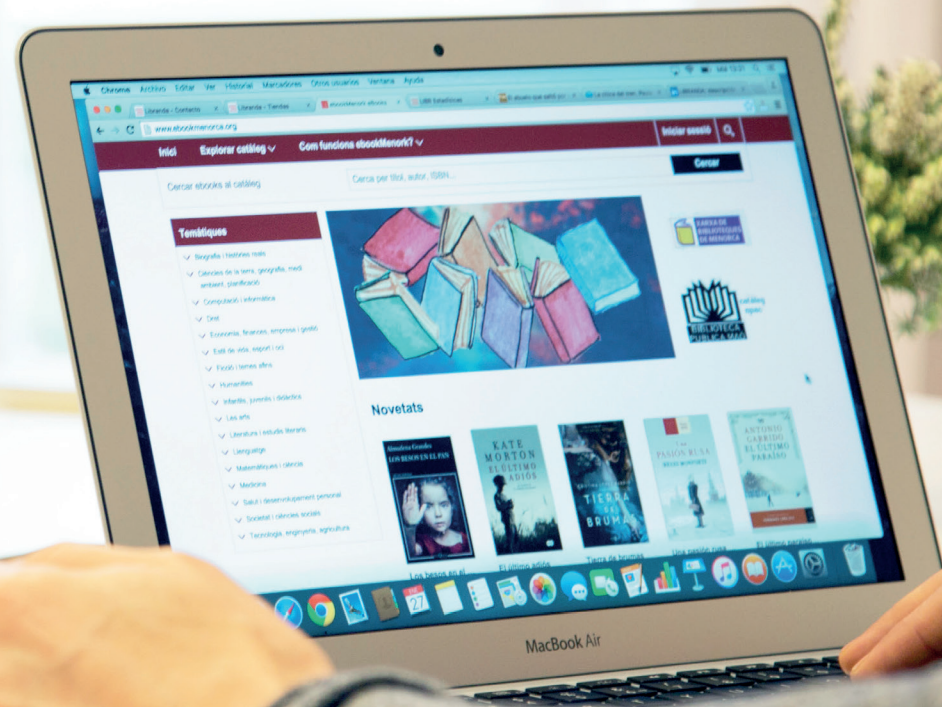


# Libranda

## INFORME ANUAL DEL LIBRO DIGITAL 2015



**1. Introducción**

1.1 El mercado del libro digital en lengua española a nivel internacional ..... Pág 1 / 2

1.2 El papel de Libranda en el mercado digital ..... Pág 3 / 4

1.3 El crecimiento del mercado del libro digital en los últimos seis años..... Pág 5

**2. Análisis geográfico del libro digital en lengua española a nivel internacional en 2015 ..... Pág 6**

**3. Los diferentes canales y modelos de negocio del libro digital en 2015 ..... Pág 7 / 8 / 9**

**4. TOP 20. Las temáticas más vendidas en 2015 ..... Pág 10**

**5. TOP 100. Los títulos más vendidos en 2015 ..... Pág 11 / 12**

**6. TOP 100. Los autores más vendidos en 2015 ..... Pág 13**

**7. Los precios del libro digital a nivel internacional ..... Pág 14 / 15 / 16**

**8. Conclusiones y retos de Libranda en 2016 ..... Pág 17**

**10. Hoja de cierre con datos de contacto ..... Pág 18**

El libro digital en lengua española supone ya un 3% del mercado del libro en España, alcanzando una cuota de mercado del 20% en grandes novedades y lanzamientos.

El presente informe pretende abordar la evolución y situación actual del libro digital en lengua española a nivel internacional (incluyendo además del castellano, otras lenguas de España, como el catalán, el euskera, gallego, etc.), poniendo especial atención en el año 2015.

El gran impulso del libro digital en lengua española se sitúa en el año 2010 con el lanzamiento de Librandia, que representará el principal motor para motivar a las editoriales hacia la digitalización; ésto propiciará la participación de múltiples canales y la creación de diversos modelos de negocio en torno al libro digital como nuevo formato de lectura.

El libro electrónico llega a España en un contexto donde las ventas del libro en formato papel descienden. Entre los años 2010-2014 el mercado del libro en papel cae un 40%. Sin embargo, el libro digital crece paulatinamente. Algunas de las razones de dicho crecimiento son la introducción del libro electrónico en español en el mercado latinoamericano y estadounidense, la entrada de canales de venta internacionales y la aparición de nuevos modelos de negocio en España y Latinoamérica (bibliotecas, plataformas de suscripción, etc.) A todo ello, se le suma el crecimiento constante y progresivo de la oferta digital por parte de los editores.

Es complejo cuantificar el peso del libro digital en relación con el mercado total de libro, por dos motivos fundamentales:

- (1) No hay datos oficiales del valor del mercado en papel en lengua española en muchos territorios de Latinoamérica y Estados Unidos.
- (2) No se dispone de datos oficiales sobre el valor del libro digital en los distintos territorios.

A pesar de lo dicho, en España sí que podemos tratar de cuantificar el peso aproximado del libro digital respecto al mercado total del libro, dado que el mercado del libro en papel está medido y trazado oficialmente en estudios realizados por Nielsen y GfK. De acuerdo al "Informe Nielsen BookScan" del 2015 el mercado del libro en formato papel (excluyendo el libro de texto, el académico y el técnico) supone 900 millones de euros en España.

Libranda, como principal distribuidora de contenido digital en lengua española y, por tanto, con una muestra relevante de datos de facturación, estima que el mercado legal del libro electrónico en España (excluyendo el libro de texto, el académico, el técnico y también la auto-publicación) es ligeramente superior al 3% del mercado del libro, cercano a los 30 millones de euros. Este 3% puede subir hasta un 15% o un 20% en grandes novedades y lanzamientos, en función del autor y de la temática.

Este porcentaje no está muy desalineado con el de otros mercados de Europa, por ejemplo Italia o Francia, pero sí supone una brecha considerable con respecto a países como Reino Unido o Estados Unidos en los que el libro electrónico representa ya un 18% y un 30% del mercado, respectivamente. Estos países iniciaron el proceso de digitalización con mucha antelación, disponen de más catálogo digitalizado y cuentan además con un mayor desarrollo del comercio electrónico.

Según la publicación “El libro digital: Aproximación a la realidad de las editoriales presentes en LIBER 2015” del Ministerio de Cultura a través del Observatorio de la Lectura y el Libro (OLL), en el caso de España la integración digital no está 100% finalizada. De acuerdo a dicho estudio, en 2015 un 72,5% de las editoriales afirmaban haber publicado libros digitales y el restante 27,5% no habían iniciado todavía el proceso de digitalización de sus catálogos. De las editoriales que digitalizan, sólo el 12,6% disponen del 100% del catálogo en formato electrónico y la mayoría de ellas, el 62 % tiene menos de la mitad de su catálogo digitalizado. Queda mucho camino por recorrer.

Existe un amplio mercado que no se encauza por la vía legal. Se intuye su peso e importancia en el “Estudio num.3047 del CIS” (Centro de Investigaciones Sociológicas) en el que se señala que el 11,1% de la población lectora encuestada dice leer libros principalmente en formato digital y el 8,7% dice leer en los dos formatos por igual, papel y digital. El acceso ilegal a contenidos culturales en soporte digital impide el crecimiento esperado del libro electrónico. Resulta indispensable y urgente la definición de una estrategia conjunta por parte de todos los agentes involucrados en las industrias culturales para encontrar soluciones y formular propuestas que garanticen el progreso de la economía digital.

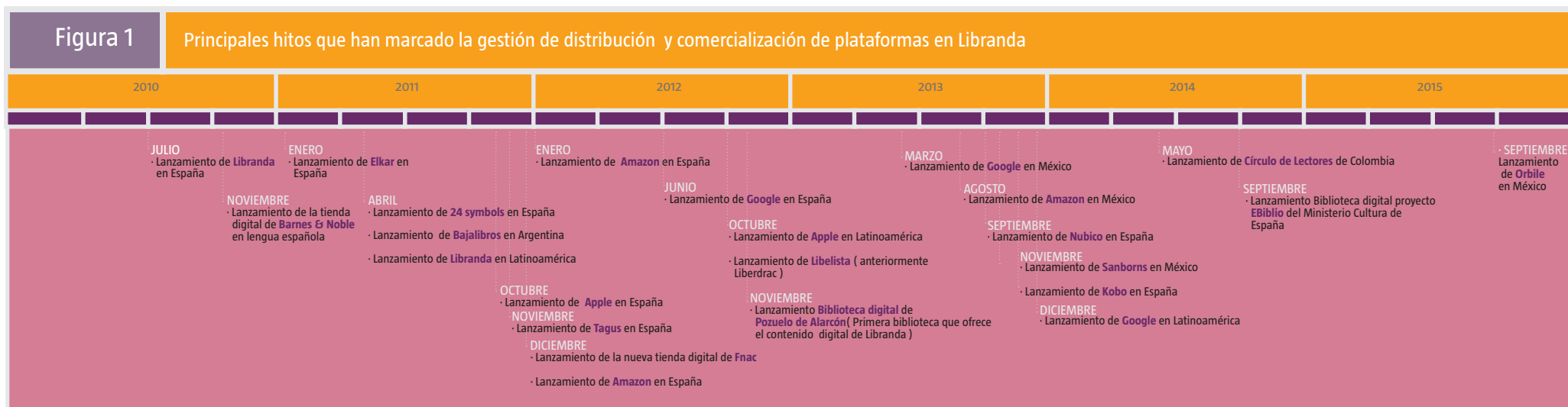
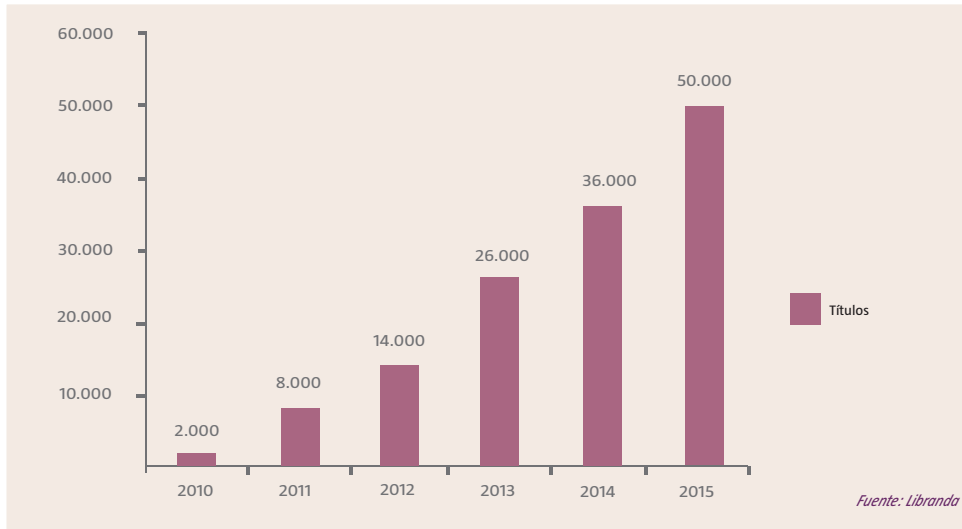
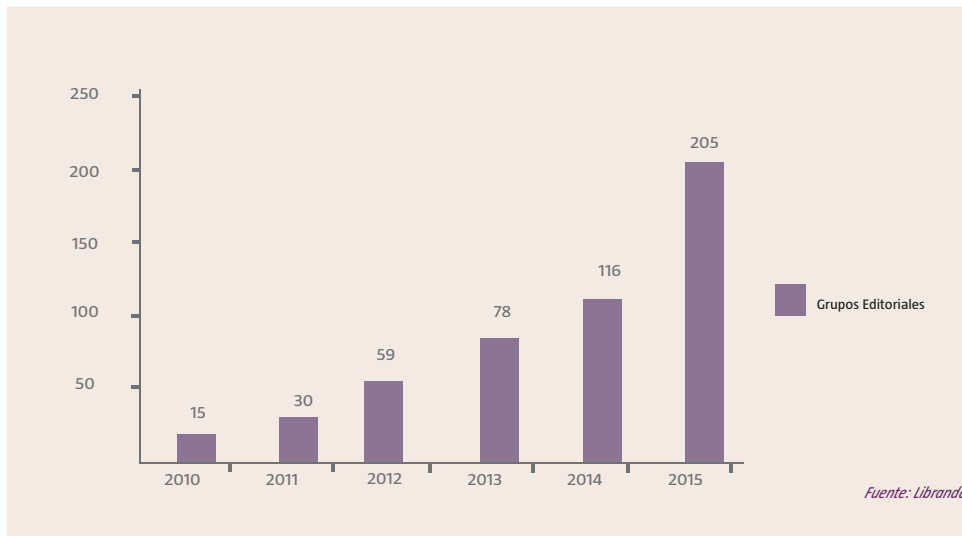


Figura 2

Número de títulos distribuidos por Librandia



Grupos editoriales distribuidos por Librandia



Librandia es la principal distribuidora de libros digitales en lengua española a nivel internacional

Figura 2

Desde 2010, Librandia es la principal distribuidora de libros electrónicos en español a nivel mundial. Dinamiza y difunde la lectura digital para impulsar su desarrollo. A fecha de hoy cuenta con 50.000 títulos para la distribución en tiendas, 40.000 para bibliotecas y algo más de 7.000 para distribución en plataformas de suscripción.

Trabajamos para más de 200 grupos editoriales (que incluyen más de 400 editoriales) y distribuimos su contenido en más de 150 canales (tiendas, bibliotecas y plataformas de suscripción).

Además de la distribución de contenidos digitales, Librandia ofrece a sus clientes otros servicios tales como el desarrollo y la comercialización de plataformas de venta (servicio iRetail) o de préstamo bibliotecario (servicio iBiblio).

Como se ha mencionado en el punto anterior, no se dispone de datos oficiales del valor del mercado del libro digital en los diferentes territorios. Sin embargo, Librandia, gracias a su labor de distribuidora internacional –con la conexión y la red más amplia de comercialización de libros digitales en español–, dispone de una amplia visión de la industria digital para ofrecer datos estadísticos representativos y relevantes.

El objetivo de este estudio es difundir toda esa información para estimular y animar a más editores, tiendas, bibliotecas, plataformas de suscripción y otros agentes a que participen en este mercado en crecimiento y así apoyar el desarrollo del libro digital en el mundo de habla hispana.

Figura 3

### Misión:

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo servicios de distribución y marketing, soluciones innovadoras y asistencia personalizada a todos los agentes que forman parte de la cadena de valor del libro digital en lengua española a nivel internacional.

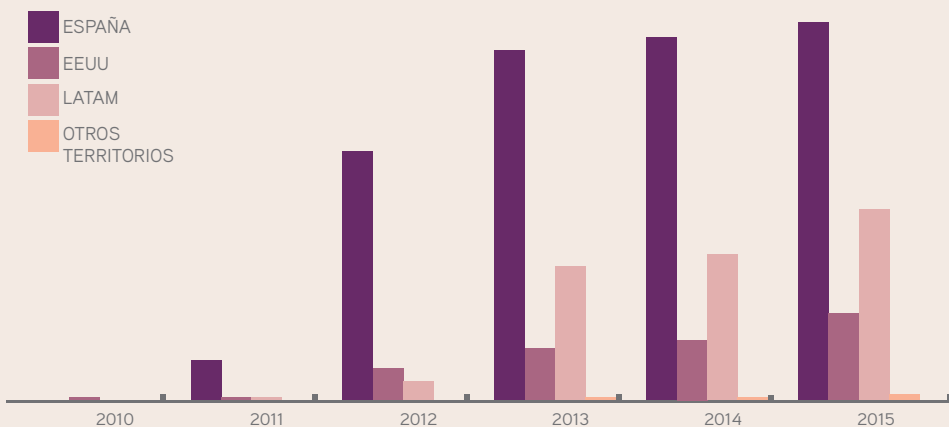
### Valores:

- Actitud de servicio y de orientación al cliente
- Compromiso a largo plazo con *stakeholders*
- Promover la diversidad de editoriales, canales y modelos de negocio
- Búsqueda de la innovación
- Expertos en marketing, referentes en el mercado digital
- Competitivos en el precio de los servicios

*Fuente: Librandia*

Figura 4

Evolución en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española a nivel internacional



Fuente: Librandia

El libro digital en lengua española es un mercado en constante crecimiento. En 2015 creció un 24% respecto a 2014 a nivel global, destacando el crecimiento que se produjo en Latinoamérica (31%) y en Estados Unidos (45%).

Figura 4

En este gráfico mostramos la evolución del valor del mercado del libro digital en lengua española, segmentada por territorios, en los últimos seis años. En la tabla inferior indicamos el porcentaje de crecimiento anual con respecto al año anterior.

Como puede observarse, en los cuatro primeros años, el crecimiento en todos los territorios (especialmente en España) es más notable por tratarse de la fase inicial del desarrollo del mercado: primeros lectores en dar el salto al formato digital, primeras campañas mediáticas, irrupción de todos los grandes canales, etc.

En 2014 el crecimiento es menor (5,7%) porque se estabiliza el número de canales relevantes y las editoriales ya han realizado el esfuerzo inicial de digitalización. Ese menor crecimiento que se produce a nivel internacional en 2014, se corrige y remonta en 2015.

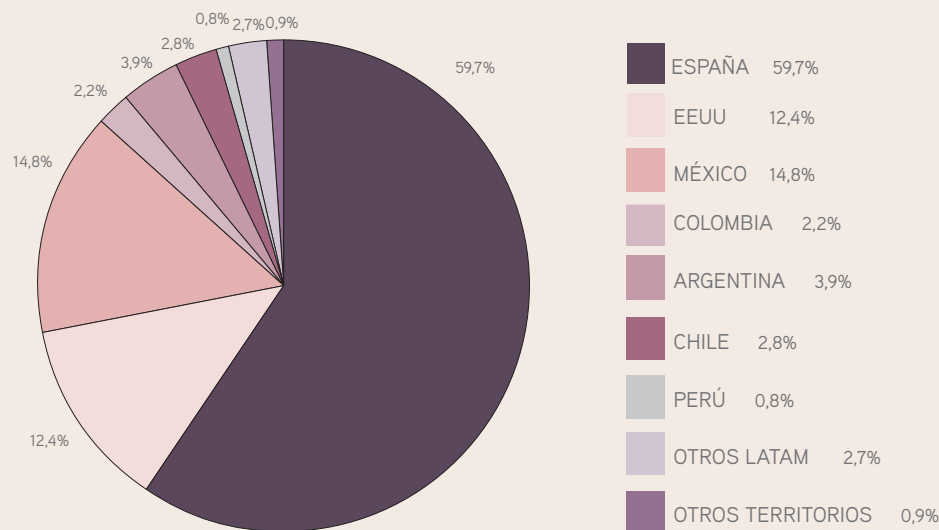
En 2015 el ritmo del crecimiento vuelve a ser significativo, alcanzando el 24% a nivel global. Esta recuperación es atribuible al éxito de los títulos publicados en 2015, al desarrollo de proyectos bibliotecarios y a la expansión de los mercados latinoamericanos y de otros mercados internacionales.

Tabla en porcentaje de crecimiento del mercado del libro digital en lengua española a nivel internacional

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESPAÑA		666,2%	498,9%	40,5%	3,6%	16,9%
EEUU		13068,9%	556,4%	70,2%	10,9%	44,9%
LATAM			1341,2%	551,5%	8,7%	31,1%
OTROS					27,8%	131,5%
TOTAL		776,8%	530%	79,3%	5,7%	24,1%

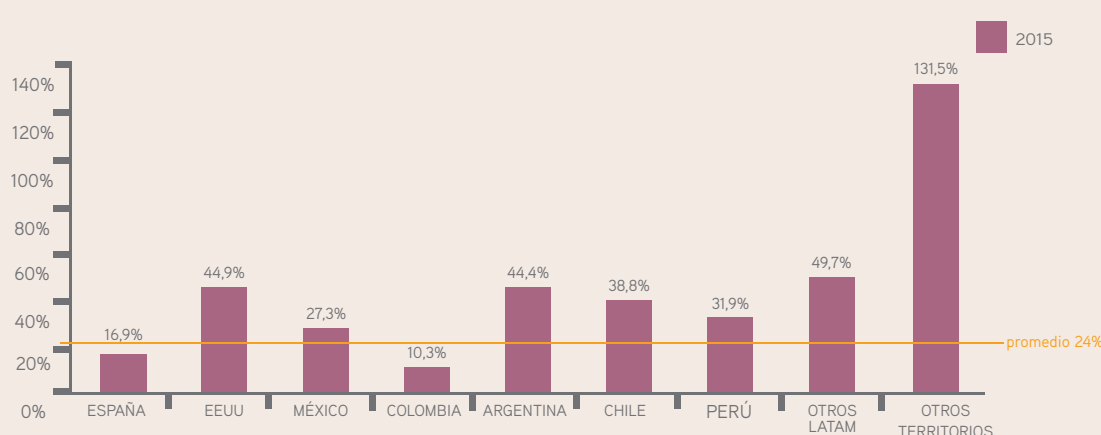
Fuente: Librandia

**Figura 5** Distribución en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por territorio en 2015



Fuente: Librandia

Crecimiento en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por territorio en 2015 vs. 2014



Fuente: Librandia

El peso de cada territorio en el mercado del libro digital en lengua española es el siguiente: España representa el 60%, el conjunto de los países de Latinoamérica el 27%, Estados Unidos el 12% y otros territorios el 1%.

**Figura 5**

En este gráfico mostramos el peso de cada territorio en el mercado del libro electrónico en lengua española en 2015.

En la tabla se indican los porcentajes de crecimiento de cada territorio en 2015 respecto al 2014.

España es el principal mercado del libro digital en español, con cerca del 60% de la facturación total, aunque ha ido perdiendo peso desde el 2013 en favor de los países Latinoamericanos, que ya representan el 27% de las ventas. EEUU supone el 12% del mercado y otros territorios internacionales el 1%.

Si nos centramos en Latinoamérica, claramente es México el país con mayor participación, con un 14,8% de peso. Algunos factores que han impulsado el desarrollo del libro digital en México son:

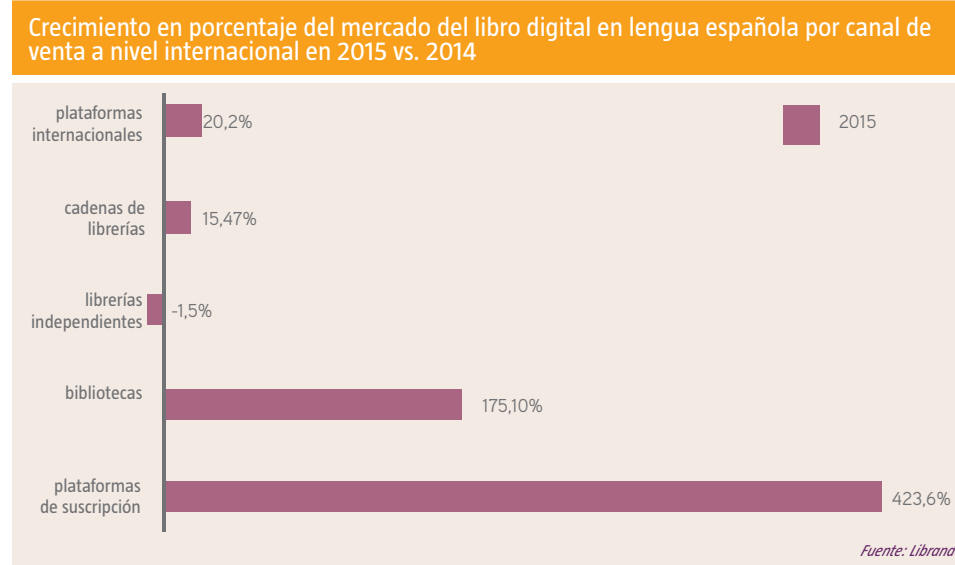
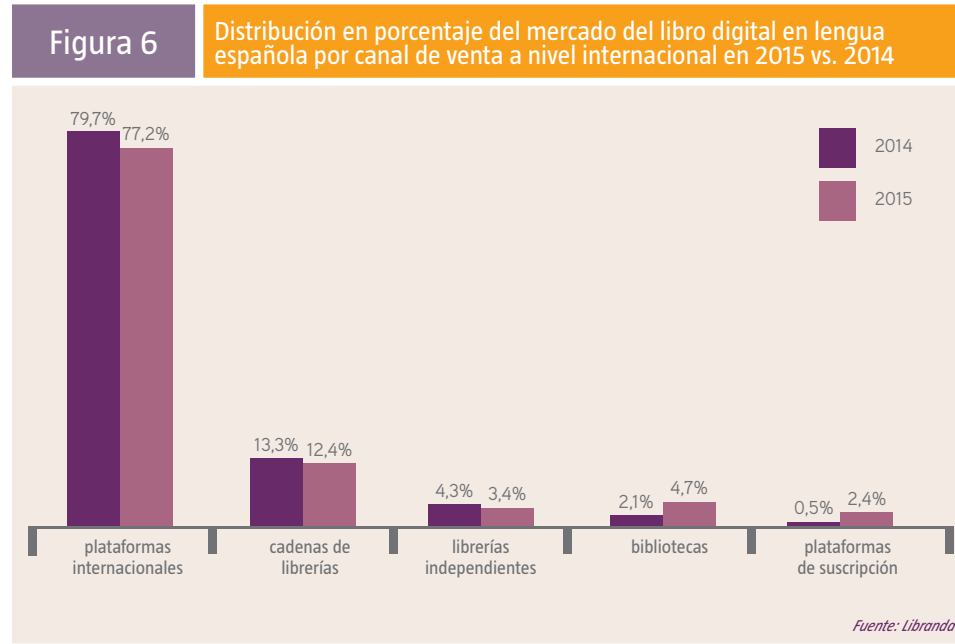
- La presencia con entidad propia de las tiendas internacionales (como Amazon, Apple, Google, etc)
- Las apuestas de cadenas de librerías locales a nivel digital (Sanborns, Gandhi, Porrúa, etc)
- El grado de digitalización de las editoriales
- El apoyo del Gobierno Central a proyectos digitales, como demuestra el reciente lanzamiento de la biblioteca pública digital, "Digitalee"

El crecimiento más significativo en 2015 versus 2014 se ha producido en EEUU con un 45% y en algunos países de Latinoamérica; sobre todo en Argentina, Chile, Perú y México, por el esfuerzo de los canales de venta, por parte de la digitalización local, por el apoyo de algunos gobiernos a la promoción de planes de digitalización y por la importancia de los agregadores locales (agentes que ayudan a las pequeñas y medianas editoriales locales a comercializar sus libros a través de distribuidoras como Librandia).



### 3. LOS DIFERENTES CANALES Y MODELOS DE NEGOCIO DEL LIBRO DIGITAL EN 2015

#### 3.1 Canales de venta y modelos de negocio en el ámbito del libro digital en lengua española en 2015



El libro digital en lengua española se difunde a través de múltiples tipologías de canales y modelos de negocio: plataformas internacionales, cadenas de librerías, librerías independientes, bibliotecas y plataformas de suscripción.

Figura 6

La lectura digital se difunde y promueve actualmente a través de tres tipologías principales de canales: las tiendas que venden el libro electrónico de forma unitaria (plataformas internacionales, cadenas de librerías y librerías independientes), las bibliotecas que prestan libros digitales y las plataformas de suscripción.

#### TIENDAS DE VENTA UNITARIA

Dentro de este grupo, el gran peso lo tienen las plataformas internacionales (Amazon, Apple, Google, Kobo, etc) con un porcentaje del mercado del 77,2% y un crecimiento del 20,2% en el 2015 en comparación con el 2014. La importancia de sus marcas a nivel global, la inversión tecnológica, el catálogo disponible en varios idiomas, las constantes y exitosas acciones promocionales, los diferentes dispositivos y apps de lectura vinculados a sus ecosistemas digitales explican el gran peso de estos agentes en el mercado.

Cabe mencionar también que el peso de este segmento cae en 2015 respecto al 2014, mientras que el peso de las bibliotecas y las plataformas de suscripción crece.

La siguiente categoría en importancia dentro de este grupo son las cadenas de librerías tradicionales que han destinado esfuerzos y recursos para tener una presencia digital propia y ofrecer a sus usuarios libros en ambos formatos, en papel y en digital.

Algunas de estas cadenas de librerías emplean la tecnología Tagus (Casa del libro, el Corte Inglés, La Nacional de Colombia, Liverpool de México, etc); otras emplean la tecnología Kobo (Gandhi y Porrúa de México –ambas operando bajo el proyecto Orbile– La Central en España, etc.); otras emplean la tecnología iRetail de Libranda (Sanborns en México, Elkar en España, Círculo de Lectores en Colombia, etc.) y otras cuentan con tecnología propia (Fnac, etc). Todas ellas suponen ya un considerable 12,4% del mercado (con un crecimiento del 15,5% en el 2015 respecto al año anterior). Hay que señalar que las cadenas de librerías más importantes de Argentina, Colombia, Chile, Perú y Ecuador todavía no tienen una propuesta digital propia y esperamos que en el corto/medio plazo lancen proyectos digitales que contribuyan al crecimiento de esta categoría.

Finalmente dentro del grupo de tiendas de venta unitaria se encuentran las librerías independientes. Hay más de 70 librerías independientes y tiendas que venden libros digitales en lengua española. Representan el 3,4% del mercado y han sufrido un decrecimiento del 1,5% respecto al 2014. Algunas de ellas han hecho un esfuerzo para agruparse y compartir tecnología (por ejemplo algunas librerías de CEGAL que emplean la tecnología Tagus) o incluso para compartir marca comercial (por ejemplo las librerías que forman parte del proyecto Libelista y emplean la tecnología iRetail de Libranda).

#### BIBLIOTECAS

Las Bibliotecas son un canal relevante y un aliado natural del libro electrónico por ser una forma de encauzar la lectura digital por la vía legal. Su evolución depende en gran medida de la voluntad política y de los presupuestos públicos de las distintas administraciones, por ello algunos años su peso varía respecto al total del mercado, en función de si ese año ha habido no presupuestos públicos destinados a la adquisición de licencias digitales.

En este modelo, los usuarios de las bibliotecas públicas pueden acceder fácilmente con su carnet bibliotecario al préstamo y lectura del catálogo digital que la biblioteca pone a su disposición, desde múltiples dispositivos (*ordenadores, tablets, smartphones, eReaders, etc*). Es un gran avance para el servicio público de préstamo.

En el entorno hispanohablante se están creando distintos tipos de proyectos:

- Proyectos de ámbito nacional o regional, como el proyecto eBiblio en España, que es el más destacado en lengua española; el proyecto eliburutegia del gobierno del País Vasco; el proyecto Digitalee, del gobierno de México; la biblioteca digital de Dibam en Chile; y otros proyectos a nivel gubernamental que van a desarrollarse en un futuro inmediato en territorios latinoamericanos
- Proyectos de bibliotecas digitales creados por ayuntamientos o diputaciones. En España contamos con proyectos de biblioteca digital por ejemplo en Pozuelo de Alarcón, Vigo, Cartagena, Ibiza, Coruña, Torrelodones, etc. En Latinoamérica un ejemplo es la red de bibliotecas de la ciudad de Medellín/Fundación EPM

- Proyectos de biblioteca digital de instituciones, por ejemplo la del Instituto Cervantes
- Proyectos de bibliotecas de EEUU que emplean la tecnología de empresas como Overdrive, Bibliotheca, Baker&Taylor, etc. con las que Librandia trabaja bajo acuerdos de redistribución

Todas ellas tienen un peso en torno al 4,7% del mercado y han crecido hasta un 175% en 2015 versus el año anterior.

#### PLATAFORMAS DE SUSCRIPCIÓN

Otro modelo de negocio que se está desarrollando son las plataformas de suscripción que suponen ya un 2,2% del mercado en 2015, pese a tener, por el momento, pocos títulos disponibles en comparación con otros modelos de negocio. Los principales jugadores son: Nubico, 24symbols, Kindle Unlimited, Skoobe, Nubleer, Scribd y Bookmate. En esas plataformas no se vende propiamente el contenido al usuario, sino que se le da acceso a la lectura de un catálogo disponible a cambio del pago de una cuota mensual. El crecimiento de estos canales ha sido de un 424% en 2015.

## 4. TOP 20. LAS TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN 2015

1	FICCION CONTEMPORANEA	24,8%
2	NOVELA ROMANTICA Y EROTICA	22,6%
3	NOVELA POLICIACA Y DE SUSPENSE	9,4%
4	INFANTIL Y JUVENIL	5,5%
5	AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	4,9%
6	NOVELA HISTORICA	3,2%
7	FAMILIA Y SALUD	2,9%
8	EMPRESA Y GESTION	2,8%
9	NOVELA DE AVENTURAS	2,7%
10	BIOGRAFIAS	2,5%
11	SOCIEDAD Y CULTURA	1,7%
12	NOVELA FANTASTICA	1,7%
13	HISTORIA	1,4%
14	NO FICCION	0,9%
15	POLITICA Y GOBIERNO	0,8%
16	CIENCIA FICCION	0,8%
17	ECONOMIA	0,7%
18	MENTE, CUERPO Y ESPIRITU	0,6%
19	CIENCIA	0,5%
20	PSICOLOGIA	0,5%

*El peso de la NOVELA ROMANTICA Y EROTICA viene marcada por efectos como "Grey"  
El peso de la categoría INFANTIL y JUVENIL viene marcado fundamentalmente por el libro juvenil*

# 5. TOP 100. LOS TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2015

1	GREY	E.L. JAMES	GRIJALBO
2	LA CHICA DEL TREN	PAULA HAWKINS	PLANETA
3	EL AMANTE JAPONES	ISABEL ALLENDE	PLAZA & JANES
4	LA TEMPLANZA	MARÍA DUEÑAS	PLANETA
5	UN CAFÉ CON SAL	MEGAN MAXWELL	ZAFIRO
6	HOMBRES BUENOS	ARTURO PÉREZ-REVERTE	ALFAGUARA
7	EL UMBRAL DE LA ETERNIDAD	KEN FOLLETT	PLAZA & JANES
8	DIETA DEL METABOLISMO ACELERADO	HAYLE POMROY	GRIJALBO
9	CINCUENTA SOMBRAS DE GREY	E.L. JAMES	GRIJALBO
10	CIN AÑOS DE SOLEDAD	GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ	LITERATURA RANDOM HOUSE
11	CINCUENTA SOMBRAS MAS OSCURAS	E.L. JAMES	GRIJALBO
12	LO QUE NO TE MATA TE HACE MÁS FUERTE (SERIE MILLENNIUM 4)	DAVID LAGERCRANTZ	DESTINO
13	PÍDEME LO QUE QUIERAS Y YO TE LO DARÉ	MEGAN MAXWELL	ESENCIA
14	SÍGUEME LA CORRIENTE	MEGAN MAXWELL	ESENCIA
15	HOLA, ¿TE ACUERDAS DE MÍ?	MEGAN MAXWELL	ESENCIA
16	CINCUENTA SOMBRAS LIBERADAS	E.L. JAMES	GRIJALBO
17	TRILOGÍA DEL BAZTÁN (PACK)	DOLORES REDONDO	DESTINO
18	LA LUZ QUE NO PUEDES VER	ANTHONY DOERR	SUMA
19	DIME QUIEN SOY	JULIA NAVARRO	PLAZA & JANES
20	OFRENDA A LA TORMENTA	DOLORES REDONDO	DESTINO
21	PALMERAS EN LA NIEVE	LUZ GABÁS	TEMASDEHOY
22	PADRE RICO. PADRE POBRE	ROBERT T. KIYOSAKI	AGUILAR
23	ELLA ES TU DESTINO	MEGAN MAXWELL	CLICK
24	ALGUIEN QUE NO SOY	ELÍSABET BENAVENT	SUMA
25	TE ESPERARÉ TODA MI VIDA	MEGAN MAXWELL	ESENCIA
26	EL MURMULLO DE LAS ABEJAS	SOFIA SEGOVIA	LUMEN
27	ALGUIEN COMO TU	ELÍSABET BENAVENT	SUMA
28	UNA NOCHE. ENAMORADA	JODI ELLEN MALPAS	PLANETA
29	ALGUIEN COMO YO	ELÍSABET BENAVENT	SUMA
30	PABLO ESCOBAR MI PADRE	JUAN PABLO ESCOBAR	PLANETA COLOMBIA
31	TRILOGIA CINCUENTA SOMBRAS	E.L. JAMES	GRIJALBO
32	DISPARA, YO YA ESTOY MUERTO	JULIA NAVARRO	PLAZA & JANES
33	LA CAIDA DE LOS GIGANTES	KEN FOLLETT	PLAZA & JANES
34	LLÁMAME BOMBÓN	MEGAN MAXWELL	ZAFIRO
35	EL INVIERNO DEL MUNDO	KEN FOLLETT	PLAZA & JANES
36	LA MAGIA DEL ORDEN	MARIE KONDO	AGUILAR
37	CREAR O MORIR	ANDRES OPPENHEIMER	DEBATE
38	PÍDEME LO QUE QUIERAS	MEGAN MAXWELL	ESENCIA
39	VALERIA EN EL ESPEJO	ELÍSABET BENAVENT	SUMA
40	EN LOS ZAPATOS DE VALERIA	ELÍSABET BENAVENT	SUMA
41	EL TIEMPO ENTRE COSTURAS	MARÍA DUEÑAS	TEMAS DE HOY
42	AFTER. ALMAS PERDIDAS (SERIE AFTER 3)	ANNA TODD	PLANETA
43	UNA FORTUNA PELIGROSA	KEN FOLLETT	DE BOLSILLO
44	CINCUENTA SOMBRAS DE GREY (ED. MX)	E.L. JAMES	GRIJALBO
45	LOS PILARES DE LA TIERRA	KEN FOLLETT	PLAZA & JANES
46	AFTER. AMOR INFINITO (SERIE AFTER 4)	ANNA TODD	PLANETA
47	LA LEY DE LOS JUSTOS	CHUFO LLORÉNS	GRIJALBO
48	CEREBRO DE PAN	DAVID PERLMUTTER	GRIJALBO
49	AFTER (SERIE AFTER 1)	ANNA TODD	PLANETA
50	EL HOMBRE QUE AMABA A LOS PERROS	LEONARDO PADURA	TUSQUETS

Top 100 Títulos. Los títulos más vendidos distribuidos por Librandia en 2015

# 5. TOP 100. LOS TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2015

51 EL DOMADOR DE LEONES  
 52 EL ARTE DE NO AMARGARSE LA VIDA  
 53 AFTER. EN MIL PEDAZOS (SERIE AFTER 2)  
 54 LA VERDAD SOBRE EL CASO HARRY QUEBERT  
 55 SAPIENS. DE ANIMALES A DIOS  
 56 LA CASA DE LOS ESPIRITUS  
 57 EL GUARDIÁN INVISIBLE  
 58 ASÍ EMPIEZA LO MALO  
 59 EL ABUELO QUE SALTÓ POR LA VENTANA Y SE LARGÓ  
 60 COMO GANAR AMIGOS E INFLUIR SOBRE LAS PERSONAS  
 61 TE LO DIJE  
 62 LOS BESOS EN EL PAN  
 63 UNA NOCHE. DESEADA (EDICIÓN DEDICADA)  
 64 EL IMPOSTOR  
 65 JERUSALÉN. CABALLO DE TROYA 1  
 66 LEGADO EN LOS HUESOS  
 67 HOMBRES SIN MUJERES  
 68 BEAUTIFUL SECRET  
 69 UN LUGAR LLAMADO LIBERTAD  
 70 PÍDEME LO QUE QUIERAS, AHORA Y SIEMPRE  
 71 TAMBIÉN ESTO PASARÁ  
 72 CIUDADES DE PAPEL  
 73 LA RIDÍCULA IDEA DE NO VOLVER A VERTE  
 74 VALERIA EN BLANCO Y NEGRO  
 75 MI HOMBRE. SEDUCCIÓN  
 76 UNA NOCHE. TRAICIONADA  
 77 TODAS LAS CANCIONES DE AMOR QUE SIEMPRE SONARÁN EN LA RADIO  
 78 VALERIA AL DESNUDO  
 79 UNA VIDA CON ANGELES  
 80 LA LADRONA DE LIBROS  
 81 PERSIGUIENDO A SILVIA  
 82 LA SANGRE DE LOS INOCENTES  
 83 NO CULPES AL KARMA DE LO QUE TE PASA POR GILIPOLLAS  
 84 SORPRÉNDEME  
 85 EL MONJE QUE VENDIÓ SU FERRARI  
 86 LOS 7 HÁBITOS DE LA GENTE ALTAMENTE EFECTIVA  
 87 TRILOGÍA PÍDEME LO QUE QUIERAS  
 88 PÍDEME LO QUE QUIERAS O DÉJAME  
 89 LA SOMBRA DEL VIENTO  
 90 BAJO LA MISMA ESTRELLA  
 91 LA SORPRESA DE MI VIDA  
 92 LAS GAFAS DE LA FELICIDAD  
 93 CULPABLE  
 94 MI HOMBRE. OBSESIÓN  
 95 STEVE JOBS. LECCIONES DE LIDERAZGO  
 96 CAUTIVADA POR TI (CROSSFIRE IV)  
 97 MANHATTAN CRAZY LOVE  
 98 VESTIDO DE NOVIA  
 99 A FLOR DE PIEL  
 100 LA NOIA DEL TREN

CAMILLA LÄCKBERG  
 RAFAEL SANTANDREU LORITE  
 ANNA TODD  
 JOËL DICKER  
 YUVAL NOAH HARARI  
 ISABEL ALLENDE  
 DOLORES REDONDO  
 JAVIER MARIÁS  
 JONAS JONASSON  
 DALE CARNEGIE  
 MEGAN MAXWELL  
 ALMUDENA GRANDES  
 JODI ELLEN MALPAS  
 JAVIER CERCAS  
 J. J. BENÍTEZ  
 DOLORES REDONDO  
 HARUKI MURAKAMI  
 CHRISTINA LAUREN  
 KEN FOLLETT  
 MEGAN MAXWELL  
 MILENA BUSQUETS  
 JOHN GREEN  
 ROSA MONTERO  
 ELÍSABET BENAVENT  
 JODI ELLEN MALPAS  
 JODI ELLEN MALPAS  
 CRISTINA PRADA  
 ELÍSABET BENAVENT  
 TANIA KARAM  
 MARKUS ZUSAK  
 ELÍSABET BENAVENT  
 JULIA NAVARRO  
 LAURA NORTON  
 MEGAN MAXWELL  
 ROBIN SHARMA  
 STEPHEN R. COVEY  
 MEGAN MAXWELL  
 MEGAN MAXWELL  
 CARLOS RUIZ ZAFÓN  
 JOHN GREEN  
 ELIZABETH NANN  
 RAFAEL SANTANDREU  
 PATRICIA GELLER  
 JODI ELLEN MALPAS  
 WALTER ISAACSON  
 SYLVIA DAY  
 CRISTINA PRADA  
 PIERRE LEMAITRE  
 JAVIER MORO  
 PAULA HAWKINS

MAEVA EDICIONES  
 PAIDOS  
 PLANETA  
 ALFAGUARA  
 DEBATE  
 PLAZA & JANES  
 DESTINO  
 ALFAGUARA  
 EDICIONES SALAMANDRA  
 SUDAMERICANA  
 ESENCIA  
 TUSQUETS  
 PLANETA  
 LITERATURA RANDOM HOUSE  
 PLANETA  
 DESTINO  
 TUSQUETS  
 DEBOLSILLO  
 DEBOLSILLO  
 ESENCIA  
 EDITORIAL ANAGRAMA  
 NUBE DE TINTA  
 SEIXBARRAL  
 SUMA  
 PLANETA  
 PLANETA  
 ZAFIRO  
 SUMA  
 ALAMAH  
 LUMEN  
 SUMA  
 PLAZA & JANES  
 ESPASA  
 ESENCIA  
 GRIJALBO  
 PAIDOS  
 ESENCIA  
 ESENCIA  
 PLANETA  
 NUBE DE TINTA  
 ZAFIRO  
 GRIJALBO  
 ZAFIRO  
 PLANETA  
 ENDEBATE  
 ESPASA  
 ZAFIRO  
 ALFAGUARA  
 SEIXBARRAL  
 LA CAMPANA

Top 100 Títulos. Los títulos más vendidos distribuidos por Librandia en 2015

## 6. TOP 100. LOS AUTORES MÁS VENDIDOS EN 2015

1	MEGAN MAXWELL	51	BLUE JEANS
2	E.L. JAMES	52	ANTHONY DOERR
3	KEN FOLLETT	53	CASSANDRA CLARE
4	ELÍSABET BENAVENT	54	ALBERT ESPINOSA
5	ISABEL ALLENDE	55	JOËL DICKER
6	PAULA HAWKINS	56	GERONIMO STILTON
7	MARÍA DUEÑAS	57	JAVIER MARÍAS
8	ANNA TODD	58	EDUARDO MENDOZA
9	ARTURO PÉREZ-REVERTE	59	JOHN VERDON
10	DOLORES REDONDO	60	DAN BROWN
11	JODI ELLEN MALPAS	61	MARIE KONDO
12	JULIA NAVARRO	62	JENNIFER PROBST
13	SHANNON HALE	63	JUAN PABLO ESCOBAR
14	GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ	64	SOFIA SEGOVIA
15	JOHN GRISHAM	65	JUAN ESLAVA GALÁN
16	HAYLIE POMROY	66	ALICIA GIMÉNEZ BARTLETT
17	NORA ROBERTS	67	UMBERTO ECO
18	LEONARDO PADURA	68	HENNING MANKELL
19	ROBERT T. KIYOSAKI	69	LISA KLEYPAS
20	CRISTINA PRADA	70	MARY HIGGINS CLARK
21	DAVID LAGERCRANTZ	71	LAURA NORTON
22	STEPHEN KING	72	GLENN COOPER
23	DANIELLE STEEL	73	JOSÉ SARAMAGO
24	MARIO VARGAS LLOSA	74	ILDEFONSO FALCONES
25	HARUKI MURAKAMI	75	CARLOS GONZÁLEZ
26	J. J. BENÍTEZ	76	ANDRES OPPENHEIMER
27	KIERA CASS	77	EDWARD RUTHERFURD
28	JOHN GREEN	78	PIERRE LEMAITRE
29	MAYA BANKS	79	ROSA MONTERO
30	PATRICIA GELLER	80	JAIME MCGUIRE
31	CARLOS RUIZ ZAFÓN	81	JAVIER SIERRA
32	NOAH GORDON	82	MARKUS ZUSAK
33	NATALIE CONVERS	83	TEA STILTON
34	NICHOLAS SPARKS	84	PATRICK ROTHFUSS
35	SYLVIA DAY	85	OSHO
36	LORENZO SILVA	86	EVA P. VALENCIA
37	FLORENCIA BONELLI	87	KATE MORTON
38	ALMUDENA GRANDES	88	JONAS JONASSON
39	ROBIN SHARMA	89	ANDREA CAMILLERI
40	CAMILLA LÅCKBERG	90	SANTIAGO POSTEGUILLO
41	J KENNER	91	DONNA LEON
42	CHRISTINA LAUREN	92	MONICA MCCARTY
43	LUZ GABÁS	93	J. R. R. TOLKIEN
44	NOE CASADO	94	JAVIER CERCAS
45	MICHAEL CONNELLY	95	ISAAC ASIMOV
46	WALTER ISAACSON	96	CONNIE JETT
47	LENA VALENTI	97	LAURELIN PAGE
48	NOELIA AMARILLO	98	STEPHENIE MEYER
49	JAVIER MORO	99	DALE CARNEGIE
50	CHUFO LLORÉNS	100	JO NESBO

## 7. LOS PRECIOS DEL LIBRO DIGITAL A NIVEL INTERNACIONAL

### 7.1 Evolución de los precios medios de venta del libro digital de los últimos seis años a nivel internacional

Figura 7

Evolución en euros del precio medio del ebook en lengua española a nivel internacional



Los libros digitales son entre un 30%-60% más baratos que los libros en papel, pese a que en territorios como España, el IVA de los libros electrónicos es superior (21%) al de los libros en formato papel (4%).

Figura 7

Este gráfico muestra la evolución de los precios medios de venta sin IVA del libro electrónico en los últimos seis años a nivel internacional.

Los precios de los libros digitales son inferiores con respecto a los libros en formato papel. El precio medio de venta al público de las novedades suele ser un 30% más bajo en digital que en papel y, en los libros de fondo, esta reducción de precio llega al 50%-60%. No obstante, muchos editores ya no toman como referencia el precio del libro en papel a la hora de fijar el precio de los libros digitales.

En el ámbito del libro electrónico normalmente son los editores los que fijan el precio de venta al público del libro, ya sea porque así se establece por ley (como es el caso de España) o porque los acuerdos de los editores con los canales siguen la modalidad de "agencia" o "comisionista". Hay excepciones a esta regla, por ejemplo, en EEUU, donde los acuerdos suelen seguir la modalidad "reseller" y, por lo tanto, son los canales los que establecen el precio de venta al público, basándose en el precio recomendado por el editor.



## 7. LOS PRECIOS DEL LIBRO DIGITAL A NIVEL INTERNACIONAL

### 7.1 Evolución de los precios medios de venta del libro digital de los últimos seis años a nivel internacional

En la figura 7 puede observarse cómo los precios medios de venta disminuyen como consecuencia de varios efectos: participación de más libros de fondo en el *mix* de ventas, incorporación de catálogos de editores con precios más bajos y revisión de políticas de precio del formato digital que la mayoría de editoriales han realizado en estos años con el propósito de atraer a más lectores.

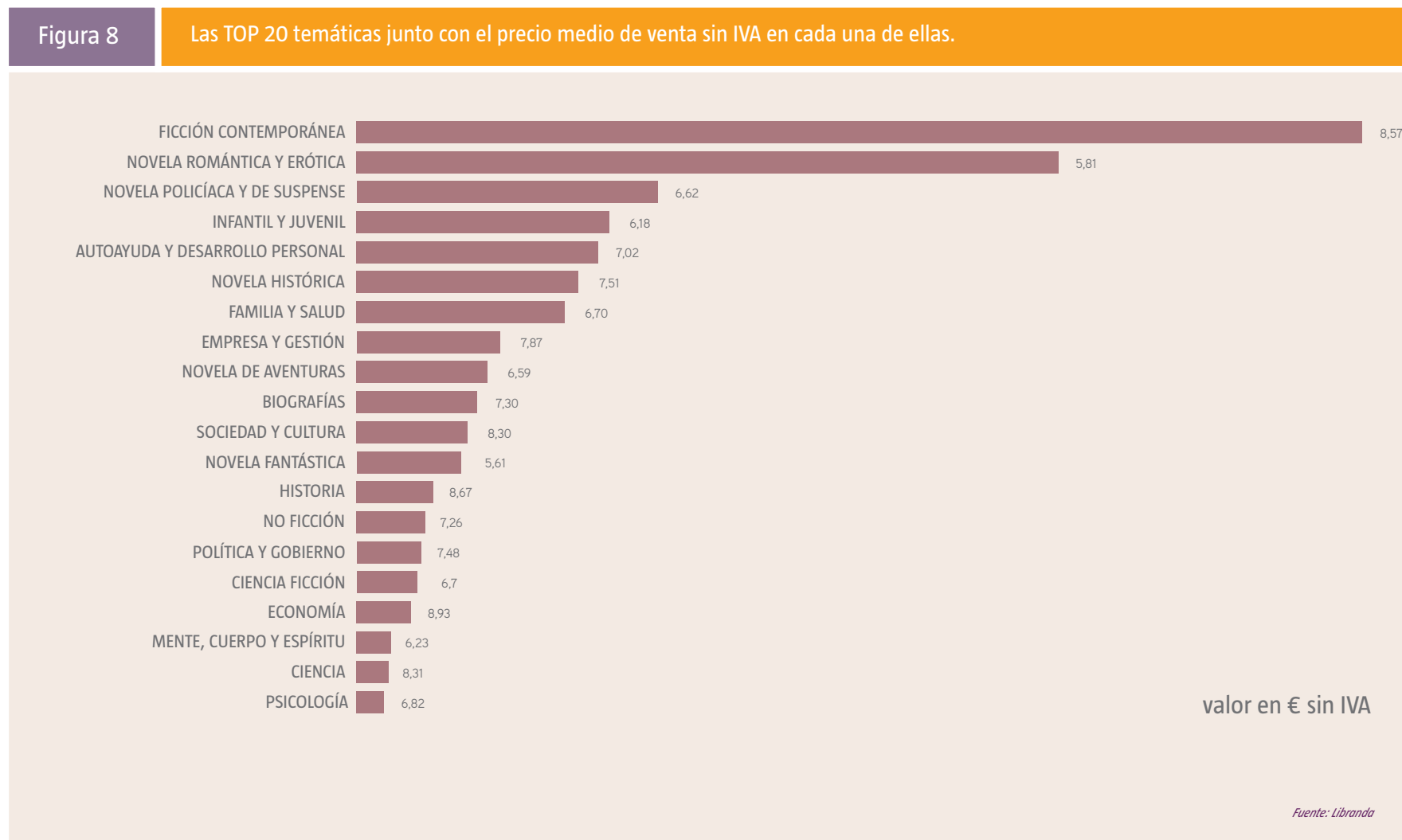
En España el precio medio de venta sin IVA ha decrecido un 36% a lo largo de estos últimos seis años. Empezó en 9,7 € y ahora está en 6,2 €. El IVA del libro digital en España es de un 21% respecto al 4% del libro en papel, lo que supone una clara discriminación fiscal hacia el formato digital.

En el caso de Latinoamérica, los precios medios de venta también han descendido, aunque en los últimos años, si los convertimos a € (la venta se realiza en moneda local en cada territorio) se han mantenido. Conviene indicar que en el mercado Latinoamericano el libro digital no soporta impuesto sobre el valor añadido, a excepción de Chile donde el impuesto del valor añadido del libro digital es del 19%.

## 7. LOS PRECIOS DEL LIBRO DIGITAL A NIVEL INTERNACIONAL

Figura 8

En la Figura 8 se muestra el peso de cada una de las TOP 20 temáticas junto con el precio medio de venta sin IVA en cada una de ellas.



## 8. CONCLUSIONES Y RETOS DE LIBRANDA PARA 2016

El libro digital en lengua española se consolida y crece año tras año a nivel internacional. A su crecimiento contribuimos todos los agentes involucrados en la cadena de valor del libro electrónico (autores, agentes literarios, editores, distribuidores, tiendas, bibliotecas, proveedores tecnológicos, administraciones públicas, etc.).

Los retos que cada uno de nosotros tenemos por delante son diversos y será nuestra labor conjunta la que permitirá que el libro digital crezca y evolucione en 2016 como ha venido haciéndolo hasta la fecha.

Libranda ha identificado seis retos principales a los que debe hacer frente como distribuidora líder del mercado para seguir contribuyendo al desarrollo del mismo:

- (1) Animar a los editores a continuar el proceso de digitalización de sus catálogos
- (2) Apoyar y asesorar a los editores en la preparación de metadatos y en la realización de planes de marketing digital para mejorar el posicionamiento de los libros en los distintos canales y aumentar su visibilidad
- (3) Fomentar y apoyar el desarrollo de bibliotecas digitales en España y en los distintos países de Latinoamérica
- (4) Explorar nuevos modelos de negocio y nuevos canales de comercialización del libro electrónico
- (5) Desarrollar servicios y herramientas de *Business Intelligence* que proporcionen a las editoriales conocimientos sobre la evolución del mercado y sobre los hábitos de compra y lectura de los consumidores
- (6) Ampliar las funcionalidades de nuestra plataforma para que la distribución digital sea aún más eficiente

Abordar con éxito estos retos es nuestro objetivo para contribuir a la consolidación paulatina de la lectura digital, que tanto aporta al mundo del libro y a la difusión de la cultura.

Informe elaborado por:



Para más información sobre Libranda contactar con:

**GEMMA MONÉS**

**DIRECTORA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Travessera de Gràcia 56 3º 3ª

08006 Barcelona

España

tlf: 93 445 87 93