



EL LIBRO DE BOLSILLO EN ESPAÑA

Febrero 2006

No existe una definición precisa y de valor universal del “libro de bolsillo” pero cabe señalar alguna de sus características: *“Uno de los pilares básicos de la edición de bolsillo es el ser más accesible, económicamente hablando; sin embargo, se trata de algo más que lectura a buen precio. Por otro lado, en el pequeño libro de bolsillo cabe de todo, o casi de todo; se le resisten, lógicamente, las obras muy ilustradas. Podría hablarse, entonces, de libros baratos, pequeños y sobre cualquier tema”*.¹

En la trayectoria reciente del libro de bolsillo en nuestro país, cabe destacar cómo en 1997 este formato se convierte en centro de atención del sector editorial y aparece por primera vez reseñado aparte en el estudio anual que realiza la Federación de Gremios de Editores de nuestro país, denominado *“Comercio Interior del Libro en España, 1997”*.

Este enfoque destacado responde, en primer lugar, a la percepción de un “boom” del libro de bolsillo en algunos mercados europeos, como Gran Bretaña y Alemania, donde este formato suponía un 40% del negocio editorial². En segundo lugar, está estrechamente relacionado con las cifras de cierta relevancia que este segmento de mercado cosechó en nuestro país en dicho año, en el que se produjeron 5.409 títulos en formato de libros de bolsillo y 31.055.201 ejemplares, lo que venía a suponer el 11,2% del total de títulos producidos en 1997 y el 9,5% del total de ejemplares editados en ese mismo año.

Precisamente, un año más tarde, en 1998, el análisis anual realizado por la Federación de Gremios de Editores de España sostenía que *“los libros de bolsillo han modificado de manera importante en los últimos años la oferta y la demanda de libros”*. Aunque ese año las cifras disminuían ligeramente respecto al año anterior, será en 1999 cuando las magnitudes relacionadas con el libro de bolsillo en España alcancen su cota máxima en términos absolutos, llegando a los 6.233 títulos editados en ese formato y a los 33.506.691 ejemplares producidos.

A partir de ese ejercicio, los tres años siguientes (2000, 2001 y 2002) presentaron una tendencia ligeramente negativa en lo que a títulos editados y ejemplares producidos se refiere. Por el contrario, en 2003 se produjo un repunte en el número de títulos, llegando a los 4.486 títulos, lo que supuso un incremento de un 24,2% respecto a los datos del año anterior. Sin embargo, se puede decir que se editan más títulos pero menos ejemplares, ya que el número de ejemplares producidos disminuyó en un 36,4%, pasando de 30.297.527 ejemplares en 2002 a 23.935.958 ejemplares en 2003, según los datos de *Comercio Interior del Libro en España 2003*.

1. Últimos datos: 2004

La tendencia positiva iniciada en 2003 ha tenido su continuidad en 2004, año en el que no sólo ha aumentado el número de títulos editados (**5.031 títulos**) sino el volumen de ejemplares publicados (**37.261.117 ejemplares**) e, incluso, la tirada media, que ha pasado de los 5.335 ejemplares en 2003 a los **7.406**, según el estudio realizado por la Federación de Gremios de Editores de España, *Comercio Interior del Libro en España 2004*.

Respecto a cuota de mercado, el libro de bolsillo representó un 7,4% del total de títulos editados en 2004 y el 12,0% de los ejemplares producidos.

Las empresas medianas (aquéllas que facturan entre los 2.401.000 euros y los 18.000.000 euros) han editado el 51% de los títulos y han producido cerca del 60% de los ejemplares publicados el pasado 2004 en este formato.

¹ Rosa Melendo, “El libro de bolsillo en España”, “Delibros”, junio 1996

² Teresa M. Peces “Booked, un nuevo bolsillo”, “Delibros”, abril 1997



Por Comunidades Autónomas, Cataluña se sitúa a la cabeza de la edición del libro de bolsillo en España en lo que respecta al número de títulos, ya que en 2004 ha editado el 50% de los títulos. Madrid, con el 48% de los títulos editados, lidera, no obstante la producción de ejemplares, alcanzando el 58% de los ejemplares en este mercado.

Respecto a las cifras de ventas, en 2004 se han vendido 25.054.780 ejemplares de libros de bolsillo en nuestro país, lo que representa el 67% de los ejemplares editados. Esto supuso una facturación en el mercado interior de **137.007.00 euros**, es decir, un 4,8% del total facturado por el sector editorial español en el mercado interior el pasado año. Al mismo tiempo, implica un incremento de un 8,2% respecto a la cifra de facturación de 2003.

El precio medio obtenido en 2004 para el libro de bolsillo ha sido de **5,5 euros**. El más económico corresponde a los libros de Literatura (5,5 euros) y el más elevado a los títulos de literatura infantil y juvenil (8,4 euros).

2. La demanda

La demanda de libros de bolsillo muestra un importante potencial: el 60% de los compradores de libros se inclinan preferentemente por el libro de bolsillo, en función de su menor precio, tal como se deduce del estudio de investigación sociológica “Los Españoles y los libros” realizado por Tábula V, a finales de 1997: *“es evidente la distinción entre la encuadernación en lo que se llama ‘tapa dura’ y la más liviana de los libros de bolsillo o similares”*.

En relación con la pregunta sobre la preferencia por los libros de bolsillo, formulada en la encuesta que servía de base al referido estudio a los entrevistados que habían comprado libros en el último año (59% de los instruidos), la respuesta de ese conjunto resultaba muy significativa: *“el 40% son partidarios de la opción de ‘pagar un poco más’ por un volumen bien editado”,* teniendo en cuenta que *“la buena edición no es sólo la tapa dura, sino el papel, la composición del texto y las ilustraciones, entre otros elementos”*

Por otro lado este estudio al combinar los elementos de segmentación “clase social” y “nivel de estudios”, ponía de manifiesto que *“las personas con menos grados escolares son las más deseosas de los libros bien encuadernados. Esa relación sólo se apunta en las personas de las clases medias o acomodadas, pero está muy claro en las de la clase humilde. Quizá se percaten del símbolo de posición que pueden tener los libros bien encuadernados. Es el caso eminente de la Biblia, el Quijote o determinadas enciclopedias. A las personas caracterizadas por un fuerte grado de movilidad social ascendente, la posesión de esos libros clásicos les tiene que dar una gran seguridad”*.

En el mercado de Estados Unidos, por contraste, se detecta el comienzo del declive del libro de bolsillo: las ventas han bajado un 9% desde 1995, según datos de “New York Times”³. El porcentaje respecto al mercado total de libros ha descendido desde 1993 a 1999 del 39% al 36%, mientras los de tapa dura han subido del 28% al 31%. Por su parte, “El País” (10.04/99), refiriéndose a la misma situación observada en EEUU, citaba como causas -según los “analistas”- las siguientes: los enormes descuentos (de hasta el 40%) que las megatiendas y el comercio “on line” aplican a las novedades en tapa dura, el descenso de los hábitos de lectura entre los jóvenes y la compra de productos multimedia (especialmente vídeos) que desde 1997 superó a la de libros. El editor norteamericano Peter Mayer, en la clausura de un curso de posgrado en Edición, de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, calificó igualmente al comercio del libro de bolsillo “de sector en claro retroceso” en Estados Unidos (v. El País, 01.0.00) y según él esta crisis había determinado el cierre de las secciones de librerías de las grandes superficies (dedicadas fundamentalmente al libro de bolsillo) mientras que en los últimos 10 años el número de librerías se había quintuplicado.

³ Recogidos por “ABC” (08.06.99) que, además, afirmaba que el mercado norteamericano “marca modas y tendencias mercantiles al resto del mundo, sometido a los dictados de la globalización”.

⁴ *DELIBROS*. Eva Orúe. Febrero 2006, Año XIX, Nº 195, p..33.



La historia reciente del libro de bolsillo en España está marcada por la influencia de “Espasa Calpe” (“Colección Austral”) y “Alianza Editorial” a las que fueron añadiéndose otras editoriales de muy diversa dimensión. El panorama editorial español, con distintas y constantes modificaciones, ha cambiado también la oferta del libro de bolsillo.

En los últimos años se han producido importantes movimientos en el sector editorial español orientados a la penetración en el mercado de bolsillo a través de acuerdos entre los grandes grupos editoriales.

Una encuesta realizada por Acnielsen, cuyos resultados fueron hechos públicos en abril de 2002, señalaba que Debolsillo es líder con un 42% de cuota de mercado, seguida por Punto de Lectura, que tiene un 25% y, a mucha distancia por Alianza (8%) y por Booket (8%).

En el Primer Seminario Internacional del Libro de Bolsillo, celebrado en mayo de 2005, se respiró un optimismo generalizado entre los principales agentes editoriales del sector. “El mercado crecerá, las librerías ampliarán el espacio dedicado a bolsillo y confiamos en la presencia del libro de bolsillo en muchos puntos de venta, en el aumento (aunque pequeño) del índice de lectura, en las promociones y el marketing”, afirmaba Blanca Rosa Roca, fundadora y administradora de Puzzle Editorial.⁴