INFORME ANUAL DEL LIBRO DIGITAL 2016

libranda

ÍNDICE

0. Índice

1. El mercado del libro digital en lengua española a nivel internacional en 2016 — 4 / 6

2. El crecimiento del mercado del libro digital en lengua española en 2016 — 8

3. Análisis geográfico del libro digital en lengua española en 2016 — 10

4. Participación de los diferentes canales y modelos de negocio en el ámbito del libro digital en lengua española en 2016 — 12 / 14

5. **Top** 10. Las temáticas más vendidas (en unidades) en 2016 — 16

6. **Top 10.** Los títulos y los autores más vendidos (en unidades) en 2016 — 18

7. Porcentaje de ventas (en unidades) por antigüedad de publicación y clasificación temática en 2016 — 20

8. Peso de las ventas (en unidades) de la clasificación **Top 100 títulos** en 2016 — 22

9. El precio medio de venta del libro digital en lengua española en 2016 — 24

10. El precio medio por temática del libro digital en 2016 — 26

11. Sobre Libranda — 28

12. Datos de contacto

libranda

1

El mercado del libro digital en lengua española a nivel internacional en 2016

El crecimiento del libro digital en lengua española en 2016 vs. 2015 es de un 7 % a nivel global y alcanza una cuota de entre el 10 y el 25 % en los libros de mayor éxito comercial y en grandes novedades en España.

7 % de crecimiento a nivel global

Cuota entre el 10 y el 25 % en grandes novedades en España

↖ FIG. 1
CRECIMIENTO DEL MERCADO DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA A NIVEL INTERNACIONAL EN 2016

En el año 2016 Libranda publicó su primer informe sobre el libro digital con el objetivo de abordar la evolución global del libro electrónico en lengua española durante el periodo 2010-2015.
En dicho informe se analizaron datos sobre el crecimiento y la evolución del libro digital por territorio, tipo de canal y clasificación temática; se presentaron datos de top ventas sobre libros, autores y temáticas, y, finalmente, se expusieron los datos referentes a la evolución de los precios por materia y ámbito geográfico.

Haz clic en *INFORME 2015 LIBRANDA* para acceder al estudio del libro digital 2015.

Libranda es la principal distribuidora de libros digitales en lengua española. Cuenta con una gran cartera de editores en distribución (esta abarca un amplio espectro, desde grandes grupos editoriales hasta cientos de pequeñas editoriales independientes) y con la red más amplia de comercialización del libro electrónico en sus diversas modalidades de negocio; esto nos permite disponer de una amplia visión de la industria y ofrecer datos estadísticos representativos y relevantes.

Transcurrido un año, publicamos ahora nuestro segundo informe del libro digital, en el que actualizamos los parámetros presentados en el primero, añadiendo datos del año 2016. Adicionalmente, incluimos nueva información relativa al peso de las ventas por antigüedad de publicación y por su posición en el top ventas.

Al igual que indicamos en el informe anterior, el presente estudio se ciñe con rigor al ámbito del libro electrónico en lengua española, excluyendo del análisis el libro de texto o académico, así como la autopublicación digital.

Séptimo año consecutivo de crecimiento

En 2016 el crecimiento del libro digital en unidades vendidas a través del canal librerías y a bibliotecas (en todos los territorios) es de un 5,4 % y, en valor en euros (€), de un 4,8 %.

El crecimiento dispar entre unidades y valor es debido, fundamentalmente, a la evolución de los tipos de cambio de divisa de varios territorios de Latinoamérica, especialmente en México y en Argentina. Si añadimos el canal de suscripción al cómputo del crecimiento, el crecimiento global pasa a ser del 6,7 % en valor en euros (€) frente al 2015.

En las distintas secciones del estudio profundizamos sobre cómo se reparte el crecimiento por territorios, tipos de canales y modelos de negocio.

Otra tendencia positiva que se desprende del análisis del top ventas de libros en formato digital vs. formato papel en España en 2016 es que las cuotas digitales de estos libros son muy competitivas, oscilando entre el 10 y el 25 %.

Los indicadores del desarrollo del mercado son positivos: en 2016 fueron desarrollándose nuevos proyectos y avances (ver Figura 2 (página 6) con los principales hitos que han marcado la distribución, actualizado en 2016); además, hay excelentes noticias, como la que el ministro de Economía, Luis de Guindos, dio en diciembre de 2016 con motivo de la propuesta de la Comisión Europea de aplicar a los libros digitales un IVA reducido, como sucede con el libro en papel. De Guindos informó de la voluntad que tenía el Gobierno de llevar adelante la equiparación del IVA en ambos formatos, pero no despejó la duda de cuándo se producirá esa convergencia.

Pese a que el libro digital en lengua española continúa creciendo, sigue habiendo un amplio mercado que no se encauza por la vía legal. Insistimos en la importancia y urgencia de definir una estrategia conjunta por parte de todos los agentes involucrados en las industrias culturales para formular propuestas que garanticen el progreso de la economía digital y el desarrollo del mercado legal.

Estimación del mercado del libro digital en lengua española

En España

En el *Informe anual del libro digital 2015*, dijimos que estimábamos que el mercado legal del libro electrónico (excluyendo el libro de texto / académico y la autopublicación) ascendía a 30 millones de euros, aproximadamente un 3 % del mercado del libro de aquel año.

Teniendo en cuenta el crecimiento de 2016 en el territorio de España (11 %), la cifra aumenta a 33 millones de euros.

Si adicionalmente -según distintos datos e informaciones parciales analizados (puesto que no hay datos oficiales)- asumimos que la autopublicación de libros digitales en España pueda suponer 5 millones de euros adicionales, obtenemos que el resultado del valor del mercado digital (excluyendo el libro de texto / académico) en nuestro país sería de 38 millones de euros. Este importe supone un 4 % del mercado del libro en global, que asciende a 938 millones de euros en 2016.

En Latinoamérica, Estados Unidos y otros territorios

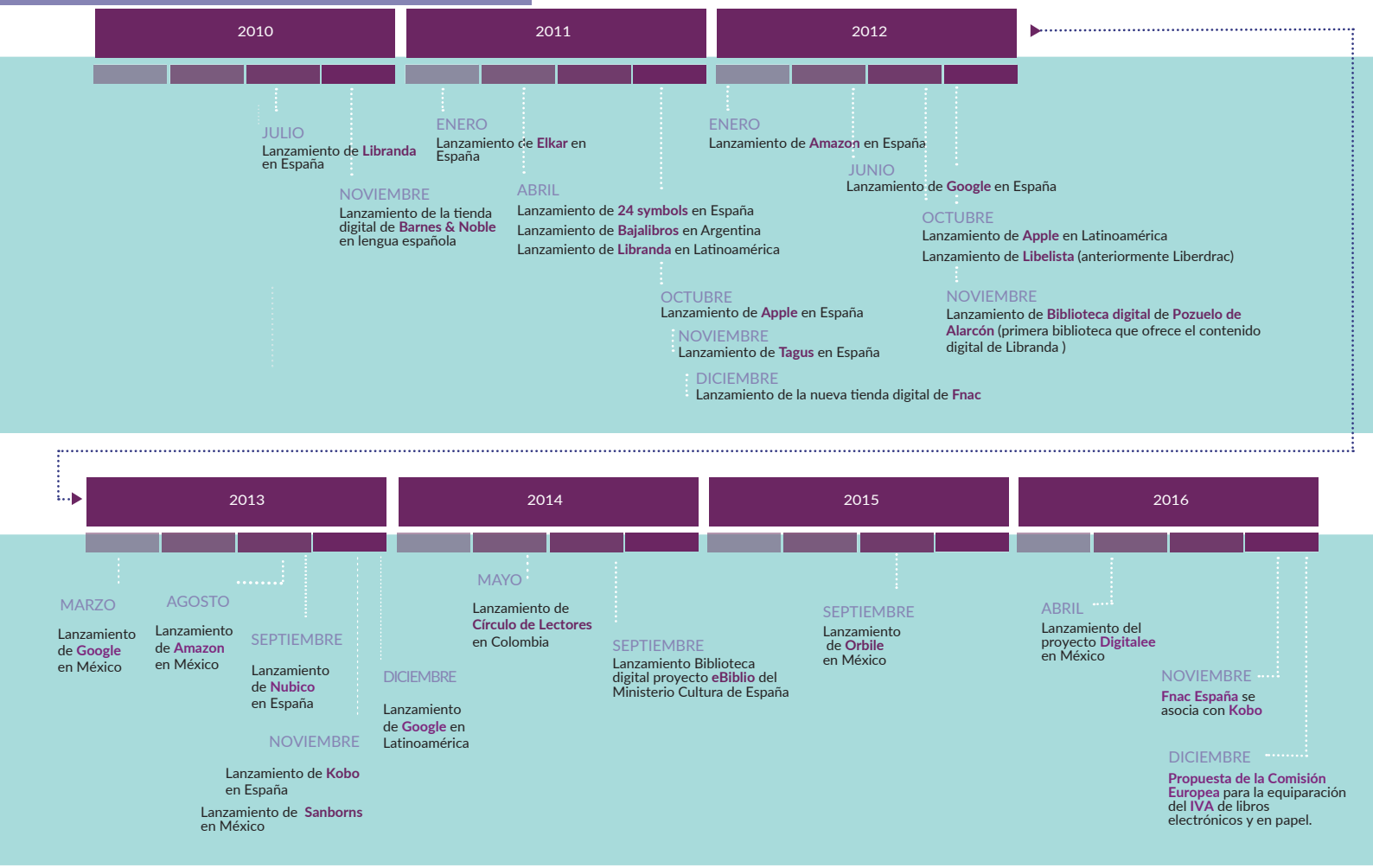
Más difícil es estimar lo que ocurre en otros territorios, puesto que no hay fuentes oficiales del valor del mercado del libro en lengua española en formato papel.

Sin embargo, según los datos internos de los que Libranda dispone y el reparto geográfico de las ventas del libro digital en lengua española en los distintos territorios, estimamos que el valor de mercado fuera de España puede ascender a 23 millones de euros.

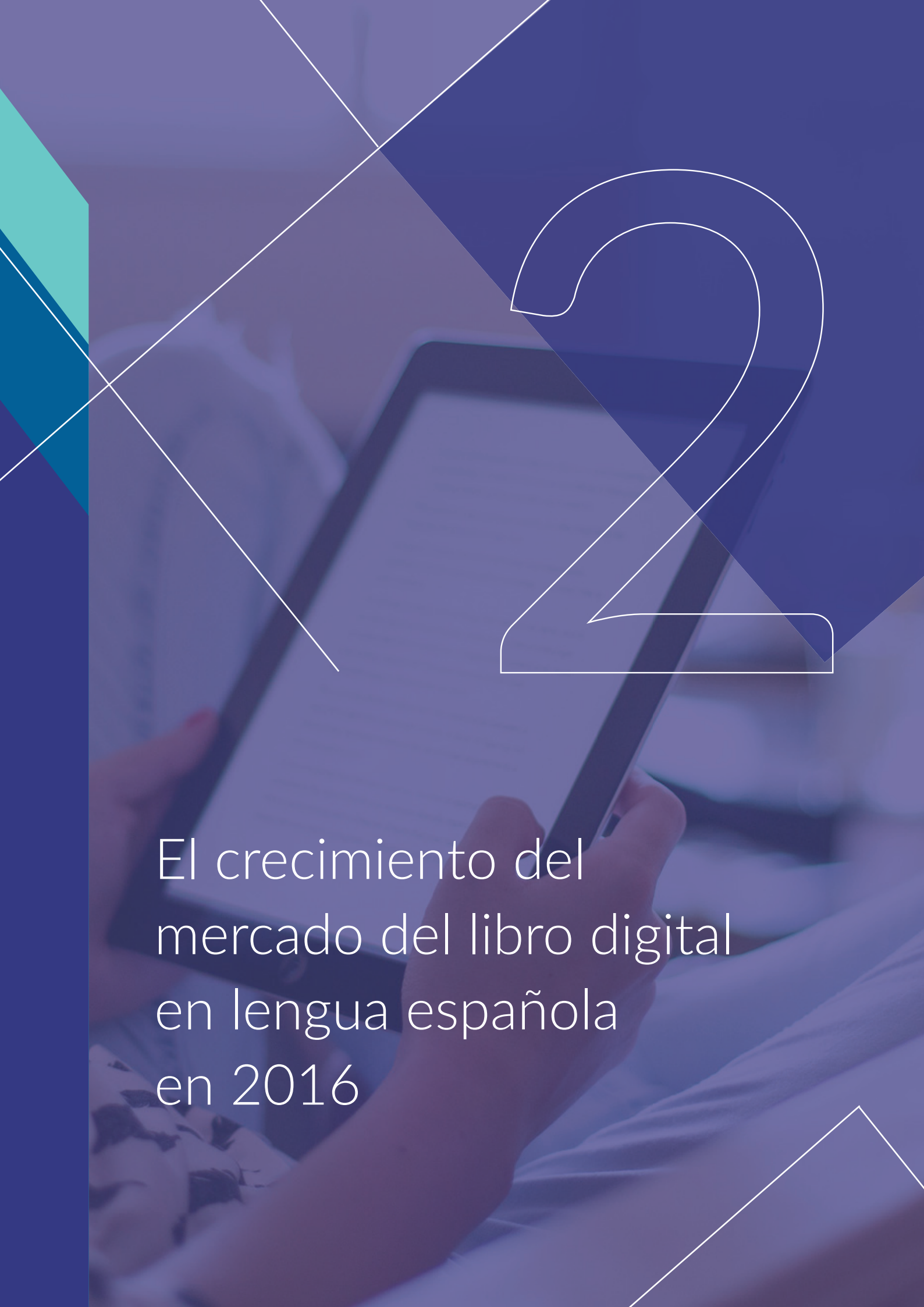
A nivel global

Por tanto, estimamos que el mercado del libro electrónico en lengua española en todo el mundo (excluyendo el libro de texto / académico) alcanza los 61 millones de euros.

FIG. 2
PRINCIPALES HITOS QUE HAN MARCADO LA DISTRIBUCIÓN DEL LIBRO ELECTRÓNICO



libranda

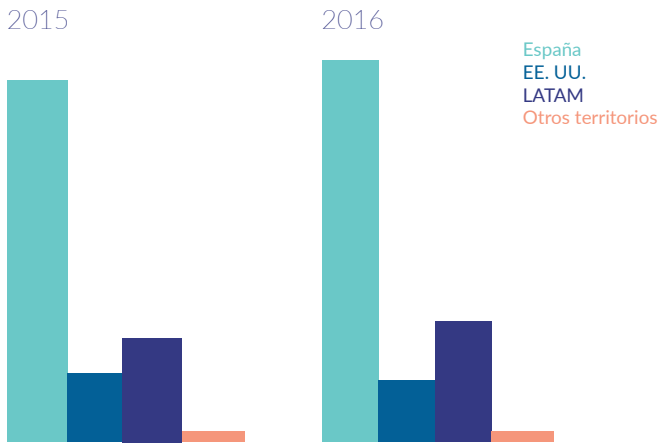


2

El crecimiento del mercado del libro digital en lengua española en 2016

El crecimiento en valor del libro digital del 7 % en 2016 se produjo fundamentalmente gracias al incremento en España, que continua siendo el mercado con mayor peso, cuyo crecimiento alcanzó un 11 %.

↙ FIG. 3
EVOLUCIÓN INTERNACIONAL DEL VALOR DEL MERCADO DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA EN 2016 vs. 2015



Dando continuidad al análisis evolutivo que ya hicimos en nuestro primer informe, en las figuras 3 y 4 mostramos la evolución del valor del mercado y el crecimiento del libro digital en lengua española, segmentado por zona geográfica, en 2016 frente a 2015.

En la figura 4 se aprecia un crecimiento en valor en euros (€) muy relevante en España (11,3 %), ya que en este territorio crecen significativamente las unidades vendidas en las distintas tiendas y el precio medio del libro se mantiene (6,4 € en 2016 frente a 6,2 € en 2015) en comparación con otras zonas geográficas. Es, además, el territorio donde más impacta el crecimiento de las plataformas de suscripción.

El territorio de Latinoamérica -pese a experimentar un crecimiento de las ventas en unidades (12 % vs. 2015)- se mantiene prácticamente igual que en 2015 si medimos el crecimiento en valor en euros (€) (0,9 %). Esto es debido, sobre todo, al impacto negativo de las devaluaciones monetarias en países como México y Argentina. En otros países de Latinoamérica, como son Colombia, Chile y Perú, el crecimiento en valor ha sido muy significativo, mayor que en España (partían de bases menores).

En lo que respecta a EE. UU. y a otros territorios, el decrecimiento se produce tanto en unidades como en valor, dando lugar a una caída en valor en euros (€) de -1,4 % en EE. UU. y de -9 % en otros territorios.

↘ FIG. 4
PORCENTAJES DE CRECIMIENTO EN VALOR DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA

Fuente: Libranda

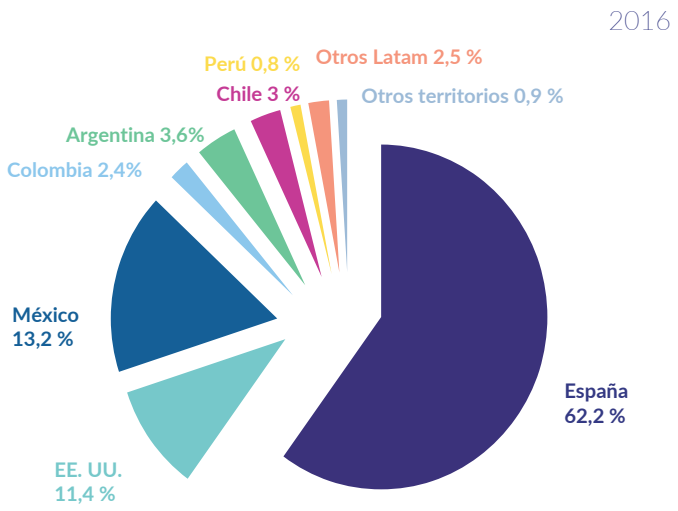
	2016 vs. 2015
España	**11,3 %**
EE. UU.	**-1,4 %**
Latam	**0,9 %**
Otros territorios	**-9 %**
TOTAL	**6,7 %**

3

Análisis geográfico del libro digital en lengua española en 2016

El peso de cada territorio en el mercado del libro digital en lengua española durante 2016 es el siguiente: España representa el 62 %; el conjunto de los países de Latinoamérica, el 26 %; EE. UU., el 11 %, y otros territorios, el 1 %.

↘ FIG. 5
DISTRIBUCIÓN EN PORCENTAJE DEL MERCADO DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA POR TERRITORIO EN 2016



En la figura 5 mostramos el peso de cada territorio en el mercado del libro electrónico en lengua española en 2016; en la figura 6 se indican los porcentajes de crecimiento respecto al año anterior en cada territorio.

Como ya hemos dicho, España se mantiene como el principal mercado del libro digital en español con una cuota del 62,2 %, ligeramente superior a la de 2015.

Después de España, el siguiente territorio con más peso del mercado es México, con una cuota del 13,2 %. México cuenta con presencia local de las grandes plataformas internacionales, además de iniciativas de librerías locales y de bibliotecas públicas digitales.

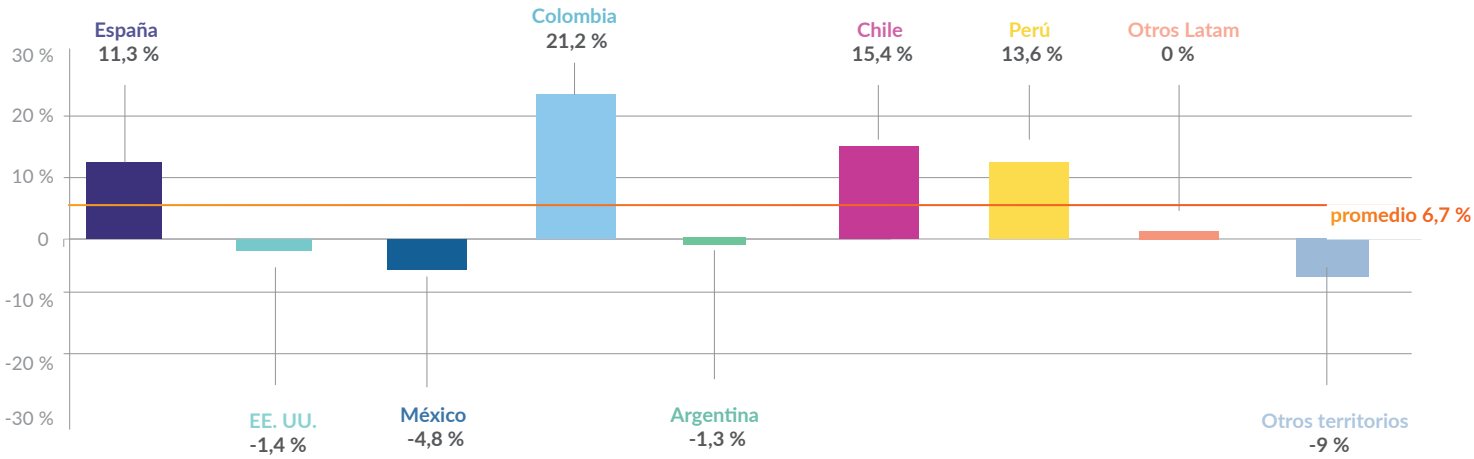
El tercer país con más peso es EE. UU., que este año baja en comparación con 2015, por lo que se sitúa en un 11,4 %.

Tras estos tres primeros territorios, encontramos a Argentina (3,6 %), Chile (3 %) y Colombia (2,4 %); tras ellos, los restantes países de Latinoamérica y del mundo.

Los crecimientos más significativos en valor en euros (€) por territorio se producen en Colombia (21,2 %), Chile (15,4 %) y Perú (13,6 %), seguidos de España (11,3 %). Como hemos dicho, México y Argentina decrecen en valor en euros (€) un -4,8 % y -1,3 % respectivamente debido a las devaluaciones significativas que han sufrido los pesos mexicanos y argentinos a lo largo de 2016. De no haberse producido dichas devaluaciones, el crecimiento hubiera sido importante, pues lo es en moneda local y también lo es en unidades (15 % en México y 12 % en Argentina).

↘ FIG. 6
CRECIMIENTO EN PORCENTAJE DEL MERCADO DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA POR TERRITORIO EN 2016

Fuente: Libranda



libranda

4

Participación de los diferentes canales y modelos de negocio en el ámbito del libro digital en lengua española en 2016

Los lectores pueden acceder al libro digital a través de múltiples canales y modelos de negocio: tiendas de venta unitaria, bibliotecas y plataformas de suscripción.
Además, en 2016 se empiezan a explorar y desarrollar modelos que, con toda probabilidad, se consolidarán en los próximos años en relación con bibliotecas escolares, bibliotecas corporativas, etc.

Tiendas de venta unitaria

En esta tipología de canal se incluyen las plataformas internacionales y las librerías y plataformas *online* independientes.

En la figura 7 se aprecia que, al igual que ya sucedía en años anteriores, el mayor peso del mercado global recae en las plataformas internacionales (Amazon, Apple, Google, Kobo, etc.) con un 79,9 % del mercado; este peso es similar al que tenían en 2014, ligeramente disminuido en 2015.

En la figura 8 (página 13) se aprecia que el crecimiento de estas plataformas en conjunto durante 2016 ha sido de un 10,4 %, con un patrón de crecimiento individual muy distinto entre las distintas plataformas que conforman este grupo.

Dentro de la tipología de tiendas de venta unitaria se encuentran también las librerías y plataformas *online* independientes, fundamentalmente encabezas por cadenas de librerías y librerías tradicionales que han destinado esfuerzos y recursos para tener una presencia digital propia.

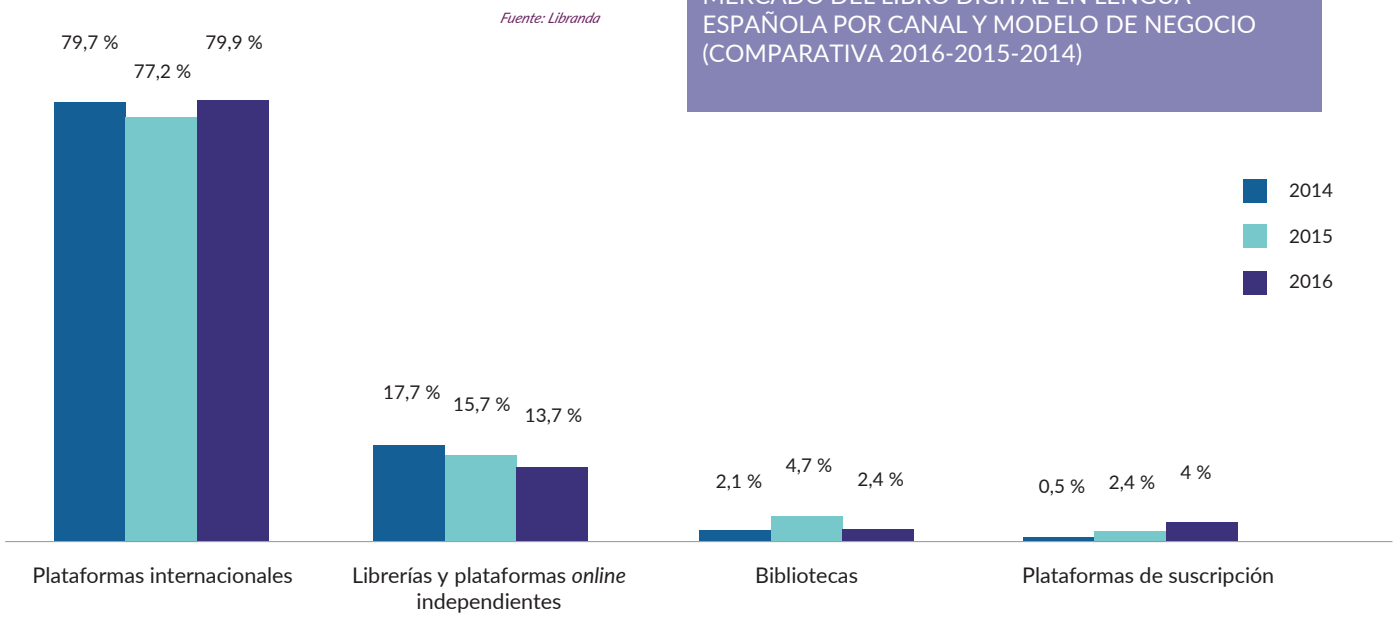
Algunas de estas cadenas de librerías emplean el ecosistema Tagus (Casa del Libro y Corte Inglés en España, La Nacional en Colombia, Liverpool en México, etc.); otras emplean la tecnología Kobo (Fnac y La Central en España, Gandhi y Porrúa en México) u operan con la tecnología iRetail de Libranda (Sanborns en México, Elkar en España, etc.); otras disponen de su propia plataforma tecnológica (Bajalibros, etc.).

En la figura 7 se refleja que el peso de esta categoría en 2016 es del 13,7 %. Este porcentaje cae por segundo año consecutivo, siendo la caída en facturación en 2016 de un -8 %, como se reflejan en la figura 8 (página 13).

No obstante, creemos que la categoría podrá recuperarse en un corto o medio plazo gracias a avances tecnológicos que algunas de las librerías han implementado recientemente o implementarán en breve (Fnac, Sanborns, etc.), a las nuevas estrategias de *marketing* que podrán llevar a cabo y a las nuevas iniciativas digitales de libreros locales de Nicaragua, Chile y Perú, previstas para el periodo 2017-2018.

Si se destinan recursos y se trabaja en estrategias de colaboración, esta categoría puede tener una tendencia positiva. Experiencias como la de Tolino en Alemania o la de Fnac en Francia demuestran que es posible tener éxito y ocupar cuotas relevantes en el mercado digital.

↘ FIG. 7
DISTRIBUCIÓN GLOBAL EN PORCENTAJE DEL MERCADO DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA POR CANAL Y MODELO DE NEGOCIO (COMPARATIVA 2016-2015-2014)



Bibliotecas digitales

Como ya dijimos en nuestro primer informe, las bibliotecas son un canal relevante y un aliado natural del libro electrónico por ser una forma de promover y encauzar la lectura digital por la vía legal.

En el caso de las bibliotecas públicas, los usuarios que cuenten con un carnet de biblioteca pueden acceder al préstamo *online* y a la lectura del catálogo digital, que la biblioteca pone a su disposición, desde múltiples dispositivos de lectura. El catálogo digital de la biblioteca está fundamentalmente compuesto por libros digitales y por audiolibros (las bibliotecas han sido uno de los agentes que, desde el inicio, más han apostado por la promoción del formato audiolibro).

En el entorno hispanohablante se están consolidando distintos tipos de proyectos de biblioteca pública digital, siendo los más destacados los siguientes en función del territorio:

-En España:

El Proyecto eBiblio, del Ministerio de Cultura de España, es el más relevante de todos los proyectos de nuestro país e incluye a todas las comunidades autónomas de España, salvo al País Vasco, que cuenta con su propia plataforma de préstamo (Proyecto eLiburutegia).

Otros proyectos de biblioteca digital que destacan en España son el desarrollado por el Instituto Cervantes o los promovidos a nivel local por diputaciones y ayuntamientos (Vigo, Cartagena, Coruña, Soria, Torrelodones, etc.).

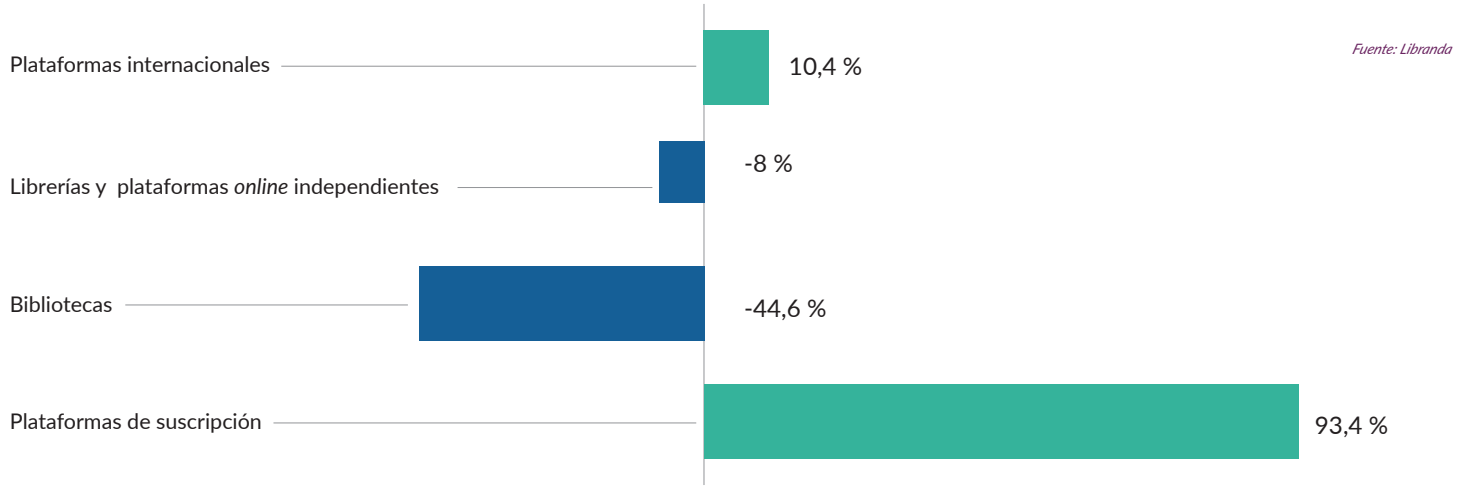
-En Latinoamérica:

Destacan como pioneros el Proyecto Digitalee, iniciativa de la Secretaría de Cultura de México y el proyecto de la biblioteca digital de Dibam, iniciativa del Gobierno de Chile.

-En Estados Unidos:

El libro digital en español tiene presencia prácticamente en todas las bibliotecas de Estados Unidos, fundamentalmente, a través de plataformas de préstamo estadounidenses instaladas en las distintas bibliotecas del país (Overdrive, Bibliotheca, Baker&Taylor, etc.).

↘ FIG. 8
CRECIMIENTO GLOBAL EN PORCENTAJE DEL MERCADO DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA POR CANAL Y MODELO DE NEGOCIO EN 2016 vs. 2015



Al desarrollo del préstamo digital contribuyen también los proyectos creados en el ámbito de las bibliotecas universitarias públicas o privadas, como por ejemplo las siguientes: Universidad de Salamanca, Universidad de Castilla La Mancha, Universidad de las Palmas de Gran Canaria, Universidad Isabel I de Burgos, Universidad Miguel de Cervantes de Valladolid, ESADE, etc.

Como mostramos en la figura 7 (página 12), las bibliotecas, en su conjunto, han sufrido un descenso muy significativo en su cuota en 2016, que pasa a ser un 2,4 % (niveles del 2014), debido a un decrecimiento de las adquisiciones de licencias de un -45 % (ver Figura 8) respecto al año anterior. Este descenso se debe fundamentalmente a un hecho concreto y puntual: en 2016 el Ministerio de Cultura de España no ha realizado el concurso de contenidos en el marco del proyecto eBiblio.

Pese al descenso de 2016, prevemos un crecimiento importante del canal bibliotecario en el periodo 2017-2018 como consecuencia de varios factores:

-Las adquisiciones de contenidos vinculadas al proyecto eBiblio previstas para dicho periodo.
-La aparición de nuevos proyectos de bibliotecas públicas y universitarias que podrán desarrollarse en países de Latinoamérica.
-La posible consolidación de experiencias y de nuevos modelos en el ámbito de las bibliotecas escolares y corporativas.

Plataformas de suscripción

Las plataformas de suscripción (Nubico, 24Symbols, Kindle Unlimited, Skoobe, etc.) apuestan por un modelo en el que los libros electrónicos no son propiamente vendidos a los usuarios, sino que lo que se vende es el acceso a la lectura de un catálogo disponible a cambio de una cuota mensual.

Tal como se refleja en las figuras 7 y 8 (páginas 12 y 13), estas plataformas han experimentado en 2016 un crecimiento muy destacado del 93 % vs. 2015 y alcanzan un peso del 4 % del mercado en 2016.

5

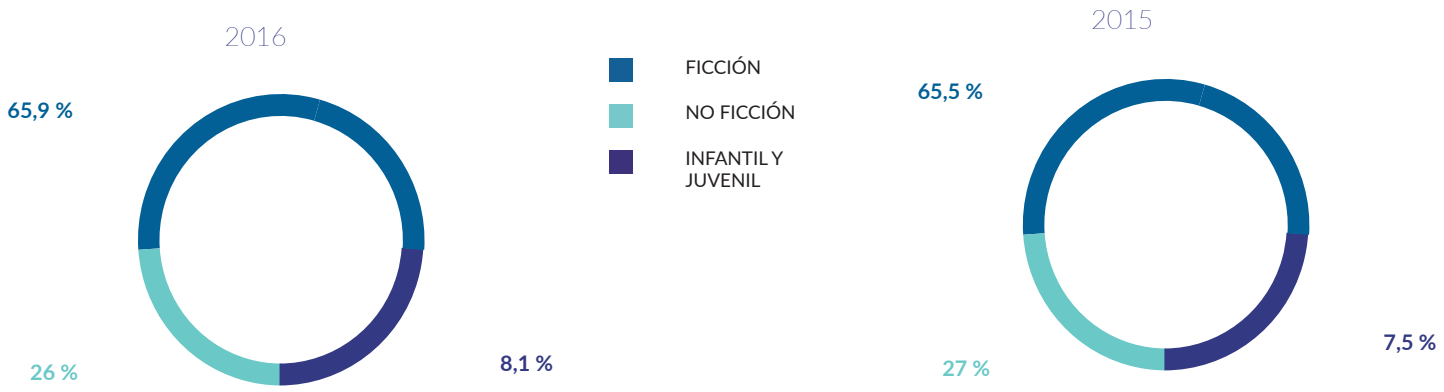
Top 10. Las temáticas más vendidas (en unidades) en 2016

Top 10. Las temáticas más vendidas (en unidades) en 2016

La figura 9 muestra la distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2016 vs. 2015: ficción, no ficción e infantil y juvenil.

Si las comparamos con los resultados de importancia en 2015, comprobamos que, en líneas generales, en 2016 se mantiene estable la cuota de cada una de estas clasificaciones.

↘ FIG 9



La tabla muestra las 10 temáticas más vendidas en unidades distribuidas por Libranda en 2016 vs. 2015

Si las comparamos con los resultados del Top 10 de 2015, comprobamos que en 2016 ha habido un ascenso de la novela policíaca y de suspense (2 puntos porcentuales), así como de la novela histórica (1 punto porcentual). La novela romántica desciende 2 puntos porcentuales (el 2015 fue extraordinario por el impacto de libros como *Grey*) y la ficción contemporánea se mantiene con el mismo peso en la primera posición.

	Temáticas más vendidas en unidades en 2016	Peso
1	Ficción contemporánea	24,4 %
2	Novela romántica	19,5%
3	Novela policíaca y de suspense	11,4 %
4	Infantil y juvenil	8,1 %
5	Autoayuda y desarrollo personal	4,6 %
6	Novela histórica	4,3 %
7	Empresa y gestión	3 %
8	Familia y salud	2,5 %
9	Novela de aventuras	2,2 %
10	Biografías	2,1 %

	Temáticas más vendidas en unidades en 2015	Peso
1	Ficción contemporánea	24,1 %
2	Novela romántica	21,9 %
3	Novela policíaca y de suspense	9,1 %
4	Infantil y juvenil	7,5 %
5	Autoayuda y desarrollo personal	4,9 %
6	Novela histórica	3 %
7	Empresa y gestión	2,9 %
8	Familia y salud	2,8 %
9	Novela de aventuras	2,6 %
10	Biografías	2,4 %

Fuente: Libranda

6

Top 10. Los títulos y los autores más vendidos (en unidades) en 2016

Top 10. Los títulos más vendidos (en unidades) en 2016

La tabla muestra la posición de los diez títulos más vendidos distribuidos por Libranda en 2016.

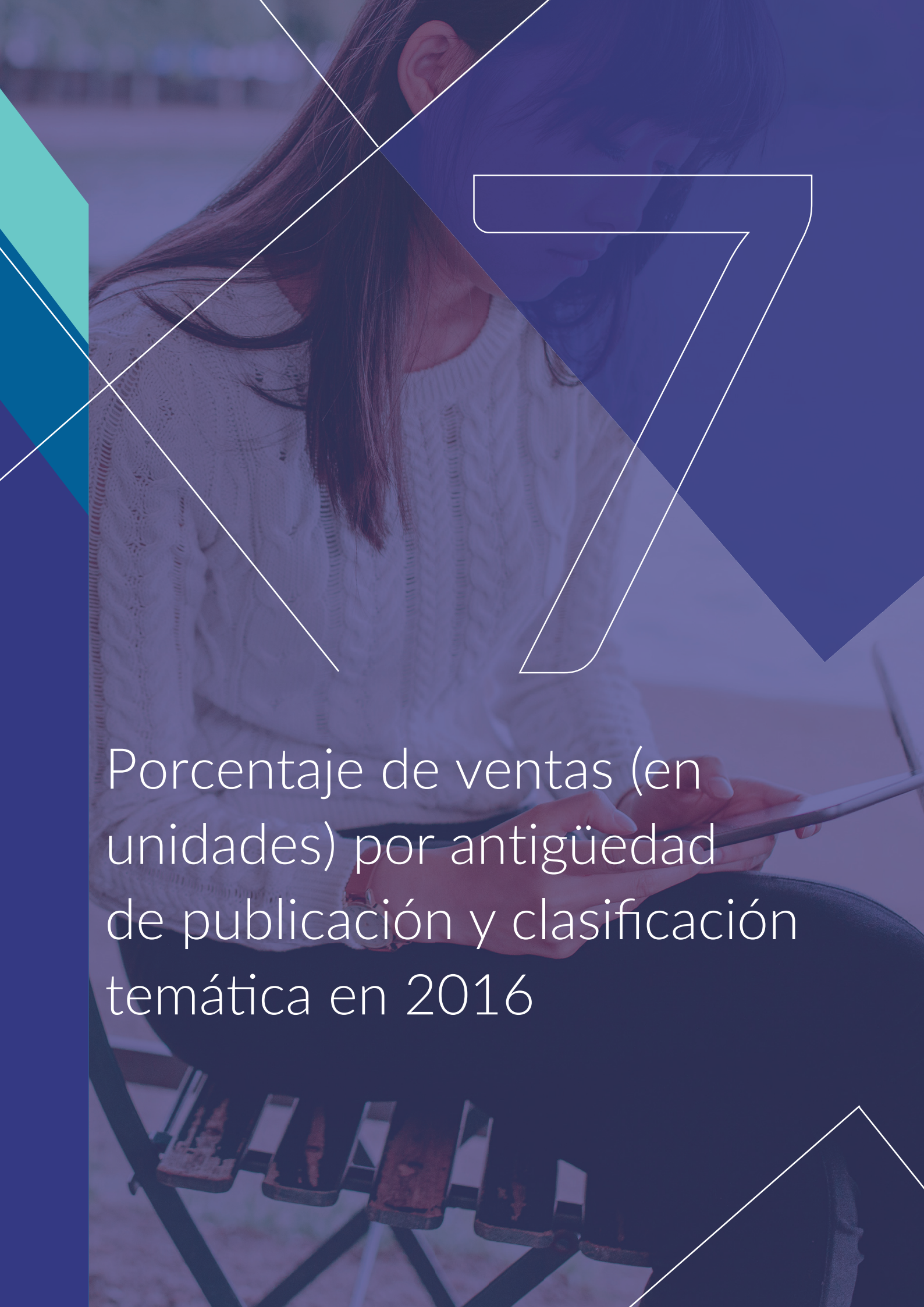
	Título	Autor
1	*YO ANTES DE TI*	JOJO MOYES
2	*LA CHICA DEL TREN*	PAULA HAWKINS
3	*EL LIBRO DE LOS BALTIMORE*	JOËL DICKER
4	*HISTORIA DE UN CANALLA*	JULIA NAVARRO
5	*LA MAGIA DEL ORDEN*	MARIE KONDO
6	*LOS HEREDEROS DE LA TIERRA*	ILDEFONSO FALCONES
7	*CINCO ESQUINAS*	MARIO VARGAS LLOSA
8	*TODO ESTO TE DARÉ*	DOLORES REDONDO
9	*FALCÓ*	ARTURO PÉREZ-REVERTE
10	*EL AMANTE JAPONÉS*	ISABEL ALLENDE

Top 10. Los autores más vendidos (en unidades) en 2016

La tabla muestra la posición de los diez autores más vendidos distribuidos por Libranda en 2016 y el número de títulos en formato digital que Libranda distribuye de cada uno de ellos.

	Autor	Número de títulos distribuidos
1	MEGAN MAXWELL	46
2	ELÍSABET BENAVENT	15
3	KEN FOLLETT	29
4	JULIA NAVARRO	15
5	JOJO MOYES	3
6	ARTURO PÉREZ-REVERTE	37
7	JOËL DICKER	6
8	ISABEL ALLENDE	22
9	ILDEFONSO FALCONES	8
10	MARIO VARGAS LLOSA	43

Fuente: Libranda



7

Porcentaje de ventas (en unidades) por antigüedad de publicación y clasificación temática en 2016

Porcentaje de ventas (en unidades) por antigüedad de publicación y clasificación temática en 2016

En la mayoría de clasificaciones temáticas, el peso de las ventas de libros de fondo (libros con antigüedad de publicación digital superior a doce meses) supera las ventas de las novedades (libros con antigüedad menor o igual a doce meses).

En las dos categorías con más ventas -ficción contemporánea y narrativa romántica-, el peso de la novedad es muy significativo.

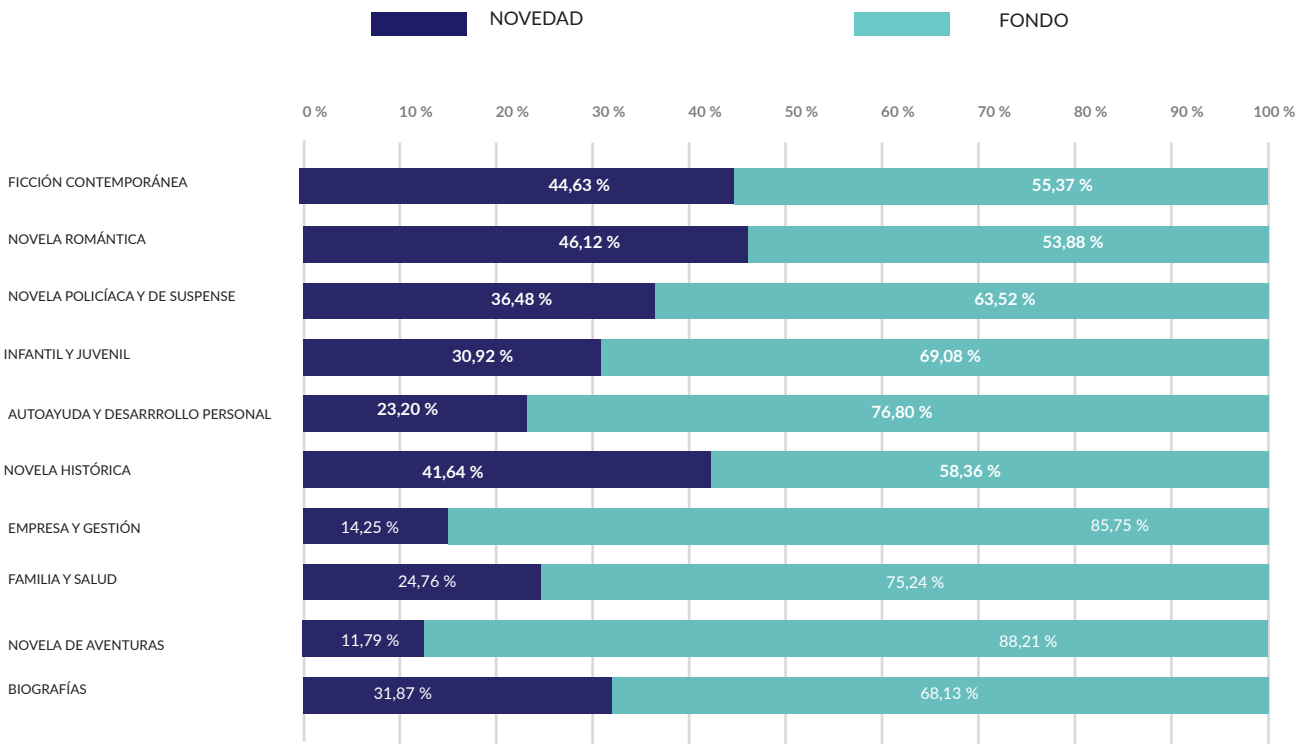
En la figura 10 ilustramos el peso que tienen las ventas en unidades de la novedad y del fondo de las distintas categorías temáticas.

Incluimos en la categoría de Novedad los libros cuya publicación es igual o inferior a doce meses (es decir, los publicados durante 2016) y en la categoría Fondo, los libros cuya publicación es superior a doce meses (es decir los publicados antes de 2016).

En el grupo Novedad se incluye un 14 % de los títulos evaluados (títulos incorporados en 2016) y en Fondo, el restante 86 % (títulos incorporados en el periodo 2010-2015).

El mayor número de títulos de fondo, consecuencia de la construcción de un catálogo en distribución durante siete años, hace que el peso de las ventas del fondo sea superior al de la novedad en la mayoría de las clasificaciones temáticas; sin embargo, se observa que, en aquellas categorías con más ventas -ficción contemporánea y narrativa romántica-, el peso de la novedad es muy significativo.

↘ FIG. 10
PORCENTAJE DE VENTAS POR TIPOLOGÍA DE PUBLICACIÓN DIGITAL NOVEDAD vs. FONDO EN 2016



Fuente: Libranda

8

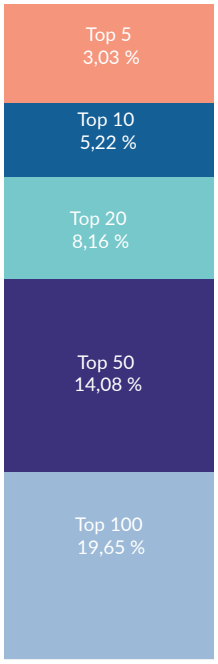
Peso de las ventas (en unidades) de la clasificación **Top 100 títulos** en 2016

Las ventas globales acumuladas en unidades del Top 100 títulos suponen el 20 % de las ventas totales en 2016.
Si nos centramos únicamente el territorio de España, ese porcentaje es del 14 %.

Peso de las ventas acumuladas (en unidades) de la clasificación Top 100 títulos en 2016 en todos los territorios

Este gráfico ilustra el hecho de que las unidades vendidas del conjunto de los **Top 100 títulos** en formato digital y en lengua española en todos los territorios suponen un 20 % de las ventas totales en dichos territorios en 2016. En el gráfico hemos desglosado el análisis acumulado de las siguientes franjas: Top 5, Top 10, Top 20, Top 50 y Top 100 para ver el impacto en ventas de cada una de ellas.

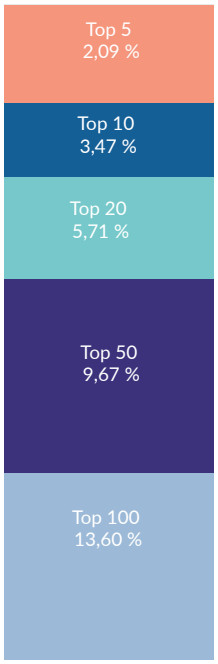
↘ FIG. 11
PESO DE LAS VENTAS ACUMULADAS (EN UNIDADES) DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS 100 TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2016 EN TODOS LOS TERRITORIOS



Peso de las ventas acumuladas (en unidades) de la clasificación Top 100 títulos en 2016 en España

El análisis de la figura 12 es idéntico al de la figura 11, pero se centra exclusivamente en el territorio de España. El hecho de que el porcentaje que supone el **Top 100 títulos** sea ligeramente inferior (14 % vs. 20 %) al del conjunto de los territorios responde probablemente a que el catálogo digital de libros de distribución en nuestro país es más amplio que en otros territorios y también el conjunto de libros de fondo que lo constituyen.

↘ FIG. 12
PESO DE LAS VENTAS ACUMULADAS (EN UNIDADES) DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS 100 TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2016 EN ESPAÑA



Fuente: Libranda

El precio medio de venta del libro digital en lengua española en 2016

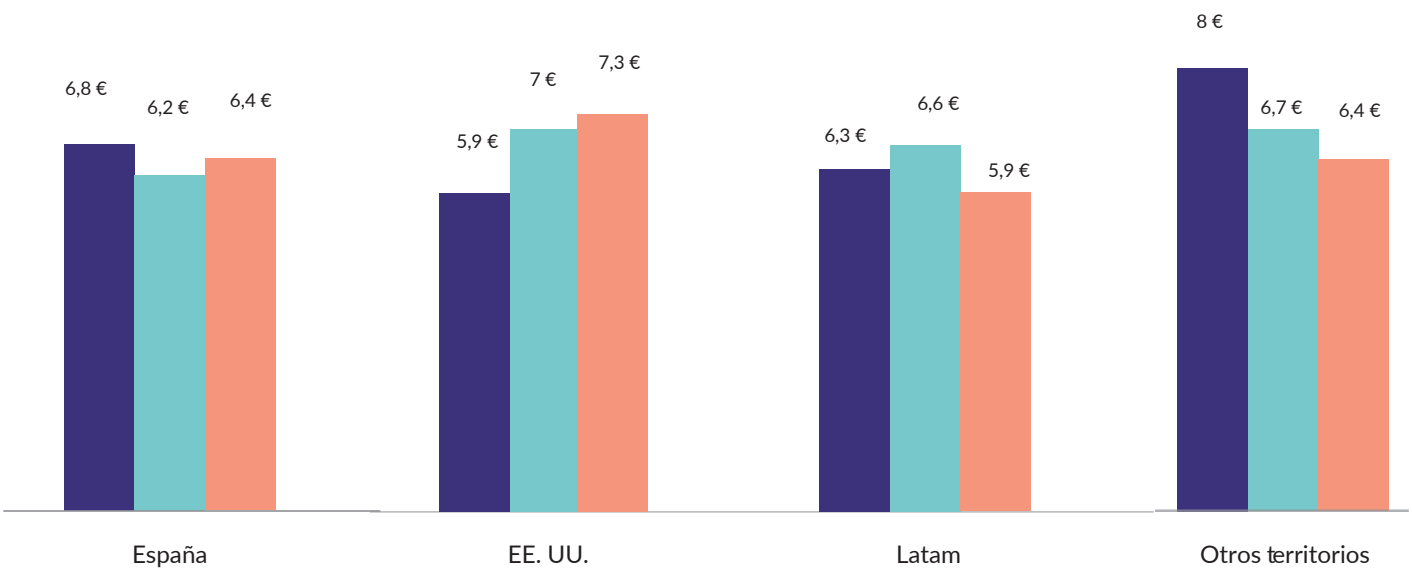
Los libros digitales son entre un 30 y un 60 % más baratos que los libros en papel, pese a que en territorios como España el IVA de los libros electrónicos es superior (21 %) al de los libros en formato papel (4 %).

En el *Informe del libro digital 2015*, analizamos en detalle la evolución de los precios en euros (€) sin IVA y pusimos de manifiesto una evolución a la baja derivada de varios factores, entre ellos, el peso más importante del fondo en el mix de ventas, así como la revisión de políticas de precio del formato digital llevadas a cabo por muchas editoriales en los últimos años.

En 2016 la situación de los precios medios en euros (€) sin IVA vs. 2015 es prácticamente estable en España y EE.UU., mientras que desciende de manera relevante en Latinoamérica (5,9 € en 2016 vs. 6,6 € en 2015); este efecto se debe, fundamentalmente, a la conversión de las monedas locales a euros (€), pues México y Argentina han sufrido importantes devaluaciones de su moneda.

En España se mantiene durante el 2016 la discriminación fiscal del libro digital, que soporta un IVA del 21 %, frente al libro en formato papel, que soporta un 4 %. En Latinoamérica los libros electrónicos no tienen IVA (a excepción de Chile, donde este se sitúa en un 19 %).

↘ FIG.13
PRECIO MEDIO DE VENTA EN EUROS (€) SIN IVA DEL LIBRO DIGITAL EN LENGUA ESPAÑOLA. COMPARATIVA 2016- 2015-2014



valor en € sin IVA

Fuente: Libranda

libranda

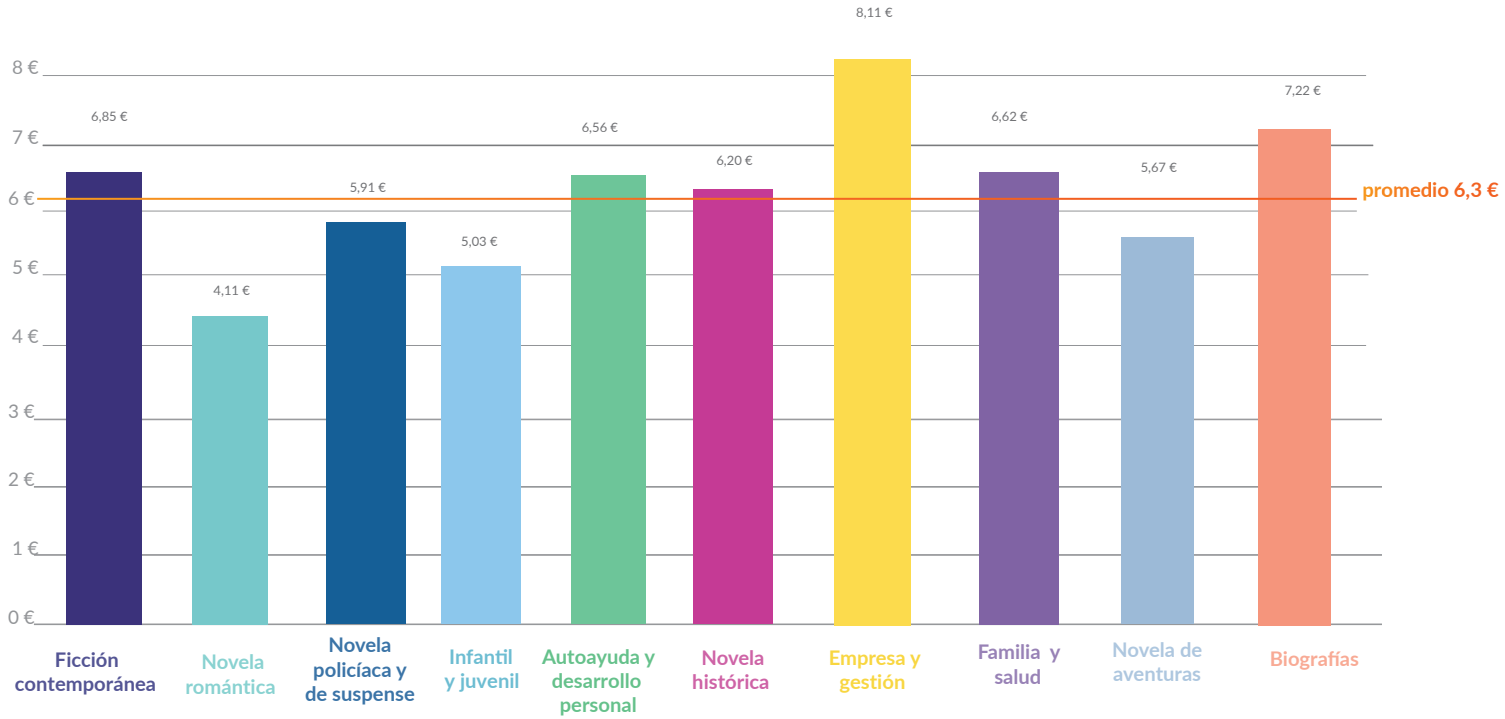
10

El precio medio por temática del libro digital en 2016

El precio medio por temática del libro digital en 2016

En la figura 14 se muestra el precio medio de venta en euros (€) sin IVA de las **Top 10 temáticas más vendidas** y se compara con el precio medio del libro digital de todas las temáticas vendidas en todos los territorios en 2016.

↘ FIG. 14
PRECIO MEDIO DE LAS TOP 10 TEMÁTICAS vs.
PRECIO MEDIO DEL TOTAL DE LAS TEMÁTICAS EN 2016



valor en € sin IVA

Fuente: Libranda

libranda

1.1

Sobre Libranda

Sobre Libranda

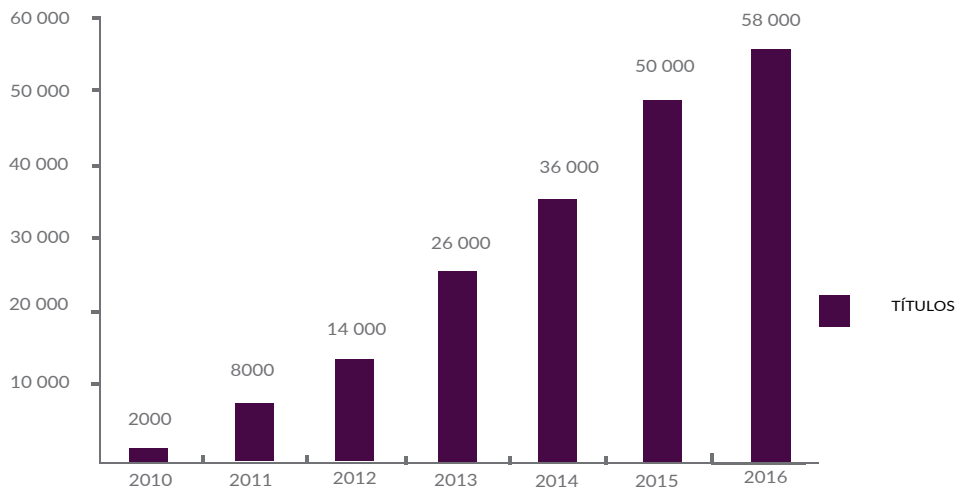
Libranda es la principal distribuidora de libros digitales en lengua española a nivel internacional

Desde 2010 trabajamos en la dinamización y difusión de la lectura digital e impulsamos su desarrollo a través del fomento de la digitalización de las editoriales, la búsqueda de nuevos canales de comercialización y el análisis y la experimentación de nuevos modelos de negocio aplicables al formato digital.

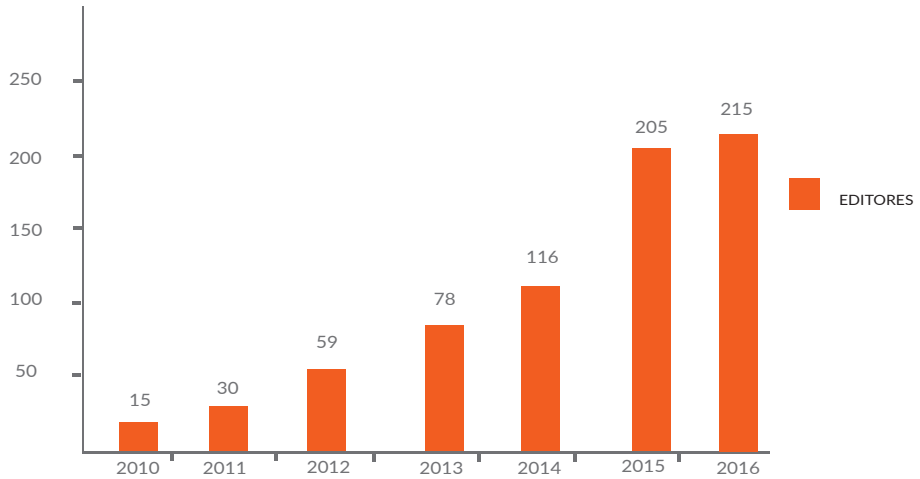
Nuestro *core business* es la distribución digital de libros electrónicos y de otros contenidos digitales, tales como audiolibros y formatos hipermedia en lengua española.

Complementamos nuestro servicio de distribución con otros servicios basados en el desarrollo y la comercialización de plataformas marca blanca para la venta (iRetail), el préstamo (iBiblio), la suscripción (iSuscription) y la lectura del contenido; nuestro objetivo es contribuir al desarrollo de nuevos canales de promoción y comercialización del formato digital en sus distintas modalidades de negocio.

↘ FIG. 15
NÚMERO DE TÍTULOS DISTRIBUIDOS POR LIBRANDA



↘ FIG. 16
EDITORES DISTRIBUIDOS POR LIBRANDA



Fuente: Libranda

12

Informe elaborado por

libranda

Para más información sobre Libranda contactar con:

Gemma Mones
Directora de Marketing y Comunicación
Travessera de Gràcia, 56, 3.º 3.ª
08006 Barcelona (España)
gmones@libranda.com