,5% restante logra superar esa cifra.

Un 60% de las empresas se dedican a la distribución de libros, aunque sólo un 43% lo hace de forma exclusiva. Sin embargo hay muy pocas empresas –sólo un 5,9%– que distribuyan exclusivamente publicaciones periódicas. En cuanto a las empresas que se dedican a la distribución mixta, el 33,5% comercializan preferentemente publicaciones periódicas, frente al 17% que se dedica de forma más intensa a los libros.

Según su volumen de publicación son las empresas más pequeñas las que se dedican en mayor medida a la distribución de libros, mientras que las mayores se inclinan más por las publicaciones periódicas. Además, el 57,5% de las que facturan más de 3.000 millones y el 39% de las que tienen una facturación de entre 1.000 y 3.000 millones de pesetas participan en otras actividades ajenas a la distribución de libros u otras publicaciones.

ESTRUCTURAS PODEROSAS

“En España, donde este sector apenas cuenta con veinte años de vida, faltan aún grandes empresas distribuidoras como hay en otros países europeos. En Alemania, por ejemplo, hay cuatro grandes compañías que gestionan la mayor parte del mercado y otras 25 o 30 de segunda categoría. Fuera de la UE también se ha producido este proceso de concentración: en Japón hay dos muy importantes y 30 o 40 más pequeñas. Aquí deberíamos evolucionar hacia estructuras más poderosas, sin prescindir de las pequeñas, que ocupan huecos de mercado que no



siempre las grandes empresas van a cubrir. Y esta evolución habrá que hacerla por iniciativa propia o por la presión de otros grupos extranjeros que pueden comenzar a entrar en nuestro mercado”.

En nuestro país las distribuidoras más grandes son las que están relacionadas con editores, empresas participadas como las de Planeta, Santillana (Itaca), SM (Cesma) o Anaya (Grupo Editorial): “Cuando hay una masa de negocio alta, a partir de 4.000 millones de pesetas, el editor entiende que le conviene distribuirse a sí mismo. Hay interpretaciones para todos los gustos, aunque no necesariamente con esa política se abaratan los costes”, apunta Antonio Más.

Un 46,6% de las empresas distribuidoras realizan su actividad en todo el ámbito nacional, mientras que un 27% actúan en el ámbito de su comunidad autónoma, un 21% trabaja a nivel provincial y un 2% se limita a la distribución local. Son las empresas que se dedican a la distribución de libros las que tienen un mayor campo de actuación y también las que utilizan más recursos propios.

El número medio de núcleos de población habitualmente atendidos es de 200. Las empresas grandes pueden llegar a más de mil poblaciones, mientras que las que no alcanzan los 100 millones de pesetas de ventas no sobrepasan los 100 núcleos de población. Por su parte, la media de puntos de venta atendidos se sitúa en torno a los 2.900, con una ratio media de 14 por cada núcleo de población. En este caso son las empresas que se dedican a distribuir publicaciones periódicas las que acuden a más puntos de venta.

La dispersión de los puntos de venta es uno de los principales problemas a los que se enfrentan los distribuidores: las cerca de 5.000 librerías existentes en nuestro país se reparten en unas 1.000 poblaciones geográficamente dispersas. “Esto significa que las técnicas de almacenamiento, rutas y optimización de recursos son muy importantes”, reconoce Antonio Más, para quien la labor de los distribuidores no está



suficientemente reconocida “Se dice en el sector que cuando un libro se vende bien es virtud del editor y cuando se vende mal es por causa del distribuidor, aunque no sea cierto. El problema del libro no es la distribución. Los problemas del libro son los que supone la suma de los problemas del editor, del distribuidor y del librero. Si un libro sale a punto o no, oportunamente, con las características adecuadas, no es culpa del distribuidor y todas esas cosas condicionan el éxito o el fracaso de un libro”.

INFRAESTRUCTURA

Respecto al personal que ocupan, las empresas asociadas a FANDE contaron en 1996 –último año del que se tienen datos– con 9.900 trabajadores con vinculación total o parcial. El 44% de estas empresas no tienen sucursales o delegaciones propias, mientras que el 35,4% tiene una y el 20,4% más de una. La superficie que ocupan los almacenes y oficinas dedicados a esta actividad es de 657.840 m².

“Entre las empresas distribuidoras hay dos tipos de problemas: los exógenos y los endógenos”, reconoce el responsable de los distribuidores. “Los primeros son los mismos que atañen a un porcentaje muy alto de la empresa española en general, como la estructura, magnitud, descapitalización, etc. Esto no es ajeno al sector de la distribución de libros, donde existe un cierto minifundismo. Las empresas pequeñas corren el riesgo de ser barridas del mercado en cuanto llegue un competidor.

En cuanto a la descapitalización, no se da tanto como en las librerías, pero también se corre ese riesgo, porque, probablemente, el editor, que es el que arriesga a la hora de sacar al mercado un libro, necesita recuperar rápidamente la inversión, a pesar de que el ciclo natural del libro, que puede mantenerse durante más de cinco años en el mercado, es mucho más lento que el de cualquier otro producto. Por eso el distribuidor vive muchas veces constreñido por la necesidad del editor de recuperar cuanto antes su inversión y la realidad de un mercado que digiere sólo lo que digiere”.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

En la última etapa del proceso, la comercialización del libro, son las librerías y las grandes superficies las que acaparan el mayor porcentaje de las ventas, con un 45% del total, mientras que la venta a crédito supone el 20%, los quioscos el 13%, la venta por correo o a través de clubes el 12%, las instituciones privadas y públicas el 6% y otros canales el 4%.

“El sector de comercialización del libro está muy poco estructurado si lo comparamos con otros, como el de alimentación, en el que todo lo que va al consumidor final pasa por el minorista, más grande o más pequeño”, explica José María Barandiarán, secretario general de la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros, entidad que agrupa en la actualidad a 2.100 librerías.

En España hay unas 5.000 librerías y librerías-papelerías, todas ellas en municipios de más de 25.000 habitantes, aunque tres de cada cuatro están situadas en núcleos urbanos con más de 50.000 habitantes y todas aquellas que facturan más de 100 millones de pesetas se concentran en poblaciones de más de 100.000 habitantes. En total el sector, que cuenta con un accionariado mayoritariamente español y de origen familiar, da empleo a 18.500 trabajadores, con una media de cuatro empleos por empresa.

Aproximadamente un 64% de los libros editados se venden en cuatro



comunidades autónomas: Cataluña, a donde van a parar el 21,4%, Madrid, que se aproxima al 20%, Andalucía y la Comunidad Valenciana. El resto de las comunidades autónomas acaparan porcentajes muy inferiores, aunque son las comunidades más pequeñas como Cantabria, La Rioja y Navarra en las que se venden menos libros.

Un informe, el Mapa de Librerías de Catalunya, elaborado por el Gremio de Barcelona nos puede aportar algunos datos, extrapolables al resto del territorio, sobre cómo son las librerías, que se pueden dividir en generales, especializadas o generales con especialización y en función de su volumen de facturación. Normalmente son las grandes y medianas las que pertenecen a un grupo –Crisol, Sgel, Delsa–, mientras que las pequeñas son empresas familiares, habitualmente.

Hay notables diferencias en su superficie según su nivel de facturación. Las grandes tienen una superficie total de 536 m², de los que 387 son de acceso público, mientras que las medianas no superan los 100 m² y la media de las pequeñas es de 52 m². Este es uno de los principales problemas a los que se enfrentan los librereros, acrecentado por el elevado número de títulos existentes en la actualidad, ya que se trata de un negocio que tiene que convertirse también en un depósito de libros. Las librerías pequeñas, por ejemplo, acumulan unos stocks de 5.000 volúmenes, entre 5.000 y 25.000 las medianas, y más de 25.000 las grandes. En cuanto a los empleados, las pequeñas tienen uno o dos empleados, tres las medianas y una media de diez las grandes.

TRANSFORMACIONES

La profunda transformación que ha vivido el sector comercial en los últimos años se ha manifestado de forma muy especial en la aparición de nuevos canales de venta. Este proceso responde, de una parte a los intentos de desarrollo de medios de transporte y comunicación que incrementen progresivamente las posibilidades de acceso del consumidor a la oferta comercial. Este



hecho ha permitido la creación de unos sistemas de venta más cómodos, rápidos y eficaces que han modificado profundamente los hábitos de compra.

Por una parte han aparecido nuevos establecimientos comerciales, hipermercados, grandes superficies, supermercados, centros comerciales, etc. De otro lado, algunas empresas se han especializado en la comercialización directa de ciertos productos a domicilio, por correo, por teléfono, por Internet etc., que han producido un importante incremento de sus ventas. Estas formas de comercialización tienen un gran potencial de crecimiento.

Entre las primeras vías de comercialización destacan los grandes almacenes, que disponen de unos espacios específicos con una amplia oferta, se trata de grandes librerías generalistas ubicadas en estas grandes superficies, que han asumido una destacada posición en el mercado. También los quioscos, repartidos en el territorio de una forma equilibrada, se han constituido en una amplísima red de puntos de ventas de ciertos libros, coleccionables o fascículos, que son comercializados de forma masiva.

Junto a ellos han aparecido en los últimos años cadenas especializadas de superficie media que ofrecen una oferta de libros y otros productos culturales. Este modelo, que se ha desarrollado extraordinariamente en otros países europeos y ha alcanzado importantes cuotas de mercado, es, por ejemplo, el caso de FNAC, la empresa francesa que nació en 1954 como una central de

compras dirigida a comercios especializados en materia fotográfico.

Esta firma, que cuenta con tiendas en Francia, Bélgica y Portugal, abrió su primera tienda en España, en Madrid, en 1993. Desde entonces ha abierto dos en Barcelona y una más en Valencia, a las que se unirá este mismo año otro establecimiento en Zaragoza y quince más en toda España en los próximos años.

Las tiendas FNAC ofrecen libros –sólo representan entre el 25 y el 30% de su facturación–, discos, productos informáticos y todo tipo de productos culturales, además de desarrollar una completa agenda de actos relacionados con la cultura, de acceso gratuito, con los que atrae a un buen número de posibles clientes al establecimiento.

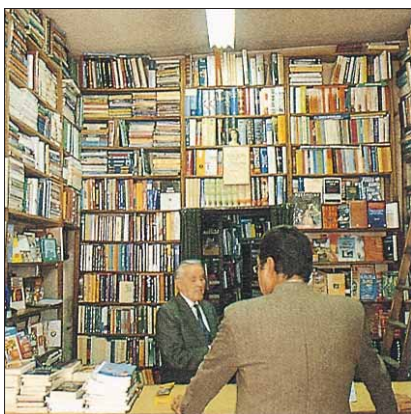
Además, según explican sus responsables de comunicación, “las librerías FNAC ofrecen una novedad que es la suma de cuatro constantes: un espacio amplio y confortable, sin agresiones visuales ni auditivas, que invita a curiosear; una gran cantidad de libros ordenados; una atención realizada por librereros y siempre el máximo descuento que permite la ley”.

Muy similar es la oferta de Crisol, una cadena de librerías ligada al mundo editorial –Alfaguara–, al igual que ocurre con la madrileña La Casa del Libro, de Planeta, que pretende ofrecer al comprador cualquier tipo de producto cultural y que ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años.

Pero las nuevas vías de venta no acaban aquí. Otras grandes superficies, como los hipermercados, han comenzado a introducirse recientemente en el mercado del libro, aunque de momento circunscriben su oferta a ciertas líneas de producto dirigidas al gran público, mientras que en algunos centros y galerías comerciales se venden libros a través de pequeñas tiendas (librería-papeletería-quiosco), ubicadas en estos equipamientos.

“La entrada de grandes superficies del sector del libro como FNAC o los hipermercados ha obligado a las librerías a especializarse y a intentar unirse”,





explica José María Barandiarán. “El caso de los hipermercados incide sobre un volumen muy pequeño de títulos, unos 500 o 1.000, pero que son los de más rápida rotación, los que daban cierto desahogo a las librerías y les permitía mantener ciertos stocks de baja rotación. Este hecho puede tener consecuencias muy serias”.

Por otra parte, la venta directa de libros por parte de editores o distribuidores constituye cerca del 40% del mercado libro: ventas de empresas e instituciones públicas y privadas, a otras editoriales, a crédito, puerta a puerta, por correo y mediante club, no en vano el libro es el producto que ocupa una posición e liderazgo en venta a domicilio, junto con cosméticos, y por correo, junto con discos, ropa y productos financieros.

En este sentido, hay que recordar que los clubes de lectores se han consolidado en los últimos años como una forma alternativa de comercialización de libros que ya acapara el 12% de las ventas totales de libros en España.

El más importante, con más de un millón y medio de asociados en España y nueve millones en todo el mundo es el Círculo de Lectores, propiedad del grupo editorial alemán Bertelsmann. Fundado en 1962 con el objetivo de ofrecer a domicilio libros y discos, Círculo de Lectores ofrece a sus asociados una amplia variedad de productos editados con la máxima calidad y con unos precios que suelen ser un 20% más bajos que en el mercado, además de regalos, descuentos adicionales, premios y participaciones en sorteos. A

cambio, sus socios se comprometen a realizar una compra mínima cada dos meses, durante al menos dos años.

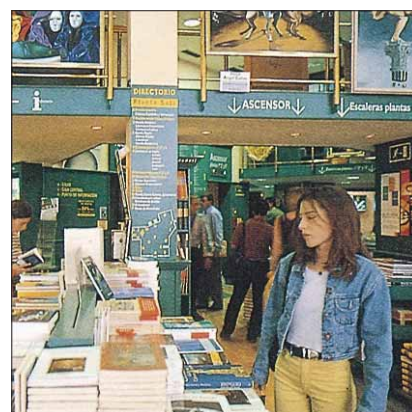
DECLIVE DE LA LIBRERÍA TRADICIONAL

Dada la situación de declive o estancamiento de la librería tradicional frente a otras vías de comercialización, los libreros reconocen que es necesario adecuarla a los nuevos hábitos del consumidor e identificar el segmento del mercado al que se dirige la oferta del establecimiento comercial.

La accesibilidad del establecimiento en horario, facilidades de transporte y aparcamiento, proximidad al domicilio, junto con la imagen de la tienda, la selección de productos, su calidad y su precio, y los servicios asociados a la compra, como el trato personal y agradable al cliente, la disposición física de la mercancía, el servicio de información, etc., son algunas de las estrategias empresariales a las que deberían dirigirse las librerías, según los expertos.

Diversos estudios realizados por los gremios de libreros aseguran que la atomización del pequeño comercio se debe en parte a la consideración de la empresa como autoempleo y es determinante respecto a las posibilidades de reforma estructural del sector, sobre todo por la dificultad de modernización de la cultura empresarial y de realización de las inversiones necesarias para la mejora del negocio.

En este sentido, la fragmentación del sector minorista tiene unas importantes consecuencias tanto en sus relaciones horizontales como verticales. Por una parte la facturación de las grandes empresas del comercio al detalle crece fuertemente mientras la de las pequeñas librerías tradicionales está estancada o decrece. Para salvar este problema el pequeño comercio debe concentrarse y agruparse si quiere tener alguna posibilidad de mantenerse en su competencia con las grandes superficies. Por otra parte, se produce también un desequilibrio en las relaciones entre los fabricantes y los grandes distribuidores, que tienen una posición de fuerza frente al pequeño comercio.

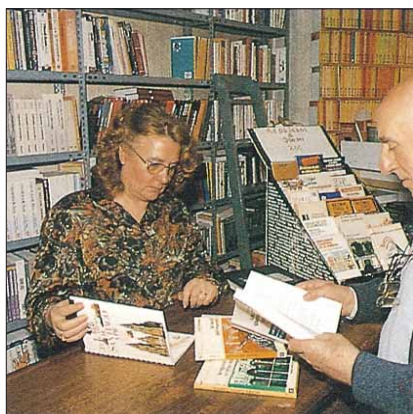


Como consecuencia de esta evolución, el comercio tradicional ha tenido una pérdida importante de su cuota de mercado. Este hecho debería obligar al sector a mejorar su competitividad, aunque hasta el momento el sector ha tenido una reducida y lenta capacidad de adaptación a esta novedad.

Según se ha puesto de manifiesto en uno de sus congresos nacionales, los libreros creen que “los editores consideran insuficiente la capacidad comercial del canal librero y que su estructura no ha evolucionado como para permitir confiar en su renovación, en una actualización y un aumento sensible de su efectividad comercial. Estiman también que la preparación empresarial, la dimensión de empresa y los medios materiales aplicados por los libreros son insuficientes. Esta situación tiende a disociar cada vez más la dependencia o relación entre editores y libreros y a fomentar la promoción de nuevos canales para dar cauce y salida a la producción de libros...”

Ante esta situación, los libreros consideran que deberían ser el único canal para la venta del libro, a la vez que atribuyen “la raíz de los problemas” a la falta de margen comercial y a “la acción competitiva ejercida por los propios editores o por otros canales que les son extraños. Los libreros estimamos que, siendo el mejor cliente del editor y con un importante capital invertido, nuestra gestión ni es debidamente apreciada por los editores ni estos le prestan los apoyos morales ni materiales al igual que hacen con otros canales de difusión”, afirman.





La modernización del sector pasa en buena parte por el crecimiento de las empresas o por la articulación de formas de cooperación o asociación interempresarial, como cooperativas de minoristas, asociaciones voluntarias, grupos de compras, franquicias, etc. que se han mostrado como alternativas eficaces al gran comercio.

Estas asociaciones deberán plantear estrategias para mejorar la posición competitiva respecto a los grandes establecimientos, como campañas de imágenes, ofertas colectivas de servicios asociados a la venta, diseño de estrategias comerciales para captar nuevos clientes, sistemas de información para mejorar la gestión; y también estrategias para mejorar la posición de negociación respecto a los proveedores.

LA ALTERNATIVA DE LAS LIBRERÍAS EN CADENA

Para el responsable de CEGAL, "el sector se dirige hacia una cierta concentración, que ya se ha iniciado. El número de metros cuadrados dedicados a librería ha aumentado, pero el número de librerías ha disminuido, debido al cierre progresivo de pequeñas librerías-papeletterías de barrio.

La tendencia que se vislumbra con más claridad es que van a sobrevivir librerías generales instaladas en superficies de más de 400 m², y librerías especializadas o generales especializadas. Ya se han realizado algunas fusiones y se ha creado la primera cadena de librerías independientes, que puede convertirse en una buena alternativa para muchas de ellas".

Esa primera cadena de librerías es Librerías L, una central de servicios constituida en mayo de 1997 por un nutrido grupo de librerías independientes, "surgida como respuesta a la situación del mercado y sin ánimo de lucro", según explica su consejero delegado, Carlos González.

Su objetivo es prestar todo tipo de servicios técnicos, comerciales y de asesoramiento a las empresas asociadas, desde la organización de actividades promocionales, catálogos o publicidad, a la logística, el pago centralizado y anticipado a las editoriales, la creación de un sistema de comunicaciones telemáticas y, por supuesto, la creación de una imagen corporativa.

"En Francia este tipo de agrupaciones nacieron hace 30 años y en la actualidad agrupan a las mejores librerías históricas del país, con una presencia en el mercado muy importante y con una imagen de defensa de un producto cultural. En España no existía nada de este tipo aunque ha habido diversos intentos encaminados a constituir pequeños grupos de compras a nivel local, nunca a nivel nacional", explica González.

Inicialmente fueron 29 librerías independientes, las más importantes de cada ciudad, las que se unieron. Ahora son más de 90 puntos de venta los asociados, distribuidos en 30 provincias y 52 ciudades. Todas ellas tienen que ser librerías con un amplio fondo editorial, más del 70% de sus ventas deben ser libros, deben ser históricas y sus ventas tienen que superar los 75 millones de pesetas.

"Estamos aún al 50% de nuestro objetivo. Nuestra idea es englobar al menos una librería histórica importante por cada ciudad, y si la ciudad es mayor de 100.000 habitantes, dos o más. Todas ellas son librerías de fondo, históricas, que no compiten entre sí, sino que lo hacen contra los grandes grupos, como El Corte Inglés, FNAC, La Casa del Libro o Crisol", señala.

La sociedad carece de ánimo de lucro, está formada por los propios socios a partes iguales, quienes eligen un comité ejecutivo que organiza la



actividad comercial y financiera con un triple objetivo: crear una imagen corporativa, fuerte, de calidad y servicio; establecer economías de escala a través de la gestión asociada para reducir los costes de la propia librería, y mejorar los márgenes comerciales para poder invertirlos en los puntos de venta y poder vender más, estableciendo acuerdos con las editoriales.

El volumen de venta de Librerías L supera ya los 15.000 millones de pesetas, un 5% respecto al global, aunque "nuestro objetivo es alcanzar el 10% de presencia en el mercado", afirma Carlos González.

En cuanto al futuro del sector de comercialización del libro, reconoce que "es posible que desaparezcan las librerías pequeñas, pero se crearán nuevas cadenas, nuevos productos, se creará un marketing directo que prácticamente no existe y que será bueno para el lector, para la cultura y para las editoriales. Sin embargo, estos movimientos se producirán a medio plazo, porque el proceso de renovación en el sector editorial está llegando ahora. La concentración editorial llegará después a las librerías".

En este sentido, los planes de Espasa Calpe y Bertelsmann para crear una nueva cadena de librerías en la que van a invertir más de 4.000 millones de pesetas, son sólo el primer aviso. "Nosotros intentamos estar preparados para cuando llegue ese momento", según el responsable de Librerías L. □

MARIA JOSÉ BARRERO
Periodista

