

El mercado del sector editorial en Estados Unidos

Julio 2017

Este estudio ha sido realizado por
Adriana Navarro Gómez, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Miami



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

EL MERCADO DEL SECTOR EDITORIAL EN ESTADOS UNIDOS

El sector editorial en Estados Unidos ha sufrido una profunda reestructuración en los últimos años, impulsada por los cambios tecnológicos y las preferencias del consumidor. A pesar de mostrarse como una industria muy madura, existen segmentos en crecimiento y con oportunidades para el exportador español.

En los últimos cinco años, el sector ha obtenido un crecimiento negativo de 0,8%, si bien ha experimentado un aumento en valor del 1,1% de las ventas en 2016, obteniendo unos ingresos de 29 mil millones de dólares.

El grueso de las ventas procede de los libros impresos, cuyas ventas en valor han aumentado en el último año, frente a la caída de los libros digitales o *e-books*. Esto se debe tanto al encarecimiento de los *e-books* por el modelo de agencia –mediante el cual los editores fijan el precio de venta sin dar apenas margen a los minoristas–, como al fenómeno conocido como “fatiga digital”, que hace que los consumidores prefieran dedicar su tiempo de ocio a actividades que les mantengan alejados de ordenadores, tabletas u otros dispositivos móviles.

No obstante, el mayor impulso del sector editorial procede del crecimiento de los audiolibros. Cada vez son más los consumidores estadounidenses que se pasan a este formato, principalmente, porque les permite realizar distintas tareas a la vez.

Independientemente del formato, los libros de texto son los más libros infantiles y juveniles más vendidos en el mercado (31,6%), seguido de los técnicos y profesionales (27,5%) y los comerciales (24%). El aumento de la población en edad escolar o del K-12 y de los estudiantes universitarios explica el estímulo de las ventas en el segmento del libro de texto. Cabe hacer especial mención a los materiales de instrucción en español o en inglés como segunda lengua, cuya demanda ha aumentado con el crecimiento de la población hispana. Si bien las barreras de entradas técnicas y procedimentales son altas en el mercado de los libros de instrucción, existe cabida para el exportador español en lo referente a los libros complementarios para la etapa escolar o libros de texto de educación superior en español.

El propio segmento de los libros de texto sirve para ilustrar la reestructuración del sector editorial de Estados Unidos. Con la democratización de Internet y el encarecimiento de los contenidos digitales han aparecido los libros de *open source* y los mercados de segunda mano o de alquiler. Para hacer frente a ellos, se ha creado el “modelo de acceso inclusivo” (*inclusive-access model*), por el que se ofrece el libro en formato digital junto con otros materiales y recursos digitales adicionales, así como plataformas educativas interactivas, por una pequeña cuota por curso, que es muy inferior al precio de un libro de texto en papel (20-30 dólares frente a 100 dólares). De este modo, el editor prescinde del sector mayorista y minorista, llegando directamente al consumidor final.

El ejemplo de los libros de texto se replica en cualquier otro segmento. La cadena de valor del sector editorial comenzó a cambiar con la aparición de los *e-books* y la autoedición, que hizo que muchos competidores se consolidaran – a través de estrategias de integración vertical y horizontal– para abarcar todos los segmentos del mercado posibles. Por ejemplo, Penguin Random House ha surgido de la fusión del grupo Pearson PLC y del Grupo Bertelsmann, y opera en todas las categorías y con sellos propios para *e-books* (Loveswept, Hydra, etc), audiolibros (Book son Tape, Penguin Audio, etc) y libros en español (Alfaguara, DeBolsillo, Suma de Letras, etc...).

La consolidación del mercado y la alta competencia ha provocado la desaparición de pequeñas editoriales y de empresas del sector mayorista y minorista. Los canales de distribución mayorista y minorista también se han visto afectados con los cambios tecnológicos y las preferencias del

EL MERCADO DEL SECTOR EDITORIAL EN ESTADOS UNIDOS

consumidor. Los *e-tailers*, o distribuidores a través de internet, como Amazon, se sitúan como el canal favorito de compra de libros, físicos y digitales, de los estadounidenses, lo que ha afectado no solo a librerías, sino también a los mayoristas, que es el sector más perjudicado hasta el momento (*bypass mayorista*).

En conclusión, el sector editorial estadounidense está muy consolidado, con grandes competidores definidos. Pese a ello, existen oportunidades para el exportador español. El crecimiento del colectivo hispano, así como de la población del K-12 y estudiantes universitarios favorece la entrada de productos editoriales españoles en el mercado, así como la apuesta por categorías de producto en alza, como los libros infantiles o los libros religiosos, que son los que más crecimiento experimentan. Además, España es el segundo país exportador de libros en español, lo que avala la buena reputación de los productos editoriales españoles.

