

Dimensión económica y cultural del mercado del libro en España (1995-2019)

Economic and cultural dimensions of the book market in Spain (1995-2019)

Marta Magadán-Díaz; Jesús I. Rivas-García

Cómo citar este artículo:

Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I. (2021). "Dimensión económica y cultural del mercado del libro en España (1995-2019)". *Profesional de la información*, v. 30, n. 2, e300222.
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.22>

Artículo recibido el 20-10-2020
Aceptación definitiva: 11-11-2020



Marta Magadán-Díaz ✉
<https://orcid.org/0000-0003-3178-3215>

Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Empresa y Comunicación
Av. de la Paz, 137
26006 Logroño, España
marta.magadan@unir.net



Jesús I. Rivas-García
<https://orcid.org/0000-0003-0576-5961>

Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Empresa y Comunicación
Av. de la Paz, 137
26006 Logroño, España
jesus.rivas@unir.net

Resumen

Se ofrece una visión del mercado de la edición de libros en España para el período 1995-2019. En primer lugar se analiza la estructura del sector editorial; en segundo lugar, el mercado del libro (oferta y demanda) así como su naturaleza dual; en tercer lugar, se propone un modelo explicativo de la demanda de libros; y finalmente, a través del uso de la econometría se analizan los factores que determinan la evolución de la demanda de libros en los últimos 25 años. Se utilizaron los datos proporcionados por el *Ministerio de Cultura*, la *Federación de Gremios de Editores de España* y el *Instituto Nacional de Estadística*. Se concluye que: a) la estimación del modelo integrador es el que mejor explica el comportamiento de la demanda de libros en España; b) cada variable se comporta como se espera que lo haga, incluidas las variables culturales; c) para el modelo económico de la demanda de libros en España, los libros son bienes suntuarios (de lujo), mientras que para el modelo integrador son bienes necesarios (de primera necesidad); d) existe una relación positiva entre la demanda de libros y la población que técnicamente puede leer y, e) hay una relación positiva entre la demanda de libros y los títulos nuevos publicados anualmente. Se constata que la demanda de libros en España depende no sólo de variables económicas sino también culturales.

Palabras clave

Libro; Industria editorial; Estructura de mercado; Oferta de libros; Demanda de libros; Industrias culturales; España.

Abstract

A vision of the book publishing market in Spain during the period 1995-2019 is offered. To do this, firstly, the structure of the publishing sector is analyzed; secondly, the book market (supply and demand), as well as its dual nature, are studied; thirdly, an explanatory model of demand for books is proposed; finally, through the use of econometrics, the factors that determine the evolution of demand for books over the last 25 years are analyzed. To achieve this, data provided by the *Ministry of Culture*, *Federation of Publishers Guilds of Spain*, and *National Institute of Statistics* were used. Based on the analysis carried out, it can be concluded that: (a) the estimation based on an integrating model, combining both the economic and cultural perspectives, best explains the behavior of the demand for books in Spain; (b) each variable behaves as expected, including variables of a cultural nature; (c) according to the economic model of the demand for books in Spain, books are luxury goods, while according to the integrated model, they are essential goods; (d) there is a positive relationship between the demand for books and the population that can technically read; (e) there is a positive relationship between the demand for books and new titles published annually. In short, the demand for books in Spain depends on not only economic but also cultural variables.

Keywords

Book; Publishing industry; Market structure; Book supply; Book demand; Cultural industry; Spain.

1. Introducción

La industria editorial española es una de las más potentes de Europa y una de las de mayor proyección internacional (**Magadán-Díaz; Rivas-García, 2019a**). España se mantiene como una de las principales potencias editoriales, situándose en cuarto lugar en producción, por detrás de Estados Unidos, Reino Unido y Alemania. En 2019, entre las 56 editoriales de mayor relevancia mundial en términos de facturación, se encontraban dos grupos españoles: *Planeta* (puesto 24) y *Santillana* (puesto 29) (**Wischenbart; Fleischhacker, 2020**).

El sector editorial español tiene un importante peso dentro de las denominadas industrias culturales (**Bedate-Centeno; Sanz-Lara; Durántez-Vallejo, 2017**), debido al volumen de negocio que genera dentro y fuera del país, al número de empleos y su contribución al PIB, entre otros factores (**Magadán-Díaz; Rivas-García, 2020a**).

El sector editorial español ha aportado de media en los últimos 25 años el 1,32% al PIB: un peso nada desdeñable para un sector vinculado a las actividades culturales y entre las que mantiene su liderazgo (**Magadán-Díaz; Rivas-García, 2020a**). Sin embargo, la tendencia de su aportación al PIB es descendente, como resultado de los efectos de la contracción de la demanda que fuerzan una reducción de las tiradas por título publicado y el incremento de la mortalidad empresarial, efectos derivados tanto de la Gran Recesión de 2008 como de la transición digital (**Magadán-Díaz; Rivas-García, 2020b**).

La industria editorial, al igual que otras industrias creativas, está experimentando un proceso relevante de cambio tecnológico: el paso del soporte papel al digital (**Kübler; Seifert; Kandziara, 2020**), con la transición y convivencia entre ambos (**Magadán-Díaz, 2017**). La irrupción de internet en el mundo del libro no sólo conlleva la mera digitalización del libro, sino que su impacto es mucho más profundo, puesto que, de facto, está ya afectando a todos los procesos editoriales (producción, distribución, comercialización, promoción, gestión de derechos, entre otros) y a la estructura organizativa de la empresa (**Crosby, 2019; Magadán-Díaz; Rivas-García, 2020b**).

Dentro de la industria del libro, una editorial establece relaciones con gran diversidad de empresas, agentes y sujetos (**Magadán-Díaz; Rivas-García, 2020c**). Estas relaciones ponen de manifiesto no sólo las complejidades y peculiaridades asociadas al proceso editorial –en un sentido amplio–, sino también sus dependencias. La materia prima esencial es la creación de la obra, que corresponde a los autores. A continuación, una de las labores fundamentales dentro de las empresas incardinadas en la industria editorial consistirá en la selección de aquellos y sus obras, así como la negociación contractual, bien directamente con el autor, bien a través de un grupo intermediario.

Las grandes empresas editoriales han dominado el mercado físico de la venta de libros controlando la distribución y el acceso a los mismos en las librerías. Sin embargo, con la llegada de la venta online, dicho control se hace cada vez más complicado y cualquier editorial o autor-editor pueden comercializar sus obras a través de la Red, asistiendo a un aumento de la oferta, además de a una demanda cada vez más fragmentada.

La coincidencia de la crisis en el sector junto a los nuevos conceptos de impresión digital y el libro electrónico están facilitando las bases para una reorganización que todavía no ha finalizado. En consecuencia, los actores del sector editorial se ven abocados a involucrarse en ecosistemas comerciales más amplios para sobrevivir, crecer y mantener su autonomía editorial e influencia económica (**Benghozi; Salvador, 2016**).

A pesar de la indudable importancia cultural de los libros, la literatura académica relacionada con la economía de la cultura no les ha prestado la debida atención (**Hjorth-Andersen, 2000**). El mercado del libro ofrece una doble dimensión cultural y económica, pero esta última ha dominado de tal modo la visión social de los libros que la industria editorial, frente a otras industrias culturales, no ha recibido comparativamente el apoyo estatal en términos de ayudas y subvenciones que han recibido otros sectores culturales como el cine o el teatro aun reconociendo su relevancia cultural (**Canoy; Van-Ours; Van-Der-Ploeg, 2006**).

El objetivo general de este trabajo es ofrecer una visión del mercado de la edición de libros en España para el período 1995-2019, al que se añade un objetivo más específico: analizar los factores que determinan la evolución de la demanda de libros. Con ello se pretende llenar un vacío en la investigación sobre el mercado editorial en España.

2. Estructura del sector editorial español

En España existen más de 3.000 empresas editoriales de capital privado (gráfico 1), aunque la gran mayoría publica menos de 10 títulos anuales y su estructura se encuentra configurada mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas, de las que más de una cuarta parte pertenece a algún grupo empresarial.

Tal y como se puede observar en el gráfico 1, hay una tendencia a la disminución del número de empresas editoriales: durante estos últimos años la desaparición de editoriales es muy superior a las nuevas incorporaciones. Una explicación para esta reducción puede encontrarse en que los cambios tecnológicos han ido desafiando los modelos de negocio existentes: una parte del sector editorial pudo adaptarse al cambio reexaminando su cartera de productos y servicios, pero otra parte no pudo y abandonó el mercado.

En el sector editorial español se encuentran negocios muy diferentes en dimensión (tanto en tamaño como en facturación), especialización productiva, condiciones de trabajo y modelo de relaciones laborales, coexistiendo grandes grupos multinacionales con pequeñas empresas de producción casi artesanal (**Magadán-Díaz, 2017**).

Entre 1995 y 2019, el nuevo panorama del sector va esbozando una tendencia a los extremos:

- por un lado, los grandes grupos editoriales toman posiciones estratégicas por medio de adquisiciones y fusiones (integración horizontal) o apuestan decididamente por transformar sus modelos de negocio con plataformas digitales de distribución y comercialización (integración vertical hacia delante);
- por otro, aparece en escena una miríada de nuevas iniciativas editoriales de pequeño tamaño, al calor de la digitalización.

El resultado final es una significativa atomización del sector editorial (Magadán-Díaz; Rivas-García, 2020b).

En 2019 se editaron 82.347 títulos, lo que representa un incremento del 8,1% con respecto al año anterior (gráfico 2).

Como se observa en el gráfico 2, la tendencia a una creciente actividad editora se ve explicada por la adaptación al cambio técnico y al ajuste (reducción) de las tiradas medias, lo que ha permitido al sector editorial español ofrecer más títulos nuevos.

El sector editorial español ha registrado en 2019 su sexto año consecutivo de crecimiento, mejorando sus cifras en un 2,4%, hasta los 2.420,64 millones de euros (gráfico 3). Estas cifras reflejan la recuperación del sector a partir de 2014, tras la crisis económica de 2008.

Sin embargo, el gráfico 3 nos muestra una paulatina tendencia decreciente, tanto en la edición como en la facturación, para el período de tiempo considerado, excepción hecha de la etapa previa a la gran crisis (1995-2008) y de la etapa de tímida recuperación a partir de 2014. Esta tendencia puede explicarse por los ajustes a la baja de las tiradas medias y por la débil recuperación del mercado (gráfico 4).

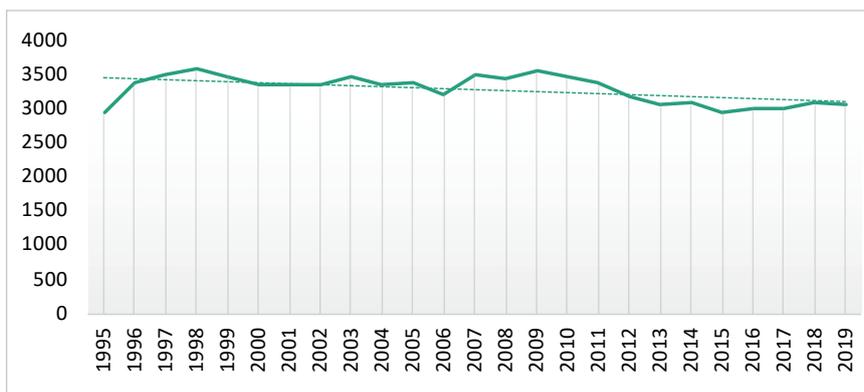


Gráfico 1. Evolución anual del número de empresas editoriales en España entre 1995 y 2019. Fuente: elaborado a partir de *Ministerio de Cultura* (1996-2020).

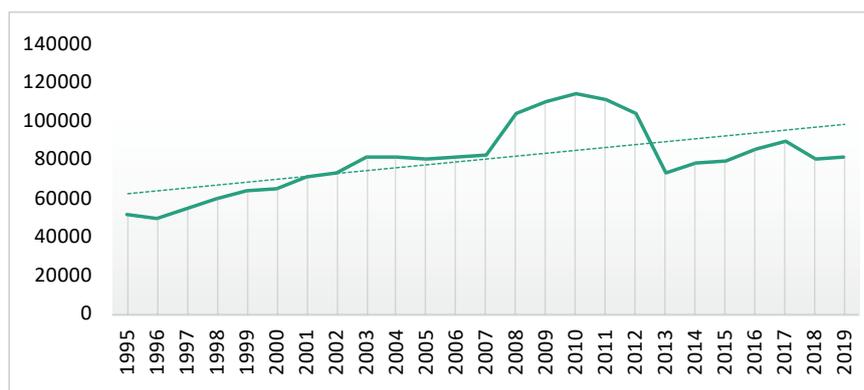


Gráfico 2. Evolución anual de la producción de libros en España de 1995 a 2019. Fuente: elaborado a partir de *Ministerio de Cultura* (1996-2020).

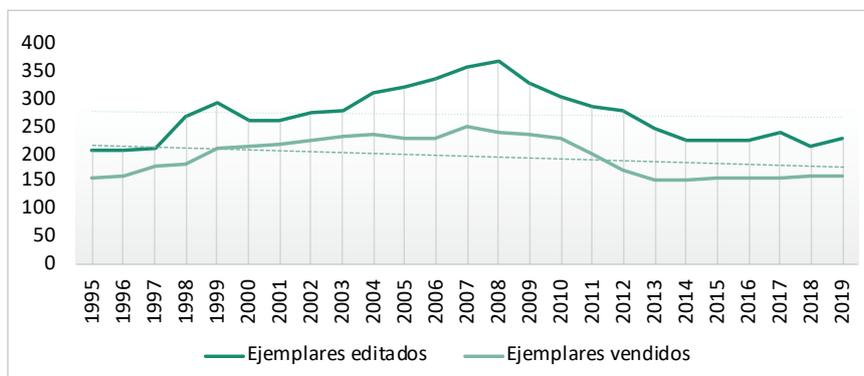


Gráfico 3. Evolución del número de ejemplares de libros editados y vendidos en España de 1995 a 2019 (en millones de euros). Fuente: elaborado a partir de *FGEE* (1996-2020).

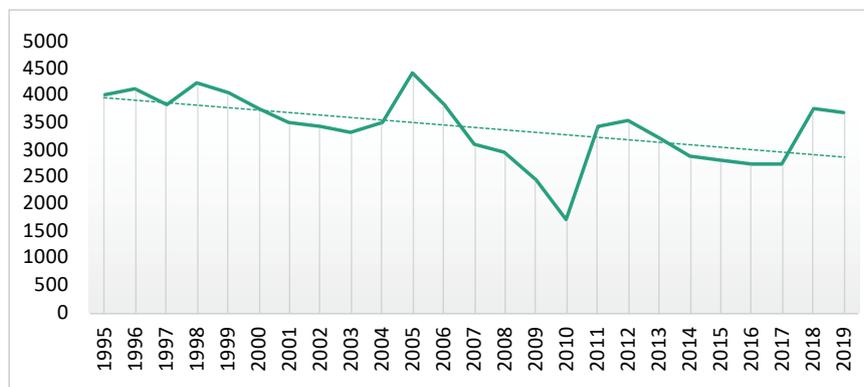


Gráfico 4. Evolución de la tirada media de 1995 a 2019. Fuente: elaborado a partir de *Ministerio de Cultura* (1996-2020).

El precio medio del ejemplar se situó en los 14,15 euros para el período 1995-2019 (gráfico 5).

Como se observa en el gráfico 5, el precio medio real de los libros en el mercado editorial español no sólo se mantuvo muy estable, sino que su tendencia se orienta a la baja para el período considerado.

Una vez expuesta la estructura del mercado editorial español, se procede a realizar un análisis económico de la edición de libros que servirá de punto de partida –junto con los datos recabados en esta sección– para el desarrollo del estudio económico de la demanda de libros.

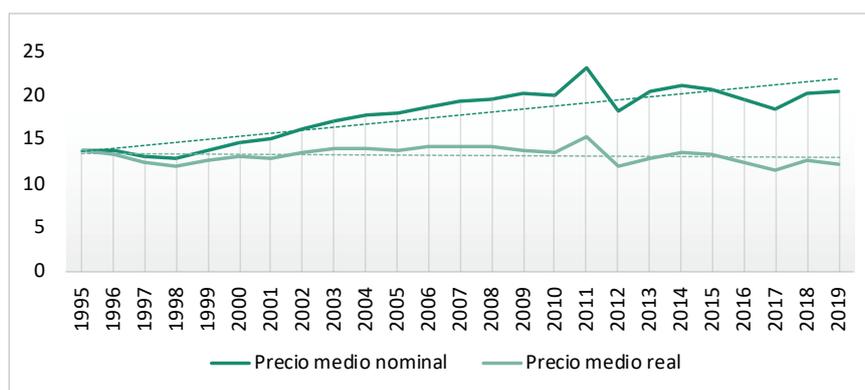


Gráfico 5. Evolución anual del precio medio de los libros 1995 a 2019 (en euros).
Fuente: elaborado a partir de *Ministerio de Cultura* (1996-2020).

3. Análisis económico del mercado del libro

Una vez descrita la estructura del sector editorial en España, se procede a realizar un análisis económico de la edición, abordando la naturaleza dual del libro como bien cultural y económico, así como su oferta y demanda.

3.1. El mercado del libro y su naturaleza dual

Para la sociedad, los libros representan no sólo un valor económico, sino también cultural (Kochkina; Shenkman; Gordienko, 2018).

La literatura empírica disponible que aborda el tema del mercado del libro en el campo de la economía cultural sigue siendo escasa y se ha centrado principalmente en:

- el uso de series temporales para estimar las elasticidades de la demanda de libros (Billintgmayr, 1992; Hjorth-Andersen, 2000; Palma-Martos; Martín-Navarro; Jaén-García, 2009; Barrot *et al.*, 2015);
- el análisis de la compra de libros y publicaciones periódicas (Escardíbul; Villarroya, 2009; Villarroya; Escardíbul, 2010; Jaén-García, 2012);
- explorar los factores que influyen en la decisión de lectura y frecuencia de lectura (Fernández-Blanco; Prieto-Rodríguez, 2009);
- evaluar la importancia que tiene la renta disponible para el consumo de libros (Fishwick; Fitzsimons, 1998; Prieto-Rodríguez; Romero-Jordán; Sanz-Sanz, 2005; Ringstad; Løyland, 2006).

Gran parte de los autores que han analizado el mercado del libro creen que su estructura se aproxima al modelo de competencia monopolística (Appelman; Canoy, 2002; Clerides, 2002). 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 sustitutos perfectos para un libro ya que, por su propia naturaleza, todos los libros son diferentes unos de otros. 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 sustitutos próximos (Palma-Martos; Martín-Navarro; Jaén-García, 2009). 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.

El mercado del libro presenta una doble dimensión cultural y económica, a pesar de ser esta última la que ha dominado en las políticas públicas

Desde el punto de vista económico, los libros son considerados bienes privados, en la medida que su consumo es rival y excluible. No obstante, 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 (Ringstad; Løyland, 2006). Los gobiernos reconocen los beneficios de leer y apoyar las políticas que facilitan el acceso a los libros (Colbjørnsen, 2015). De hecho, la lectura tiene un efecto directo en las habilidades cognitivas del individuo (Mol; Bus, 2011; Krashen; Lee; McQuillan, 2012).

En general, los libros son un vehículo de difusión de la cultura (Palma-Martos; Martín-Navarro; Jaén-García, 2009) en la medida en que están relacionados con la transmisión de ideas en un idioma específico, y añaden valores asociados a la identidad o prestigio nacional.

España, junto a buena parte de países europeos, sigue una política de precio fijo del libro basada en la teoría del mantenimiento del precio de venta al por menor (Poort; Van-Eijk, 2017), excluyendo al libro del principio de libre competencia de precios: 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 distancia (Kontolaimou; Prodromidis; Konstantakopoulou, 2019).

La atomización del sector editorial hace que convivan modelos de negocio muy diferentes, tanto en tamaño como en facturación

Bajo un sistema de precio fijo, es el editor quien fija el precio final del libro, que debe ser respetado por todos los intermediarios del canal de distribución, quienes establecen su ganancia sobre una proporción de dicho precio final (Magadán-Díaz; Rivas-García, 2019b).

Los países con una importante industria editorial, en algún momento de su historia han introducido una ley o un acuerdo para fijar el precio de venta al público (Magadán-Díaz; Rivas-García, 2019b). El argumento principal para establecer sistemas de precios fijos del libro que otorgan el poder de fijar el precio de venta final al editor sería el de proteger los valores culturales del mercado del libro (Appelman, 2003; Van-der-Ploeg, 2004; Canoy; Van-Ours; Van-der-Ploeg, 2006). Sin embargo, es difícil encontrar evidencia convincente, bien teórica o empírica, de que la política de precios fijos en los libros es la mejor opción (Ringstad, 2004; Poort; Van-Eijk, 2017). Quienes se oponen al establecimiento de precios fijos señalan que la industria funciona mejor cuando opera en condiciones de libre mercado y que el precio fijo aumenta artificialmente los precios que se pagan por los libros (Løyland; Ringstad, 2012).

3.2. La oferta en el mercado del libro

Para poder analizar el mercado del libro desde el punto de vista de la oferta es preciso definir previamente qué se entiende por producción editorial para un período temporal determinado (generalmente un año). En tal sentido, se define la producción editorial como el número de ISBNs registrados en la *Agencia Nacional del ISBN* en un año, independientemente de la nacionalidad de sus autores.

Otra variable relevante en el análisis del mercado del libro es el número de ejemplares vendidos de cada título que se publica.

Junto a la producción y número de ejemplares vendidos, es importante no olvidar tampoco los factores que determinan la decisión de aumentar el número de títulos publicados anualmente y sus respectivas tiradas. Las editoriales apuestan sobre las ventas potenciales de sus títulos a través de sus tiradas, convirtiéndose estas en las variables *proxy* de sus expectativas comerciales (Magadán-Díaz; Rivas-García, 2018).

La oferta de títulos anualmente publicados a nivel agregado se relaciona positivamente tanto con los niveles de renta por habitante como con los niveles educativos de la población (Canoy; Van-Ours; Van-der-Ploeg, 2006). Además 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 (Magadán-Díaz; Rivas-García, 2018).

3.3. La ecuación de oferta y precio

En el análisis adoptado, se considera que la decisión del número de títulos a publicar en una economía depende de dos variables (Hjorth-Andersen, 2000):

- los costes fijos de publicar un libro (f);
- la renta (Y).

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

En el modelo se parte de que los precios finales de venta del libro son determinados exclusivamente por los editores (tanto para los distribuidores como para los consumidores). Sin embargo, este sistema de precio fijo no funciona como un mecanismo de equilibrio del mercado. Los precios (P) dependerán del número medio de copias vendidas -ratio que se obtiene dividiendo el total de ejemplares vendidos (X) por el total de títulos publicados (T), de los costes fijos de publicar un libro (f) y de otros factores exógenos (Z).

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

La relación entre el número medio de copias vendidas (X/T) y el precio (P) es de carácter negativo:

$$\frac{\partial P}{\partial \left(\frac{X}{T}\right)} < 0 \quad [3]$$

Los precios serán más bajos cuanto más alto sea el número medio de copias vendidas.

La relación entre los costes fijos de publicar un libro (f) y el precio (P) es positiva en el caso de que los costes fijos (f) crezcan. Es decir:

$$\frac{\partial P}{\partial f} > 0 \quad [4]$$

Sin embargo, si los costes fijos (f) decrecen, se producen dos efectos opuestos: por un lado, disminuirán los precios (P), mientras que, por otro, la disminución de costes fijos (f) posibilita aumentar los títulos publicados (T), disminuyendo el número de copias producidas por título, con lo que el precio (P) tenderá a aumentar.

Como se indicó anteriormente, en el modelo está implícito que los precios de venta finales se fijan por los editores y, por tanto, son idénticos a los que se enfrentan los consumidores. En cuanto a la renta, a mayores niveles de renta (Y), mayor número de títulos introducidos (T) y, en consecuencia, menor número de copias producidas por título junto a una mayor tendencia a que el precio del libro suba, con lo que el efecto neto final dependerá de cuál sea la elasticidad-precio de la demanda (elasticidad que también varía en función del subsector considerado).

En conclusión, el tamaño del mercado del libro viene condicionado por la demanda, ya que, como se ha visto anteriormente, no existen grandes limitaciones 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 período de tiempo gracias a la innovación tecnológica de la impresión digital— 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 grandes grupos editoriales (Magadán-Díaz, 2017).

3.4. La demanda de libros

El análisis de la demanda de libros desde el punto de vista teórico puede hacerse a partir de su distinción entre factores que inciden sobre la demanda de libros a largo y a corto plazo (Hjorth-Andersen, 2000). Entre los factores que inciden en la primera se pueden señalar el nivel educativo, la capacidad lectora de la población, el tiempo de ocio de que se dispone —ya que la lectura es una actividad intensiva en consumo de tiempo—, la presencia de bienes sustitutivos tales como televisión, videojuegos, internet, junto a otros posibles sustitutivos del libro que incluirían bienes culturales tales como asistencia al cine, conciertos o teatros, entre otros. En definitiva, cualquier actividad que ocupe el tiempo de ocio se puede convertir en un potencial sustitutivo de la lectura, lo que añade complejidad al análisis econométrico de la demanda.

El análisis de la demanda a corto plazo incluiría variables típicas de demanda para cualquier bien, tales como el precio de los libros, la renta disponible o el precio de alguno de sus sustitutivos (el cine, por ejemplo). Otra variable que puede afectar directamente a la demanda de libros a corto plazo es el número de títulos publicados en un cierto período de tiempo.

El análisis de la demanda de libros debe ampliar su visión: los libros son algo más que productos de naturaleza exclusivamente económica ya que están vinculados a la cultura, al ocio y a la educación (Kochkina; Shenkman; Gordienko, 2018). En consecuencia, el análisis de la demanda ha de tener presentes 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.

3.5. Ecuación cultural de la demanda de libros

Un modelo cultural para la demanda de libros en España podría expresarse mediante la ecuación siguiente:

$$X_t = f(T_t, L_t) \quad [5]$$

Donde X_t representa el número de ejemplares demandados anualmente en el mercado interior, T_t recoge el número de títulos publicados anualmente que determina la amplitud de la oferta en el mercado y L_t representa la población que técnicamente puede leer (mayor de 5 años).

El número de ejemplares demandados (X_t) también estaría positivamente relacionado con el número de títulos publicados (T_t), ya que influirían de manera favorable en la venta de ejemplares:

$$\frac{\partial X_t}{\partial T_t} > 0 \quad [6]$$

Finalmente, se espera que la relación entre el número de ejemplares demandados (X_t) y la población que técnicamente puede leer (L_t) sea positiva dado que puede aumentar el índice de lectura:

$$\frac{\partial X_t}{\partial L_t} > 0 \quad [7]$$

Sin embargo, un mayor índice de lectura asociado a una población más amplia que técnicamente pueda leer no implica, necesariamente, un aumento de la demanda de libros en el mercado, debido a que existen posibilidades de no-mercado para acceder a la lectura como, por ejemplo, las bibliotecas públicas.

3.6. Ecuación económica de la demanda de libros

Si se considera 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, hay que partir del supuesto de que los libros no son diferentes de otros bienes de consumo privado que se demandan para satisfacer necesidades. Conforme al análisis adoptado, e incorporando el precio de los bienes sustitutos, se considerará la siguiente expresión (Hjorth-Andersen, 2000):

$$X_t = f(Y_t, P_t^x, P_t^s, v) \quad [8]$$

Según esta función, la cantidad demandada de libros en el período t (X_t), dependerá de la renta disponible por habitante (Y_t), del precio medio del libro (P_t^x), del precio de los bienes sustitutos (P_t^s) y v que recoge cualquier otra variable que puede influir en la demanda de libros.

Dado que los libros se consideran bienes normales, se espera una relación positiva entre la cantidad demandada de libros en el período t (X_t) y la renta disponible por habitante (Y_t):

$$\frac{\partial X_t}{\partial Y_t} > 0 \quad [9]$$

Del mismo modo se espera una relación negativa entre la cantidad demandada de libros en el período t (X_t) y el precio medio del libro (P_t^x):

$$\frac{\partial X_t}{\partial P_t^x} < 0 \quad [10]$$

Finalmente, la relación entre la cantidad demandada de libros en el período t (X_t) y el precio de los bienes sustitutos (P_t^s) debería ser positiva:

$$\frac{\partial X_t}{\partial P_t^s} > 0 \quad [11]$$

3.7. Una visión integradora de la demanda de libros

Una visión más integradora y completa para analizar econométricamente la demanda de libros en España consistiría en fusionar la doble dimensión del libro como bien económico y cultural, considerando tanto factores culturales como económicos que afectan a la demanda. En consecuencia, las expresiones de la demanda cultural [5] y la demanda económica [8] se reducirán a una única expresión:

$$X_t = f(P_t^x, P_t^s, Y_t, T_t, L_t, v) \quad [12]$$

Las relaciones positivas y negativas establecidas anteriormente entre la variable dependiente y cada una de las variables independientes en la expresión [12] se mantienen.

A partir de esta visión integradora, se presenta un modelo econométrico que permita explicar la evolución de la demanda de libros en España durante el período 1995-2019, utilizando diferentes fuentes de datos y realizando una aplicación combinada de ambos enfoques.

4. Especificación del modelo a estimar

Para el análisis de la demanda se han empleado diversas fuentes estadísticas para el período considerado, 1995-2019.

La fuente de datos utilizada para conocer el número de ejemplares vendidos (X_t) procede de la publicación *El comercio interior del libro en España*, editado por la *Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)* con la colaboración del *Ministerio de Cultura*.

Para el precio de los libros (P_t^x) se ha utilizado el precio general del libro que proporciona *La panorámica de la edición española de libros*, que elabora el *Ministerio de Cultura*, como un precio medio del sector. Para ello, se calculó un índice nominal, al mismo tiempo que se estableció un índice real para los precios del libro con base 1995 utilizando el IPC anual. Con ello se pretende analizar tanto su evolución como su relación con la evolución del índice general de precios.

Respecto al precio de otros bienes sustitutos (P_t^s), se partió del cociente entre la recaudación media obtenida en todo el país durante un año y el número de espectadores para ese mismo período. Dichos datos fueron obtenidos de *Estadística de cinematografía: producción, exhibición, distribución y fomento*, elaborada por el *Instituto Nacional de Estadística*

(INE). En realidad, se podría haber optado por una amplia gama de bienes que pueden ser consumidos en el tiempo de ocio, pero por accesibilidad en los datos, se ha utilizado el precio del cine. En cuanto al otro bien que compite con la compra y lectura de libros por el tiempo de ocio, internet, se ha optado por descartar su consideración debido a la dificultad en la estimación de un precio y la escasez de datos oficiales disponibles, aunque es necesario reconocer que se trataría de una variable relevante que puede afectar a los hábitos de compra y lectura de libros.

Para la renta disponible por habitante (Y_t) se ha partido de los datos de renta real per cápita ofrecidos por el INE.

Para incorporar el “efecto novedad” se ha considerado el número total de títulos nuevos publicados anualmente (T_t) obtenidos de *El Comercio interior del libro en España*, que elabora la FGEE. Esta variable permite evaluar si el efecto dominante en el mercado de libros en España es el de sustitución de unos títulos por otros o el de impulso general de la demanda de libros.

La población que técnicamente puede leer (L_t) ha sido obtenida del barómetro *Hábitos de lectura y compra de libros en España*, que elabora la FGEE con la colaboración del Ministerio de Cultura.

Finalmente, se considera que durante el período analizado (1995-2019) la industria editorial permanece estable sin tener en consideración los diferentes cambios en los distintos subsectores de la edición.

5. Análisis de los resultados

Conforme a las variables expresadas anteriormente, y siguiendo la combinación de ambos enfoques expresada en la ecuación [12], se ha planteado una versión logarítmica de la misma para estimar la demanda de libros:

$$\log X_t = \beta_0 + \beta_1 \log P_t^x + \beta_2 \log P_t^s + \beta_3 \log Y_t + \beta_4 T_t + \beta_5 \log L_t + \varepsilon_t \quad [13]$$

Una vez estimado este modelo integrador, se procedió a efectuar un doble análisis, estimando la demanda de libros:

- exclusivamente con variables de naturaleza económica (modelo económico de la demanda de libros);
- exclusivamente con variables de naturaleza cultural.

5.1. Modelo integrador de la demanda de libros

Los resultados de la estimación econométrica por MCO (mínimos cuadrados ordinarios) del modelo integrador de las dos dimensiones, económica y cultural, recogido en la expresión [13] se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Función de demanda de libros (modelo integrador)

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad
α_0	-14,5711721	10,1231675	-1,43938862	0,004313
Variable P_t^x	-2,42315818	0,69012678	-3,51117829	0,00233534
Variable P_t^s	1,29041723	0,40419623	3,19255135	0,00479355
Variable Y_t	0,32985132	0,4097212	0,80506284	0,43074329
Variable T_t	0,32107556	0,18622253	1,7241499	0,00091352
Variable L_t	11,6350465	5,32335779	2,18565932	0,04156421
Coeficiente de correlación múltiple			0,96164064	
Coeficiente de determinación R^2			0,92475272	
R^2 ajustado			0,9049508	
Error típico			0,02413059	
Observaciones			25	
Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
5	0,13596406	0,02719281	46,700163	5,0573E-10
19	0,01106342	0,00058229		
24	0,14702748			
Durbin-Watson			1,91632026	
Jarque-Bera			0,75240079	

Variable dependiente: número de ejemplares vendidos.

Método de estimación: MCO.

Número de observaciones = 25

La naturaleza dual del libro exige un análisis amplio que incorpore variables culturales

El coeficiente del precio (P^x) ofrece un signo negativo (-2,42) y su valor indica que la demanda de libros es bastante elástica respecto al precio. El análisis de la demanda confirma que los libros son sensibles a los precios, lo que también confirmaría que el modelo es razonablemente preciso (Ringstad; Løyland, 2006). El precio se muestra, por tanto, como un factor importante para determinar la

En una visión amplia, el libro se muestra como un bien de primera necesidad, mientras que una visión estrictamente económica lo muestra como un bien suntuario

demanda de libros (Kochkina; Shenkman; Gordienko, 2018). La elasticidad precio de los libros también es de importancia crítica para establecer los efectos de las medidas de política pública sobre los libros. Por tanto, la demanda sensible a los precios hace que los subsidios sean un posible medio eficaz para aumentar su consumo (Ringstad; Løyland, 2006).

El coeficiente del precio de uno de sus posibles sustitutivos, como es el cine (P^s) es positivo (1,29) y su valor señala que, además de tratarse de bienes sustitutivos, la demanda de libros es moderadamente elástica respecto a tales bienes. Los libros también compiten con una serie de bienes más o menos relacionados (Ringstad; Løyland, 2006).

Por otra parte, el coeficiente de la renta (Y_t) es positivo (0,32) pero inferior a 1, lo que refleja que los libros serían bienes normales, pero de los considerados como necesarios o de primera necesidad.

En cuanto, al número de títulos publicados anualmente (T_t) el coeficiente es 0,32 y la población que técnicamente puede leer (L_t) presenta un valor de 11,63. En estos dos últimos casos, la relación existente con la demanda de libros es positiva; es decir, esta aumenta con la aparición de nuevos títulos en el mercado y con el incremento de lectores.

El nivel explicativo del modelo es alto, como indica un valor del coeficiente de determinación, $R^2=0,92$. La ausencia de autocorrelación se comprobó mediante el test de Durbin-Watson. La bondad de ajuste del modelo también se ha confirmado mediante el test de Jarque-Bera de normalidad residual.

5.2. Modelo económico de la demanda de libros

La ecuación estimada econométricamente para el modelo económico de la demanda de libros es la siguiente:

$$\log X_t = \alpha_0 + \alpha_1 \log P_t^x + \alpha_2 \log P_t^s + \alpha_3 \log Y_t + \varepsilon_t \quad [14]$$

Los resultados obtenidos se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Función de demanda de libros (modelo económico)

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad
α_0	9,703298237	0,680153723	14,26633114	2,8185E-12
Variable P_t^x	-3,657101498	0,274690892	-13,3135157	1,0479E-11
Variable P_t^s	1,123432447	0,213395421	5,264557412	3,2178E-05
Variable Y_t	1,295104511	0,184572209	7,016790452	6,3027E-07
Coeficiente de correlación múltiple			0,947819821	
Coeficiente de determinación R^2			0,898362413	
R^2 ajustado			0,883842758	
Error típico			0,026675759	
Observaciones			25	
Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
3	0,132083964	0,044027988	61,8721588	1,3521E-10
21	0,014943518	0,000711596		
24	0,147027482			
Durbin-Watson			1,70118851	
Jarque-Bera			2,3940005	

Variable dependiente: número de ejemplares vendidos.

Método de estimación: MCO.

Número de observaciones = 25

Se ha realizado una estimación por MCO de la ecuación [14] que muestra el modelo económico de la demanda de libros, usando exclusivamente como variables explicativas durante el período estudiado 1995-2019:

- el precio de los libros (P_t^x);
- el precio de otros bienes sustitutivos (P_t^s);
- la renta disponible por habitante (Y_t).

El nivel de explicación del modelo es alto, como indica un valor del coeficiente de determinación, $R^2=0,89$. Los tests de Durbin-Watson y Jarque-Bera confirman la no existencia de autocorrelación, así como la bondad de ajuste del modelo.

El coeficiente del precio ofrece un signo negativo (-3,65) y su valor indica que la demanda de libros es muy elástica respecto al precio. En cuanto al precio de alguno de sus sustitutivos (por ejemplo, el cine), el coeficiente es positivo (1,12): se confirma así el carácter sustitutivo de la alternativa considerada en el análisis (cine) siendo la demanda de libros moderadamente elástica respecto al sustitutivo considerado. Por otra parte, el coeficiente de la renta es positivo y ligeramente mayor a la unidad (1,19), por lo que la demanda de libros se comporta como un bien normal, pero de carácter suntuario o de lujo.

5.3. Modelo cultural de la demanda de libros

La ecuación estimada econométricamente para el modelo cultural de la demanda de libros es la siguiente:

$$\log X_t = \gamma_0 + \gamma_1 T_t + \gamma_2 \log L_t + \varepsilon_t \quad [15]$$

Los resultados de la estimación econométrica se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Función de demanda de libros (modelo cultural)

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad
Y_0	-20,41956107	6,26025181	-3,261779508	0,00357124
Variable T_t	0,881747554	0,088788331	9,930894515	1,3693E-09
Variable L_t	10,77218956	3,159315317	3,409659524	0,0025127
Coeficiente de correlación múltiple			0,914619945	
Coeficiente de determinación R^2			0,836529644	
R^2 ajustado			0,821668703	
Error típico			0,033052737	
Observaciones			25	
Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
2	0,122992848	0,061496424	56,2904879	2,22756E-09
22	0,024034635	0,001092483		
24	0,147027482			
Durbin-Watson	1,61821141			
Jarque Bera	1,30298395			

Variable dependiente: número de ejemplares vendidos.

Método de estimación: MCO.

Número de observaciones = 25.

Se ha realizado una estimación por MCO de la ecuación [15] que muestra el modelo cultural de la demanda de libros, usando exclusivamente como variables explicativas durante el período estudiado 1995-2019:

- el número de títulos publicados anualmente (T_t);
- la población que técnicamente puede leer (L_t).

El nivel de explicación del modelo es alto, como indica un valor del coeficiente de determinación, $R^2=0,83$. Se confirma la ausencia de autocorrelación y se corrobora la bondad de ajuste del modelo a través de los tests de Durbin Watson y Jarque-Bera.

En cuanto, al número de títulos publicados anualmente (T_t) el coeficiente es 0,88 y la población que técnicamente puede leer (L_t) presenta un valor de 10,77. En resumen, la relación existente de ambas variables con la demanda de libros es positiva: es decir, esta aumenta con la aparición de nuevos títulos en el mercado y con el incremento de lectores.

6. Reflexiones finales

Como se señaló al principio, el objetivo general de este trabajo era ofrecer una visión del mercado de la edición de libros en España para el período 1995-2019, al que se añadía un objetivo más específico: analizar los factores que determinan la evolución de la demanda de libros. Con ello se pretendía llenar un vacío en la investigación sobre el mercado editorial en España.

El sector editorial constituye un importante motor económico del panorama cultural español, suponiendo más del 34% del conjunto de las actividades culturales. Los últimos datos disponibles de la *Cuenta satélite de la cultura en España* indican que en 2017 la aportación del sector cultural al PIB español se cifró en el 2,6%, situándose en el 3,4% si se considera el conjunto de actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual.

Para comprender la importancia de la industria cultural, en general, y del sector editorial en particular, basta comparar estos datos con los correspondientes a la aportación que, para el mismo período, tenían sectores como:

- agricultura (2,5%);
- industria de alimentación;
- bebidas y tabaco (2,5%);
- industria química (0,9%);
- telecomunicaciones (1,9%).

Según datos de la *Cuenta satélite de la cultura*, el peso de la industria cultural y demás actividades vinculadas a la propiedad intelectual es similar al de las actividades financieras y de seguros.

El sector español del libro facturó en el mercado interior en 2019 un total de 2.420,64 millones de euros y generó más de 12.000 empleos directos. A los empleos directos habría que sumarles los colaboradores externos. El libro es el décimo producto español más exportado. Los pagos por derechos de autor ascienden, en 2019, a 216,8 millones de euros y por la venta de derechos se ingresan 25,7 millones de euros.

Las librerías y las cadenas de librerías continúan como los principales canales de ventas de libros, sumando entre ambos 1.294,59 millones de euros, el 53,5% del total de la facturación. Hay que destacar el incremento de las ventas de libros en papel a través de internet (+7,6%).

Las políticas públicas de fomento de la lectura no sólo enriquecen culturalmente a la sociedad, sino que impactan positivamente en el mercado editorial

Los datos señalados constatan la importancia del sector editorial español y justifican la necesidad de comprender cuáles son los factores determinantes de la demanda de libros en España. Para tal fin, se realizaron tres estimaciones econométricas que muestran la potencia explicativa de la demanda de libros en España desde una perspectiva económica, cultural y global.

En primer lugar, todas las estimaciones explican de un modo razonable el comportamiento de la demanda de libros en España, aunque es la estimación del modelo integrador que agrupa todas las variables, la que alcanza un mayor poder explicativo.

En segundo lugar, el comportamiento de las variables analizadas previamente no se ve alterado por ninguna de las tres estimaciones econométricas. Cada variable se comporta como se espera que lo haga, incluidas las variables de naturaleza cultural.

En tercer lugar, se obtiene un resultado interesante: para el modelo económico de la demanda de libros en España, los libros son bienes suntuarios (de lujo), mientras que para el modelo integrador de la demanda de libros en España, los libros son bienes necesarios (de primera necesidad). La dicotomía bien de primera necesidad frente a bien de lujo refuerza más la necesidad de integrar ambas visiones —económica y cultural— dado que, es esta visión general y amplia la que da argumentos para el desarrollo de políticas públicas culturales, al entender el impacto social positivo de la lectura.

En cuarto lugar, dada la relación positiva entre la demanda de libros y la población que técnicamente puede leer y, en concordancia con la conclusión precedente sobre la naturaleza del libro como bien necesario, se refuerza más el argumento de apoyo a políticas de fomento de la lectura que no sólo enriquecerían culturalmente a la sociedad, sino que impactarían indirecta pero positivamente en el mercado editorial.

En quinto lugar, dada la relación positiva entre la demanda de libros y los títulos nuevos publicados anualmente, se subraya la importancia de la novedad editorial frente a la reimpresión de títulos existentes. Desde una perspectiva empresarial, el ciclo de vida del producto nuevo en el mercado presenta una expectativa de mayor impacto comercial que las reimpresiones, dado que estas últimas irán dirigidas a un mercado más limitado, cautivo o residual, según el caso. Este hecho también conduce a reflexionar sobre la necesidad de promover públicamente nuevos proyectos editoriales de relevancia cultural, de modo análogo a como se hace en otros ámbitos de la cultura, tratando de situar en un plano de igualdad al mundo del libro frente al teatro, el cine o cualquier otra expresión cultural que goce de mayor protección pública.

En resumen, el mercado del libro va más allá de una simple interacción entre oferta y demanda, dada su naturaleza dual, y la forma de garantizar su desarrollo pasa por la articulación de políticas públicas que impacten en el fomento de la lectura, el acceso al libro y el impulso de proyectos editoriales nuevos que impacten en la renovación de la oferta editorial.

La relación positiva entre la demanda de libros y los títulos nuevos publicados anualmente subraya la importancia de las novedades editoriales

7. Limitaciones

A continuación, se procede a indicar las limitaciones más relevantes a las que ha tenido que enfrentarse esta investigación, con objeto de solventarlas en estudios futuros para poder entender mejor los determinantes de la demanda de libros en España.

- Se ha tenido que optar por el cine como bien sustitutivo de los libros, aun siendo conscientes de que la oferta audiovisual de plataformas como *Netflix* o *Amazon Prime* podrían haber ofrecido un enfoque más interesante en el análisis, tanto económico como cultural. Sin embargo, dado el rango temporal del estudio (1995-2019), sólo el cine era capaz de ofrecer información para todos los años, algo que no era posible para las otras alternativas de ocio al aparecer en España en 2015 (*Netflix*) y 2016 (*Amazon Prime*).
- No se consideró una variable cultural adicional como el porcentaje de población con estudios secundarios o superiores, al considerarla integrada en la variable relativa a la población que técnicamente puede leer, dada la complejidad para la obtención de los datos provenientes de las fuentes estadísticas españolas.
- El estudio desagregado de la demanda de libros en papel y formatos digitales sería de indudable interés para un desarrollo posterior de esta investigación.
- También sería de gran interés obtener más resultados para otros bienes culturales sustitutivos más o menos próximos, como periódicos, artes escénicas, o plataformas audiovisuales, entre otros.
- En el futuro se espera poder realizar un análisis más profundo que permita considerar, también, el efecto del nivel de formación sobre la demanda de libros en España.

8. Referencias

- Appelman, Marja** (2003). "Fixed book price". In: Towse, Ruth (ed.). *A handbook of cultural economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, pp. 237-242. ISBN: 978 1840643381
- Appelman, Marja; Canoy, Marcel** (2002). "Notes and communications, horses for courses: Why Europe should not harmonise its book policies". *De Economist*, v. 150, n. 5, pp. 583-600.
<https://doi.org/10.1023/A:1021349404596>
- Barrot, Christian; Becker, Jan U.; Clement, Michel; Papiés, Dominik** (2015). "Price elasticities for hardcover and paperback fiction books". *Schmalenbach business review*, v. 67, pp. 73-91.
<https://doi.org/10.1007/BF03396924>
- Bedate-Centeno, Ana; Sanz-Lara, José-Ángel; Durántez-Vallejo, Mariano** (2017). "Financial-economic profile of firms in the European publishing industry". *Estudios de economía aplicada*, v. 35, n. 2, pp. 521-544.
<https://doi.org/10.25115/eea.v35i2.2491>
- Benghozi, Pierre-Jean; Salvador, Elisa** (2016). "How and where the R&D takes place in creative industries? Digital investment strategies of the book publishing sector". *Technology analysis and strategic management*, v. 28, n. 5, pp. 568-582.
<https://doi.org/10.1080/09537325.2015.1122184>
- Bittlingmayer, George** (1992). "The elasticity of demand for books, resale price maintenance and the Lerner index". *Journal of institutional and theoretical economics*, v. 148, n. 4, pp. 588-606.
- Canoy, Marcel; Van-Ours, Jan; Van-Der-Ploeg, Frederick** (2006). "The economics of books". In: Ginsburg, Victor A.; Throsby, David. *Handbook of the economics of art and culture*, v. 1. Elsevier, pp. 721-761. ISBN: 978 0 444537768
[https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01021-0](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01021-0)
- Clerides, Sofronis K.** (2002). "Book value: intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books". *International journal of industrial organization*, v. 20, n. 10, pp. 1385-1408.
[https://doi.org/10.1016/S0167-7187\(02\)00004-8](https://doi.org/10.1016/S0167-7187(02)00004-8)
- Colbjørnsen, Terje** (2015). "What is the VAT? The policies and practices of value added tax on ebooks in Europe". *International journal of cultural policy*, v. 21, n. 3, pp. 326-343.
<https://doi.org/10.1080/10286632.2014.904298>
- Crosby, Paul** (2019). "Don't judge a book by its cover: examining digital disruption in the book industry using a stated preference approach". *Journal of cultural economics*, v. 43, n. 4, pp. 607-637.
<https://doi.org/10.1007/s10824-019-09363-2>
- Escardíbul, Josep-Oriol; Villarroya, Anna** (2009). "Who buys newspapers in Spain? An analysis of the determinants of the probability to buy newspapers and of the amount spent". *International journal of consumer studies*, v. 33, n. 1, pp. 64-71.
<https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2008.00730.x>
- Fernández-Blanco, Víctor; Prieto-Rodríguez, Juan** (2009). "Análisis de los hábitos de lectura como una decisión económica". *Estudios de economía aplicada*, v. 27, n. 1, pp. 111-135.
- FGEE (1996-2020). *Comercio interior del libro*. Madrid: Federación de Gremio de Editores de España.
<https://www.federacioneditores.org/documentos.php>
- Fishwick, Francis; Fitzsimons, Sharon** (1998). *Report into the effects of the abandonment of the net book agreement*. London: Book Trust. ISBN: 0853534748

- Hjorth-Andersen, Chr** (2000). "A model of the Danish book market". *Journal of cultural economics*, v. 24, pp. 27-43.
<https://doi.org/10.1023/A:1007514320221>
- Jaén-García, Manuel** (2012). "The demand for books and other periodic publications in Spain". *Revista nacional de administración*, v. 3, n. 1, pp. 167-182.
<https://doi.org/10.22458/rna.v3i1.480>
- Kochkina, Nataliya A.; Shenkman, Evgeniya A.; Gordienko, Anastasiya S.** (2018). "The elasticity of demand for books: A study of the book market of the Northwestern Federal District". *Bulletin management of St. Petersburg university*, v. 17, n. 1, pp. 99-117.
<https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2018.105>
- Kontolaimou, Alexandra; Prodromidis, Pródromos-Ioánnis; Konstantakopoulou, Ioanna** (2019). "The issue of fixed book pricing: Evidence based on the Greek experience". *Cyprus economic policy review*, v. 13, n. 2, pp. 102-120.
http://www.ucy.ac.cy/erc/documents/Kontolaimou_et_al_pp102-120.pdf
- Krashen, Stephen; Lee, Syying; McQuillan, Jeff** (2012). "Is the library important? Multivariate studies at the national and international level". *Journal of language and literacy education*, v. 8, n. 1, pp. 26-38.
<http://jolle.coe.uga.edu/wp-content/uploads/2012/06/Is-the-Library-Important.pdf>
- Kübler, Raoul; Seifert, Rouven; Kandziora, Michael** (2020). "Content valuation strategies for digital subscription platforms". *Journal of cultural economics*, e123.
<https://doi.org/10.1007/s10824-020-09391-3>
- Løyland, Knut; Ringstad, Vidar** (2012). "Fixed or free book prices: is a hybrid system superior?". *International journal of cultural policy*, v. 18, n. 2, pp. 238-254.
<https://doi.org/10.1080/10286632.2011.573850>
- Magadán-Díaz, Marta** (2017). *Cambio tecnológico e innovación en el sector editorial español: efectos organizativos*. Oviedo: Tesis doctoral, Universidad de Oviedo.
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2018). "Variables conductoras de la industria editorial española". *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1335-1345.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.16>
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2019a). "Adaptación de la industria del libro en España al cambio tecnológico: pasado, presente y futuro de la digitalización". *Información, cultura y sociedad*, n. 40, pp. 31-52.
<https://doi.org/10.34096/ics.i40.4996>
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2019b). "Fiscalidad indirecta del libro en Europa: implicaciones y políticas". *El profesional de la información*, v. 28, n. 1.
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.11>
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2020a). "The publishing industry in Spain: A perspective review of two decades transformation". *Publishing research quarterly*, v. 36, n. 3, pp. 335-349.
<https://doi.org/10.1007/s12109-020-09746-w>
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2020b). "La industria editorial española: dos décadas clave de transformación y cambio (1996-2016)". *Investigaciones de historia económica*, avance online.
<https://doi.org/10.33231/j.ihe.2020.04.003>
- Magadán-Díaz, Marta; Rivas-García, Jesús I.** (2020c). "El impacto disruptivo del libro electrónico sobre la cadena de valor editorial española: un estudio de casos". *Revista española de documentación científica*, v. 43, n. 1, e258.
<https://doi.org/10.3989/redc.2020.1.1650>
- Ministerio de Cultura (1996-2020). *Panorámica de la edición española de libros*. Madrid: Ministerio de Cultura. Observatorio de la Lectura y el Libro.
<https://www.libreria.culturaydeporte.gob.es/coleccion/panoramica-de-la-edicion-espanola-de-libros-1>
- Mol, Suzanne E.; Bus, Adriana G.** (2011). "To read or not to read: A meta-analysis of print exposure from infancy to early adulthood". *Psychological bulletin*, v. 137, n. 2, pp. 267-296.
<https://doi.org/10.1037/a0021890>
- Palma-Martos, María-Luisa; Martín-Navarro, José-Luis; Jaén-García, Manuel** (2009). "El mercado del libro en España 1989-2006. Un análisis económico". *Estudios de economía aplicada*, v. 27, n. 1, pp. 283-310.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30117097010>
- Poort, Joost; Van-Eijk, Nico** (2017). "Digital fixation: the law and economics of a fixed e-book price". *International journal of cultural policy*, v. 23, n. 4, pp. 464-481.
<https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1061516>

Prieto-Rodríguez, Juan; Romero-Jordán, Desiderio; Sanz-Sanz, José-Félix (2005). "Is a tax cut on cultural goods consumption actually desirable? A microsimulation analysis applied to Spain". *Fiscal studies*, v. 26, n. 4, pp. 549-575. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5890.2005.00023.x>

Ringstad, Vidar (2004). "On the cultural blessings of fixed book prices: facts or fiction?". *International journal of cultural policy*, v. 10, n. 3, pp. 351-365. <https://doi.org/10.1080/1028663042000312570>

Ringstad, Vidar; Løyland, Knut (2006). "The demand for books estimated by means of consumer survey data". *Journal of cultural economics*, v. 30, n. 2, pp. 141-155. <https://doi.org/10.1007/s10824-006-9006-7>

Van-der-Ploeg, Frederick (2004). "Beyond the dogma of the fixed book price agreement". *Journal of cultural economics*, v. 28. <https://doi.org/10.1023/B:JCEC.0000009817.61107.f3>

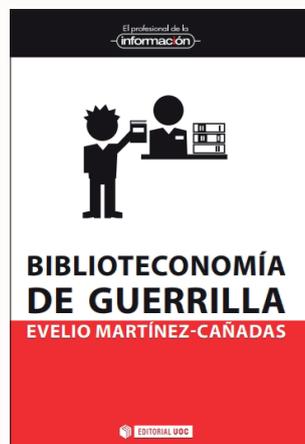
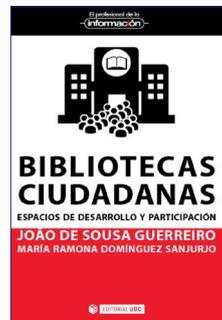
Villarroya, Anna; Escardibul, Josep (2010). "La demanda de libros y publicaciones periódicas en España". *Estudios de economía aplicada*, v. 28, n. 1, pp. 1-21. <http://www.revista-eea.net/documentos/28101.pdf>

Wischenbart, Rüdiger; Fleischhacker, Michaela-Anna (2020). *Global 50. The world ranking of the publishing industry 2020*. Paris: Livres Hebdo. https://www.dropbox.com/s/c0rp084bc0ma1dc/Global50_The_Ranking_of_the_Publishing_Industry_2020_MAF23Okt2020.pdf

Colección de libros de bolsillo

Profesional de la información (Editorial UOC)

Últimos títulos publicados



Más información:

<http://www.profesionaldelainformacion.com/libros.html>