

Título Fenómeno El libro en papel sigue dando pelea al libro digital

Tipo de Producto Divulgación

Autores Fuentes Cuiñas, Ana Alejandra

Código del Proyecto y Título del Proyecto

C16S12 - Fenómeno digital: hábitos de lectura en contexto electrónico vs. papel

Responsable del Proyecto

Fuentes Cuiñas, Ana Alejandra

Línea

Área Temática

Administración

Fecha

Octubre 2016

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

UADE 

Informe
Instituto de Ciencias Sociales – Fundación UADE
Investigación Lectura

El libro en papel sigue dando pelea al libro digital

- ¿Cuántas personas leen al menos un libro en el último año?
- ¿El formato digital es más elegido que el tradicional?
 - ¿Cuándo se utiliza cada uno?
 - ¿Cuál es el gasto semestral en cada formato?
- ¿Cuál es la ocasión más elegida para regalar libros?
- ¿Son los e-readers los dispositivos más utilizados para la lectura?
 - ¿Cómo se adquieren los libros electrónicos?
 - ¿Por qué no se leen más libros? ¿Y audiobooks?
 - ¿Cómo se lee el diario?

1. **Introducción**

El Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Proyectuales de Fundación UADE desarrolló una investigación con la finalidad de encontrar las características más relevantes del fenómeno digital acerca de los hábitos de lectura en contexto electrónico y tradicional.

Tal como sucedió con el mercado de la música, las nuevas tecnologías que han nacido de la mano de Internet empiezan a tener un impacto trascendente a la hora de cambiar las formas tradicionales de lectura, que no habían sufrido grandes cambios desde la invención de la imprenta, es decir en los últimos 450 años. De esta manera, la revolución tecnológica está dando paso en la actualidad a una nueva forma de lectura en el desarrollo del saber: La lectura electrónica (también conocida como *e-reading*, lectura digital o ciber-lectura).

Se estima que aproximadamente el 93% de la información que se produce a nivel mundial, está en formato electrónico. Pero los textos electrónicos presentan también nuevos retos, especialmente sobre la capacidad que tiene el individuo de comprender lo que lee. A pesar que el *e-reading* brinda la posibilidad de poder combinar texto, imagen y sonido, parece no haber penetrado en este formato el mercado.

De acuerdo a la Dirección Nacional de Industrias Culturales, las tasas de lectura en nuestro país son las más altas de Latinoamérica. El 85% de las personas se consideran lectores y leen en los siguientes formatos: diarios, libros, revistas y pantallas de PC.

El 73% de la población Argentina lee diarios. La lectura digital es un fenómeno considerable en los diarios, pero bastante menor respecto de los libros. No obstante, el formato libro electrónico es un fenómeno marginal: sólo un 7% lee en ambos formatos y apenas un 1% dice leer sólo libros electrónicos.

Por otro lado, de acuerdo al Sistema de Información Cultural de la Argentina, en 2014 la cantidad de libros impresos fue de 128.929.230, es decir, aproximadamente 3 libros por habitante. Del 2011 al 2014 la proporción de títulos editados en el formato libro tradicional paso del 84% al 81%. En el mismo periodo, el E-book creció del 16% al 19%. En cuanto a la distribución del mercado, las seis más grandes editoriales acumulan el 52% del mercado.

De acuerdo a la fuente mencionada anteriormente, es mayor la importación que la exportación de libros, no obstante a partir del año 2012, dicho déficit se reduce drásticamente debido a la aplicación de restricciones a las importaciones.

Asimismo según el Observatorio de Industrias Creativas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2015) hubo una reformulación del modelo de negocios editorial. Así, se ha pasado de un modelo tradicional basado en la explotación de catálogos editoriales (aunque muy importante todavía, especialmente para las firmas más consolidadas) a otro en el que se destacan: la producción de novedades, la rotación permanente de títulos y una disminución en la tirada promedio. Se observa que entre 1994 y el año 2002 la tirada promedio fue de 4.549 ejemplares, mientras que entre los años 2004 y 2013 fue de 3.504 ejemplares.

Por otro lado, este informe también revela que Buenos Aires es la ciudad con mayor número de librerías en el mundo (25 comercios cada 100.000 habitantes), seguida por Hong Kong, Madrid y Shanghái.

En cuanto a la impresión por provincia, siguiendo lo expuesto por Sistema de Información Cultural de la Argentina, se evidencia una concentración en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (85%), seguida por Provincia de Buenos Aires (12%) y en tercera instancia por Córdoba (1%).

Existen autores que presentan argumentos y propuestas que sustentan la idea de que es posible, viable y necesaria, la coexistencia de los textos impresos y los electrónicos. En este sentido, se puede plantear que el ebook es un complemento de los libros tradicionales.

¿Puede el libro tradicional seguir sosteniendo la batalla del mundo digital, cuyo modelo de negocio parece configurarse con un costo menor para el usuario? ¿Cómo conviven los dos formatos en este contexto?

De acuerdo a la Alliance Internationale des Éditeurs Indépendants, en el mercado Francés el esquema de costos para un libro papel es aproximadamente el siguiente: el canal toma entre el 33% al 40%, la publicidad entre el 10% y el 12% y la distribución 7% a 8%. Es decir, alrededor del 55% se destina al área de comercialización. La producción lleva un porcentaje entre el 12% y el 20%, el autor entre el 6% y el 12% y el resto es margen de explotación. Con esto, el editor deberá pagar sus gastos de estructura (alquiler, depósito, materiales, luz, teléfono, etc.) y de personal; el resto corresponderá a su beneficio.

De la misma fuente, respecto al libro digital, el mismo puede comercializarse a través de plataformas de distribución muy diferentes. Las tasas son muy variables, dependiendo de si el editor posee una relación directa con la tienda o si pasa por un mayorista digital (por ejemplo

Amazon), de las dimensiones de la editorial, de los formatos, de los países donde la obra se venderá, etc. De esta manera, vemos una gran disparidad entre los editores, pues el descuento puede pasar de 28% a 55% según el tamaño. Se cree que lo digital debería costar menos, pero los costos de comercialización pueden acercarse bastante a los del libro papel, algo que no es ajeno al hecho de que los grandes distribuidores mantienen una posición dominante.

A continuación se detallan los principales resultados de la investigación.

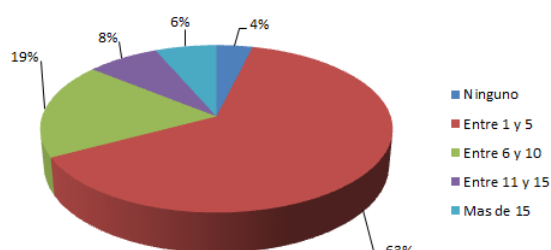
2. Principales Resultados Cuantitativos

- El 89% de las personas asegura haber leído un libro en el último año.
- En el formato de lectura se evidencia una fuerte coexistencia del libro digital y el tradicional.
- El 63% leyó entre 1 y 5 libros en formato papel mientras que solo un 37% lo hizo en formato digital
- El 75% de los encuestados manifiestan no comprar libros en formato digital.
- Los cumpleaños son la ocasión más elegida para regalar libros, especialmente por los rangos etarios de mayor edad.
- El Smartphone, y no el e-reader, es el dispositivo más utilizado para la lectura.
- Se evidencia una gran tendencia a descargar los libros en lugar de comprarlos en sus respectivas tiendas virtuales.
- El principal motivo por el cual los encuestados no leen más libros es porque no disponen del tiempo suficiente y por preferir actividades físicas.
- Gastronomía e investigación periodística se prefiere el formato digital. En textos universitarios se prefiere el formato dual.
- El segmento más joven prefieren leer el diario online en un 58%.
- El 60% conoce los audiobooks pero no los utiliza.

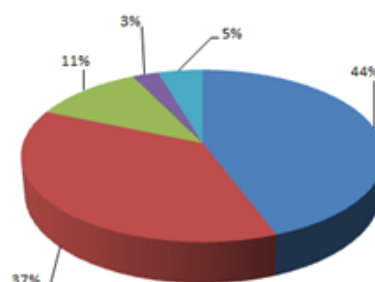
Nivel de lectura tradicional y digital

El 89% manifiesta haber leído al menos un libro en el último año. De los encuestados, la mayoría (el 63%) asegura haber leído entre 1 y 5 libros en formato tradicional mientras que en formato digital el porcentaje desciende al 37%. Por otra parte, es llamativo que el 44% de los encuestados aseguran no haber leído un libro digital en el último año en relación al 4% que afirma no haber leído un libro en formato tradicional.

Formato Tradicional

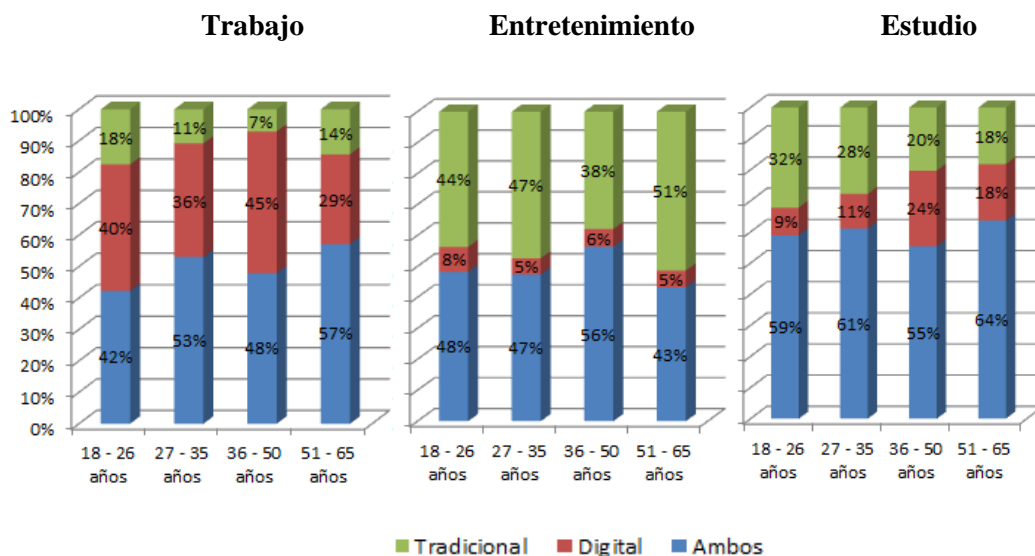


Formato Digital



Formato de lectura según razones de lectura

Bajo los tres motivos se evidencia un contexto de lectura en ambos formatos. No obstante, cuando el motivo de lectura es laboral, el que tiene preminencia es el digital mientras que para entretenimiento sigue siendo el tradicional.



Formato de lectura según temática y nivel educativo

Lo más leído en Formato Tradicional:

- Novelas (53%), considerando el nivel educativo, el segmento que tiene Posgrado completo es el que más lee en este formato (60%)
- Textos Universitarios (38%).
- Cuentos /Poesías (29%), el segmento que más lee en este formato es el de Universitario completo (30%)
- Biografías / Investigación Periodística (26%), los que más leen en este formato son los de Posgrado completo (36%).

Lo más leído en Formato Digital:

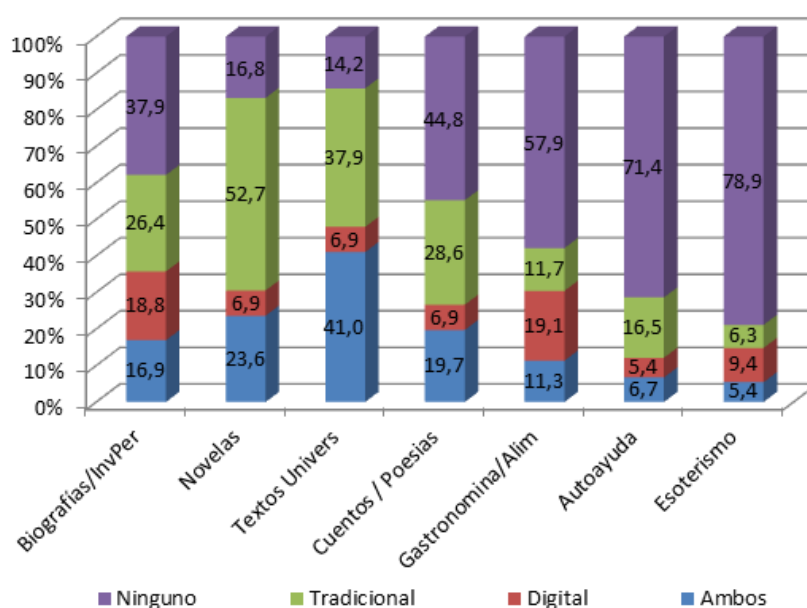
- Biografías / Investigación Periodística (19%) y el segmento que tiene Secundario completo es el que más lee en este formato (22%)
- Gastronomía / Alimentación (19%) y el segmento que más lee en este formato es el de Terciario completo (22%)

Lo más leído en Ambos Formatos:

- Textos Universitarios (41%) y el segmento que más lee en este formato es el de Posgrado completo (55%)
- Novelas (24%) y el segmento que tiene Universitario completo es el que más lee en este formato (28%)

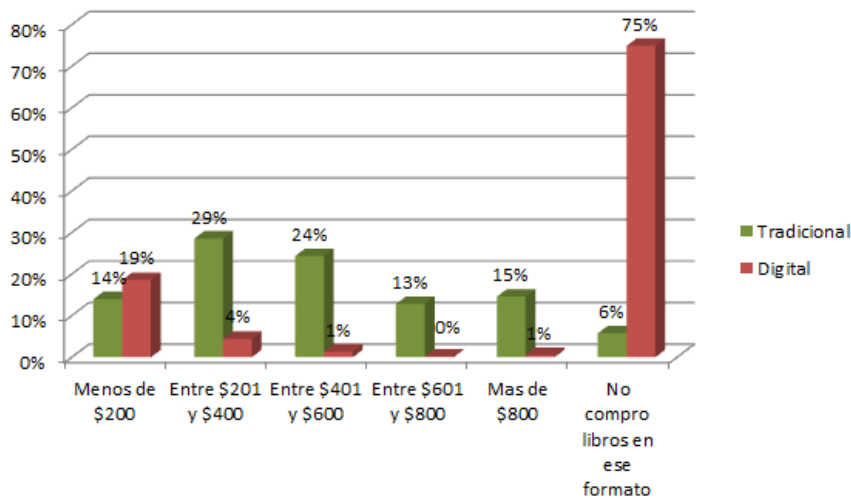
Lo menos leído en cualquiera de los formatos:

- Esoterismo: 79%
- Autoayuda: 71%



Gasto Semestral

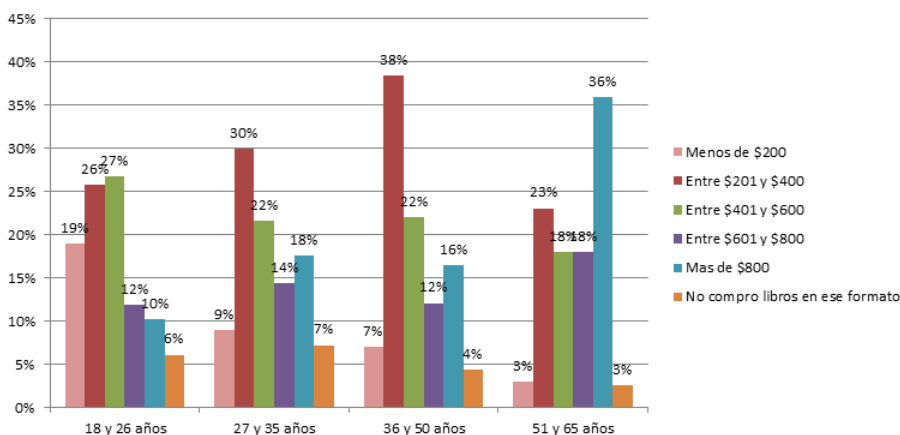
Puede observarse que el 75% de los encuestados manifiestan no comprar libros en formato digital. En el segmento de gasto menor a \$200 puede observarse la mayor paridad entre ambos formatos.



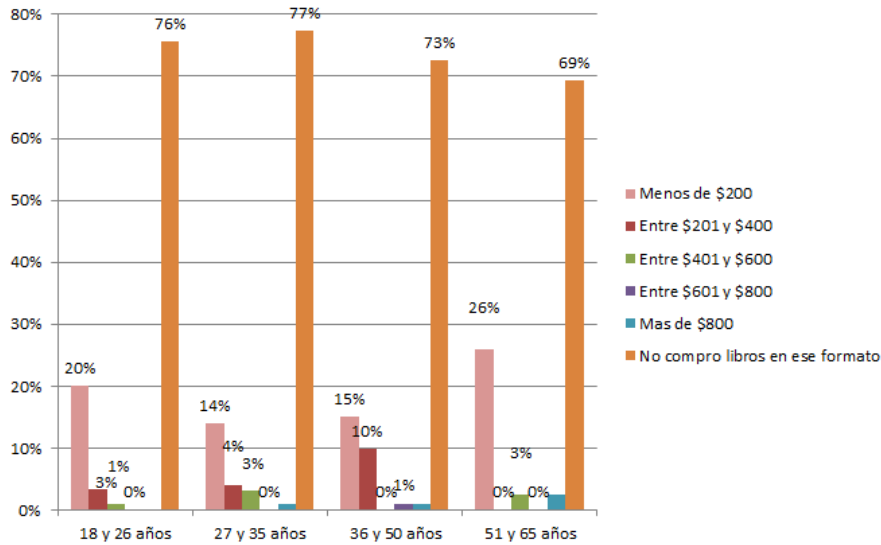
Desagregación de gasto semestral por edad

Habida cuenta que el libro digital es de precio relativo menor al libro tradicional, se observa una aún más marcada diferencia entre el nivel de gasto en ambos formatos. Se observa una correlación significativa y positiva entre el nivel de gasto y la edad de los encuestados en ambos formatos. Para el libro en papel el gasto menor a \$ 200 disminuye a medida que aumenta la edad y por otro lado el gasto mayor a \$ 800 aumenta a mayor edad. Asimismo, el mayor nivel de gasto consultado (\$800) alcanza su máximo en el segmento de mayor edad y su mínimo en el de menor edad. En formato digital la opción más elegida es la no compra de este tipo de producto, con cifras promedio de 75%. Le sigue la opción de comprar por valores menores a los \$200. Es decir, no se gasta o se gasta poco aún en este formato.

Formato tradicional

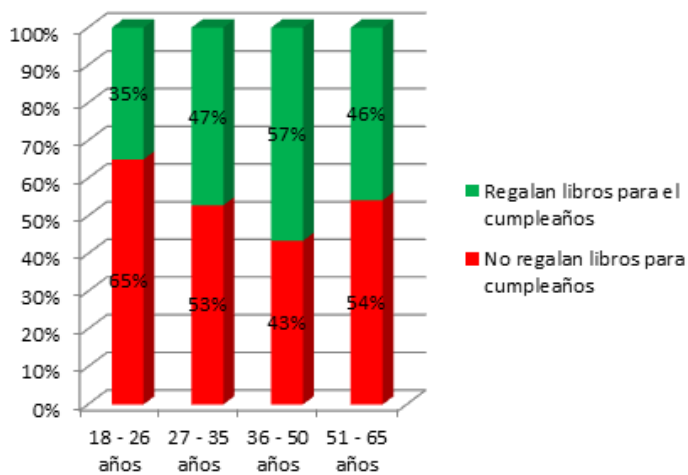


Formato digital



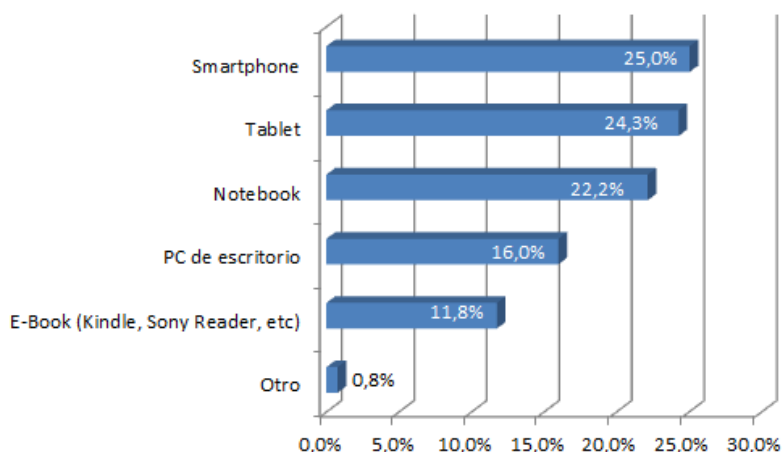
Ocasión de regalo

En cuanto a las ocasiones de regalo de libros, la ocasión más elegida fue por cumpleaños (no así Navidad, día del niño y otras fechas comerciales, que fueron consultadas con resultados marginales). Las personas de mayor edad son las que más regalan en esta ocasión.



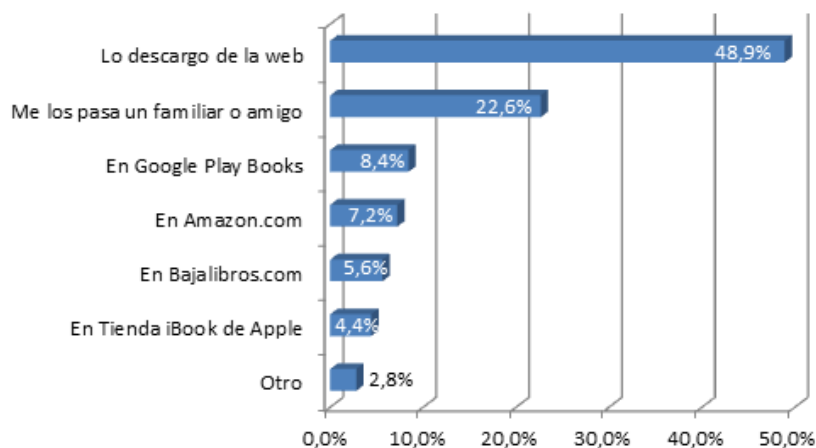
Lectura en dispositivos electrónicos

Los resultados arrojaron que, a la hora de leer libros en formato electrónico, el dispositivo más utilizado es el Smartphone sobre otras posibilidades. Es especialmente notorio que el E-book, dispositivo diseñado para esta tipología de libros, haya quedado en los últimos puestos. Por otro lado, tampoco parece haber capilarizado en los estratos etarios de mayor edad: otro resultado llamativo es que solo una persona de más de 50 años aseveró utilizar el Smartphone como medio de lectura de un libro digital.



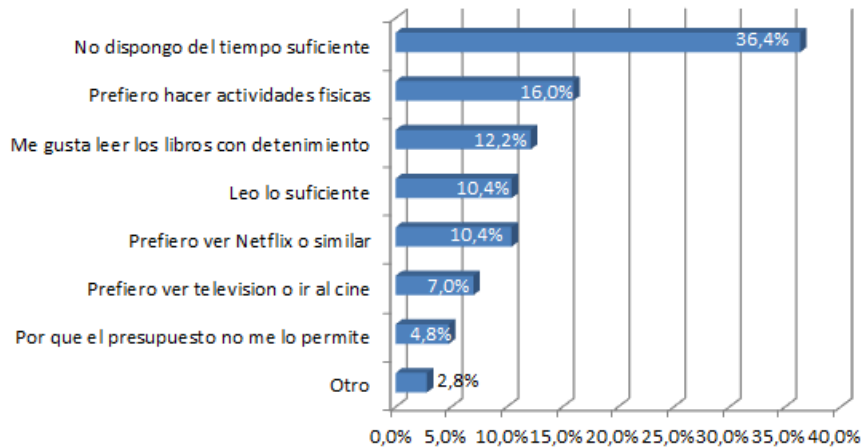
Adquisición de libros electrónicos

A la hora de obtener el contenido la mayoría de los encuestados prefieren descargarlo de la web por sobre tiendas virtuales como Google Play Books, Amazon, Bajalibros y iBook Store.



Motivos por los cuales no lee una mayor cantidad de libros

Los encuestados respondieron a través de una pregunta de múltiple respuesta. El principal motivo mencionado es la falta de tiempo, seguido por la preferencia por las actividades físicas (como hacer ejercicio o cocinar) y en tercer lugar, la preferencia de la lectura realizada con detenimiento.

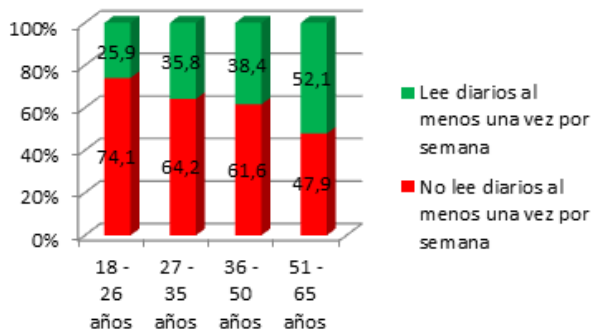


Lectura de Diarios

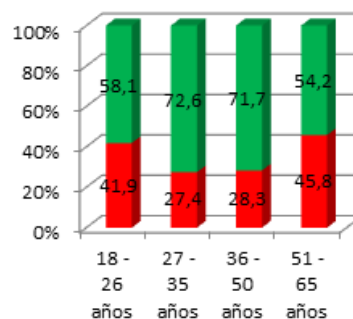
La lectura en diarios impresos al menos una vez por semana varía del 26 al 52% según la edad, se observa mayor propensión a este formato a medida que aumenta la edad del lector.

En cambio la lectura de diarios on line varía del 54 al 73% según la edad. El segmento más joven llega a casi el 60% de lectura y los segmentos de 27 a 35 y de 36 a 50 años son los que más leen en este formato: 73 y 72% respectivamente.

Diarios impresos



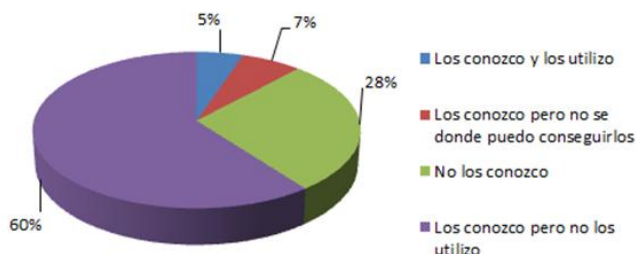
Diarios online



Audiobooks

Respecto a este formato de libros, el 60% de los encuestados manifiesta conocerlos pero no utilizarlos. Solamente el 5% de los encuestados asegura utilizarlos. Por otro lado, el 28% no los conoce y el 7% no puede conseguirlos.

De acuerdo a la nota del diario La Nación sección Ideas del 04-09-16, los audiolibros están más ligados a personas de más de 30 o 40 años que tienen poder adquisitivo y poco tiempo, así como a personas con disminución visual (<http://www.lanacion.com.ar/1933731-audiolibros-literatura-para-escuchar>).



Ficha técnica de la recolección de datos

Trabajo de Campo: Noviembre de 2015 - Marzo de 2016

Sistema de Consulta:

- a. Técnica de Relevamiento
Entrevistas en profundidad – Noviembre de 2015 – Enero de 2016
Formularios de encuesta auto-administrada – Febrero y Marzo de 2016
- b. Instrumento de Recolección cuantitativo
Formularios de encuesta con preguntas cerradas y abiertas, dicotómicas y escalas actitudinales.
Escala de Flow suministrada por Dra. Mesurado

Diseño Muestral:

- a. Población Objetivo
Hombres y mujeres entre 18 y 65 años, residentes en CABA.
- b. Tamaño de la muestra
585 casos válidos.
- c. Tipo de Muestreo
Muestreo no probabilístico por bola de nieve.

Septiembre de 2016