

# Informe anual del libro digital

# 2022



libranda

A De Marque Group company

# Índice

## Sección 1

Página 3

Resumen ejecutivo

## Sección 2

Página 6

Sobre Libranda y el Grupo De Marque

## Sección 3

Página 10

Antecedentes y novedades

## Sección 4

Página 14

El mercado del libro digital en lengua española 2022

## Sección 5

Página 17

Análisis geográfico del libro digital en lengua española 2022

## Sección 6

Página 21

Análisis de canales y modelos de negocio del librodigital en lengua española 2022

## Sección 7

Página 32

Top 10 temáticas 2022

## Sección 8

Página 45

Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022

## Sección 9

Página 52

Análisis del precio medio de venta del libro digital en lengua española 2022

## Sección 10

Página 55

Lector digital y hábitos de consumo

## Sección 11

Página 59

Accesibilidad universal

## Sección 12

Página 62

Audiolibros



# Resumen ejecutivo



# Resumen ejecutivo

## Principales conclusiones y datos 2022

1. El 2022 ha sido, de nuevo, un año de crecimiento para el libro digital en lengua española. Tras el excepcional crecimiento que se produjo en el periodo 2019-2021, en 2022 el mercado ha crecido en todo el mundo un 4 % respecto al año anterior y en España ha crecido un 5 %.

2. La cuota digital en España supone el 6,6 % en 2022. Si ponemos únicamente el foco en las novedades, la cuota digital es muy superior, pues se sitúa entre el 15 % y el 25 %; algunos títulos con mayor peso llegan al 40 %.

3. Estimamos que el mercado del libro electrónico en lengua española en todo el mundo (excluyendo el libro de texto / académico) alcanza los 119 millones de euros en 2022: 79 millones de euros en España y 40 millones de euros en la suma del resto de países del mundo.

4. En lo que respecta a las cuotas de cada territorio en 2022, España sigue siendo el mercado principal del libro digital en lengua española, con una cuota del 66,3 % en valor en euros (€). El segundo territorio con mayor peso continúa siendo México, que ha experimentado en 2022 un crecimiento muy significativo alcanzando una cuota del 16,2 % en valor en euros (€) y el tercer territorio con más cuota es EE. UU., que cuenta con un peso de un 9,8 % en valor en euros (€).

5. La modalidad de venta unitaria del contenido es el modelo de comercialización más relevante. Dentro de este modelo, el mayor peso del mercado recae un año más en las plataformas internacionales con una cuota del 75,3 %, cuota que representa tres puntos menos respecto al año anterior puesto que en 2022 no experimentan crecimiento. Por el contrario, el grupo de cadenas de librerías, librerías y plataformas online independientes experimenta un crecimiento del 31 % y su cuota alcanza el 12,3 % del mercado en 2022. La modalidad de préstamo digital en bibliotecas experimenta un crecimiento excepcional respecto al año anterior (33 %) y alcanza una cuota del 6,6 % del mercado, en gran medida como consecuencia de la importante adquisición de licencias de ebooks y audiolibros para bibliotecas públicas digitales de España llevado a cabo por el Ministerio de Cultura y Deporte con el respaldo de los Fondos Next Generation y al destacable aumento de las adquisiciones de contenidos digitales en bibliotecas escolares y educativas tanto en España como en Latinoamérica.

Las plataformas de suscripción de libros electrónicos, que en los últimos años habían ido aumentando su participación, ven por primera vez un decrecimiento significativo respecto al año anterior (-15%) y su cuota es del 5,8 % en 2022

6. Top 10 temático: la ficción sigue siendo la categoría de mayor peso en el mercado del libro digital en 2022, con un 68,79 % en valor en euros (€); destacan, dentro de ella, las categorías de ficción contemporánea (23,51 %), novela policíaca (19,42 %) y novela romántica (10,78 %). La no ficción se sitúa en el 24,71 %. Los temas más destacados son aquellos relacionados con autoayuda y desarrollo personal, biografías y sociedad y cultura. La categoría de infantil y juvenil supone un 6,5 % y se nutre, fundamentalmente, de la comercialización de libros pertenecientes a sagas juveniles y libros educativos de personajes infantiles.

# Resumen ejecutivo

## Principales conclusiones y datos 2022

**7. El Top 10.** Las temáticas más vendidas en valor en euros (€) son:

1. ficción contemporánea
2. novela policíaca y de suspense
3. novela romántica y erótica
4. infantil y juvenil
5. novela histórica
6. autoayuda y desarrollo personal
7. biografías
8. novela fantástica
9. sociedad y cultura
10. novela de aventuras

**8.** En 2022, el reparto de las ventas entre novedad y fondo se reparte de esta forma: 25 % 75 % respectivamente.

**9.** En 2022, la situación de los precios medios en euros (€) sin IVA frente a 2021 es tendente al alza en en los territorios con más presencia digital. Los libros digitales son entre un 40% y un 60% más baratos que los libros en papel.

**10.** A través de nuestra aplicación de lectura y audio Aldiko, que cuenta con más de 800.000 lectores en todo el mundo, podemos observar algunas tendencias de lectura digital. Los datos varían en función del país, pero si consideramos el mercado general vemos las siguientes tendencias: (1) observamos que el tiempo medio de lectura por usuario y mes en la aplicación es de 4 horas; (2) entre un 3 % y un 8 % de los lectores hacen uso de funcionalidades de accesibilidad, (text-to-speech, uso de diccionarios, fuentes de dislexia, traducciones automática a otros idiomas, etc.), siendo una tendencia al alza y (3) las funciones de marcadores, subrayados, navegación por la tabla de contenidos y búsqueda dentro del texto son las opciones de interacción y navegación más empleadas.

**11.** El objetivo de accesibilidad universal de los contenidos y plataformas digitales es ya uno de los ejes estratégicos para todos los agentes de la cadena de valor del libro. Su relevancia e impacto irán en aumento en los próximos años como consecuencia de la aplicación de la DIRECTIVA UE 2019/882 ACCESIBILIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. En nuestras aplicaciones móviles y lectores web hemos este 2022 hemos detectado un incremento muy significativo de todas las funcionalidades de accesibilidad en general y, en particular, del text-to-speech y de las fuentes específicas para dislexia y otras dificultades visuales.

**12.** Los audiolibros contribuyen a la difusión de los libros y la literatura a través de la escucha. Libranda distribuye en distintos canales e idiomas 170.000 audiolibros, de estos, 8.000 son en lengua española. Tras un lustro de intenso desarrollo de la categoría, el incremento de los ingresos derivados en 2022 supera en más del 50 % al del 2021.

# Sobre Librandia y el grupo De Marque



## Sobre Libranda y el Grupo De Marque

**Libranda ([www.libranda.com](http://www.libranda.com)) es una empresa de productos y servicios digitales para los sectores de la cultura y de la educación.**

Iniciamos nuestra andadura en el año 2010 de la mano de nuestros socios fundadores (Penguin Random House, Planeta, Santillana, SM, Wolters Kluwer, Roca Editorial y Grup 62) y en marzo de 2018 pasamos a formar parte del grupo canadiense **De Marque** ([www.demarque.com](http://www.demarque.com)).

**La misión de Libranda y de las empresas del Grupo De Marque es conectar a creadores y audiencias con el propósito de difundir y hacer accesibles la cultura y la educación en todo el mundo.**

**Para llevar a cabo con éxito nuestra misión, trabajamos a diario en el desarrollo y promoción de nuestro ecosistema digital Cantook.**

Cantook es la marca paraguas que engloba a todos los productos, servicios y plataformas tecnológicas que ofrecemos a nuestros clientes, ya sean estos editores (Cantook Editores), bibliotecas (Cantook Bibliotecas), colegios (Cantook Educación), etc.

A través de Cantook Editores llevamos a cabo una de nuestras actividades principales: la distribución de libros electrónicos, audiolibros, prensa y revistas digitales en lengua española en múltiples canales de venta unitaria, suscripción, préstamo, etc. Es esta actividad de distribución la que nos permite adquirir una visión general amplia del mercado del libro electrónico y publicar el presente informe.

A continuación, detallamos el número de títulos distribuidos por Libranda desde 2010 en los distintos ámbitos y canales.

A cierre de 2022, hemos alcanzado los 128.000 títulos distribuidos en lengua española y otras lenguas cooficiales de España.

## Sobre Libranda y el Grupo De Marque

Adicionalmente, en este mismo gráfico ilustramos el número de títulos de obras en lenguas extranjeras (portugués, italiano, inglés, francés, etc.) que Libranda distribuye en determinados canales a través de acuerdos con otras compañías del Grupo De Marque.

El monto de títulos en lenguas extranjeras asciende a más de 3.400.000.

### Número de títulos distribuidos por Libranda

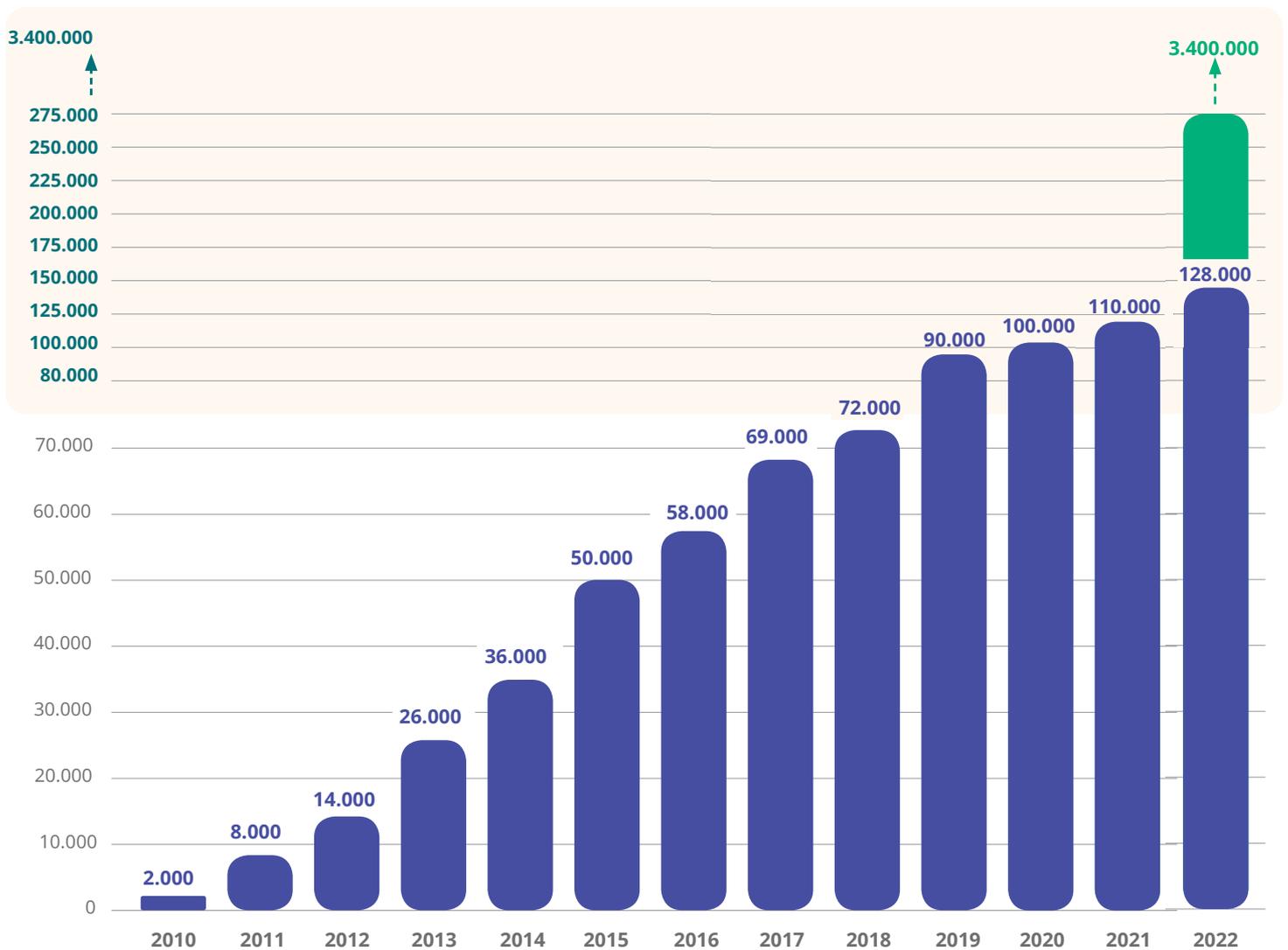


FIG. 1  
Número de títulos distribuidos por Libranda

Fuente: Libranda

■ TÍTULOS LIBRANDA DE MARQUE EN ESPAÑOL  
■ TÍTULOS LIBRANDA DE MARQUE EN OTRAS LENGUAS

## Sobre Libranda y el Grupo De Marque

De igual forma, reflejamos la evolución anual del número de editores en lengua española y otras lenguas cooficiales de España que distribuimos en distintos ámbitos y canales. Durante 2022, hemos alcanzado la cifra de 543 editores en distribución. Si cuantificamos los sellos editoriales que distribuimos, estos ascienden a 1.400.

En cuanto al número de editores en lenguas extranjeras, en 2022 hemos alcanzado la cifra de 3.000 editoriales.

### Editoriales representadas por Libranda

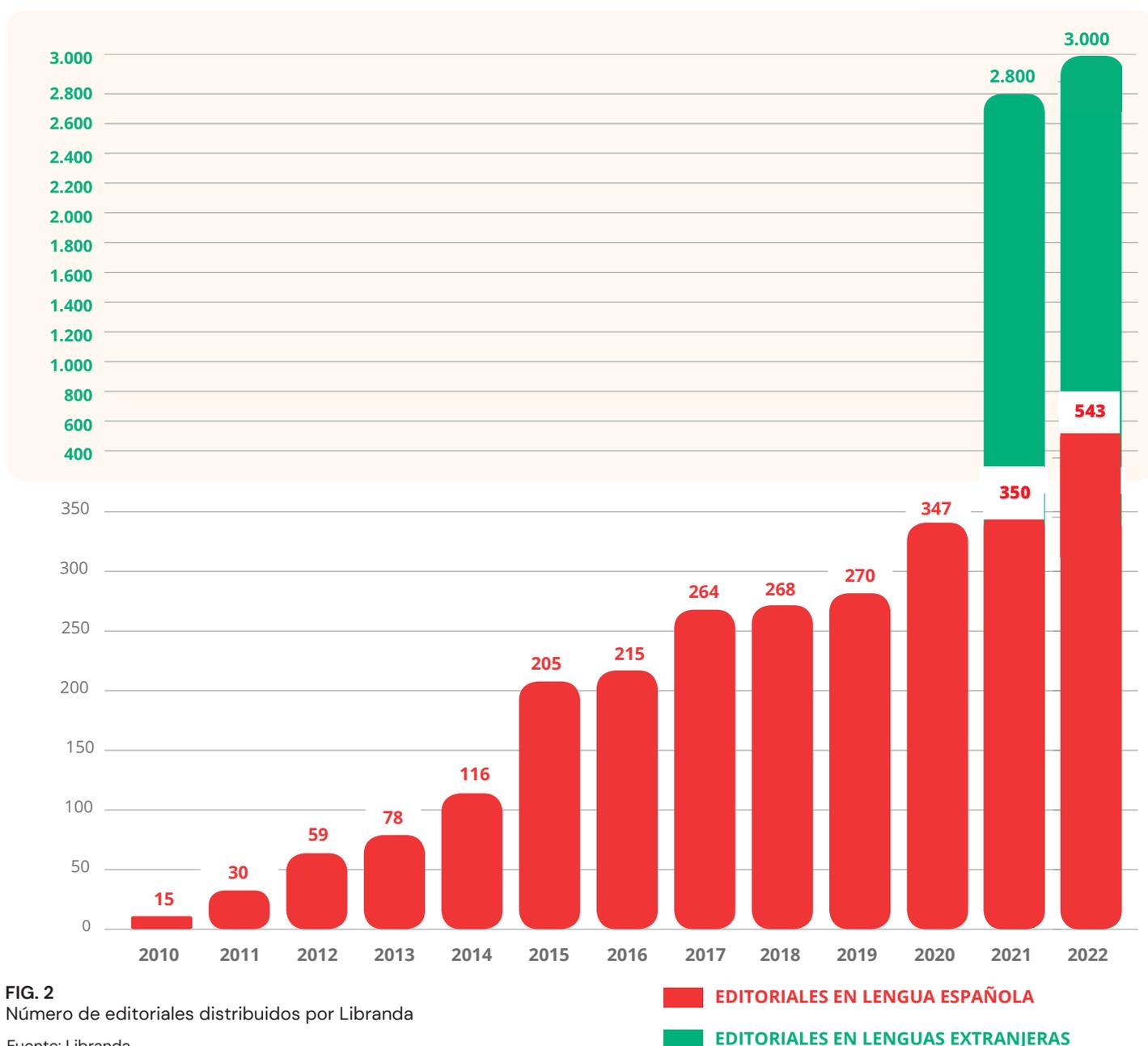


FIG. 2  
Número de editoriales distribuidos por Libranda

Fuente: Libranda

EDITORIALES EN LENGUA ESPAÑOLA

EDITORIALES EN LENGUAS EXTRANJERAS

# Antecedentes y novedades



## Antecedentes y novedades

### Antecedentes

Libranda es, desde su fundación en 2010, la principal distribuidora de libros digitales en lengua española. Cuenta con una gran cartera de editores en distribución (desde grandes grupos hasta pequeñas editoriales independientes de España y Latinoamérica) y con la red más amplia y diversa de comercialización del libro digital en sus distintas modalidades de negocio: venta unitaria, préstamo bibliotecario y suscripción.

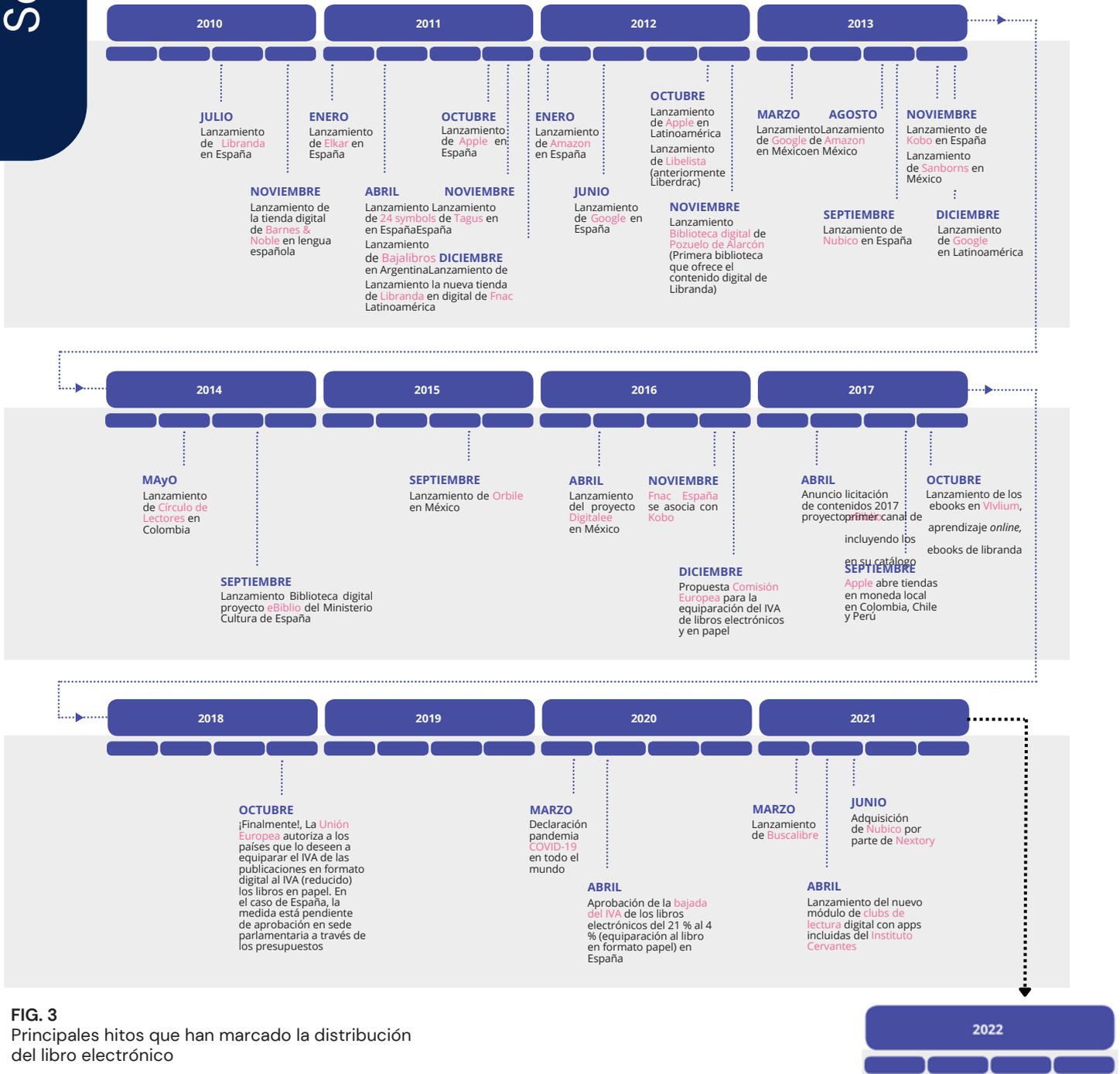
Esta realidad nos permite disponer de una perspectiva amplia del mercado para poder ofrecer datos estadísticos representativos y relevantes. En el año 2016, publicamos nuestro primer Informe sobre el libro digital con el objetivo de abordar y arrojar luz sobre la evolución global del libro electrónico en lengua española durante el periodo 2010-2015. Desde entonces, año tras año, hemos ido publicando el informe con los datos actualizados de cada periodo.

En esta estantería podéis verlos distintos informes anuales publicados. Para acceder a alguno de ellos en concreto, simplemente haced clic en la cubierta del documento.



Como cada año, con el propósito de ser precisos y evitar malentendidos, queremos añadir una aclaración sobre la información incluida en el presente documento: en lo que respecta a la información global, incluimos en el análisis todo el mercado del libro digital (también la autopublicación), por lo que solo queda excluido el ámbito del libro de texto/ académico.

# Antecedentes y novedades



**FIG. 3**  
Principales hitos que han marcado la distribución del libro electrónico

Fuente: Libranda

Ministerio de Cultura y Deporte publica concurso público de 3 Millones de Euros de Fondos Europeos Next Generation destinados a adquisición de libros electrónicos y audiolibros para las bibliotecas públicas de España.

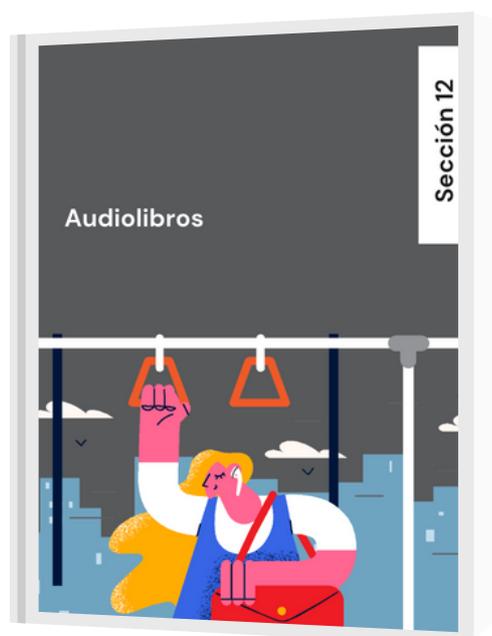
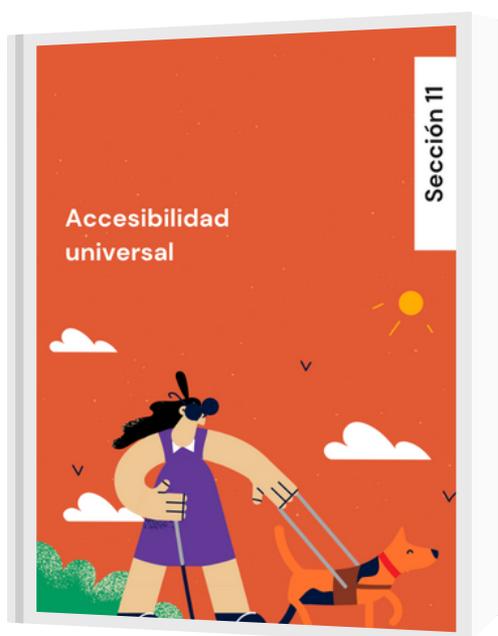
## Antecedentes y novedades

### Novedades

Este año incorporamos nuevas secciones a nuestro informe y enriquecemos con más información algunas de las que añadimos por primera vez en el informe del pasado año:



En la sección Lector digital y hábitos de consumo, incorporamos nuevos indicadores e información sobre hábitos de lectura digital con base en la información que obtenemos de nuestra aplicación de lectura Aldiko.



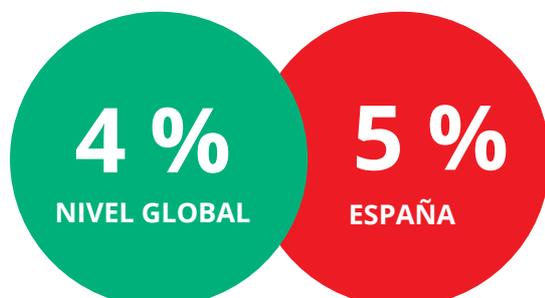
Añadimos 2 nuevas secciones: Accesibilidad Universal y Audiolibros.

# El mercado del libro digital en lengua española 2022



## El mercado del libro digital en lengua española

**El libro digital en lengua española sigue en ascenso en 2022: crece un 4% a nivel global y un 5% en España**



Tras un 2020 en el que, como consecuencia de la pandemia COVID-19, la lectura digital creció de un modo nunca visto en la última década y un 2021 que supuso la estabilidad de la lectura digital, el 2022 vuelve a ser un año al alza para el libro digital en lengua española, que experimenta un crecimiento del 4 % en global y del 5 % en España

### Estimación del mercado del libro digital en lengua española 2022

EN TODO EL MUNDO



**119**  
MILLONES DE €

En nuestro informe del año anterior, estimamos que el mercado legal del libro electrónico en lengua española, incluyendo la autopublicación y excluyendo el libro de texto / académico, ascendía a 114,8 millones de euros.

Aplicando el crecimiento global del 4 % señalado en el punto anterior, obtenemos un valor de mercado de 119 millones de euros en 2022

## El mercado del libro digital en lengua española

### Estimación del mercado del libro digital en lengua española 2022

EN ESPAÑA



**79**  
MILLONES DE €

En nuestro informe del año anterior, estimamos que el mercado legal del libro electrónico en lengua española, incluyendo la autopublicación y excluyendo el libro de texto / académico, ascendía a 75 millones de euros en España.

Teniendo en cuenta que en 2022 el mercado del libro digital ha crecido un 5 % en España, el valor del mercado del libro digital en lengua española en España a cierre del 2022 es de 79 millones de euros. Este importe supone un 6,6 % del mercado del libro en España, que asciende a 1.200 millones de euros en 2022 (excluyendo el libro de texto/académico). Para el cálculo del mercado global del libro en España, se ha tenido en cuenta el importe de crecimiento del 1,1 % del mercado en papel en 2022 de acuerdo a los datos de la consultora GFK. Como siempre resaltamos en todos nuestros informes, la cuota del 6,6 % pasa a ser entre un 15% y un 25% en los lanzamientos de novedades editoriales y en algunos títulos concretos puede llegar al 40%.

EN LATINOAMÉRICA, ESTADOS UNIDOS y OTROS TERRITORIOS

**40**  
MILLONES DE €



De acuerdo con los datos internos de los que dispone Librandia y el reparto geográfico de ventas del libro digital en lengua española en los distintos territorios, estimamos que el valor del mercado fuera de España asciende a 40 millones de euros.

**FIG. 4**  
Estimación del mercado del libro digital en lengua española 2022

Fuente: Librandia

# Análisis geográfico del libro digital en lengua española en 2022



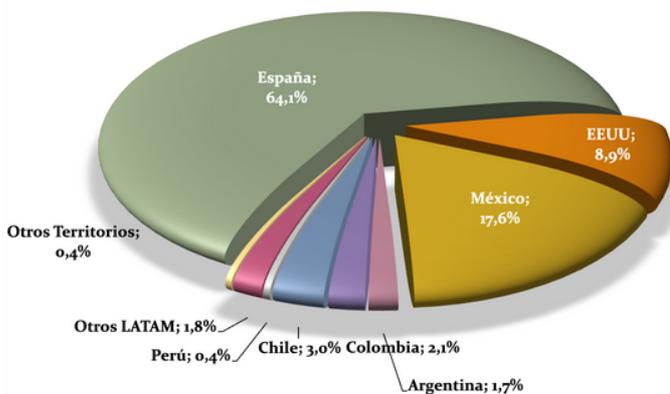
## Análisis geográfico del libro digital en lengua española en 2022

El peso de cada territorio en el mercado del libro digital en lengua española en valor en euros (€) durante 2022 es el siguiente: España representa el 66,3 %; el conjunto de países de Latinoamérica, el 23,4 %; EE.UU., el 9,8 %, y Otros territorios, el 0,5 %

España sigue siendo el mercado principal del libro digital en lengua española, con una cuota del 64,1 % en unidades y 66,3 % en valor en euros (€).

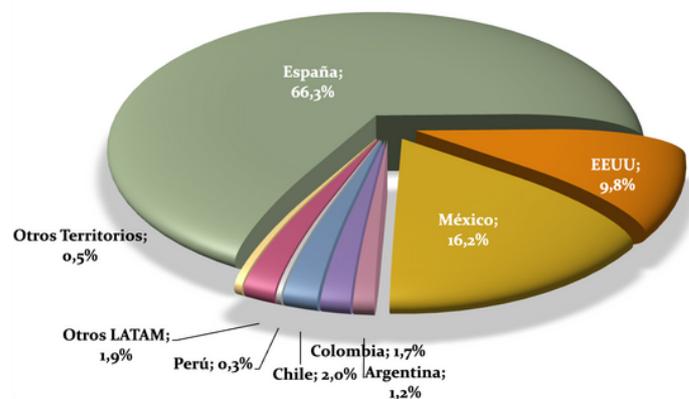
Como se puede ver, el segundo territorio con más peso, tanto en unidades como en valor en euros (€), sigue siendo México, con unas cuotas del 17,6 % y del 16,2 % respectivamente en cada uno de estos parámetros. Como ya dijimos en nuestros informes anteriores, esta segunda posición, ocupada por México, es consecuencia de muchos factores: México cuenta con presencia local de grandes plataformas internacionales y las cadenas de librerías nacionales con más relevancia local han destinado numerosos recursos y esfuerzos al desarrollo del mercado digital.

El tercer territorio con mayor cuota de mercado, tanto en unidades como en valor en euros (€), continúa siendo EE.UU., que cuenta con un peso del 8,9% en unidades y de un 9,8% en valor. A estos tres primeros territorios los siguen, en cuota de mercado digital, Chile, Colombia, Argentina y Perú; tras ellos, los demás países latinoamericanos y del resto del mundo.



**FIG. 5**  
Distribución en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por territorio **en unidades** en 2022

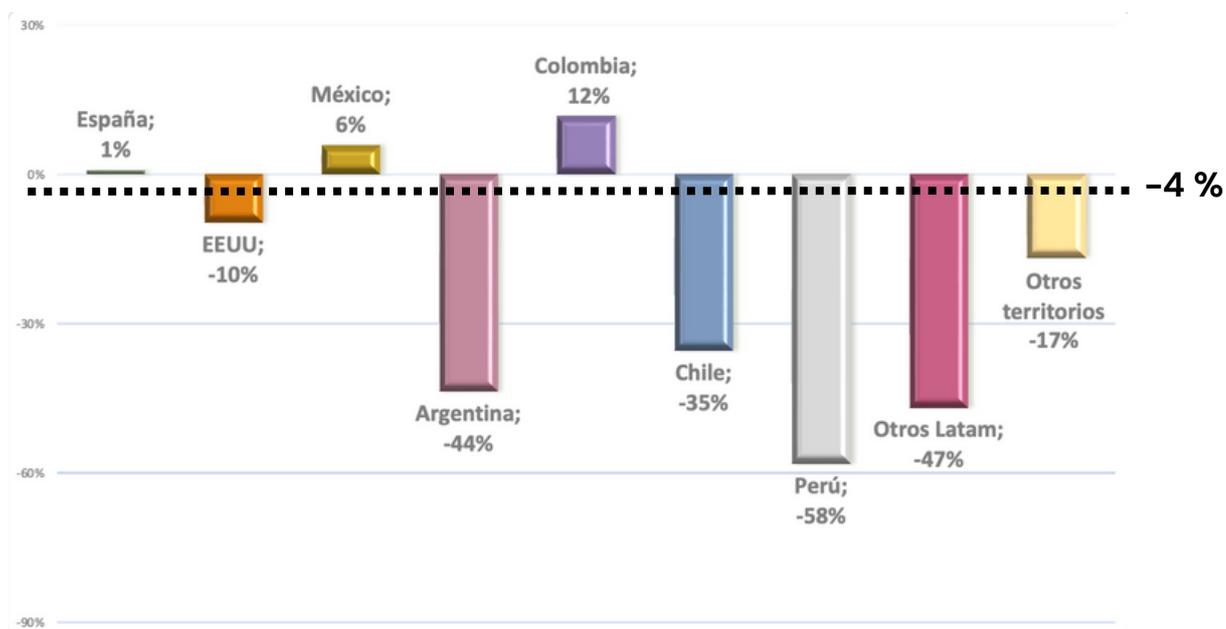
Fuente: Librandia



**FIG. 6**  
Distribución en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por territorio **en euros (€)** en 2022

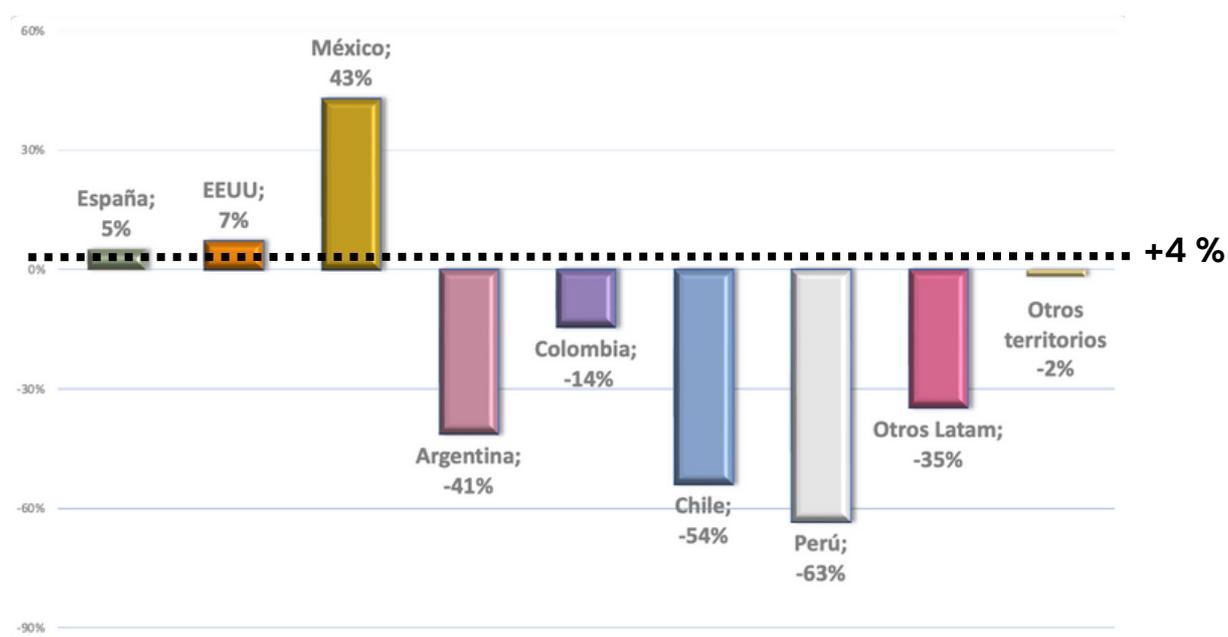
Fuente: Librandia

## Análisis geográfico del libro digital en lengua española en 2022



**FIG. 8**  
Crecimiento del mercado del libro digital en lengua española por territorio en 2022 en unidades

Fuente: Librandia



**FIG. 9**  
Crecimiento del mercado del libro digital en lengua española por territorio en 2022 en valor en euros (€)

Fuente: Librandia

# Análisis geográfico del libro digital en lengua española en 2022

Reparto de ventas por mes y país:

España			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
11%	7%	8%	9%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
7%	7%	9%	10%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
8%	8%	7%	8%

EE.UU			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
11%	9%	9%	9%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
8%	9%	9%	8%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
8%	7%	7%	7%

México			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
11%	9%	9%	9%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
8%	8%	8%	8%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
7%	7%	7%	8%

Colombia			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
10%	10%	10%	9%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
10%	7%	8%	8%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
8%	7%	6%	7%

Argentina			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
7%	5%	9%	10%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
9%	10%	9%	14%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
8%	7%	6%	6%

Chile			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
12%	9%	10%	8%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
8%	7%	9%	8%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
7%	8%	7%	8%

Perú			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
9%	6%	8%	11%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
10%	9%	8%	9%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
8%	9%	8%	6%

Otros LATAM			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
10%	7%	8%	9%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
9%	9%	9%	8%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
9%	8%	7%	7%

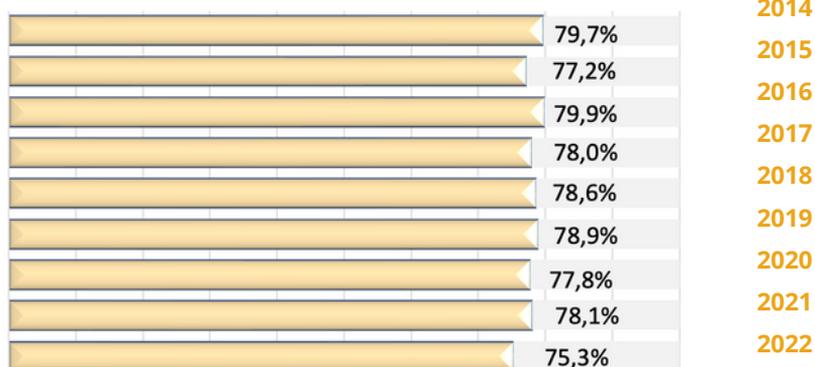
Otros Territorios			
Enero	Febrero	Marzo	Abril
12%	7%	8%	7%
Mayo	Junio	Julio	Agosto
6%	9%	9%	8%
Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
8%	9%	7%	9%

# Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

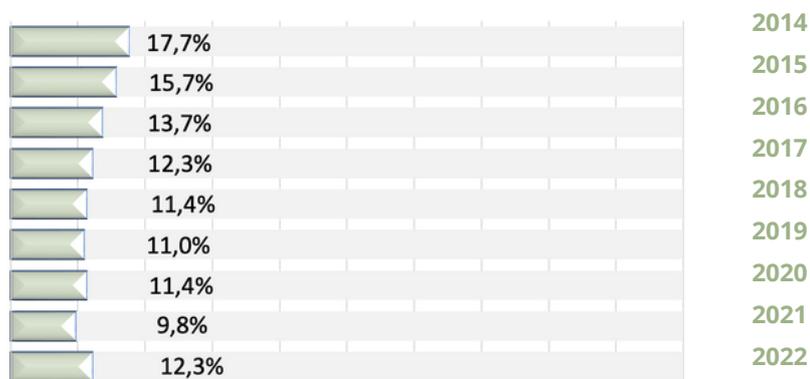


# Los lectores pueden acceder al libro digital a través de múltiples canales y modelos de negocio: tiendas de venta unitaria, bibliotecas y plataformas de suscripción

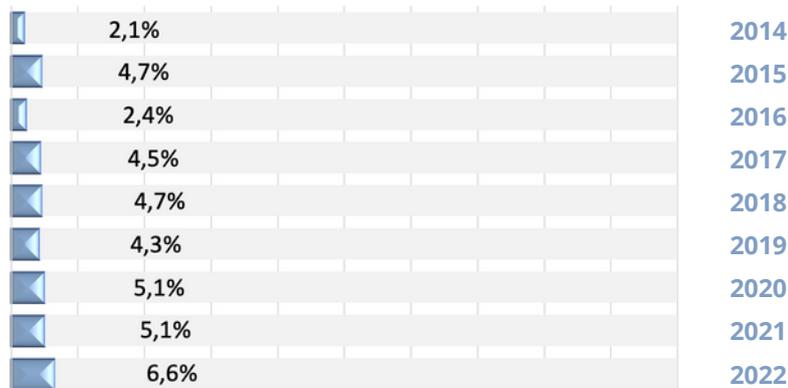
## PLATAFORMAS INTERNACIONALES



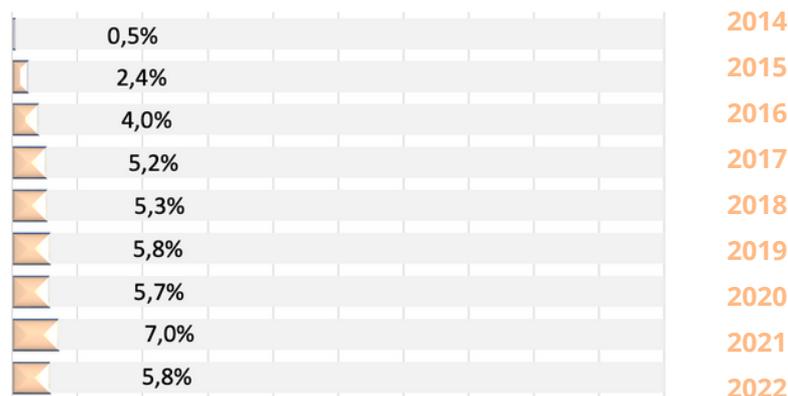
## LIBRERÍAS Y PLATAFORMAS ONLINE INDEPENDIENTES



## BIBLIOTECAS



## PLATAFORMAS DE SUSCRIPCIÓN



**FIG. 10**  
Distribución global en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por canal y modelo de negocio en valor en euros (comparativa 2014-2022)

Fuente:  
Librandia

# Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

## Tiendas de venta unitaria

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

Tal y como muestra la figura 10, el mayor peso del mercado recae, un año más, en las plataformas internacionales (Amazon, Apple, Google, etc.) con una cuota del 75,3 %.

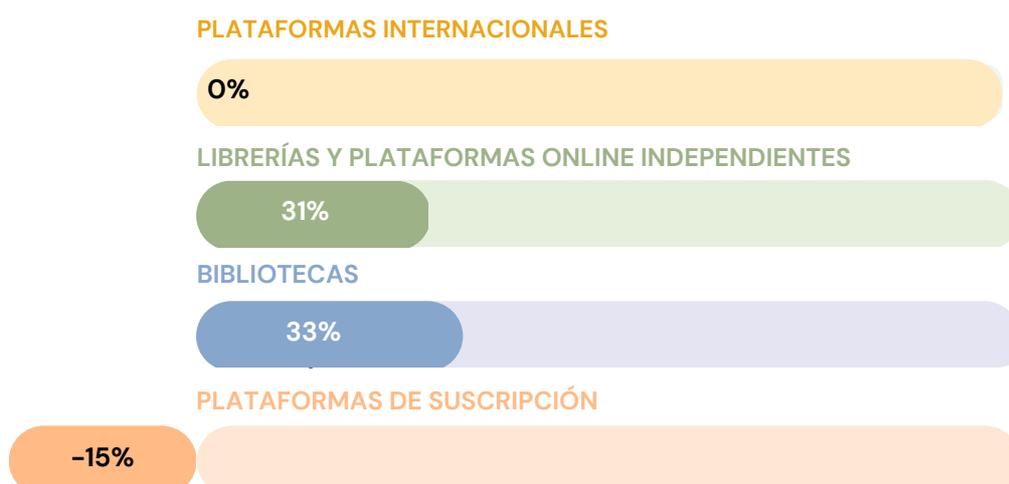
En la figura 11, se puede ver como el conjunto de ventas a través de esta tipología de canal se mantiene respecto al año 2021.

En cuanto a la cuota de las plataformas internacionales por territorio, en las figuras de la 12 a la 20 se aprecia que esta proporción es mayor en Latinoamérica y Estados Unidos que en España.

El grupo de librerías y plataformas online independientes está encabezado, esencialmente, por cadenas de librerías y librerías tradicionales de España y Latinoamérica: Casa del Libro, FNAC/Kobo, El Corte Inglés, Gandhi, Porrúa, Sanborns, etc., así como por plataformas online relevantes (p. ej., Bajalibros, Buscalibre, etc).

Como grupo, crecen un 31% según refleja la figura 11, pero presentan patrones de crecimiento individual muy diferentes entre sí. En cuanto a su participación en términos de cuota de mercado del grupo, esta aumenta respecto al año anterior situándose en un 12,3 %.

Si analizamos las tendencias por países, de la figura 12 a la 20 veremos como la cuota de este grupo es precisamente relevante en España, Argentina, Colombia y Chile .

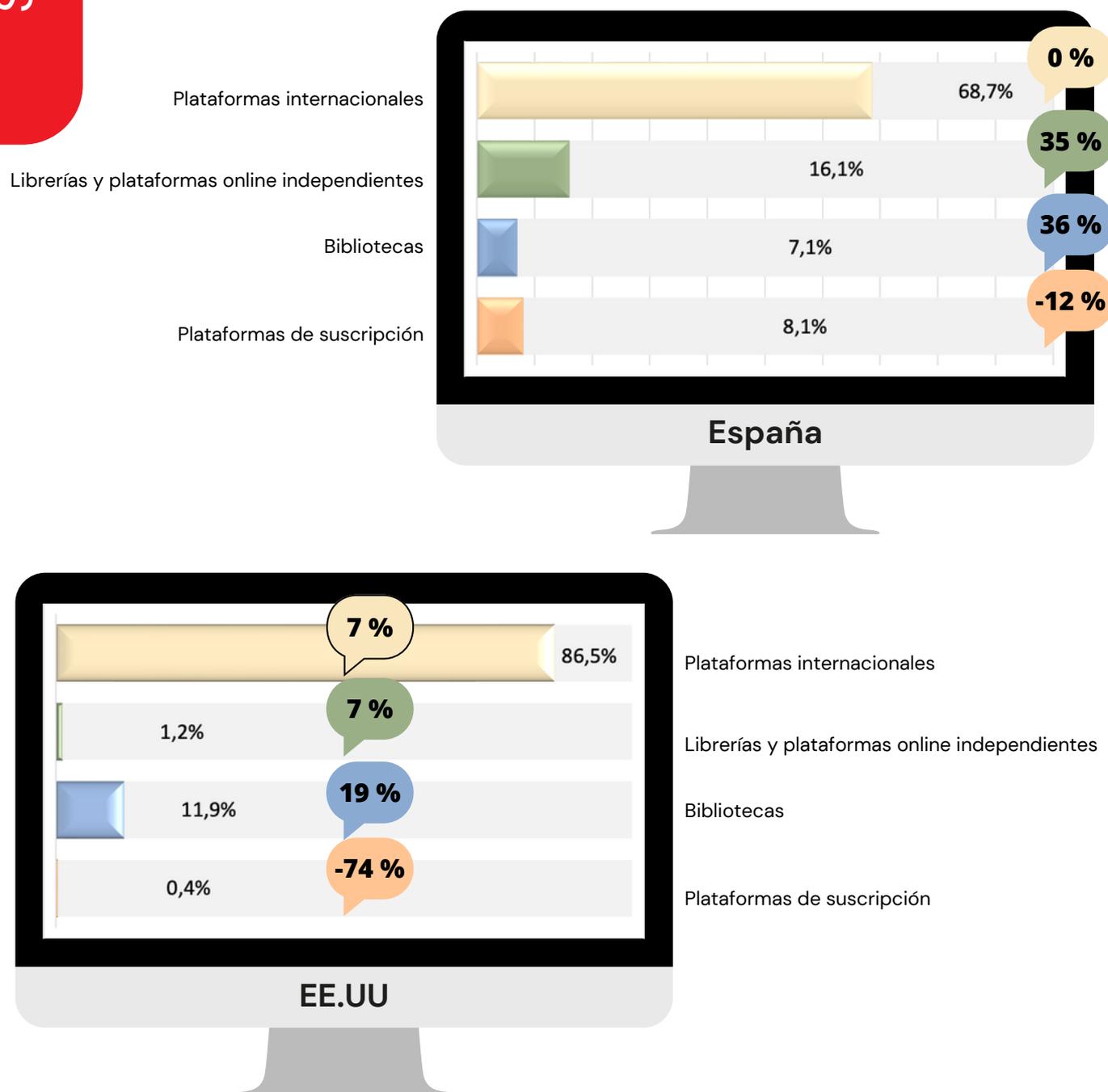


**FIG. 11**  
Crecimiento global del mercado del libro digital en lengua española por canales y modelo de negocio en valor en euros en 2022

Fuente: Librandia

# Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

El peso (%) y crecimiento de cada modelo de negocio en Euros (€) en 2022 por país



**FIG. 12-13**  
Distribución global y crecimiento en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por canal y modelo de negocio en **ESPAÑA** y **EE.UU** en valor en euros(€) en 2022

Fuente: Librandia

# Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

El peso (%) y crecimiento de cada modelo de negocio en Euros (€) en 2022 por país

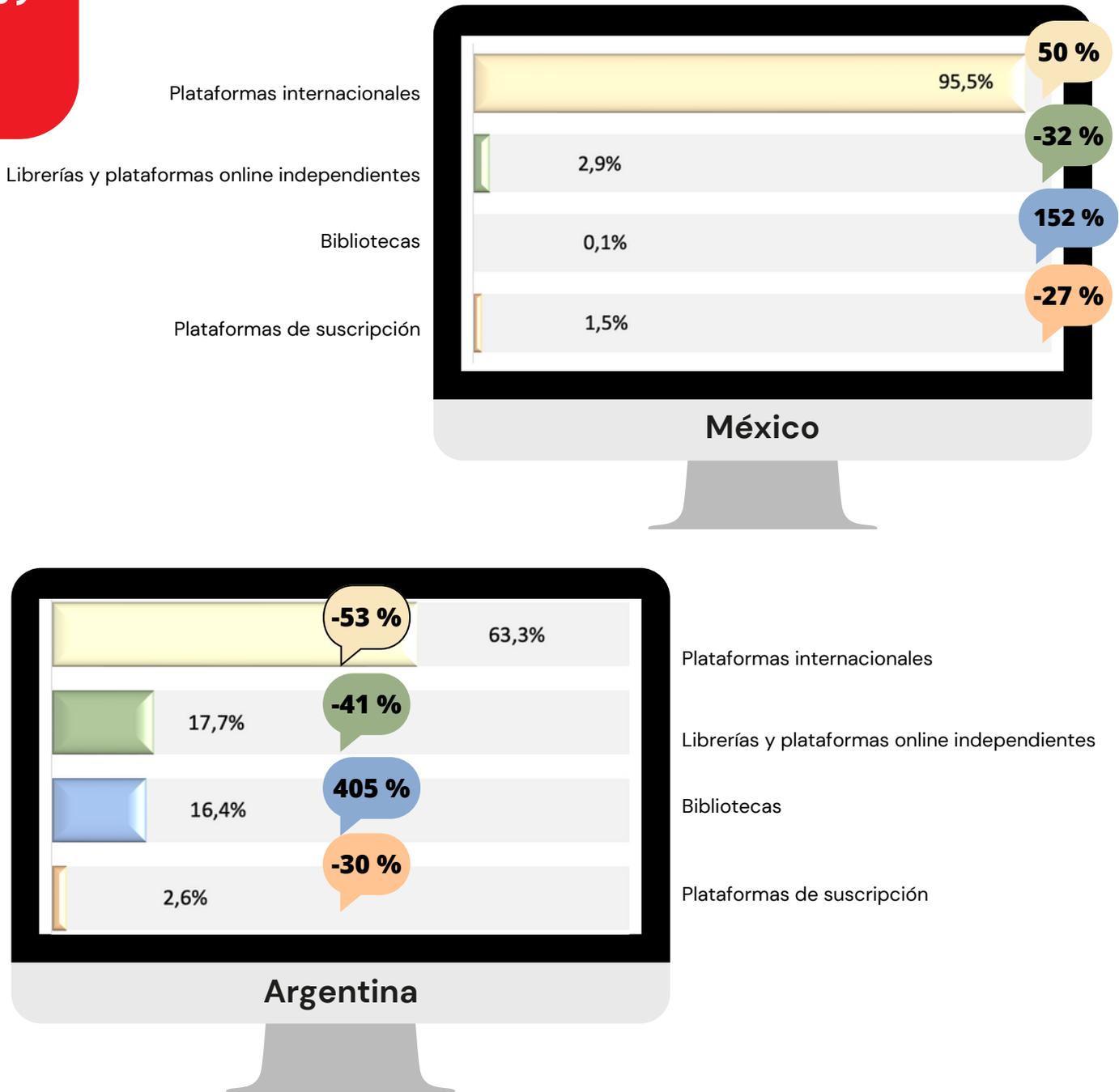


FIG. 14-15  
Distribución global y crecimiento en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por canal y modelo de negocio en MÉXICO y ARGENTINA en valor en euros(€) en 2022

Fuente: Librandia

# Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

El peso (%) y crecimiento de cada modelo de negocio en Euros (€) en 2022 por país

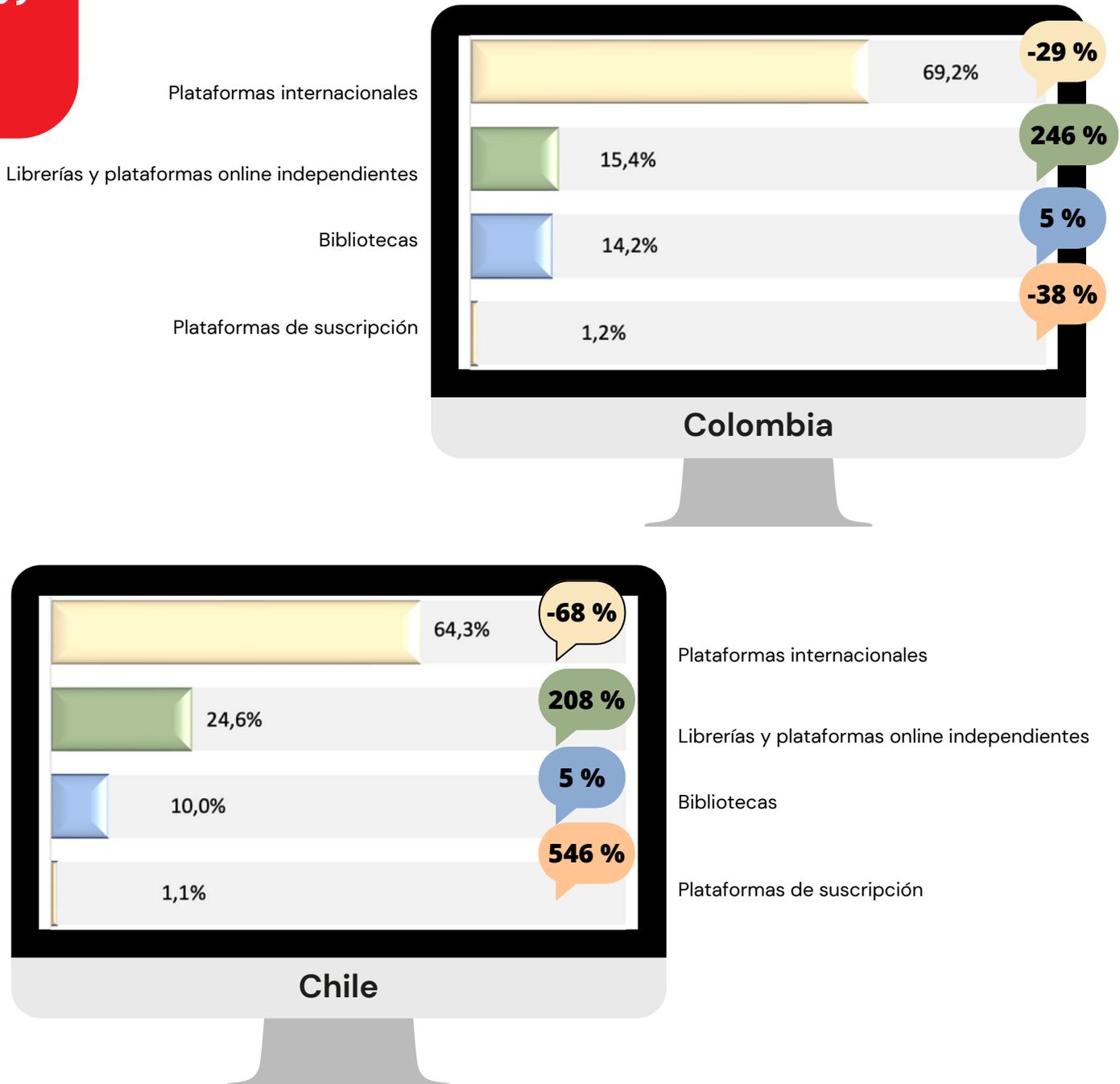


FIG. 16-17  
Distribución global y crecimiento en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por canal y modelo de negocio en COLOMBIA y CHILE en valor en euros(€) en 2022

Fuente: Librandia

# Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

El peso (%) y crecimiento de cada modelo de negocio en Euros (€) en 2022 por país

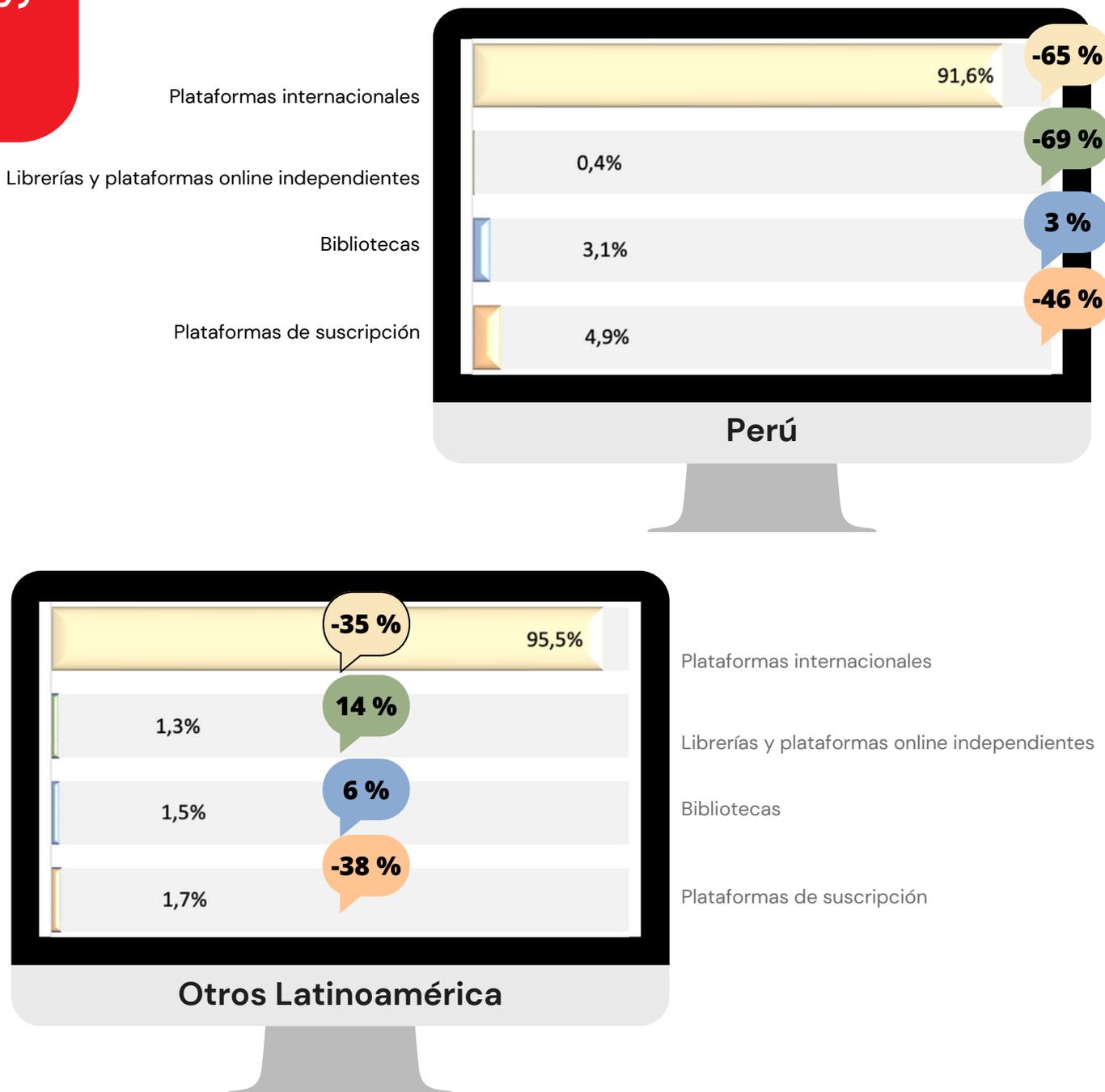
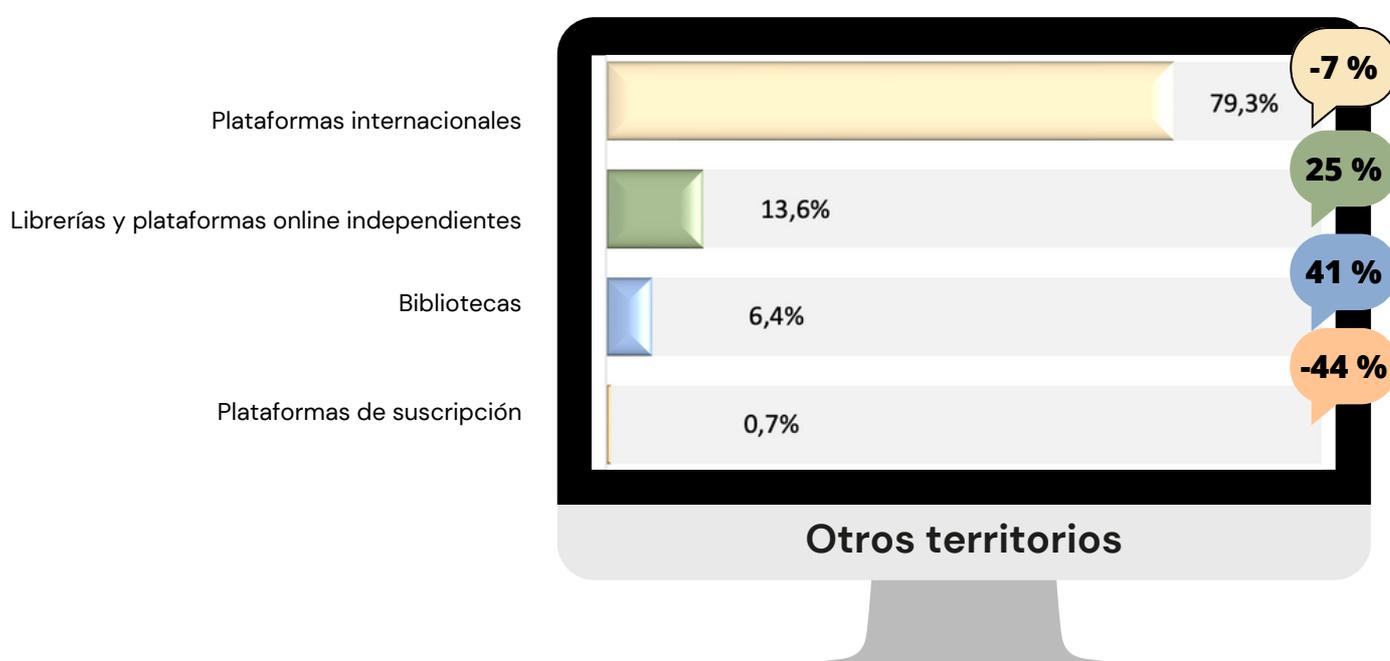


FIG. 18-19  
Distribución global y crecimiento en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por canal y modelo de negocio en PERÚ y OTROS LATAM en valor en euros(€) en 2022

Fuente: Librandia

## Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

El peso (%) y crecimiento de cada modelo de negocio en Euros (€) en 2022 por país



**FIG. 20**  
Distribución global y crecimiento en porcentaje del mercado del libro digital en lengua española por canal y modelo de negocio en **OTROS TERRITORIOS** en valor en euros(€) en 2022

Fuente: Librandia

# Análisis de canales y modelos de negocio del libro digital en lengua española 2022

## Bibliotecas

En esta categoría se incluyen los proyectos de préstamo digital a través de bibliotecas públicas, bibliotecas institucionales, bibliotecas escolares y bibliotecas privadas o corporativas.

En la figura 10, comprobamos que en 2022 el peso del préstamo digital tiene una cuota del 6,6 % del mercado; en la figura 11, vemos que su valor aumenta un 33 % respecto al del año anterior.

En las figuras de la 12 a la 20 se observa el peso de esta categoría por territorio. Este 2022 ha supuesto un año de crecimiento especialmente relevante en muchos países.

En España, su peso en 2022 es del 7,1 %, lo que pone de manifiesto un incremento del 36 % respecto al 2021.

Es un crecimiento muy significativo consecuencia del gran esfuerzo inversor en adquisición de fondos que las bibliotecas han llevado a cabo este año; destaca con particular fuerza la adquisición de licencias de ebooks y audiolibros para bibliotecas públicas digitales de España llevado a cabo por el Ministerio de Cultura y Deporte con el respaldo de los Fondos Next Generation.

El proyecto más emblemático de esta categoría es el proyecto eBiblio, iniciativa del Ministerio de Cultura y Deporte y de la gran mayoría de las comunidades autónomas de España.

Además de eBiblio, hay otros muchos proyectos de biblioteca digital en España, los cuales están en continuo crecimiento. Algunos ejemplos son: la biblioteca electrónica del Instituto Cervantes; eLiburutegia, la plataforma de las bibliotecas públicas del País Vasco; Biblio Digital, proyecto de préstamo digital de las bibliotecas públicas de Cataluña; bibliotecas digitales escolares (como el proyecto Librarium, iniciativa de la Junta de Extremadura) o bibliotecas públicas de provincias y diputaciones. El peso de esta categoría en 2022 es muy relevante también en Argentina (16,4 %), Colombia (14,2 %), EE.UU. (11,9 %) y Chile (10 %).

Desde hace tres años, la plataforma de préstamo digital sobre la que se desarrolla el servicio del proyecto eBiblio y de la Biblioteca electrónica del Instituto Cervantes (incluyendo clubes de lectura y cineforum) es nuestra solución tecnológica Cantook Bibliotecas.

## Proyecto eBiblio

eBiblio es un servicio de préstamo online gratuito de contenidos digitales (libros electrónicos, audiolibros, periódicos y revistas) de gran parte de las bibliotecas públicas españolas. La plataforma del servicio permite también el acceso a otras tipologías digitales como películas o bases de datos.

Impulsado por el Ministerio de Cultura y Deporte en colaboración con las comunidades y ciudades autónomas, pone a disposición de los ciudadanos un servicio de préstamo de documentos electrónicos a través de los sistemas autonómicos de bibliotecas públicas que participan en el proyecto; para su uso, es necesario contar con un carné de usuario de alguna de las bibliotecas públicas participantes.

De acuerdo con dicha cooperación y dentro de su ámbito territorial, cada comunidad y ciudad autónoma gestiona, adapta y completa, la colección suministrada por el Ministerio de Cultura y Deporte en función de sus propios intereses y particularidades. Esto da lugar a una ampliación de su colección y a la mejora de los servicios bibliotecarios ofrecidos a los ciudadanos.

El servicio es accesible 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año a través de Internet y ofrece la lectura y la utilización de sus contenidos en streaming o a través de descarga. También está disponible para dispositivos móviles a través de aplicaciones gratuitas de lectura disponibles en App Store y en Google Play.

eBiblio comenzó a prestar servicio en septiembre de 2014 y está presente en todas las comunidades y ciudades autónomas, a excepción de País Vasco y Cataluña, que cuentan con proyectos propios de préstamo digital.

El Ministerio de Cultura y Deporte publica anualmente un informe con los principales datos e indicadores clave del servicio. Este es el enlace para acceder al informe completo de eBiblio 2022:

*Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte de España*



Datos estadísticos 2022

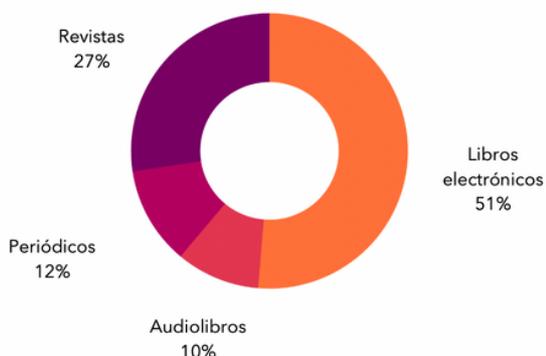


[Descargar informe eBiblio 2022 del Ministerio de Cultura y Deportes](#)

## Proyecto eBiblio

Como muestra el informe, el año 2022 el servicio de préstamo digital eBiblio ha experimentado un crecimiento muy significativo: los préstamos han aumentado un 19% y los usuarios únicos, un 10%.

El reparto de los préstamos por tipología documental en 2022 y su crecimiento respecto al año anterior es como sigue:



Y su evolución respecto al año anterior es:



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte de España

### Plataformas de suscripción

Las plataformas de suscripción de libros electrónicos (Nextory, KindleUnlimited, Scribd, 24Symbols, Skoobe, etc.) proponen un modelo similar al de los modelos de suscripción de otros contenidos digitales, como la música o las películas y series: los usuarios pagan una cuota mensual para acceder a la lectura de un amplio catálogo de libros digitales.

En la figura 11, vemos que en 2022 la categoría decrece en un -15 %, lo que supone un punto de inflexión respecto a su tendencia al alza puesta de manifiesto en los años anteriores. Su cuota en 2022 es el 5,8 % del mercado.

# Top 10 temáticas 2022

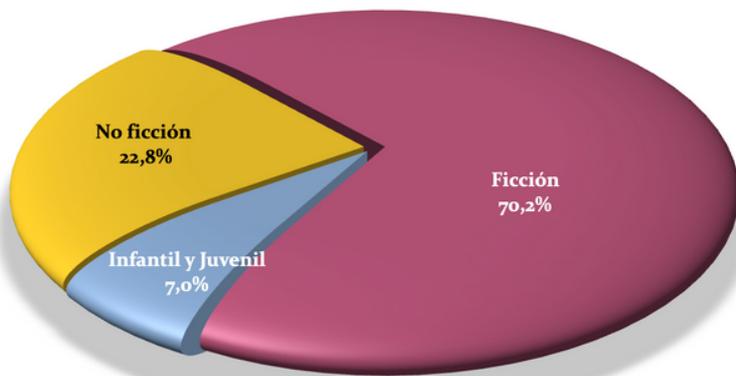


## Top 10 temáticas 2022

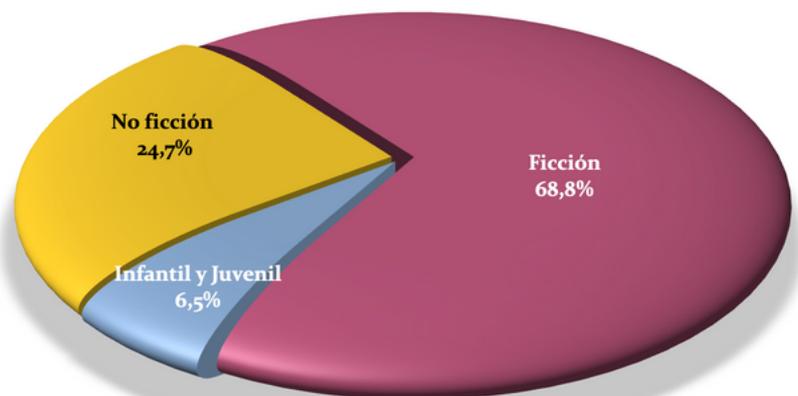
### Las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022 (global)

En la figura 21, se muestra, en unidades y en valor en euros (€), la distribución porcentual de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: ficción, no ficción e infantil y juvenil.

Puede observarse que, al igual que sucedía en los años anteriores, en 2022 el peso de la ficción en global es superior, tanto en unidades como en valor en euros (€) (70,19 % y 68,8 % respectivamente), al de la no ficción e infantil y juvenil. Los pesos en valor en euros (€) de la no ficción y de la categoría infantil y juvenil son respectivamente del 24,71 % y del 6,5 %



En unidades



En valor

**FIG. 21**  
Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en global

Fuente: Librandia

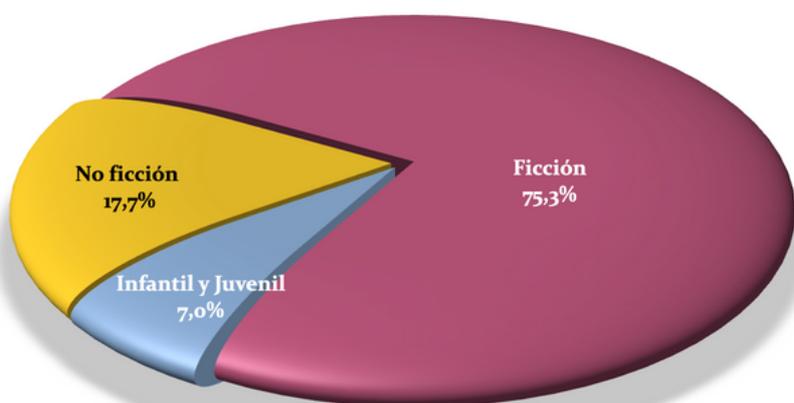
## Top 10 temáticas 2022

En las figuras de la 22 a la 30, se detalla ese mismo reparto por territorio. Puede observarse que el peso de las tres categorías varía en función del país: en España, por ejemplo, el peso de la ficción es muy relevante (73,65 %), al igual que en EE.UU. (62 %), en Chile (54,6 %) y en Argentina (53,8 %).

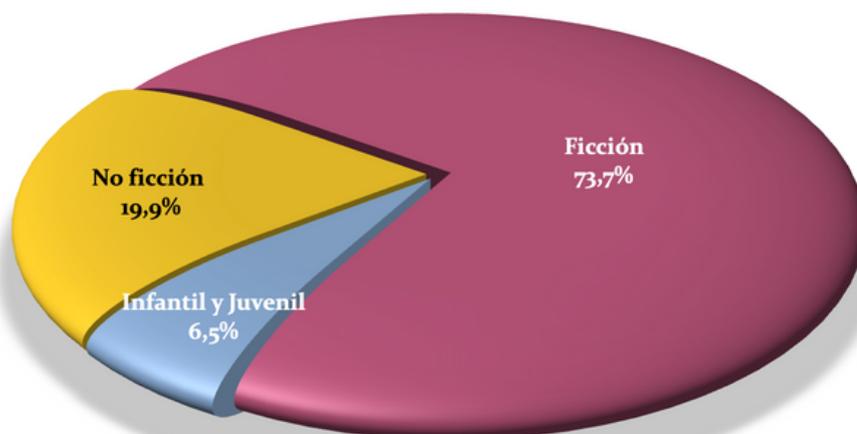
En otros países, como es el caso de México, el reparto está más igualado y en países como Colombia o Perú la no ficción supera a la ficción

### Las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022

#### España



#### En unidades



#### En valor

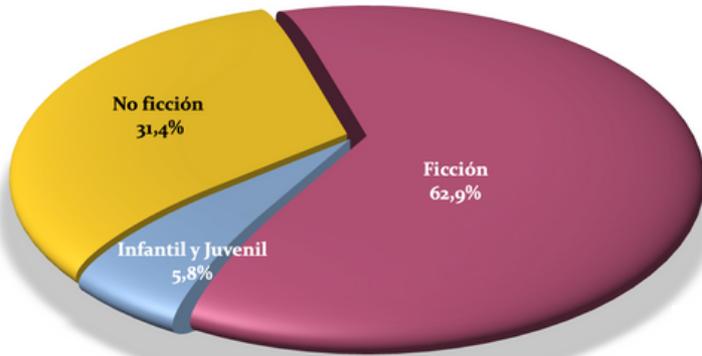
FIG. 22

Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en ESPAÑA

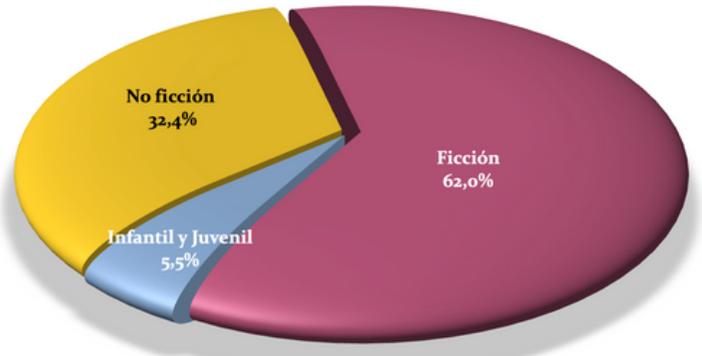
Fuente: Libranda

# Top 10 temáticas 2022

## Las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022 EE.UU y México



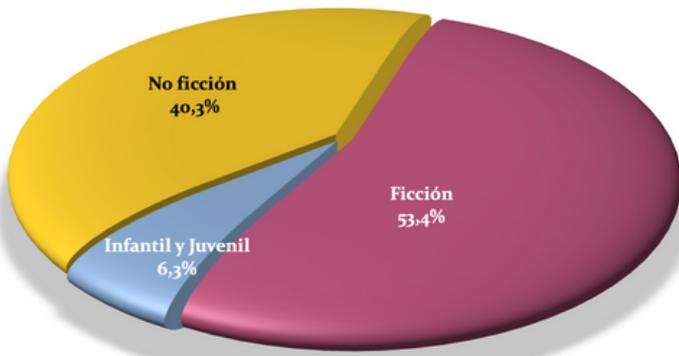
En unidades



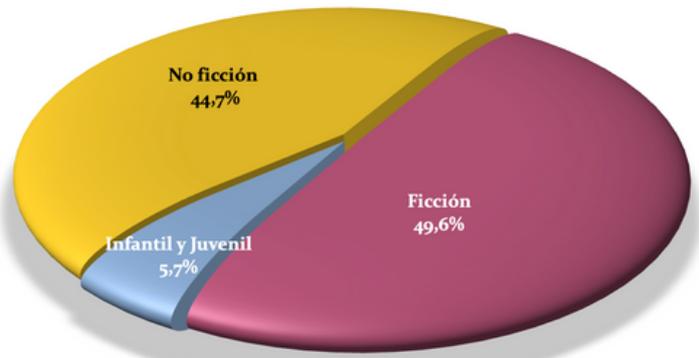
En valor

**FIG. 23**  
Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en EE.UU

Fuente: Libranda



En unidades



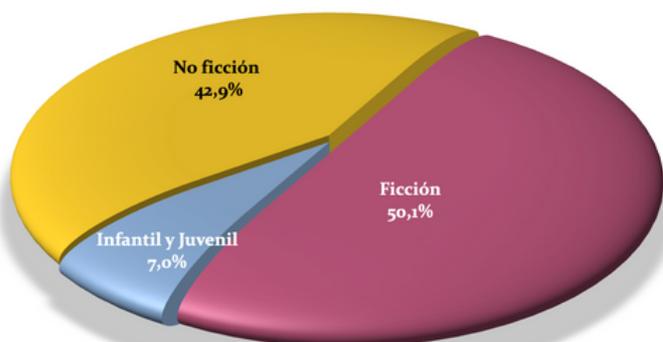
En valor

**FIG. 24**  
Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en MÉXICO

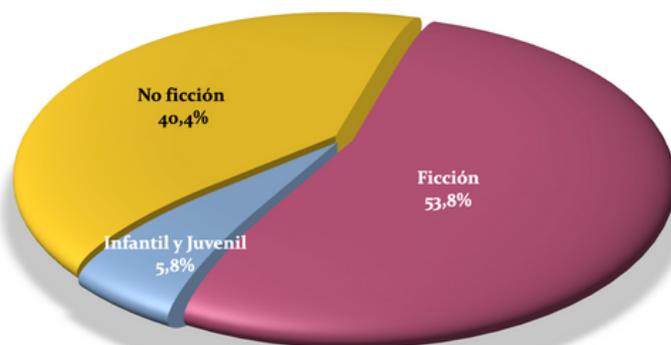
Fuente: Libranda

# Top 10 temáticas 2022

## Las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022 Argentina y Chile



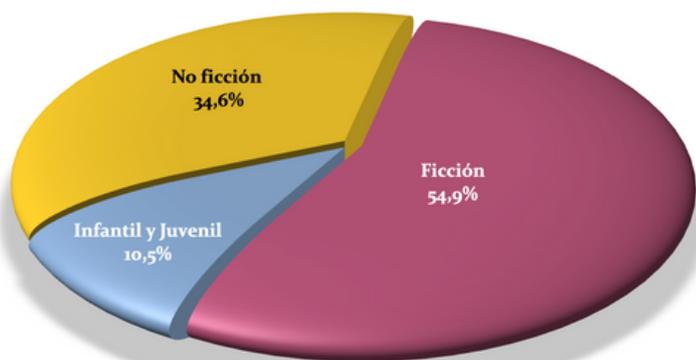
En unidades



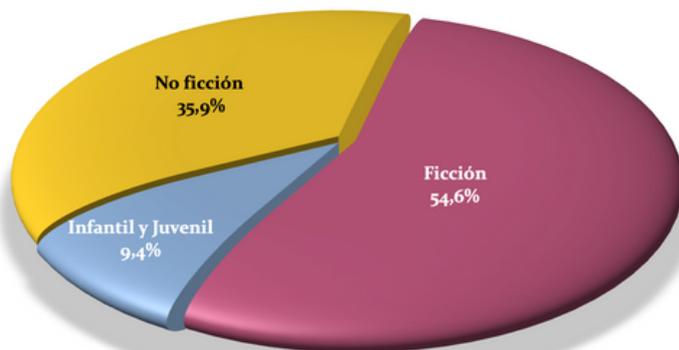
En valor

**FIG. 25**  
Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en ARGENTINA

Fuente: Librandia



En unidades



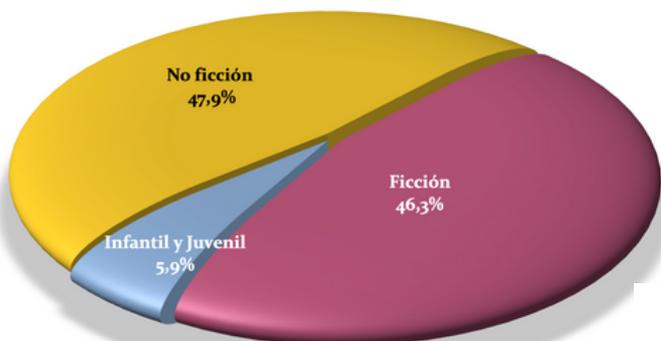
En valor

**FIG. 26**  
Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en CHILE

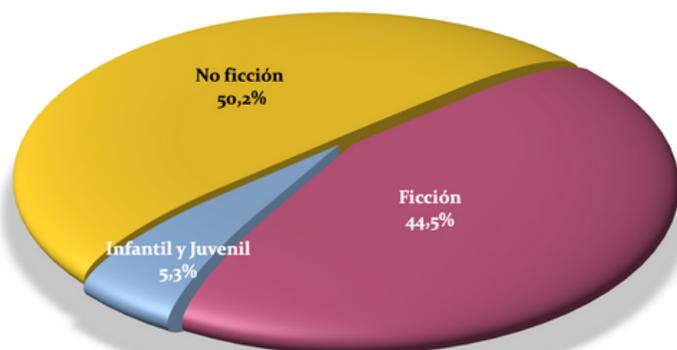
Fuente: Librandia

## Top 10 temáticas 2022

### Las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022 Colombia y Perú



En unidades

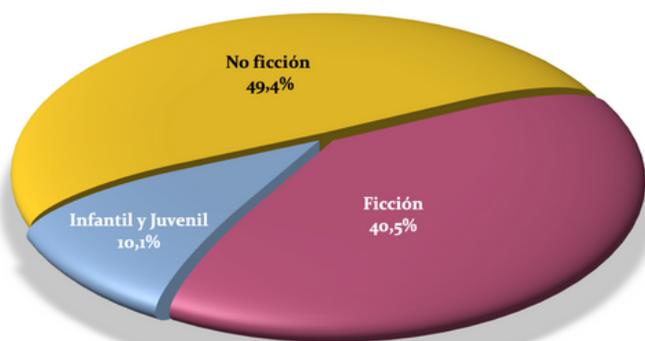


En valor

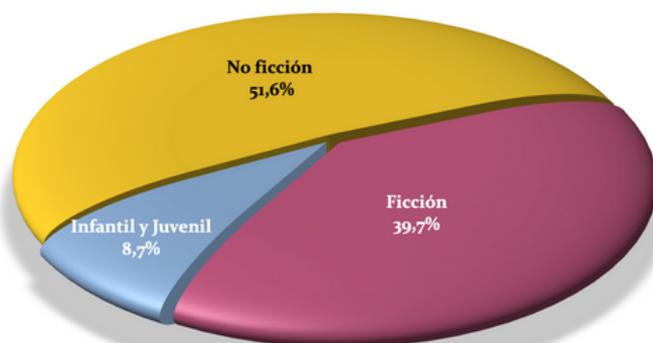
FIG. 27

Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en **COLOMBIA**

Fuente: Librandia



En unidades



En valor

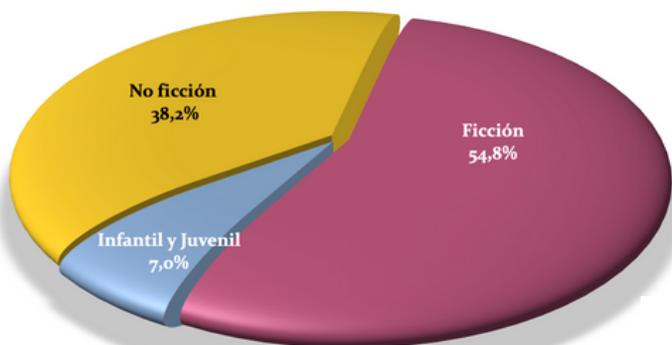
FIG. 28

Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en **PERÚ**

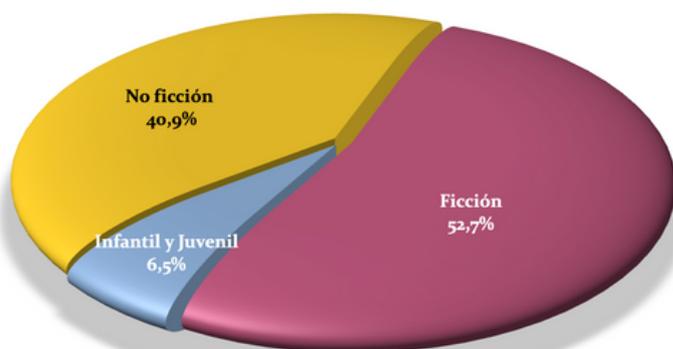
Fuente: Librandia

# Top 10 temáticas 2022

## Las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022 Otros Latinoamérica y Otros territorios



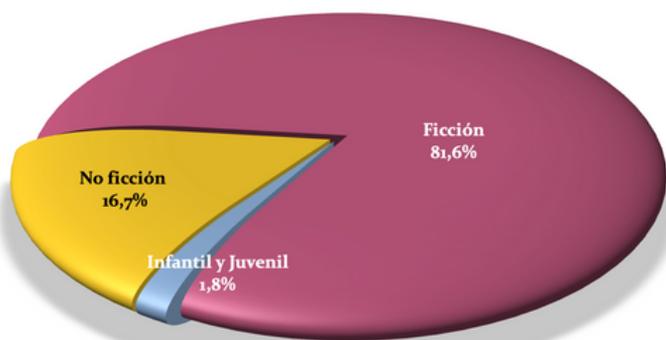
En unidades



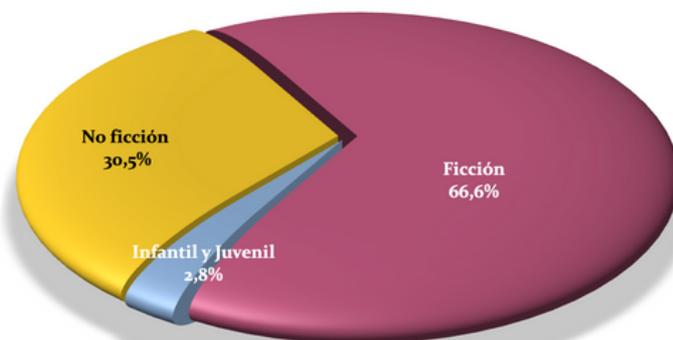
En valor

**FIG. 29**  
Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en OTROS LATINOAMÉRICA

Fuente: Librandia



En unidades



En valor

**FIG. 30**  
Distribución en porcentaje de las tres grandes clasificaciones temáticas en 2022: Ficción, No Ficción, Infantil y Juvenil en OTROS TERRITORIOS

Fuente: Librandia

## Top 10 temáticas 2022

Las diez temáticas más vendidas en 2022 en plataformas internacionales, librerías y plataformas online independientes en todo el mundo.

En las siguientes tablas (figuras 31 y 32), detallamos, en unidades y en valor en euros (€), las diez temáticas más vendidas en porcentaje durante 2022.

El detalle de las Top 10 temáticas más vendidas en cada país en 2022 puede verse de las figuras que van de la 33 a la 50.

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO	TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	22,8%	1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	23,5%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	18,6%	2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	19,4%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	14,3%	3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	10,8%
4. INFANTIL Y JUVENIL	7,0%	4. INFANTIL Y JUVENIL	6,5%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	5,5%	5. NOVELA HISTÓRICA	5,7%
6. NOVELA HISTÓRICA	3,8%	6. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	4,0%
7. NOVELA FANTÁSTICA	3,5%	7. BIOGRAFÍAS	3,6%
8. BIOGRAFÍAS	3,0%	8. NOVELA FANTÁSTICA	3,4%
9. SOCIEDAD Y CULTURA	2,6%	9. SOCIEDAD Y CULTURA	3,0%
10. NOVELA DE AVENTURAS	2,4 %	10. NOVELA DE AVENTURAS	2,4 %

**FIG. 31, 32**

Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022

Fuente: Libranda

## Top 10 temáticas 2022

Las diez temáticas más vendidas en 2022 en plataformas internacionales, librerías y plataformas online independientes en España y EE.UU.

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	22,8%
2. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	21,0%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	16,2%
4. INFANTIL Y JUVENIL	7,0%
5. NOVELA HISTÓRICA	5,3%
6. NOVELA FANTÁSTICA	3,5%
7. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	3,2%
8. NOVELA DE AVENTURAS	2,8%
9. BIOGRAFÍAS	2,4%
10. CIENCIA FICCIÓN	2,2 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	23,4%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	22,5%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	11,7%
4. INFANTIL Y JUVENIL	6,5%
5. NOVELA HISTÓRICA	5,8%
6. NOVELA FANTÁSTICA	3,6%
7. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	3,2%
8. NOVELA DE AVENTURAS	3,2%
9. BIOGRAFÍAS	2,8%
10. CIENCIA FICCIÓN	2,1 %

**FIG. 33, 34**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **ESPAÑA**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	28,7%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	11,4%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	8,9%
4. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	7,6%
5. INFANTIL Y JUVENIL	5,8%
6. NOVELA HISTÓRICA	4,3%
7. BIOGRAFÍAS	4,2%
8. SOCIEDAD Y CULTURA	3,2%
9. NOVELA FANTÁSTICA	2,7%
10. EMPRESA Y GESTIÓN	2,6 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	30,1%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	10,9%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	7,1%
4. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	7,1%
5. INFANTIL Y JUVENIL	5,5%
6. BIOGRAFÍAS	4,7%
7. NOVELA HISTÓRICA	4,7%
8. SOCIEDAD Y CULTURA	3,6%
9. NOVELA FANTÁSTICA	2,8%
10. EMPRESA Y GESTIÓN	2,8 %

**FIG. 35, 36**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **EE.UU**

Fuente: Librandia

## Top 10 temáticas 2022

Las diez temáticas más vendidas en 2022 en plataformas internacionales, librerías y plataformas online independientes en MÉXICO Y ARGENTINA

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	20,7%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	8,7%
3. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	8,7%
4. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	7,8%
5. INFANTIL Y JUVENIL	6,3%
6. SOCIEDAD Y CULTURA	5,0%
7. EMPRESA Y GESTIÓN	4,5%
8. BIOGRAFÍAS	4,0%
9. NOVELA HISTÓRICA	3,9%
10. NOVELA FANTÁSTICA	3,5 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	21,8%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	9,1%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	7,5%
4. SOCIEDAD Y CULTURA	6,0%
5. INFANTIL Y JUVENIL	5,6%
6. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	5,5%
7. EMPRESA Y GESTIÓN	5,0%
8. BIOGRAFÍAS	4,4%
9. NOVELA HISTÓRICA	4,2%
10. NOVELA FANTÁSTICA	3,5 %

**FIG. 37, 38**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **MÉXICO**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	16,0%
2. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	14,0%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	9,0%
4. INFANTIL Y JUVENIL	7,0%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	5,9%
6. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	4,3%
7. BIOGRAFÍAS	3,6%
8. POLITICA Y GOBIERNO	3,4%
9. EMPRESA Y GESTIÓN	3,3%
10. FAMILIA Y SALUD	3,1 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	17,6%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	14,4%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	10,0%
4. INFANTIL Y JUVENIL	5,8%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	5,8%
6. BIOGRAFÍAS	4,3%
7. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	3,9%
8. EMPRESA Y GESTIÓN	3,7%
9. NOVELA HISTORICA	3,7%
10. SOCIEDAD Y CULTURA	3,0 %

**FIG. 39, 40**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **ARGENTINA**

Fuente: Librandia

## Top 10 temáticas 2022

Las diez temáticas más vendidas en 2022 en plataformas internacionales, librerías y plataformas online independientes en Colombia y Chile.

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	19,1%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	10,0%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	8,3%
4. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	6,8%
5. EMPRESA Y GESTIÓN	6,0%
6. INFANTIL Y JUVENIL	5,9%
7. FAMILIA Y SALUD	5,3%
8. BIOGRAFÍAS	5,1%
9. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	4,1%
10. NOVELA HISTÓRICA	3,7 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	19,3%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	9,6%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	7,2%
4. EMPRESA Y GESTIÓN	6,6%
5. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	6,6%
6. BIOGRAFÍAS	6,2%
7. INFANTIL Y JUVENIL	5,3%
8. FAMILIA Y SALUD	5,0%
9. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	4,0%
10. NOVELA HISTÓRICA	4,0 %

**FIG. 41, 42**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **COLOMBIA**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	17,0%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	14,6%
3. INFANTIL Y JUVENIL	10,5%
4. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	8,3%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	5,8%
6. NOVELA HISTÓRICA	4,5%
7. NOVELA FANTÁSTICA	3,7%
8. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	3,5%
9. BIOGRAFÍAS	3,1%
10. EMPRESA Y GESTIÓN	3,1 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	18,6%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	13,1%
3. INFANTIL Y JUVENIL	9,4%
4. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	8,4%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	5,5%
6. NOVELA HISTÓRICA	5,0%
7. NOVELA FANTÁSTICA	3,7%
8. BIOGRAFÍAS	3,6%
9. EMPRESA Y GESTIÓN	3,6%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	3,4 %

**FIG. 43, 44**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **CHILE**

Fuente: Librandia

## Top 10 temáticas 2022

Las diez temáticas más vendidas en 2022 en plataformas internacionales, librerías y plataformas online independientes en Perú y Otros Latinoamérica.

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	14,9%
2. INFANTIL Y JUVENIL	10,1%
3. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	10,0%
4. BIOGRAFÍAS	8,0%
5. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	8,0%
6. EMPRESA Y GESTIÓN	7,9%
7. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	6,4%
8. FAMILIA Y SALUD	3,3%
9. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	3,3%
10. SOCIEDAD Y CULTURA	3,3 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	15,9%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	9,5%
3. EMPRESA Y GESTIÓN	8,9%
4. INFANTIL Y JUVENIL	8,7%
5. BIOGRAFÍAS	8,6%
6. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	6,2%
7. SOCIEDAD Y CULTURA	3,9%
8. NOVELA HISTÓRICA	3,7%
9. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	3,4%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	3,1 %

**FIG. 45, 46**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **PERÚ**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	19,4%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	11,7%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	9,1%
4. INFANTIL Y JUVENIL	7,0%
5. EMPRESA Y GESTIÓN	5,6%
6. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	4,3%
7. NOVELA HISTÓRICA	4,0%
8. FAMILIA Y SALUD	3,4%
9. BIOGRAFÍAS	3,4%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	3,4 %

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	20,3%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	9,6%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	9,0%
4. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	8,8%
5. INFANTIL Y JUVENIL	6,5%
6. EMPRESA Y GESTIÓN	5,9%
7. NOVELA HISTÓRICA	4,4%
8. BIOGRAFÍAS	3,9%
9. SOCIEDAD Y CULTURA	3,6%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	3,4 %

**FIG. 47, 48**  
Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **OTROS LATINOAMÉRICA**

Fuente: Librandia

## Top 10 temáticas 2022

Las diez temáticas más vendidas en 2022 en plataformas internacionales, librerías y plataformas online independientes en otros territorios.

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% PESO	TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% PESO
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	68,3%	1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	40,4%
2. SOCIEDAD Y CULTURA	4,8%	2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	7,4%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	4,1%	3. NOVELA HISTÓRICA	7,0%
4. NOVELA HISTÓRICA	2,8%	4. SOCIEDAD Y CULTURA	5,3%
5. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	2,7%	5. AUTOAYUDA y DESARROLLO PERSONAL	5,0%
6. AUTOAYUDA y DESARROLLO PERSONAL	2,5%	6. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	4,6%
7. BIOGRAFÍAS	2,1%	7. BIOGRAFÍAS	4,5%
8. INFANTIL Y JUVENIL	1,8%	8. NO FICCIÓN	3,2%
9. NO FICCIÓN	1,3%	9. INFANTIL Y JUVENIL	2,8%
10. NOVELA FANTÁSTICA	1,2 %	10. NOVELA FANTÁSTICA	2,5 %

**FIG. 49, 50**

Distribución en porcentaje % del catálogo del Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **OTROS TERRITORIOS**

Fuente: Librandia

# Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022



## Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022

En el total de las Top 10 clasificaciones temáticas, el peso de las ventas de libros de fondo (75 %) supera al de las ventas de novedades (25 %)

Las categorías en las que el peso de la novedad es más relevante son: novela policíaca y suspense (37 %), Novela Romántica y Erótica (30 %), Ficción Contemporánea (28 %) y Novela de Aventuras (28 %).

En la figura 51 y 52, se ilustra, en unidades y en valor en euros (€), el peso de las ventas de libros de novedad y de libros de fondo en cada una de las Top 10 clasificaciones temáticas del canal tiendas de venta unitaria.

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD		TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	78%	22%	1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	72%	28%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	73%	27%	2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	63%	37%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	72%	28%	3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	70%	30%
4. INFANTIL Y JUVENIL	82%	18%	4. INFANTIL Y JUVENIL	80%	20%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	76%	24%	5. NOVELA HISTÓRICA	85%	15%
6. NOVELA HISTÓRICA	84%	16%	6. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	73%	27%
7. NOVELA FANTÁSTICA	87%	13%	7. BIOGRAFÍAS	74%	26%
8. BIOGRAFÍAS	73%	27%	8. NOVELA FANTÁSTICA	90%	10%
9. SOCIEDAD Y CULTURA	78%	22%	9. SOCIEDAD Y CULTURA	74%	26%
10. NOVELA DE AVENTURAS	78%	22%	10. NOVELA DE AVENTURAS	72%	28%

**FIG. 51, 52**

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022

Fuente: Librandia

# Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD		TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	77%	23%	1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	72%	28%
2. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	70%	30%	2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	67%	33%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	70%	30%	3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	70%	30%
4. INFANTIL Y JUVENIL	75%	25%	4. INFANTIL Y JUVENIL	76%	24%
5. NOVELA HISTÓRICA	85%	15%	5. NOVELA HISTÓRICA	83%	17%
6. NOVELA FANTÁSTICA	88%	12%	6. NOVELA FANTÁSTICA	87%	13%
7. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	76%	24%	7. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	77%	23%
8. NOVELA DE AVENTURAS	75%	25%	8. NOVELA DE AVENTURAS	72%	28%
9. BIOGRAFÍAS	73%	27%	9. BIOGRAFÍAS	74%	26%
10. CIENCIA FICCIÓN	80%	20%	10. CIENCIA FICCIÓN	77%	23%

FIG. 53, 54

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **España**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD		TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	85%	15%	1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	80%	20%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	85%	15%	2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	82%	18%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	75%	25%	3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	79%	21%
4. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	52%	48%	4. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	59%	41%
5. INFANTIL Y JUVENIL	84%	16%	5. INFANTIL Y JUVENIL	86%	14%
6. NOVELA HISTÓRICA	93%	7%	6. BIOGRAFÍAS	77%	23%
7. BIOGRAFÍAS	80%	20%	7. NOVELA HISTÓRICA	95%	5%
8. SOCIEDAD Y CULTURA	69%	31%	8. SOCIEDAD Y CULTURA	66%	34%
9. NOVELA FANTÁSTICA	85%	15%	9. NOVELA FANTÁSTICA	84%	16%
10. EMPRESA Y GESTIÓN	84%	16%	10. EMPRESA Y GESTIÓN	85%	15%

FIG. 55, 56

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **EE.UU**

Fuente: Librandia

# Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	84%	16%
2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	84%	16%
3. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	80%	20%
4. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	80%	20%
5. INFANTIL Y JUVENIL	86%	14%
6. SOCIEDAD Y CULTURA	81%	19%
7. EMPRESA Y GESTIÓN	95%	5%
8. BIOGRAFÍAS	91%	9%
9. NOVELA HISTÓRICA	96%	4%
10. NOVELA FANTÁSTICA	93%	7%

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	80%	20%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	78%	22%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	79%	21%
4. SOCIEDAD Y CULTURA	76%	24%
5. INFANTIL Y JUVENIL	84%	16%
6. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	79%	21%
7. EMPRESA Y GESTIÓN	96%	4%
8. BIOGRAFÍAS	88%	12%
9. NOVELA HISTÓRICA	95%	5%
10. NOVELA FANTÁSTICA	93%	7%

**FIG. 57, 58**  
Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **México**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	80%	20%
2. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	82%	18%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	72%	28%
4. INFANTIL Y JUVENIL	80%	20%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	80%	20%
6. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	83%	17%
7. BIOGRAFÍAS	72%	28%
8. POLITICA Y GOBIERNO	40%	60%
9. EMPRESA Y GESTIÓN	90%	10%
10. FAMILIA Y SALUD	88%	12%

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	79%	21%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	82%	18%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	78%	22%
4. INFANTIL Y JUVENIL	82%	18%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	77%	23%
6. BIOGRAFÍAS	73%	27%
7. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	83%	17%
8. EMPRESA Y GESTIÓN	89%	11%
9. NOVELA HISTORICA	90%	10%
10. SOCIEDAD Y CULTURA	92%	8%

**FIG. 59, 60**  
Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **Argentina**

Fuente: Librandia

# Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	82%	18%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	87%	13%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	76%	24%
4. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	85%	15%
5. EMPRESA Y GESTIÓN	97%	3%
6. INFANTIL Y JUVENIL	79%	21%
7. FAMILIA Y SALUD	95%	5%
8. BIOGRAFÍAS	83%	17%
9. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	94%	6%
10. NOVELA HISTÓRICA	92%	8%

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	79%	21%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	85%	15%
3. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	74%	26%
4. EMPRESA Y GESTIÓN	95%	5%
5. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	79%	21%
6. BIOGRAFÍAS	84%	16%
7. INFANTIL Y JUVENIL	78%	22%
8. FAMILIA Y SALUD	94%	6%
9. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	94%	6%
10. NOVELA HISTÓRICA	91%	9%

FIG. 61, 62

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **Colombia**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	80%	20%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	75%	25%
3. INFANTIL Y JUVENIL	84%	16%
4. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	70%	30%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	84%	16%
6. NOVELA HISTÓRICA	90%	10%
7. NOVELA FANTÁSTICA	94%	6%
8. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	82%	18%
9. BIOGRAFÍAS	90%	10%
10. EMPRESA Y GESTIÓN	95%	5%

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	83%	17%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	76%	24%
3. INFANTIL Y JUVENIL	84%	16%
4. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	77%	23%
5. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	86%	14%
6. NOVELA HISTÓRICA	93%	7%
7. NOVELA FANTÁSTICA	94%	6%
8. BIOGRAFÍAS	91%	9%
9. EMPRESA Y GESTIÓN	95%	5%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	84%	16%

FIG. 63, 64

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **Chile**

Fuente: Librandia

# Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	87%	13%
2. INFANTIL Y JUVENIL	82%	18%
3. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	85%	15%
4. BIOGRAFÍAS	45%	55%
5. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	77%	23%
6. EMPRESA Y GESTIÓN	95%	5%
7. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	85%	15%
8. FAMILIA Y SALUD	90%	10%
9. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	89%	11%
10. SOCIEDAD Y CULTURA	90%	10%

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	85%	15%
2. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	83%	17%
3. EMPRESA Y GESTIÓN	94%	6%
4. INFANTIL Y JUVENIL	80%	20%
5. BIOGRAFÍAS	51%	49%
6. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	82%	18%
7. SOCIEDAD Y CULTURA	91%	9%
8. NOVELA HISTÓRICA	84%	16%
9. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	75%	25%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	88%	12%

FIG. 65, 66

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **Perú**

Fuente: Librandia

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	84%	16%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	82%	18%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	83%	17%
4. INFANTIL Y JUVENIL	85%	15%
5. EMPRESA Y GESTIÓN	94%	6%
6. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	88%	12%
7. NOVELA HISTÓRICA	92%	8%
8. FAMILIA Y SALUD	93%	7%
9. BIOGRAFÍAS	85%	15%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	87%	13%

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	83%	17%
2. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	80%	20%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	76%	24%
4. AUTOAYUDA Y DESARROLLO PERSONAL	84%	16%
5. INFANTIL Y JUVENIL	86%	14%
6. EMPRESA Y GESTIÓN	94%	6%
7. NOVELA HISTÓRICA	92%	8%
8. BIOGRAFÍAS	76%	24%
9. SOCIEDAD Y CULTURA	84%	16%
10. MENTE, CUERPO Y ESPÍRITU	86%	14%

FIG. 67, 68

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **Otros Latinoamérica**

Fuente: Librandia

# Porcentaje de ventas por antigüedad de publicación y clasificación temática 2022

TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN UNIDADES EN 2022	% FONDO / % NOVEDAD		TEMÁTICAS MÁS VENDIDAS EN VALOR EN EUROS 2022	% FONDO / % NOVEDAD	
1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	82%	18%	1. FICCIÓN CONTEMPORÁNEA	78%	22%
2. SOCIEDAD Y CULTURA	81%	19%	2. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	82%	18%
3. NOVELA POLICÍACA Y DE SUSPENSE	87%	13%	3. NOVELA HISTÓRICA	79%	21%
4. NOVELA HISTÓRICA	82%	18%	4. SOCIEDAD Y CULTURA	85%	15%
5. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	82%	18%	5. AUTOAYUDA y DESARROLLO PERSONAL	52%	48%
6. AUTOAYUDA y DESARROLLO PERSONAL	51%	49%	6. NOVELA ROMÁNTICA Y ERÓTICA	77%	23%
7. BIOGRAFÍAS	74%	26%	7. BIOGRAFÍAS	74%	26%
8. INFANTIL Y JUVENIL	85%	15%	8. NO FICCIÓN	78%	22%
9. NO FICCIÓN	79%	21%	9. INFANTIL Y JUVENIL	84%	16%
10. NOVELA FANTÁSTICA	96%	4%	10. NOVELA FANTÁSTICA	95%	5%

**FIG. 69, 70**

Distribución en porcentaje % del Fondo/Novedad ordenado por Top 10 temático en unidades y en valor en (€) 2022 en **Otros Territorios**

Fuente: Librandia

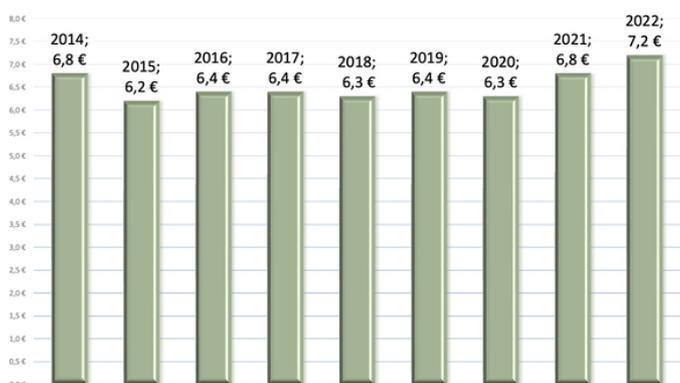
# Análisis del precio medio de venta del libro digital en lengua española 2022



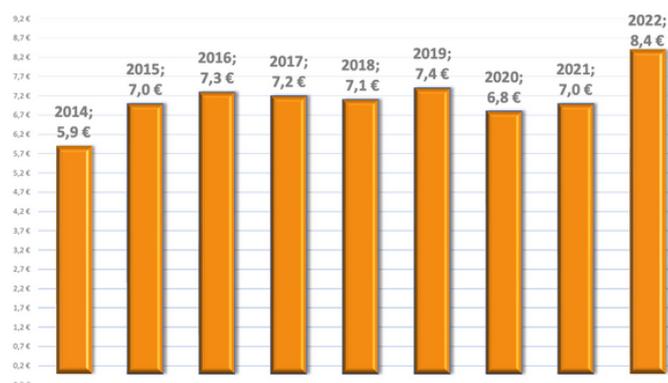
# Análisis del precio medio de venta del libro digital en lengua española 2022

En abril de 2020, el gobierno de España anunció la aprobación de la bajada del IVA de los libros electrónicos del 21 % al 4 %, acabando así con la discriminación fiscal que había pesado sobre el libro digital durante más de una década. Los libros digitales son entre un 40 % y un 60 % más baratos que los libros en papel.

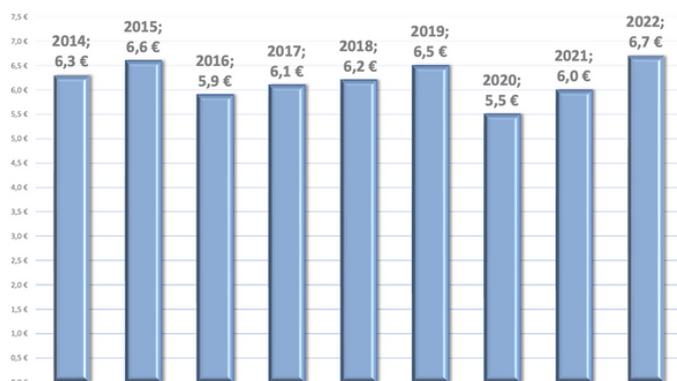
En 2022, la situación de los precios medios de venta en euros (€) sin IVA frente a 2021 es tendente a la alza en los territorios con más presencia digital. En el caso particular de España, se puede observar que el precio medio de venta sin IVA es superior (pasa de 6,8 € a 7,2 €) pero debido a la bajada de IVA del 2020 en España, el PVP sigue siendo inferior al de los años anteriores al 2020.



España



EE.UU



Latinoamérica



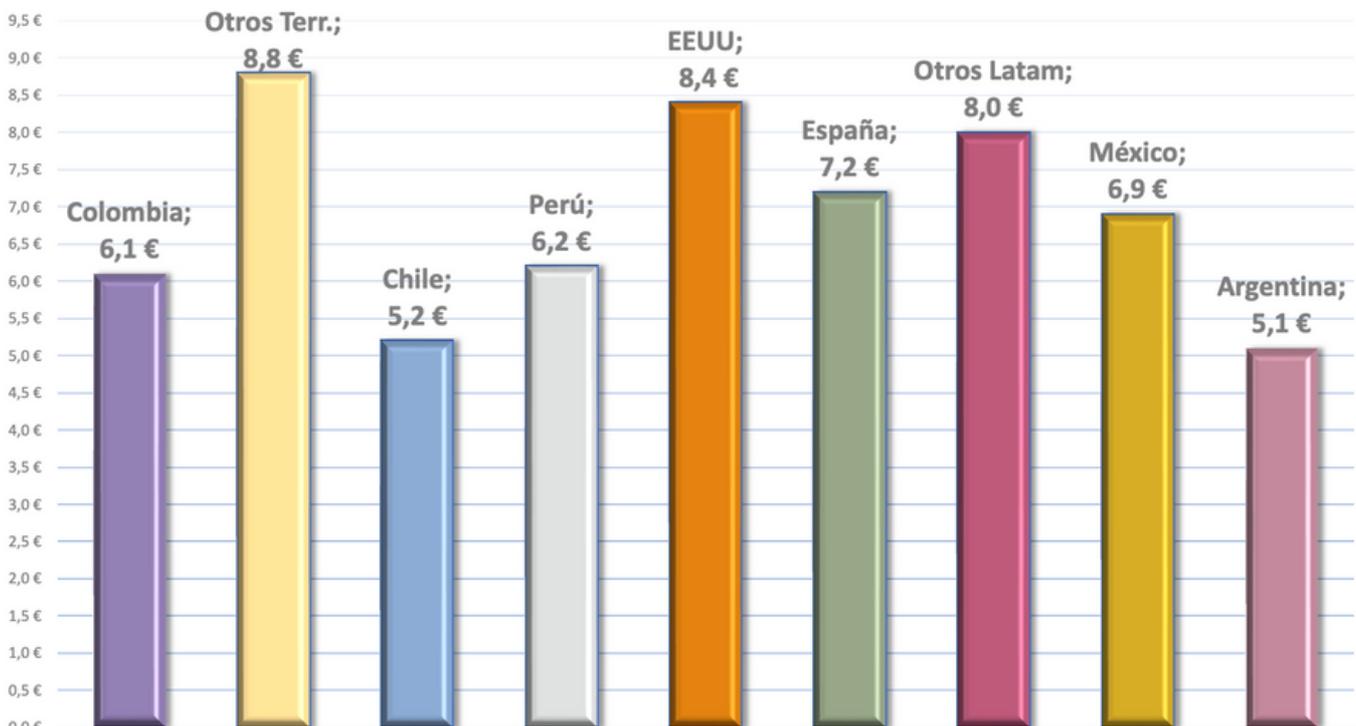
Otros territorios

**FIG. 71**  
Precio medio de venta en euros (€) sin IVA del libro digital en lengua española  
Comparativa 2014-2022

Fuente: Librandia

## Análisis del precio medio de venta del libro digital en lengua española 2022

El precio medio de venta del libro digital en Euros (€) sin IVA en 2022 por país



**FIG. 72**  
Precio medio de venta en euros (€) sin IVA del libro digital en lengua española por país 2022  
Fuente: Librandia

# Lector digital y hábitos de consumo



## Lector digital y hábitos de consumo

En el informe del año anterior creamos una nueva sección con indicadores sobre lectura digital que pretendía arrojar luz sobre los hábitos y preferencias de lectura de la comunidad de lectores digitales en lengua española. Este año mantenemos la sección y ampliamos los indicadores.

La información general de tendencias que vamos a compartir la obtenemos a partir de las estadísticas de uso y lectura de nuestra aplicación Aldiko Next (disponible en Apple Store y Google Play) así como de los datos de venta y consumo que obtenemos a partir de la distribución de contenidos en todas las plataformas.

Las plataformas con acceso a hábitos de lectura no suelen compartir estos datos globales, pero nosotros, siguiendo la filosofía de este informe, consideramos importante hacerlo para visibilizar las preferencias de los lectores digitales en la medida de nuestras posibilidades.

Nuestra aplicación Aldiko tiene más de 800.000 usuarios únicos en todo el mundo. La peculiaridad de la aplicación es que se trata de una app abierta y universal en la que los usuarios pueden leer contenidos de diversas fuentes y crear sus bibliotecas personales teniendo en cuenta esa diversidad.

A continuación presentamos unos KPI's de lectura digital en todo el mundo durante el 2022. Haremos un seguimiento anual de estos KPI's para analizar las tendencias de los lectores.

### Tiempo medio de lectura mensual de un usuario.



**FIG. 73**  
KPI- Aldiko: Promedio de tiempo de lectura mensual en 2022  
Fuente: Librandia

## Lector digital y hábitos de consumo

Indicadores de interacción con el contenido.

• AÑADIR MARCADOR DE PÁGINA	26%
• ACCEDER A LA LISTA DE MARCADORES	8%
• ELIMINAR MARCADORES	13%
• HACER ANOTACIONES	4%
• ACCEDER A LA LISTA DE ANOTACIONES	3%
• HACER SUBRAYADOS	7%
• EDITAR METADATOS	5%
• EXPORTAR ANOTACIONES	1%

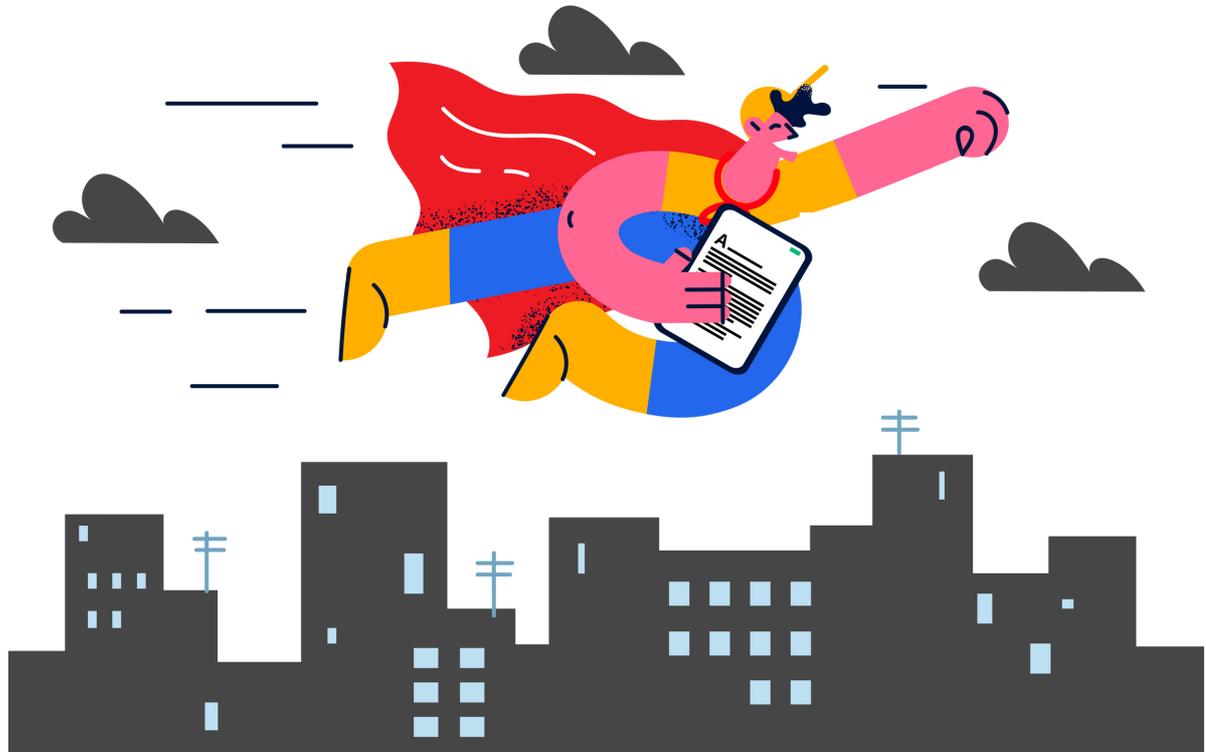


FIG. 74  
KPI- Aldiko: % de usuarios que hacen uso de funcionalidades de interacción con el contenido en 2022  
Fuente: Libranda

## Lector digital y hábitos de consumo

### Indicadores de accesibilidad

- **USO DE FUNCIONALIDAD TEXT-TO-SPEECH** **8%**
- **USO DE DICCIONARIOS** **6%**
- **USO DE FUNCIONALIDAD DE TRADUCCIÓN AUTOMÁTICA** **3%**



**FIG. 75**

KPI- Aldiko: % de usuarios de Aldiko que hacen uso de las herramientas de accesibilidad en 2022

Fuente: Librandia

### Indicadores de navegación

- **NAVEGACIÓN POR TABLA DE CONTENIDOS** **25%**
- **BÚSQUEDA DE UN TEXTO PREVIAMENTE SELECCIONADO EN LA PUBLICACIÓN** **2%**
- **BÚSQUEDA DE CUALQUIER TÉRMINO DENTRO DE LA PUBLICACIÓN** **14%**
- **NAVEGACIÓN INTERACTIVA** **7%**

**FIG. 76**

KPI- Aldiko: % de usuarios que hacen uso de funcionalidades de navegación en 2022

Fuente: Librandia

# Accesibilidad universal



## Accesibilidad universal

La accesibilidad universal de los contenidos y de las plataformas digitales es uno de los temas de mayor relevancia para nuestro sector en los próximos años. Por ese motivo, hemos querido dedicar una sección en nuestro informe a hablar sobre este tema y hacer seguimiento anual del mismo.

La accesibilidad universal es la condición que deben tener los productos y servicios para que todas las personas puedan disfrutar de ellos de forma autónoma y con la misma igualdad de oportunidades.

Aplicar principios de accesibilidad universal en el diseño de productos y servicios tiene efectos positivos en dos dimensiones muy importantes:

- La dimensión social, que fomenta la inclusión y diversidad, puesto que tiene en cuenta las barreras potenciales a las que se enfrentan personas con discapacidades permanentes o temporales a nivel visual, auditivo, motor, cognitivo, etc. y plantea un diseño de contenidos y plataformas que permita superar dichas barreras.
- La dimensión comercial, que amplía el alcance de los servicios y del mercado al incluir a un mayor número de usuarios potenciales de los productos y servicios.

### **Aspectos legales: Directivas Europeas**

Las administraciones públicas trabajan en iniciativas y proyectos legislativos que fomenten la aplicación de la accesibilidad universal en el diseño de productos y servicios en los distintos territorios y ámbitos.

La Unión Europea considera la accesibilidad un eje de desarrollo estratégico fundamental y ha publicado dos importantes directivas relativas a accesibilidad que afectan e impactan en aquellas empresas y administraciones públicas que operan con contenidos y plataformas digitales en los territorios de la Unión Europea.

- **DIRECTIVA UE 2016/2011 ACCESIBILIDAD SECTOR PÚBLICO**
- **DIRECTIVA UE 2019/882 ACCESIBILIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS** (debe ser aplicada antes del 2025 en el marco legislativo de todos los países miembros).

En el caso de España, la Directiva 2016/2011 se trasladó al orden jurídico del país a través del Real Decreto Ley 1112/2018 de Accesibilidad del Sector Público. En cuanto a la Directiva 2019/882 todavía no ha visto su reflejo en el marco legislativo de España, pero deberá trasladarse antes del 25 de junio de 2025.

Las directivas comunitarias establecen los requisitos de accesibilidad que deben tener en cuenta y aplicar los diseñadores, desarrolladores, fabricantes, distribuidores y comercializadores de contenidos y las plataformas digitales que operan en la Unión Europea.

# Accesibilidad universal

## Libranda y la accesibilidad universal

Desde Libranda y las empresas del Grupo De Marque en su conjunto llevamos muchos años incorporando el eje de la accesibilidad en el diseño y desarrollo de nuestros productos y servicios. Estos son algunos ejemplos de los trabajos que hemos llevado a cabo en pro de la accesibilidad de los contenidos y plataformas digitales:

- **Distribución accesible:** Nuestra plataforma de distribución de contenidos digitales (Cantook Editores) ha sido diseñada siguiendo guías y estándares internacionales para albergar, gestionar y distribuir contenidos en formatos accesibles (como el estándar ePub3) y metadatos de accesibilidad.
- **DRM LCP y desarrollo de estándares:** Libranda De Marque forma parte de la organización sin ánimo de lucro EDRLab ([www.edrlab.org](http://www.edrlab.org)), encargada del desarrollo de estándares abiertos y accesibles para el mundo del libro y la lectura digital. Durante los últimos ocho años, el equipo de ingeniería de Libranda DeMarque ha desarrollado, junto con otros equipos de ingenieros de la organización, un nuevo DRM para contenidos digitales denominado LCP (License Content Protection), un estándar ISO aplicable a texto y audio que tiene como eje fundamental posibilitar la accesibilidad. <https://www.edrlab.org/readium-lcp/>
- **Cantook:** un ecosistema líder en accesibilidad para la lectura y escucha de contenidos digitales (Web reader y apps móviles iOS y Android): El ecosistema de lectura y reproducción de audio que hemos construido está conformado por un web reader y por apps móviles (como Aldiko o como apps marca blanca que personalizamos para nuestros clientes en el ámbito bibliotecario y escolar) y responde a un diseño abierto y accesible. Nuestros ingenieros trabajan a diario en la incorporación de nuevas funcionalidades de accesibilidad para dar servicio al mayor número de lectores y usuarios posibles, independientemente de sus circunstancias. Estas son algunas de las funcionalidades de accesibilidad incluidas en nuestro ecosistema:
  - ★ Text-to-speech
  - ★ Fuentes especializadas para dislexia y accesibilidad (Open Dyslexic, Accessible DfA, Atkinson Hyperlegible, IA Writer Duospace)
  - ★ Presentación de metadatos de accesibilidad
  - ★ Opción de espacio entre líneas
  - ★ Opción de espacio entre párrafos
  - ★ Opción de espacio entre palabras
  - ★ Opción de espacio entre letras
  - ★ Normalización de textos
  - ★ Control sobre el peso de la fuente de lectura
  - ★ Personalización de los temas
  - ★ Exportación de notas y marcadores
  - ★ Traducción de palabras a varios idiomas
  - ★ Protección de ebooks y audiolibros con DRM LCP

# Audiolibros



## Audiolibros

Aunque nuestro estudio está exclusivamente focalizado en el libro y la lectura digitales, a partir de este año añadimos una nueva sección dedicada a la categoría de audiolibros, por su naturaleza digital y por su gran contribución a la difusión de los libros y la literatura a través de la escucha.

De acuerdo con los estudios más recientes realizados sobre el audio digital (ver Informe de Dosdoce "Spanish Markets audio growth report 2017-2022"), el número de audiolibros disponibles en lengua española a finales de 2022 era de aproximadamente 20.000 títulos, es decir un 43% más de catálogo disponible respecto al año anterior. Por otro lado, en el último lustro se han multiplicado las plataformas que comercializan audiolibros en los mercados de habla hispana.

Desde Libranda distribuimos, en determinados canales, la cantidad de 8.000 audiolibros de varios editores; 40 % del total del catálogo disponible en lengua española y en otras lenguas cooficiales de España. Además de estos, distribuimos también 170.000 audiolibros en lenguas extranjeras.

Durante el 2022 el crecimiento que hemos visto en la categoría audiolibros es del 50%, un año más de crecimiento.

En el caso de los audiolibros, ocurre lo contrario que en el caso de los libros electrónicos: el modelo de negocio que más preponderancia tiene es la suscripción (+80 % de cuota), seguido de la venta unitaria y del préstamo bibliotecario.

El préstamo bibliotecario de audiolibros aumenta a un ritmo altísimo año tras año porque las bibliotecas públicas están haciendo una gran apuesta por la adquisición de esta categoría para atender a una demanda creciente. Ya hemos visto que en el caso de eBiblio, por ejemplo, la escucha de audiolibros ha aumentado un 45 % en 2022





# libranda

A De Marque Group company

Para más información sobre el informe  
de LIBRANDA

contactar con: Jordi Cermeno  
Director de Marketing y Comunicación  
eMail: [jordi.cermeno@demarque.com](mailto:jordi.cermeno@demarque.com)

