

Introducción

Nos satisface compartir con todos vosotros el Informe Bookwire 2024, en el que recogemos los datos del sector editorial digital en español del ejercicio anterior y extraemos conclusiones que nos ayudan a lograr una mayor rentabilidad y difusión de los catálogos de ebooks y audiolibros que distribuimos desde hace más de una década.

El Informe Bookwire ofrece una representación prácticamente completa del mercado, al contemplar datos tanto de la constelación de editoriales independientes que publican en España, México y América Latina, como de los principales grupos editoriales en español – Grupo Planeta, Penguin Random House y HarperCollins Ibérica–, que han elegido a Bookwire como su distribuidor digital exclusivo.

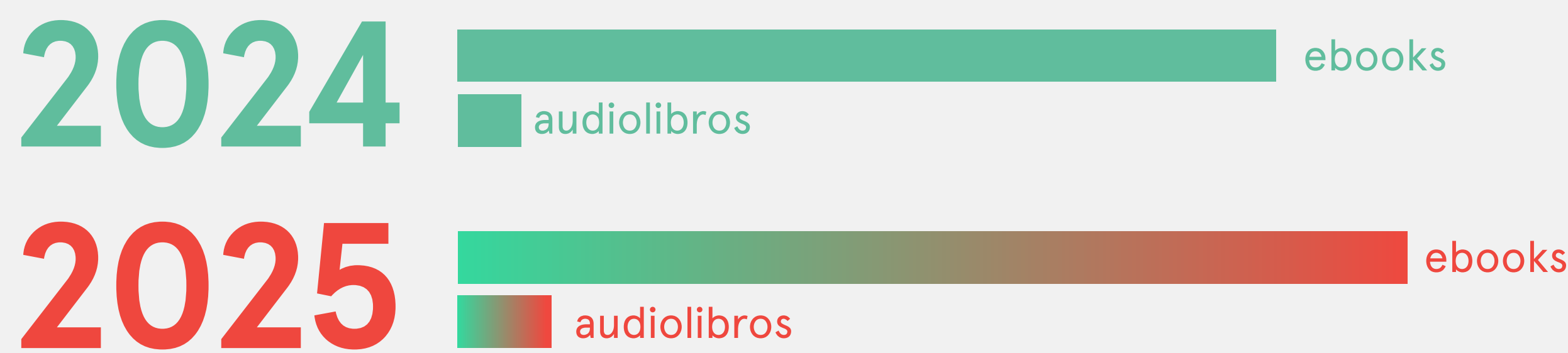
Os invitamos a consultar nuestro informe y a compartirlo.

¡Bienvenidos al Informe Bookwire 2024!

Ecosistema Bookwire

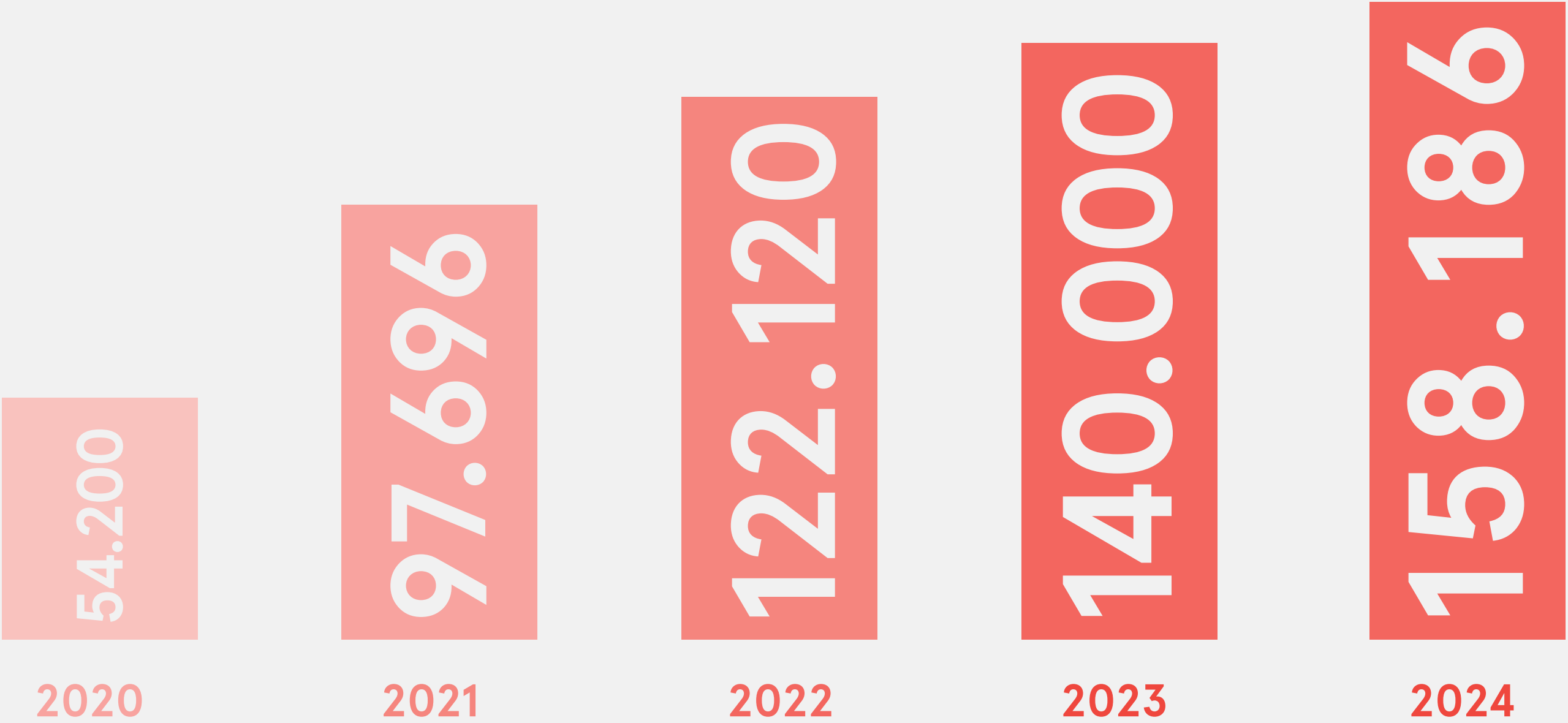
En 2024, Bookwire ha distribuido más de **1.500 sellos editoriales** de España, México y América Latina, que suman un total de 192.000 títulos: **174.000 ebooks y 18.000 audiolibros**.

Estimamos que en 2025 el mercado total de **ebooks** en español ascenderá a **235.000** títulos* y el de **audiolibros** a 27.000 referencias.



* Estas cifras no incluyen la autopublicación de Amazon (Amazon Kindle Direct Publishing), ya que los datos no están disponibles para su análisis.

Crecimiento del número de títulos publicados en versión digital durante 2024: España, México, América Latina y Estados Unidos



En 2024, los lectores en español han tenido a su disposición un 12,99% más de títulos en ebook que en 2023.



Este crecimiento lo lideran las editoriales de **Estados Unidos** que publican en español, con un aumento del 19% de su catálogo.



Los catálogos digitales de las editoriales de **América Latina** son los segundos en crecimiento con un 15%.



Las editoriales radicadas en **México** han publicado un 12% más de ebooks.



Las editoriales ubicadas en **España** han sacado al mercado en 2024 un 10% más de libros electrónicos que en el año anterior, un crecimiento idéntico al registrado en 2023.



El mercado digital de 2024 de un vistazo: 8 claves para entenderlo

1. Las estrategias de precio, claves en la rentabilidad del ebook

La venta unitaria no sólo aglutina el 87,55% de los ingresos, sino que en 2024 aumentó su cuota en un 5%.

Aumenta la **relevancia de las estrategias de precio**. Las editoriales que consiguen una mayor rentabilidad son aquellas que trabajan con descuentos puntuales, tanto motivados por canales de venta, como por acciones propias de la editorial. También resultan muy provechosas otras aplicaciones del precio dinámico, como bajadas del precio de la *backlist* una vez ha descendido su curva de venta.

2. El 'momentum' de la suscripción, clave para el sector independiente

Las plataformas de suscripción siguen siendo una fuente de ingresos relevante para las editoriales que se dedican a algunos géneros como la literatura romántica y el thriller, en España, y la no ficción divulgativa, en México y América Latina.

La **escasez** de contenidos de los principales **grandes grupos editoriales** en este tipo de canales continúa siendo una oportunidad para las editoriales independientes.

La desaceleración que ha sufrido **Everand** ha supuesto una oportunidad para Kobo, que lanzó **Kobo Plus** en España y América Latina.

3. El ebook crece por encima del papel en su año récord

La consultora GfK ha cifrado el crecimiento del libro impreso en España durante 2024 en un **9,8%**, una cifra récord según sus registros, mientras que el mercado del ebook aumentó en un **10,4%**.

El ebook continúa creciendo a **doble dígito**, incluso después del salto cuantitativo que registró en 2020.

4. La preventa funciona... ¡y pocos la usan!

Poner en circulación las novedades en ebook y audiolibro semanas antes de la fecha de lanzamiento se ha confirmado como una de las **claves** para empujar un título.

Por el momento, sólo los grandes grupos sacan beneficio de esta estrategia, que supone una oportunidad dorada para el sector independiente.

5. La revolución de Spotify ABP y el lanzamiento de Fabely

La implantación del modelo para audiolibros de Spotify, Spotify AudioBook Project (ABP), en los territorios donde ya está en marcha ha supuesto un **incremento** más que acentuado en la facturación de las editoriales que ofrecen sus audiolibros en esta plataforma.

Hay que tener listo el catálogo:

Este es el momento para producir en audiolibro aquellos títulos que queremos que se puedan beneficiar del abultado número de suscriptores de Spotify, ya que se prevé que en un futuro este modelo también llegará a España. En abril de 2025, Spotify ya ha implantado este plan de suscripción en Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Irlanda, Australia, Nueva Zelanda, Francia, Bélgica, Países Bajos, Luxemburgo, Alemania, Austria, Suiza y Liechtenstein.

¡La importancia de la comunidad!

Las editoriales, estudios, narradores y demás actores del universo del audiolibro tienen a su disposición [Fabely.es](https://fabely.es), la primera y única plataforma dedicada a la promoción de audiolibros en español. Ahora es la ocasión perfecta para empezar a conectar con los lectores y de hacer crecer la audiencia de los catálogos en audio para que sean lo más rentables posibles.

6. La suscripción, propulsora del crecimiento del audiolibro

Al contrario de lo que ocurre con el ebook, la suscripción es la **principal fuente de ingresos** en el sector del audiolibro y ha alcanzado en 2024 el 88% del reparto total, dos puntos por encima que en 2023.

Tanto la suscripción **ilimitada** o *flat-subscription* como la suscripción **limitada** o por crédito son la opción más escogida por los lectores para escuchar sus audiolibros favoritos.

La comercialización de un audiolibro únicamente en canales de venta unitaria y bibliotecas reduce su rentabilidad al **12%** del total que podría obtener.

7. La Inteligencia Artificial: protección y oportunidad

Desde los inicios de la implementación de la IA en el ámbito de la **creación de contenidos**, el mercado editorial ha manifestado sus recelos ante el uso indebido de obras con derechos de autor en plena vigencia.

Bookwire ha **protegido** desde el primer momento los intereses de las editoriales cuyos catálogos distribuimos (os remitimos al artículo de Eric Bartoletti, Head of Business Development de Bookwire, en el [punto 4.1. de este informe](#))

La **licencia de contenidos** para entrenar motores de IA es una de las oportunidades que han surgido y de las que pueden beneficiarse las editoriales, siempre con los máximos estándares de seguridad y observancia de los derechos de autor.

8. Las voces sintéticas se hacen oír

La tecnología *Text-To-Speech* o de voces sintéticas ha logrado un nivel de calidad tan óptimo que, vencidas las reticencias iniciales, las principales plataformas de audiolibros ya han comenzado a ofrecer contenidos creados con este *software*.

De cara al lector, es importante la **transparencia** a la hora de indicar que un contenido ha sido generado con voces artificiales.

El **abaratamiento de costes** que supone elimina la barrera de entrada al género por parte de las editoriales de menor tamaño.

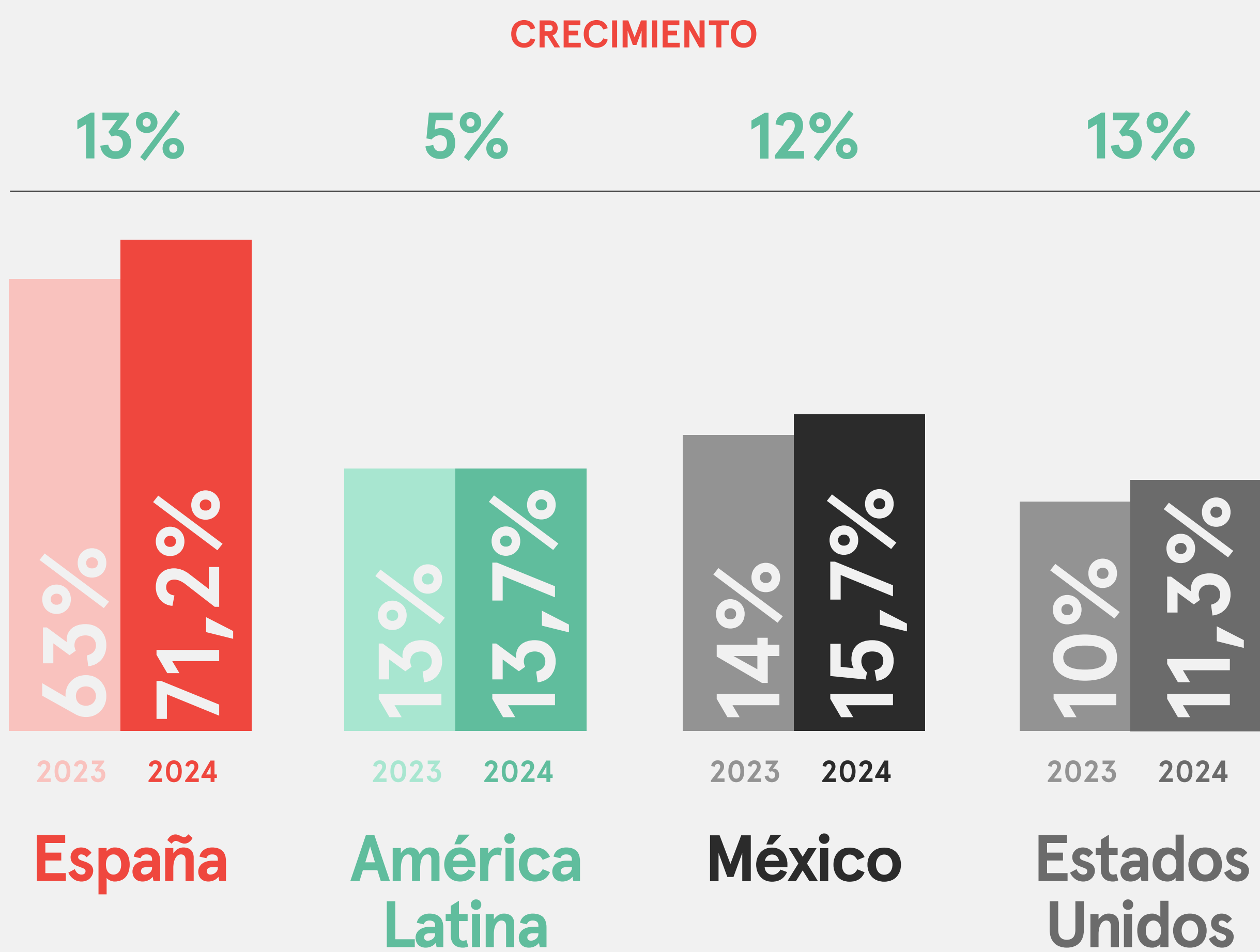
Evolución de las ventas de ebooks en 2024

Crecimiento total del mercado

El mercado del libro electrónico ha crecido en 2024 un **10,4%** en ingresos.

➤ El incremento del año pasado supera en 1,8 puntos porcentuales al registrado en 2023, cifrado en un **8,6%**.

Reparto del crecimiento según territorios de venta



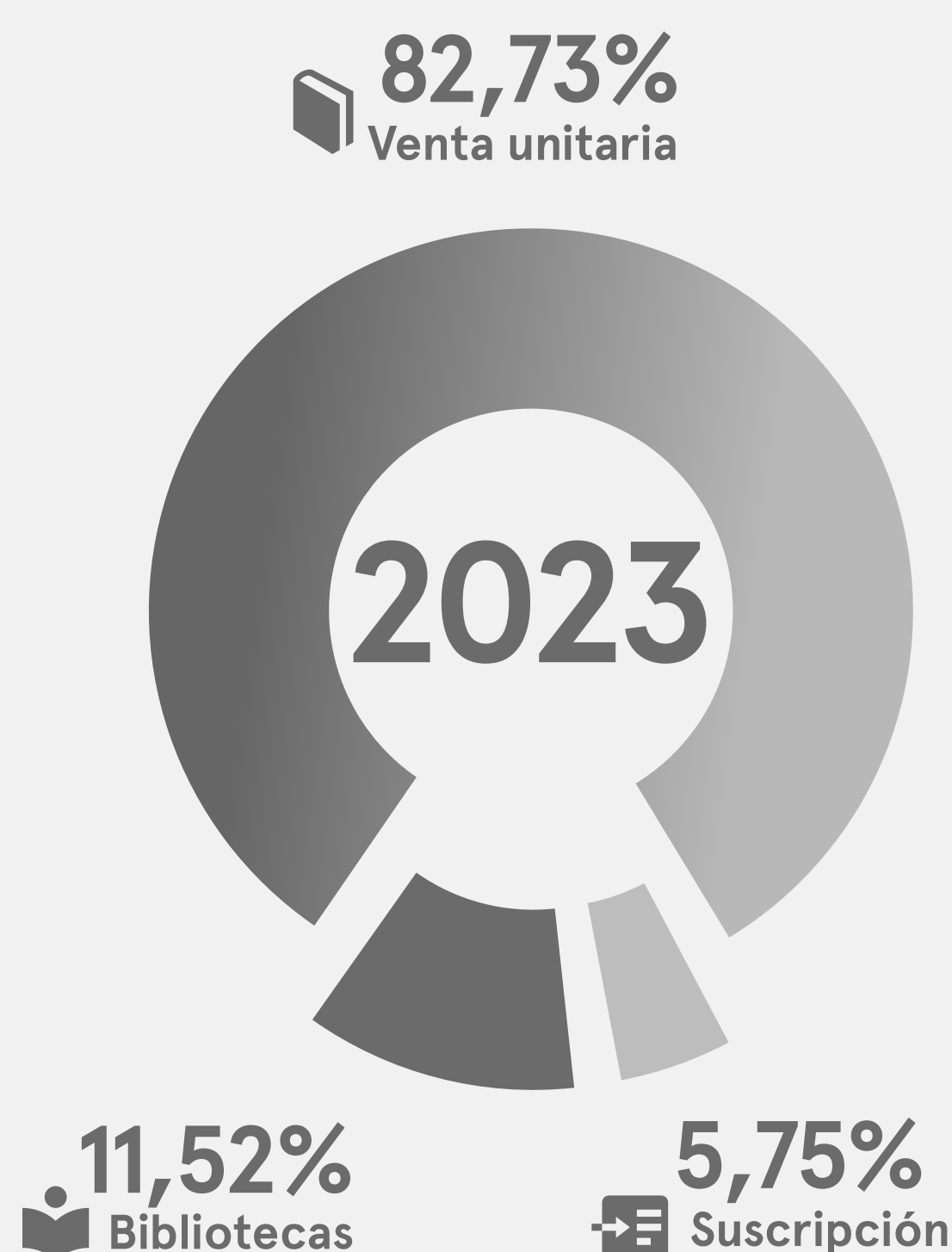
España y Estados Unidos* han liderado el crecimiento del mercado del ebook en español, ambos con un incremento del **13%** con respecto al año anterior.

Sólo a un punto porcentual de distancia se sitúa **México**, donde el sector del ebook ha aumentado un **12%** en facturación.

El mercado que se ha mostrado más estático durante 2024 ha sido el de **América Latina**, donde el crecimiento que se ha alcanzado ha sido del **5%**.

* La demanda de contenidos culturales en español en Estados Unidos se ha disparado con respecto a 2023, cuando este mercado sólo creció un 2%. Tanto los lectores que utilizan las plataformas bibliotecarias como las de venta unitaria reclaman cada vez más contenidos en lengua española y algunas editoriales ya están adaptando algunos títulos para la comunidad hispanohablante de este país.

Análisis específico de las ventas de ebooks en los mercados en español



Los lectores prefieren comprar ebooks

La venta unitaria sigue siendo la principal fuente de ingresos de las editoriales y afianza su liderazgo aumentando su *share* en 4,82 puntos porcentuales.

- El modelo DTO (*Download to own*) se consagra como el valor seguro: a los lectores les gusta poseer los libros electrónicos que leen.

La bajada en suscripción refleja el 'momentum' de algunas plataformas

Los usuarios de estos canales han optado por migrar temporalmente a la venta unitaria.

- Everand** no se ha recuperado del retroceso que sufrió en 2023 tras su cambio de marca (anteriormente Scribd). Las editoriales que han sufrido más esta caída son las de libro técnico y de no ficción generalista, particularmente las radicadas en México y América Latina.
- La desaceleración sufrida por **Nextory** comenzó a compensarse a finales de año gracias al lanzamiento de **Kobo Plus**, en aquellos territorios en los que Kobo implantó su servicio de suscripción.

En 2024, las bibliotecas viven de las licencias compradas el año anterior

En 2023 la inversión de **eBiblio** en compras de licencias para sus bibliotecas supuso un **crecimiento del 39,68%** que favoreció únicamente a las editoriales españolas.

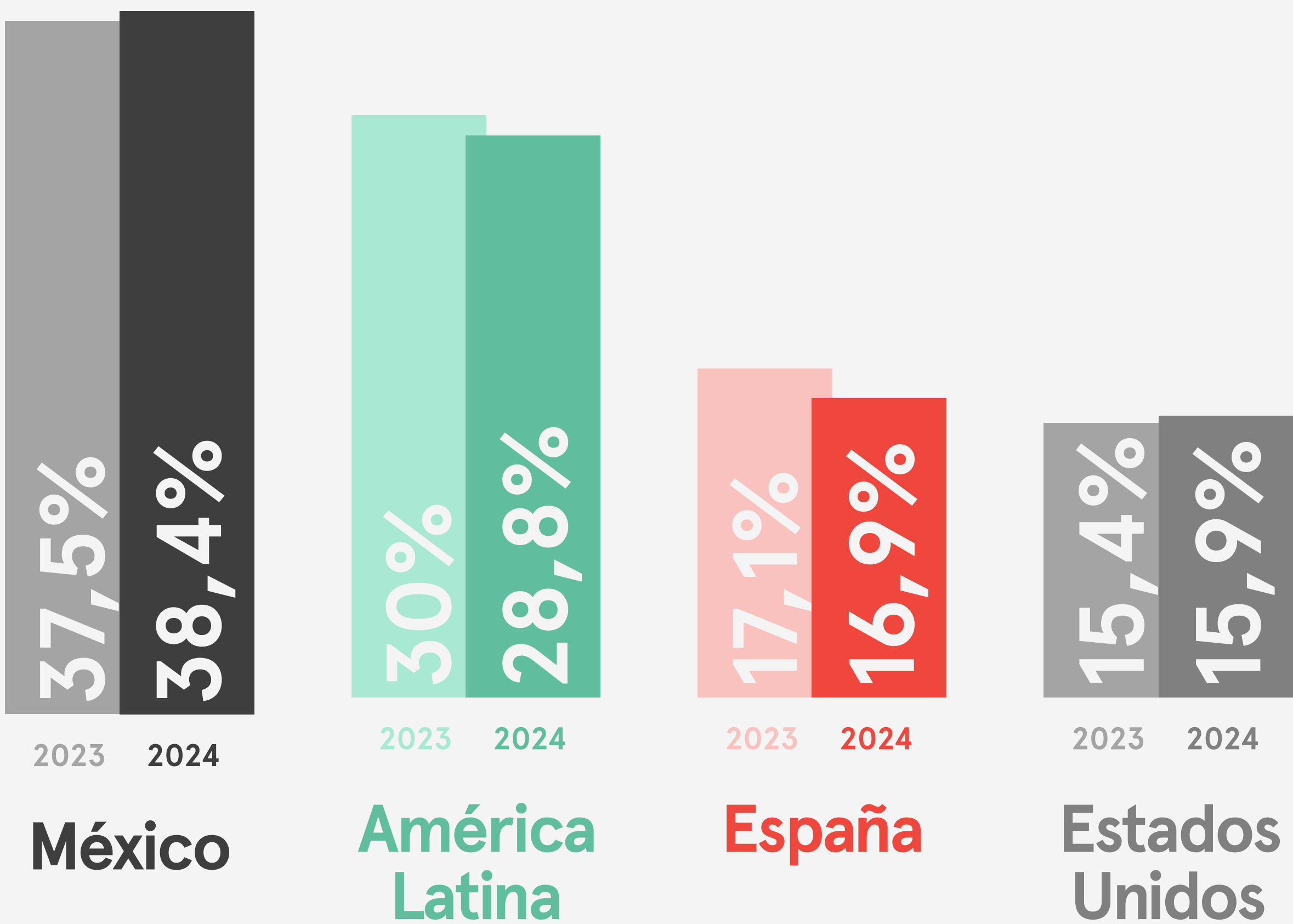
➤ Esta inversión no se ha repetido en los años posteriores y los ingresos provenientes de este modelo de negocio se han retrotraído 2,82 puntos porcentuales.

¿Qué tendencias detectamos?

Los agregadores para bibliotecas que operan en Estados Unidos reclaman más contenido en español, sobre todo de los siguientes géneros:



Desglose de las ventas de ebooks de las editoriales latinoamericanas por territorios



El **83,1%** de las ventas de ebooks de editoriales de América Latina se realizaron en el **continente americano**, un 1,1% más que en 2023.

Ventas de ebooks según franjas de precio de editoriales españolas

Rango de precios	Ventas en 2024	Ventas en 2023	Diferencia
0,00 - 2,99 EUR	3,18%	2,67%	-0,51%
003 - 4,99 EUR	5,98%	5,87%	-0,11%
005 - 7,99 EUR	21,89%	27,97%	6,08%
008 - 9,99 EUR	20,47%	21,64%	1,17%
010 - 12,99 EUR	21,30%	21,36%	0,06%
013 - 14,99 EUR	7,48%	8,22%	0,74%
015 - 20,99 EUR	14,04%	6,45%	-7,59%
> 20 EUR	5,66%	5,83%	0,17%

Los ebooks que más se vendieron en 2024 tenían un precio de venta al público de entre 5 y 12,99 euros

El 63,66% de los títulos que se compraron el año pasado tenían precios situados en esta horquilla.

Este segmento ha retrocedido un 7,64% con respecto a 2023, cuando representaba el 70,97% del total de títulos vendidos.

Aumenta un 6,08% la facturación de los ebooks con un precio establecido entre 5 y 7,99 euros.

Baja un 7,59% la facturación de los ebooks con un precio establecido entre 15 y 20,99 euros.

El resto de segmentos apenas registran oscilaciones de facturación.

Ventas de ebooks según franjas de precio de editoriales latinoamericanas

Rango de precios	Ventas en 2024	Ventas en 2023	Diferencia
0,00 - 2,99 EUR	5,11%	4,27%	-0,84%
003 - 4,99 EUR	7,00%	7,10%	0,10%
005 - 7,99 EUR	24,25%	22,67%	-1,58%
008 - 9,99 EUR	20,26%	19,55%	-0,71%
010 - 12,99 EUR	18,30%	18,41%	0,11%
013 - 14,99 EUR	7,46%	6,93%	-0,53%
015 - 20,99 EUR	12,40%	15,72%	3,32%
> 20 EUR	5,22%	5,35%	0,13%

Los ebooks que más se vendieron en 2024 valían entre 5 y 12,99 euros.

El 62,81% de los títulos que se compraron el año pasado tenían precios situados en esta horquilla, 2,18 puntos porcentuales por encima del ejercicio anterior.

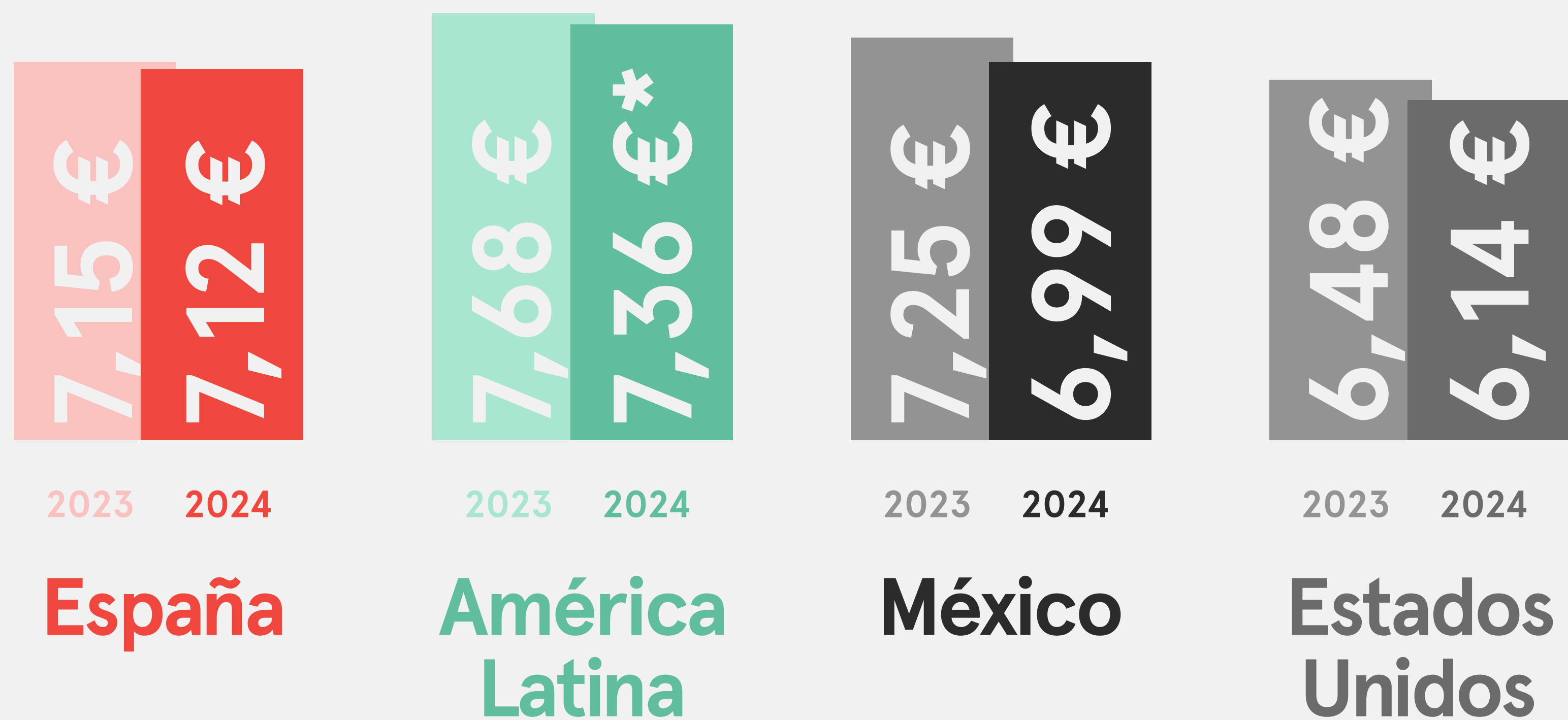
Los precios de las editoriales de América Latina siguen ascendiendo: los rangos de precio que más han subido son los que parten de los 15 euros de precio de venta al público, el segmento que más creció también en 2023.

Evolución del precio medio de los ebooks

El precio medio de los ebooks en 2024 fue de **7,61 euros**

- **5 céntimos por debajo** del precio medio de 2023: 7,66 euros
- El ebook muestra una **barrera de precio muy inferior al libro impreso**: GfK ha determinado que el precio medio del libro en papel en 2024 fue de 15,69 euros, 60 céntimos por encima que en 2023, un aumento suscitado por el incremento del coste del papel y de los gastos derivados de la impresión, que no se ha reflejado en el precio del libro electrónico.

Precio medio de los ebooks y evolución por territorio



El precio medio de los libros electrónicos **ha bajado en todos los territorios**. Este decrecimiento está liderado por Estados Unidos, con un precio medio 34 céntimos de euro por debajo que en 2023, seguido de América Latina con 32 céntimos y México con 26. En España, el precio medio de los ebooks desciende sólo tres céntimos.

Géneros más vendidos en España

España	2023	2024
FICCIÓN	74%	76%
Ficción general	43%	36%
Infantil y juvenil	6%	8%
Romántica	12%	11%
Ciencia ficción	3%	6%
Thriller	10%	15%
NO FICCIÓN	26%	24%
Libro práctico	12%	10%
No ficción	14%	14%

FICCIÓN

Sigue **dominando el mercado español** y ha ampliado su margen en dos puntos: del 74% del total de las ventas registradas en 2023 ha pasado al 76%.

El género literario que más aumentó sus ingresos en 2024:

Thriller — Del 10% al 15% del total

➤ No sólo los lectores que prefieren la venta unitaria, sino que los usuarios de plataformas de suscripción demandan cada vez más títulos y series de sus autores favoritos de novela negra.

Por el contrario, la **literatura romántica** ha facturado un 1% menos que en 2023.

➤ Una clave: el descenso de la facturación en las plataformas de suscripción afectan de forma especial a las editoriales que se dedican a este género.

NO FICCIÓN

El **libro práctico** pierde terreno y ve reducida su cuota de mercado en dos puntos porcentuales, mientras que la **no ficción** generalista se mantiene en un 14% sobre el total.

Géneros más vendidos en México

MX	2023	2024
FICCIÓN	55%	51%
Ficción general	34%	28%
Infantil y juvenil	4%	5%
Romántica	9%	8%
Ciencia ficción	1%	3%
Thriller	7%	7%
NO FICCIÓN	45%	49%
Libro práctico	26%	23%
No ficción	19%	26%

El mercado **muestra un equilibrio casi perfecto** entre la ficción (51%) y la no ficción (49%), apartado en el que las obras generalistas se hacen con un 26% sobre el total de la facturación.

Los **géneros más vendidos y leídos** son:

01 – Ficción general	02 – No ficción	03 – Libro práctico
----------------------	-----------------	---------------------

El reparto de la facturación por géneros muestra una **gran estabilidad** si comparamos los datos con 2023. Los únicos cambios que reflejó el mercado en 2024 son:

SUBEN	a literatura infantil y juvenil (+1%) y la ciencia ficción (+2%).
BAJAN	el libro práctico (-3%) y la novela romántica (-1%).

Géneros más vendidos en América Latina

LATAM-ES	2023	2024
FICCIÓN	56%	47%
Ficción general	30%	25%
Infantil y juvenil	6%	5%
Romántica	13%	7%
Ciencia ficción	1%	3%
Thriller	6%	7%
NO FICCIÓN	44%	53%
Libro práctico	27%	27%
No ficción	17%	26%

El mercado de América Latina **apuesta de forma decidida por la no ficción**, que reunió en 2024 el 53% de las ventas, 9 puntos por encima del share que registró en 2023. **La ficción retrocede** lo mismo, hasta situarse en una cuota del 47%, **la más baja** de todos los territorios analizados.

Los **géneros más vendidos y leídos** son:

01 - Libro práctico	02 -No ficción	03 - Ficción general
---------------------	----------------	----------------------

El aumento de la cuota de mercado de la no ficción lo centran los catálogos generalistas.

SUBEN	la no ficción generalista (+9%), la ciencia ficción (+2%) y el thriller (+1%).
BAJAN	la ficción general (-5%) y la novela romántica (-5%), y la literatura infantil y juvenil (-1%).

Géneros más vendidos en Estados Unidos

US	2023	2024
FICCIÓN	58%	55%
Ficción general	36%	30%
Infantil y juvenil	4%	5%
Romántica	10%	7%
Ciencia ficción	1%	4%
Thriller	7%	9%
NO FICCIÓN	41%	45%
Libro práctico	22%	19%
No ficción	19%	26%

La **ficción** también predomina en este mercado, con el **55%** del total de los ingresos.

Los **géneros más vendidos y leídos** son:

01 – Ficción general	02 – No ficción	03 – Libro práctico
----------------------	-----------------	---------------------

La **no ficción generalista impulsa el crecimiento** del sector de la no ficción.

SUBEN	la no ficción (+7%), la ciencia ficción (+3%) y el thriller (+2%).
BAJAN	la ficción general (-6%), la literatura romántica y el libro práctico (ambos con un -3% sobre el reparto total de ingresos).

El impacto de la preventa en el mercado del libro electrónico

Una de las mayores diferencias entre los grandes grupos y el sector de editoriales independientes es el uso de la **preventa** como herramienta para lograr llegar a **más lectores** y conseguir que sus catálogos digitales logren la **máxima rentabilidad** posible.

¿Cuándo suben sus novedades las editoriales?

Como media, las editoriales que trabajan con Bookwire ponen a la venta sus obras con la siguiente antelación.

	América		Estados	
	España	Latina	México	Unidos
Grandes grupos	40	40	40	40
Editoriales independientes	3	0	1	0

Media de días antes de la fecha de lanzamiento

¿Qué efectos tiene la preventa?

Las editoriales que, como los grandes grupos, dan de alta las novedades con antelación, obtienen provecho de los siguientes efectos:

Beneficios algorítmicos

Las plataformas favorecen aquellos títulos cuyos metadatos están disponibles antes de la fecha de publicación. Cuanta más antelación en el envío de información, mayor posibilidad de descubrimiento del título.

La preventa como herramienta de marketing

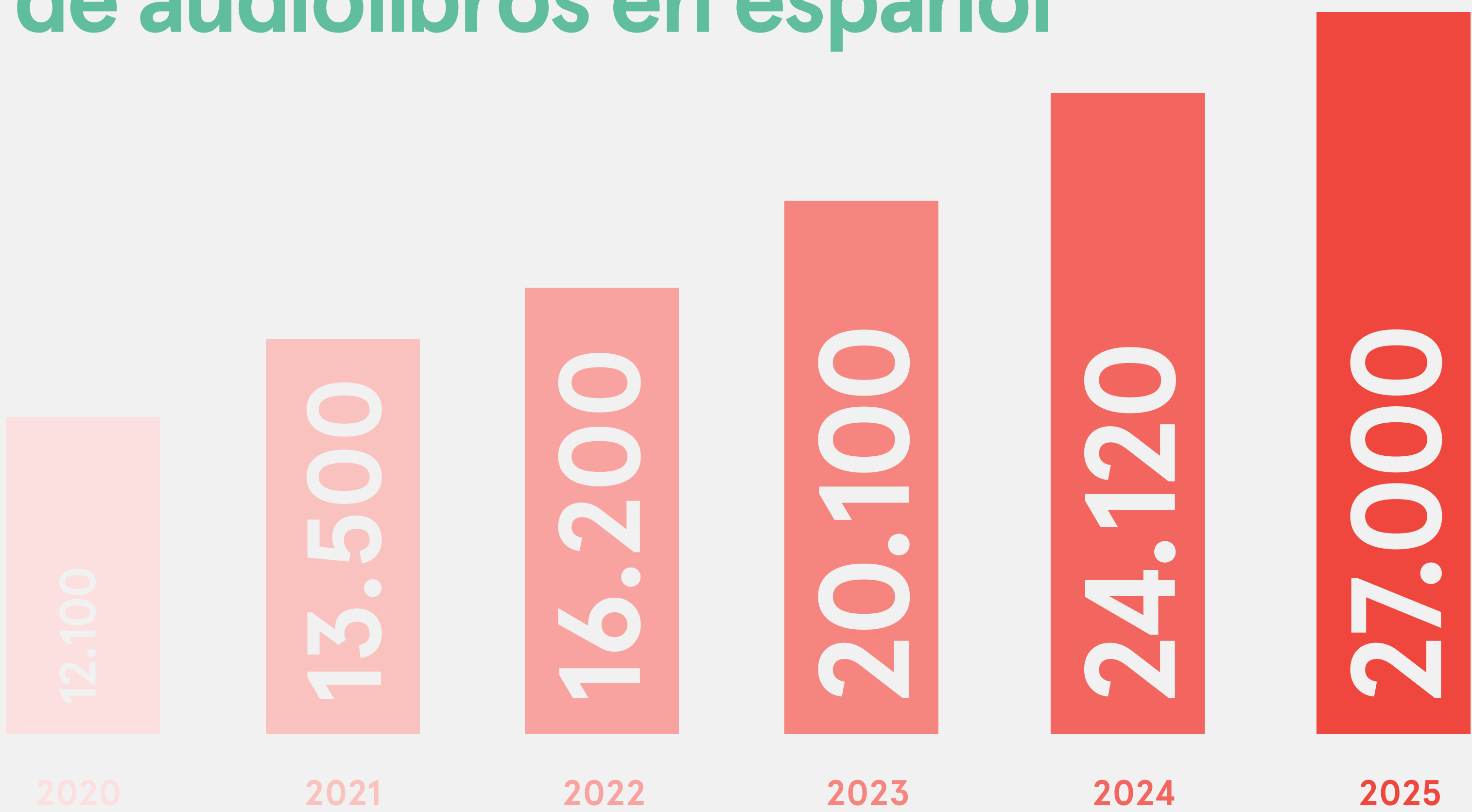
El interés por la obra aumenta al ofrecer a los lectores la posibilidad de comprar/reservar su ebook con antelación.

Inclusión en la newsletter de novedades

Desde Bookwire informamos con antelación a los principales canales de las novedades de las editoriales que distribuimos. Por este motivo, recomendamos que los lanzamientos se den de alta en Bookwire OS alrededor de 45 días antes de la fecha de lanzamiento, algo que se puede hacer sólo con la portada y los metadatos (el epub puede añadirse más adelante).

Evolución de las ventas de audiolibros en 2024

Evolución del catálogo de audiolibros en español



Desde Bookwire estimamos que en 2025 el catálogo disponible de audiolibros en español llegará a los 27.000 títulos.

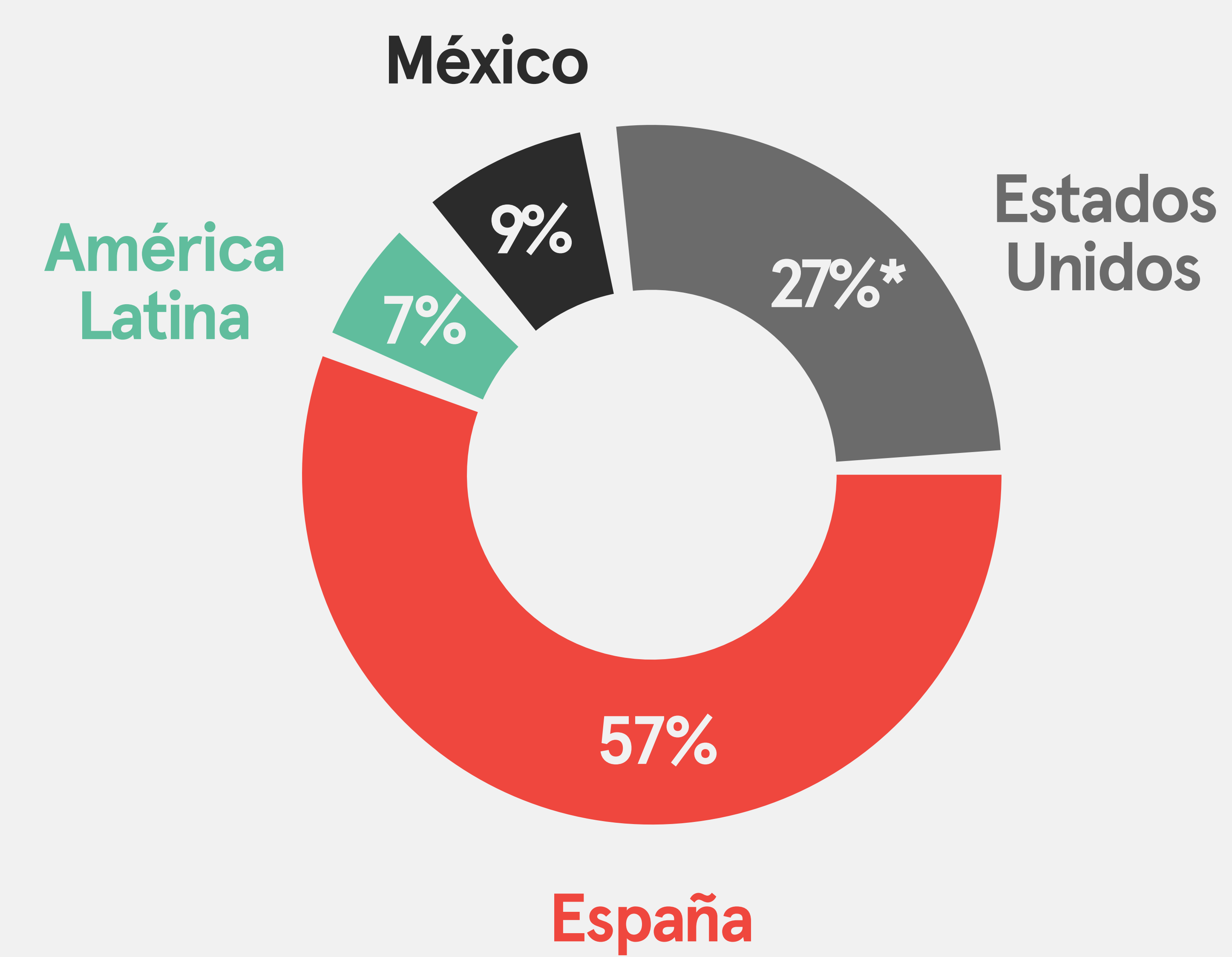
Análisis de las ventas de audiolibros en los mercados en español

El mercado del audiolibro ha crecido en 2024 un **37,8%** en ingresos.

- El incremento del año pasado está por debajo del registrado en 2023, cifrado en un **45,7%**.
- A pesar de la desaceleración, provocada por la creciente maduración del mercado, la facturación en este formato continúa aumentando año a año de manera espectacular.

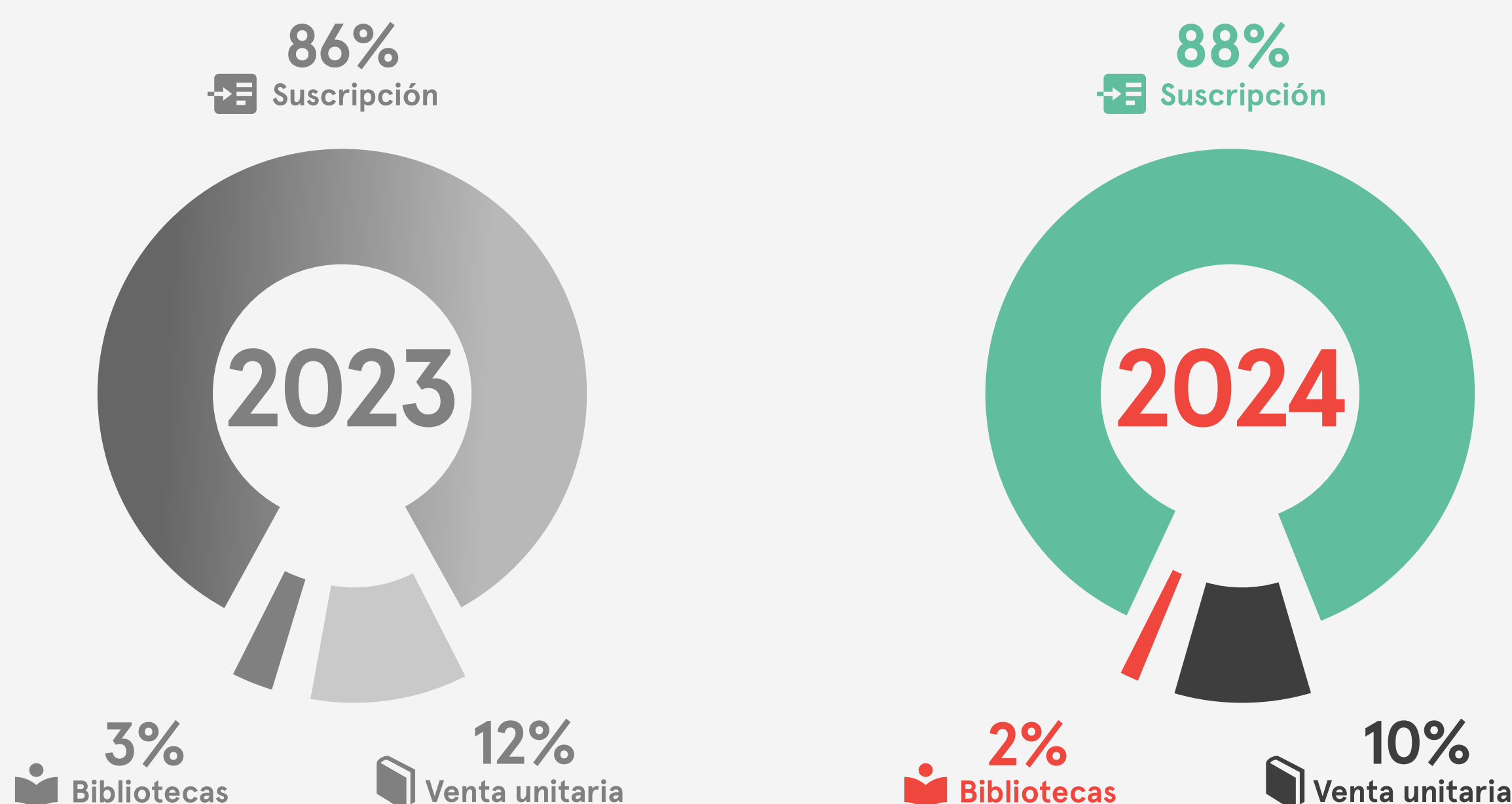
Territorio de venta	CRECIMIENTO	2024	2023
España	38%	57%	57%
América Latina	25%	7%	8%
México	20%	9%	10%
Estados Unidos	54%	27%	26%

Por territorios, así se reparten las cuotas de mercado del audiolibro en español:



España mantiene su cuota de mercado y Estados Unidos es el único territorio que amplía la suya, mientras México y América Latina pierden un punto porcentual, respectivamente.

Desglose del mercado del audiolibro por modelos de negocio



La **suscripción afianza su liderazgo** al aglutinar el 88% de los ingresos, un 2% por encima del año pasado: los oyentes de audiolibros prefieren pagar una cuota mensual por sus escuchas a adquirir los audiolibros que quieren disfrutar.

La **venta unitaria y las bibliotecas reducen su cuota de mercado**, pero sólo en un 1%, respectivamente.

El 'Efecto Spotify ABP'

El mercado del audiolibro en español encara una de sus etapas más interesantes, dada la posible entrada de Spotify en el mercado hispanohablante con su **programa exclusivo** para oyentes de este formato, Spotify ABP - AudioBook Program.

Este plan pone a disposición del suscriptor un número determinado de horas de escucha de audiolibros, como parte de la cuota de suscripción premium de música.

¿Qué efectos ha tenido este modelo en otros territorios?

Spotify lanzó en **Francia** el servicio ABP en el tercer trimestre de 2024 y las editoriales que ya contaban con su catálogo disponible en Spotify están registrando **un crecimiento superior al 20%** en tan sólo un semestre.

- La implantación de Spotify ABP augura un **aumento sin precedentes** en el consumo de audiolibros en lengua española, tanto por la características de este modelo innovador para el usuario, como por el aumento de escuchas que se prevé dada la alta penetración de Spotify entre los usuarios de España, México y América Latina.

¿Cómo prepararnos para este cambio?

Las editoriales que quieran beneficiarse de un crecimiento en su facturación gracias al audiolibro, deberían centrarse en dos estrategias principales:

Producir un catálogo solvente y de calidad

Si queremos que los lectores nos escuchen, tenemos que brindarles una oferta sólida, que incluya nuestros *bestsellers* y *longsellers*, y que ofrezca una experiencia de escucha óptima. En Bookwire tenemos a disposición de las editoriales el programa WAY (We Audiobook You), que ofrece asesoría y acompañamiento durante todo el proceso de producción, con un coste ajustado y trabajando siempre con los proveedores que ofrecen la máxima calidad.

Conectar con los lectores a través de Fabely

El lanzamiento de [Fabely.es](#) en 2025 ha coincidido con el prometedor momento que vive el sector del audiolibro, con el objetivo de que las editoriales (así como los estudios, los narradores, los autores...) puedan crear y hacer crecer la comunidad de seguidores de sus audiolibros.

Géneros más vendidos por territorio

	España	América Latina	México	Estados Unidos
GÉNEROS				
FICCIÓN	60%	38%	45%	52%
NO FICCIÓN	40%	62%	55%	48%
FICCIÓN	60%	38%	45%	52%
Ciencia ficción	4%	1%	3%	5%
Ficción	29%	22%	28%	31%
Infantil y juvenil	3%	4%	4%	3%
Romántica	14%	6%	4%	5%
Thriller	10%	5%	6%	8%
NO FICCIÓN	40%	62%	55%	48%
Libro práctico	23%	36%	28%	21%
No ficción	17%	26%	27%	27%

Artículos

El arma de doble filo de la IA: cómo Bookwire puede ayudar a protegerte y a beneficiarte de nuevas oportunidades

Por Eric Bartoletti, Head of Business Development en Bookwire

La llegada de la inteligencia artificial (IA) está afectando a toda la industria del libro y trae consigo un sinfín de nuevas oportunidades, pero también desafíos. Aunque cada vez más editoriales exploran diferentes formas de utilizar la IA para aumentar la eficiencia en sus procesos internos —últimamente impulsadas por el auge de los agentes de IA—, el uso de esta tecnología es un arma de doble filo para las industrias creativas. Los desarrolladores de modelos de IA han utilizado bases de datos de contenido ilegal para obtener de forma gratuita la información necesaria para el entrenamiento de sus modelos y sin el consentimiento de los titulares de derechos.

Desde nuestro punto de vista, la IA ha llegado para quedarse. Ha sido ampliamente adoptada por muchas industrias y ha atraído miles de millones de dólares en inversiones para mejorar estos modelos, así como descubrir usos adicionales, algo que está alterando los modelos de negocio a gran velocidad. Las empresas que hagan un uso razonable de la tecnología de IA obtendrán una ventaja competitiva. Lo importante, sin embargo, es cómo se utiliza la IA para proteger los derechos de los creadores, preservar los valores y generar un valor añadido real para todas las partes involucradas, incluidos editores, autores, narradores, etc.

«Lo importante, sin embargo, es cómo se utiliza la IA para proteger los derechos de los creadores, preservar los valores y generar un valor añadido real para todas las partes involucradas.»

Bookwire ha desarrollado una estrategia de IA que equilibra el uso de la tecnología cuando resulta mutuamente beneficiosa, a la vez que toma medidas para proteger del mejor modo posible los títulos distribuidos en nombre de nuestros clientes.

TDM Opt-Out

El artículo 4 de la directiva de la UE 2019/790 permite el uso de contenido para las “reproducciones y extracciones de obras legalmente accesibles y otros contenidos para fines de minería de textos y datos”. La minería de textos y datos se define como el análisis de contenido para identificar patrones y tendencias. La mayoría de las empresas de IA argumentan que el entrenamiento de sus modelos con contenido protegido por derechos de autor sin obtener consentimiento de los titulares ni pagar compensación alguna está cubierto por dicha directiva.

Esta norma, al mismo tiempo, también permite a los titulares de derechos declarar una reserva que sea legible por cualquier máquina y que no autorice la minería de textos y datos de sus obras: el denominado TDM opt-out.

Bookwire ya ha implementado diferentes medidas de TDM opt-out, aplicadas automáticamente a todos los títulos entregados por defecto, salvo que el editor indique expresamente lo contrario. Esto incluye un aviso de TDM opt-out en ONIX (aplicable solo a ONIX 3.1 o superior) para ebooks y audiolibros, y la implementación de un aviso TDM opt-out mediante el Protocolo de Reserva TDM (TDMRep) desarrollado por el W3C en todos los EPUB. Los avisos de TDM opt-out incluidos en los archivos entregados por los editores a Bookwire se respetan totalmente y no se sobrescriben.

Un aviso de TDM opt-out en ONIX y EPUB proporciona una protección básica, pero muestra también ciertas limitaciones. La información del opt-out no es pública, sólo se entrega a los minoristas con los que Bookwire está conectado. Los terceros que obtengan los archivos, en resumen, podrían alterarlos, eliminando los metadatos y/o la información de TDM opt-out incluida (por ejemplo, en plataformas de redes sociales). Por ello, Bookwire está trabajando en la implementación del Código Internacional de Contenidos Estándar (ISCC) como medida adicional. El ISCC es un identificador derivado del contenido para activos digitales (incluyendo codificaciones de texto, imágenes, audio y vídeo) que utiliza *hashes* criptográficos y resistentes a la similitud para crear una ID única para cada activo digital. Bookwire planea crear un ISCC para cada título en nuestra base de datos y almacenarlos en un registro público con metadatos individuales para cada activo que incluya la información de TDM opt-out. Dado que esta información estará almacenada de forma pública y separada de los archivos, cualquier persona que planea usar un título concreto podrá comprobar con facilidad si está protegido por un TDM opt-out, algo que resulta especialmente importante para desmontar el argumento de algunas empresas de IA, que afirman no saber si se había aplicado un TDM opt-out a un título específico.

Licencias de IA

Actualmente, la mejor forma que tienen los titulares de derechos de proteger sus obras es firmar acuerdos de licencia para IA. En un acuerdo bilateral pueden definirse claramente los derechos y obligaciones de la empresa de IA, que pueden contemplar medidas de transparencia, informes de uso y, por supuesto, compensación económica. Bookwire ya está en contacto con diferentes empresas de IA interesadas en licenciar contenido para el entrenamiento de sus IA, propiedad de algunos de los editores a los que representamos. Nuestro objetivo es desarrollar un marco de trabajo que abogue por el beneficio mutuo, devuelva el control de sus obras a los titulares de derechos y les compense adecuadamente, mientras se proporciona contenido de alta calidad y no disponible legalmente de forma pública a las empresas de IA.

«Nuestro objetivo es desarrollar un marco de trabajo que abogue por el beneficio mutuo, devuelva el control de sus obras a los titulares de derechos y les compense adecuadamente.»

El mercado de licencias todavía se encuentra en una fase temprana. Aún no existen acuerdos de licencia estándar y las tarifas de licencia, cuando se hacen públicas, varían mucho. Esperamos que se desarrolle un mercado de licencias activo en los próximos 18 a 24 meses, y que virará de las grandes empresas tecnológicas que desarrollan modelos generativos fundacionales, a *startups* más pequeñas, que desarrollan aplicaciones de IA para casos de uso específicos. Esto aumentará nuestra capacidad de negociación y propiciará que consigamos mejores acuerdos para los editores que quieran participar, a la vez que nos permitirá ejercer más presión sobre los legisladores para que protejan mejor las obras creativas del uso ilegal por parte de empresas de IA.

Bookwire OS como agente de publicación digital

Por supuesto, también estamos explorando formas de mejorar nuestra experiencia de producto utilizando tecnología basada en la IA, que proporcione funciones sofisticadas y servicios valiosos para las editoriales que utilizan Bookwire OS. Hay muchas formas de utilizar la IA de manera ética y sensata para ofrecer mejores análisis, automatizar flujos de trabajo, reducir esfuerzos para los editores y aumentar las ventas. Seguiremos compartiendo más novedades en los próximos meses.

The best is yet to come.

Kobo y la trayectoria hacia Kobo Plus: la expansión de la lectura digital en español

Por Silvia Clemares, Director, Publisher Relations, Spain, Portugal, LatAm & Emerging Markets Rakuten Kobo

Rakuten Kobo ("Kobo"), fundada en Canadá en 2009, se ha consolidado como un actor clave en la venta de libros electrónicos y audiolibros. Kobo ofrece una amplia gama de *eReaders* en blanco y negro y a color, aplicaciones intuitivas y un extenso catálogo que abarca docenas de idiomas que llega a millones de lectores en todo el mundo. En Kobo, nuestra misión principal es optimizar la experiencia de lectura y comprender el comportamiento de los lectores, priorizando las necesidades de aquellos que sitúan los libros en el centro de sus vidas. Además, colaboramos activamente con cadenas de librerías de libro impreso en el ámbito del contenido digital.

Impulsados por nuestro compromiso con la innovación y la adaptación a las preferencias cambiantes de los lectores, en 2015 identificamos una transformación en los patrones de consumo de medios. Una nueva generación de usuarios favorecía cada vez más los modelos de suscripción, obteniendo acceso ilimitado a amplios catálogos de música, películas y series de televisión. Esta tendencia representaba una oportunidad potencial para los libros y audiolibros.

«Una nueva generación de usuarios favorecía cada vez más los modelos de suscripción, obteniendo acceso ilimitado a amplios catálogos de música, películas y series de televisión.»

Cuando en Kobo empezamos a plantearnos los modelos de suscripción, compartíamos interrogantes similares a los de los editores: ¿Canibalizarían las suscripciones las ventas a la carta? ¿Atraerían a nuevos lectores o simplemente desplazarían a los clientes existentes? ¿Cambiarían los hábitos de lectura y el descubrimiento de libros? Y, en última instancia, ¿beneficiarían estos modelos a Kobo, a los editores y a los autores?

Finalmente, en 2017 Kobo Plus, el servicio de suscripción de Kobo, se lanzó en los Países Bajos y Bélgica bajo un modelo de remuneración diseñado para una distribución equitativa entre editores, autores y Kobo. Ya los primeros resultados demostraron que las suscripciones no canibalizaban las ventas a la carta, sino que generaban ingresos adicionales para los libros que participaban en Kobo Plus. Kobo Plus atrajo a nuevos clientes, muchos de los cuales suponemos que provenían de la piratería, ya que un porcentaje significativo nunca antes había comprado un libro en Kobo. Además, los suscriptores mostraron distintos comportamientos de lectura y descubrimiento de libros al de los compradores a la carta.

A medida que Kobo Plus se expandía para incluir audiolibros y se lanzaba en Canadá, EUA, Francia, Italia y Portugal, los datos continuaron revelando que los suscriptores de Kobo Plus exploran 6,2 veces más libros que los compradores a la carta. También demuestran una mayor disposición a leer a autores menos conocidos, autores noveles, títulos de fondo y géneros diversos. El 46% de los suscriptores de Kobo Plus son nuevos compradores de libros en la plataforma Kobo y, según nuestras encuestas internas, no son nuevos en la lectura digital, sino en *pagar* por ella. Asimismo, son ávidos lectores, anteriormente limitados por las compras individuales, ahora leen el doble y terminan seis veces más libros, completando cada libro en un promedio de 10 días.

«El 46% de los suscriptores de Kobo Plus son nuevos compradores de libros en la plataforma Kobo y, según nuestras encuestas internas, no son nuevos en la lectura digital, sino en pagar por ella.»

En Kobo no tenemos ninguna duda de que las ventas a la carta y las suscripciones a Kobo Plus coexisten eficazmente dentro de un mismo mercado. Kobo Plus facilita el acceso de los editores a nuevos lectores y transforma el descubrimiento de libros, actuando como un modelo de precio complementario similar a la transición del formato de tapa dura al de bolsillo. Kobo mantiene su compromiso con el crecimiento de las ventas a la carta, reconociendo que muchos clientes valoran el acceso inmediato a los nuevos lanzamientos, pero la suscripción proporciona un valioso tercer nivel de precios para los títulos que han agotado en gran medida su potencial de ventas inicial: fondo de catálogo, fondo de catálogo profundo y títulos próximos a la reversión de derechos.

En julio de 2024, Kobo Plus llegó a España con suscripciones de libros electrónicos, audiolibros, y combinada. Los editores de lengua española seleccionaron, entre otros, los primeros títulos de series, títulos que habían tenido dificultades para encontrar su público, títulos con ventas digitales mínimas y títulos de fondo de catálogo profundo con un riesgo insignificante de canibalización.

Los primeros resultados en España están siendo prometedores, especialmente para los autores autopublicados y las editoriales pequeñas y medianas, ya que algunas de las editoriales más grandes siguen mostrándose reacias a adoptar la suscripción.

Los editores han observado que ciertos títulos dentro de Kobo Plus generan una proporción significativamente mayor del total de los ingresos en comparación con los que están fuera del programa. Este éxito abarca géneros que van desde la ficción literaria hasta la novela negra, la romántica, la no ficción, los libros infantiles y los de jóvenes adultos, incluyendo tanto títulos individuales como series.

La inclusión en Kobo Plus también mejora la visibilidad de los títulos dentro del algoritmo de Kobo, lo que lleva a un aumento de las recomendaciones, las inclusiones en email marketing, las valoraciones y las reseñas.

«Los primeros resultados en España están siendo prometedores, especialmente para los autores autopublicados y las editoriales pequeñas y medianas.»

También estamos observando que los editores empiezan a adoptar enfoques estratégicos para Kobo Plus. Por ejemplo, una editorial española de tamaño medio, anticipando un plan de novedades menos sólido en 2024, incluyó proactivamente series, títulos y autores de gran éxito en su catálogo de Kobo Plus, al tiempo que promocionaba nuevos lanzamientos y participaba en promociones de precios de Kobo.

Como resultado, a pesar de la disminución interanual de las ventas de novedades y de que Kobo Plus se lanzó únicamente a mediados de 2024, la editorial logró en ese mismo año un crecimiento interanual general gracias a la combinación de promociones de precios y ventas de Kobo Plus.

Siguiendo la estela de los resultados de Kobo Plus en España, en 2025 Kobo Plus consolida su presencia en el mercado hispanohablante con el lanzamiento en Argentina, Chile, Colombia, México y Perú. En Kobo, de la mano de autores y editores, estamos expectantes para llegar a estos nuevos lectores y facilitarles el descubrimiento de su próxima gran lectura.

Bookwire