

El cambio al libro electrónico y las pequeñas editoriales

Miguel A. Otero

Director financiero de BAC (Biblioteca de Autores Cristianos)

Ahora que se discute cómo habrá de ser el futuro inmediato de la edición, se dice que el único importante será el lector. Los editores han tenido como piedra de toque, desde hace años, la lectura y los lectores. Sin embargo, después de invertir muchos esfuerzos, ¿qué se ha conseguido cuando ya ni el editor se supone necesario? Al final, no sabemos siquiera si se lee más. Según los datos del *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros*, se dice que algo más, aunque se vendan muchos menos ejemplares, pero queda la duda de si se leerá más con el libro electrónico. Tampoco lo sabemos, y probablemente ahí radique el secreto de la nueva industria editorial: saber qué ofrecer a esos nuevos lectores para que lean más. Y esto hace años que se viene tratando. Ha pasado casi una década desde que apareció el *Informe 2002 sobre la Lectura en España*, coordinado por J. A. Millán, que se hizo coincidir su presentación con el Congreso de Editores en Valencia. Aquellos eran momentos en los que ya se daba por hecho que el libro electrónico era una apuesta imprescindible para el futuro del libro.

Sin embargo, y a pesar de que ya se decía que un 18% de la población leía habitualmente textos (libros o revistas) tomados de la Red, la mayoría del sector apenas entendía como necesidad inmediata que debía ir cambiando sus estrategias empresariales y se enredaba más con el precio fijo, la crisis argentina, la libertad de creación y edición y, sobre todo, con fomentar la lectura y aumentar la presencia en bibliotecas. Todo esto ha sido, y continúa siendo, fundamental, pero, frente a ello, había una propuesta distinta y apenas se sabía intuir la necesidad de concretar la información de lo que se llamaban las «nuevas tecnologías».

Ha pasado el tiempo y, después de una década, se afirma mucho más rotundamente la necesidad de acelerar un cambio, a pesar incluso de que las

cifras de ventas de los libros electrónicos sean en estos momentos aún muy modestas. Parece, sin embargo, que los deberes no se han hecho adecuadamente –tal como en el Congreso se instaba– y que algo nos obliga a correr en estos momentos, y esto suena a la continua cantinela de que para mover ficha siempre es necesario que desde fuera se incite a ello.

Que se está produciendo un cambio en el sector editorial es casi una obviedad. Igual que resulta obvio que cualquier cambio produce incertidumbre y desasosiego. Por eso el mundo del libro, de la edición, se encuentra en un momento de intranquilidad y difíciles decisiones.

Hace unos días, en un artículo, el escritor Jorge Volpi¹ vaticinaba cambios importantes para el sector del libro: reconversión de los editores (editor-agente-maquetador), eliminación de la cadena de distribución, desaparición de librerías y apertura inmediata al abanico de lo virtual y de la Red. Aunque todo ello suene un poco apocalíptico, si nos ponemos en esa situación nos queda la duda de en dónde situar todo lo actual. Pues bien, según él, en nostalgias. Y estas nostalgias, a la vez, son las que parece que están frenando el desarrollo del libro electrónico (después de esta década), siempre según su respetable opinión. Se puede estar o no de acuerdo con las anteriores afirmaciones, pero en mi modesta opinión tales predicciones resultan un poco abultadas y fatalistas, aunque, evidentemente, tiene razón al afirmar la necesidad y la importancia de asomarse de una vez al libro electrónico.

Naturalmente, muchos de esos cambios ya se están dando. Y el problema no parece estar en función de ese pasado nostálgico, sino de las oportunidades y las estrategias para y en cada editorial. De la noche a la mañana no se desmantelan las entidades ni se cambian los horizontes, aunque solo sea por la prudencia con la que se actúa cuando existe una gran incertidumbre, ya que

**De la noche a la mañana
no se desmantelan las
entidades ni se cambian
los horizontes**

cualquier decisión puede resultar más costosa de lo previsto; circunstancia esta que, al hilo del artículo de Volpi, se obvia (margina) bastante en su opinión y en la de otros muchos defensores del cambio inmediato al libro electrónico.

Ello no significa que no se avance hacia el nuevo escenario del libro electrónico, lo que sucede es que hay muchos elementos que retocar y, después de años –y en estos momentos de aguda crisis– no es anclarse en la nostalgia sino intentar dar esos pasos con el mayor equilibrio. Lo que hay que rediseñar es ese nuevo escenario, y no podemos olvidar que la otra variable, el tiempo, es un factor que juega generalmente en contra.

1. Jorge Volpi, «Réquiem por el papel»: *El País*, 15/10/2011.

Según el *Estudio de Comercio Interior 2010*, en el conjunto del sector editorial cerca de un 84% de sus partícipes se mueve con una cifra de negocio individual para el mercado interior inferior a los 2,4 millones de euros a PVP, lo que significa una media de menos de 1,3 millones de venta neta en España para estas editoras, aunque, y a pesar de su número, aportan solo alrededor de un 12% de la cifra de facturación total del sector.

Este conjunto, representado por esas pequeñas editoras, ha editado más del 44% de las obras que circulan en el mercado, una mayoría de las que reúnen los activos de humanidades, libro universitario, ensayo social, científico-técnico y, además, con una particularidad: generalmente son obras de mucha menos venta pero que han tenido (necesitado) un mayor aporte editorial, en el estricto sentido del valor añadido a la obra: índices, notas, aparato crítico, etc. Además, mantiene el 31% de las personas que trabajan en el sector y produce el 32% de los títulos que magnifican esa continua hipótesis de fertilidad sectorial, eso sí, con unas tiradas medias que casi nunca llegan a las 2.000 unidades.

Al mismo tiempo, y desde el ángulo económico, estas entidades de menor dimensión presentan unos indicadores económicos bastante más precarios que la otra parte del sector, y con unas características muy similares: menor margen de ventas, baja tasa de los rendimientos de explotación, incidencia importante de los gastos y, en general, unas coordenadas que mantienen en estos momentos unas bajas rentabilidades de sus inversiones (tasas inferiores al 3%, y más de un 50% de ellas con rendimientos negativos y con una cifra de ventas muy inferior a la de hace una década).

Todo lo anterior, a su vez, desvela dos cuestiones importantes que no debemos pasar por alto. De un lado, una estructura sectorial muy atomizada y condicionada en su construcción, tanto por la facturación de las entidades más grandes como por la continua aportación de una notable actividad de las más pequeñas. De otro, anular la idea tan extendida de un mundo editorial como gran negocio, con ese glamour de notables autores que cobran importantes derechos, y de que cuando hablamos de edición nos reparamos casi exclusivamente a las obras de creación literaria –muy generalizada esta idea en la prensa y en sus crónicas–. Resulta esto último una distorsión importante del sector. La realidad es que hay que tener en cuenta ante el cambio la heterogeneidad del sector, y sobre todo que este mayoritario conjunto de pequeñas editoriales tiene que hacer un ejercicio de posicionamiento que estará en función de su propia economía, pero sabiendo que no se completará el libro electrónico sin ellas.

Las pequeñas editoriales tienen que hacer un ejercicio de posicionamiento que estará en función de su propia economía

Es importante no olvidar esto, porque el tránsito a la edición electrónica requiere pensar que seguramente tendrá distintas velocidades; de lo contrario, un importante acervo temático y de calidad editorial se puede dejar a merced de la *nube*, con el único futuro de quedar, en el mejor de los casos, olvidado, desaprovechado o, incluso, pirateado «legalmente».

Con tal distancia entre unas y otras editoriales, nos hemos propuesto pergeñar algunos trazos sobre cómo puede ser ese cambio para las editoras de menor dimensión. Partimos del supuesto, casi como premisa con un muy

Partimos del supuesto de que la coexistencia del libro impreso y del digital será por largo tiempo

alto grado de razonabilidad, que la coexistencia del libro impreso y del digital será por largo tiempo. Y no solo esto, sino que, al menos en los primeros años –ciclo inicial–, la mayoría de los títulos van a mantenerse impresos y/o en un doble formato, impreso y digital, y en todo caso será el ritmo de la digital lo que derivará en el abandono de la edición

menos sostenible. Mientras que esto no suceda ambas convivirán, por el interés del mercado y del editor, y, poco a poco, muchos de los títulos quedarán en ediciones de tirada pequeña (más como edición de tiro bajo en manos del editor, que como edición bajo demanda en ámbitos de terceros).

De una manera muy sintética, y en términos generales, el resultado de explotación se obtiene de la diferencia entre los ingresos por ventas y los gastos necesarios para llevar a cabo la actividad: coste de los productos vendidos, derechos de autor, gastos de personal, gastos generales y amortizaciones y/o depreciaciones de explotación. Y ese resultado económico que obtenemos del negocio, a su vez se traduce en una tasa de negocio (t) como porcentaje respecto a los ingresos de venta.

Como hipótesis a estudiar, y de un modo muy básico, queremos acercarnos al efecto que se producirá en las economías de las pequeñas empresas editoriales con el cambio de un determinado porcentaje de edición impresa hacia la digital. La incorporación de la edición digital cambiará la cifra de negocio (CN) que tenía la editorial en condiciones de edición impresa, pero en ese nuevo escenario creemos que la editora buscará mantener, al menos, la misma tasa de negocio (t) como rentabilidad necesaria. Sin embargo, serán esos cambios de CN y t los que den o retiren confianza al editor para la continuidad en ese proyecto dual.

Así, una parte de los ingresos de libros impresos se perderá y aparecerán ingresos por ventas de la obra en digital. Teóricamente, en esta circunstancia, el coste de producto se reducirá, tanto por disminución de la tirada impresa, que se ajusta, como porque la parte digital requiere proporcionalmente un mínimo coste una vez armado el libro impreso (coste marginal teó-

rico casi o). Los derechos de autor y los descuentos sobre el precio en digital se presume que aumentarán respecto a la edición impresa, al menos en porcentaje. El resto de los gastos: personal, generales, provisiones y amortizaciones, hemos de pensar que quedan en los mismos niveles para mantener la economía general de la empresa, al menos en los momentos de coexistir ambas en ese primer ciclo que denominábamos inicial.

De este modo, tendremos que la diferencia del resultado de explotación entre el modelo impreso y el digital será función del diferencial de ventas en cambio (valor entre las ventas impresas perdidas y las digitales incorporadas) y de los costes y derechos relativos a ellos, que traducido en términos de ecuación y hechos los cálculos queda en función de la tasa de negocio que queramos mantener (t) y de las variables representativas de la función del precio fijo: el margen de ventas (m) y el factor de multiplicación venta/coste de la edición impresa (k).

Formulamos la siguiente igualdad para calcular la nueva venta digital (D):

$$D = B \left[m(1 - L) - \frac{(1 - F)}{k(1 - t)} \right], \text{ con la siguiente leyenda al pie}^2.$$

Podemos seguirlo con un ejemplo numérico. En él hemos querido ofrecer valores cercanos a la realidad para que el efecto se pueda igualmente aproximar. Partimos del siguiente supuesto: el editor, por cada 100 euros de venta bruta a precio fuerte (B), deduce el 50% de ello para descuentos de distribución y porcentaje de derechos de autor, lo que hace que en total le queden 50 euros líquidos de venta neta ($m = 0,5$). El coste de esas obras se encuentra en 20 euros (con un factor k de multiplicación, por tanto, de 5) y los otros gastos (personal, generales y amortizaciones) son de 27,5 euros por

2. L = Proporción que nos queda de libro impreso, una vez que entra en la venta la edición del digital.

F = Proporción en la que quedan reducidos los costes de ventas, una vez que entran en juego tanto el libro impreso (con reducción de tirada) como el digital, al mismo tiempo.

t = Tasa de negocio que en la hipótesis del modelo podemos querer mantener igual, como situación mínima, una vez que parte de nuestra venta se canalice como libro digital.

B = Bruto de las ventas impresas a precios de tapa.

k = Representa el factor de multiplicación venta/coste que en términos generales utiliza la entidad y que se aparece en los resultados como el cociente de la venta bruta a precio venta y el coste general de los productos vendidos.

m = Proporción que significa el margen que queda del valor bruto, una vez deducidos los descuentos de distribución y los derechos de autor (ventas netas menos derechos).

D = Es el importe de venta digital que será necesario obtener para igualar la misma tasa de negocio.

cada 100 euros de venta bruta. De tal modo, el resultado de explotación se encuentra en 2,5 euros ($100 - 50 - 20 - 27,5$), es decir, mantiene una tasa de negocio (t) del 5% (2,5 euros sobre 50 euros de venta neta). (*Tabla 1*).

Ahora, cuando incorporamos la edición digital, la simulación anterior cambia del siguiente modo. Suponemos que por esa coexistencia de impreso y digital reduce la venta de libro impreso un 20% ($L = 0,8$), es decir de 50 euros a unos actuales de 40 euros, cifra nueva de venta neta de libro impreso. Suponemos que también reduce su coste de ventas, ya que ajusta su tirada a la nueva demanda. En este caso, todos entendemos que esta reducción no se produce con una proporcionalidad, puesto que hay elementos de coste fijo. Por ello, según nuestros cálculos, a la disminución de su tirada en un 20% corresponde una merma de costes de solo el 15% de lo anterior, quedando en 17 euros (para nuestro supuesto $F = 0,85$), incluido aquí el coste para generar el fichero digital para su venta. Como no hace cambio alguno en sus estructuras mantiene el mismo nivel de gastos que estaba en 27,5 euros, y trata de conseguir en su nuevo modelo la misma tasa de negocio t , un 5% de sus ventas totales. (*Modelo A - Tabla 1*).

Aplicando la fórmula obtendremos una venta digital, $D = 6,8421$ euros. De este modo, la venta se formaría con 40 euros de obra impresa y 6,8421 euros de obra digital, y, manteniendo sus gastos, se lograría un resultado equivalente a un 5% de tasa de retorno (t) de la venta, igual que antes. Vemos que, en principio, es menor la venta digital incorporada que la venta impresa perdida, por lo que también será menor la cuantía de los resultados en el nuevo modelo dual (2,34 frente a 2,50), lo que repercutirá en una disminución teórica de la rentabilidad del capital (se presupone constante antes y después del cambio), con independencia de haber logrado igualar t . Es decir, la rentabilidad del accionista disminuye, muy diferente a la rentabilidad sobre la inversión que pudiera incluso ser mayor, por la menor exposición de activos.

Pues bien, el cambio de 10 euros de venta neta impresa por 6,8421 euros de venta digital resulta, como vemos, equivalente para el rendimiento, pero la diferencia estriba en que, como el precio de venta de la obra digital no es igual al de la obra impresa, en ese cambio tendrían que venderse distinto número de unidades. Y aquí es donde se incorpora una nueva incógnita, el multiplicador del digital (X).

El neto que obtenemos en digital dependerá de las condiciones específicas con la que comercialicemos este libro, lo que será función del precio del libro digital y del porcentaje que le quede a la editorial –el efecto de ambos lo denominaremos d –. Supongamos que, para el ejemplo, el precio del libro digital fuese la mitad del impreso y la editorial, en el canal de digital, recibiese neto el 40% de la venta; $d = 0,5 \times 0,4 = 0,2$.

TABLA I. DISMINUCIÓN VENTA IMPRESA AL 80% Y AJUSTE COSTES AL 85%

	Modelo actual		Modelos cambio digital			
			Igual t (Modelo A)		Igual R (Modelo B)	
Venta bruta de libro impreso (B)	100,00		80,00	80%	80,00	80%
Descuento comercial + derechos autor	-50,00		-40,00		-40,00	
Margen neto libro impreso (V)	50,00		40,00		40,00	
Margen bruto de ventas (m)		50%				
Venta neta libro digital (D)			6,84		7,00	
Venta neta total (V+D)	50,00		46,84		47,00	
Coste de las ventas (producción) (F)	-20,00		-17,00	85%	-17,00	85%
Factor de multiplicación (k)		5				
Gastos totales (personal y generales)	-27,50		-27,50		-27,50	
Resultado o margen de explotación (R)	2,50		2,34		2,50	
Tasa de negocio (t)		5%		5%		5,32%
Multiplicador libro digital (X)				1,71		1,75

Hecho el cálculo $X = \frac{mD}{d(1-L)}$

tenemos que necesitaría vender, por cada unidad impresa dejada de vender, 1,71 unidades digitales, valor que denominamos multiplicador del digital (X). Y es aquí donde reside uno de los dilemas nuevos: habrá que vender muchos más libros en digital para compensar mínimamente la situación inicial impresa, si queremos una adecuada estabilidad.

Como lo anterior está en función de la tasa de negocio (t), el margen bruto de las ventas (m) y el factor de multiplicación (k), si, por continuar el ejemplo, la empresa editora hubiese tenido un margen (m) del 60% y quisiéramos igualar la t, tendríamos que vender (con iguales parámetros que lo anterior) 2,21 unidades de digital (X) por cada unidad impresa perdida. Vemos, pues, que según las condiciones de las que se parta, se abre un mapa de nuevos valores en el cambio.

Una variable del ejemplo anterior pasaría por mantener el mismo nivel de resultados, de tal modo que, al ser la venta diferente, la tasa t también sería distinta (Modelo B - Tabla 1). Aplicaríamos la siguiente fórmula:

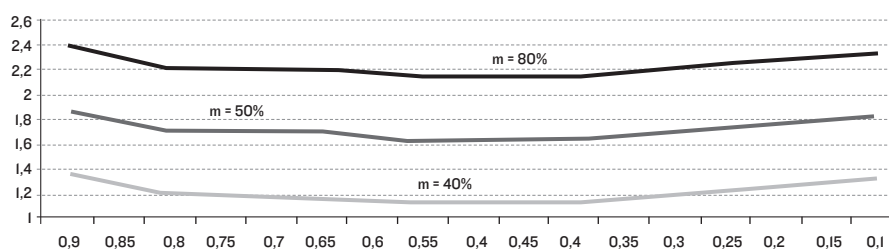
$$D = B \left[m(1-L) - \frac{(1-F)}{k} \right]$$

de donde, para obtener un resultado neto de 2,5 euros, necesitaríamos vender 7 euros de digitales, que equivaldrían con los mismos parámetros de antes a una venta de 1,75 unidades digitales por cada una impresa que se pierde. Si el margen de la obra impresa estuviese en un 60%, lógicamente sería necesario obtener más importe de digital. Así, en este caso, para igualar el resultado necesitaría 2,25 unidades digitales (X) por cada impresa. Vemos, de todos modos, que no existe una gran diferencia entre igualar t (Modelo A) y conseguir el mismo nivel de resultados (Modelo B), por lo que, al menos, mientras no exista un cambio muy drástico de variables, podemos seguir los efectos en el primero de ellos. (Tabla 1).

Para el desarrollo del ejemplo hemos tomado como valores conocidos L y F , que resultan ser los propios que se sucedan en nuestra editora. Recordemos que con una pérdida del 20% de venta impresa ($L = 0,8$) y una disminución del coste de producto del 15% ($F = 0,85$) obtenemos un multiplicador digital (X) de 1,71. Lo cierto es que aplicando los distintos valores que hemos hallado de L y F (muy próximos a los reales del mercado editorial), el comportamiento de X se muestra muy lineal en toda su variación. Fijémonos en la curva central del gráfico, la surgida de nuestras premisas, y cómo se movería según la disminución de ventas (L) entre 10% (0,1) y 90% (0,9), con apenas variaciones desde 1,82 a 1,87 con un mínimo de 1,63, y vemos también cómo se sitúa nuestro punto de referencia de 1,71 en el 80% de venta impresa ($L = 0,8$). (Hay que advertir que esta linealidad es siempre y cuando se acompañen L y F en el modelo; veremos más adelante cuándo no es así).

Esto hace que el multiplicador digital (X) sea poco sensible a la pérdida de obra impresa, y que, como vemos, dependa más del margen bruto de ventas (m), tal como se expresa en las tres distintas curvas, según las m de 40%, 50% y 60%. Así, un primer mapa nos mueve X desde 1,13 a 2,37, solo con variar m entre el 40% y el 60%, con independencia de que cambiemos obra impresa por digital desde un 10% hasta un 90%.

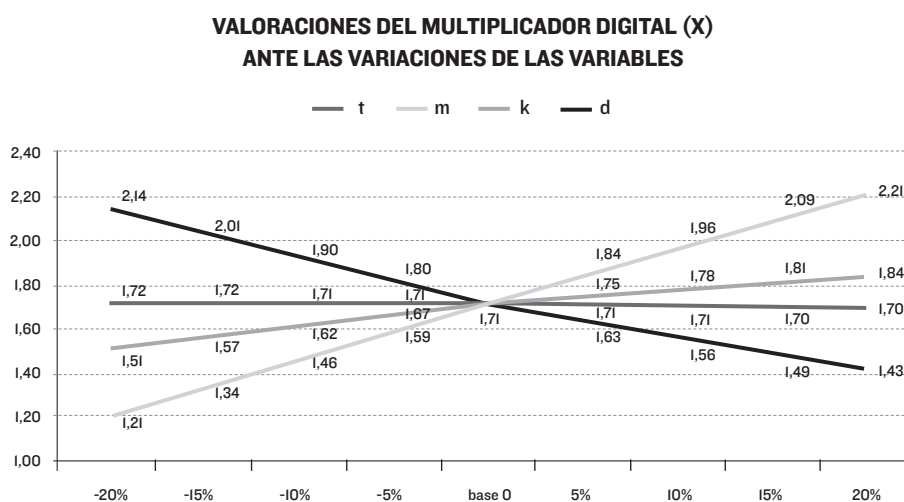
VALORACIONES DEL MULTIPLICADOR DIGITAL (X) SEGÚN LA DISMINUCIÓN DEL IMPRESO Y PARA CADA MARGEN ($m = 50\% \pm 20\%$)



Vamos a ver ahora cómo se mueve el multiplicador X manteniendo los parámetros en los valores generales de $L = 80\%$ y de $F = 85\%$ y dando nuevos recorridos a las variables (t, m, k, d) , de una en una, para hacer otra aproximación al mapa de cambios. En la Tabla 2 podemos apreciar la sensibilidad de esas variables para inducir a los cambios en el multiplicador del digital (X), cuando toman valores de $\pm 20\%$ de su valor base del ejemplo.

TABLA 2. VARIACIONES EN EL MULTIPLICADOR DE LIBRO DIGITAL (X) ANTE LAS VARIACIONES DE LAS VARIABLES				
	t	m	k	d
-20%	1,72	1,21	1,51	2,14
-15%	1,72	1,34	1,57	2,01
-10%	1,71	1,46	1,62	1,90
-5%	1,71	1,59	1,67	1,80
base 0	1,71	1,71	1,71	1,71
5%	1,71	1,84	1,75	1,63
10%	1,71	1,96	1,78	1,56
15%	1,70	2,09	1,81	1,49
20%	1,70	2,21	1,84	1,43

Esta misma representación de variables queda en la siguiente gráfica como explicación agrupada.



El mapa recoge los siguientes recorridos del multiplicador X :

a) Vemos cómo la variación en la tasa de negocio (t) que existía en el libro impreso apenas representa variación en el multiplicador de digital (X), pues entre 5% y un $\pm 20\%$ (4% y 6% para la t) se igualaría en el modelo y tan solo mueve desde 1,72 a 1,70 la multiplicación.

b) La variable k (factor venta/coste del libro impreso) presenta un poco más de elasticidad en sus variaciones. Cuando varía según nuestro ejemplo desde 4 hasta 6 ($5 \pm 20\%$), las necesidades digitales hacen que se multipliquen desde 1,51 hasta 1,84. No es simétrica en sus variaciones (1,71 valor central), y cuanto menor es el valor de k , y si con él se pudo conseguir cubrir los gastos y obtener una tasa de negocio t (5% en nuestro caso) en el modelo impreso, será necesario también un menor valor para el multiplicador digital (X).

c) La otra variable, bastante más elástica, es m (margen bruto del libro impreso). Esta sí que denota una importante variación, y simétrica, ya que desde el punto de partida simulado del 50%, con ese $\pm 20\%$, llegamos a un margen (m) entre 40% y 60%, siendo que ofrece valores del digital desde 1,21 hasta 2,21, sensibilización esta muy perceptible que obliga a que cuanto menor era el margen m , mejor absorbidos estaban los gastos y el rendimiento (igual que pasaba con k) por lo que se necesitan menos unidades de digital en cada cambio. Por el contrario, cuanto más margen existía en el impreso, más multiplicador (X) necesitarán para permanecer en un mismo nivel de t .

d) Por último, las condiciones del valor neto del digital juegan, lógicamente a la contra. A mayor neto obtenido (d) menor necesidad de multiplicar unidades en digital (X), así obteniendo entre el 48% y el 32% (40% de neto editorial $\pm 20\%$) nos vamos desde 1,43 al 2,14 en el multiplicador del libro digital.

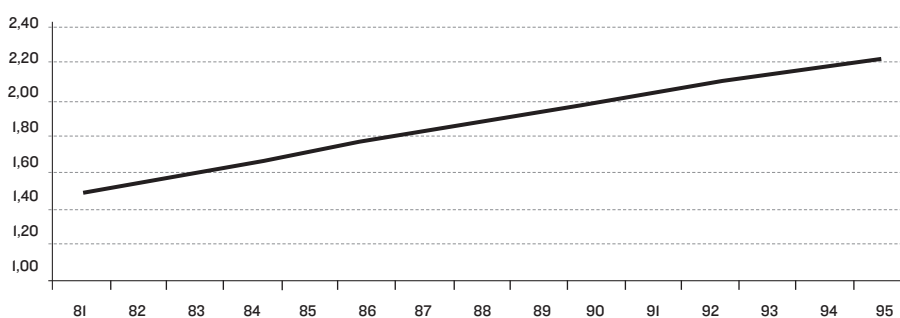
Todas estas alteraciones, muy elementales pero posibles, nos dejan un mapa del multiplicador digital X entre 1,21 y 2,21, moviendo de una en una las variables. Por supuesto que si lo hacemos más complejo en sus variaciones, interrelacionando varias de ellas, aún de permanecer las variaciones de $\pm 20\%$ en sus valores, el mapa general de X nos ofrecerá valores más extremos producto de esas incorporaciones mixtas, llegando en su extremo superior hasta 2,96, según nuestros cálculos.

Ahora bien, lo que eleva bastante más estas necesidades de digital (X) es el factor de reducción de costes impreso (F). Como en el conjunto de pequeñas editoriales la edición media se encuentra entre 1.500 y 2.000 unida-

des máximo, el supuesto que hemos llevado a cabo se ajusta a que, reduciendo al 80% la producción, el coste nuevo estaría alrededor del 85%. Se entiende que una reducción de coste de producto por debajo del 80% no tiene sentido económico, pues ello quedaría condicionado a una linealidad entre el valor de la producción y sus unidades, cosa que no es cierta porque a más unidades menor coste unitario y viceversa, al menos hasta los mínimos de la producción bajo demanda, momento en que sí se puede conseguir una unidad al mismo precio que lo sería hasta un límite máximo.

Este punto es importante puesto que si no se consigue una clara disminución de la inversión en producción se puede ver necesitado de multiplicadores en digital (X) exigentes. La reducción puede no darse porque no se logre abaratar suficiente el coste cuando descendamos las unidades de producción impresa, como también puede influir el hecho de que exceda la inversión de la que nosotros hemos ajustado en el modelo, porque la venta caiga a otros niveles teóricos que prevemos. Por ejemplo, si creo que voy a vender un 80% y hago producción con una reducción del 85% de coste, pero desciendo al 60% la venta impresa y, por tanto, ya no igualo mi razón de coste con lo previsto en ventas, ese excedente necesitará ser cubierto por un mayor multiplicador. El gráfico siguiente nos da un recorrido del multiplicador X desde 1,50 hasta 2,24, con una variación del coste de producción (F) que va desde el 81% hasta el 95%.

MULTIPLICADOR LIBRO DIGITAL (X) SEGÚN LA VARIACIÓN EN LA REDUCCIÓN DE COSTES (F)



Después de trazar ese posible mapa de variaciones con las variables analizadas, encontramos que siempre se dará, salvo reducciones de estructura o disminución voluntaria de las tasas de rendimiento, una obligada multiplicación de lo que se vendía en impreso al pasar a digital. Incluso que, aceptando los valores más normales que hemos estado tratando, las necesidades del mul-

tiplicador (X) podrían estar entre 1,13 y 2,96 con solo perder un poco de acierto en el tránsito al libro digital.

Es este grado de incertidumbre lo que está dificultando la aceleración que pide el mercado, debido principalmente a una prudencia ante el cambio. No se puede olvidar que la situación de la que parten un buen ramillete de editoriales (el segmento de pequeñas editoras, fundamentalmente) con unos rendimientos muy por debajo del 3%, con buena parte las editoriales (más de un 50%, término medio) con reducciones en sus ventas y tasas negativas, hace que resulten incapaces de absorber medianamente en sus cuentas sus gastos de estructura y de solventar a corto plazo la actual crisis. Por ello, si hay que dar el tránsito del libro impreso al digital no es de extrañar que se vea con distancia, aunque evidentemente sea necesario y haya que hacerlo con rapidez.

Además, unida a la situación deficitaria precedente, como punto de partida, existen algunas alegaciones que generan una mayor desconfianza y que se necesitan corregir urgentemente para allanar el cambio:

1) El porcentaje de lectores crece, pero más lentamente de lo demandado, y el número de obras leídas anualmente por habitante varía muy poco de uno a otro año, a juzgar por la continua caída del número de unidades vendidas. Determinar, por tanto, que la masiva entrada del libro digital democratizaría la lectura e incrementaría los lectores es, en estos momentos, discutible, pues en los últimos tiempos la continuada incorporación de bibliotecas y la mayor dotación de ellas (gratuidad total) no ha conseguido sino deslizar levemente los indicadores de lectura. Por tanto, argüir la necesidad de una rápida conversión de todos los catálogos hacia el libro electrónico nos parece que, a priori, choca frontalmente con la situación actual y necesita de afirmarse como una solución inequívoca.

2) Desde hace algunos años, atestiguado por muchos informes relativos al libro, nos encontramos con un crecimiento plano, casi estrictamente el desliz de los precios, incluso a la baja. En estos momentos estamos en un 88% de lo de hace una década, cuando nos planteábamos en el Congreso de Valencia afirmar los nuevos escenarios de las tecnologías. Por ello, la edición de los últimos años se ha ido gestando con un grado de precariedad importante para muchos, sobre todo dentro del grupo de pequeñas editoriales, cuya cifra ha ido disminuyendo en el tiempo. En estos momentos de crisis, muchas editoriales se encuentran con unas arcas semivacías por lo que resulta un esfuerzo notable afrontar este cambio. Es necesario, por tanto, que el libro digital proporcione un empuje importante como para mejorar la situación actual. De lo contrario se verá como

una necesidad, pero también como un obstáculo en el camino y terminará rodeándose con decisiones inadecuadas.

3) Los mercados del libro electrónico resultan aún muy inseguros (alta piratería) y dejan buena prueba de ello los coletazos de la Feria de Frankfurt con la información de las editoriales alemanas, que dicen que más del 60% de las descargas allí son ilegales³. Por esto será necesario ir dando soluciones al mismo ritmo que se den pasos en las incorporaciones plenas de las ediciones digitales. Esto no es retrasar y faltar a la democracia cultural, sino proporcionar los mejores instrumentos para que el desembarco se vaya consiguiendo de la manera más estable. Se necesita normalización en materia de derechos de autor y en materia fiscal, además de una mayor transparencia y seguridad en su comercialización y una importante puesta en escena del conocimiento tecnológico sobre el sistema del libro electrónico. Al mismo tiempo no hay que obviar que el sector se encuentra en una disyuntiva de muy difícil respuesta: o se asocia con los grandes tiburones de la comercialización de digital con el riesgo de perder el control de sus catálogos o se pone en manos de nuevas entidades con una cierta bisonñez que, frecuentemente, no comprenden las necesidades de las pequeñas editoras.

4) Finalmente, se demandan unos nuevos parámetros para el libro electrónico, tales como un precio bastante menor al impreso (además del diferencial de IVA), una mayor participación del autor en los derechos, una libertad de mercados y áreas de difusión y una comercialización distinta que se base en otros condicionantes. Otras opciones, como la utilización de variables como tarifas planas o suscripciones en red u otros parámetros de entrada en la venta, necesitan además regular mucho más aún las condiciones del mercado y hacerlo bastante más transparente. Pero, como resultado de lo anterior, no se oculta que todo ello puede dar un importante vuelco a la situación actual y poner en la picota a los elementos por los que se rige el libro impreso: precio fijo, cadena de valor de su comercialización, industria de artes gráficas, mercado librero, etcétera. Y ese vuelco quiere apostar por una convivencia entre el libro impreso y el digital al menos durante un tiempo y no por una ruptura en cascada.

Parece seguro, sin embargo, que la difusión del libro en formato electrónico resulta ya incuestionable y en crecimiento constante. De una parte, las grandes empresas de información en red y de venta de libros se han encargado

3. Carlos Geli, «EE UU-Europa: un gran abismo digital»: *El País*, 12/10/2011.

de mantener ya una lista interminable de obras, bien libres de derechos o bien con la apuesta directa de muchas editoras; de otra, la piratería y la «democracia de la red» entrega libremente muchas obras a disposición de cualquier lector, haciendo una realidad el mercado electrónico. Por ello, aunque se quiera ir dando pasos poco a poco, e incluso medir los ritmos, lo cierto es que todos estamos abocados a ello y las pequeñas editoriales tienen un gran reto por delante.

En principio, este reto puede ir caminando con una mayor o menor aproximación a lo que hemos planteado. En este caso simulado, incluso, la posición financiera de la entidad podría mejorar, pues, probablemente, sus activos realizables serían bastante menores (existencias mucho más sujetas y mayor tráfico de ventas al contado) y su endeudamiento también disminuiría (menor producción real), con lo que a priori se vería favorecida en una mayor liquidez y en una menor exposición al riesgo.

Sin embargo, si el caso no resulta tan favorable, y no se produce adecuadamente la multiplicación del digital (X) y se pierden ventas de obra impresa por encima de lo equivalente a la incorporación de digital, la vuelta atrás es imposible, pues la obra termina en un ciberespacio de enorme dimensión y fácil difusión dispuesto a que se pueda negociar a precios muy bajos. En este caso, la editorial tendrá que mirar a su cuenta de resultados del libro impreso y empezar a hacer ajustes. Y aquí es donde aparece un nuevo problema.

Es evidente que si tiene que recortar de su cuenta de resultados de libros impresos podrá eliminar todos los gastos que quiera, pero las pequeñas editoriales tienen muy poco donde echar mano, puesto que generalmente mantienen estructuras mínimas y hasta una determinada dimensión no suelen tener aparato comercial y administrativo, o es muy básico como para poder pasar la tijera. Se apoyan bastante en terceros que comercializan y facturan sus productos. Por ello, de no poder eliminar ese tipo de gastos habría que recortar en el mínimo editorial, lo que equivale a dejar de editar, por lo que si las cosas se ponen feas (no supliendo el digital las pérdidas del impreso) el sector se verá abocado a revisar sus condiciones comerciales y ello supone entrar a juzgar la necesidad y oportunidad de un precio fijo y una cadena de valor como la actual. Caso contrario, muchas pequeñas editoras pueden ver ahogados sus catálogos en esos momentos de cambio.