



**JAVIER
CELAYA**

FUNDADOR DE DOSDOCE

 @javiercelaya

PARTICIPA EN...

Dónde estamos y hacia dónde va el sector editorial
10:00-11:00 horas

Javier Celaya (Bilbao, 1963) es socio-fundador del portal cultural Dosdoce.com, miembro del Observatorio de la Lectura de la Junta de Andalucía, y co-Director del Máster de Comunicación Corporativa e Institucional 2.0 y del Máster de Edición Digital, ambos de la Universidad de Alcalá. Desde el año 2009 también forma parte del claustro de profesores de la escuela de negocios y del Consejo Asesor de La Salle International Graduate School. Recientemente ha sido nombrado miembro del Comité Científico y del Consejo de Redacción de la Revista Telos, perteneciente a la Fundación Telefónica. Desde Dosdoce.com ha colaborado en proyectos de formación y comunicación para entidades como la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Grupo Planeta, Accenture España, Random House Mondadori, Grupo Santillana, Fundación Caballero Bonald, Grupo Anaya, Estudio Mariscal, Fundación Tàpies, Telefónica, Fundación BBK, Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, Grupo BPMO, entre otras. Ha publicado varios libros y estudios sobre el uso de las nuevas tecnologías en la estrategia de comunicación y marketing.

"EL EBOOK NO ES LA RAZÓN NI LA VÍA DE ENTRADA DEL PIRATEO. SI OFRECES TU LIBRO EN DIGITAL A UN PRECIO RAZONABLE, CON UNA FACILIDAD DE DESCARGA, DE FORMA LEGAL Y COMPETITIVA, Y LO HACES BIEN VISIBLE, LO VENDERÁS"

¿A qué grandes cambios cree que asistiremos en cinco años?

Para final de la década, o lo que se llama una visión 2020 (que es la visión perfecta), veremos que la realidad de las ventas de contenido digital, que ahora son poco más del 5% y hace unos años de menos del 1%, alcanzarán ya entre el 12 y el 15%. Ese será el total de las ventas digitales en el mercado español. Ya no se pensará de forma geográfica (mercado español no equivale a España), sino idiomática y veremos la explosión de ese mercado, por ejemplo en Estados Unidos. Las editoriales españolas, que han sido grandes exportadoras de contenidos, tendrán que competir con la bibliodiversidad, con todas esas que están surgiendo ya en Argentina, Perú, Colombia... Va a haber más competencia, lo cual llevará a tomárselo más en serio y tratar de ser más competitivos. La competencia en internet es mucho más feroz que en analógico.

¿Están preparadas las editoriales?

Y si no, aún hay tiempo. Todavía no es tarde. Esto acaba de empezar. Lo que hay que hacer es convertirlo en oportunidad cuanto antes, ver que ahora no hay un solo modelo de negocio sino muchos dentro del mismo, como existen muchos formatos. Y cuanto antes definan su estrategia, mejor. En el caso de las editoriales vascas, aunque están por encima de la media española en digitalización de contenidos (el 40%), el reto es convertirlo cuanto antes para tener salida internacional, tanto en castellano como en euskera. ¿Qué hay de quien estudia euskera fuera? ¿De los centros universitarios, de las personas que hablan euskera que viven fuera?

¿Es la piratería una excusa?

Pondré un ejemplo: Lucía Etxebarria dijo una vez que su última novela ya había sido pirateada... Y reconoció que no estaba disponible en formato

digital. Entonces, el eBook no es la razón ni la vía de entrada del pirateo. Si ofreces tu libro en digital a un precio razonable, con una facilidad de descarga, de forma legal y competitiva, y lo haces bien visible, lo venderás. Nadie se dedica a rebuscar en Internet si no está de verdad interesado en algo, no tenemos tiempo para eso. La piratería es una demanda no atendida, por mucho síndrome de Diógenes digital que se tenga.

Aboga por precios dinámicos...

Lo contrario tenía sentido en el mundo analógico para proteger el ecosistema cultural, pero no en el digital, ahí es contranatura. ¿Por qué? Porque en la red el precio de los productos y servicios es la clave de venta: es una herramienta de gestión que no se puede restringir. Hay que tener una mentalidad de precios dinámicos, ofreciendo la novedad a 9,99€ las dos primeras semanas (el lector pagará lo que sea por el nuevo libro de su autor favorito), poder bajarlo a

4,99€ o 5,99€ pasado ese ciclo y transcurridos varios meses, poder ofrecer paquetes. Amazon cambia sus precios de venta más de dos millones de veces cada día... ¿Queremos dejar el mercado en manos de esta plataforma, que ella marque las normas, o vamos a crear nosotros los nuevos modelos de negocio? Es el editor quien debe marcar el precio.