Perfil del lector-comprador español

POR **JUAN CURTO LOSADA**

FACTORES PROPIOS DEL COMPRADOR

¿CUANTOS LIBROS SE LEEN?

TIPOS DE LECTORES

MODALIDADES DE ACCESO AL LIBRO

¿COMO SE SABE DE LOS LIBROS?

¿COMO SE COMPRAN LOS LIBROS?

FACTORES DEL ENTORNO

El análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda de libros en España y de las variables fundamentales de lectores y compradores es decisivo para dictaminar las vías a seguir.
En la demanda del libro intervienen básicamente dos tipos de factores: los que se sitúan en el nivel del posible comprador y los que pertenecen a su entorno.
Los primeros, a su vez, responden a dos variables: la necesidad del libro y la forma de satisfacer esta necesidad. Por su parte, sobre los segundos actúan la oferta y las instituciones, principalmente la Administración Pública. La figura 1 presenta, de forma esquemática, las relaciones entre estos elementos.

FACTORES PROPIOS DEL COMPRADOR

Entendemos por necesidad del libro el destino que se pretende darle, la utilización básica que se va a hacer de él. Reacción lógica: ¿para qué se va a querer un libro? ¡Para leerlo, naturalmente! Pues, en primer lugar, no siempre: se compran libros para regalar, y también -determinado tipo de libros- como objetos decorativos o coleccionables (esto último, sin ningún sentido peyorativo; para un bibliófilo un libro raro o una primera edición largo tiempo buscada

Fundación Telefónica

tienen un valor merecidamente elevado).
Y en segundo lugar: ¿qué se entiende normalmente por lectura? Hagamos la prueba preguntando a un estudiante o a un profesional qué libro está leyendo. Con toda seguridad nos dará el título de una novela, de un ensayo, de una biografía, … pero no mencionará los libros que utiliza en su formación o para su trabajo y que evidentemente lee, al menos en parte. Tampoco se suelen considerar como lectura las enciclopedias, diccionarios, libros de cocina y demás libros de consulta, que sin embargo constituyen parte significativa de la demanda.
Esto demuestra que generalmente se considera lectura a una actividad realizada por propia iniciativa, perteneciente a la esfera del ocio y estrechamente ligada a la literatura.
Las encuestas realizadas sobre los hábitos de lectura responden a este planteamiento, por lo que, en términos de demanda global, no tienen un valor absoluto. No obstante, la evolución y las tendencias que se pueden deducir de sus resultados tienen gran interés, porque es obvio que la lectura -en el sentido restrictivo que hemos indicado- condiciona de manera fundamental la demanda de libros.

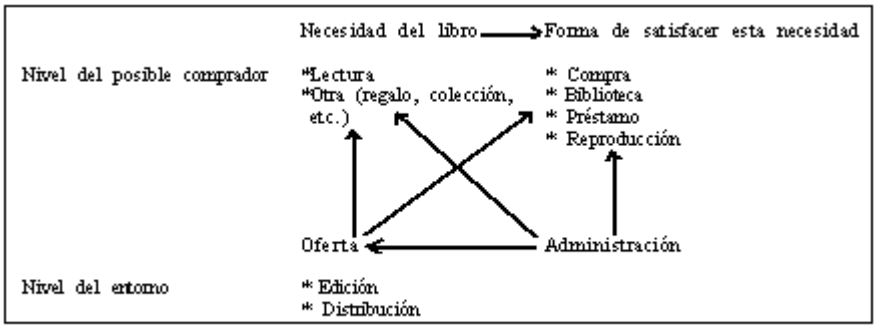

Figura 1. Factores que intervienen en la demanda de libros.

En el cuadro 1 se estructuran lo más homogéneamente posible los datos disponibles desde 1978 sobre la frecuencia de lectura en España, para mayores de 18 años, de acuerdo con cuatro conceptos básicos definidos en la Encuesta de equipamientos, prácticas y consumos culturales de los Españoles – 1991 (Ministerio de Cultura, 1991):

– Lectores diarios.
– Lectores habituales: practican la lectura una o varias veces todas las semanas.
– Lectores esporádicos: practican la lectura alguna vez cada mes o cada más tiempo.
– No lectores: no practican la lectura nunca o casi nunca.

A partir de estos datos se pueden establecer diversas conclusiones:

– En términos absolutos, y en lo que respecta a la proporción lectores/no lectores, la realidad es que todavía existe más de un 40 por ciento de españoles mayores de 18 años que no leen nunca o casi nunca, frente a un porcentaje de lectores que no alcanza el 60 por ciento.
– En términos de evolución los resultados son algo -sólo algo- más alentadores, puesto que, si bien el número de lectores frecuentes (diarios + habituales) ha experimentado un claro crecimiento, probablemente a costa de los esporádicos, el número de no lectores también ha aumentado. Parece que los lectores son menos, pero leen más.
– En términos de tendencia, ésta se ha estimado extrapolando los datos históricos sobre la base de un modelo informal que supone que los lectores diarios crecen a partir de los

Fundación Telefónica
Telefónica

habituales, y así sucesivamente. La tendencia estructural que se propone establece un 40 por ciento de no lectores frente a un 60 por ciento de lectores, de los cuales un 75 por ciento son lectores frecuentes.

CUADRO 1
ANÁLISIS COMPARADO DE FRECUENCIAS DE LECTURA

	1978	1983	1985	1991	Tendencia estructural
1. Lectura diaria	18,2	25,0	-	18,5	20,0
2. Lectura habitual	18,2	22,0	-	25,0	25,0
= Lectura diaria + habitual (1+2)	36,4	47,0	18,9	43,5	45,0
3. Lectura esporádica	30,3	-	35,8	13,8	15,0
= Lectores (= 1+2+3)	66,7	56,0	54,7	57,3	60,0
4. No lectores	33,3	44,0	45,3	42,7	40,0

Fuentes: 1978: La realidad cultural de España y demanda cultural de España - 1978. Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura. Encuesta de demanda de bienes y servicios culturales
1983: Encuesta de cultura y ocio del Ministerio de Cultura - 1983
1985: Encuesta de comportamiento cultural de los españoles. Ministerio de Cultura - 1985
1991: Encuesta de equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles - 1991. Ministerio de Cultura, 1991

¿CUANTOS LIBROS SE LEEN?

Vista, aunque sea someramente, la frecuencia de lectura, podemos hacer algunas consideraciones sobre otro factor determinante de la demanda: el número de libros leídos (seguimos moviéndonos en la lectura según la definición anterior).
El cuadro 2 presenta los datos correspondientes a 1991 del número de libros leídos en los últimos 12 meses por personas mayores de 18 años. Como se ve, las cifras resultan bastante coherentes con las de frecuencia de lectura.

Fundación Telefónica
Telefónica

CUADRO 2
NÚMERO DE LIBROS LEÍDOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 12 MESES

	(%)
De 1 a 2	16,9
De 3 a 6	17,7
De 7 a 12	8,9
De 13 a 24	4,0
De 25 a 49	2,7
De 50 a 74	0,8
De 75 a 99	0,5
100 o más	0,3
1 o más	51,8
Ninguno	48,2
Total	100,0

Fuente: Encuesta de equipamientos, prácticas y consumos culturales de los Españoles - 1991. Ministerio de Cultura, 1991.

Vista, aunque sea someramente, la frecuencia de lectura, podemos hacer algunas consideraciones sobre otro factor determinante de la demanda: el número de libros leídos (seguimos moviéndonos en la lectura según la definición anterior).
El cuadro 2 presenta los datos correspondientes a 1991 del número de libros leídos en los últimos 12 meses por personas mayores de 18 años. Como se ve, las cifras resultan bastante coherentes con las de frecuencia de lectura.

TIPOS DE LECTORES

SSe pueden configurar distintos perfiles de lectores, atendiendo a la relación que éstos establecen con el libro. Según la importancia que adquiera la acción de leer o el objeto libro en sí mismo, se pueden determinar unas características en los individuos que permitirán comprender el rol y el valor específico que atribuyen al libro en el contexto de la lectura. Estos perfiles son estereotipos de las actitudes de base, aunque no tienen fronteras rígidas, y un mismo lector puede adoptar uno u otro perfil en función de las necesidades o condicionantes de los diferentes momentos; un ejemplo significativo es la tendencia general a elegir literatura más o menos de evasión para los viajes. Los perfiles pueden asimismo constituir diferentes etapas en la evolución de un mismo individuo.
El primer perfil a considerar es el lector evasivo, que responde fundamentalmente a criterios de mero entretenimiento y comodidad, con escaso interés por la calidad literaria y baja valoración del libro como objeto con valor en sí mismo. Suele corresponderse con individuos de bajo nivel cultural y con hábito de lectura, pero sin criterio de selección.
El lector recreativo puede considerarse como una evolución del anterior hacia contenidos más elaborados, aunque sin mejora de la calidad literaria. Tenderá a la compra de novedades, literatura contemporánea reeditada a través de colecciones y clubes de libros, libros de temas históricos o psicológicos banalizados, best sellers sobre temas sociológicos, políticos o económicos, etc.
El lector selectivo se caracteriza por la valoración de la calidad de su lectura, y porque se sustenta en criterios más especializados. A su vez, dentro de este perfil pueden distinguirse dos subgrupos, en función de su actitud hacia el libro: el lector funcional, interesado principalmente por el contenido y la calidad literaria del libro, y el lector fetichista, que busca

Fundación Telefónica
Telefónica

una correspondencia entre calidad literaria y calidad del libro como objeto, en cuya posesión se recrea.
Para el lector coleccionista el libro como objeto prevalece sobre la lectura; puede considerarse una derivación especializada del lector fetichista.

MODALIDADES DE ACCESO AL LIBRO

Podemos ahora pasar a un breve análisis de la segunda variable situada en el nivel del posible comprador: la forma de satisfacer la necesidad del libro.
La modalidad básica de acceso a los libros en España es su compra, directa o indirecta (vía regalo), hasta el punto de que puede considerarse que, de cada 100 libros leídos, 73 han sido comprados, 15 han sido tomados en préstamo de bibliotecas y 12 han sido tomados en préstamo de particulares. No hay que olvidar tampoco la reproducción, en sus distintas modalidades técnicas.
El Estudio del mercado de libros y revistas en España que realizó en 1986 la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE), indicaba que sólo un 40,2 por ciento de los españoles mayores de 18 años compraban habitualmente libros que no fueran de texto. Datos posteriores recogidos en la Encuesta de equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles 1991, realizada por el Ministerio de Cultura, indicaban que un 37 por ciento de españoles mayores de 18 años compró algún libro -aparte de los de texto- en los últimos doce meses. El cuadro 3 recoge el número de libros adquiridos por este porcentaje de compradores.

CUADRO 3
NÚMERO DE LIBROS COMPRADOS
DURANTE LOS ÚLTIMOS DOCE MESES

Número de libros	%
De 1 a 2	9,9
3 a 6	13,0
7 a 12	6,9
13 a 24	3,6
25 a 49	2,1
Más de 50	0,9
NS/NC	0,6
Total	37,0

Fuente: Encuesta de equipamientos, prácticas y consumos culturales de los Españoles - 1991. Ministerio de Cultura, 1991.

El número medio de libros adquiridos por la población compradora era de 8,9 al año, cifra que, incluyendo a los no compradores, queda reducida a 3,3 libros/año.
En términos tendenciales, a medio plazo, cabe esperar una elevación de la compra media, por individuo adulto, cercana a los 5 libros por año, equivalente a 12 títulos anuales por persona lectora.
Como razones de la no compra de libros aparecen como más frecuentes la falta de tiempo o preferencia por otras formas de ocio, el desinterés por la lectura y, finalmente, el elevado precio de los libros. No obstante, esta última razón está en algunos casos estrechamente relacionada con la preferencia por otras formas de ocio, que pueden suponer igual o mayor gasto.
En líneas generales, el perfil de comprador habitual de libros es muy similar al del lector

Fundación Telefónica
Telefónica

habitual. La mencionada Encuesta de equipamientos de 1991 señala que «la compra de libros se perfila como actividad claramente urbana, relacionada con el nivel de formación académica de los individuos y, por ende, con los niveles superiores de la actividad laboral: técnicos, directivos, etc.». Esta descripción se ajusta a la del comprador habitual -aquél que compra más de 10 libros al año- en el conjunto de Europa Occidental, bastante en línea con los 9 ejemplares adquiridos como media por el comprador habitual español.
La motivación de la compra es la de distraerse en el 40,4 por ciento de los casos, seguida por la de tipo cultural, en un 29,7 por ciento. También resultan significativas las motivaciones de regalo, que alcanzan un 14,5 por ciento, y profesionales, con un 12,8 por ciento, si bien cabe suponer que en este último caso buena parte de las compras se orienta a través de las empresas.

¿COMO SE SABE DE LOS LIBROS?

Como principales vías de conocimiento de la existencia de los libros se pueden citar la información, el contacto directo, los clubes de libros y la venta directa de editorial.
Dentro de la vía de la información, se diferencian tres posibles canales, que, en orden de mayor a menor alcance de público, son:

– La publicidad, directamente o a través de los premios literarios, series de televisión, cine, e incluso del establecimiento de debates o controversias (recordemos el caso de Los versos satánicos).
– La promoción, que asocia la venta a un regalo de otros objetos, y que goza de gran extensión pero se considera de poca seriedad y credibilidad.
– La crítica, que es la vía de mayor seriedad y credibilidad, pero que queda circunscrita a un público restringido, constituido normalmente por lectores habituales con criterio selectivo.

A su vez, dentro de la vía del contacto directo se pueden diferenciar dos canales:

– La prescripción -recomendación de personas del entorno del comprador o del vendedor-, que juega un papel fundamental en los sectores de los lectores jóvenes y constituye un factor decisivo en el proceso de selección posterior al de la información en el caso de los lectores evasivos y recreativos.
– El contacto continuado, que puede sustentarse en un conocimiento previo del individuo acerca de un género o tema específico, o bien en un conocimiento espontáneo, que se produce en el mismo momento de la visión física del libro en el transcurso de las visitas periódicas a los puntos de venta.

Los clubes de libros constituyen un proceso de compra que permite obviar ciertos canales de información y prescripción, sustituyéndolos por el conocimiento a través del catálogo de títulos en venta y la descripción del argumento y principales características del libro. Sus suscriptores suelen responder a los perfiles de evasión y recreación y presentan un hábito arraigado de lectura, características muy acordes a la obligatoriedad de la compra como condición de pertenencia al club. Es evidente que el sistema resulta muy cómodo, y que la calidad de presentación es aceptable, pero cierto tipo de lectores rechazan la obligatoriedad de la compra dentro de una oferta restringida, y prefieren mayores novedades o mejores traducciones.

Fundación Telefónica
Telefónica

Finalmente, la venta directa de editorial puede presentar dos tipos bien diferentes: la promoción, de carácter mayoritario, que apela a lo emocional, y en el que la iniciativa se dirige del editor hacia el consumidor, y la venta por catálogo, en la que es el consumidor especializado quien, con una motivación racional, solicita el ejemplar o el catálogo a la editorial.

¿COMO SE COMPRAN LOS LIBROS?

A partir de los comportamientos observados es posible establecer tres circuitos básicos de compra, en función de la vía de conocimiento, el tipo de motivación de la compra, y el lugar de la compra y relación con el vendedor.
El circuito consumista se caracteriza por la influencia directa de la vía de conocimiento sobre el resto del proceso (difusión/divulgación a través de promociones que se publicitan en los medios de comunicación masiva), y afecta a los lectores más permeables al consumo de lectura y no tanto del libro como objeto. El lugar de compra responde a la comercialización masiva: quioscos y grandes almacenes, y el vendedor actúa como mero proveedor-cobrador.
En el circuito restringido las vías de conocimiento se caracterizan por su carácter elitista (crítica) o restringido (prescripción), y no determina por sí misma el resto del proceso, actuando en confluencia con el perfil del lector y siempre a partir de una motivación previa. El lugar de compra habitual es la librería.
El circuito de impulso se caracteriza por la coincidencia entre la vía de conocimiento y el lugar de compra. El conocimiento y la motivación provienen del mismo objeto libro, por lo que éste debe gozar de accesibilidad, tanto para su visión como para su manejo.
Los canales básicos para la distribución final de libros -y, por consiguiente, para su venta- son hoy en día las librerías (46,90 por ciento), los clubes de lectores (12,00 por ciento), las propias editoriales (10,00 por ciento), los quioscos (7,40 por ciento), y los supermercados (4,60 por ciento). Entre todos ellos suman cuatro de cada cinco libros vendidos.

En el proceso de diversificación que ha experimentado la distribución final de libros, los canales tradicionales han perdido peso en favor de nuevas fórmulas como las grandes superficies, o a causa del mayor protagonismo de las ferias.
En el caso concreto de las librerías, que siguen constituyendo el principal canal de venta, según los datos aportados por el Estudio del Mercado Interior de la Federación de Gremios de Editores de España, éstas habrían perdido en el periodo 1976-1985 una cuota de mercado equivalente al 12,6 por ciento, es decir, un 20 por ciento de su cuota en 1976.
Analizando la relación entre el canal de venta y el nivel de instrucción, se observa que la adquisición de libros a través de editoriales, ferias y librerías se corresponde con un mayor nivel de instrucción, mientras que la adquisición a través de clubes de lectores, quioscos y venta a domicilio corresponde a niveles de instrucción más bajos.
Las bibliotecas constituyen, como se ha indicado, la segunda modalidad de acceso al libro en España, y constituyen, junto con las adquisiciones por parte de las empresas y todo tipo de organismos públicos y privados, lo que se denomina demanda institucional.
Como se refleja en el cuadro 4, el sistema bibliotecario español -entendido como conjunto de todo tipo de bibliotecas, fondos y medios disponibles- ha experimentado un importante desarrollo en la última década, que se ha traducido tanto en el crecimiento del número de bibliotecas y fondos como en la transformación cualitativa de medios y funciones. En estos momentos las bibliotecas representan una vía de acceso a la lectura cinco veces más importante que en 1975.

Fundación Telefónica
Telefónica

Este desarrollo, sin embargo, ha sido desigual e insuficiente; desigual, porque se pueden detectar aún amplias lagunas y zonas de baja atención; e insuficiente, porque el sistema bibliotecario español se sitúa todavía lejos de los países punteros a nivel internacional, tanto en amplitud de la red como en volumen de fondos o en adquisiciones. Así, los datos del INE correspondientes a 1990 indican un total de 9.629 millones de pesetas dedicados a la adquisición de libros por parte del conjunto de las bibliotecas españolas (de esta cantidad, 7.367 millones correspondientes a las bibliotecas estatales),mientras que el presupuesto dedicado por las bibliotecas del Reino Unido a la compra de libros en el curso 1989-1990 ascendió a unos 24.000 millones de pesetas.

CUADRO 4
BIBLIOTECAS: ANÁLISIS COMPARADO 1990/1982

	Años		Incrementos	
Concepto	1982	1990	Absoluto	%
Bibliotecas investigadas	3.241	5.062	1.821	56,2
Bibliotecas públicas	1.688	3.285	1.597	94,6
Puntos de servicio	3.823	6.055	2.232	58,4
Prestatarios inscritos	2.419.757	5.457.881	3.038.124	25,6
Volúmenes de libros y publicaciones periódicas	41.226.249	65.433.104	24.206.855	58,7
Libros adquiridos (Volúmenes)	2.008.451	3.594.729	1.586.278	79,0
Manuscritos (Volúmenes)	141.668	285.488	143.820	101,5
Microcopias (Número de unidades)	741.892	4.260.752	3.518.860	474,3

Fuente: Estadística de Bibliotecas 1993. INE, 1992

Por otra parte, el sistema bibliotecario español está infrautilizado, tanto en un sentido cuantitativo de número de usuarios como en el sentido cualitativo del uso que se hace de sus medios, al ser muchas las personas que utilizan las bibliotecas más como salas de lectura de sus propios libros que como vehículo de acceso a nuevos títulos.
Las cifras de adquisición de libros por parte de las bibliotecas en España apenas representan un 2 por ciento del movimiento económico del sector, porcentaje muy bajo si se compara con las referencias europeas, que se sitúan alrededor del 20 por ciento. Otra cosa es el impacto de las bibliotecas sobre la demanda de libros por parte de particulares. A este respecto hay que señalar el carácter contradictorio, complejo e indirecto de su influencia.
En principio, y desde una perspectiva estática, las bibliotecas son un medio de satisfacer la demanda de libros alternativo a la adquisición, lo que en una primera aproximación no se traduce ni en nuevas ventas ni en incremento de la tirada media. Es decir, la disponibilidad de libros en las bibliotecas hace muchas veces innecesaria su compra por parte del particular, lo que afectaría negativamente la demanda privada de libros.

El papel de las bibliotecas cambia, sin embargo, en el momento en que la perspectiva se dinamiza. En efecto, las bibliotecas permiten el ejercicio y desarrollo de los hábitos de lectura, neutralizando el factor coste económico que tiene toda adquisición. Las bibliotecas habitúan al libro precisamente en su utilización más genuina, es decir, como objeto de lectura.
Esta acción de fomento de los hábitos de lectura habrá de tener finalmente una repercusión en la demanda particular por una doble vía. En primer lugar, parece razonable pensar que quien desarrolla el hábito de lectura acaba comprando libros, puesto que los perfiles del lector y del comprador son muy semejantes. Y en segundo lugar, el desarrollo de los hábitos de lectura estimula una creciente utilización de las bibliotecas, lo que se traduce en el crecimiento del sistema bibliotecario y en el crecimiento de los fondos, que pueden llegar a representar una demanda cuantiosa de libros.

Fundación Telefónica
Telefónica

Como última forma de satisfacer la necesidad del libro cabe señalar la reprografía, buena parte de la cual es actualmente ilegal, entendiéndose como tal la reproducción indiscriminada de material protegido, básicamente libros y revistas, y no compensada a través de los mecanismos establecidos.
La reprografía ilegal tiene para autores y editores consecuencias negativas, ya que éstos pierden el control y ven mermados sus derechos de propiedad, lo cual termina por dañar a la industria editorial, principalmente por la reducción de las tiradas medias.
En efecto, y aunque no puede determinarse con precisión el impacto negativo que sobre la demanda puede tener la realización de copias ilegales, cabe suponer, dado el volumen de copias realizadas, que las copias ilegales contribuyen significativamente a la reducción de las tiradas medias, lo que,a su vez, acarrea un encarecimiento del libro y, consecuentemente, un progresivo retraimiento de la demanda.
Así, la tirada media de 1980 se elevaba a 9.222 ejemplares, cifra que en 1990 se había reducido a 5.104. Estas cifras globales, ya de por sí alarmantes, lo son aún más en el caso de los libros técnicos -básicamente de medicina e ingeniería-, cuya tirada pasó de 8.633 ejemplares en 1970 a 3.000 en 1990.
Puede estimarse que la masa de fotocopias ilegales sobre materiales protegidos representa no menos del 6,5 por ciento de la oferta total y, lógicamente, del volumen total de ventas.
Desde el punto de vista jurídico, dentro de las copias ilegales se pueden distinguir las privadas, es decir, las que se hacen de material protegido para uso personal y que no son objeto de posterior comercialización, de las colectivas o lucrativas, tanto las realizadas por los servicios reprográficos de ciertas instituciones para terceros como las que venden las empresas reprográficas, llamadas copisterías o copy services.
En el auge de la reproducción ilegal intervienen un conjunto de factores, entre los que destacan:

– El crecimiento del parque de fotocopiadoras, que actualmente se puede estimar en unas 350.000, junto con el proceso de continua mejora de la funcionalidad, prestaciones y economía de las máquinas.
– El clima de insensibilidad social, en el que no se considera que fotocopiar material protegido dañe los derechos de autores o editores y constituya, por tanto, delito.
– La dificultad para localizar y controlar estas actividades, que por otra parte son de fácil instalación y no requieren grandes inversiones, pudiéndose incluso subcontratar máquinas.
– La existencia de un mercado fácil y cautivo, centrado principalmente en el libro de texto, sobre todo el universitario.
– La dificultad de articular medidas adecuadas para controlar legalmente el fraude, dado el contexto en que se mueve la actividad reprográfica ilegal.

El tratamiento jurídico español del problema de la reprografía ilegal es bastante parecido al de otros países. El marco jurídico español sobre el que gira la legislación vigente se reduce básicamente a la Ley 22/1987, su reglamento, y la reciente Ley 20/1992 de modificación de la ley anterior, y sus líneas básicas son las siguientes:

– Se permite a los particulares realizar copias privadas para uso individual sin límite ni condición. Para paliar los efectos negativos, se establece un canon sobre los equipos como remuneración compensatoria a autores y editores, que oscila desde las 7.500 hasta las 37.000 pesetas.

Fundación Telefónica
Telefónica

– La copia lucrativa o colectiva se podrá realizar siempre que el servicio de copistería o institución haya obtenido la preceptiva licencia de la entidad propietaria de los derechos reprográficos, que en la mayoría de los casos está representada por el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO). En el caso de las copisterías, el coste de la licencia varía desde las 15.000 a las 60.000 pesetas por año, y en el caso de las instituciones, se establece mediante negociación individual.

FACTORES DEL ENTORNO

Como indicábamos al principio, el segundo tipo de factores que influyen en la demanda están constituidos por la oferta y las instituciones, en especial la Administración.
A su vez, la oferta de libros se estructura sobre dos agentes económicos: la edición y la distribución.
El planteamiento comercial de la actividad de edición juega un papel importante como mecanismo de activación de la demanda. Dicho planteamiento se fundamenta sobre el marketing-mix o combinación de producto, precio, promoción y distribución.
De entre estas variables comerciales, el precio puede considerarse esencial a la hora de explicar el comportamiento de un mercado. Por ello, parece conveniente analizar la evolución del precio de los libros y su influencia sobre la demanda.

VICTORIA MARTOS

Dos son los enfoques básicos para este análisis: la evolución del precio de las novedades y el comportamiento del precio medio del fondo vivo en venta.
En lo que se refiere a los precios de las novedades desde 1979, se observan dos periodos claramente diferenciados:

– El periodo 1979-1984, en el que los precios crecen a un ritmo del 10,9 por ciento anual en pesetas corrientes, aunque en términos reales, y debido a la elevada inflación, descienden un 2 por ciento. Es una época de crisis, pero con tiradas medias del orden de 8.400 ejemplares y una cierta pujanza en el comercio exterior.

Fundación Telefónica
Telefónica

– El periodo 1985-1991, en el que, si bien los aumentos de precios son muy irregulares -se alternan grandes subidas anuales con otras pequeñas-, en conjunto crecen a un ritmo muy superior, produciéndose una apreciación real anual del 4,1 por ciento, lo que representa una apreciación global del 27 por ciento en el total del periodo. Aunque es una época económica de relativa alza, la tirada media es de 5.800 ejemplares, con un sector exterior más débil.

El precio medio del fondo vivo en venta, como es lógico, es mucho más estable, puesto que el efecto de las subidas de las novedades se diluye en el conjunto de un fondo editorial de entre 280.000 y 400.000 títulos. En conjunto, la apreciación media en términos reales es del 1 por ciento, si bien cabe esperar, de continuar la tendencia de aumentos en las novedades, un crecimiento más rápido en el futuro.
No es posible calcular exactamente el impacto que las subidas de precios tienen sobre la demanda. Ahora bien, de aceptarse una elasticidad unitaria de la demanda, la cantidad demandada varía en la misma proporción que el precio, aun cuando el gasto total en libros permanece constante; esto significaría que los aumentos de precio condicionan una disminución significativa del número de ejemplares demandados, lo que podría ser un factor importante, junto con el crecimiento del número de novedades, a la hora de explicar la disminución de la tirada media.
Los aciertos de la actividad editorial en cuanto a selección de autores, buen diseño de los libros, optimización de costes y adecuada fijación de precios,no serán bastantes para hacer aumentar la demanda si no se consigue acercar el libro al comprador, terminando de tender el necesario puente autor-lector y, al mismo tiempo, suscitando en este último la demanda de libros. Esta es la labor de la distribución.
Hoy en día el sistema de distribución de libros en España se enfrenta a dos problemas básicos:

– El derivado de la distribución de una oferta viva del orden de los 280.000-400.000 títulos, dirigidos a distintos segmentos de mercado, que plantea extraordinarios retos logísticos e informativos al conjunto del sistema, y cuya solución sólo cabe buscarla en la esfera de la actual tecnología de la información.
– El infradesarrollo del sistema en casi todas las dimensiones que configuran su capacidad empresarial: procedimientos, tecnología, financiación, enfoque de negocio y despliegue territorial.

En el sector de la distribución, tanto en el nivel mayorista como en el minorista, se observa un proceso de concentración y de renovación de la gestión. Este proceso, que reviste formas muy diversas, se traduce en la desaparición de las pequeñas estructuras y de los negocios menos profesionalizados, y en la aparición de nuevos agentes y canales de distribución más ajustados a las necesidades de la demanda.
Este proceso puede tener un impacto muy favorable sobre la demanda, ya que la interdependencia oferta-demanda es muy fuerte en el sector del libro,tanto en términos económicos -por ejemplo, las economías de escala en las tiradas altas- como en términos comerciales.
Por último, consideraremos, como último factor perteneciente al entorno, el papel de la Administración en la demanda de libros.
El primer elemento a considerar en relación a la actuación del Estado sobre el libro es el reconocimiento del valor social y cultural de éste, que trasciende su mera valoración monetaria. En efecto, el libro tiene unas repercusiones no directamente económicas de formación, de

Fundación Telefónica
Telefónica

educación y de articulación social a través de la cultura. Al mismo tiempo, es absurdo ignorar su valor económico y laboral, avalado por las cifras del sector en cuanto a facturación, balance exterior y empleo.
Ambas facetas -cultural e industrial- justifican una acción fomento por parte de la Administración sobre el sector.
Puede considerarse que, llevadas hasta sus últimas consecuencias, toda clase de ayudas al libro redundarían en el aumento de la demanda. En cuanto a las que tendrían una acción más directa, y sin ánimo de exhaustividad, podrían citarse:

– La revalorización del libro a través de la enseñanza, de manera que el sistema educativo estimule el placer de la lectura, puesto que la lectura voluntaria es la única que permite desarrollar comportamientos y hábitos lectores permanentes.
– El desarrollo del sistema bibliotecario, puesto que las bibliotecas forman lectores, los cuales terminarán en gran parte por comprar libros, y en cualquier caso las propias bibliotecas, si alcanzan un número suficiente, constituirán parte significativa de la demanda.

– El acercamiento al público de la literatura, mediante ferias del libro, premios literarios, campañas de fomento de la lectura, espacios de promoción en los medios de comunicación, etc.
– Todo tipo de subvenciones, ayudas o reducciones fiscales encaminadas a hacer más asequible el precio de los libros, factor que, si bien en sí mismo no hace aumentar la demanda -una persona no lectora no comprará libros por muy baratos que estén-, sí puede constituir una barrera para un amplio porcentaje de lectores.
– Medidas legislativas, en concreto las que afectan a aspectos de propiedad intelectual.

Fundación Telefónica
Telefónica