

INFORME
2016

**Evolución del
libro electrónico en
América Latina y España**

Bookwire 

 dosdoce.com

 E| 30 AMÉRICA LATINA
FORO INTERNACIONAL DEL LIBRO DE ESPAÑOLAS INTERNACIONAL BOOK FOR

Contenidos

1. Resumen ejecutivo	3	2.3. Tendencias del mundo del libro digital en Latinoamérica	14
1.1. Crecimiento de las ventas de los editores independientes y la autopublicación.	3	2.4. Conclusiones	15
1.2. El mercado digital en América Latina y España crece a diferente ritmo.	4	3. Evolución del sector editorial por países	18
1.3. Irrupción de un mercado latinoamericano digital y auge del mercado hispano en EE.UU.	4	3.1. Argentina	18
1.4. Menor dependencia de Amazon	5	3.2. Brasil	20
1.5. Diversificación de los modelos de negocio	6	3.3. Chile	23
1.6. Ebooks más competitivos	6	3.4. Colombia	25
1.7. 1 de cada 4 ebooks vendidos en España es un libro autoeditado	7	3.5. Ecuador	28
1.8. Irrupción de los canales de bibliotecas	8	3.6. España	29
1.9. Diferente comportamiento de precios por mercados	8	3.7. México	34
1.10. El audiolibro irrumpe con fuerza	9	3.8. Perú	38
1.11. Más libros sin DRM	10	Resumen de indicadores de la edición digital por países	40
1.12. Creciente innovación: irrupción de nuevos actores en el sector	10	4. Sobre Bookwire, Dosdoce.com y FIL Guadalajara, créditos del estudio y agradecimientos	42
2. Tendencias macroeconómicas y digitales	12	Edición especial para Fil Guadalajara 2016	42
2.1. Tendencias macroeconómicas	12	Sobre FIL Guadalajara	42
2.2. Tendencias digitales	13	Sobre Bookwire.es	43
		Sobre Dosdoce.com	43

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este informe elaborado por Dosdoce.com en colaboración con Bookwire ofrece por segundo año consecutivo una serie de tendencias, indicadores y perspectivas dentro del mercado del libro digital en América Latina y España. El objetivo es ofrecer una herramienta que ayude a editores, librerías, autores, inversionistas, medios de comunicación y público especializado a comprender la transformación que se está produciendo en estos mercados, y las oportunidades de negocio que dicha transformación ofrece a los profesionales en el sector editorial a nivel mundial.

El análisis de las ventas del año 2015 de las más de 170 editoriales independientes españolas y latinoamericanas que gestionan su distribución de libros electrónicos a través de la plataforma Bookwire.es proporciona información muy valiosa que permite, junto a otros estudios e informes, establecer las tendencias actuales de este mercado. El acopio de datos sobre circulación y comercialización digital permiten ya abordar un análisis comparado sobre los mercados digitales de España y América Latina. La capilaridad en distribución digital alcanzada permite analizar con datos cómo se está estructurando el mercado digital del libro.

En la segunda parte del informe, se analizarán los datos de forma individual en diversos países (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, España, México, Perú), ya que el desarrollo de la edición y la introducción de la cultura digital siguen ritmos muy desiguales. La tecnología y el libro digital ofrecen un amplio abanico de oportunidades de negocio a la industria del libro en toda Iberoamérica. El aumento en el número de libros electrónicos que se publican en estos países, la creciente importancia de la lectura digital y

el progresivo papel de Internet como canal de distribución y comercialización del libro hacen pensar que el desarrollo del mercado digital será una realidad en la mayoría de los países iberoamericanos.

A continuación, vamos a describir las 12 principales tendencias digitales que han tenido lugar en los últimos meses en el mundo del libro en español:

1.1. Crecimiento de las ventas de los editores independientes y la autopublicación.

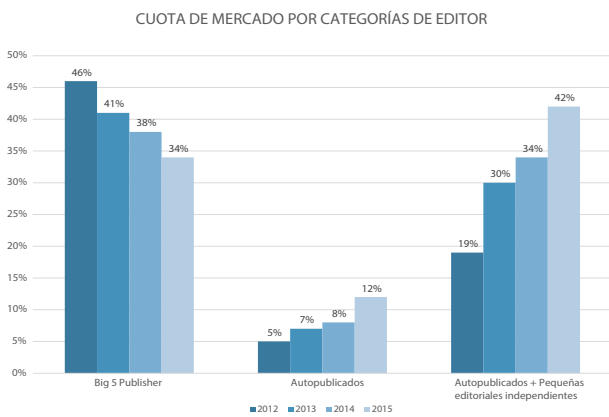
Al igual que en las librerías físicas, el comportamiento de una editorial independiente es diferente al de un gran grupo editorial, a medida que más editoriales independientes apuestan firmemente por la distribución digital de sus libros se detectan nuevamente estas singularidades.

Una primera observación a realizar se basa en la incorporación masiva de editores independientes a la producción y comercialización de libros digitales, especialmente en Latinoamérica, mostrando comportamientos muy distintos de unas editoriales a otras y, específicamente de los pequeños editores frente a las grandes editoriales.

En los mercados en español las editoriales independientes están experimentando un crecimiento entre el 20% y el 35%, mientras que los grandes grupos editoriales han declarado un cierto estancamiento en algunos mercados, o bien un crecimiento moderado en determinados modelos de negocio en comparación con otros años.

El crecimiento de las ventas de estos proyectos editoriales es sumamente significativo, muy posiblemente debido a una mejor

comprensión de las dinámicas de precios que los usuarios están aceptando en Internet. El crecimiento de estas líneas de productos editoriales llega a distorsionar los datos sobre el mercado del libro electrónico, sobre todo con aquellas editoriales independientes que no forman parte de los Gremios de Editores de sus respectivos países o aquellas operaciones de compra y venta que no usan números de ISBN dado que no conllevan una venta unitaria en tienda tales como las ventas de licencias a bibliotecas o las ventas directas de paquetes de libros electrónicos a instituciones (escuelas, corporaciones, etc.)



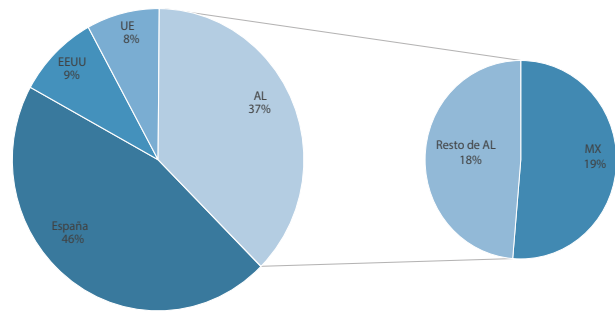
Fuente gráfico: Books and Consumers. Informe Nielsen

Según el gráfico superior del último informe de Nielsen, publicado con motivo de la Feria BookExpo América, la cuota de mercado digital de las 5 grandes editoriales norteamericanas no para de empequeñecerse año tras año. En 2015 las ventas de las "Big 5" representaron el 34% del mercado digital, en comparación con una altísima cuota de mercado del 46% en 2012. Sin embargo, la cuota de mercado de las editoriales independientes no ha parado de crecer durante este mismo periodo. En 2015 las ventas de ebooks de las pequeñas editoriales independientes (con equipos de 1 a 5 personas) alcanzaron un 30% del mercado digital, cuando en 2012 apenas superaba el 15%. Paralelamente, la venta de ebooks de autores autopublicados

ha pasado del 5% en 2012 a más del 12% en 2015.

1.2. El mercado digital en América Latina y España crece a diferente ritmo.

El análisis de las ventas del año 2015 destaca que, de los ebooks editados en España, un 45% es vendido en territorio español mientras que el 55% se vende fuera de España, repartido entre América Latina (37%), Estados Unidos (9%), Europa (8%) y el resto del mundo (1%).



Fuente gráfico: Bookwire

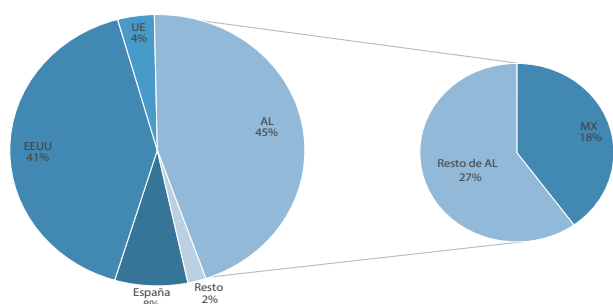
México es el mercado que lidera las ventas de contenidos digitales publicados por editoriales españolas independientes con un 19%, mientras el resto está repartido entre los demás países de la región (Argentina, Colombia, Chile, etc.).

1.3. Irrupción de un mercado latinoamericano digital y auge del mercado hispano en EE.UU.

Cada día hay más editoriales independientes latinoamericanas que apuestan firmemente por la distribución de sus libros en formato digital para llegar a lectores de todo el mundo. Todos conocemos las dificultades de circulación de los libros en papel en la región debido a las múltiples trabas y deficiencias de

la distribución analógica. Afortunadamente, los ebooks no entienden de fronteras gracias a la distribución digital. En este contexto, editoriales independientes como Rey Naranjo¹ de Colombia, Amanuta² de Chile, Malatetra³ y CIDCLI⁴ de México, entre muchas otras, han visto cómo sus libros digitales no solo se están vendiendo en sus países de origen sino que también están llegando a mercados inalcanzables para el formato papel.

Los datos confirman que el 45% de las ventas digitales de las editoriales independientes latinoamericanas tiene lugar en el mercado latinoamericano, mientras que un 55% de las mismas se realiza en mercados fuera de la región: el 41% en EE.UU., el 8% en España, el 4% en Europa y un 2% en el resto del mundo.



Fuente gráfico: Bookwire

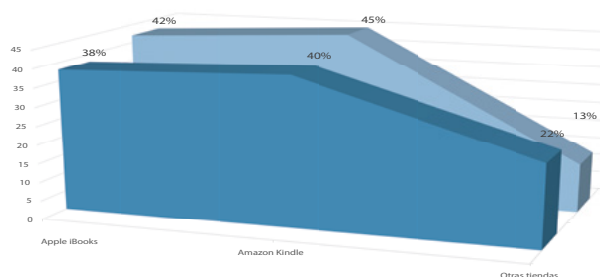
Es obvio que el crecimiento de ventas de editoriales latinoamericanas en España aún tiene un amplio recorrido, por lo que estas editoriales tienen la oportunidad de poner su catálogo digital a través de distribuidores digitales a disposición de este mercado natural, así como invertir en campañas de promoción y difusión de sus contenidos en diferentes mercados.

1 Editorial Rey Naranjo: <http://www.reynaranjo.net/>
 2 Editorial Amanuta: <http://www.amanuta.cl/>
 3 Editorial Malalettra: <http://libros.malalettra.com/>
 4 Editorial CIDCLI: <http://www.cidcli.com/es/>

1.4. Menor dependencia de Amazon

Al igual que muestran numerosos informes internacionales, los grandes grupos editoriales generan entre un 60% y un 75% de las ventas digitales a través de Amazon, pero las editoriales independientes tienen un reparto más equilibrado de sus ventas digitales entre los principales canales internacionales (Amazon, Apple y Google). Es decir, las editoriales independientes no dependen casi exclusivamente de un canal para llegar a los lectores.

Los datos muestran que entre el 40% y el 45% de las ventas digitales de las editoriales independientes españolas y latinoamericanas tiene lugar en Amazon, mientras que entre un 38% y 42% de las mismas se realiza en Apple; el resto de las ventas digitales está muy repartido entre los restantes canales (Casa del Libro, Gandhi, Kobo, FNAC, etc.).



Fuente gráfico: Bookwire

Los motivos de la menor dependencia en Amazon obedecen a varias singularidades específicas de las editoriales independientes. Destacamos algunas de ellas:

- Amazon realiza muchas campañas promocionales alrededor de las novedades. Las editoriales independientes publican muchas menos novedades al año que los grandes grupos editoriales.
- Amazon lleva a cabo numerosas campañas con grandes descuentos en precios.