

[Informe sobre Edición]

[Papel y Digital]

[Enero 2019]

Emanuel Molina / Carlos Gazzera / Ingrid Salinas

INTRODUCCIÓN

En el último Informe sobre la Edición de libros en Eduvim, se propuso un análisis comparativo 2014-2017, abarcando de este último año, sólo el 1º cuatrimestre ([ver](#)). Se propone aquí un nuevo balance pero que complete el ciclo incompleto 2017 y cierre el 2018.

De algún modo, los años 2016 y 2018 han sido para todo el ecosistema del libro argentino, dos años signados por la caída de las ventas en el sector de librerías, la pérdida abrupta de ejemplares impresos y el retraimiento de la oferta de nuevos títulos en el mercado interno de origen nacional gracias al impacto de las importaciones, especialmente desde España.

A todo lo anterior, se le debe agregar el fuerte incremento de los costos de producción del libro físico. Por un lado, el precio del papel, colas, lacas y las tintas (que están todas afectadas por la variación del dólar norteamericano) y las fuertes subas de tarifas que deben afrontar las imprentas: luz (2673%), agua (1250%) y gas (2037%) ([Ver](#)). A esto los impuestos nacionales, provinciales y tasas municipales. Si bien es cierto que las imprentas PyMEs han resignado ganancias, los costos de impuestos y servicios se han trasladado al producto, haciendo que los libros tengan incrementos muy notables.

Quien lo desee, puede ampliar estos conceptos escrutando los *Informes* de la Cámara del Libro (CAL) (consultar [aquí](#)) y las sucesivas ediciones de *Libro Blanco de la Industria Editorial Argentina* que desde el 2016 edita año tras año la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP) ([ver](#)). En ambos casos, queda claro que el 2017 fue un año levemente mejor para el sector, pero la caída sostenida desde diciembre de 2015 a la fecha acumula números muy preocupantes.

Nuestro sello no estuvo exento de la crisis y los retrocesos producidos impactan por diversas vías en el Grupo Editorial Eduvim. A continuación se podrá apreciar de qué modo esta crisis viene impactando en el área de Edición y pondremos a disposición del lector algunos datos que forman parte de nuestras estrategias para hacerle frente a la crisis.

EDICIÓN

En 2018 una estrategia importante del sello fue, en coordinación con el área comercial, priorizar el relanzamiento de títulos que tenían una tracción en ventas muy significativas y así, en consecuencia, volver al lector con títulos que se demandan por encima de las novedades. En consecuencia, éstas, se redujeron en relación con las de años anteriores. Como queda claro en la tabla que sigue, las reimpressiones incluso, demandaron más ejemplares en promedio que el requerido para el de novedades.

Conceptos 2018		Total		Promedio ej. Por título
Novedades	Traducciones	5	31	275 ej.
	Ilustrados / Lij	3		
Reimpresiones		17		326 ej.
Reediciones				
Totales		48		293 ej.

Tabla 1: Edición 2018 en cifras

Eduvim cumplió en 2018 su décimo aniversario y alcanzó antes de terminar sus celebraciones la cantidad de 404 (cuatrocientos cuatro) títulos publicados, lo que casi arroja un promedio de 40 (cuarenta) novedades al año. Y como se ha insistido, la principal fortaleza de este catálogo de más de 400 (cuatrocientos) títulos y algo más de 350 (trescientos cincuenta) títulos vivos, es su “bibliodiversidad”. Una bibliodiversidad que se sustenta en colecciones enfocadas en todas las variables de públicos lectores posibles: académicos, manuales de cátedra, libros de ficción y no ficción, ensayo y traducciones para un público especializado, para el profesional egresado y también, infantiles, comics y novelas gráficas ilustradas.

En la tabla que sigue, se completa con los datos de 2018 el último lustro de publicaciones de Eduvim (2014-2018).

LIBROS PUBLICADOS						
CONCEPTOS	2014	2015	2016	2017	2018	TOTALES
Novedades	37	48	38	42	31	196
Reimpresiones	7	6	11	10	17	46
Reediciones	-	2	1	-	-	3
Promedio ej. por título¹	310	340	323	438	275	337
Traducciones	3	3	4	3	5	18

Tabla 2: **Eduvim** en cifras. Edición 2014-2017

El lector puede ver que el plan de ediciones parte de una previsibilidad que más allá de la crisis le ha permitido al sello mantener un ritmo de edición a una velocidad constante 39,2 novedades de promedio en 5 (cinco) años. El promedio de ejemplares por título se ha mantenido, también, en el último lustro en un ritmo constante: 337 ejemplares de promedio por título².

¹ Se contabiliza aquí como promedio solo las “novedades”.

² Promedio por ejemplares puede ser algo engañoso si no se advierte, por ejemplo que en algunos títulos destinados a escuelas o kioscos la tirada suele ser mayor a los 1.000 (mil) ejemplares por unidad y en otros casos, en autores de ficción escasamente la tirada supera los 500 (quinientos) ejemplares. En los libros de no-ficción es donde se suele mezclar títulos como *La revolución de las mujeres no era solo una píldora* de Luciana Peker con una tirada de algo más de 4.000 (cuatro mil) ejemplares en tres años y un libros como *¿Por qué Brasil, Qué Brasil?* de Mario Cámara y Roxana Patiño con una tirada de menos de cincuenta (50) ejemplares solo para cubrir las necesidades de *eCommerce* y de la red propia de **Librerías Universitarias**, pensado estrictamente para ser vendido por el sistema POD.

Visto lo del ritmo “constante” de edición y la cuestión de las tiradas por novedades, toca ahora explicar que el catálogo está hoy organizado en **Colecciones** que a su vez contienen **Series** donde se mejora el perfil de catalogación de los contenidos, expresando mejor el perfil de lectores para cada colección o serie. Las colecciones y series “activas” se muestran en la siguiente tabla:

ORGANIZACIÓN DEL CATÁLOGO	
COLECCIONES	SERIES
POLIEDROS	Zona de la Crítica
	Diálogos entre Argentina e Italia
	Historia Comparada de la Literatura Argentina y Brasileña
CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN	
DOBLE FILO	
EDUVIM ILUSTRADOS	Novela Gráfica
	Cómics / Ficción Ilustrada
	Literatura Infantil y Juvenil
EDUVIM LITERATURAS	Serie General
	Latinoamericanos
ENTRECULTURAS	
ESPECIALES	Serie General
	Obras Completas de José Hernández
LA GRAN POESÍA	
JQKA	Crítica Literaria
	Culturales
	Educación
	Hispanamérica (coediciones)

Literaria
Serie Mundo
Científicas, Técnicas y Médica (STM)
LENGUA VIVA
MANUALES DE CÁTEDRA
NARRADORAS ARGENTINAS
PRIMEROS PASOS
PINTÓ LEER
TIPO

Tabla 3: Colecciones y Series activas 2014-2018

En 2018 se trabajó también en el lanzamiento de una nueva colección, **Doble Filo** dedicada a la difusión de autores fundamentales del pensamiento filosófico occidental, cuyas obras han sido escasamente difundidas, y con traducciones originales (algunos títulos no estaban traducidos al español y otras contaban con traducciones del siglo XIX o XX hechas en español peninsular). Los dos primeros tomos se distribuyeron a finales de 2018.



Por otro lado, se impulsó un rediseño a la colección de **Eduvim Literaturas** para la Serie General. El cambio modernizó la colección en su totalidad.



Ilustración 0-1: Nuevo diseño

En 2019 se lanzarán nuevos títulos de la colección **JQKA** con un rediseño total, de interiores y de su estilo, tan radical como el que se visualiza más arriba con **Eduvim Literaturas**.

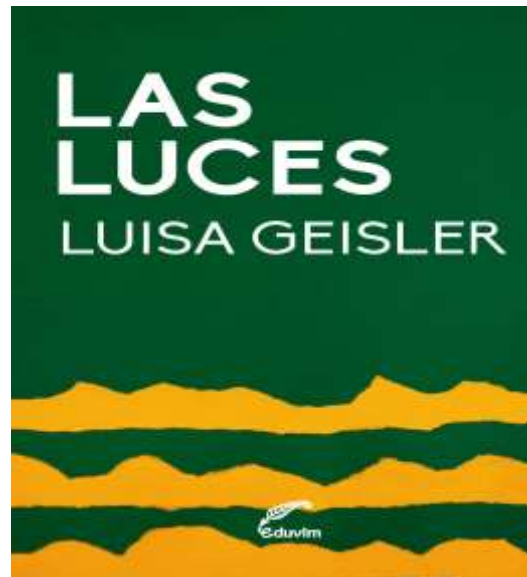


Ilustración 2: Nuevo diseño

Para el 2019 también se presentará la versión de la Serie Latinoamericana de **Eduvim Literaturas**. Más abajo las tapas de los dos primeros títulos de la Serie.

Como observación general vale la pena señalar que todas estas acciones de mejoras que parten de pensar los contenidos y las respectivas estrategias de diseño llevan en algunos casos varios años de estudio. Un catálogo es un componente “vivo”, siempre

está envejeciendo y renovándose, va buscando y encontrando su sintonía con el “ecosistema” con el que debe complementarse. El diseño, los títulos, los formatos, están en diálogo con catálogos de otros sellos, no sólo de la Argentina, sino que también dialogan con aquellos formatos, diseños de mercados a los cuales se piensa llegar.



EDICIÓN DIGITAL

En unos meses más, ofreceremos un informe más detallado de la evolución de la evolución en el área de Edición digital. Ofrecemos aquí, a modo de anticipo, algunos datos.

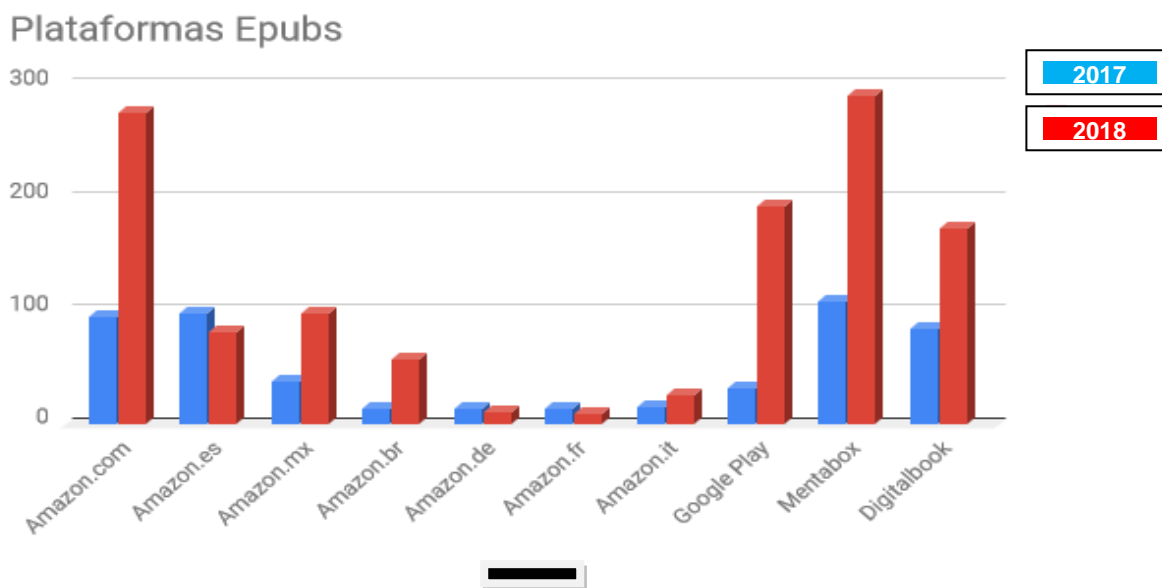


Gráfico 1: Descargas comparativo 2017-2018

Arriba, el gráfico muestra la evolución de las descargas pagas en **Amazon**, **Google Play**, **Mentabox** y **DigitalBooks**, todas plataformas en las cuales **Eduvim** vende libros por *retail* en formatos ePubs. Quedan aquí descartadas las plataformas que venden libros en formato PDF y las plataformas que proveen servicios a bibliotecas³.

En el gráfico anterior, por ejemplo, llama la atención cómo en Amazon.es (España) los libros digitales de **Eduvim** es uno de los pocos casos, junto a **Amazon.fr** (Francia) y **Amazon.de** (Alemania) donde el 2018 está por debajo al 2017. En todos los otros casos de **Amazon** o en plataformas menos relevantes, las descargas se incrementaron. Y en algunos casos, de modo notable. En 2017 se descargaron en

³ Vale la pena señalar que las plataformas por las cuales **Eduvim** llega a las bibliotecas digitales con sus libros digitales (ePub) o PDF lo hace a través de paquetes, donde las plataformas pagan por la totalidad de los libros del catálogo y no brindan información específica sobre qué libros se leen en línea, se consultan o prestan. El canon anual se calcula sobre el número de obras que el sello le aporta a la plataforma. La plataforma liquida sin importar mucho cuántos libros de la editorial se consultan, leen o prestan en tales o cuales bibliotecas a las que la plataforma les vende sus servicios.

estas plataformas quinientos nueve (509) ejemplares, en 2018 mil doscientas dieciséis (1.216): un aumento del 138% (ciento treinta y ocho por ciento).

PRINT ON DEMAND

Desde 2016, el área de ventas en papel a través del sistema *Print On Demand* servicio que **Eduvim** tiene para el *retail* a través de **Amazon** y para Librerías y Bibliotecas de Europa a través de **Arnoia** (empresa española con capacidad de atención en toda la UE), está bajo el área de Edición Digital. Se planea en 2019 transferir el seguimiento, la promoción y control de ventas B2C (ventas directas al consumidor) al área a *eCommerce*⁴, el área de ventas directas de **Eduvim** que hoy controla y ejecuta todo lo que se vende desde www.eduvim.com.ar

A continuación compartimos ventas de enero a noviembre de 2016-2018. No hay un solo mes de 2018 donde las ventas POD hayan estado más bajas que los dos (2) años anteriores. Todo un gran logro, no sólo por lo que significa financieramente el ingreso de divisas, sino la importancia que tiene que los libros del catálogo lleguen a públicos de otros países.

Ventas en POD

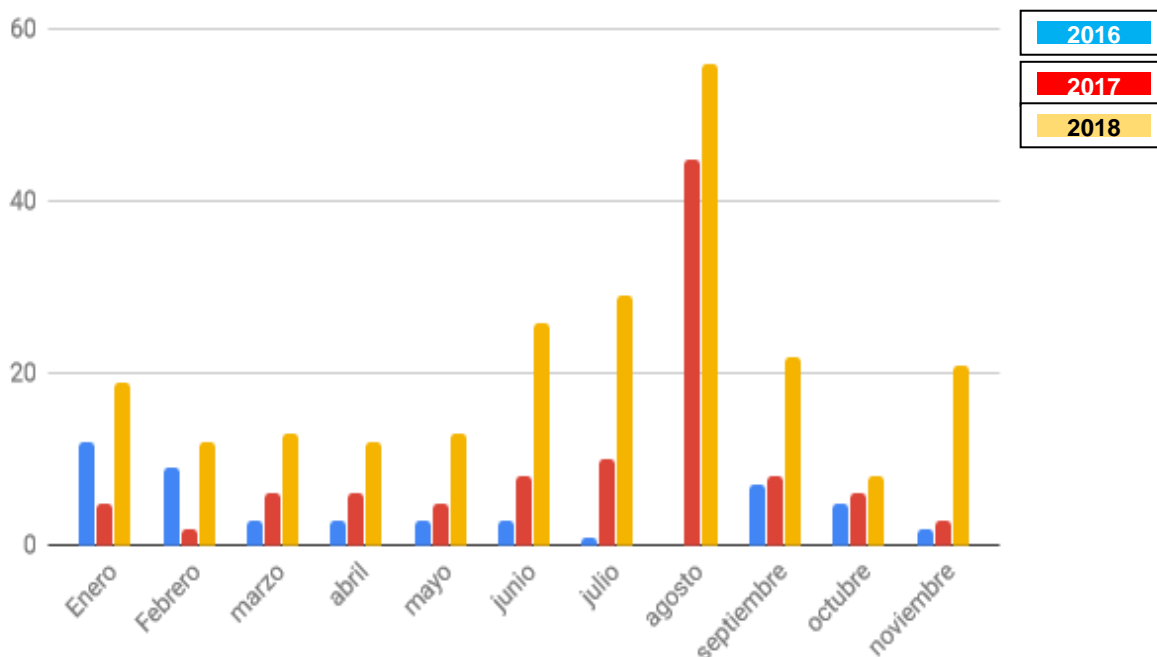


Gráfico 2: Ventas POD 2016-2017-2018 (Fuera de Argentina)

⁴ El lector cuenta también en nuestra sección con un informe de Gestión Abierta sobre la experiencia que comenzamos a profundizar en *eCommerce*. Puede leer ese informe ([aquí](#))

En la tabla que sigue, estamos poniendo en comparación las ventas de libros físicos anualizados, comparando 2017 y 2018. De esta tabla se desprenden varios índices positivos en los cuales hay que detenerse para poder interpretar lo que indican.

El primer indicador es que en libros físicos el sello vendió un 11% (once por ciento) más en el último año. Los logros se deben a implementaciones mucho más agresivas en el marketing de algunos títulos, y, sobre todo, en las mejoras que realizó nuestra Distribuidora **Tramas. Distribuidora de libros** en todo el país.

	2017	2018	Variación %
Físicos	9.304	10.304	11%
POD	115	231	50,2%
EPUBS	509	1.216	238,8%
Significación %	1,23%	2,24%	82,11%
	5,47%	11,8%	115,7%

Tabla 4: Comparativo ventas 2017-2018

El segundo indicador es lo que representaban en relación al libro físico, las ventas en POD y las descargas en ePub. En 2017, las ventas en POD representaron el 1,23% (uno por ciento). Mientras que las descargas el 5,47% (cinco y medio por ciento). En 2018, estos números arrojan: para el POD 2,24% (un uno por ciento más que el del año anterior). Y para ePub un 11,8% (casi un 6% más).

Medidos entre sí, el POD creció en 2018 un 50,2% (apenas algo más de un cincuenta por ciento) y el ePub un 238,8% (un crecimiento casi exponencial).

CONCLUSIÓN

En una crisis tan aguda para el sector del libro en la Argentina, es claro que **Eduvim** ha conseguido minimizar el impacto dañino de la implementación de las políticas neoliberales impuestas en este país desde diciembre de 2015. Algunos aspectos fueron previstos y las medidas contra-cíclicas funcionaron: (a) mantener un nivel de publicaciones constante en la edición de novedades. (b) fijar una estrategia específica para cada área del catálogo buscando imprimir la cantidad apropiada de cada título, insistiendo en la “reimpresión” para fortalecer los títulos con mayor salida. (c) Repensar las colecciones y series, dándole a cada una de ellas un perfil cada vez más centrado en el “lector modelo” de la colección o serie. (d) duplicar los esfuerzos comunicativos y de prensa, pero profundizar el MKT inteligente para fortalecer la marca y posicionar a cada libro en su justa porción de mercado. (e) optimizar las buenas prácticas, poniendo especial énfasis en la calidad de los procesos. (f) apostar, siempre, a la profesionalización de cada uno de los procesos, dividiendo las tareas por marcas, enfocando el equipo de trabajo en las buenas prácticas por procesos.

Otros objetivos no pudieron alcanzarse: el comercio exterior aún no es una fuente de ingresos como se esperaba. En el sector del libro, la macroeconomía impacta al igual que en otros rubros (o quizás peor): el arancelamiento, la pérdida de competitividad y el avance de la tecnología que permite otros modelos de negocios antes que la exportación de libros físicos. Además, es muy complejo sostener un catálogo que pueda contener títulos de interés local con el interés internacional.

El retiro del Estado Nacional (uno de los principales compradores de libros a través de la CONABIP y sus Ministerios de Cultura y de Educación) ha ocasionado una pérdida de mercado interno muy amplia, obligando a los editores nacionales a repensar sus planes de edición, reducir sus tiradas y calcular mucho más los esfuerzos de lanzamientos.

En lo que respecta a la edición digital, queda claro que **Eduvim** cuya estrategia es 1 a 1 (es decir, lanzamientos en libros físicos y libros digitales), sus ventas aún no significan una monetización importante para el sello. Y pese a tener un catálogo muy bien seleccionado en las plataformas más importantes de ventas por minorista, las descargas no representan un número que pudiera indicar un camino de suplantación en el corto o mediano plazo. Los recursos se consiguen de las ventas en libros físicos. Por ello, la venta por demanda (POD) representa una de las principales apuestas al corto plazo. Continuar con la venta directa directamente al consumidor B2C a través de nuestro *eCommerce* parece constituir una de los caminos a reforzar en 2019 y 2020.