



Estudios de Economía Aplicada

ISSN: 1133-3197

secretaria.tecnica@revista-eea.net

Asociación Internacional de Economía
Aplicada
España

PALMA MARTOS, MARÍA LUISA; MARTÍN NAVARRO, JOSÉ LUIS; JAÉN GARCÍA, MANUEL
El mercado del libro en España 1989-2006. Un análisis económico
Estudios de Economía Aplicada, vol. 27, núm. 1, abril, 2009, pp. 223-249
Asociación Internacional de Economía Aplicada
Valladolid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30117097010>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

 redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El mercado del libro en España 1989-2006. Un análisis económico*

MARÍA LUISA PALMA MARTOS y JOSÉ LUIS MARTÍN NAVARRO
Departamento de Historia e Instituciones Económicas y Economía Aplicada
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
e-mail: mpalma@us.es; jomartin@us.es
MANUEL JAÉN GARCÍA
Departamento de Economía Aplicada
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA
e-mail: mjaen@ual.es

RESUMEN

Mientras la literatura económica ofrece diversos estudios sobre las características del mercado del libro en otros países europeos, no existen estudios recientes sobre el mercado del libro en España desde un punto de vista económico. El presente artículo, ofrece una breve perspectiva de la industria de la edición de libros en España, a continuación exponemos aspectos teóricos sobre las características del mercado del libro, para finalizar con un modelo explicativo de la demanda de libros en los últimos 18 años. Para ello, utilizamos los datos proporcionados por el Ministerio de Cultura, la Federación de Gremios de Editores de España y el Instituto Nacional de Estadística.

Palabras clave: Industria editorial; estructura de mercado; oferta de libros; demanda de libros.

The Spanish Book Market from 1989-2006. An Economic Analysis

ABSTRACT

Whereas, economic literature provides some studies of the Book Publishing Industry in some European countries, there are no recent studies of the Spanish Book Market from an economic point of view. In this article we offer, firstly, a brief overview about Spanish Book Publishing Industry, secondly, we study some theoretical approaches to book market and finally we analyze the main factors that have determined book demand in the last 18 years. In this paper, we use data sources from the Ministry of Culture, Spanish Publishers Association, and the National Statistic Institute.

Keywords: Publishing Industry; Market Structure; Book Supply; Book Demand.

Clasificación JEL: L1, L82, Z11.

Artículo recibido en agosto de 2008 y aceptado en enero de 2009.
Artículo disponible en versión electrónica en la página www.revista-eea.net, ref. e-27113.

* Los autores agradecen las indicaciones y sugerencias de dos evaluadores anónimos, así como a Víctor Fernández Blanco, Luis César Herrero Prieto y Luis Palma Martos por sus interesantes comentarios a lo largo del trabajo. Los posibles errores cometidos son responsabilidad exclusiva de los autores.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años venimos asistiendo a una constante preocupación por la cuantificación del sector de la cultura a nivel europeo, como ha constatado el estudio encargado por la Comisión Europea y publicado en noviembre de 2006 sobre *Economía de la Cultura en Europa*¹. Ese mismo año, el Ministerio de Cultura español (MCU) publicó un estudio sobre *El valor económico de la cultura en España*, en el que cifraba la aportación al Producto Interior Bruto del sector cultural en un 3%. Este estudio reveló la importancia de la industria editorial en relación a otras industrias culturales y, en general, al resto de subsectores culturales, al representar el 44% del PIB del sector cultural frente al 19,2% de otras industrias culturales tales como radio y televisión, o el 12% de la industria del cine y video.

Además, la industria editorial es la única industria cultural con una balanza comercial positiva, en contraste con los saldos negativos del sector del cine o audiovisual y el resto de subsectores culturales².

La industria editorial en España no sólo es importante dentro del sector cultural sino también en relación con otras industrias editoriales europeas o del resto del mundo, ya que ocupa la quinta posición en el ranking mundial en términos de producción (número de títulos publicados) detrás de EE.UU., China, Reino Unido, y Alemania³. A pesar de ello, la industria editorial parece haber alcanzado una fase de estancamiento o madurez⁴. En los últimos tiempos, la industria editorial ha asistido a un importante proceso de cambio tecnológico, con la transformación de su producto, tradicionalmente en formato papel, hacia el formato electrónico (*e-book*). Asimismo, la aparición de Internet está cambiando la estructura del sector, tanto en lo que respecta a producción, como a distribución y comercialización del producto

¹ KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe*, Kea European Affairs, Bruselas. en http://ec.europa.eu/cultura/key-documen/doc873_en.htm. [Último acceso: septiembre 2008].

² Los datos que muestran el comercio exterior de bienes y servicios culturales pueden encontrarse en la publicación del Ministerio de Cultura *Las cifras de la cultura en España 2002* y actualmente en la publicación anual *Anuario de estadísticas culturales* en la que se muestra el déficit comercial en bienes y servicios culturales con la única excepción de la industria editorial. En 2006 frente a un saldo comercial negativo de 464,40 millones de euros, la industria editorial presentó un saldo positivo de 369,20 millones de euros. Para una mayor información sobre el comercio exterior del libro en España véase la publicación de las Cámaras del Libro, FEDECALI, *Comercio exterior del libro en España*.

³ En el informe de la Comisión Europea (2004), *Book Publishing. Publishing Market Watch, Sectoral Report 2*, encontramos datos sobre número de títulos, contribución al PIB, empleo etc; que ponen de manifiesto su posición en la U.E.

⁴ El reciente estudio sobre *La comercialización del libro en España* realizado por Inmark para el Ministerio de Cultura y los agentes del sector del libro en 2008, afirma que según los representantes del sector, la industria se encuentra en una situación de plena madurez y se enfrenta a desafíos trascendentales. Uno de los más importantes es la competencia de los medios audiovisuales y la tendencia de los más jóvenes al uso de las tecnologías de la comunicación e información, adoptando unas nuevas pautas de uso y consumo, que afectan al consumo cultural y que compiten con el hábito de lectura y que pueden explicar, en parte, el estancamiento del sector.

y puede incluso llegar a afectar a políticas del libro existentes a escala nacional⁵. La aparición de nuevas tecnologías puede suponer nuevas oportunidades de negocio para el sector, si existe un proceso de adaptación progresivo a las mismas.

En este sentido, la industria editorial en España se caracteriza por un proceso de transformación lento para incorporar las nuevas tecnologías. Un ejemplo de ello es la digitalización de fondos editoriales que han comenzado a realizar recientemente algunas empresas, y que supondrá un cambio general de sus estrategias de producción, distribución y comercialización (Dosdoce.com y Ediciona, 2008). Un retraso en este proceso puede traer consecuencias negativas en el posicionamiento de la industria, no sólo dentro del sector cultural, sino a escala internacional⁶. Actualmente, la aparición y el desarrollo potencial de nuevos soportes de lectura electrónica como *Kindle*⁷ puede suponer una nueva revolución en el sector y las repercusiones que tendrá en el futuro de la industria son aún impredecibles.

Mientras la literatura económica ofrece diversos estudios sobre las características del mercado del libro en diversos países europeos⁸, en España encontramos fundamentalmente estudios descriptivos sobre el sector⁹ a excepción del realizado

⁵ En Palma Martos, M.L. y Palma Martos, L. (2008) se analizan los efectos económicos de la política de precio fijo en España sobre el comportamiento del consumidor y cómo el sector opera en este contexto. En él se estudian las consecuencias negativas del retraso en la modernización del sector y cómo las nuevas tecnologías pueden alterar uno de los argumentos en defensa de dicha política, la accesibilidad del consumidor a través de una extensa red de librerías.

⁶ Esta idea puede deducirse de diversos estudios sobre el sector del libro tales como *Incidencias de las nuevas tecnologías en el sector del libro en el ámbito de la U.E* del Ministerio de Cultura (2004), o el trabajo de Gómez-Escalonilla (2005), *El libro y la industria editorial* referido a España, o los más recientes publicados por Dosdoce.com y Bluecreativos.com en 2005, *El papel de la comunicación en la promoción del libro* o el publicado en 2008 por Dosdoce.com y Ediciona, *La digitalización del libro en España*. Este último estudio expone que la principal prioridad de las editoriales ante la digitalización del libro es definir el modelo de negocio en Internet. Señala también la necesidad de formación en nuevas tecnologías, ya que numerosos profesionales no tienen la necesaria para entender el funcionamiento y ventajas de la nueva tecnología. Sorprende la baja prioridad que las empresas editoriales conceden a la promoción de sus productos a través de su web, a fin de aprovechar las nuevas tecnologías para posicionar sus libros en el mercado.

⁷ Libro electrónico (e-book) o dispositivo portátil que permite almacenar y leer libros digitalizados. Fue introducido por Amazon en el otoño de 2007. Cuenta con una pantalla electrónica de alta definición y es completamente inalámbrico. Tiene una capacidad de almacenamiento de más de 200 libros. Su precio de lanzamiento al mercado fue de 399\$.

⁸ Podemos destacar, entre otros, los realizados por Hjorth-Andersen (2000); Beck (2003, 2007); Canoy, *et al.* (2006); Ringstad y Loyland (2006); Benhamou y Peltier (2007); Rouet (2007); Fedriga y Visentini (2008) o Gaffeo *et al.* (2008).

⁹ Entre ellos, podemos citar a los realizados por Gómez Escalonilla (2002, 2005), Martínez Alés (2001), Palma Martos, M.L. (2003a, 2003b), Bonet, L. y Gregorio, A. (2000) a los que habría que sumar los informes sobre *el Comercio interior del libro en España y Hábitos de lectura y compra de libros*, editados por la Federación de Gremios de Editores de España desde 2000 hasta la actualidad en versión electrónica, *El Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros por Comunidades Autónomas 2007*, cuya edición corre a cargo de la Federación de Gremios de Editores en 2008, así como los realizados por BCF *Consultors* para la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL), *Estudio DELPHI sobre comercialización de libros a través del canal de librería*, en 2002, o *Sistema de Indicadores Estadísticos y de gestión de la librería en España*.

por Jiménez *et al.* (2001) para el mercado del libro de texto. De ahí, que el objetivo del presente trabajo sea ofrecer un análisis del mercado de la edición de libros en España, basándonos en estudios similares realizados para otros países europeos, siguiendo la metodología utilizada por Hjorth-Andersen (2000) aplicada al mercado danés.

A pesar de la importancia para este mercado del comercio internacional, en este estudio sólo abordaremos el mercado interior de libro, analizando las principales variables que explican la evolución del número de ejemplares vendidos en el mercado nacional desde 1989 hasta 2006 en general, sin considerar de manera exhaustiva la amplia heterogeneidad del sector, y que implicaría abordar separadamente, los distintos subsectores de edición, como literatura, texto no universitario, científico-técnico, infantil y juvenil, diccionarios/enciclopedias, etc. Para su análisis tendremos en cuenta el doble carácter del libro como bien económico y cultural.

Para ello, la estructura del artículo será la siguiente: en primer lugar, ofreceremos una breve perspectiva de la industria de la edición de libros en España; a continuación expondremos aspectos teóricos sobre las características del mercado del libro, para finalizar con un modelo explicativo de los factores que determinan la evolución de la demanda de libros.

2. UNA BREVE PERSPECTIVA DE LA INDUSTRIA DE LA EDICIÓN DE LIBROS EN ESPAÑA

La industria editorial en España ha seguido una evolución similar a otras industrias editoriales europeas, particularmente en relación al crecimiento de los ratios de concentración de la oferta, número de títulos o el proceso de madurez alcanzado por la industria.

La evolución de la edición de libros en términos de producción y ventas en las últimas décadas puede ser dividida en diferentes periodos. Con posterioridad a la Guerra Civil española (1936-39), fundamentalmente durante la década de los 40 y principios de los 50, la industria de la edición atravesó una fase artesanal, con presencia de pequeñas y medianas empresas, ediciones cortas en número de ejemplares y pocos nuevos títulos publicados. Esta fase fue abandonada a finales de los 50, para iniciarse durante los años 60 y 70 un periodo de mayor desarrollo del sector¹⁰.

Año 2000, o Mapa de librerías en España publicado en 2006. A estos estudios habría que añadir los realizados sobre el sector de la distribución del libro, y los informes sobre la situación de la comercialización por materias, disponibles en el Centro de Documentación del Libro del Ministerio de Cultura.

¹⁰ Una interesante visión de la historia de la edición en España desde 1939 hasta 1975 podemos encontrarla en Moret (2002) donde se hace un recorrido desde la edición de posguerra caracterizada por la escasez de papel y la censura hasta el posterior desarrollo de la misma. En ella, se destaca el papel desempeñado por algunas editoriales, como Seix-Barral, Destino, Bruguera o Planeta, que pasarían de ser editoriales independientes a formar parte o ser grandes grupos editoriales actuales.

No obstante, la consolidación de la industria se inicia durante la transición a la democracia (1975-1981). De este modo, en las últimas décadas del Siglo XX, se registra una fuerte expansión: el número de títulos publicados se ve incrementado en más de un 50% y la facturación prácticamente logra doblarse en la década de los 90 (Gómez Escalonilla, 2002). Entre las características de estas últimas décadas son destacables:

- a) El gran proceso de fusiones y absorciones que se produce por parte de empresas españolas, al mismo tiempo que se introduce el capital extranjero, mediante la compra de empresas españolas o la participación en las mismas, caso de Thomson. Presencia, además, en España de grandes multinacionales del libro como Bertelsmann o Mondadori o la introducción de filiales extranjeras, creando estructuras de producción, como es el caso de McGraw-Hill, Cambridge University Press, Oxford University Press, etc.
- b) Nuevas fórmulas en la comercialización del libro a través de grandes almacenes, hipermercados, quioscos y clubes del libro, entre otros.
- c) También habría que añadir el proceso de internacionalización de las empresas españolas, con la compra de Emecé por Planeta, o Moderna por Santillana, creando los dos grandes grupos editoriales españoles sus propias redes de producción en Sudamérica.
- d) El comienzo del presente siglo se ha caracterizado por una rápida difusión de nuevas tecnologías como Internet e introducción de nuevos formatos que afectan tanto a la creatividad, como a la producción, distribución y comercialización, y que condicionarán la tendencia del sector en las próximas décadas.

Actualmente la industria editorial en España presenta altos índices de concentración desde el punto de vista de la oferta (número de empresas editoriales). Podemos hablar de cuatro grandes grupos editoriales: dos de capital español, Planeta y Santillana (grupo Prisa), y dos extranjeros, Hachette (perteneciente al grupo Lagardere) y Mondadori (grupo Bertelsmann).

Estos cuatro grupos controlan más del 50% de las ventas totales en el mercado español (Gómez-Escalonilla, 2005) y están integrados en grandes grupos multimedia con importante presencia en otros sectores culturales tales como Radio, Televisión, Publicidad, etc.; cuando no presentan una fuerte diversificación en otros sectores que nada tienen que ver con la edición de libros.

La clasificación por tamaño de las distintas empresas editoriales puede establecerse utilizando dos criterios: el primero basado en el volumen de facturación, clasificación seguida por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), o el segundo, utilizado por el Ministerio de Cultura (MCU) que mide el tamaño de

Para un análisis de la gran transformación que se opera en la década de los noventa véase López de Abiada *et al.* (2001).

una empresa editorial en función del número de títulos publicados. Según el primer criterio: las grandes empresas editoriales son aquellas con una facturación superior a 18 millones de euros, las medianas facturan entre 2,4 y 18 millones de euros, y las pequeñas son las que presentan una facturación inferior a 2,4 millones de euros. Respecto al segundo criterio: las grandes son aquellas que publican entre 1.000 y 100.000 títulos, medianas, entre 100 y 1.000 y pequeñas aquellas con menos de 100 títulos publicados.

En el informe sobre *El comercio interior de libros en España 2006* (FGEE, 2007), se expone que las grandes empresas editoriales representan un 4% del total de empresas y un 63% del total de la facturación de la industria editorial. De este modo, el mercado de la edición de libros en España puede caracterizarse como un oligopolio imperfecto en el cual un pequeño número de grandes empresas coexisten con un gran número de pequeñas, medianas e incluso microempresas editoriales, a lo que habría que añadir una importante presencia de agentes editoriales públicos.

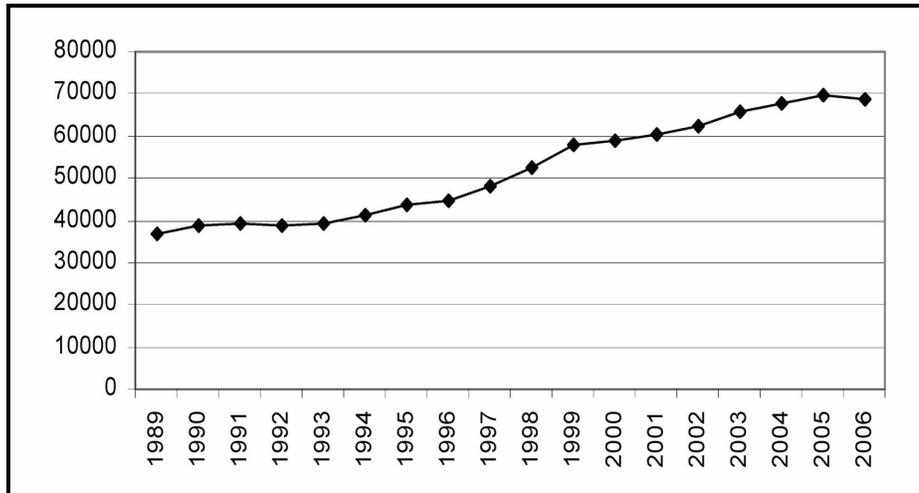
Por su parte, el Ministerio de Cultura español (MCU, 2007), informa de la existencia de un 17% de agentes editoriales públicos y un 83% privados. Se observa una alta concentración de la oferta en términos de número de libros publicados: el 31% (996 empresas editoriales) ha publicado diez o más libros en 2006; un 32,6% ha publicado un único libro y el 57% del total de empresas editoriales, ha publicado menos de 10 libros. Sin embargo, sólo un 0,4% del total (15 empresas) publicó más de 700 libros al año.

Para analizar la evolución de la producción, utilizaremos como principal variable el número de títulos publicados al año. En este sentido, ha sido similar al resto de países europeos, con un crecimiento progresivo del número de títulos publicados a lo largo del periodo analizado, aunque en años recientes se observa una ligera tendencia a la estabilización de los mismos (ver Figura 1).

Si consideramos los niveles de facturación a lo largo del periodo en términos nominales, la evolución también ha sido positiva, pero si estudiamos esa misma variable en términos reales¹¹, podemos observar que sufre una situación de estancamiento desde hace más de una década (Figura 2).

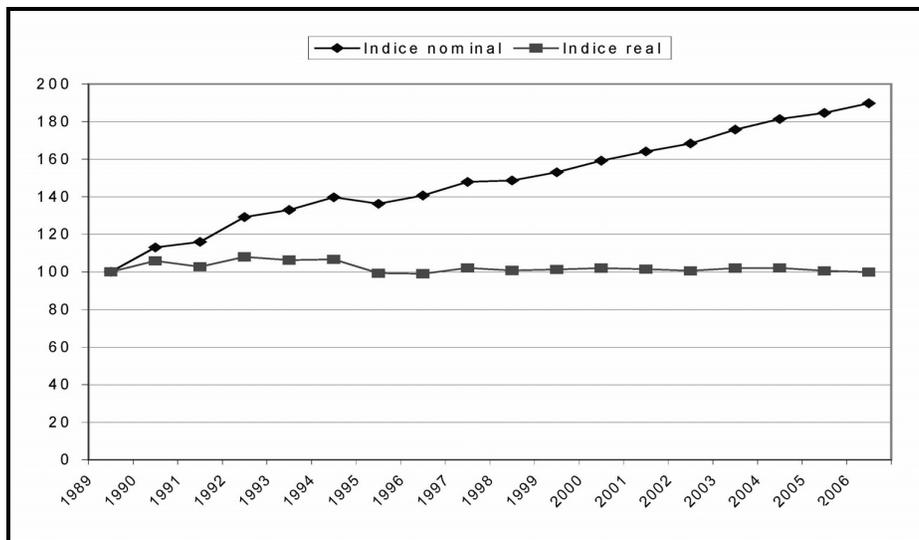
¹¹ Para analizar la facturación hemos calculado un índice, tanto en términos nominales como reales, con base en 1989 utilizando el IPC. Los datos sobre facturación en euros constantes y en euros corrientes se hallan en las tablas 1 y 2, respectivamente.

FIGURA 1
Número de títulos publicados en España. 1989-2006.



Fuente: Federación de Gremios de Editores de España.

FIGURA 2
Índice de facturación en términos nominales y reales.
Valor 100 en 1989.



Fuente: Federación de Gremios de Editores de España y elaboración propia.

TABLA 1
Facturación total en euros constantes del año 1989 y porcentaje de facturación de cada subsector respecto al total de cada año.

Años	Factur. Mill. de euros	Literatura (%)	Libros infantiles (%)	Libros de texto (%)	Libros texto, Cient. y Univ. (%)	Libros grales.* (%)	Diccionarios y enciclopedias (%)
1989	1588,8	—	—	—	—	—	—
1990	1682,0	—	—	—	—	—	—
1991	1631,0	14,6	9,9	15,1	9,9	23,4	27,1
1992	1715,5	13,9	11	14,3	13,9	21	25,9
1993	1687,7	14,5	9,9	15,4	13,7	22,3	24,1
1994	1693,9	15,8	9,3	15,9	13,4	21,4	24,2
1995	1577,8	14,5	9,7	17,8	14,3	25,1	18,7
1996	1572,8	15,5	10	18,9	14,5	25,5	15,6
1997	1621,2	17	9,3	19,1	13,2	24,1	17,5
1998	1600,3	16,2	9,2	19,9	12,7	25,3	16,7
1999	1610,0	21,2	9,4	19,8	9,7	31	9
2000	1619,8	22	9,4	20	8,3	31,2	9,1
2001	1611,6	22,5	9,0	21	7,9	32	7,7
2002	1597,6	22,7	9,2	23,45	8,3	29,7	6,8
2003	1619,5	20	9,8	24,4	8,7	28	9,1
2004	1622,5	21,7	9,5	23,9	7,9	29,1	8
2005	1597,2	21,4	9,6	23,8	6,5	31	7,6
2006	1586,0	21	10,7	24,4	5,4	32,9	5,4
Tasa crecimiento anual acumulada	-0,19	2,26	0,33	3,06	-4,14	2,11	-10,36

Notas: * Libros generales: Ciencias sociales, libros prácticos, cómics, otros.

— No disponible datos para 1989 y 1990.

Fuente: Federación Gremios de Editores de España, varios años y elaboración propia.

También en la tabla 1, se muestran los subsectores de la edición de libros de mayor relevancia según niveles de facturación en el mercado interior. A principios de los 90 los subsectores que presentan mayor facturación son, enciclopedias y diccionarios, 27,1% del total, seguido de lo que hemos englobado bajo la denominación de libros generales, que incluye ciencias sociales, libros prácticos, cómics, y otras materias, con un 23,4% de facturación total. A lo largo del periodo, enciclopedias y diccionarios registra una drástica reducción de la facturación hasta ocupar el 5,4% en 2006, seguida de libros de texto universitario, que pasa de casi el 10% al 5,4% de la facturación; todo ello a favor del resto de subsectores de edición. En 2006, el subsector de mayor facturación es libros generales, seguido de libros de texto no universitario y de literatura. Entre los tres suman más del 75% del mercado. A lo largo del periodo, son los libros de texto no universitario los que

han experimentado una tasa de crecimiento anual acumulativo mayor (3,06%), seguido de literatura (2,26%) y libros generales, (2,11%). Diccionarios y enciclopedias es el subsector que experimenta un decrecimiento mayor (-10,36%).

Las empresas editoriales españolas han visto limitadas sus posibilidades de crecimiento en un mercado que podemos calificar de maduro, y la competencia se ha centrado en ganar cuota de mercado en distintos subsectores de la edición, y no en un crecimiento del tamaño del mercado.

La tabla 2 complementa la información sobre la estructura del mercado nacional desde el punto de vista de la distribución geográfica. Como se observa, las cifras de facturación de libros están muy concentradas en términos geográficos pues más de la mitad del total de la facturación nacional se produce en las Comunidades Autónomas de Madrid, Cataluña y Andalucía. Las Comunidades de Valencia, el País Vasco y Galicia, aportan en torno al 20% del total de la facturación nacional, quedando aproximadamente un cuarto del total para el resto de Comunidades Autónomas españolas.

También la misma tabla 2 muestra que las respectivas cifras de facturación de cada Comunidad crecen en valores absolutos a lo largo del periodo, registrándose un aumento de más del doble en las CC.AA. de Andalucía, País Vasco y Valencia y sufriendo un ligero descenso Cataluña desde 2003. Resaltar que las Comunidades con mayor volumen de facturación (Madrid y Cataluña) son a su vez los grandes centros de producción editorial ya que en ellas se editan en torno al 70% del total de títulos publicados. La figura 3 muestra la concentración geográfica a la que hacemos referencia. Como se observa, Madrid y Cataluña experimentan una ligera reducción de los porcentajes de facturación entre 1989 y 2006 y un aumento a favor de Andalucía, País Vasco y Valencia. El resto de las CC.AA. tiene un peso relativo mucho más reducido y además pierden peso a lo largo del periodo que estamos considerando.

TABLA 2
Facturación total en España y en CC.AA. (En euros corrientes).

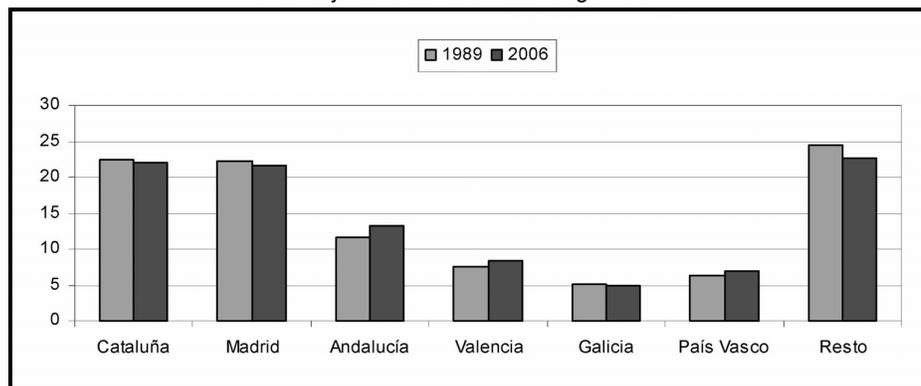
	Total	Cataluña	Madrid	Andalucía	Valencia	Galicia	País Vasco	Resto CC.AA.
1989	1588,8	357,5	352,7	185,9	120,7	82,6	100,1	389,3
1990	1794,7	391,2	357,2	222,5	159,7	98,7	125,6	439,7
1991	1843,0	388,9	376,0	230,4	176,9	101,4	114,3	455,2
1992	2052,8	433,1	418,8	256,6	197,1	112,9	127,3	507,0
1993	2112,4	454,2	401,4	280,9	202,8	112,0	133,1	528,1
1994	2219,9	515,0	415,1	286,4	217,6	128,8	126,5	530,6
1995	2164,8	493,6	422,1	277,1	223,0	127,7	112,6	508,7
1996	2235,6	478,4	438,2	297,3	221,3	131,9	120,7	547,7
1997	2350,6	519,5	498,3	305,6	216,3	134,0	131,6	545,3

TABLA 2 (Continuación)
Facturación total en España y en CC.AA. (En euros corrientes).

	Total	Cataluña	Madrid	Andalucía	Valencia	Galicia	País Vasco	Resto CC.AA.
1998	2362,1	559,8	488,9	295,3	222,0	137,0	129,9	529,1
1999	2431,0	619,9	508,1	291,7	230,9	138,6	116,7	532,4
2000	2528,9	624,6	515,9	295,9	232,7	139,1	134,0	586,7
2001	2606,7	638,6	568,3	305,0	216,4	127,7	130,3	623,0
2002	2674,6	625,9	580,4	329,0	227,3	133,7	155,1	623,2
2003	2792,6	689,8	580,9	360,2	231,8	139,6	136,8	653,5
2004	2881,6	662,8	628,2	371,7	224,8	144,1	164,3	685,8
2005	2933,2	674,6	654,1	372,5	269,9	146,7	155,5	660,0
2006	3014,5	666,2	654,2	400,9	250,2	150,7	208,0	684,3

Fuente: Federación de Gremios de Editores de España, varios años.

FIGURA 3
Porcentaje de facturación total según CC.AA.



Fuente: Federación de Gremios de Editores de España y elaboración propia.

3. ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA EDICIÓN DE LIBROS

Una vez ofrecida una breve perspectiva de la industria de la edición de libros en España pasaremos a abordar las principales características del mismo como bien económico y cultural. Esta doble caracterización es importante porque ha llevado a un tratamiento diferencial del libro a la hora de aplicar políticas sectoriales, como la utilización de una política de precio fijo del libro, en la que ha primado para su aprobación su carácter de bien cultural. A continuación, nos detendremos a analizar algunos factores que influyen en la oferta editorial, antes de adentrarnos en el

estudio de la demanda libros que se contemplará con mayor detenimiento en el epígrafe 4.

3.1. El carácter dual del libro

Desde el punto de vista de la Economía Industrial, los libros son considerados bienes privados, en la medida que su consumo es rival y excluible. En este sentido, el mercado del libro no es diferente de otros mercados (incluso de otros bienes culturales como los CDs de música), y por lo tanto, al menos desde un punto de vista teórico, no hay fundamento para la existencia de fallos de mercado, y la provisión por parte del gobierno no parece una opción en primer término. De otro lado, el canal tradicional de la oferta de libros (producción, venta al por mayor, distribución y venta al por menor) está dominado por la competencia entre empresas, fundamentalmente privadas. Existe una sustancial diferenciación de producto en cada una de las fases de producción y en los canales de distribución; lo cual genera nichos de mercado. El éxito editorial de un libro, a menudo requiere una fuerte inversión e innovación que supone aceptar que muchos otros no lo alcanzarán. Como resultado de estos rasgos generales, la oferta está caracterizada por un gran número de agentes. Dado que el mercado del libro es dinámico, es necesaria la innovación, las cuotas de mercado fluctúan y no hay restricciones a la entrada. Según estas características, no debería escapar a la regulación de la ley de competencia. No obstante, la mayoría de los países europeos, incluido España, sigue una política de precio fijo del libro basada en la teoría del mantenimiento del precio de venta al por menor, excluyendo al libro del principio de libre competencia de precios, lo que supone una quiebra en dicha regulación, no del todo justificada, ya que, como hemos dicho, las características anteriores no hacen al libro diferente del resto de bienes económicos (Canoy *et al.*, 2006).

Consecuencia de todo esto, gran parte de los autores que han analizado el mercado del libro creen que su estructura se aproxima al modelo de competencia monopolística¹². El fundamento de esta afirmación descansa en las características típicas de este mercado particular, tales como la diferenciación de producto, la fijación de precios por parte de las empresas, la existencia de gran número de vendedores o la inexistencia de restricciones a la entrada. No hay sustitutivos perfectos para un libro, ya que, por su propia naturaleza, todos los libros son diferentes unos de otros, pero, por el contrario, la aparición de un nuevo título en el mercado puede finalmente afectar a las ventas totales de cualquier libro, ya que sí son sustitutivos próximos. Esto es especialmente cierto en el caso de algunos subsectores, tales como, libros de texto, diccionarios o guías de viajes, en los que los títulos editados poseen un componente de mayor sustituibilidad.

¹² Appelmann y Van den Broek (2002), Van der Ploeg (2004), Canoy *et al.* (2006) o Hjorth-Andersen (2000).

Por otro lado, los libros tienen diversas peculiaridades que los distinguen de otros bienes económicos, entre ellas: son bienes de experiencia, cuyo valor sólo es reconocido una vez que se consume; y la estructura de costes de una industria creativa, como la editorial, en la que su producto es un bien reproducible, conlleva unos altos costes fijos iniciales y un coste marginal de producción bajo (producción de copias de un original y los costes de distribución del libro). El mercado del libro también se rige por el principio citado por Caves (2000) como “*Nobody Knows*” o sea, incertidumbre sobre el éxito o fracaso de los nuevos libros que se introducen en el mercado, ya que conviven libros extremadamente exitosos con una inmensa mayoría que no alcanzan el éxito, por lo que se da la posibilidad de subsidios cruzados en la producción y en la distribución (Appelmann y Van den Broek, 2002). El coste de oportunidad de consumir un libro (en términos de tiempo) es muy superior a su precio de mercado, característica que contribuye a una baja elasticidad precio de la demanda de libros comparada con otros bienes¹³. Al libro se le asocia naturaleza de bien público basada en su incuestionable valor cultural, y su lectura, puede ser considerada como una inversión privada en cultura más que como consumo.

En general, los libros son un vehículo de difusión de la cultura en la medida en que están asociados a la transmisión de ideas en un idioma específico, y añaden valores asociados a la identidad o prestigio nacional. Ninguno de estos valores está reflejado en el precio, por lo que, como ya hemos apuntado, el valor total de los libros es mucho más alto que el precio de mercado. Esta es la razón por la que la mayoría de los gobiernos europeos consideran el libro un importante bien cultural, al mismo tiempo que se contempla el supuesto de excepción cultural al abordar las principales políticas del libro. Tal consideración obliga a garantizar la diversidad desde el punto de vista de la cantidad y la calidad de la oferta editorial¹⁴. Los libros han de ser accesibles a todos los consumidores potenciales, tanto en términos de precios como desde el punto de vista del espacio o distancia¹⁵.

Teniendo en cuenta este carácter dual abordaremos, a continuación, el análisis del mercado del libro desde el punto de vista de la oferta, incidiendo en los principales factores determinantes de la misma, para pasar en el siguiente epígrafe a un análisis detenido de la demanda de libros.

¹³ Canoy *et al.* (2006) expresan que la poca evidencia disponible sugiere que el mercado de libros, a excepción de los *bestsellers*, presenta una demanda inelástica al precio, en la medida que la mayor parte de los compradores tienen rentas altas y compran libros con un propósito generalmente de estudio. Autores como Van Ours (1990), Appelmann y Van den Broek (2002) encuentran una elasticidad de $-0,8$ para el mercado del libro en Holanda, y Fishwick y Fitzsimons (1998) obtienen una elasticidad de $-0,9$ para Reino Unido. Otros estudios, como veremos más adelante, obtienen un valor mayor que -1 corroborando el carácter elástico de la demanda y la existencia de mayores sustitutos del libro.

¹⁴ Un interesante estudio sobre el concepto de diversidad cultural en la industria editorial aplicado a Francia puede encontrarse en Benhamou y Peltier (2007).

¹⁵ Estos son argumentos de la nueva Ley de Lectura, Libros y Bibliotecas de España de 22-6-2007 que mantiene la política de precio fijo, aumenta la dotación y fomento de bibliotecas y de la lectura.

3.2. El mercado del libro desde el punto de vista de la oferta

El análisis del mercado del libro desde el punto de vista de la oferta requiere adoptar una definición en términos de producción. Por producción editorial puede entenderse el número de ISBN registrados en la agencia nacional o número de títulos publicados en el mercado nacional anualmente, con independencia de que los autores publicados sean nacionales o extranjeros, siendo ésta última variable la de uso generalizado en el análisis de los mercados del libro.

Otro hecho importante al analizar la oferta editorial es la consideración de carácter ilimitado del número de manuscritos recibidos por las empresas editoriales, por lo que en este tipo de industria no suelen darse problemas de escasez, sino por el contrario, de exceso de oferta editorial. Esta característica del mercado del libro, da un papel relevante a los editores, cuya actitud es crucial a la hora de seleccionar los manuscritos que finalmente publicarán.

Una de las más importantes variables para una empresa editorial es el número de ejemplares vendidos de cada título publicado, ya que el volumen de facturación depende fundamentalmente de estas ventas. Para analizar la oferta editorial, tendríamos que conocer la función de producción de los editores, y tener en cuenta los factores que determinan la decisión de aumentar el número de títulos publicados anualmente y el número de ejemplares editados de cada título.

En el análisis de la economía del libro realizado por Canoy *et al.* (2006) para distintos países de la OCDE consideran como variables relevantes de la oferta de títulos anualmente publicados a nivel agregado, los niveles de renta por habitante como medida de prosperidad económica, y los niveles educativos de la población (número medio de años de educación de la población mayor de 25 años), obteniendo una relación de carácter positivo para ambas variables¹⁶. Al margen de la renta o los niveles educativos, otros factores decisivos desde el punto de vista económico, son los costes de producción asociados a la decisión de publicar nuevos títulos y el precio del libro. Si queremos analizar bajo un enfoque agregado la oferta y demanda de libros, hemos de considerar un precio general del libro, con los inconvenientes que esto plantea ya que, en realidad no existe un precio único del libro, sino diferentes precios que varían en función del subsector considerado, infantil y juvenil, literatura, texto no universitario, etc. La heterogeneidad que conlleva el sector del libro, hace que los factores que determinan la producción y el peso de los mismos en dicha decisión, en cada subsector puedan ser distintos. La decisión sobre títulos a publicar y ejemplares producidos por título variará, en fun-

¹⁶ En el estudio de Canoy *et al.* (2006) también consideran como factores explicativos del número de títulos publicados, la existencia de una política de precio fijo o precio libre, dando como resultado que países con régimen de precio fijo, producen un 25% más de títulos. Con ello, muestran que otra variable explicativa sería las políticas del libro existentes en cada país e incluso en cada subsector. Este es el caso de España con precio fijo en todos los subsectores excepto libro de texto no universitario. Otra variable contemplada es la población, ya que inicialmente puede condicionar tanto títulos como ejemplares producidos, sin que el estudio arrojará resultados concluyentes al respecto, en relación al carácter positivo de la misma.

ción de que el subsector considerado esté sometido más o menos a presencia de sustitutivos que compiten por el tiempo de ocio, y a estrategias empresariales conducentes a no perder cuota de mercado y por tanto, más condicionados por lo que en el sector puede conocerse como “la dictadura de la novedad”¹⁷, caso de la narrativa dentro de literatura, o infantil y juvenil. Frente a ellos, obras de referencia, enciclopedias, etc; cuyo formato más habitual comienza a ser el electrónico y cuya comercialización no tienen como principal canal la librería, no se verán condicionados por esas estrategias de comercialización basadas en las novedades editoriales, o los libros de texto con un mercado cautivo, con una demanda más definida e influida por políticas del libro, no sólo a escala nacional sino regional.

Por su parte Hjorth-Andersen (2000), sólo hace depender la decisión del número de títulos a publicar en una economía de dos variables: los costes fijos de publicar un libro, f , y la renta, Y .

$$T = g(f, Y) \quad (1)$$

En el modelo se parte de que los precios del libro son determinados separadamente por los editores (tanto para los distribuidores como para los consumidores, sistema de precio fijo), pero no funciona como un mecanismo de equilibrio. Estos dependerán, a su vez del número medio de copias vendidas (ejemplares vendidos/títulos publicados, X/T), de los costes fijos de publicar un nuevo libro, f , y de factores exógenos, Z .

$$P = g\left(\frac{X}{T}, f, Z\right) \quad (2)$$

La relación entre el número medio de copias vendidas y el precio es de carácter negativo, mientras los costes fijos mantienen una relación positiva con el precio. Los precios serán más bajos cuanto más altos el número medio de copias vendidas y a mayores costes fijos, más alto el precio del libro. Si los costes fijos decrecen, se producen dos efectos opuestos, por un lado, disminuirán los precios, mientras que por otra parte, la disminución de costes fijos al aumentar los títulos publicados, hará disminuir el número de copias por título, con lo que el precio tenderá a aumentar. En el modelo está implícito que los precios que fijan los editores, aparte de un margen, son idénticos a los que se enfrentan los consumidores. En cuanto a la renta, a mayores niveles de renta, mayor número de títulos introducidos y por tanto, menor número de copias por título y una mayor tendencia a que el precio del libro suba, con lo que el efecto neto final dependerá de cuál sea la elasticidad de la demanda, elasticidad que también varía en función del subsector considerado.

Como podemos deducir de lo analizado, el tamaño del mercado del libro viene condicionado por la demanda, ya que, como hemos visto, no existen grandes limi-

¹⁷ Gil y Jiménez (2008) consideran una de las causas de la gran sobreproducción de libros lo que califican como la “dictadura de la novedad” que lleva a la competencia de las editoriales por el espacio semanal en las librerías.

taciones desde el punto de vista de la oferta: el número de manuscritos a seleccionar por parte de los editores es muy amplio, no hay dificultades para la reimpresión que puede realizarse a un coste bajo y en un corto periodo de tiempo gracias a la innovación tecnológica, y por último, al existir libertad de entrada, no es fácil para los editores limitar la oferta, de ahí que el mercado se caracterice por una fuerte atomización de empresas editoriales pequeñas que conviven con una fuerte concentración de la oferta protagonizada por los grandes grupos editoriales.

4. UN ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE LIBROS EN ESPAÑA

El análisis de la demanda de libros desde el punto de vista teórico puede hacerse, siguiendo a Hjorth-Andersen (2000) a partir de su distinción entre factores que inciden sobre la demanda a largo plazo y a corto plazo. Entre los factores que inciden en la demanda a largo plazo se pueden señalar el nivel educativo, la capacidad lectora de la población¹⁸, el tiempo de ocio de que se dispone, ya que la lectura es una actividad tiempo intensiva, la presencia de bienes sustitutivos, tanto directos, como periódicos y revistas, como aquellos que entran en clara competencia por el uso del tiempo dedicado al consumo cultural, como es la televisión, los videojuegos, etc.; y en tiempos más recientes, el porcentaje de personas con acceso a Internet. Otros posibles bienes sustitutivos del libro incluirían bienes culturales tales como asistencia al cine, conciertos, teatros, etc., o cualquier otra actividad que ocupe el tiempo de ocio. En las sociedades occidentales desarrolladas, estos factores varían muy gradualmente a lo largo de los años, tal vez con la única excepción de Internet. Estas características hacen que el análisis de la demanda de libros utilizando modelos econométricos sea más difícil.

Por otra parte, el análisis de la demanda a corto plazo, incluiría variables típicas de demanda para cualquier bien, tales como precio de los libros, renta disponible, precio de algunos sustitutivos (el cine, por ejemplo) o la aparición de un posible sustitutivo como Internet. Otra variable que puede afectar directamente a la demanda de libros a corto plazo, es el número de títulos publicados en un cierto periodo de tiempo.

Según los datos de Eurostat (2007), el porcentaje de personas que ha leído al menos un libro en el último año en España ha sido bajo (59% del total de la población) comparado con otros países que poseen también una fuerte industria editorial, como es el caso de Francia (71%), Alemania (81%) y Reino Unido (82%). Al igual que el resto de países europeos presenta unos altos índices de concentración en términos de facturación por parte de las grandes empresas editoriales, y una sobreproducción en cuanto a número de títulos publicados y aunque el número de títulos publicados ha aumentado considerablemente en los últimos 18 años (81%),

¹⁸ El porcentaje de población que lee habitualmente recogido a través de un índice de lectura no coincide con el porcentaje que puede técnicamente leer.

en el mismo periodo, el número de ejemplares vendidos ha tendido a declinar. Por tanto, dado que se observa cierto desequilibrio entre la oferta y la demanda de libros y que la evolución y el tamaño del mercado se van a ver condicionados por la demanda, nos parece de interés analizar los factores que han influido en la demanda de libros en los últimos 18 años, y que han marcado la evolución del sector hacia una situación de estancamiento o madurez.

Tradicionalmente existen dos enfoques para analizar la demanda de libros. El primero parte de la consideración del libro como bien cultural y el segundo se centra en su consideración como bien económico. En esta sección, presentaremos un modelo econométrico para explicar la evolución de la demanda de libros en España durante el periodo 1989-2006, utilizando diferentes fuentes de datos y realizando una aplicación combinada de ambos enfoques.

4.1. La demanda de libros: bien cultural y bien económico

Aunque la economía de la cultura, en su análisis de la economía de los libros, ha recogido, su consideración como producto económico, tradicionalmente el libro ha estado más relacionado con el mundo de la educación y la cultura, enfatizándose su indiscutible naturaleza de bien cultural. Desde este punto de vista, hemos de analizar la demanda viendo la incidencia de variables tales como la educación, el porcentaje de población lectora (índice de lectura en España) o la oferta de bienes culturales y posibles sustitutivos de los libros.

Por lo tanto, un modelo cultural para la demanda de libros podría expresarse mediante la ecuación siguiente:

$$X_t = f(E_t, S_t, T_t, L_t) \quad (3)$$

donde, X_t representa el número de ejemplares demandados anualmente en el mercado interior; E_t , expresa el porcentaje de la población con estudios secundarios o el porcentaje con estudios superiores o universitarios cada año; S_t , oferta de bienes culturales posibles sustitutivos del libro (cine o acceso a Internet); T_t , variable que recoge la influencia de otros factores que inciden en la demanda como el número de títulos publicados anualmente que determina la amplitud de la oferta el mercado español y L_t , población que técnicamente puede leer (mayor de 5 años) y que puede aumentar el índice de lectura anual.

En este enfoque, esperaríamos una relación claramente positiva entre el número de ejemplares anuales vendidos y el porcentaje de población con estudios secundarios o superiores ya que si este es mayor, se espera que un mayor porcentaje de personas lean y compren libros. El número de títulos publicados y fundamentalmente, las novedades, también determinaría una relación positiva, ya que influirían de manera favorable en la venta de ejemplares. En el caso de posibles sustitutivos como el cine o del acceso a Internet, la relación viene condicionada, en función de que se comporten como complementarios o sustitutivos. El cine puede competir

por el uso del tiempo libre con lo que en ese caso esperaríamos una relación de carácter negativa, o bien, la asistencia al cine puede influir favorablemente en la venta de libros, en la medida que parte de la oferta se compone de guiones basados en obras literarias, y por tanto, pueden considerarse actividades que se refuerzan mutuamente, ya que la lectura también puede contribuir a la asistencia al cine¹⁹. En el caso de Internet la relación sería, con mayor probabilidad, de carácter negativo al comportarse como sustitutivo para el tiempo libre, aunque cada vez es más frecuente, sobre todo, entre los más jóvenes la lectura a través de formatos digitales, con lo que no podría descartarse a priori una relación de carácter positivo.

Si consideramos el libro como un bien económico la demanda viene determinada por variables tales como, precio del libro, renta disponible, y precio de los sustitutos. Para ello, hemos de partir del supuesto de que los libros no son diferentes de otros bienes de consumo privado que se demandan para satisfacer necesidades.

Un enfoque más completo de la demanda de libros en España sería aunando la doble dimensión del libro como bien económico y cultural, considerando tanto factores culturales como económicos que afectan a la demanda que pasaremos a abordar a continuación. En este sentido, el modelo que seguiremos es el modelo aplicado por Hjorth-Andersen (2000) para el mercado del libro en Dinamarca, al que incorporamos otras variables económicas y cuya versión es la siguiente:

$$X_t = f(Y_t, P_{xt}, P_{yt}, t) \quad (4)$$

Según esta función, la cantidad demandada de libros en el periodo t , X_t , depende de Y_t , renta real disponible por habitante; P_{xt} , precio medio del libro en términos reales que describe la evolución del precio del libro en general; P_{yt} , precio de bienes sustitutos o alternativos; y t que recoge cualquier otra variable que puede influir en la demanda de libros.

A partir de este modelo teórico podemos hacer algunas precisiones sobre el mismo y las variables utilizadas. En primer lugar, hemos considerado el número de ejemplares vendidos por las editoriales como variable que explica la cantidad demandada de libros anualmente. Desde el lado de la oferta, la existencia de una política de precio fijo del libro condiciona la fijación de precios final por las editoriales, lo cual supone una oferta para cada libro perfectamente elástica, lo que implica que la cantidad de equilibrio vendrá determinada por la demanda. La cantidad vendida en cada periodo coincidirá con la cantidad demandada.

4.2. Especificación del modelo a estimar

Para el análisis de la demanda hemos utilizado diversas fuentes estadísticas para el periodo considerado, 1989-2006. La fuente de datos utilizada para la variable X_t ,

¹⁹ En el trabajo de Prieto Rodríguez *et al.* (2005) se muestra las relaciones de complementariedad entre diversos grupos de bienes culturales libros, revistas y periódicos con cines, teatros y conciertos.

número de ejemplares vendidos procede de la FGEE. Como hemos visto con anterioridad, el volumen de facturación en términos reales y el número de ejemplares vendidos muestra en los últimos años una tendencia decreciente, no así el número de títulos publicados y nuevos títulos, de manera que el número medio de copias producidas por título (tirada media) ha decrecido a lo largo del periodo.

Para el análisis de precios, P_{xt} hemos utilizado el precio general del libro que proporciona el MCU, como un precio medio del sector. Para ello, hemos calculado un índice nominal, al mismo tiempo que hallado un índice real para los precios del libro con base 1989 utilizando el IPC anual. Con ello, se pretende analizar tanto la evolución del mismo como la relación con la evolución del índice general de precios. De este modo, podemos ver si los precios de los libros han llegado a ser más bajos o no, en términos relativos en el periodo considerado. El índice de precios real del libro presenta bastante estabilidad, que puede ser explicada como resultado de los avances tecnológicos que han hecho posible la reducción de los costes de producción. La variable renta, Y_t , expresa la renta real disponible por habitante, dato procedente del INE.

Respecto al precio de otros bienes P_{yt} , desde un punto de vista teórico el precio de los demás bienes relacionados con la compra y lectura de libros influyen sobre su consumo, positivamente si son complementarios o negativamente si son sustitutos. En realidad, se podría optar por una amplia gama de bienes que pueden ser consumidos en el tiempo de ocio, pero por accesibilidad en los datos, hemos utilizado el precio del cine, concretamente el gasto medio por espectador, para ello empleamos las fuentes estadísticas del MCU²⁰. En cuanto al otro bien que compite con la compra y lectura de libros por el tiempo de ocio, Internet, la dificultad en la estimación de un precio y dada la escasez de datos disponibles hemos optado por descartar la consideración de esta variable sobre el número de ejemplares vendidos, aunque creemos que es una variable importante que puede afectar a los hábitos de compra y lectura de libros.

En cuanto a la variable t , otros factores que inciden sobre la demanda de libros, nos centramos en dos factores, uno referido al número de títulos publicados, T_t , ya que la demanda depende de la amplitud de la oferta global de libros cada año. También podemos considerar en su caso, el número total de títulos nuevos publicados anualmente para analizar lo que se conoce como “efecto novedad”, ya que en la medida en que un libro compite con otro pueden considerarse bienes sustitutos, pero la aparición de nuevos títulos por su parte, puede impulsar la demanda general de libros. En ambos casos empleamos los datos proporcionados por la FGEE. La otra variable que puede incluirse en otros factores, es la inversión en gastos de promoción y publicidad, A_t , la hemos considerado en términos reales con base 1989, y los datos proceden igualmente de la FGEE.

²⁰ Los datos sobre gasto medio por espectador han sido cedidos amablemente por Víctor Fernández Blanco.

La variable educación, E_t , recoge el porcentaje de población con estudios universitarios o superiores sobre el total de población a lo largo del periodo. Dicho dato proviene del INE.

En cuanto a la relación entre la variable dependiente y las explicativas consideradas podemos esperar inicialmente que la demanda sea de carácter negativo y elástica respecto al precio, ya que el encarecimiento del precio medio del libro induciría a un desplazamiento de los consumidores hacia otros bienes de consumo cultural, estimación obtenida para varios de los estudios citados, aunque tampoco puede descartarse una demanda inelástica, en línea con los resultados que muestran autores como Van Ours (1990), Appelmann y Van den Broeck (2002) o Fishwick y Fitzsimons (1998), para Holanda y Reino Unido.

Una relación positiva entre venta de ejemplares y niveles de renta, y por tanto, la consideración del libro como bien normal, aunque lo que intentamos comprobar para España es si se trata de un bien de lujo (el fuerte incremento en la renta ha influido más que proporcionalmente en la venta de libros), o si por el contrario, se comporta como un bien de primera necesidad (la respuesta en las ventas es menos que proporcional al incremento en la renta).

Como hemos argumentado anteriormente, la relación entre el número de ejemplares vendidos y el gasto en cine puede ser de complementariedad o sustituibilidad.

En cuanto al impacto de títulos publicados, esperamos una incidencia positiva ya que la oferta puede impulsar la demanda e igualmente sucedería con los nuevos títulos.

También esperamos una relación positiva entre la inversión en publicidad y venta de ejemplares ya que la finalidad de la misma es incidir en las ventas.

Asimismo, esperamos un impacto positivo sobre el número de ejemplares vendidos del porcentaje de población con estudios universitarios (véase Tabla 3).

Durante el periodo analizado (1989-2006) hemos considerado que la industria editorial permanece estable sin tener en consideración los diferentes cambios en los distintos subsectores de la edición.

TABLA 3
Definición de variables y relación con la demanda de libros.

Variabes	Definición	Relación esperada
Variable a explicar		
X_t , demanda de libros	Número de ejemplares vendidos	
Variabes explicativas		
P_{xt} , precio medio del libro	Índice de precios nominal calculado a partir del precio general del libro anual dividido por índice de precios real calculado a partir de IPC	Negativa
Y_t , renta	Renta real per cápita	Positiva
P_{yt} , gasto medio por espectador en cine	Cociente entre recaudación media obtenida en todo el país en un año y el número de espectadores	Si es complementario positiva Si es sustitutivo negativa
T_t , títulos publicados	Número total de títulos publicados anualmente	Positiva
A_t , inversión en promoción y publicidad	Inversión en promoción y publicidad reales	Positiva
Educación, E_t	Porcentaje de población con estudios superiores o universitarios sobre el total de población	Positiva

4.3. Análisis de los resultados

De acuerdo a las variables expresadas anteriormente, y siguiendo la combinación de ambos enfoques expresada en la ecuación (4) hemos planteado una versión logarítmica de la misma para estimar la demanda de libros. El modelo de demanda de libros a estimar puede escribirse del siguiente modo, expresión logarítmica de la ecuación (4):

$$\log X_t = c + \beta_1 \log P_{xt} + \beta_2 \log Y_t + \beta_3 \log P_{yt} + \beta_4 \log T_t + \varepsilon_t \quad (5)$$

A partir de este modelo general hemos planteado varios modelos parciales en los que se incorporan algunas de las variables explicativas consideradas a fin de poder encontrar cuál de las posibilidades teóricas previamente mostradas se adecua más a la demanda de libros en España.

En la tabla 4 ofrecemos un resumen de los principales resultados de los modelos econométricos enunciados, planteando algunas variantes de los mismos, en los que hemos incluido o excluido variables a fin de obtener mejores estimaciones.

Hemos realizado una estimación por MCO de la ecuación (4) que muestra la demanda de libros como bien económico utilizando exclusivamente como variables explicativas durante el periodo, la renta real (Y_t), y el índice de precios real, (P_{xt})²¹. El nivel de explicación del modelo es alto, como indica un valor del coeficiente de determinación, $R^2 = 0,91$. La bondad de la especificación del modelo también se ha corroborado mediante el test de Jarque Bera de normalidad residual y los estadísticos Ljung-Box. Podemos encontrar en este primer modelo que los signos son correctos, con un nivel de significación del 5% y no presenta ningún problema de correlación entre las dos variables. Esto significa que el enfoque económico muestra por el momento los mejores resultados y, por tanto, podemos observar que el mercado del libro se comporta de la misma manera que cualquier bien, con poca influencia de los factores culturales sobre la demanda a nivel agregado. No obstante, antes de ser taxativos en el resultado, habría que tener en cuenta la escasez de datos utilizados ya que los más antiguos ofrecidos por la FGEE datan de 1989, con lo que es difícil sacar conclusiones al tener muy pocos grados de libertad²².

El coeficiente del precio ofrece un signo negativo ($-0,67$) y altamente significativo, lo que expresa una demanda inelástica respecto al precio, por lo que una reducción de los precios reales supondría un incremento en la demanda de libros en una proporción inferior a la reducción experimentada en el precio y, por tanto, una reducción de los ingresos obtenidos por la industria, circunstancia que hemos constatado en los últimos años, al observar una reducción en el índice de precios real comparado con el índice general de precios al consumo y un descenso en términos reales de la facturación. Por otra parte, el coeficiente de la renta es positivo y ligeramente mayor a la unidad ($1,10$), por lo que la demanda de libros se comporta como un bien normal²³. La demanda crece ligeramente a un ritmo mayor que la

²¹ En la estimación del modelo utilizando como variables explicativas, el precio del libro, la renta real disponible per cápita, el gasto medio por espectador y los títulos publicados se observa la no significatividad de las variables renta, gasto en cine y títulos publicados. La incorporación de las variables gasto medio por espectador y títulos provoca una fuerte distorsión en el modelo, dada la alta correlación que presenta la variable renta con títulos publicados (0.9952) y gasto medio en cine por espectador (0.9723). Por lo que decidimos inicialmente excluir estas dos variables. El estudio de Canoy *et al.* (2006) presenta la influencia positiva de la evolución de la renta por habitante sobre el número de títulos que se publican en distintos países pertenecientes a la OCDE.

²² Hemos aplicado un test de raíces unitarias a las series relativas a número de ejemplares vendidos, índices de precios del libro y renta disponible utilizando el test de Dickey Fuller aumentado, ADF, Phillips Perron (PP) y Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) dando como resultado que las series son integradas de orden 1 y por tanto no estacionarias. Para evitar problemas de regresiones espurias hemos analizado la posibilidad de relaciones de cointegración entre las variables. El contraste de cointegración lo hemos realizado utilizando el método de Johansen. Los estadísticos de traza y de valores propios máximos aceptan la existencia de una única relación de cointegración. Se obtiene el siguiente vector de cointegración:

$$LX_t = 1,3534 - 0,4887LPx_t + 1,6437LY_t \text{ con unos estadísticos } t \text{ de } 2.1409 \text{ y } 11.9345.$$

²³ El contraste de Wald de igualdad a la unidad del coeficiente nos da un valor de estadístico F de 0.4498 con un p -value de 0,5526 con lo que no se puede rechazar la hipótesis nula de que el coeficiente sea igual a 1.

renta por lo que prácticamente no se puede hablar de bienes de lujo o de demanda renta elástica si no más bien de demanda renta próxima a la unidad²⁴.

El modelo II ofrece una explicación alternativa considerando una combinación de factores culturales y económicos, en el que se incluye, precio, gastos en publicidad y títulos publicados. Este modelo muestra otra vez, una demanda-precio inelástica, (-0.75) y un impacto positivo de títulos publicados sobre la demanda de libros (0.56). En contraposición, hemos comprobado el reducido impacto (0.2168) y escasa significatividad de los gastos en publicidad sobre la demanda de libros²⁵.

El modelo III analiza exclusivamente el precio general del libro y el impacto de la oferta global de libros anual (títulos publicados), eliminando la variable gasto en publicidad por su escasa significatividad. De nuevo los coeficientes presentan los signos esperados.

Basándonos en lo que denominamos enfoque cultural, hemos seguido la versión logarítmica de la ecuación (3) que utiliza exclusivamente variables culturales, tales como población mayor de 5 años como *proxy* de población potencialmente lectora, el porcentaje de población con educación superior, o el impacto de la oferta global de títulos sobre la venta de ejemplares. Los resultados obtenidos han sido muy pobres e inconsistentes al presentar una alta correlación los niveles educativos con población potencialmente lectora²⁶ y con títulos publicados. Esto nos ha llevado a desestimar la inclusión de un modelo basado en un enfoque exclusivamente cultural. No obstante, hemos estimado un modelo que incorpora el impacto de los niveles educativos sobre la venta de libros, utilizando el porcentaje de población con estudios superiores y el índice de precios. De nuevo, se confirma el carácter inelástico de la demanda y un impacto positivo, aunque menor a la unidad, de la educación sobre la venta de libros aunque hemos obviado su incorporación por presentar resultados poco robustos²⁷. Lo que sí se deduce es que a pesar de que el porcentaje de población con estudios superiores se ha duplicado, no ha incidido en un incremento significativo de la compra de libros y del índice de lectura.

²⁴ Hemos realizado una estimación por MCO con corrección por autocorrelación de primer orden dando como resultado la ecuación siguiente: $LX_t = 12.6698 - 0.7951LP_{xt} + 1.0490LY_t$ con estadísticos $t = -2.9813$ y -5.2677 , un $R^2 = 0.9205$ y un $DW = 0.8917$ con lo que la corrección es mínima, lo cuál reafirma lo enunciado anteriormente. Hemos incorporado al modelo otras variables económicas, como precios de un bien sustitutivo, empleando el gasto en cine por espectador, sin que ayude a explicar mejor el modelo y arrojando resultados muy pobres. El contraste de Wald de igualdad a la unidad de la renta nos da un valor del estadístico F de 0,06 con p -value 0.8093 con lo que no se puede rechazar la hipótesis nula.

²⁵ Hemos estimado una variación sobre el modelo II incorporando en lugar de títulos publicados nuevos títulos para recoger el efecto novedad, arrojando peores resultados a la introducción de títulos publicados, y sin plantear una mejora significativa del modelo.

²⁶ Los datos sobre porcentaje de población que lee sólo están disponibles con periodicidad anual desde 2000 por la FGEE, por lo que hemos considerado como variable que puede incidir en la venta de ejemplares la población que puede técnicamente leer que incluye a los mayores de 5 años.

²⁷ Aplicando una versión logarítmica de la ecuación 3 nos darían los siguientes resultados: $LX_t = 20.2752 - 0.6084P_{xt} + 0.6123LE_t$ con estadísticos t 16.23, -2.58 y 5.67, un $R^2 = 0.87$ y $DW = 1.45$.

TABLA 4
 Función de demanda de libros.
 Variable dependiente: número de ejemplares vendidos.
 Método de estimación: MCO
 Número de observaciones = 18

Variables	Modelo I	Modelo II	Modelo III
Precio, P_{xt}	-0.6770*** (-3.71)	-0.7520*** (-3.52)	-0.6139*** (-3.43)
Renta, Y_t	1.1008*** (7.31)		
Títulos Publicados, T_t		0.5669*** (4.88)	0.6597*** (7.75)
Publicidad, A_t		0.2168 (1.15)	
Constante	11.6570*** (5.67)	13.8391*** (8.12)	14.6269*** (9.26)
R^2	0.91	0.92	0.92
DW	1.79	1.72	1.97
Estadístico F	94.43	71.56	104.29
Jarque Bera	0.0462	1.53	0.0698
Ljung Box Q 1	0.009	0.7359	0.034
Ljung Box Q 2	0.3907	2.3974	0.2621
Ljung Box 3 Q	4.6087	6.1846	3.0811
Ljung Box 4 Q	5.9033	6.2019	4.9605

Nota: Estadístico t entre paréntesis*nivel de significación del 10%,** nivel significación del 5%,
 *** nivel de significación del 1%.

5. REFLEXIONES FINALES

Varias ideas pueden ser enfatizadas desde las dos perspectivas en que han sido abordadas en el trabajo: una descriptiva del mercado interior del libro y una segunda en la que hemos recogido un estudio econométrico aproximado de la demanda de libros a nivel agregado.

En primer lugar, habría que destacar la importancia de la industria editorial en relación al resto de industrias culturales, al ser el principal componente del sector cultural ya que supone el 44% del PIB del sector en España. Dicha industria ha sufrido cambios significativos en las dos últimas décadas. Mientras el número de títulos publicados ha seguido en ascenso, doblándose prácticamente, la facturación

en el mercado interior en términos reales muestra una tendencia decreciente, con lo que se puede deducir que el mercado del libro presenta síntomas de madurez e incluso declive bajo la estructura actual. La aparición y desarrollo de nuevas tecnologías pueden constituir una revolución positiva en el sector, en la medida que haya una rápida adaptación a los nuevos formatos, aunque por el momento la industria puede sufrir ajustes iniciales.

Por otra parte, los resultados obtenidos de los modelos econométricos, muestran el carácter inelástico de la demanda de libros en España. En este sentido nuestros resultados son diferentes de los que se han presentado para otros países europeos, fundamentalmente, nórdicos y centroeuropeos, (Dinamarca, Noruega, Alemania etc.), en los que la demanda de libros se comporta como elástica al precio, o incluso los resultados que obtienen Prieto *et al.* (2005) cuyo valor es de -1,65, aunque la metodología utilizada y el periodo de referencia, 1985-1995, son diferentes. Esto puede venir explicado por haber realizado un análisis agregado de la demanda, sin considerar distintos subsectores de la edición, y tener un peso muy importante en la venta de libros el sector del libro de texto, menos sensible al precio en la medida que se han fomentado políticas del libro, en uno casos a favor del cheque libro y en los últimos años de apoyo a la gratuidad del libro de texto.

Sin embargo, encontramos resultados similares a otros estudios en la estimación de la elasticidad renta, pero con una particularidad: el aumento en los niveles de renta experimentados en los últimos años no ha contribuido de manera significativa al crecimiento en la venta de libros ya que la elasticidad renta es muy ligeramente superior a 1. La política del precio fijo del libro puede estar condicionando la evolución del mercado del libro, aunque esta política ha contado desde el principio con el respaldo unánime del sector. En este sentido, es necesario un análisis más profundo sobre el impacto de una política de descuento desde 2000 y libertad de precio desde 2007 para el libro de texto²⁸. Tal vez, una de las principales conclusiones del análisis, es la constatación de la naturaleza de bien económico que tiene el libro, aunque el hecho de que la demanda sea inelástica al precio lo aproxima a su caracterización como bien cultural, ya que la compra de libros no es sensible al precio a nivel agregado. No hemos encontrado un impacto significativo sobre las ventas de variables tales como, población potencialmente lectora, niveles educativos de la población o nuevos títulos publicados. Somos conscientes de que la utilización de una serie de datos más larga nos hubiera proporcionado resultados más robustos, viéndonos limitados por los datos disponibles.

²⁸ Un principal inconveniente de este análisis es que a su vez el libro de texto está sometido a diferentes políticas por CCAA ya que en algunas Comunidades existe gratuidad del libro de texto, con lo que es muy difícil comprobar hasta qué punto el precio libre aumentaría la demanda de libros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APPELMAN, M.D.; Van Den BROEK, A. (2002): *Boek en Markt. Effectiviteit van de Vaste Boekenprijs*. SCP/CPB. The Hague.
- BCF CONSULTORS (2002): *Estudio DELPHI sobre comercialización de libros a través del canal de librería*, Madrid: CEGAL, disponible en http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/estudio_delphi.pdf, [Último acceso: Enero 2009].
- BC CONSULTORS (2002): *Sistema de indicadores estadísticos y de gestión de la librería en España. Año 2000*, Madrid: CEGAL, disponible en http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/indicadores_librerias.pdf, [Último acceso: Enero 2009].
- BCF CONSULTORS (2006): *Mapa de librerías*, Madrid: CEGAL, disponible en http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/Mapa_librerias_2004.doc, [Último acceso: Enero 2009].
- BECK, J. (2003): *Monopoly versus Oligopoly in the Debate on Resale Price Maintenance for Books: a Preliminary Empirical Result*. Diplomarbeit. Humboldt Universität. Berlín.
- BECK, J. (2007): "The Sales Effect of Word of Mouth: a Model of Creative Goods and Estimates for Novel" en *Journal of Cultural Economics*, 31 (1), pp. 5-23.
- BENHAMOU, F.; PELTIER, S. (2007): "How Should Cultural Diversity Be Measured? An Application using French Publishing Industry", *Journal of Cultural Economics*, 31 (2), pp. 85-107.
- BONET, L. y GREGORIO, A. (2000): "Estructura y factores de cambio en la comercialización del libro", en *Las Cooperativas de Consumidores ante los productos culturales*, Barcelona: Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios, pp. 25-58.
- CANOY, M.; VAN OURS; VAN DER PLOEG, F. (2006): "The Economics of Books" in Ginsburgh, V; Throsby, D. (eds.) *Handbook of the Economics of Art and Culture*, pp. 721-761. Amsterdam: North- Holland.
- CAVES, R.E. (2000): *Creatives Industries, Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- DOSDOCE.COM Y BLUECREATIVOS.COM (2005): *El papel de la comunicación en la promoción del libro*, <http://www.comunicacion-cultural/estudio-editoriales/files/estudio.comunicacion-cultural.pdf>, [Último acceso: Enero 2009].
- DOSDOCE.COM Y EDICIONA (2008): *La digitalización del libro en España*, http://www.ediciona.com/la_digitalizacion_del_libro_en_espana-rec-f1060.htm [Último acceso: Enero 2009].
- EUROPEAN COMMISSION (2004): *Publishing Market Watch, Sectoral Report, 2: Book Publishing*, Brussels.
- EUROSTAT (2007): *Cultural Statistics*. Brussels. También disponible en <http://www.epp.eurostat.ec.europa.eu> [Último acceso: Septiembre de 2008].
- FEDERACIÓN DE CÁMARAS DEL LIBRO (2007): *Comercio exterior del libro 2006*, Fedecali: Madrid. Último año <http://www.fedecali.es> [Último acceso: Septiembre de 2008].
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2000): *Diez años de comercio interior del libro en España 1988-1998*, Madrid: FGEE.
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2007): *Hábitos de Lectura y Compra de Libros*, Madrid: FGEE. Disponible en <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/documentos.asp>. [Último acceso: Septiembre de 2008].
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2008): *Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros por Comunidades Autónomas 2007*, <http://www.mcu.es/libro/MC/CentroDoc/Informes/habitosdelectura.html>, [Último acceso: Enero de 2009].

- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (Varios años): *Comercio interior del libro en España*, Informe anual, Madrid: FGEE. <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/documentos.asp>. [Último acceso: Septiembre de 2008].
- FISHWICK, F.; FITZSIMONS, S. (1998): *Report into the Effects of the Abandonment of the Net Book Market Agreement*, Cranfield School of Management: Cranfield.
- FEDRIGA, R.; VISENTINI, E. (2008): "I Collaterali. Nascita, sviluppo e maturità di un segmento del mercato dei libri" en *Economia della Cultura*, nº 3, pp. 397-412.
- GAFFEO, E.; SCORCU, A.E.; VICI, L. (2008): *Demand Distribution Dynamics in Creative Industries: the Market for Books in Italy* Discussion Paper No. 4, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Trento, pp. 1-37.
- GIL, M. y JIMÉNEZ, J. (2008): *El nuevo paradigma del sector del libro*, Madrid: Trama editorial.
- GÓMEZ ESCALONILLA, G. (2002): "La edición de libros: un sector potente a la defensiva digital" en Bustamente, E. (coord.). *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa editorial.
- GÓMEZ ESCALONILLA, G. (2005): *El libro y la industria editorial*, documento de trabajo 63/2005. Fundación Alternativas.
- HJORTH-ANDERSEN, C. (2000): "A Model of the Danish Book Market", *Journal of Cultural Economics*, 24 (1), pp. 27-43.
- INMARK (2008): *Estudio sobre la comercialización del libro en España*, Madrid: MCU, en http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/Inmark_septiembre_08.pdf [Último acceso: Enero 2009].
- JIMÉNEZ, J.L.; CAMPOS, J.; NOMBELA, G. (2001): *Un análisis económico del mercado de libros de texto en España*, documento de trabajo 2001-02. Departamento de Análisis Económico Aplicado. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- KEA (2006): *The Economy of Culture in Europe*, Kea European Affairs, Bruselas. http://ec.europa.eu/cultura/key-document/doc873_en.htm [Último acceso: Septiembre de 2008].
- Ley 10/2007 de 22 de junio de la *Lectura, del libro y de las bibliotecas*. BOE n ° 150 de 23-6-2007.
- LÓPEZ DE ABIADA, J.M.; NEUSCHAÄFER, H. y LÓPEZ BERNASOCCHI, A. (2001): *Entre el ocio y el negocio: industria editorial y literatura en la España de los 90*, Madrid: Verbum.
- MARTÍNEZ ALÉS, R. (2001): "El sector editorial español" en *Información Comercial Española*, nº 792, junio-julio, pp. 109-123.
- MINISTERIO DE CULTURA (2002): *Las cifras de la cultura en España, Estadísticas e Indicadores*: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: Madrid.
- MINISTERIO DE CULTURA (2004): *Incidencias de las nuevas tecnologías en el sector del libro en el ámbito de la U.E.*, Madrid, http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/04sector_libro.pdf [Último acceso: Enero 2009].
- MINISTERIO DE CULTURA (Varios años): *Panorámica de la edición española de libros*. Madrid. Último año disponible en <http://www.mcu.es/libro/MC/PEE/index.html> [Último acceso: Septiembre de 2008].
- MINISTERIO DE CULTURA (Varios años): *Anuario de estadísticas culturales*, Disponible último año en <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/AEC/capitulos.2006.html> [Último acceso: Septiembre de 2008].
- MORET, X. (2002): *Tiempo de editores. Historia de la edición en España, 1939-1975*, Barcelona: Destino.
- PALMA MARTOS, M.L. (2003a): *Una visión panorámica del sector de la edición en Andalucía*, RD editores y Andaluciacomunicación.com: Sevilla.

- PALMA MARTOS, M.L. (2003b): "Una perspectiva sobre la realidad editorial en Andalucía", *Cuadernos de Economía de la Cultura*, nº 2, pp. 63-94.
- PALMA MARTOS, M.L.; PALMA MARTOS, L. (2008): "Fixed Book Pricing in Spain: a Debate between Economic Efficiency and Cultural Diversity" en Lazzeretti, L. and Cooke, P. (eds). *Creatives cities, Clusters and Local Economic Development*, pp. 147-154, Chetelham: Edward Elgar Publishing.
- PRIETO-RODRÍGUEZ, J.; ROMERO JORDÁN, D.; SANZ-SANZ, F. (2005): "Is a Tax Cut on Cultural Goods Consumption Actually Desirable? A Microsimulation Analysis Applied to Spain". *Fiscal Studies*, 26 (4), pp. 549-575.
- RINGSTAND, V.; LOYLAND, K. (2006): "The Demand for Books by Means of Consumer Survey Data", *Journal of Cultural Economics*, 30 (2), pp. 141-155.
- ROUET, F. (2007): *Le livre-Mutations d'une industrie culturelle*, Paris: La Documentation Française.
- URIEL JIMÉNEZ, E. (2006): *El valor económico de la cultura en España*, Madrid: MCU Disponible en <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/VecE/capitulos.html> [Último acceso: Septiembre de 2008].
- VAN DER PLOEG, F. (2004): "Beyond the Dogma of the Fixed Book Price Agreement", *Journal of Cultural Economics*, 28 (1), pp. 1-20.
- VAN OURS, J.C. (1990): "De Nederlandse Boekenmarkt Tussen Stabiliteit en Verandering", *Massacommunicatie*, 18, pp. 22-35.

