

Situación actual y perspectivas del libro digital en España

Documento de trabajo
Observatorio de la Lectura y el Libro

Abril de 2011

Índice de contenidos

Introducción.....	4
2010: la expansión de los dispositivos portátiles y portables.....	8
1. El ereader, principal dispositivo de lectura lineal.....	9
1.1 <i>Situación en España: la tecnología se adelanta a la oferta de contenidos..</i>	9
1.1.1 Principales modelos.....	9
1.1.2 Comercialización del ereader en España.....	11
1.2 <i>El mercado de dispositivos de lectura en la esfera internacional: la transformación de la cadena de valor hacia negocios B2C.....</i>	13
1.2.1 El fenómeno Kindle: simplicidad y acceso a una gran librería online.....	13
1.2.2 Barnes & Noble, competidor de Amazon en el mercado estadounidense.....	16
1.3 <i>Los servicios de préstamo de ebooks a través del ereader.....</i>	18
1.3.1 Posible influencia sobre el sector editorial y la lectura.....	18
1.4 <i>Google Books, un ejemplo de sistema abierto.....</i>	19
1.4.1 La integración de Google Books en España.....	21
2. El tablet, una alternativa a la lectura en ereaders.....	21
2.1 <i>La revolucionaria aparición del iPad.....</i>	21
2.2 <i>El iPad, impulsor del mercado de tabletas por todo el mundo.....</i>	22
2.3 <i>El tablet como impulsor del hábito lector.....</i>	23
2.4 <i>¿Tablet o ereader?...dos mercados paralelos orientados a usos distintos..</i>	24
3. El ereader y el ordenador, entornos de lectura por excelencia en la comercialización de la obra digital en España.....	26
3.1 <i>La apuesta editorial española por contenidos multisoporte.....</i>	26
3.2 <i>Entornos de lectura diferenciados según las materias.....</i>	28
4. Barreras de entrada a los dispositivos de lectura en España.....	31
4.1 <i>Incompatibilidades derivadas del formato.....</i>	31
4.1.1 La creciente apuesta española por el formato ePub.....	32
4.1.2 La diferenciación de formatos según los contenidos.....	33
4.2 <i>Digital Rights Management: los sistemas de protección...y sus implicaciones para el lector.....</i>	34
4.2.1 Los DRM y su impacto en las bibliotecas.....	35
4.2.2 Los DRM del futuro: hacia sistemas de gestión más blandos.....	36
4.3 <i>El precio de los dispositivos.....</i>	37
Bobliografía.....	38

Índice de tablas y gráficos

Tabla 1	Comparativa de algunos de los principales modelos de ereaders.....	10
Tabla 2	La venta de ereaders desde librerías españolas 2008-2009.....	12
Gráfico 3	La venta de ereaders desde librerías españolas por tamaño del establecimiento 2008-2009.....	12
Tabla 4	Comparativa de algunos modelos de tabletas.....	23
Tabla 5	Comercialización según dispositivos de lectura 2009.....	27
Gráfico 6	Comercialización según dispositivos de lectura 2009.....	27
Tabla 7	Estimación en la comercialización según dispositivos de lectura 2010	27
Gráfico 8	Estimación en la comercialización según dispositivos de lectura 2010	27
Tabla 9	Estimación en la comercialización según dispositivos de lectura 2011-2012.....	28
Gráfico 10	Estimación de las editoriales 2011.....	28
Gráfico 11	Estimación de las editoriales 2012.....	28
Gráfico 12	Creación de contenidos para ereaders. Estimaciones 2011-2012.....	29
Gráfico 13	Creación de contenidos para ordenadores. Estimaciones 2011-2012.	29
Gráfico 14	Creación de contenidos para tabletas. Estimaciones 2011-2012.....	30
Gráfico 15	Creación de contenidos para teléfonos móviles y PDAs. Estimaciones 2011-2012.....	30
Gráfico 16	Factores determinantes del desarrollo del mercado de dispositivos.....	31
Tabla 17	Edición según formatos en 2009.....	32
Tabla 18	Comparativa en las estimaciones sobre el uso de formatos 2010-2012, 1ª y 2ª Encuestas sobre El Libro Digital en España.....	34

El libro, al margen de su indudable y primordial contribución a la cultura, juega un importante papel en términos económicos a nivel mundial: sólo en el año 2009 las estimaciones sobre el gasto mundial en libros superaron los 79.000 millones de euros¹, una cifra que crece año tras año. En este conglomerado de cifras, España juega un papel trascendental y constituye, además de una de las industrias culturales de mayor peso en nuestro país, una de las mayores potencias editoriales del mundo en lo que a libros impresos se refiere.



Anualmente la industria del libro español mueve cerca de 4.000 millones de euros, el 0,7% del PIB, y da empleo a más de 30.000 personas. Sin embargo, **por el momento**, de acuerdo con las cifras de *Comercio Interior del Libro en España, el ebook, con una facturación de 51,2 millones de euros en 2009, representa el 1,6% de la facturación total del libro*².

Las estimaciones para 2010, de aproximadamente un 3,0%, duplican esta cantidad; no obstante, este dato está aún lejos de las cifras del mercado internacional, liderado en la actualidad por **Estados Unidos**. En este país, según la *Association of American Publishers*, el negocio de los libros electrónicos alcanzó en 2010 los 316,6 millones de euros, registrando un crecimiento de más del 164% respecto al año anterior. El ebook representa ya el 8,3% de la facturación total del sector. Esta misma fuente apunta además que durante el pasado mes de enero la edición electrónica experimentó un incremento del 115% respecto al mismo mes del año anterior, con una facturación que ha evolucionado de 22,8 a 49,3 millones de euros. Y este es sólo el principio: las previsiones de futuro aseguran una expansión creciente a lo largo de los próximos años, que estará motivada por en gran medida por el desarrollo de los dispositivos de lectura, el crecimiento en la oferta de contenidos y el establecimiento de políticas de precios competitivas y con gran capacidad de atraer al lector.

El desarrollo de la industria del libro digital en Estados Unidos está estrechamente vinculado al liderazgo de tres grandes empresas: Amazon, Barnes & Noble y Apple. En todas ellas, el lanzamiento de un dispositivo de lectura ha venido acompañado de una amplia oferta de contenidos accesible a través de tiendas online propias. El lanzamiento del iPad de Apple en abril de 2010 fue, sin duda, un factor dinamizador de este mercado, con un enorme alcance mediático a nivel mundial y con importantes repercusiones para Amazon y Barnes & Noble, cuya competencia se ha visto intensificada desde entonces.

Para muchos países europeos, incluido **España**, 2010 ha sido el primer año en el que el consumidor ha tenido a su alcance una oferta más o menos amplia de dispositivos lectores. Sin embargo, esta disponibilidad de aparatos no ha venido acompañada en paralelo por una oferta de contenidos suficientemente capaz de responder a las necesidades del lector digital. No obstante, hay que destacar el **impulso de la edición digital desde algunas iniciativas españolas, como Publidisa (Todoebook), 36L Books, Amabook, Leer-e o Libranda**, así como el **esfuerzo que está invirtiendo la tradicional industria del libro por adaptarse a los cambios y aprovechar las nuevas oportunidades** que ofrece la edición electrónica, un tema que ha sido y es hoy en día un recurrente foco de atención en numerosos encuentros.

¹ *Global Entertainment and Media Outlook: 2010-2014*, PwC

² *Comercio Interior del Libro en España*, 2009. Federación de Gremios de Editores de España con el patrocinio del Ministerio de Cultura.

Recientemente la Federación de Gremios de Editores de España presentó los resultados de la **2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España**, elaborada con la colaboración de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez³. Entre otras conclusiones, el informe pone de manifiesto el **cambio de tendencia en las editoriales españolas respecto a la situación existente hace dos años**: actualmente un 75% de las editoriales dispone ya de un proyecto digital y está realizando o espera realizar en los próximos años acciones de digitalización o transformación de formatos, comercialización de obras digitales o de obras creadas exclusivamente en formato digital.



Si bien se reconoce que hoy en día las novedades ocupan un espacio limitado en la oferta, para 2011 se espera un crecimiento de su impacto en el catálogo muy superior al del resto del fondo editorial. Y ya en 2012, una de cada cuatro editoriales españolas podría estar comercializando en versión digital más de la mitad de su catálogo, y una de cada tres ofertaría más de la mitad de sus novedades en digital.

En definitiva, **la apuesta por la edición digital en España comienza a ser una realidad**, aunque habrá que esperar a los resultados de este año para comprobar el alcance real de estas inversiones. Por el momento, los datos relativos a 2010 evidencian un notable incremento en la edición de libros electrónicos en España, que alcanza el 45,6% respecto al año anterior: **con un total de 18.221 títulos, el libro digital supone ya 15,9% de las obras registradas en 2010**⁴.

Además, tal y como pone de manifiesto el **Informe Anual de los Contenidos Digitales en España 2010**⁵, si bien el subsector de publicaciones (libros, periódicos y revistas) es, dentro de las industrias culturales, el que presenta menores porcentajes de digitalización dentro de su oferta (un 13,0%), en términos de peso relativo se ha situado, con un 11,2%, por delante de otros subsectores como el de videojuegos o publicidad online, caracterizados por su elevado grado de digitalización.

Informe Anual de los Contenidos Digitales en España 2010



Al margen de las cifras, **la industria del libro y sus diversos agentes vienen manifestando desde hace tiempo algunas dificultades a las que deben enfrentarse a la hora de abordar su estrategia digital**. Al miedo a la piratería se une un IVA que incrementa el precio del libro electrónico y que dificulta el establecimiento de políticas de precios competitivas, tanto respecto al libro en papel, como a otros mercados internacionales (sirva de ejemplo el mercado norteamericano, donde el IVA del libro electrónico es cero). La ausencia de leyes de precio fijo en otros países tampoco ayuda a la hora de plantearse las posibilidades del mercado español en la esfera internacional. Respecto al primer punto, habría que destacar no obstante la reciente aprobación en el Congreso de la disposición incluida en la **Ley de Economía Sostenible**, en vigor desde su publicación en el Boletín Oficial del Estado el pasado 6 de marzo. Una medida necesaria con la que esperamos se contribuya a ofrecer mayores garantías en la protección de los derechos en el entorno digital.

Pero no es España el único país que está afrontando con extrema cautela la transformación digital de su industria editorial. Recientemente ATKEARNEY y Bookrepublic

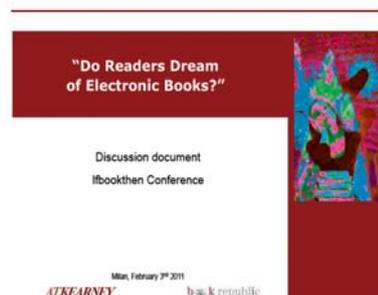
³ El informe ha sido elaborado por Neturity. Proceso estadístico: Conecta RC.

⁴ *Panorámica de la Edición Española de Libros 2010*, Ministerio de Cultura.

⁵ Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

hicieron público el documento de discusión abordado durante la *Ifbookthen Conference* celebrada el pasado mes de febrero en Milán. Bajo el título *“Do Readers Dream of Electronic Books?”* este documento analiza la situación de la edición digital en Europa en comparación con el mercado en Reino Unido. Este último es el país que más se aproxima al mercado norteamericano, a pesar de encontrarse en estos momentos en una fase de crecimiento y, según las estimaciones, unos tres años por detrás de Estados Unidos. El informe parte de entrevistas realizadas a las principales editoriales de diversos países (Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia, España, Italia y Suecia), además del análisis de datos públicos y de prensa, concluyendo lo siguiente:

- Europa está todavía en el comienzo de la edición digital, mientras Estados Unidos se encuentra ya en el tercer año de desarrollo de este mercado.
- El mercado de contenidos digitales en Estados Unidos se caracteriza hoy por un alto grado de penetración y un rápido crecimiento, liderado por grandes firmas con capacidad mundial (Amazon, Apple, Google) y en el que tanto los posibles modelos de negocio como las leyes comerciales que lo rigen están ya definidos.
- Mientras tanto, Europa muestra una entrada ralentizada a este mercado, aunque con un elevado potencial de crecimiento. A diferencia del anterior no hay un liderazgo manifiesto, sino más bien iniciativas de carácter local; los dispositivos no muestran todavía una penetración significativa; los modelos de negocio y las leyes comerciales que regulan este mercado están por definir; y la oferta de contenidos es más limitada.



No es este el único análisis que pone de manifiesto la ralentización del mercado digital europeo respecto al norteamericano. Hace unos meses, *PricewaterhouseCoopers* publicó un informe que, bajo el título *“Turning the Page: The Future of eBooks”* analizaba el mercado del libro electrónico en Estados Unidos y en algunos países europeos (Alemania, Holanda y Reino Unido), poniendo sobre la mesa esta situación.

En él se afirma que en Europa la edición digital se ve más como un paso hacia atrás, dada la fuerte inversión inicial y la escasa rentabilidad a corto plazo, ya que por el momento el libro en papel es el que sigue dominando y rentabilizando el mercado. Esto no quiere decir que no se vea como un paso necesario, pero sí parece plantear aún hoy más riesgos que oportunidades. Por ello, la industria editorial en este continente parece tener menos interés en un desarrollo activo de este mercado que sus homólogos norteamericanos.



El documento incluye además algunas estimaciones sobre la evolución del mercado en los próximos cinco años; para el año 2015 las predicciones apuntan a una cuota de mercado de los libros electrónicos del 22,5% en Estados Unidos; muy por detrás se situarían los países europeos mencionados, con Reino Unido a la cabeza (14,2%), seguido por Alemania (6,3%) y Holanda (4,4%).

Al margen de estas estimaciones, sí parece claro que **tanto las tendencias como la actual expansión de la edición electrónica en Estados Unidos acabarán por establecerse en otros**

países, incluido España. El progresivo desarrollo técnico de los dispositivos lectores, que proporcionarán una experiencia de lectura cada vez más parecida a la del libro impreso, el incremento en la penetración de Internet en todas las áreas de la vida, que está modificando sustancialmente los patrones de lectura y el comportamiento lector, y la mayor apertura del consumidor hacia nuevas tendencias tecnológicas, impulsarán este mercado.

En lo relativo a España, los expertos coinciden al afirmar que **a lo largo de este año se dinamizará el mercado de libros electrónicos y se producirá un importante incremento de las ventas en nuestro país.** Esta dinamización vendrá marcada en parte por iniciativas internacionales que impulsarán el desarrollo de proyectos españoles ya iniciados y el establecimiento de otros aún por desarrollar. Concretamente, nos referimos a la inminente llegada de Amazon a España, a pesar de que el sector editorial español parece tener algunas dudas sobre las posibilidades de implantación de este negocio en nuestro país; el posible lanzamiento de la Google eBookStore, que tendrá efectos significativos sobre el lector al proporcionar millones de libros gratuitos, además de libros de pago y accesibles en multitud de dispositivos; y el incremento de la oferta de contenidos en español en la iBookStore de Apple. Estos movimientos generarán mayor competencia, harán descender el precio de los dispositivos y contenidos y animará, en consecuencia, a más consumidores a integrar la opción del libro digital en sus hábitos lectores.

2010: la expansión de los dispositivos portátiles y portables

Tras el efecto iPad, la oferta de dispositivos lectores en España está en crecimiento. Aunque no conocemos con exactitud su número en España, según datos de la consultora GFK durante las pasadas navidades se disparó la venta de ereaders en nuestro país, alcanzando las 80.000 unidades y mostrando un crecimiento del 200% respecto al mismo periodo del año anterior⁶. Por su parte, las tabletas alcanzaron las 75.000 unidades. De acuerdo con Regina Gascón, responsable del panel de lectores de libros electrónicos de dicha compañía, **“tras la campaña de Navidad, podemos confirmar que el lector de libros electrónicos es ya una realidad en España”**. Tanto las ventas registradas, como los datos sobre lectura que periódicamente nos ofrecen los informes de la **Federación de Gremios de Editores de España** y el **Ministerio de Cultura**⁷, ratifican que existe un público interesado en la lectura digital y en las nuevas tecnologías.

Este incremento reflejado a finales de 2010 en la demanda de dispositivos lectores contrasta con las cifras de comercialización de títulos electrónicos registradas en 2009 y dadas a conocer en el informe anual sobre **Comercio Interior del Libro en España**. Los resultados de este estudio muestran que **por entonces casi 7 de cada 10 libros digitales vendidos (el 67,7%) fueron comercializados para ser leídos a través del ordenador**; entre tanto, la venta de títulos para su lectura en dispositivos dedicados (ereaders) se situó en algo más de 1 de cada 10 (12,6%), mientras los dispositivos móviles y PDAs abarcaron el 0,6%. Habrá que esperar pues a las cifras de 2010 para comprobar cuál ha sido la evolución en este sentido, aunque cabe esperar resultados más elevados en la venta de contenidos para dispositivos dedicados. Las predicciones para el año 2011 apuntan a un incremento en la comercialización de dispositivos lectores en España superior al de 2010, alcanzando entre 200.000 y 300.000 unidades.

Al margen de su grado de penetración en España, el lanzamiento del iPad ha impulsado la irrupción de multitud de dispositivos que permiten en mayor o menor medida la lectura de libros. Al mismo tiempo, ha intensificado el debate en torno a las bondades de los diversos aparatos en lo que a la lectura de libros se refiere ya que, a pesar de que el tablet es un dispositivo multifunción y, por lo tanto, la lectura es una de sus muchas aplicaciones, **parece situarse como una alternativa atractiva para el consumidor que puede restar mercado al ereader**. En cualquier caso, **la expansión tanto de unos como de otros tendrá posiblemente efectos muy positivos sobre la lectura**.

Existen, además de los anteriores, otros muchos aparatos en los que leer y que entrarían en la categoría de dispositivos *no dedicados*. Entre otros, los **PDAs y smartphones**. Estos tienen a su favor su elevada portabilidad, pero todos ellos tienen como handicap un reducido tamaño de pantalla así como proporcionar una experiencia lectora mucho menos cómoda en lo que a libros se refiere, no tanto en el caso de textos con mayores posibilidades de ruptura (lectura por capítulos o artículos cortos). A pesar de ello, el consumo de libros electrónicos en España a través del iPhone está ganando popularidad, tal como ponen de manifiesto los resultados del **informe Wattpad**.⁸

Por su parte, los **ordenadores personales, portátiles** y, más recientemente los **netbook**, son los dispositivos que muestran mayor penetración en el mercado en la actualidad, aunque

⁶ Estas cifras no incluyen modelos como el Kindle o el Nook, ni otros adquiridos en mercados internacionales.

⁷ **Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España**. Informes anuales y barómetros cuatrimestrales.

⁸ **Wattpad Global Ebook Metrics Report**.

su menor portabilidad respecto a los dispositivos anteriores y el exceso de luminosidad de la pantalla hacen de ellos aparatos muy limitados para la lectura de libros. Es posible incluso que estos factores determinen el fin de la era del ordenador personal a favor de dispositivos como los tablet o smartphones, tal y como pone de manifiesto la consultora **Deloitte** en la última edición de su **informe TMT Trends**: según sus previsiones, estos últimos superarán en 2011 los 400 millones de unidades en todo el mundo.

1. El ereader, principal dispositivo de lectura lineal

Uno de los grandes atractivos del e-reader es que proporciona una experiencia lectora cómoda y muy similar a la lectura de un libro impreso; de hecho, **es un objetivo prioritario en el diseño de estos aparatos conseguir que al cabo de pocos días el lector se olvide del dispositivo y sólo vea el contenido del libro.**

En este aspecto, el uso de la tinta electrónica (eInk) ha supuesto un avance fundamental respecto a las primeras generaciones de dispositivos y su diferenciación frente a los tablet, que utilizan pantallas LCD. No obstante, aunque el eInk proporciona una lectura más cómoda, encarece notablemente la introducción de contenidos a color y, por lo tanto, suele ser más adecuado para la lectura textual y lineal o para la visualización de fotografías y gráficos en blanco y negro. Este problema no se produce con pantallas LCD, aunque probablemente será superado en el momento en que se popularicen este tipo de aparatos. Frente al tablet, el ereader se caracteriza también por ser más ligero y consumir muy poca energía, ya que esta sólo es requerida para pasar las páginas y, por lo tanto, la batería suele durar varias semanas.

El ereader no es un fenómeno nuevo; la novedad de los dispositivos de última generación radica en los avances tecnológicos que van incorporando⁹, en el acceso integrado de algunos de ellos a grandes tiendas de libros online, y en una muy superior oferta de modelos en el mercado que ha fomentado la competitividad y redundado en una progresiva bajada de precios. Esta “revolución”, vino marcada inicialmente por el lanzamiento del Kindle de Amazon en Estados Unidos en 2007 y se vio notablemente impulsada con la aparición del iPad de Apple en 2010.

1.1 Situación en España: la tecnología adelanta a la oferta de contenidos

1.1.1 Principales modelos

Existe en la actualidad una buena amplitud de modelos y marcas en España; como muestra, la web de **zонаebook** recoge información de casi 70 modelos diferentes de diversas marcas. Aunque no debemos perder de vista que en algunos casos se trata de un mismo aparato comercializado por un mismo fabricante a diversas empresas que le incorporan el software. En consecuencia, nos podemos encontrar con modelos incluso idénticos que se venden con distintos nombres comerciales.

⁹ Recientemente Booken ha anunciado que su próxima generación de dispositivos lectores incorporará la función de reproducción de vídeo, a pesar de que todavía esta funcionalidad dispara el consumo de batería del aparato.

Entre los modelos **más populares en España** se podrían citar Sony Reader, Papyre, iRiver, Booq Avant y Kindle. Este último, junto con el Nook son los que gozan de mayor acogida en el mercado internacional.

- **Sony Reader:** los dispositivos de Sony son los que tienen mayor presencia en Europa. La oferta más popular se resume en dos modelos: el Sony Reader Touch Edition, con pantalla táctil; y el Sony Pocket Reader, uno de los dispositivos más baratos. Pero ninguno de sus modelos ha integrado el acceso móvil a Internet, una carencia que obliga al lector a descargarse el libro en el ordenador y transferirlo al dispositivo. Su presentación en España, en octubre de 2010, se produjo con posterioridad a otros países; de acuerdo con sus responsables, a la espera de una mayor consolidación de la demanda en España y del respaldo de Librandia, con la que Sony trabajó para su lanzamiento.
- **Papyre:** este ereader es distribuido en España por Grammata, empresa que se dedica también a la comercialización de libros electrónicos. El último modelo ya ha incorporado pantalla táctil y wifi, y permite realizar anotaciones.
- **iRiver:** este dispositivo carece de wifi y pantalla táctil, pero su precio es reducido y soporta muchos formatos, entre ellos el ePub y el PDF.
- **Booq Avant:** a mediados del pasado año la editorial Luarna lanzó este ereader, dispositivo que se está consolidando en la actualidad como uno de los más competitivos de nuestro mercado. Cuenta con wifi y pantalla táctil capacitiva que permite manejarla sin necesidad de puntero y admite gran diversidad de formatos. Luarna comercializa también el modelo Bq Cervantes, un dispositivo de gran ligereza y potente memoria (4G).

Sin ánimo de ser exhaustivos, habría que mencionar muchos otros modelos en el mercado, como por ejemplo iLiber (Mi eBook), Inves (El Corte Inglés), FnacBook (FNAC) o Leqtor (Leqtor).

Tabla 1 – Comparativa de algunos de los principales modelos de ereaders

	Sony Touch Edition	Sony Pocket Reader	Papyre	iRiver	Booq Avant	Bq Cervantes	Kindle 3G	Nook (No en España)
Empresa	Sony	Sony	Grammata	Luarna	Luarna	Luarna	Amazon	B & N
Fecha	2010	2010	2010	2009	2010	2010	2010	2010
Peso	215	155	200	284	240	180	247	343
Pantalla	6 p.	5 p.	6 p.	6 p.	6 p.	6 p.	6 p.	6 p.
Resolución	800x600	800x600	800x600	800x600	800x600	800x600	800x600	800x600
Táctil	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No	No	Sí
Wifi	No	No	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
Memoria	2GB	2 GB	512 MB	2 GB	2 GB	4 GB	4 GB	2 GB
Color	No	No	No	No	No	No	No	Sí
Formatos	eBook EPUB, Adobe® PDF, Microsoft® Word, TXT, RTF, BBeB, mp3, AAC, JPEG, GIF, PNG, BMP	eBook EPUB, Adobe® PDF, Microsoft® Word, TXT, RTF, BBeB, mp3, AAC, JPEG, GIF, PNG, BMP	Pdf, Doc, Rtf, Txt, Html, Epub, DRM Epub, Mobipocket, MP3, Chm, Zip, Rar, FB2, Djvu, Wolf, Lit, Png, Jpg, Tif, Gif, Bmp, Ppt	PDF, ePub, DOC, TXT, PPT, XLS, HWP, JPG, BMP, PNG, MP3, WMA.	PDF, ePub, FB2, TXT, Word, HTML, PRC, JPG, GIF, BMP, PNG, MP3	PDF, ePub, FB2, TXT, HTML, DOC, PRC, JPG, BMP, PNG, MP3	AZW, TXT, PDF, audio AA, AAX MP3, MOBI, PRC, HTML, DOC, JPEG, GIF, BMP.	PDF, EPUB, FB2, RTF, TXT, HTML, PRC, JPG, MP3, JPEG, GIF, PNG, BMP.
Precio	250 €	200 €	269 €	179 €	199 €	169 €	190 €	180 €

Fuente: Adaptado de zonaebook.com

1.1.2 Comercialización del ereader en España

Aunque no disponemos de cifras oficiales de venta de dispositivos lectores en España, tanto los datos aportados por la consultora GFK anteriormente mencionados como los publicados desde algunas **empresas que distribuyen ereaders**, dan cuenta del impulso que han sufrido en su comercialización a lo largo del pasado año.

Tal es el caso de **Luarna**, la primera editorial cien por cien digital en España. Esta editorial dispone además de otras líneas de negocio: desde la distribución de lectores de libros electrónicos hasta la venta directa de contenidos, iniciada hace unos meses a través de la librería online incorporada a su página web y accesible desde la plataforma Librandia.

El fundador de Luarna, Antonio Quiroz, afirmaba el pasado mes de febrero en [declaraciones a Montevideo Portal](#), haber vendido unos 45.000 dispositivos de su marca Bq. La entrada de la editorial en esta línea de negocio, como cuenta Quiroz, se inició al comprobar que parte de la escasa demanda de contenidos venía provocada por la escasez de dispositivos en España. *“Cuando comenzamos, se calculaba que en España podía haber unos 8.000. Salimos a la venta... ¡y no vendimos nada! Ahí nos planteamos qué hacer, y la respuesta vino por el lado de traer los dispositivos. Así comenzamos el proceso de importación primero y de fabricación después de nuestros readers. Nuestro negocio, entonces, basculó mucho hacia la parte electrónica, porque esto sí se vende. En estos días salían las cifras oficiales de la campaña de Navidad, y hablan de 150.000 unidades vendidas entre readers y tabletas, y yo creo que esos números son un poco conservadores. Nosotros hemos vendido unos 45.000 dispositivos, y creo que tenemos demasiada cuota de mercado”*.

También **Grammata**, una plataforma que además de vender contenidos digitales distribuye desde 2007 el modelo Papyre, dio a conocer hace algunos meses el balance de resultados obtenidos durante sus tres últimos años de actividad. Según cifras de esta empresa, en el año 2008 se comercializaron 3.500 unidades, una cifra que casi se multiplica por diez al año siguiente (32.000 unidades) y que alcanza los 70.000 dispositivos en 2010. Además de en España, Grammata opera en otros países latinoamericanos como Argentina, Colombia y Uruguay, y espera seguir su expansión en Hispanoamérica a lo largo de 2011.

Pero la comercialización de dispositivos de lectura se realiza desde muchos otros puntos de venta. Existe un **amplio abanico de establecimientos físicos y/o virtuales** que comprenden, desde grandes superficies en las que la tecnología es sólo parte de su negocio (Carrefour), hasta las dedicadas a la electrónica de consumo (Pixmania, Urende, TodoUMPC, Alternate o Blanden). Otras, al igual que Luarna o Grammata, venden dispositivos además de contenidos digitales (por ejemplo, Leqtor, Ellibrodeplástico, MundoeBook o Cyberdark.net). También nos podemos encontrar con casos como los de El Corte Inglés, que vende su ereader y oferta contenidos a través de Publidisa, su principal distribuidor de libros electrónicos; o la FNAC, que además de vender estos dispositivos dispone de su propia tienda online, FNAC e-books.

Habría que destacar también la venta de dispositivos desde las propias **librerías**. De acuerdo con los datos del último informe publicado por la **Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL)**¹⁰, en 2009 más del 15% de las librerías españolas había incorporado la venta de dispositivos de lectura en sus establecimientos. Respecto al año anterior, esta cifra mostraba un incremento de 5,1 puntos porcentuales. Y esto, sin tener en cuenta las cifras de venta desde grandes almacenes (por ejemplo El

¹⁰ *Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España*. CEGAL, con la colaboración del Ministerio de Cultura.

Corte Inglés), grandes superficies especializadas en ocio y cultura (FNAC) o grandes cadenas de librerías (Casa del Libro), establecimientos no incluidos en el informe anual de CEGAL.

Extrapolando este porcentaje al total de librerías independientes recogido en el informe, se podría concluir que en 2009 unos 234 establecimientos habían incorporado el ereader como parte de su estrategia comercial, mostrando más de un 58,0% de incremento respecto al número de establecimientos en esta situación en 2008.

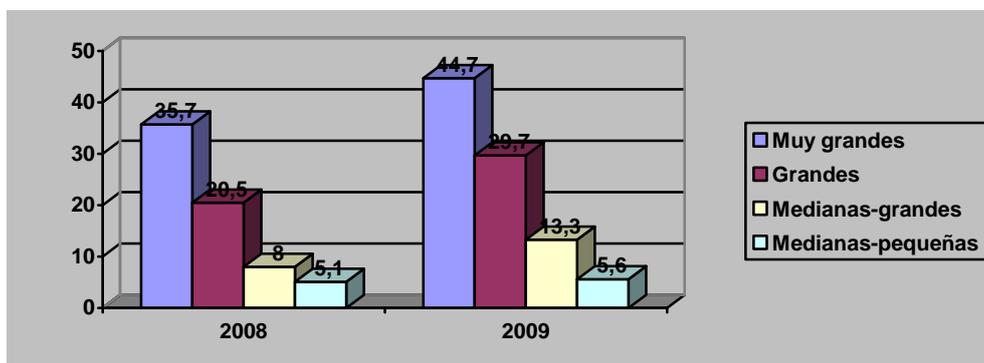
Tabla 2 – Venta de ereaders desde las librerías españolas 2008-2009

¿Venden ereaders?	2008		2009		2008/2009
	Total	%	Total	%	
Sí	148	10,3	234	15,4	+5,1
No	1262	88,1	1283	84,6	-3,5
NS/NC	22	1,6	0	0	-1,6
Total	1432	100	1517	100	-

Fuente: Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España, CEGAL - MCU

Este incremento se vio reflejado en todos los tipos de librería independientemente de su tamaño; no obstante, la apuesta por la venta de lectores de libros electrónicos guarda proporcionalidad con el tamaño del establecimiento, siendo las **muy grandes** las que se han incorporado en mayor medida a esta línea de negocio.

Gráfico 3 – Venta de ereaders desde librerías españolas Según el tamaño del establecimiento, 2008-2009



Fuente: Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España, CEGAL - MCU

A pesar de las cifras, la aparente apuesta del sector librero por los dispositivos de lectura parece responder, más que a cuestiones de rentabilidad económica, a otras que tienen más que ver con la imagen de adaptación de la librería al entorno digital y a la idea de que *hay que estar ahí*, ofreciendo al lector libros, libros electrónicos y, al igual que en el libro en papel, el soporte. Así afirmaba **Paulo Cosín Fernández**, de Ediciones Morata en el artículo **Los retos del sector ante las revoluciones de nuestro tiempo**, publicado en el N° 14 la revista **Trama y Texturas**: “No discuto las ventajas que supone la lectura en un soporte de menor peso, la adaptación del tamaño de letra, la mayor capacidad para almacenar libros, el menor consumo de papel, la imagen de innovador, la posibilidad de leer novelas románticas sin que el pasajero vecino de tren se entere, etc., pero ¿cuántos están dispuestos a comprárselo por ese importe con las tasas de gasto cultural medio que tenemos?. En cualquier caso, un nuevo producto aparece y la librería parece un lugar muy adecuado para vender tanto el contenido (e-book), como el lector (e-reader)”.

Efectivamente esta parece ser la perspectiva de algunas librerías, aunque en principio no parece que la integración del ereader en estos establecimientos esté aportando grandes

beneficios. En recientes declaraciones al periódico *Las Provincias*, Jesús Otaola, responsable de la librería Proteo (Málaga) afirmaba haber vendido en todo 2010 un total de 12 dispositivos, es decir, una media de un dispositivo al mes¹¹.

1.2 El mercado de dispositivos de lectura en la esfera internacional: la transformación de la cadena de valor hacia negocios B2C

Según el informe publicado hace escasos días por **International Data Corporation** (IDC), *Worldwide Quarterly Media Tablet and eReader Tracker*, a lo largo de **2010** se vendieron en todo el mundo **12,8 millones de ereaders**, una cifra que triplica con creces las registradas el año anterior (+325% respecto a 2009). Aproximadamente la mitad de estos dispositivos (unos 6 millones) fueron comercializados sólo durante el último trimestre de dicho año.

El informe también pone de manifiesto el liderazgo de Amazon (Kindle) en este mercado, que logró alcanzar una cuota superior al 48% en el último trimestre del año. Un liderazgo que dejó hueco no obstante a otras iniciativas principalmente estadounidenses, como Pandigital (Nobel eReader) o Barnes & Noble (Nook), y asiáticas, en especial Hanvon (WISEreader) y Sony (Sony Reader).

Ya hemos visto cómo la penetración de los dispositivos lectores en España parece estar incrementándose, pero por el momento nos mantenemos alejados de las cifras alcanzadas en otros países, especialmente de Estados Unidos y, en concreto, con dispositivos como el Kindle y el Nook. Ambos tienen en común el haber sido promocionados por grandes tiendas online, Amazon y Barnes & Noble respectivamente.

1.2.1 El fenómeno Kindle: simplicidad y acceso a una gran librería online

El lanzamiento de este ereader en 2007, a pesar de que inicialmente sólo estuvo disponible en el mercado estadounidense, generó gran atención mediática en todo el mundo, fundamentalmente por ser el primer dispositivo de lectura con acceso integrado a una gran tienda online: Amazon. Su oferta inicial partía de los 90.000 títulos y en ella estaban comprendidos casi todos los bestsellers incluidos en las listas de *The New York Times*. A pesar de su elevado precio inicial (unos 290 €) las primeras unidades se agotaron durante sus primeras horas de salida al mercado.

Desde octubre de 2009 el Kindle está presente en muchos mercados internacionales, incluidos buena parte de los mercados europeos. En el momento de su llegada a España el precio del dispositivo era de unos 234 €, incluida la conexión 3G que permite la descarga inmediata de libros de Amazon desde cualquier punto. La tienda de Amazon disponía ya de alrededor de 250.000 títulos, en su mayoría escritos en lengua inglesa. Hoy Amazon cuenta con un inmenso catálogo que abarca unos **850.000 títulos**, al que se añaden alrededor de **1,8 millones de libros gratuitos** (de dominio público) y el acceso a buena parte de la prensa estadounidense y, en menor medida, internacional (entre otros, el diario *El País* o *As*, a los que puede accederse bajo suscripción o pagando por cada ejemplar).

Tanto en Estados Unidos como en cualquier otro país, el dispositivo está vinculado con la tienda Amazon; es decir: **en el Kindle sólo se pueden leer los libros de Amazon** y todos

¹¹ [*El lento paso de la tinta al píxel*](#). Eduardo Laporte.

aquellos que sin ser de Amazon no lleven DRM. Esta restricción es la que determina su caracterización como **sistema cerrado**.

Esta librería online **vende casi todos sus libros por 9,99 \$** (el equivalente a 7,2 €), una estrategia que, unida a la amplitud de su catálogo, le está permitiendo fomentar las ventas de su dispositivo y posicionarse como líder en el mercado. Amazon, no obstante, ha tenido que dar marcha atrás en varias ocasiones en su estrategia comercial. De especial relevancia, originalmente impuso un cargo extra de 2\$ a los libros electrónicos que se compraran fuera de Estados Unidos, pero este fue eliminado cuando el aparato comenzó a comercializarse en el extranjero.

Actualmente la oferta comprende tres modelos de Kindle con distintas características y precios: Kindle 3, con wifi; Kindle 3 con wifi y conectividad móvil 3G; y Kindle DX, con wifi, conectividad móvil 3G y pantalla grande. La reciente aparición del iPad 2 ha motivado algunas rebajas significativas en los precios de las nuevas versiones del Kindle con wifi y 3G, que ha pasado de los 350 \$ (unos 250 €) a 189 \$ (135 €).

En julio de 2010, según datos publicados por la propia compañía, **Amazon había vendido por primera vez en su historia más ebooks que libros impresos**, a pesar del incremento de las ventas de estos últimos; por cada 100 libros en papel se alcanzaron 120 electrónicos. La estimación de las ventas acumuladas por Amazon hasta hoy alcanza ya los 150 millones de libros electrónicos.

¿Cuál es el secreto de su éxito?...

Entre los principales factores que parecen determinar la elevada penetración de este dispositivo entre los lectores pueden apuntarse, en primer lugar, el **acceso integrado a una tienda online con una oferta voluminosa y variada**. A esto se añaden otros factores como la **simplicidad del aparato**.

El contenido de Amazon es accesible también desde otros dispositivos no propietarios (como ordenadores con Mac OS X o Windows, dispositivos Apple como el iPhone o el iPad, Blackberrys, Android o Windows Phone 7).

¿Cuáles serían las posibilidades de integración de Amazon en España?, ¿Cuáles sus repercusiones?...

Aunque España no dispone aún de una oficina Amazon, sí parece estar dando grandes pasos dirigidos a su desembarco en nuestro país.

En octubre de 2010 compró la empresa **BuyVip** de venta por Internet. En el mes de enero tuvimos noticias de que la editorial **Planeta** había iniciado conversaciones con Amazon. Cabe recordar que esta gran editorial forma parte de **Librandia**, plataforma que asegura estar también en negociaciones con Amazon. Cabría preguntarse **cuál sería la posición de esta plataforma** de alcanzar acuerdos entre ambas firmas y **si estos acuerdos podrían animar a otras editoriales españolas a seguir sus pasos**.

Más recientemente hemos conocido también la noticia de que Amazon había llegado, a través de su sede en Francia, a un **acuerdo con la Federación de Gremios de Editores de España** para obtener las referencias de los 300.000 libros alojados en la base de datos de DILVE. Esta base de datos contiene la información principal con la que se identifica cada libro (título, portada, resumen y datos comerciales). Esta herramienta, manejada por

importantes librerías como Casa del Libro o la de El Corte Inglés, proporcionará a Amazon la base para crear su librería virtual en España, aunque la comercialización de los títulos tendrá que ser negociada con las editoriales españolas interesadas en incorporarse al proyecto.

Los expertos coinciden en que la llegada de Amazon a España, que se producirá antes de finalizar el año, puede ser un importante elemento dinamizador de este mercado, aunque sus posibilidades no parecen estar demasiado claras.

Por un lado, a pesar de la simplicidad de su aparato y su conectividad e integración con la Kindle Store, **la expansión de este ereader en España en el momento actual podría verse limitada** por los siguientes factores:

- Kindle establece un modelo basado en un sistema cerrado, en el que el lector sólo puede comprar los libros en la tienda de Amazon o libros sin DRM. Los expertos coinciden en las dificultades de evaluar si los sistemas cerrados o abiertos serán los que triunfen en el futuro, pero también en que el consumidor suele ser muy crítico con las limitaciones de acceso.
- El Kindle no lee en formato ePub, que es el formato estándar más aceptado por las editoriales y distribuidoras españolas. Este aparato utiliza un formato propio, el AZW, basado en un software hecho por Mobipocket y con DRM propio. En 2009 en España, sólo un 0,2% de los títulos digitales se publicaron en formato Mobipocket para Kindle, el equivalente a 12 títulos, lo que da cuenta de su escasa penetración. Las previsiones a corto plazo apuntan además a que es efectivamente el ePub el formato por el que se apuesta mayoritariamente desde el sector editorial español: los resultados de la *2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España* señalan que para 2012 el 74% de las editoriales españolas prevén publicar sus contenidos en formato ePub, mientras sólo un 15% utilizará Mobipocket para Kindle.
- El usuario, cuando adquiere un Kindle, queda registrado y vinculado a la cuenta de Amazon, aportando a ésta información sobre sus movimientos, preferencias, hábitos lectores y un largo etcétera. Precisamente la privacidad y el conocimiento sobre cómo se utiliza la información personal son algunas de las grandes preocupaciones del lector.
- Tanto los menús como la configuración de búsquedas en este aparato están en inglés.

Por otro, en lo que respecta a los **contenidos**, en el momento actual la oferta de Amazon está muy **limitada al mercado de lengua inglesa**; sólo el 1% de su catálogo se ofrece en lengua castellana.

Se une a estas limitaciones la información publicada en los medios sobre los resultados de la **agencia literaria de Carmen Balcells**, que representa a las principales firmas en lengua castellana y vende sus libros a través de Amazon. En recientes declaraciones a *La Información*, Balcells aporta algunos datos que muestran que con este paso no parece haber obtenido, al menos por el momento, muy buenos resultados:

- En todo el año 2010, los derechos relativos a libros digitales de 32 de sus autores han generado unos ingresos de 5.885 €.

- Los royalties en la mayoría de los casos se sitúan en unos 100 €; incluso en el caso del libro más vendido (*Todos los cuentos*, de Gabriel García Márquez, con un total de 835 unidades), sólo se han alcanzado los 2.017 €.
- En total se han descargado 3.414 obras de esta agencia en formato digital, pero la gran mayoría de los títulos registran entre 0 y 2 ventas.

Carmen Balcells ha reconocido que **“el mercado del libro electrónico está teniendo mucha notoriedad mediática y muy poca en términos de ventas”**; no obstante, la llegada de Amazon puede suponer un revulsivo para el mercado de libros electrónicos. Balcells ha avisado ya a sus autores de la llegada a España de esta compañía y ha recordado que Amazon atesora ya el 63% de las ventas de sus libros electrónicos en castellano. Para Antonio María Ávila, director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España, Amazon **“será un operador más que no aportará un cambio cualitativo. Su marketing es magnífico, pero la realidad de los datos desmiente su importancia”**.

Sea como sea, la posible llegada de Amazon a España está incentivando la reflexión de los diversos agentes del mundo del libro respecto a sus posibilidades y su estrategia comercial en nuestro país. De hecho, este asunto fue foco de atención durante la reciente celebración del **I Encuentro de Librerías y Editoriales Independientes Iberoamericanas** en Zaragoza. Según manifestaba en este encuentro Michelle Chevalier, directora de CEGAL, Amazon no ha arrasado en Francia como se esperaba ocurriese en un principio, ya que el mercado francés tiene los precios regulados y, al igual que en España, impera la ley del precio fijo. **“Si Amazon quiere implantarse, tendrá que adecuarse a la regulación española”**, concluye Chevalier, quien reconoce además que el cierre de librerías en los últimos tiempos no puede atribuirse en modo alguno al libro digital, sino **“más a jubilaciones, a la crisis económica y al daño que está haciendo la gratuidad de los libros de texto”**.

1.2.2 Barnes & Noble, competidor de Amazon en el mercado estadounidense

Barnes & Noble, la mayor librería norteamericana, lanzó a finales de 2009 su primer e-reader, bautizado con el nombre de Nook. Los modelos iniciales de este dispositivo incluían wifi o wifi y 3G, pero desde octubre de 2010 comercializan también el Nook con una pequeña **pantalla LED a color** incorporada. Esta funcionalidad, a diferencia del Kindle, permite leer libros con fotografías e ilustraciones a color.

Esta cadena es considerada hoy en día el **principal competidor de Amazon**, una situación impulsada en gran medida por el lanzamiento del iPad al mercado. No obstante, por ahora Amazon parece mantener una cuota de mercado muy superior¹². Aunque ambos dispositivos se parecen en términos de precio y características técnicas, esta situación de competitividad ha obligado a Amazon en varias ocasiones a adoptar algunas medidas siguiendo los pasos de Nook, como la posibilidad de leer el ebook en aparatos no propietarios o de prestarse libros:

- Nook funciona con el sistema operativo Android, de Google, un sistema cada vez más popular que permite compartir contenidos en dispositivos no propietarios. Por su parte Kindle utiliza el sistema operativo Linux, pero tiempo después del lanzamiento de Nook comenzó a ofrecer una versión de software gratuita que

¹² Según fuentes del sector, Amazon tiene actualmente una cuota de mercado del 65%. Las cifras arrojadas desde la agencia literaria Balcells ponen de manifiesto este liderazgo: Amazon representa el 63% de las ventas en número de unidades vendidas, mientras Barnes & Noble condensa el 26% y la española Leer-e un 8% de las descargas literarias.

funciona con Android, de forma que los ebooks de Amazon pudieran leerse en otros dispositivos además de Kindle.

- Desde su salida al mercado, Nook admitía la lectura de libros electrónicos descargados desde bibliotecas así como el préstamo de los ebooks. Este último servicio permite que el ebook pueda ser compartido no sólo con el Nook de otro lector, sino también con usuarios de muchos otros dispositivos como el iPhone, iPod, algunos modelos de Blackberry y Motorola y ordenadores que tengan el software ereader de Barnes & Noble. A finales del año pasado Kindle lanzó una aplicación gratuita que permite que el usuario pueda prestar libros y leer los de otros usuarios no sólo a través del Kindle, sino de muchos otros dispositivos que tengan integrada dicha aplicación. No obstante, el servicio de préstamo sólo está disponible para usuarios de Estados Unidos y se imponen importantes restricciones tanto al prestamista como al receptor: sólo se permite el préstamo una vez, durante el periodo de préstamo el prestamista no puede leer el ebook, y se requiere la identificación (e-mail) del receptor del préstamo. Tanto en Nook como en Kindle, la duración del préstamo es de 14 días y es una opción que depende del editor. De momento no se sabe qué cantidad de libros del catálogo de Amazon podrán ser prestados, pero sirve de referencia que Barnes & Noble permite el préstamo de aproximadamente la mitad de su catálogo.

Nook, al igual que el Kindle, ofrece acceso a contenidos a través de una tienda online: Barnes & Noble. Su oferta comprende más de un millón de títulos, aunque en su mayoría proceden del acuerdo suscrito con Google y son de dominio público. No obstante pueden encontrarse también libros electrónicos de pago, así como periódicos y revistas, alcanzando en la actualidad un catálogo de publicaciones digitales en venta de unos **170.000 títulos**.

El éxito del Nook viene contrastado por las cifras: durante las pasadas navidades, sus ventas se han incrementado un 78%. El hecho de vender estos dispositivos desde sus librerías físicas le ha permitido incrementar las ventas en un 10%.

¿Cuáles serían las posibilidades de integración de Barnes & Noble en España?, ¿Cuáles sus repercusiones?...

A diferencia de Amazon, **Barnes & Noble no vende, por el momento, fuera de Estados Unidos y Puerto Rico**. No obstante, está dando algunos pasos importantes en la incorporación a su catálogo de libros en español.

El pasado año alcanzó un **acuerdo con Digital Books**, aglutinador de contenidos digitales en lengua castellana con presencia internacional. Más recientemente, Barnes & Noble abrió una tienda de ebooks en español, **NOOKBooks en español, partiendo del catálogo de Librandia**. Según declaraciones de Patricia Arancibia¹³, directora de contenidos internacionales del departamento digital de la firma, su lanzamiento el pasado mes de noviembre parte de la constatación de la existencia de una gran población latina estadounidense con acceso a la tecnología y la escasez de libros electrónicos en español. Para Arancibia **“los libros digitales están abriendo las fronteras a libros que parecían demasiado lejanos y demasiado caros”**.

Con este paso la firma vende aproximadamente el 55% de los títulos de Librandia, una cifra que irá creciendo a medida que las editoriales alcancen acuerdos con la librería. No obstante, la compra a través de esta tienda no puede realizarse desde España, sino

¹³ Extraído del resumen publicado por Arantxa Mellado en <http://www.actualidadeditorial.com/como-vender-libros-en-eeuu-y-como-lograrlo-en-ocho-meses/>

únicamente desde Estados Unidos o Puerto Rico y pagando con tarjeta de crédito estadounidense. Esto le ha permitido a Barnes & Noble **vender algunos de los libros de Libranda con descuentos de hasta el 50%** (la mayoría de los libros se ofrecen por menos de 5 \$, el equivalente a 3,6€). Pero habría que apuntar que si en algún momento Barnes & Noble se planteara la venta de estos contenidos a clientes finales en España, no sería ese el precio, sino que este dependería del mercado por el editor y se regiría por la Ley del Libro española.

Ambos ejemplos (Amazon y Barnes & Noble) ilustran en definitiva cómo la cadena de valor está modificándose hacia negocios dirigidos al consumidor final y ventas directas. El primero, con el Kindle, se ha ido transformando de distribuidor online a desarrollador de hardware y software, además de proveedor de contenidos. El segundo, Barnes & Noble, de librería física a proveedor de contenidos y distribuidor de ereaders. De forma inversa, empresas como Sony o Telefónica, se iniciaron en este negocio con la venta de dispositivos y servicios y, en la actualidad, se han incorporado a la venta de contenidos: Sony a través de la apertura de una librería electrónica y Telefónica a través la plataforma Movistar ebook, actualmente en pruebas.

1.3 Los servicios de préstamo de ebooks a través del ereader

En los últimos meses estamos viendo cómo la popularización de los libros electrónicos está propiciando la proliferación de servicios de préstamo de ebooks. Estos servicios operan a menudo a través de plataformas de préstamo como Booklending.com, una iniciativa con la que en el último año se alcanzaron los 16.000 visitantes y más de 20.000 préstamos de libros.

Más reciente es el lanzamiento de la plataforma Ebook Fling, que opera a través de Bookswim. Esta plataforma ofrece un servicio de préstamo de títulos entre usuarios de Amazon y Barnes & Noble: cada usuario pone a disposición del resto una lista con los libros digitales que ha comprado; cada vez que el usuario presta sus libros, va obteniendo créditos (1 por cada 5 libros prestados) que puede utilizar para leer libros de otros miembros de la plataforma durante 14 días.

Existen muchos otros ejemplos como el servicio desarrollado por Sony a través de la compañía Reader Lineup, que permite el préstamo de ebooks en diversas bibliotecas. La compañía Internet Archive está también preparando un servicio propio de venta y préstamo de libros en línea.

Prestar libros es una actividad común entre los lectores, un hábito arraigado que, en el caso del libro digital, está incentivando la proliferación de comunidades de préstamo entre usuarios en la Red. De acuerdo con el blog *The Digital Reader*, actualmente hay ya en funcionamiento cuatro comunidades de préstamo de libros Kindle: GalleyCat, KindleLend, BlogKindle y Kindle Book Lending Club. Esta última opera a través de Facebook y es similar a una biblioteca virtual en la que el usuario, con independencia de que preste o no sus libros, puede tomar prestado libros ofrecidos por otros usuarios. En el caso de Nook hay contabilizadas dos comunidades: BooksforNooks.com y BookFriend.me.

1.3.1 Posible influencia de estos servicios sobre el sector editorial y la lectura

La proliferación de portales y comunidades en los que de forma gratuita se puede compartir el contenido de un libro, ofrece sin duda grandes beneficios para el lector, pero

al mismo tiempo está generando algunos interrogantes sobre cómo afecta esta práctica a los derechos de autor, por un lado, y cierto temor en el ámbito editorial ante la posible influencia de estos servicios sobre las ventas de libros, por otro, a pesar de que son las propias editoriales las que deciden sobre esta cuestión. A este respecto, hace algunos días se conocía la noticia de que el servicio implementado por Amazon para permitir a los usuarios prestarse libros entre sí, Lendle.me, ha sido cerrado por la compañía “*por no servir al objetivo principal de impulsar las ventas y servicios en el sitio de Amazon*”.

Habría que analizar en cualquier caso su posible incidencia en el incremento de los hábitos de lectura digital, así como su influencia en la compra de libros, ya que el préstamo de un libro puede ayudar al lector a descubrir un nuevo autor y además, las restricciones de tiempo impuestas para leer el contenido del libro podrían impulsar su adquisición.

1.4 Google Books, un ejemplo de sistema abierto

Se hace necesario mencionar a Google Books por lo controvertido de esta iniciativa y por su contraposición a los modelos anteriores. Un proyecto que viene definido por su caracterización como sistema abierto, sin vinculación a un dispositivo concreto, y por proporcionar un sistema de *lectura en la nube*.

Google Books comenzó con la digitalización de los denominados libros *huérfanos*, aquellos cuyo autor no está identificado o cuyos titulares, a pesar de estar identificados, no se pueden localizar; pero con posterioridad ha seguido digitalizando obras sujetas a derechos, en algunos casos a través de acuerdos con editoriales (Penguin Group, Simon & Schuster, o Random House, entre otras), autores y agentes literarios para adquirir los derechos de venta digital, creando lo que es hoy en día **Google eBookstore**.

Fue **lanzada en Estados Unidos en diciembre de 2010**, siendo por el momento el único país en el que se ha establecido, y convirtiéndose en la mayor librería digital, ya que actualmente ofrece un catálogo de unos 3 millones de títulos de dominio público y unos 300.000 sujetos a derechos. Un catálogo que podría alcanzar dimensiones mucho mayores, ya que según **Reuters**, Google ha escaneado hasta la fecha 12 millones de libros, un 20% de ellos sujetos a derechos.

Desde sus inicios este proyecto no ha estado exento de **controversia**, fundamentalmente porque presupone la adhesión automática al proyecto, ofrece al lector la posibilidad de visualizar extractos de las páginas digitalizadas de las obras y por su ventaja respecto a sus competidores en el mercado de contenidos digitales.

Esta controversia fue la impulsora de un **acuerdo firmado en 2008 entre Google, la American Publishers Association y el Authors Guild**. Con este acuerdo, Google podría seguir digitalizando libros, comprometiéndose a cambio a crear un registro de todos los libros digitalizados para su biblioteca virtual y a destinar 125 millones de dólares para pagar a aquellos autores cuyas obras se hubieran escaneado sin permiso o localizar a aquellos que no se hubieran pronunciado al respecto. Numerosas voces se alzaron entonces contra la firma de este acuerdo, impulsando incluso la creación de la *Open Book Alliance* formada entre otros por Microsoft, Yahoo, Amazon y diversas asociaciones de escritores. En septiembre de 2009 fue llevado ante los tribunales de justicia por considerar que podría violar la legislación antimonopolio vigente.

Recientemente, el juez federal Denny Chin **ha rechazado el acuerdo** al considerar que daría a Google una significativa ventaja sobre sus competidores. Según este juez, “*muchas de*

las objeciones se levantarían si se tratase de un acuerdo con una participación opcional, en vez de un acuerdo que implica una adhesión automática, salvo rechazo expreso”. La propuesta actual se dirige a la exigencia del consentimiento previo de los dueños de los derechos.

A pesar de la sentencia, no parece que Google vaya a dar marcha atrás. Desde esta compañía se afirma que van a seguir escaneando libros; así lo manifestaba hace unos días Hillary Ware, ejecutiva de Google: “con independencia del resultado continuaremos trabajando con Google Books para hacer accesibles online más libros”. El próximo 25 de abril volverán a reunirse de un lado Google, la American Publishers Association y el Authors Guild y, de otro, el departamento de Justicia de Estados Unidos, varias empresas (entre ellas, Amazon y Microsoft), grupos de presión y expertos.

Con independencia de lo que finalmente ocurra a este respecto, es necesario mencionar algunas **características que definen este proyecto** y que lo alejan de modelos como los establecidos por Amazon y Barnes & Noble:

- Contenidos legibles en cualquier dispositivo: parte de la estrategia de Google se fundamenta en que no ha generado, al menos por el momento, un aparato propio para la lectura de libros, por lo que tecnológicamente es el modelo menos dependiente. Sus libros se pueden leer en casi cualquier aparato con conexión a Internet: desde un ordenador, hasta el iPhone, Android, tabletas o ereaders que lean en formato ePub con o sin DRM (no Kindle) o PDF con o sin DRM.
- Google permite comprar o vender libros en el formato elegido. Se encarga de realizar las conversiones necesarias para que el libro pueda leerse desde cualquier aparato, de forma que la cuestión tecnológica no sea un problema ni para el lector ni para el editor.
- El modelo de Google no es un modelo de descarga, sino de *lectura en la nube*. El lector va generando su biblioteca virtual, a la que accede desde estos dispositivos. Google eBooks y por extensión Google eBookstore permite el acceso al contenido seleccionado por el usuario desde la cuenta Google.
- Los usuarios pueden buscar, hojear y descubrir libros siguiendo los criterios establecidos por el editor: lo que se puede o no se puede leer, cuántas páginas, etc.
- La compra puede realizarse a través de la pasarela de pago del operador o desde cualquier tienda asociada, incluyendo grandes cadenas y librerías independientes.
- No hay que firmar ningún contrato de exclusividad.
- Reparte con los editores y autores el precio de venta al libro y la publicidad textual vinculada, opción esta última que depende del editor.

En definitiva, según Luis Collado, director de Google Books en España, “se trata, por un lado, de que **la tecnología no sea problema alguno** como la mayoría de los formatos que se ofrecen ahora, que son cerrados; y por otro, **de que participe todo el sector**. Por eso preferimos hablar de *ecosistema del libro* más que de *plataforma*”. Este modelo, en consecuencia, se plantea como alternativa a otros afectados por la problemática que genera la incompatibilidad de formatos y dispositivos. Esta es la razón fundamental por la que la empresa ha venido manteniendo su oposición a la creación de un dispositivo propio.

No obstante, cabe apuntar que el pasado mes de enero Google anunció la compra de eBook Technologies, una empresa especializada en el desarrollo de tecnologías para la lectura en dispositivos móviles. Con esta adquisición Google afirma que espera ofrecer experiencias lectoras más ricas en tabletas, lectores electrónicos y otros dispositivos portátiles, aunque la **posible creación de un ereader propio** a raíz de esta adquisición genera importantes dudas sobre su estrategia.

1.4.1. La integración de Google eBooks en España

Por el momento, entre los diversos países europeos, sólo Alemania y Francia han puesto formalmente objeciones a este proyecto. En lo que a España respecta, según afirmaba Collado el pasado mes de diciembre en declaraciones a *Europa Press*, “se están firmando acuerdos en España con editores y librerías online para crear todo el ecosistema con un tamaño suficientemente interesante para España”. Los títulos que estarán disponibles en esta librería digital “dependerán de los editores que se sumen a la plataforma y vayan volcando sus fondos editoriales”.

Por el momento, más de 600 editores españoles han autorizado al Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO), entidad de gestión de derechos de reproducción en el ámbito de los libros y las revistas, a negociar con Google en su nombre. No obstante, tras la sentencia judicial Magdalena Vinent, directora de CEDRO, declaraba a *Público* “me parece muy bien la sentencia del juez, ya que protege más al autor. Lo que tiene que hacer Google es adaptarse a lo que se está haciendo en Europa. Es decir, llegar a un acuerdo para que cada país podamos otorgar licencias para la digitalización de los libros de las bibliotecas”. Varias bibliotecas españolas digitalizan también sus fondos dentro de este programa.

La llegada de Google eBooks a España está pendiente no sólo de lo que ocurra tras el rechazo del acuerdo, sino también de las negociaciones que finalmente pueda alcanzar con los editores y libreros españoles en base a lo que se decida en la reunión de abril. Hasta la reciente parada judicial las previsiones señalaban que Google Books se lanzaría en España a lo largo de este año.

Aunque en principio, como manifestaba Collado, la idea es que participe todo el sector, cabría preguntarse, de salir adelante, **cuál sería el papel de las librerías españolas en este proyecto**.

2. El tablet, una alternativa a la lectura en ereaders

2.1 La revolucionaria aparición del iPad

Buena parte del impulso mediático de los dispositivos de lectura durante el pasado año vino determinada por la irrupción del iPad de Apple en el mercado, un dispositivo multifunción que, entre otras aplicaciones, ofrece una experiencia de lectura digital similar a la del ereader, aunque con algunas diferencias. Estas vienen determinadas en gran medida por la multifuncionalidad del aparato y la incorporación de contenidos a color, imágenes y vídeos. El ereader, además de estar destinado básicamente a la lectura, sólo

ofrece por el momento¹⁴ contenidos en blanco y negro y escalas de grises, por lo que queda limitado a documentos textuales, fotos en blanco y negro y gráficos. La incorporación del color en el tablet se consigue con la integración de pantallas LCD que además permiten leer en la oscuridad; como contrapartida, cansan más la vista, no permiten leer con luz solar directa, son más pesados que un ereader y la duración de su batería es inferior.

Para el desarrollo de la línea de contenidos en el iPad, Apple siguió el modelo de Amazon con Kindle. El usuario del iPad puede descargarse la aplicación iBooks, que actúa como un e-reader y permite al usuario leer libros, añadir notas, subrayar pasajes y organizar su biblioteca. Desde iBooks el usuario puede acceder a la iBookstore, donde puede comprarse los libros, incluidos algunos de dominio público. Al igual que el ereader, el contenido puede obtenerse de librerías online, editoriales o portales de Internet de contenidos gratuitos. El usuario también se puede instalar las aplicaciones de Kindle y Nook de forma gratuita.

El iPad salió a la venta en Estados Unidos en abril de 2010 recibiendo una acogida sin precedentes. Poco después irrumpió en el mercado español, donde algunos de sus modelos se agotaron a las dos horas de su lanzamiento.

Los datos recogidos por el [informe de IDC](#) apuntan ya **casi 18 millones de tabletas vendidas el pasado año por todo el mundo, de las cuales un 83% (unos 15 millones de unidades) fueron iPads**. Al igual que en el caso del ereader, las cifras ponen de manifiesto un notable incremento de las ventas durante el último trimestre de 2010: si en el tercer trimestre se alcanzaron los 4,5 millones de tabletas, durante el cuarto trimestre se superaron los 10 millones. Estados Unidos, Europa Occidental y Asia / Pacífico (excluyendo Japón) condensan el 89% de las ventas. **Europa Occidental registró un importante salto en la demanda de tabletas en el último trimestre.**

El pasado 11 de marzo salió al mercado estadounidense el **nuevo iPad 2** generando, por segunda vez, gran expectación. Según los analistas, esta nueva versión ha superado las cifras de venta logradas por su predecesor en el momento de su lanzamiento, alcanzando el **millón de unidades vendidas sólo durante el primer fin de semana en el mercado**. Durante su presentación, Apple anunció además que la iBookstore, ya ha vendido bajo descarga 100 millones de libros.

A nuestro país, al igual que a otros mercados internacionales, llegó el pasado 25 de marzo, recibiendo una buena acogida. Apple ya ha anunciado que el próximo 20 de abril ofrecerá las cifras de venta de este nuevo modelo, un dispositivo que en comparación con el modelo anterior es más delgado y ligero, cuenta con un procesador más potente, e incluye dos cámaras (una frontal y otra trasera) para hacer fotos, grabar vídeos y realizar videollamadas.

En España el iPad 2 se comercializa al mismo precio que los de la generación anterior (es decir, desde los 488 € el modelo más básico hasta los 793 € el más completo). No obstante Apple ha rebajado ya el precio del iPad 1 unos 100 € sobre el precio de cada modelo.

2.2 El iPad, impulsor del mercado de tabletas por todo el mundo

¹⁴ Exceptuando la pequeña pantalla del Nook y otros dispositivos a color en el mercado a precios escasamente competitivos.

Según los analistas, el tablet se está revelando como uno de los segmentos con mayores posibilidades de crecimiento en los próximos años.

Para 2011 las expectativas de venta del iPad rondan los 30 millones de unidades. Una cifra que, de acuerdo con la empresa de investigación norteamericana eMarketer, se incrementará hasta los 44 millones de dispositivos teniendo en cuenta los distintos modelos y marcas. Pero para 2012 se espera que la cifra de dispositivos prácticamente se duplique, alcanzando los 81 millones (cerca de un 400% de incremento respecto a los datos actuales).

A pesar de estas predicciones, también existen estudios que, cuando menos, hacen cuestionarse si verdaderamente puede llegar a existir una demanda de tales dimensiones. Una investigación desarrollada por Nielsen Company en 2010 entre un total de 27.000 personas, ha puesto de manifiesto que en la mente del consumidor estos dispositivos no parecen ser tan necesarios: sólo un 7% de los encuestados afirmaba que a lo largo de 2011 consideraría la compra de un ereader; en el caso del tablet este porcentaje disminuyó hasta el 6%. No obstante, si reflexionamos sobre lo ocurrido en otros sectores, como por ejemplo la industria de telefonía móvil, puede comprobarse cómo han evolucionado la mente y los hábitos del consumidor a favor de un producto que, en principio, en la mayoría de los casos no parecía responder a una necesidad real.

En lo que a España respecta, en los próximos meses se espera la llegada de diversos modelos, entre otros el Xoom de Motorola; el LG Optimus Pad, el primer tablet con tecnología 3D; el HTC Flyer, que permite hacer anotaciones con un bolígrafo capacitivo; o la Orange Tablet, una alternativa técnicamente con menos posibilidades que las anteriores, pero con un precio (todavía no desvelado) que promete ser más económico y con el que se pretende llegar a todos los públicos.

Tabla 4 – Comparativa de algunos modelos de tabletas

	iPad 2 (Wifi + 3G, 32 GB) Apple	Xoom (Wifi + 3G) Motorola	Galaxy Tab 10.1 Samsung	Optimus Pad LG
Precio (€)	522	573	Sin confirmar	466
Pantalla	9.7	10.1	10.1	8.9
Sistema Operativo	iOS 4.3	Android 3.0	Android 3.0	Android 3.0

Fuente: Adaptado de xatakandroid.com

Los posibles efectos del lanzamiento de otros modelos por todo el mundo, de acuerdo con los analistas, apuntan al descenso en la cuota de mercado del iPad (se estima una bajada del 85% actual al 69%) y, muy probablemente, la consideración de este dispositivo como el principal rival de Amazon, a pesar de las inmensas cifras manejadas por este último.

2.3 El tablet como impulsor del hábito lector

Son diversas las investigaciones que se están poniendo en marcha para abordar la influencia de los dispositivos de lectura sobre el comportamiento y hábitos del lector.

En el universo de los tablets, cabría destacar la desarrollada por iModerate cuyos resultados, recogidos en el informe *Consumer Trends in Ebook Readership Using Multifunction Devices*, se dieron a conocer durante la celebración de la pasada Digital

Book World en Estados Unidos. Esta investigación pone de manifiesto la **capacidad de los dispositivos multifunción para incrementar los hábitos de lectura; y no sólo de libros electrónicos, sino también impresos:**

- Casi 7 de cada 10 lectores afirmaban que su frecuencia de lectura se había incrementado desde que comenzaron a leer en dispositivos multifunción.
- Casi 9 de cada 10 consideraba probable que sus hábitos de lectura se incrementarían durante el próximo año gracias al ebook.
- A casi 5 de cada 10, la lectura de ebooks les había animado a leer más libros impresos de los que leían antes de comenzar a leer ebooks.



Los resultados del estudio evidencian además que **el ebook puede animar a redescubrir la lectura** entre aquellos que fueron lectores en el pasado, identificados como “lectores reenganchados”.

A la luz de estos resultados cabría preguntarse sobre el efecto potencial de la penetración de estos dispositivos sobre los hábitos lectores. **De confirmarse las estimaciones de eMarketer sobre la penetración de estos dispositivos en los próximos años, esto podría suponer el paso de 18 a 44 millones de potenciales lectores a lo largo de este año, sólo teniendo en cuenta estos aparatos.**

2.4 ¿Tablet o ereader?...Dos mercados paralelos orientados a usos distintos

La exponencial proliferación de tabletas por todo el mundo genera ciertas dudas sobre las posibilidades de expansión de otros dispositivos, fundamentalmente el ereader. Pero tampoco el ordenador parece escapar de los efectos de tal propagación.

Según la información recogida en la décima edición del informe anual *TMT Trends* publicado por Deloitte **la era del ordenador personal podría estar tocando su fin**, suplantada por la de las tabletas y smartphones. De acuerdo con Deloitte, en 2011 estos dos últimos superarán los 400 millones de unidades en todo el mundo. En el informe también se recoge que si bien la proliferación de **tabletas y smartphones** reforzará el mercado de libros electrónicos, **su expansión será muy superior a la del ereader**, estimando incluso que para 2015 los usuarios de tabletas multimedia doblarán a los de dispositivos dedicados. No obstante, apunta que esta expansión incidirá en una bajada de precios de estos últimos.



En definitiva, dados los paralelismos entre las tabletas y los ereaders, y dejando de lado las estimaciones, cabe preguntarse **hacia qué dispositivo se inclinará el lector digital** o si puede haber divergencias entre los potenciales lectores y los hábitos de consumo de unos y de otros.

Por el momento, los resultados de la investigación puesta en marcha por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez a través de su proyecto *Territorio eBook*, concluyen en algunas diferencias importantes en el uso y procesos de lectura en ambos dispositivos e inducen a pensar que pueden generar dos mercados paralelos orientados a usos distintos.

TERRITORIO eBOOK

Mientras el ereader es un dispositivo idóneo para la lectura lineal, de largo aliento y orientada al ocio literario, las tabletas son preferidas para una lectura más fragmentaria y mezclada con la navegación y la búsqueda de información en la red.

Unas conclusiones con las que coinciden la mayoría de los expertos y que conducen a concluir que **ambos dispositivos coexistirán, aunque destinados a necesidades, contenidos y perfiles de consumo diferentes**. El ereader estaría más enfocado al lector frecuente que no desea distraerse durante la lectura con otras funcionalidades; y también a lectores de avanzada edad en los que por razones de salud este aparato podría cubrir algunas de sus necesidades (cambio del tamaño de letra o movilidad reducida). A pesar de la percepción generalizada de que las personas menos jóvenes son más reticentes a la hora de adoptar las nuevas tecnologías, las investigaciones desarrolladas desde *Territorio eBook* nos ofrecen otra realidad: la observación de los hábitos lectores en personas mayores de 55 años concluyen en que estas se apropian sin dificultades de los modernos dispositivos lectores y muestran una mayor recepción y preparación para el libro electrónico de lo que popularmente se piensa.

Por su parte el tablet se afianzaría como aparato lector en el ámbito profesional y para la lectura de libros de no ficción, periódicos y revistas.

Efectivamente el potencial del tablet en ámbitos donde la actualización y el intercambio de información alcanzan valores máximos parece afianzarse con los resultados de algunas investigaciones que coinciden al afirmar que, **en especial las nuevas generaciones, optarán por leer la prensa en medios digitales en detrimento de los medios impresos**. Hace unos días se publicaban los resultados de la encuesta anual sobre los medios de comunicación en EEUU, *The State of the News Media 2011*, realizada por el Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism; según el estudio, el número de lectores de noticias online ya supera al de los lectores de periódicos en papel.

Ya en nuestro país, recientemente la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) ha publicado la décimo tercera edición de su *Encuesta a usuarios de Internet, Navegantes en la Red*; esta investigación se realiza anualmente con la finalidad de conocer en detalle el perfil y los hábitos de uso del internauta español. El informe arroja, entre otros, algunos resultados que confirman la tendencia también en España hacia la lectura de periódicos en digital en sustitución de medios impresos:

- Para el 32,1% de los internautas españoles la manera más habitual de leer el periódico es en formato digital. Sólo el 7,3% lo lee exclusivamente en papel, mientras el 54,8% combina ambos soportes.



- Más de 9 de cada 10 internautas (el 93,1%) lee noticias de actualidad por Internet, aunque sólo el 0,6% accede por el momento a contenidos de pago y el 1,2% combina éstos con contenidos gratuitos.

Conscientes de este potencial, son diversas las **iniciativas** lanzadas desde el mundo de la prensa hacia la edición digital para la lectura de contenidos a través de tabletas. Una de las apuestas más evidentes fue el lanzamiento en el mes de febrero de *“The Daily”*, el primer diario pensado exclusivamente para su lectura en tabletas¹⁵, creado a iniciativa de la compañía News Corporation. Este diario se concibe **no como una traslación del periódico tradicional a Internet, sino como un nuevo producto multimedia en el que la imagen juega un papel decisivo**. El acceso se permite únicamente a suscriptores bajo un modelo de pago (99 centavos la semana o 39,99 \$ al mes). Con este lanzamiento la compañía pretende conseguir que las ediciones digitales de sus diarios en papel dejen de ser gratuitas.

También *“The New York Times”* acaba de lanzar diversos paquetes de suscripción digital, aunque no exclusivamente dirigidos a la lectura en iPad, sino en gran variedad de dispositivos (ordenador, smartphone, Blackberry, tabletas...) y con costes diferenciados según el caso. Para lectores no suscritos se permite ver de forma gratuita hasta 20 contenidos y, a partir del 21, tendrían que suscribirse; para los que ya son suscriptores de la edición impresa, el acceso es libre desde cualquier dispositivo. El acceso a los contenidos desde agregadores es gratuito, pero queda limitado a un número diario de enlaces.

En **España** también tenemos algunos ejemplos de plataformas de pago para contenidos digitales de prensa. Tal es el caso de **Orbyt**, una iniciativa de **Unidad Editorial** con la que se ofrece acceso bajo pago a ediciones exclusivas en la web de periódicos como *“El Mundo”*, *“Marca”* o *“Expansión”*.

Por el momento, se están desarrollando modelos de negocio divergentes, pudiéndonos encontrar desde ediciones exclusivas en digital, bien diferenciadas respecto al papel, hasta medios que mantienen una edición digital gratuita paralela a otra de pago con valores añadidos.

3. El ereader y el ordenador, entornos de lectura por excelencia para la comercialización de la obra digital en España

3.1 La apuesta editorial española por contenidos multisoporte

Comprobada la diversidad de la oferta de dispositivos en el mercado, cabe preguntarse cuál y cómo es la apuesta de las editoriales españolas a la hora de comercializar sus contenidos digitales en el momento actual y cuál será su evolución en un futuro próximo.

El abordaje de estas cuestiones se ve notablemente facilitado con los resultados de diversos estudios que se resumen a continuación y que, en definitiva, ponen de manifiesto la **tendencia hacia la edición de contenidos para su lectura en múltiples dispositivos**, así

¹⁵ En principio ha sido diseñado para su lectura a través del iPad, pero en el futuro se irá adaptando a otras tabletas.

como la **apuesta generalizada del sector editorial español hacia dispositivos de lectura dedicados (ereaders), sin dejar de lado la venta de contenidos para su lectura a través del ordenador**. A lo largo de este año se espera también un incremento notable en la comercialización de contenidos para tabletas y, aunque en menor grado, para teléfonos móviles.

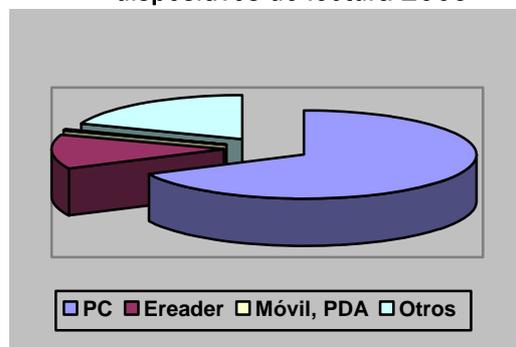
El ordenador era, hace dos años, el dispositivo por excelencia en la comercialización de contenidos digitales por parte de las editoriales españolas. Así se reflejaba en el último informe sobre *Comercio Interior del Libro en España 2009* publicado por la Federación de Gremios de Editores de España: casi el 70% de los libros electrónicos a la venta se comercializaron para ser leídos en ordenador, dispositivo seguido muy de lejos por el ereader. La comercialización de contenidos para su lectura en teléfonos móviles y PDAs era muy poco representativa. Unos datos que parecen reflejar la por entonces escasa penetración de dispositivos dedicados y la limitada demanda de contenidos para ser leídos en aparatos de telefonía móvil.

Tabla 5 – Comercialización según dispositivos de lectura 2009

Títulos comercializados		%
Ordenadores	7169	67,7
Ereaders	1334	12,6
Móviles/PDA	64	0,6
Otros	2023	19,1
Total	10.590	100

Fuente: *Comercio Interior del Libro en España 2009*, FGEE - MCU

Gráfico 6 – Comercialización según dispositivos de lectura 2009



Sin embargo, a lo largo de 2010 parece que el sector editorial ha apostado con mayor fuerza por otros dispositivos, sin dejar de lado el ordenador, posiblemente conscientes del incremento de la demanda de estos aparatos por parte del consumidor español.

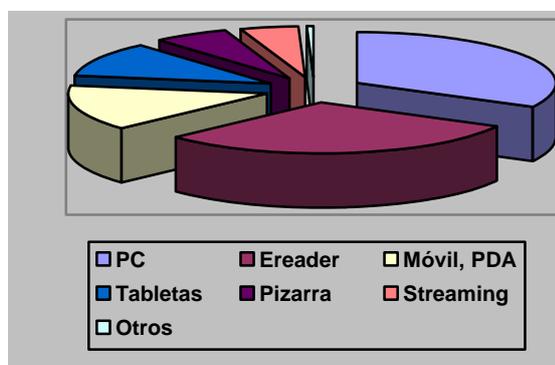
Los resultados de la **2ª Encuesta sobre el Libro Digital en España** recientemente publicada, ponen de manifiesto esta cuestión: **durante 2010 el ordenador se sigue manteniendo como dispositivo principal, aunque va compartiendo protagonismo con el ereader**. Se incorpora la oferta de contenidos para tabletas y se incrementa notablemente la destinada a teléfonos móviles, PDAs y pizarras digitales.

Tabla 7 – Estimación en la comercialización según dispositivos de lectura 2010

	% Editoriales
Ordenadores	55
Ereaders	51
Tabletas	24
Móviles/PDA	19
Pizarra	10
Streaming	8
Otros	1
NC	29

Fuente: *2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España*, FGEE / FGSR

Gráfico 8 – Estimación en la comercialización según dispositivos de lectura 2010



Las previsiones sobre lo que ocurrirá a lo largo de **2011 y 2012** apuntan al **establecimiento del ereader como principal dispositivo de lectura** en ligero detrimento del ordenador (que descendería 3 puntos porcentuales). Ambos entornos de lectura mostrarán un importante crecimiento a lo largo de 2011 y serán utilizados por el **80% de las editoriales españolas**.

Durante este año también **se incrementará la apuesta editorial por contenidos destinados a la lectura a través de tabletas y, en menor medida, teléfonos móviles**: cerca de la mitad de las editoriales editarán contenidos para estos dispositivos. Se espera un crecimiento notable en la comercialización de productos en streaming / online, aunque se mantendrán muy por detrás de los anteriores.

Tabla 9 – Estimación en la comercialización según dispositivos de lectura 2011-2012

	% Editoriales 2011	% Editoriales 2012
Ordenadores	75	74
Ereaders	78	78
Tabletas	56	59
Móviles/PDA	43	48
Pizarra	19	21
Streaming	25	28
Otros	1	1
NC	6	9

Fuente: 2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España, FGEE / FGSR

Gráfico 10- Estimación editoriales 2011

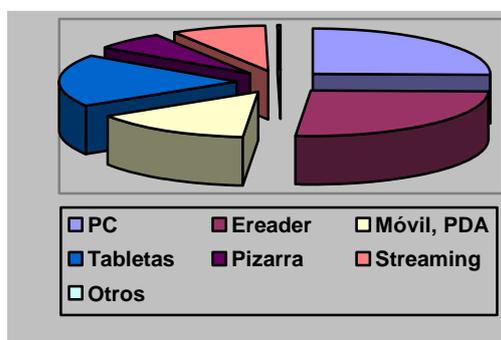
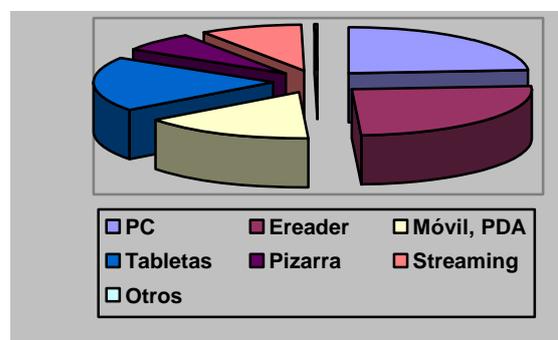


Gráfico 11- Estimación editoriales 2012



3.2 Entornos de lectura diferenciados según las materias

De acuerdo con el informe, cuando se analizan las preferencias del sector editorial por la creación de contenidos según los entornos de lectura se observan algunas diferencias sobre las predicciones a corto plazo en función de las diversas materias.

- El sector estima que la creación de contenidos para dispositivos **ereaders** será superior a la generada para el ordenador en algunos casos, como: libros de Literatura, Literatura Infantil y Juvenil, Ciencias Sociales y Humanas, Religión, Libros Prácticos y Divulgación General. Los valores más extremos los encontramos en los libros de Religión, donde el 90% (93% en 2012) de las editoriales prevén su

publicación para ereaders, y en los Diccionarios y Enciclopedias, en los que este porcentaje desciende hasta el 73%.

- Por su parte, la oferta de contenidos para el **ordenador** superará a la del ereader en el caso de materias como Libro de Texto no Universitario, Científico Técnico y Universitario, Derecho y Ciencias Económicas, Diccionarios y Enciclopedias y Cómic. Los porcentajes más elevados se registran en los Libros de Texto no Universitario (89% en 2011) y en Cómic (que ascenderá al 94% de editoriales en 2012); por su parte los Libros Prácticos registran los porcentajes más bajos (71% en 2012).
- En lo relativo a las **tabletas**, la oferta irá incrementándose en los dos próximos años sin llegar a superar a los dos anteriores. Las editoriales de Cómic son las que parecen apostar con mayor fuerza por este dispositivo (un 69% en 2011 y un 75% en 2012), mientras las de Derecho y Ciencias Económicas presentan los valores más bajos (55% y 57%).
- Por último, los **teléfonos móviles y PDAs** se sitúan como entornos de lectura menos extendidos aunque en general también irán ganando terreno: a lo largo de 2011 al menos un 43% de las editoriales crearán contenidos para estos dispositivos. El cómic es, de nuevo, la materia que parece condensar mayores porcentajes (63% y 69% en 2011 y 2012 respectivamente), mientras Derecho y Ciencias Económicas presentan los valores más bajos (43% y 46%).

Gráfico 12 - Creación de contenidos para ereaders. Estimaciones 2011-2012

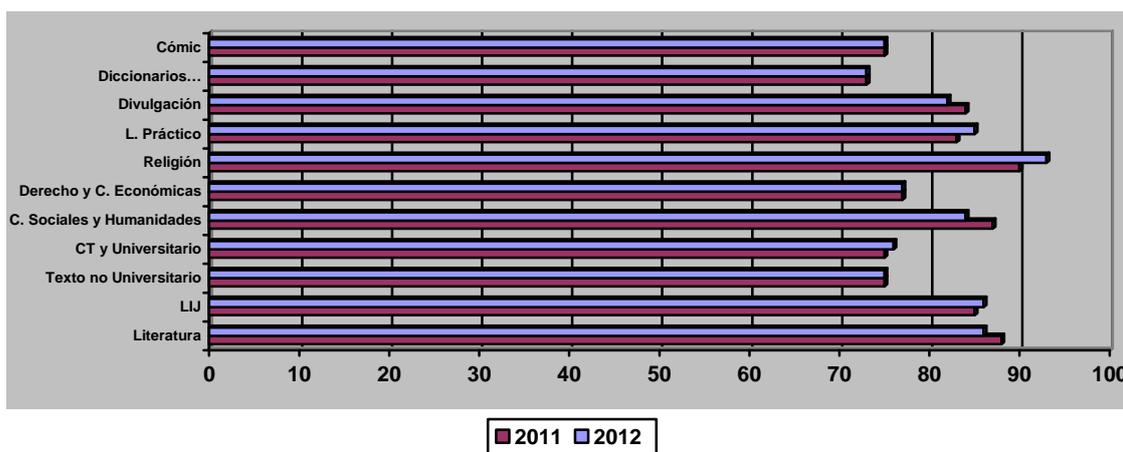


Gráfico 13 - Creación de contenidos para ordenadores. Estimaciones 2011-2012

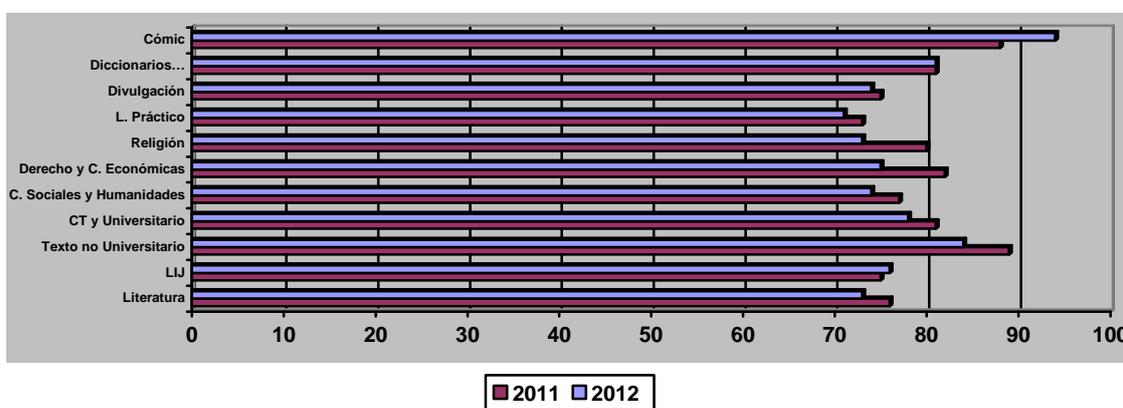


Gráfico 14 - Creación de contenidos para tabletas. Estimaciones 2011-2012

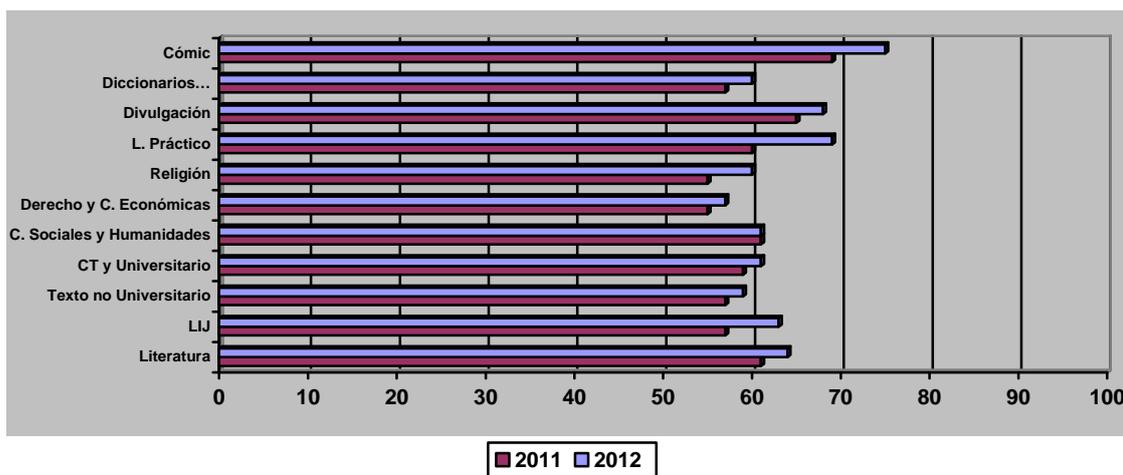
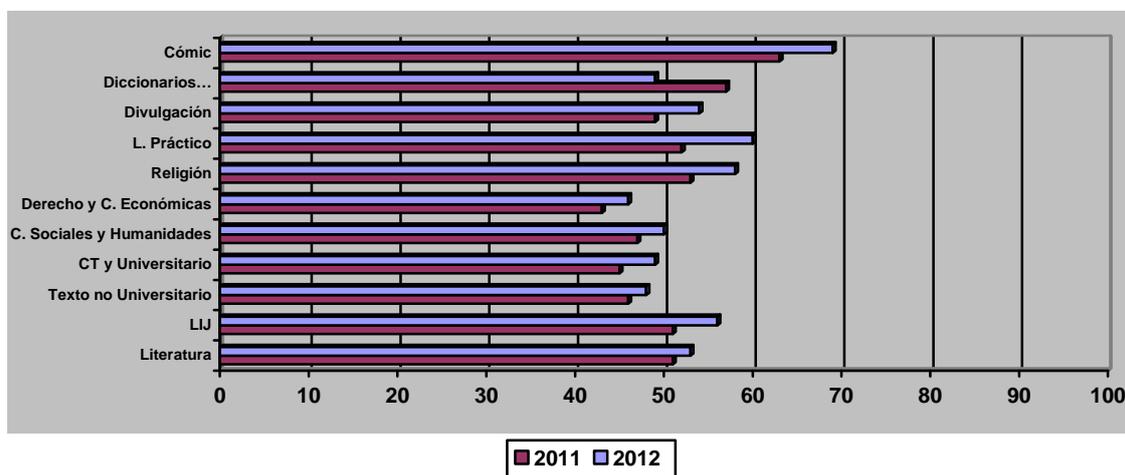


Gráfico 15 - Creación de contenidos para teléfonos móviles y PDAs. Estimaciones 2011-2012



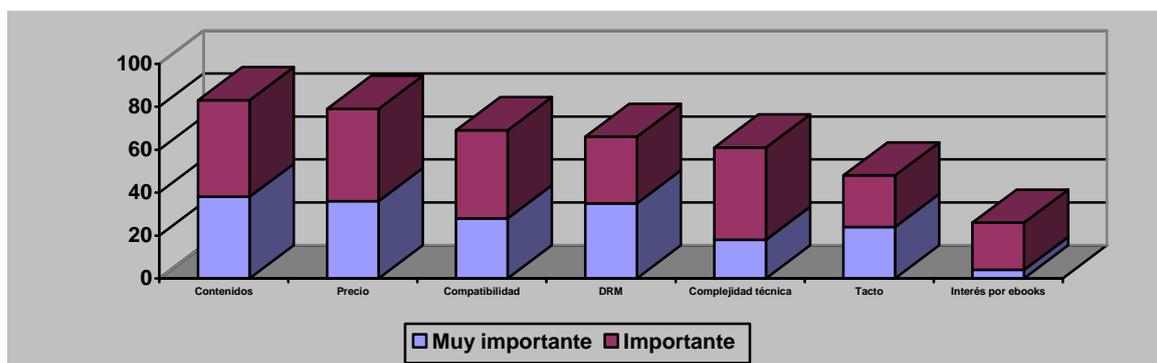
Fuente: 2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España, FGEE / FGSR

4. Barreras de entrada de los dispositivos de lectura en España

Sin entrar a valorar las bondades del libro impreso, buena parte de las reticencias del lector a la hora de adquirir uno de estos dispositivos se debe **incompatibilidades derivadas de los formatos** y las **restricciones y complicaciones impuestas por los DRM**. A esto se une el todavía **elevado precio de los dispositivos dedicados** y las **limitaciones en volumen y precios de la oferta de contenidos digitales** en el caso de España.

Estos son no obstante factores comúnmente determinantes en prácticamente todos los mercados editoriales, no sólo en España. Para la mayoría de los expertos encuestados por **Price Waterhouse Coopers** con motivo de la elaboración del informe **Turning the page: the future of eBooks** los aspectos más decisivos en el desarrollo del mercado de dispositivos y contenidos son, por este orden, la disponibilidad de contenidos, el precio de los dispositivos, su compatibilidad, los DRM, la complejidad técnica, la tecnología del tacto y, en último extremo, el interés por los libros electrónicos.

Gráfico 16 – Factores determinantes del desarrollo del mercado de dispositivos



Fuente: *Turning the page: the future of ebooks*. PwC

4.1 Incompatibilidades de lectura derivadas del formato

La compatibilidad entre diversos dispositivos, es decir, el que un libro digital comprado por el lector pueda leerse en distintos aparatos, viene determinada fundamentalmente por los formatos del libro electrónico que admite cada uno de ellos. Este es un factor crucial porque, de hecho, fue este **uno de los motivos principales que hicieron fracasar los dispositivos de primera generación**.

Cada dispositivo tiene definidos en qué formatos puede leer libros electrónicos. Existen en la actualidad multitud de formatos, aunque la gran mayoría no están pensados ex profeso para el libro electrónico, sino para visualizar imágenes o vídeos, por ejemplo. En lo que a lectura de textos se refiere, los formatos más extendidos son el ePub y el PDF.

El **formato ePub** es, desde 2007, el formato establecido por el **International Digital Publishing Forum (IDPF)** como estándar internacional para la publicación de libros electrónicos. Este apoyo del IDPF asegura la compatibilidad tanto en el presente como en el futuro.

Las principales ventajas del ePub se basan en que, al ser un formato estandarizado, garantiza la compatibilidad entre diversos sistemas. Además, se adapta con facilidad al tamaño de la pantalla del dispositivo, asegurando la independencia del contenido y el formato; admite, además de textos, imágenes e incluso vídeos, aunque presenta algunas limitaciones en su adaptación a contenidos basados en imágenes (como pueden ser los cómics). Otra ventaja interesante es que el ePub facilita los procesos de Impresión Bajo Demanda, una opción que puede permitir a la editorial o librería mantener la venta de libros en papel al tiempo que se incorpora al mercado digital.

El **PDF** es otro de los formatos más ampliamente utilizados por su elevada compatibilidad. No obstante, es un formato estático (por ejemplo no se adapta al tamaño de la pantalla del dispositivo) y proporciona una experiencia de lectura incómoda, particularmente en textos profesionales.

Actualmente el ePub es un formato muy extendido. Su adopción tanto por parte de Google en su proceso de digitalización de libros como de Apple en su iBookstore, ha dado un gran impulso a este formato, hoy en día utilizado por muchas editoriales. Entre otras Penguin, Harper Collins o Macmillan; también la mayoría de los libros distribuidos a través de Librandia van con formato ePub. A día de hoy, sólo Amazon se mantiene al margen y sigue utilizando un formato propio (AZW) incompatible con el ePub.

La cuestión del formato **no es una decisión sencilla** por varias razones. A un proceso de conversión costoso en términos económicos y de tiempo, se une el hecho de que la determinación de la editorial hacia un formato u otro delimitará en qué plataformas podrá ofrecer sus libros y en qué dispositivos estará disponible el contenido para el lector. Esta es la razón por la que en Estados Unidos el sector editorial ofrece sus contenidos en diversos formatos. En lo que a **España** respecta, en estos dos últimos años la industria editorial parece haber avanzado en la toma de decisiones respecto a qué formatos utilizar, siendo el ePub y el PDF los que en principio parecen tener mayor acogida.

4.1.1. La creciente apuesta española por el formato ePub:

Efectivamente, la **1ª Encuesta sobre el Libro Digital en España** puso de manifiesto que por entonces (2009) una de cada tres editoriales no tenía claro en qué formatos comercializaría su obra digital en el futuro, una incertidumbre que parece desaparecer en las previsiones para 2011 arrojadas por la **2ª Encuesta**.

De acuerdo con los datos de **Comercio Interior del Libro en España 2009**, hace dos años casi la mitad de los títulos digitales editados en España (48,4%) fueron publicados en formato PDF. El ePub, por su parte, estaba escasamente presente (3,7%) y menor aún era la publicación de contenidos en Mobipocket genérico (1,7%) y Mobipocket para Kindle (1,7%)

Tabla 17 – Edición según los formatos en 2009

	Títulos editados	%
PDF	2882	48,4
ePub	220	3,7
MobiPocket (genérico)	100	1,7
Mobipocket (Kindle)	12	0,2
Otros	2746	46,1
Total	5960	100

Fuente: Comercio Interior del Libro en España 2009, FGEE-MCU

La reciente publicación de los resultados de la **2ª Encuesta sobre el Libro Digital en España** nos ofrece datos más recientes sobre la realidad actual y las estimaciones de futuro, poniendo de manifiesto la tendencia creciente hacia el ePub.

Si bien **durante 2010** el PDF se mantuvo como formato mayoritario (un 62% de las editoriales lo aplicaron a sus contenidos), éste compartió protagonismo con el ePub (40%) y, en menor medida, con los MobiPocket, aunque estos últimos siguen siendo escasamente utilizados (6% el genérico y 5% para Kindle). Los formatos para pizarra digital alcanzaron el 9%.

Los principales cambios que parecen deducirse al comparar los resultados de ambas encuestas apuntan a:

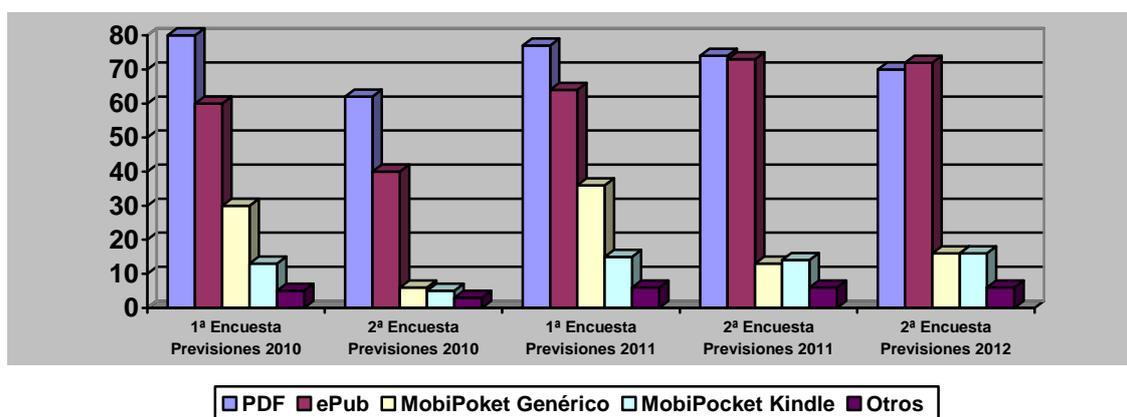
- Una mayor apuesta editorial de futuro hacia el formato ePub: si durante la primera encuesta las previsiones de uso de este formato para 2011 alcanzaban al 64% de editoriales, en la reciente encuesta las estimaciones se incrementan hasta el 74%.
- Un descenso en las expectativas de uso del PDF: aún manteniendo estimaciones de futuro con valores similares al ePub, las previsiones de uso de este formato reflejan cierto descenso respecto a las recogidas en la primera encuesta. El uso del PDF crecerá hasta 2012, utilizándose de forma paralela al ePub y, a partir de entonces, su utilización comenzará a descender.
- Una bajada notable en las previsiones de uso de MobiPocket genérico: las expectativas de uso para 2011 descienden, del 36% de las editoriales en la primera encuesta al 13% en la segunda.
- La previsión en la utilización de MobiPocket para Kindle se mantiene en valores similares: el 15% estimado para 2011 en la primera encuesta y el 14% en la segunda.

4.1.2. La diferenciación de formatos según los contenidos:

Las **expectativas de cara a 2011 y 2012** reflejan ciertas diferencias en el uso de formatos según las materias:

- El contenido en formato ePub se espera supere al publicado en PDF en materias como Literatura, Literatura Infantil y Juvenil, Libro de Texto no Universitario, Libros Prácticos, Divulgación General, Diccionarios y Enciclopedias, y Cómics.
- Por el contrario, el PDF será probablemente más utilizado en el caso del Libro Científico-Técnico y Universitario, y los de Derecho y Ciencias Económicas.
- No hay grandes diferencias en el uso de ambos formatos en libros de Ciencias Sociales y Humanas.
- Mobipocket será un formato más extendido en los libros de Literatura, Literatura Infantil y Juvenil, Libro de Texto no Universitario, Divulgación General y Cómics, pero en todos los casos será menor al 20%.

Tabla 18 – Comparativa en las estimaciones sobre el uso de formatos 2010-2012, 1ª y 2ª Encuestas sobre El Libro Digital en España



Fuente: 1ª y 2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España, FGEE / FGSR

4.2 Digital Rights Management: los sistemas de protección...y sus implicaciones para el lector

La **amenaza de la piratería** en el libro electrónico es uno de los principales temores de cualquier sector editorial y, en el caso español, la causa de buena parte de la ralentización de su entrada en la edición digital.

Efectivamente, a tenor de las cifras que semestralmente viene ofreciendo el **Observatorio de Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales**¹⁶ no parece un problema desdeñable: durante el primer semestre de 2010 más de un 35% de los libros digitales fueron pirateados, alcanzando un valor económico de 421 millones de euros. Estos datos, además, evidencian un notable incremento respecto a los arrojados seis meses atrás, cuando dicha tasa se situaba en un 19,7% (el equivalente a 200,5 millones de euros).



Esta problemática es frecuentemente foco de atención desde la industria editorial, que invierte buena parte de sus esfuerzos en adoptar soluciones que garanticen los derechos de todos en el mundo digital. Los DRM son precisamente una de ellas, aunque también es una de las cuestiones que suscita mayores discusiones y, con frecuencia, se convierte en un **punto de conflicto entre los deseos del consumidor y los del proveedor de contenidos**.

Su implantación responde principalmente a necesidades de protección de los derechos de autor en el entorno digital, una decisión que corresponde al editor y poseedor de tales derechos. Pero al mismo tiempo el uso de los DRM impone importantes restricciones al lector de libros electrónicos: desde la imposibilidad de transferir el contenido del ebook de

¹⁶ Se excluyen de estos análisis los libros de texto o los adquiridos desde bibliotecas y otras instituciones, así como la población menor de 16 años (precisamente los que presentan mayores tasas de descarga ilegal) y los mayores de 55.

un dispositivo a otro, hasta la prohibición temporal o definitiva para prestar el libro a otra persona. Y con frecuencia, el consumidor desconoce verdaderamente el alcance de la implantación de tales sistemas. Tal como recogía el [artículo](#) publicado por José Antonio Vázquez en [Dosdoce.com](#)¹⁷, “en muchas ocasiones, las personas que se animan a dar el paso al formato digital ignoran la mayoría de estas cuestiones y se encuentran que la lectura digital se puede convertir más en un problema técnico y legal que en una nueva manera de acceder a los libros y disfrutar de la lectura”.

Para muchos lectores, comprar un ebook con DRM se asocia con un proceso de compra complicado y es, de hecho, **una de las razones principales que pueden empujar al consumidor al mercado ilegal de contenidos**, por delante incluso de otros factores como el precio del libro electrónico.

La gran mayoría de plataformas internacionales utilizan el DRM de Adobe, que permite leer el libro electrónico en una amplia cantidad de dispositivos (a excepción del Kindle). Es también el caso de muchas editoriales y plataformas españolas, como Libranda. Pero la **compra de contenidos con DRM** a través de esta y otras muchas plataformas se establece en base a un **proceso no exento de complicaciones para el lector**. Par empezar es necesario que el usuario esté registrado en Adobe para obtener en primer lugar una cuenta. Una vez registrado debe consultar qué títulos están disponibles en la web de la plataforma y buscar el libro en la web de la tienda asociada; una vez localiza el libro, debe registrarse en la web de la tienda para poder descargarlo. La mayoría de los libros que se venden con formato ePub y PDF con DRM exige un proceso como éste.

En contraposición a estos modelos de acceso, Amazon ofrece al lector del Kindle un proceso mucho más simplificado: el usuario ya está registrado y simplemente se descarga el libro que desee. El DRM de Amazon es propiedad de esta empresa y fue comprado a Mobipocket.

Pero el tema de la complejidad para el lector no es el único problema que plantea el uso de los DRM. **Algunos expertos ponen en duda su efectividad a la hora de combatir la piratería**, dadas las posibilidades de ruptura de estos sistemas de protección y el efecto rebote que pueden generar procesos de compra tan enrevesados. A esto se añade el **control y posible utilización de los datos e información** que obtiene el proveedor sobre el consumidor y su comportamiento. También, como es el caso de Amazon, Sony o Apple, **el derecho que pueden ejercer para modificar, suspender o interrumpir el servicio en cualquier momento**.

4.2.1. Los DRM y su impacto en las bibliotecas

Es también interesante valorar las repercusiones de esta última posibilidad en el **ámbito bibliotecario**. Hace unos días se publicaba la noticia de que Harper Collins había decidido limitar el préstamo bibliotecario de libros electrónicos a 26 veces por título; una vez alcanzados, la licencia caduca y tiene que ser renovada. Esta medida ha causado gran indignación entre los bibliotecarios estadounidenses, considerando que con esta limitación el préstamo de un título a la biblioteca durará como mucho año y medio, ya que los periodos de préstamo habituales son de 2 a 3 semanas. Tras el anuncio de esta decisión, **Roberta Stevens**, presidenta de la **American Library Association (ALA)**, ha denunciado en un comunicado de prensa la amenaza que suponen iniciativas como esta en la capacidad de las bibliotecas para proporcionar el acceso a la información por parte del usuario. “Esta nueva limitación significa que menos personas tendrán acceso a un formato cada vez más importante para obtener información”, afirma Stevens.

¹⁷ DRM. Panorama general. José Antonio Vázquez.

Harper Collins ha sido la primera gran editorial en corregir las condiciones de DRM en las licencias de préstamo, aunque también hay que decir que otras grandes editoriales no han adoptado todavía políticas de préstamo para las bibliotecas. Habría que mencionar que a este problema se pueden añadir las limitaciones de lectura simultánea por parte de varios usuarios.

Las repercusiones del DRM en especial en el ámbito bibliotecario, han impulsado el debate en torno a **los derechos del lector**. Cabe destacar a este respecto la creación de la web ReadersBillofRights.info, en la que se invita a reflexionar en torno a los sistemas con DRM, examinarlos de forma crítica y proporcionar alternativas. Los autores de la web han redactado además la **Declaración de los derechos de los lectores de libros digitales**, subrayándose los siguientes:

- La posibilidad de retener, almacenar y transferir los materiales comprados.
- La posibilidad de crear una copia en papel del producto en su totalidad.
- La necesidad de que los libros se ofrezcan en un formato abierto.
- La posibilidad de elegir el hardware para acceder a los libros (por ejemplo, que cuando el dispositivo ya no sirva, el contenido del libro se pueda pasar a otro dispositivo con independencia del fabricante).
- La necesidad de garantizar la privacidad de la información sobre el lector: los servicios asociados a la lectura de libros digitales permiten obtener información detallada acerca de los libros que busca, compra y/o lee el lector, en qué dispositivos los lee, durante cuánto tiempo, y un largo etcétera. Desde hace tiempo los tribunales estadounidenses están reconociendo la necesidad de proteger legalmente la privacidad del lector. En esta línea se enmarca la iniciativa del senador estadounidense Leland Yee quien, apoyado por la Electronic Frontier Foundation (EFF), ha impulsado el establecimiento de la **Reader Privacy Act**, una *Ley de privacidad del lector* que garantice la privacidad de los consumidores californianos en sus procesos de consumo de libros¹⁸. Según Yee *“la ley actual es completamente insuficiente cuando se trata de proteger la privacidad en la compra de libros, especialmente teniendo en cuenta la creciente popularidad de las compras en línea y de los ereaders”*.

Estos derechos del lector quedan garantizados en el caso del libro impreso, por lo que se insiste en que el mero hecho de cambiar de soporte no debería interferir a la hora de ejercer los mismos derechos con el libro digital.

Tal y como afirma **José Antonio Vázquez**, *“si el miedo a la piratería ha generado argumentos favorables para creer que este tipo de gestión de derechos es la única manera de que la edición digital salga adelante, parece que el mismo miedo se olvida de tener en cuenta el punto de vista del lector y consumidor”*. En definitiva, **se hace necesario apostar por fórmulas menos agresivas con el lector que garanticen también sus derechos**.

4.2.2 Los DRM del futuro: hacia sistemas de gestión de derechos más blandos

En opinión de los expertos consultados por PwC, al igual que ocurrió con la industria musical el DRM de los libros electrónicos acabará desapareciendo o modificándose hacia DRM más blandos. Por ejemplo, el *“DRM social”*, que básicamente consiste en una clave numérica asociada al nombre y la tarjeta de crédito del comprador, y que permite en todo

¹⁸ [Ley de privacidad del lector, una ley californiana para la protección de los datos de los lectores](#).
Arantxa Mellado

momento el acceso a los contenidos desde distintos soportes. Otra opción es la de la empresa australiana Bookish, cuyo modelo se basa en el control de los libros mediante las direcciones web: si tienes la dirección puedes acceder y compartir el libro, pero si no la tienes o ésta se ha modificado, no.

4.3 El precio de los dispositivos

De acuerdo con los resultados de la [investigación publicada por The Cocktail Analysis](#) a finales de 2009, ya por entonces los dispositivos de lectura despertaban cierto interés en España, en especial entre la población internauta. A pesar de esta atracción, el informe ponía también de manifiesto que el precio medio que el consumidor español estaría dispuesto a pagar por un ereader se situaba en 71 € de media; buena parte de ellos (54,0%) estarían dispuestos a la compra si su precio fuera inferior a los 50 €.



Desde entonces, el precio de los ereaders en España ha descendido sustancialmente; respecto al año pasado se manejan cifras de descenso que alcanzan entre el 30% y el 40%. Buena parte de este descenso se debe a la aparición del iPad, que incrementó la competencia entre los dos grandes, el Kindle y el Nook, y motivó la aparición de otros muchos modelos de tabletas y ereaders por todo el mundo.

No obstante, de media, un ereader cuesta en España entre los 150 € y los 200 €. Los modelos más populares en nuestro país son los de Sony (Sony Reader Touch Edition, por unos 250 € y Sony Pocket reader, 200 €), Papyre, distribuido por Grammata (269 € el último modelo), iRiver (179 €) y Booq Avant, de Luarna (169 €), aunque pueden encontrarse en el mercado modelos anteriores más baratos u otras marcas a precios inferiores. En el caso de dispositivos importados desde otros países (por ejemplo el Kindle), el precio se incrementa por los gastos de envío y aranceles (14%).

Entre tanto, en el mercado internacional ya es posible encontrar dispositivos por menos de 70 €: por ejemplo, el View Quest Mediabox lanzado por una cadena de supermercados en Reino Unido cuesta 61,4 €; en el mismo país una cadena de librerías (WHSmith) ha lanzado un ereaders por 70,7 €.

Para la mayoría de expertos, la actual bajada de precios de los dispositivos en el mercado norteamericano estimulará su venta no sólo en Estados Unidos, sino también en la esfera internacional donde la demanda parece incrementarse de forma apreciable debido a esto.

Bibliografía

- *1ª y 2ª Encuesta sobre El Libro Digital en España*. Federación de Gremios de Editores de España, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2010 y 2011
- *Comercio Interior del Libro en España*. Federación de Gremios de Editores de España con el patrocinio del Ministerio de Cultura, 2010
- *Do Readers Dream of Electronic Books?*. AT Kearney, Bookrepublic, 2011
- *DRM, panorama general*. José Antonio Vázquez (Dosdoce.com), 2010
- *El lento paso de la tinta al píxel*. Eduardo Laporte, 2011
- *Global Entertainment and Media Outlook: 2010-2014*. Pricewaterhouse Coopers, 2010
- *Informe Anual de los Contenidos Digitales en España 2010*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- *Ley de privacidad del lector, una ley californiana para la protección de los datos de los lectores*. Arantxa Mellado (actualidadeditorial.com), 2011
- *Los retos del sector ante las revoluciones de nuestro tiempo*. Paulo Cosín Fernández. Revista Trama y Texturas, Nº 14, marzo de 2011
- *Navegantes en la Red. 13ª Encuesta AIMC a usuarios de Internet*. AIMC, 2011
- *Observatorio de la piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales*, 2010
- *Panorámica de la Edición Española de Libros*. Ministerio de Cultura, 2011
- *Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España*. CEGAL con la colaboración del Ministerio de Cultura, 2010
- *The State of the News Media 2011*. Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, 2011
- *TMT Trends*. Deloitte, 2011
- *Turning the Page: The Future of eBooks*. Pricewaterhouse Coopers, 2011
- *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2010*. Federación de Gremios de Editores de España con la colaboración del Ministerio de Cultura, 2011
- *Wattpad Global Ebook Metrics Report*. Wattpad, 2010
- *Worldwide Quarterly Media Tablet and eReader Tracker*. International Data Corporation, 2011