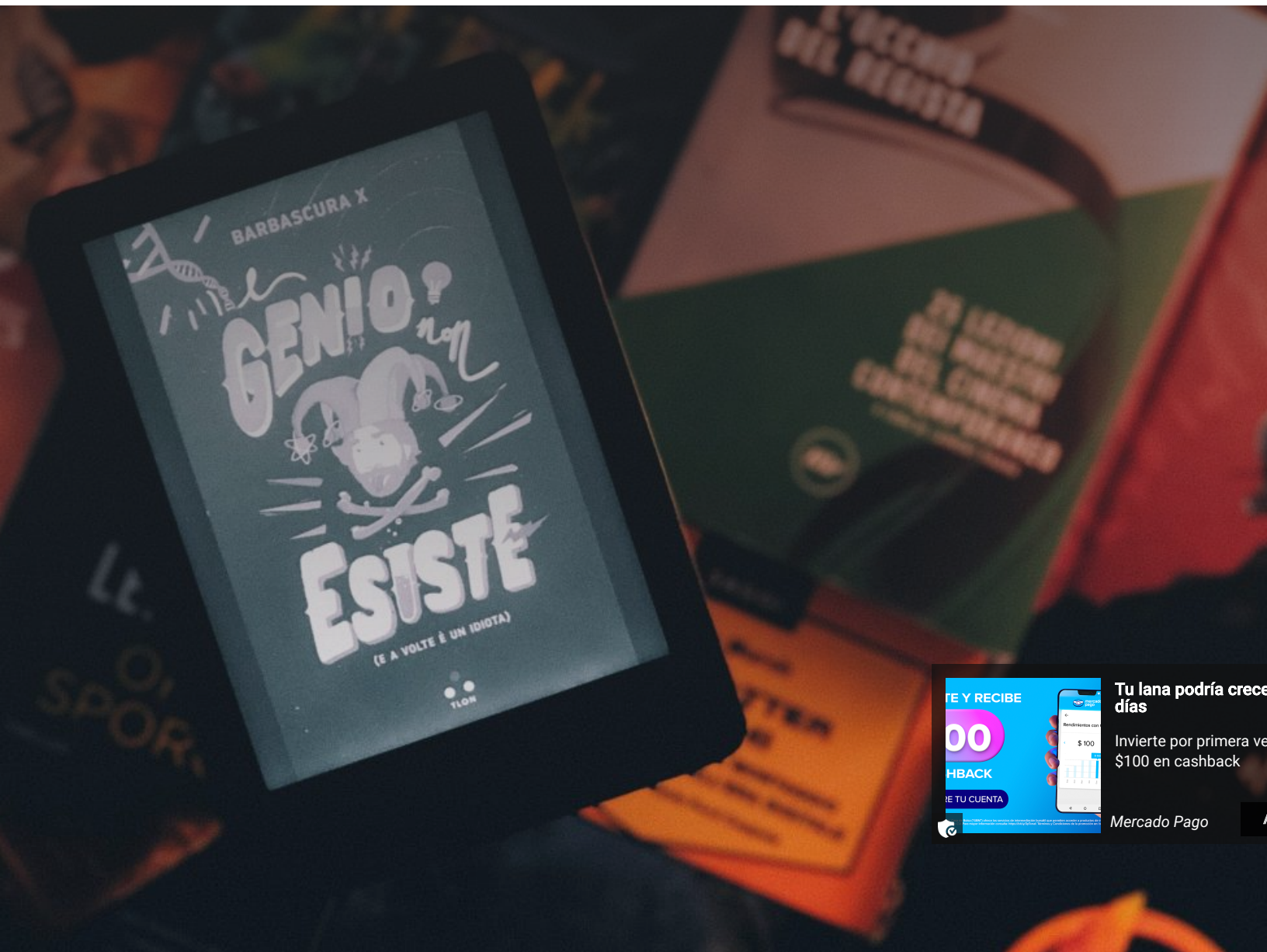


Tu lana podría crecer en 30 días

Invierte por primera vez \$100 en cashback

Mercado Pago

2020 DIGITAL: LA PANDEMIA CAMBIÓ HASTA LA FORMA DE **COMPRAR, VENDER Y LEER LIBROS**

Por **Rogelio Loredó Mafud** y **Verónica Santamaría** / @RogerVk93

Foto: Antonio Scalogna | Unsplash

Nov 06 / 2020

COMPARTE





Desde el inicio de la pandemia por **Covid-19**, el comercio digital llegó para “rescatarnos” y simplificarnos la vida; de esta forma, hemos evitado ciertas actividades en las que antes era común estar presente, incluyendo la compra de **libros**.

Durante la Jornada Nacional de Sana Distancia, decenas de comercios y espacios lúdicos —como **librerías**— han tenido que cerrar temporalmente, ocasionando además un cambio importante en las **ferias del libro**, muchas de las cuales se celebraron de forma **virtual**.

Te interesa: [Muere Luis Zapata, autor de El Vampiro de la Colonia Roma](#)

*Durante este periodo, el siguiente paso para las editoriales en nuestro país fue adaptarse a la situación y algunas nos contaron sobre los **obstáculos** a los que se han enfrentado y sus **estrategias** para salir adelante en estos momentos tan complicados.*

¿CÓMO HA AFECTADO LA PANDEMIA A LAS EDITORIALES?

La pandemia representó un duro golpe para diferentes editoriales en México, particularmente por el cierre de librerías, lo que derivó en una disminución considerable en la venta de libros.

La consultora **Nielsen**, a través de su división **Bookscan** que se encarga de medir el comportamiento general del mercado editorial mexicano, reveló en un análisis realizado desde enero del 2020 hasta el 17 de octubre que **las ventas en unidades de libros en México cayeron hasta un 28.1%**.

*Además, en comparación con 15 países también medidos por Nielsen como Reino Unido, Australia, Irlanda, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Italia, España, India, Brasil, Colombia, entre otros, **México es el que está sufriendo la recuperación del mercado editorial más lenta de todos.***

Eduardo Rabasa, editor de **Sexto Piso**, mencionó en entrevista con **Animal MX** que por el cierre de librerías y la cancelación presencial de las ferias de libro en el país, los ingresos para esta editorial cayeron entre 80 y 90%.

Para el **Grupo Editorial Penguin Random House**, la crisis de la pandemia causó la caída del 80% en sus ingresos.



Ioltz, editora y propietaria de la editorial independiente **Trilce**, contó en que sus ventas han disminuido entre un 60 y 70%.

“Las librerías dejaron de pagar, la distribuidora dejó de pagar, y yo apenas estoy intentando cobrar lo que se vendió en febrero. Ha sido una situación dramática”, explicó Deborah.

Por otra parte, **Rosa María Martínez** de **Océano** no reveló sus cifras, pero explicó que la editorial también fue “golpeada” por la pandemia y las ventas de libros físicos bajaron como consecuencia del cierre de librerías, aunque sus libros electrónicos sí se han vendido más.

Y es que también está ese otro lado de la moneda: las plataformas exclusivas de **libros electrónicos**.

Ana Sofia Saucedo Fuentes de **Bookmate**, que es algo así como un ‘Netflix de libros’, explicó que la pandemia fue una oportunidad para expandir su plataforma y contó que el número de suscriptores en su servicio “aumentó enormemente”.

Este servicio, consiguió miles de nuevos usuarios no sólo en México, sino que también en Argentina, Chile, Colombia y Perú.

Checa también: [Gobierno federal rebautiza un clásico: la obra de Homero ahora se llama La Ileadá](#)

DE LO FÍSICO A LO DIGITAL

La caída en los ingresos hizo que las editoriales pensarán en **estrategias** para mantener a flote sus negocios, lo que las llevó a redirigir sus recursos al **ámbito digital**.

Algunas **estrategias que las diferentes editoriales** implementaron para adaptarse a los tiempos de pandemia fueron las **ventas en línea, digitalización de libros y webinars con autores**.

Sexto Piso decidió construir una estrategia a partir del perfil de sus lectores y clientes frecuentes, algo que no había hecho antes de la pandemia.

“Hace 2 o 3 meses realizamos una encuesta a las y los lectores para conocerlos un poco más, saber qué estaban leyendo y entender en qué empleaban su tiempo libre. Encuestamos entre 1,200 y 1,300 personas. Así nos dimos una idea del perfil demográfico, donde **tenemos 60% de lectoras y un 40% de lectores**, cosa que no sabíamos porque nunca habíamos hecho un ejercicio así”, nos contó Eduardo Rabasa.



de Sexto Piso agregó que con esta estrategia también lograron detectar cómo se enteran de los libros de la editorial.

“Es apabullante saber que son las **redes sociales la forma en que la gente se enteran de la actualidad de los libros; leyendo reseñas o compartiendo cosas.**

“Completamente han reemplazado a las publicaciones periódicas o los suplementos”, añadió.

A raíz de estas estrategias, **Sexto Piso comenzó a vender sus libros a través de plataformas y librerías digitales**, logrando que la demanda de sus publicaciones creciera entre 3 y 4 veces.

Por su parte, Rosa Martínez mencionó que para **Océano** el reto también ha sido llevar el contenido a las **redes**, por lo que han implementado diversas actividades virtuales para mantener presencia digital.

“Desde marzo y abril tuvimos a todos nuestros autores haciendo **Instagram Lives**, **Facebook Lives** y en vivos desde **YouTube**”, dijo y agregó que además han implementado otros proyectos como **cuentacuentos** para niños y reseñas de libros con periodistas e influencers.

Penguin Random House aprovechó el contexto de incertidumbre generado por la pandemia para conocer **qué es lo que la gente quiere leer en esta época**.

No te pierdas: [El 2020 ya no le teme a nada: ya hay una novela erótica del coronavirus](#)

La manera de conocer a sus lectores es a través de **Me Gusta Leer México**, una página en donde las personas pueden comprar los libros de esta editorial.

Tras investigar, esta editorial detectó que pese a la opción de los libros digitales, **el mercado editorial mexicano todavía prefiere el libro físico**, por lo que le dio prioridad a la venta de este formato en línea.

“En México descubrimos que la gente todavía no está acostumbrada al comercio electrónico, que no usa mucho Amazon o estas plataformas, lo que nos lleva a preguntarnos **cuánto sabemos de las costumbres de nuestros lectores**, cuánto sabemos de nuestro mercado, qué debíamos hacer para dar ese viraje”, señaló **Juan Carlos Ortega Prado, editor de Debate y Grijalbo Actualidad, sellos de Penguin Random House**.

Ortega Prado mencionó que tras esta estrategia, en la que apostaron fuertemente por **distribuir los libros mediante plataformas de comercio electrónico** como Amazon, Mercado Libre, entre otras, “las ventas comenzaron a crecer, bastante menos de lo que queríamos, pero compensó lo que se había perdido por venta física en librerías”.

La transformación tuvo que ser abrupta, pero no había de otra.



...ía Saucedo nos explicó que muchas **editoriales** que en un inicio no consideraban... terminaron firmando con **Bookmate** y después las apoyaron digitalizando sus... y haciendo presentaciones en línea para promover sus libros.

...forma también aprovechó para conocer más a sus usuarios y comenzó a... desarrollar proyectos de coedición con editoriales independientes y contenidos originales con un sello propio llamado **Bookmate Originals**.

Además, lanzó la campaña #QuédateLeyendo en la que invitaron a personalidades como actrices, músicos, *youtubers*, escritores, entre otros, a curar sus propias estanterías.

Lee: [Unesco nombra a Guadalajara ‘La Capital Mundial del Libro 2022’](#)

PERO NO ES TAN SIMPLE...

Sin embargo, es más fácil decirlo que hacerlo. Pasar al mundo digital ha sido muy complicado.

“No basta con convertir un contenido físico a contenido digital para hacer que se venda, tienes que tener toda una estrategia de marketing y promoción detrás”, señaló Debora Holtz.

Deborah mencionó que para **Trilce** y otras editoriales independientes pequeñas es difícil realizar estas estrategias por los recursos que implican, porque no existen **apoyos o políticas del gobierno** para la **industria editorial**.

“Gran parte de las editoriales independientes no tenían sus contenidos digitalizados porque no existen apoyos para que esto se realice. En muchos países hubo apoyos directos a la cultura en general, al libro, pero en México no tuvimos esto y por lo tanto las ventas digitales no compensaron la caída de las ventas físicas”, enfatizó.

Trilce ha promovido su sitio de internet para venta de libros, ha realizado presentaciones online y *webinars* con autores de libros y especialistas y ha participado en ferias digitales.

“Pero lo que se logra mover en estos webinars es poco para el esfuerzo que representan y estamos haciendo eso: tratar de promover más en redes, pero ha sido muy difícil”, agregó.

LA LECTURA Y VENTAS DIGITALES LLEGARON PARA QUEDARSE

Así como lo han hecho los últimos meses, las **editoriales continuarán apostando por el comercio digital** en un futuro (sin importar el formato de los libros).



os enfocados y con la idea de que el mundo digital llegó para quedarse y no hay
de seguir funcionando si no desarrollas esa mancuerna”, admitió Deborah



o Rabasa le gustaría regresar a las presentaciones y charlas presenciales,
as de las ferias de libros físicos, pero por el momento continuarán con pláticas
virtuales y **explorando estrategias creativas** para llegar a los **lectores a distancia**.

“Nos gustaría volver a la normalidad, hacer lo que hacemos y no tener que estar frente a una pantalla”, dijo.

Rosa Martínez dijo que en **Océano** seguirán manteniendo por el resto del año los cuentacuentos, además de lecturas juveniles de libros actuales y “En Libro y En Directo”, un proyecto donde un autor de la editorial realiza una charla temática para platicar sobre libros.

Échale un ojo a: [Más libros para aprender sobre sexo esta temporada](#)

Mientras que **Bookmate**, además de seguir participando en presentaciones, clubes de lectura y otras iniciativas, está formando alianzas con diferentes universidades para llevar más libros a los estudiantes, tanto físicos como electrónicos, a un precio bajo y con mayor cobertura.

Por otro lado, quieren ampliar su oferta y que los lectores en Latinoamérica tengan un acceso más sencillo a libros que serían difíciles de conseguir en físico, “que los lectores mexicanos puedan conocer títulos publicados en Chile y Argentina y viceversa”.

¿QUÉ HEMOS LEÍDO DURANTE LA PANDEMIA?

Fuera de todas las estrategias y adversidades a las que las **editoriales** se han enfrentado los últimos meses, las personas han utilizado la lectura para escapar momentáneamente de la realidad.

Tal vez te interese: [PlayStation 5 o Xbox Series X/S: ¿cuál nueva consola de videojuegos te conviene comprar?](#)

*El estudio realizado por **Nielsen Bookscan** reveló que los **libros de ficción** han ganado terreno en 2020 a comparación de 2019.*

Las ventas de libros de “**ficción infantil/juvenil**” representaron 25.5% del total de 2020 hasta el 17 de octubre, mientras que los libros de “**ficción para adultos**” representan el 20.4%.

A pesar de esto, el porcentaje de la venta de libros de “**no ficción trade**” fue de 34.8% y el de “**no ficción técnica**” fue de 19.3%.



te reveló que sus **cinco libros de ficción más leídos** entre marzo y junio de



Entra parte de noche, de Mariana Enríquez.

La metamorfosis, de Franz Kafka.

3. *Apegos Feroces*, de Vivian Gornick.

4. *El retrato de Dorian Grey*, de Oscar Wilde.

5. *Pedro Páramo*, de Juan Rulfo.

En cuanto a los **libros de no ficción más leídos** en la plataforma están:

1. *El sutil arte de que te importe un caraj**, de Mark Manson.

2. *El arte de la guerra*, de Sun Tzu.

3. *Todo está j*dido*, de Mark Manson.

4. *La interpretación de los sueños*, de Sigmund Freud.

5. *El hombre en busca del sentido*, de Viktor Frankl.

EN **OCÉANO**, LOS **LIBROS DE FICCIÓN MÁS POPULARES DE 2020** SON:

1. *Demasiado odio*, de Sara Sefchovich.

2. *Recursión*, de Blake Crouch.

3. *Malinche*, de José Luis Trueba Lara.

4. *Las puertas del infierno*, de Manuel Echeverría.

5. *Sangre helada*, de F.G. Haghenbeck.

Por otro lado, los **títulos de no ficción** más leídos de esta editorial son:

1. *Las 48 leyes del poder*, de Robert Greene.

2. *Francesco: Una vida entre el cielo y la tierra*, de Yohana García.

3. *La quietud es la clave*, de Ryan Holiday.

4. *El significado del dolor*, de Nick Potter.

5. *El camino de las lágrimas*, de Jorge Bucay.



...sierto sonoro, de Valeria Luiselli.

...pachador de pollo frito, de Carlos Velázquez.

...sas vacías, de Brenda Navarro.

4. *Declaración de las canciones oscuras*, de Luis Enrique Fabre.

LOS TRES LIBROS MÁS POPULARES DE **TRILCE** SON:

1. *Tacopedia*, de Deborah Holtz, Alejandro Escalante y René Redzepi.
2. *Cholombianos*, de Amanda Watkins.
3. *Mujer en Papel*, de Cecilia Fuentes Macedo.

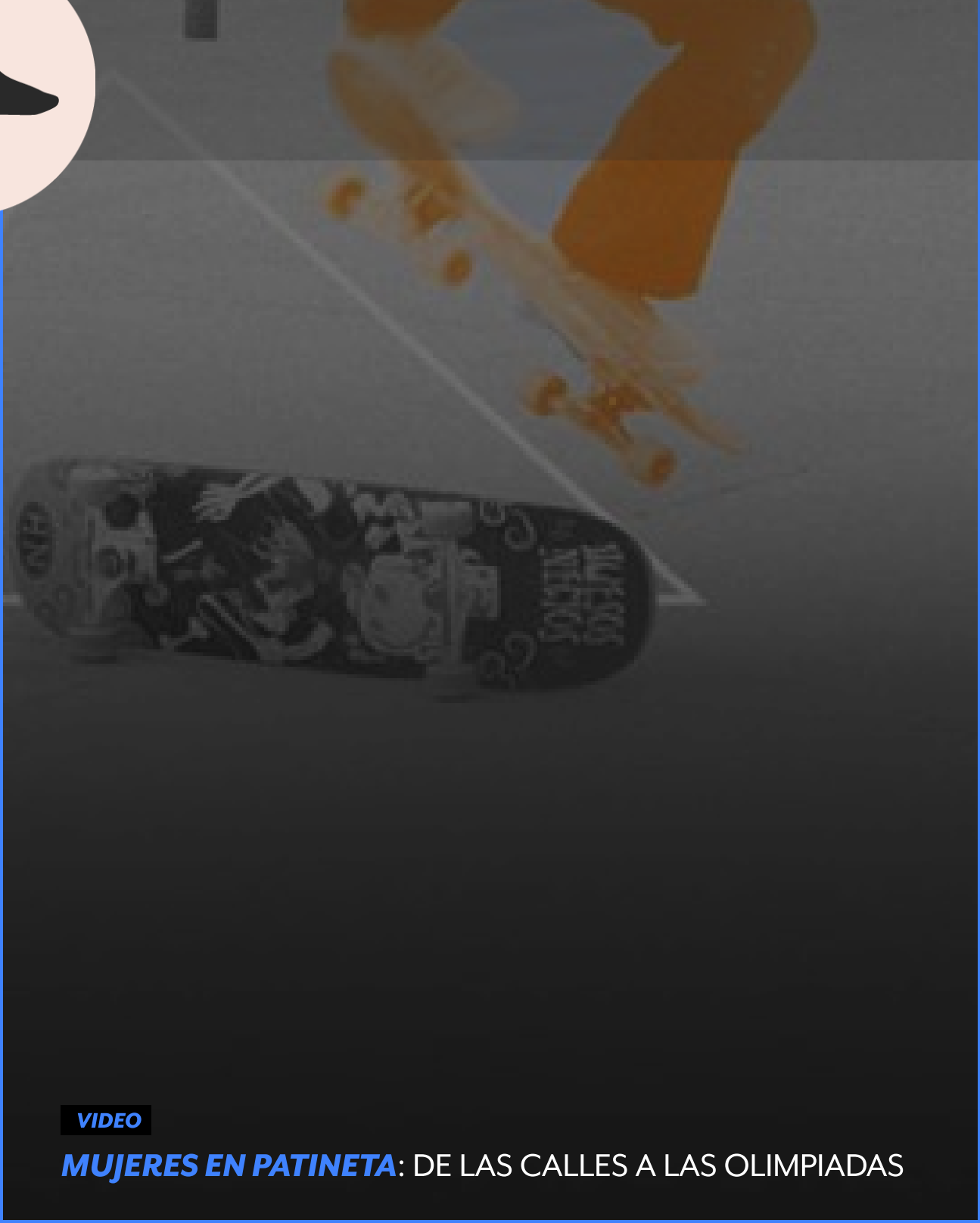
Antes de que te vayas: [Libros de texto digitales incumplen requisito y así discriminan a niños ciegos y débiles visuales](#)

VIDEO RECOMENDADO



COMPARTE





VIDEO

MUJERES EN PATINETA: DE LAS CALLES A LAS OLIMPIADAS



QUIZÁS TE ENTRETENGA

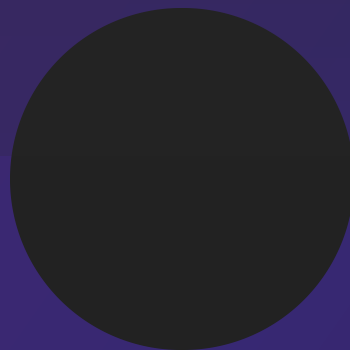
COMPARTE





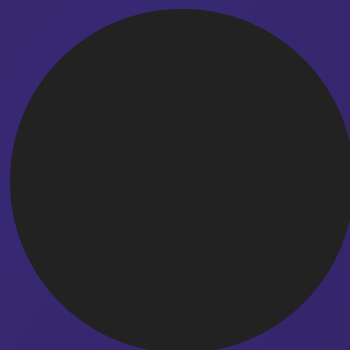
ANIMAL MX

SU PASO POR AFGANISTÁN Y UNA PELEA CON WILLIAM: **LAS REVELACIONES DEL PRÍNCIPE HARRY EN SU LIBRO**



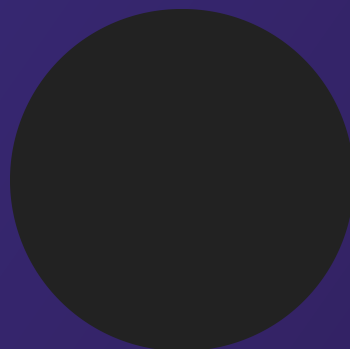
ANA ESTRADA

'**MUROS SOMOS**': **EL LIBRO** QUE REÚNE TRABAJOS INCREÍBLES DE MURALISTAS MEXICANAS POR EL MUNDO



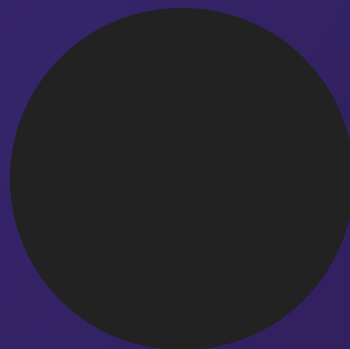
ANA ESTRADA

¿REGALOS NAVIDEÑOS DE ÚLTIMA HORA?: **ÉCHALE OJO A ESTOS LIBROS CHULOS PARA DISFRUTAR**



ABIGAIL CAMARILLO

DEL TERROR AL ROMANCE OSCURO: **BOOKTOK, EL LADO LITERARIO DE TIKTOK** QUE SIGUE ARRASANDO



COMPARTE





ANIMAL MX

UN LIBRO DE REFLEXIÓN, EL FAN FESTIVAL DEL MUNDIAL Y GOD OF WAR: LAS RECOMENDACIONES DEL FINDE

AFP

LIBROS Y TIKTOK: CÓMO #BOOKTOK CAMBIA LA FORMA EN QUE HABLAMOS SOBRE LO QUE LEEMOS

ROGELIO LOREDO

'NO ESTÁ CLARO QUÉ ES EL RACISMO': TENOCH HUERTA NOS CUENTA SOBRE EL ORGULLO DE SER PRIETOS

ANA ESTRADA

'SIN VERGÜENZA': EL LIBRO QUE TODAS QUEREMOS PARA APRENDER SOBRE SEXUALIDAD Y PLACER FEMENINO

BÁRBARA ANDERSON / YO TAMBIÉN

COMPARTE





ANIMAL MX

5 LIBROS PARA CONOCER A ANNIE ERNAUX,
GANADORA DEL NOBEL DE LITERATURA



ANA ESTRADA

LAS 17 MUJERES QUE HAN GANADO EL NOBEL
DE LITERATURA... EN 121 AÑOS



ANIMAL • mx



¿QUIÉNES SOMOS?

COMPARTE



