



¿A qué se enfrenta la industria editorial? Un análisis sobre el Día Mundial del Libro

- *Después de una de las fechas más importantes para la industria editorial, evaluamos tres activos empresariales de suma importancia.*

Ciudad de México, abril 26 de 2021.- Desde 1988, la UNESCO declaró que cada 23 de abril se celebraría el Día Mundial del Libro para promover el valor de la lectura. Han pasado 32 años y la industria editorial ha crecido radicalmente a pasos agigantados en cuanto al negocio de hacer llegar los libros a las manos de la gente.

Aunque no hay forma de predecir cómo será el futuro del mercado del libro dentro de 32 años, sí es posible hacer una radiografía de lo que está ocurriendo ahora mismo. Conozcamos tres tendencias comerciales que están dando forma al sector en la actualidad.

El poder de las ventas en línea

Nielsen Book México reveló recientemente que el negocio editorial perdió más de 3 mil millones de pesos en ventas debido a la pandemia. Sin embargo, la luz al final del túnel para las librerías -así como para otras tiendas físicas- ha sido el comercio electrónico.

Las ventas directas al consumidor han sustituido a las tradicionales (por el momento), y a medida que más personas cambian sus hábitos de consumo, será más común pedir libros en línea. Los lectores pueden comparar precios entre tiendas y consultar las reseñas de otros usuarios, factores de decisión de compra que las editoriales no pueden manejar.

En el streaming confiamos

Empezó con los vídeos, la música y las películas, y ahora el streaming es un mercado (muy) lucrativo. Cada vez son más las editoriales que comprenden la importancia de digitalizar sus libros y llevarlos a las nuevas generaciones de lectores. Y con la rápida adopción de los dispositivos móviles por parte de la gente, se convertirá en un hito.

"Construir nuevas relaciones para mejorar nuestro catálogo es una pieza clave de nuestra estrategia", mencionó Julie MacKay, Directora de Adquisición de Contenido Internacional de Scribd, el servicio líder de suscripción de lectura, después de que



anunciaran que su catálogo en español superó los 100.000 ejemplares como resultado de las alianzas con las principales editoriales.

La empresa también señaló un aumento significativo de la actividad de lectura en México durante el último año, debido a que la gente se quedó en casa durante la pandemia.

Mantener el interés

Ahora que los libros se han ganado la atención del público (como demuestra Scribd) es el momento de aprovechar ese impulso. A medida que todo vuelve a la "normalidad", y los espacios públicos de ocio se abren poco a poco, el ecosistema editorial empresarial tendrá que reinventarse para no perder ese interés.

Los esfuerzos del sector deberán centrarse en la creación de contenidos creativos y atractivos. Aunque los libros siguen manteniendo ocupada a la sociedad durante el confinamiento, son el escaparate con más espacio para el conocimiento, la cultura, la ciencia y el autoaprendizaje: ahí radica su ventaja sobre otros medios de entretenimiento.

About Scribd

Scribd is the reading subscription that offers access to the best ebooks, audiobooks, magazine articles, documents, and more. Scribd's catalog includes over one million premium ebook and audiobook titles, including over 100,000 Spanish-language titles. Scribd is available through iOS and Android devices as well as web browsers, and hosts over 100 million readers worldwide every month. For more information, visit www.scribd.com and follow @Scribd on Twitter and Instagram.

Press contact:

CONTACT

Jorge Sánchez

another

jorge.sanchez@another.co

55 4369 3607