



I INFORME DE
IMPRESIÓN BAJO DEMANDA

Más libros, a más lectores, en más destinos, con menor coste y en menos tiempo

Argentina | Brasil | Colombia | Ecuador | España | México | Perú | Portugal | Uruguay

 **bibliomanager**
DISTRIBUCIÓN POR DEMANDA



I INFORME DE IMPRESIÓN BAJO DEMANDA

Bibliomanager.

Este informe ha sido elaborado y analizado por el equipo de Bibliomanager.

Autorizada la reproducción citando la fuente.

Índice de **contenidos**

1. Bibliomanager	4
1.1. Presentación de la empresa	4
1.2. Bios de Bibliomanager	6
1.3. Información corporativa	7
2. Qué es la impresión bajo demanda	8
2.1. Introducción al modelo	9
2.2. Impresión bajo demanda vs. distribución bajo demanda	11
2.3. Ventajas de la impresión bajo demanda	12
3. Presentación del informe	14
4. Informe de distribución bajo demanda	18
4.1. Ventas globales	19
4.2. Ventas globales por país de origen del editor	20
4.3. Ventas globales por país de origen del canal de venta	22
4.4. Precio medio de venta por país	24
4.5. Número medio de ejemplares por pedido de distribución	26
4.6. Ventas según la materia	27
5. Informe de impresión bajo demanda	36
5.1. Datos globales de producción	37
5.2. Producción por tamaño de impresión	38
5.3. Producción con y sin solapa	40
5.4. Coste medio de impresión por ejemplar y país	41
5.5. Producción por papel de impresión	42
5.6. Producción por tipo de pedido	44
5.7. Producción por tirada	44
5.8. Producción por tirada y tipo de editorial	45
Tabla de gráficos	46



Bibliomanager.

Recorramos el mundo **juntos**

Recorramos el mundo juntos. Es uno de los lemas de Bibliomanager, la distribuidora de títulos bajo demanda que opera en 9 países de Iberoamérica, generando ventas e impresiones a más de **400 editoriales**, más de 1.000 puntos de venta, con una oferta de más de 28.000 títulos disponibles.

Cuando leemos imaginamos nuevos mundos, proyectamos personajes e historias, hacemos que las palabras se conviertan en un escenario único y personal. Y eso también es Bibliomanager, generar un mundo de conexiones invisibles a la vista de los lectores y crear oportunidades de venta para editores y libreros. Para ello, proyectamos el libro en papel sin que esté físicamente, intangible pero existente, sin *stock* pero también **sin agotados**.

Bibliomanager opera además a través de su propia plataforma, una **herramienta exclusiva de gestión *online* de catálogos de libros en papel**. Gracias a ella, el editor puede solicitar las impresiones bajo demanda que precise para responder a una venta generada en España o Latinoamérica. De esta forma, los agentes del sector pueden cubrir pedidos de estos territorios que comparten idioma, pero que están separados por un océano. Y es que para Bibliomanager no importa dónde puedes producir, sino dónde eres capaz de vender.

Innovación, Desarrollo e Impresión (I+D+I)

Para llegar hasta aquí, Bibliomanager ha recorrido un camino que comenzó a andar hace 20 años, de la mano de su CEO, **Gustavo Vorobechik**, con un objetivo a largo plazo y una misión simple y compleja a la vez: derribar las fronteras físicas para hacer llegar más libros a más lugares, a más lectores, y todo ello con menor coste y en menos tiempo.

Partiendo de una plataforma como base y un cambio de paradigma como bandera, Bibliomanager propuso un nuevo escenario con el que reformuló la estrategia para la impresión, distribución y comercialización internacional de libros en papel, aprovechando las ventajas de las tecnologías en la venta y producción de libros, superando así las barreras de un sector tradicional necesitado de soluciones sostenibles financiera y medioambientalmente.

Y así, apenas años después de que Bibliomanager surgiera como idea de negocio, en 2005 se implementó en Argentina como plataforma de gestión y comercialización de libros y en 2007 la compañía comenzó a desarrollar un plan de ampliación regional.

En 2013 trasladó su sede a España e implementó su plan de expansión: España, México, Colombia, Perú, Ecuador, Uruguay, Brasil y Estados Unidos.

En la actualidad, Bibliomanager se nutre de la experiencia, la calidad del servicio y del *know-how* en la venta de libros bajo demanda de los principales impresores en estos nueve mercados.

Para hacerlo realidad, *partners*, editoriales, librerías y profesionales operan bajo una misma plataforma, con la que hacen posible un nuevo paradigma sostenible para la distribución e impresión de libros bajo demanda.

Nuestro objetivo es vender
más libros, en **más destinos**,
a **más lectores**, en **menos tiempo**
y con **menor coste**.



Nuestra **bio.**

- 2003 Nace Bibliomanager como idea de negocio
- 2005 Bibliomanager se implementa en Argentina como plataforma de gestión y comercialización de libros
- 2007 La compañía comienza a desarrollar un plan de ampliación regional
- 2009 A pedido de Movistar, la empresa desarrolla la primera tienda de *eBooks* en Argentina
- 2013 Traslada su sede a España e implementa su plan de expansión
- 2014 Se integra Podiprint en España
- 2015 Se suman México y Colombia
- 2017 Se suman Perú y Uruguay
- 2019 Se suma Ecuador
- 2021 Se suma Brasil
- 2021 Bibliomanager e Ingram firman acuerdo de distribución
- 2021 Se consolida como empresa líder en la distribución de libros por demanda en habla hispana

Lo que sabemos **hacer.**

Distribución: conectamos con las principales librerías de 9 mercados de manera directa y 12 mercados a través de un *partner* internacional.

Producción: impresión desde un ejemplar y sin tirada mínima a nivel nacional e internacional a múltiples destinos.

Tecnología: soluciones de integración para la automatización de la producción y venta internacional.

Plataforma de gestión: todos los servicios en una única plataforma segura, intuitiva y con los procesos de producción actualizados en tiempo real.

Lo que nos **motiva.**

La tecnología, la sostenibilidad, la innovación.

Lo que **aportamos.**

Control de la inversión: control del número de ejemplares que se lanzan al mercado adaptando la producción a la demanda real, tanto nacional como internacional.

Gestión local: la venta es internacional, pero la atención comercial debe ser local y personalizada, con un solo interlocutor que se encargue de realizar todas las gestiones.

Control total: a través de la plataforma se ofrece control total de los procesos de distribución e impresión de los ejemplares.

Seguridad: los archivos se encuentran en un servidor seguro con una auditoría continuada.

Transparencia: visualizar en tiempo real los estados y la fase en la que se encuentran los pedidos de producción y distribución.

Economía de esfuerzo: eliminar los costes ocultos automatizando acciones y unificando procesos de cotización y solicitudes de producción.



Sobre la **impresión bajo demanda.**

2.1. Introducción sobre el modelo de **impresión bajo demanda.**

La impresión bajo demanda (IBD), que se conoce de manera generalizada bajo las siglas en inglés **POD (Print On Demand)**, es un tipo de técnica que se utiliza para imprimir libros y otros productos a razón de un número determinado de unidades solicitadas. Algo que potencia las tiradas cortas independientemente del número de unidades que se impriman.

Se trata de una tecnología que se ha desarrollado tras el establecimiento de la impresión digital, la única que podía permitir este tipo de impresión de manera competitiva, desde el punto de vista económico, frente a modelos tradicionales, como la impresión tipográfica u *offset*, donde los costes de producción son mucho mayores. En el sector del libro, supone un sistema de producción en el que se puede imprimir según las necesidades que se deseen cubrir. La impresión bajo demanda actual permite la producción de una sola copia a la vez, algo que solo es posible utilizando las nuevas técnicas de impresión digital.

A diferencia de lo que significan las producciones de tiradas muy cortas (de

50 a 100 ejemplares), la impresión bajo demanda permite la producción de un libro como una respuesta específica a una orden del cliente sin necesidad de formar parte de ningún *stock*. Del mismo modo, al facilitar la reimpresión «a la carta», los títulos no están agotados nunca.

La impresión bajo demanda
reduce la devolución,
la **inversión en stock** y
elimina costes ocultos.

La impresión bajo demanda aplicada sobre el canal de venta tiene un nombre: **distribución bajo demanda**.

Se trata de una estrategia de distribución y comercialización del libro en papel que pone énfasis sobre la disponibilidad del libro, hacerlo accesible para el lector, independientemente de dónde se encuentre.

La **distribución bajo demanda** busca la disponibilidad absoluta, la reducción del *stock*, la recuperación de los títulos agotados. Busca generar más ventas con menos inversión.

Es un modelo que permite democratizar el acceso a las editoriales a clientes potenciales dispersos geográficamente, pero con un nexo de unión: la lectura.

Además, favorece la circulación de los libros, la bibliodiversidad y la dilatación del ciclo de vida del catálogo editorial. Un modelo cuyas ventas son directamente proporcionales al número de títulos y al número de librerías que tienen su catálogo conectado. De esta manera, a mayor número de librerías conectadas y cuanto mayor sea el catálogo,

más ventas bajo demanda proporcionan a la cadena de valor del libro.

Actualmente **Bibliomanager** trabaja con **más de 400 editoriales** de habla hispana, tanto en distribución como en impresión bajo demanda, **más de 1.000 librerías** que dan disponibilidad y los **20 puntos de venta *online*** de libros que mayor número de visitas/compradores reportan en la categoría de libros.

Números que van creciendo año tras año y que han permitido que **2021** se haya saldado con un **aumento de las ventas de más de un 600 %**.

Un crecimiento que, en gran medida, viene avalado por el que es el **principal caso de éxito en la impresión bajo demanda hasta la fecha, Boulevard**, así como por la incorporación de nuevos puntos de venta internacionales y nuevos contenidos editoriales.

Un crecimiento, el de las ventas, que se hace posible gracias a las grandes oportunidades que ofrece el aumento de las compras *online*, ya que permite a librerías y tiendas en línea ofrecer un catálogo mucho más amplio que la oferta de títulos en un lineal.

2.2. **Impresión** bajo demanda vs. **distribución** bajo demanda.

Cuando hablamos de la técnica de impresión bajo demanda, hay que hacerlo desde dos perspectivas: imprimir bajo demanda (IBD) y distribuir bajo demanda. Pero ¿hablamos del mismo concepto? Se trata de dos términos complementarios que se basan en la impresión digital de libros pero que presentan algunas diferencias principales.

Impresión bajo demanda

Cuando hablamos de impresión bajo demanda, hacemos referencia a la petición, por parte de las editoriales, de ejemplares físicos, destinados a dar cobertura a su estrategia de distribución y promoción. Son tiradas pequeñas o medianas que raramente suelen exceder de los 500 ejemplares por pedido, pero sí que suelen recibir mayor porcentaje de reimpressiones.

- **La solicita la editorial**
- **Suelen ser tiradas cortas y/o medianas**
- **Tiradas ajustadas a la demanda**
- **Tiempo medio de producción 5/7 días**

Distribución bajo demanda

La distribución implica a aquellos ejemplares impresos que han sido directamente solicitados por las librerías, de ventas producidas en el canal físico u *online*. Suelen ser tiradas unitarias de libros previamente vendidos. Su tiempo de producción medio es de 48/72 horas.

- **La solicita la librería**
- **Suelen ser tiradas unitarias**
- **Libros que ya han sido vendidos**
- **Tiempo medio de producción 48/72 horas**

2.3. 10 ventajas de la **impresión** y **distribución** bajo demanda

La impresión bajo demanda supone una nueva relación entre el lector y los libros. Las nuevas tecnologías, incluyendo Internet, hacen que la implementación de este modelo ofrezca ventajas claras no solo sobre la cadena de valor, sino sobre la oferta de libros y la bibliodiversidad. A continuación desarrollamos más detalladamente algunos de los beneficios derivados de este modelo.

1. Ahorro en costes de almacenamiento

Una de las ventajas más evidentes de la impresión bajo demanda es no tener que almacenar libros en *stock*. Los libros no necesitan estar físicamente para poder ser vendidos. Al ahorro de los costes de almacenamiento hay que sumarle los de manipulación y contabilidad del inventario.

2. Reducción de la inversión inicial

La impresión bajo demanda libera a los editores de realizar grandes inversiones iniciales en *stocks*, permitiéndoles ajustar la producción a la demanda real del mercado.

3. Monetización del catálogo al completo

La impresión bajo demanda proporciona un impulso positivo para las editoriales que tienen un buen fondo editorial, pero que no es absorbido por el mercado fácilmente; aunque cuenten con lectores fieles, lo son en un número reducido.

Mantener este tipo de fondos editoriales es costoso si se recurre a impresiones de larga tirada, por lo que muchas editoriales deciden detener la producción de los títulos fuera de catálogo.

4. Eliminación de los libros agotados

Cuando hablamos de libros agotados, lo hacemos realmente de lectores «decepcionados» que solo tienen la opción de buscarlos en librerías de segunda mano, físicas u *online*.

5. Disponibilidad internacional

El libro impreso parte de un archivo digital, generalmente en PDF, que no conoce fronteras ni entiende de aduanas. En un entorno seguro, como el que ofrece Bibliomanager, tiene la posibilidad de ser impreso en el país donde se realiza la venta, sin exportaciones, sin devoluciones.

6. Control de las ventas y trazabilidad en tiempo real

La impresión bajo demanda permite conocer en tiempo real en qué fase del proceso de producción está el libro, pero además en qué librerías se está vendiendo. Esta transparencia permite al editor tomar decisiones en cuanto a campañas específicas de promoción y centrarse en la generación de una comunidad lectora.

7. Sostenibilidad económica y medioambiental

Una evidencia dentro del sector es que el coste de impresión de libros se ve impulsado por pronósticos inexactos y por procesos de fabricación ineficientes, lo cual conduce al almacenamiento de ejemplares y a su posterior destrucción. Según cifras del Comercio Interior del Libro en 2020 en España, la tasa de devoluciones de *stocks* de libros a las editoriales fue del 28,2 %, partiendo de las cifras de facturación y devolución. Esto genera un alto volumen de residuos y contribuye a aumentar los costes, por lo que las editoriales deben buscar ser más eficientes y cambiar algunas de las prácticas comerciales más obsoletas, al tiempo que pueden seguir produciendo más títulos.

Las empresas del papel se están transformando, buscando modelos propios de la bioindustria y en camino de ser partícipes importantes de la bioeconomía. Mientras tanto, toda producción que base su modelo en las necesidades reales y no en supuestos o en predicciones inciertas ayudará a una producción y a un consumo más responsable y sostenibles. La impresión bajo demanda puede desempeñar un papel importante en esta búsqueda de modelos sostenibles.

8. Ediciones de nicho y apuesta por autores noveles

La impresión bajo demanda es un modelo muy adecuado cuando se desean imprimir o reimprimir los llamados libros de «nicho» que pueden tener un precio alto y expectativas de ventas limitadas. Es el caso de las obras cuya demanda es minoritaria, como los libros académicos sobre temas muy concretos o historias locales de comunidades pequeñas. Pueden ser de gran valor para bibliotecas, museos y archivos de esas comunidades, pero su capacidad de comercialización fuera de ese ámbito es muy escasa.

Toda editorial que publique obras de ficción y que no dedique su catálogo a autores clásicos aspira a descubrir un nuevo talento del que sentirse orgullosa y que le garantice ventas. Sin embargo, aun cuando haya creído descubrirlo, es posible que los lectores no piensen lo mismo, o que la promoción no haya sido suficiente, quizás por falta de medios para contar con el apoyo de la crítica. No todas las editoriales se pueden permitir apostar por autores desconocidos. Sin embargo, la impresión bajo demanda permite que aquellas editoriales que así lo quieran puedan poner un mayor énfasis en el descubrimiento de nuevos autores con menores riesgos de inversión.

Muchos editores saben que hay gran cantidad de títulos de este tipo de autores que no llegan a vender más que unas decenas de copias, aun cuando se ven obligadas a hacer una tirada completa de al menos 1.000 ejemplares. El creciente interés de la impresión bajo demanda se debe, en parte, a que ayuda a los editores a producir los libros más rápido, y también les permite apostar por autores y títulos que no podrían considerar si tuvieran que producirlos bajo un modelo de grandes tiradas.

9. Revisiones y actualización

Una de las grandes causas de sonrojo para una editorial es que, a pesar del trabajo que hacen los correctores, se pueda detectar alguna errata una vez impreso el libro. También el que se detecten otro tipo de fallos, como errores ortotipográficos en el caso de nombres extranjeros, o la incongruencia ocasional de estilo en la edición del texto. Gracias a la impresión bajo demanda, cuando concurren estas circunstancias se puede actuar de inmediato, de manera que el siguiente ejemplar vea la luz con las debidas correcciones. Además, si por alguna razón el autor o el editor deciden hacer alguna modificación, actualización o revisión, añadir un nuevo capítulo, prólogo o epílogo, la impresión bajo demanda permite hacerlo enseguida sin los costes que supondría cambiar toda la tirada cuando se imprime en *offset*.

10. Democratización de la oportunidad de venta

El acceso a los grandes canales se democratiza para los editores, pero también el acceso a una gran oferta para las pequeñas y medianas librerías.

Principales ventajas

1. Ahorro de almacenamiento
2. Reducción de la inversión inicial
3. Monetización del catálogo completo
4. Eliminación del agotado
5. Disponibilidad plena e internacional
6. Control de las ventas en tiempo real
7. Sostenibilidad económica y medioambiental
8. Nuevas oportunidades para editar
9. Revisiones y actualizaciones de contenido
10. Democratización del acceso a puntos de venta



**Presentación del informe
y resumen ejecutivo.**

El presente informe tiene como objetivo servir de herramienta informativa y ventaja competitiva para todos aquellos agentes de la cadena de valor del libro que ya operan bajo una estrategia bajo demanda o están en fase de análisis.

Los datos se extraen de la actividad internacional de Bibliomanager a través de su plataforma, recopilando ventas y producción bajo demanda en los nueve países en los que presta servicio. Al ser una de las principales compañías en habla hispana dedicadas a esta actividad, el informe supone una fuente enriquecida de datos **fiabes y veraces**.

En el mismo se han analizado las ventas demandadas por librerías dentro de la distribución bajo demanda, así como de la producción de impresión digital solicitada por las editoriales.

TENDENCIAS DETECTADAS

Mayor conversión del contenido procedente de España

Históricamente la editorial de España tiene más recorrido en cuanto a exportación del libro. Este mayor reconocimiento de sellos editoriales y títulos facilita su venta por encima del contenido procedente de Latinoamérica hacia España.

Mayor % de venta en entornos web

La disponibilidad es del 100% tanto en canales físicos como *online*, pero a mayor visibilidad, mayor porcentaje de ventas. Aquellas librerías con el catálogo bajo demanda integrado en sus tiendas *online* han experimentado mejor porcentaje de venta.

Mayor % de venta en tiendas que no distinguen el catálogo bajo demanda vs. stock

Las librerías online han seguido una doble estrategia. Las hay que han integrado catálogo bajo demanda dentro de su oferta de títulos con *stock* y las que han creado un subcatálogo dentro de la web bajo el título «libros bajo demanda». En este segundo caso, se registra un menor porcentaje de venta.

El coste del libro penaliza a países con menor PIB

Como veremos a continuación, no hay grandes diferencias en cuanto al coste en ciertos países, lo que dificulta el acceso a la compra de libros para ciertos mercados.

Mayor % de venta cuando no se indica «no devolución»

Algunos puntos de venta no reflejan que no existe devolución. El % de devolución de libros en la venta *online* es ínfimo, por lo que esta política está favoreciendo la venta de este tipo de canales al eliminar una posible barrera en el embudo de conversión.

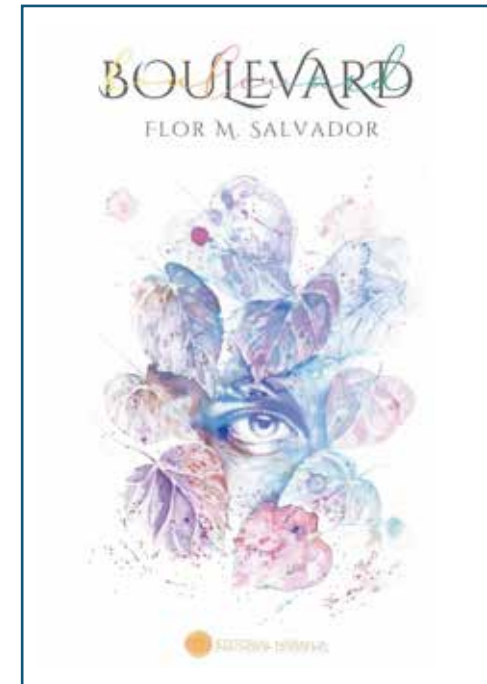
El caso **BOULEVARD**

Boulevard se ha constituido como el principal caso de éxito en la impresión bajo demanda hasta la fecha, con **más de 100.000 libros impresos bajo demanda en un solo año**.

Un título de novedad que alcanzó una gran viralidad a través de Wattpad, con **más de 30 millones de visualizaciones en el momento de su publicación**.

Su autora, Flor M. Salvador, y su editorial en 2021, Naranja, tomaron la decisión de seleccionar a Bibliomanager como **su distribuidora internacional de libros**, y a sus *partners* como distribuidores nacionales.

Con una gestión comercial desde España, con Podiprint, y toda la operativa centrada en la plataforma para la distribución de contenidos de Bibliomanager, logró alcanzar cotas insospechadas de venta de un título en impresión digital bajo demanda, convirtiéndose en el **libro más vendido a través de la red y de gran parte de las librerías conectadas**.



Radiografía de un superventas

PVP: 12 €

Tamaño: 15 x 21

Materia: juvenil

Autora: Flor M. Salvador

Título con 60 millones de visualizaciones en Wattpad





Distribución **bajo demanda.**

4.1. Ventas globales en 2021.

Como hemos venido hablando a lo largo de este estudio, la venta de libros a través de la impresión y distribución bajo demanda cada vez se va imponiendo más entre editoriales, librerías y los propios distribuidores. Sus beneficios son innumerables, con reducción de costes, ampliación de catálogo, reducción de *stocks* y, lo más importante, aumento de la rentabilidad.

Todo esto se clarifica aún más a la luz de los resultados extraídos de las estadísticas anuales de la propia plataforma de Bibliomanager. Y es que son **143.800** los libros que se han vendido en este formato durante el pasado 2021, un **665 % más** que el año anterior (2020). Una premisa que hay que tener en cuenta a lo largo de este estudio, puesto que 2020 fue el año de continuidad internacional de la pandemia del **coronavirus**, lo que trajo consigo una desigualdad por países en cuanto a la apertura de negocios y con sistemas de distribución tradicional mermados.

2021 fue además el año de madurez del crecimiento de las ventas *online* y no solo en el mundo del libro, lo que favorece enormemente la visibilidad de los libros bajo demanda en el escaparate *online* así como el cambio de paradigma en la estrategia editorial.

Ejemplares vendidos
143.800

Crecimiento anual
+650 %

Mes con + ventas
sept.

4.2. Ventas globales **por país de origen del editor.**

El presente apartado muestra los datos de venta nacionales e internacionales tomando como referencia el país de la editorial. En este informe elaborado por Bibliomanager resulta de especial importancia tener presente el impacto de la pandemia y cómo ha afectado a nivel local a cada país, a su grado de digitalización en la venta *online*, así como al % de penetración del *ecommerce* entre el público lector en la compra de libros en línea.

España se sitúa a la cabeza como país editor que más ventas internacionales ha reportado, con 129.358 ejemplares vendidos, de los 143.800 globales, lo que supone un 90,11 % del total, aumentando su propio porcentaje en un 836,4 % con respecto a los títulos vendidos durante el año anterior.

Eso a rasgos generales. Noviembre es el mes en el que más títulos se vendieron en España con 20.879 ejemplares.

El resto de meses se distribuyen de la siguiente manera: enero (1.745), febrero (2.866), marzo (5.982), abril (10.524), mayo (8.602), junio (13.719), julio (15.723), agosto (16.517), septiembre (17.058), octubre (12.145), noviembre (20.879), diciembre (3.778).

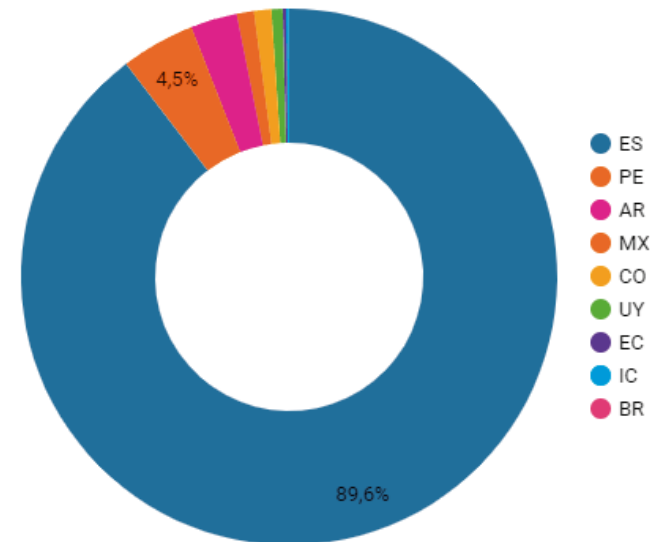
En segundo lugar se posiciona **Perú**, con 5.984 ejemplares de sus editores vendidos a nivel internacional, un 4,16 % del total y viendo aumentar un 688%

su porcentaje con respecto a los datos que arrojaba 2020.

En cuanto a su distribución por meses, la venta de ejemplares de origen peruano está muy repartida a lo largo del año, siendo septiembre el mes que destaca sobremanera por encima del resto, con 4.206 ejemplares vendidos.

Ventas globales **por país de origen del editor**

Gráfico 1





90,11 %

España



4,16 %

Perú



2,7 %

Argentina



1,02 %

México



0,98 %

Colombia



0,67 %

Uruguay



0,18%

Ecuador



0,5%

Brasil

Argentina completa el top tres de países por libros vendidos con 3.877 ejemplares, un 2,7 % del total y un 75 % más que el año anterior.

Además, tiene un reparto muy equitativo en cuanto al número de ejemplares vendidos durante el año, estando el mes de abril a la cabeza, pero sin destacar especialmente sobre el resto de meses.

México es el siguiente país editor por número de títulos vendidos a lo largo del pasado 2021, con 1.468 ejemplares. Apenas se corresponde con un 1,02 % del total, pero el país ve aumentar considerablemente su venta con respecto al año anterior, subiendo un 100,1 %.

Colombia aporta 1.403 ejemplares al total de títulos vendidos a nivel global durante el pasado año, lo que supone un 0,98 %. En cambio, sí que aumenta a buen nivel su porcentaje de producción propia con respecto a 2020, situándolo en un 72,9 % más de ejemplares vendidos.

Los libros vendidos en **Uruguay** suponen el 0,67 % del total, con 968 ejemplares vendidos durante 2021. En datos propios, se traduce en un 952,2 % más de títulos vendidos con respecto al año anterior, siendo el país que más incrementa de todos los que analiza Bibliomanager.

Ecuador aporta al global de títulos vendidos durante el año pasado 264 ejemplares, correspondiéndose con el 0,18 % del total.

Por último, **Brasil** condensa apenas el 0,04 % de las ventas globales por procedencia del editor, con 51 títulos vendidos a lo largo de 2021, debido en gran medida a la reciente integración del *partner* local en Brasil.

Para cerrar el estudio de este apartado, analizamos también los títulos vendidos con otro origen de procedencia, más allá de los países que integran la red de Bibliomanager. En este caso, serían 205 ejemplares, que suponen el 0,14 % del total de la producción global.

La editorial con más ejemplares vendidos fue **Editorial Naranja.**
(Editorial de Boulevard)

4.3. Ventas globales **por país** del canal de venta.

Analizamos los datos en función del número de ventas según el país del canal.

De nuevo **España** se sitúa a la cabeza en este apartado, alcanzando los **86.679 ejemplares vendidos** sobre el total de las ventas de 2021. Sobre el total de ventas internacionales, el 60,3 % se vendió en la península ibérica, un 825,2 % de incremento con respecto a 2020.

En cuanto a sus datos mensuales, desde mediados de año España estabiliza sus ventas por encima de los 10.000 ejemplares al mes, siendo noviembre el mes con más libros vendidos, con 13.537 ejemplares.

La distribución de ventas mensuales quedaría así: enero (871), febrero (1.034), marzo (2.877), abril (7.213), mayo (5.645), junio (10.015), julio (13.252), agosto (11.351), septiembre (10.014), octubre (9.050), noviembre (13.537), diciembre (1.824).

Por número de ejemplares vendidos, **Argentina** es el segundo país en el *ranking* de Bibliomanager, con **15.991 ejemplares vendidos** en 2021, un 11,43 % del total y un 792,9 % más de lo que vendió el país en 2020.

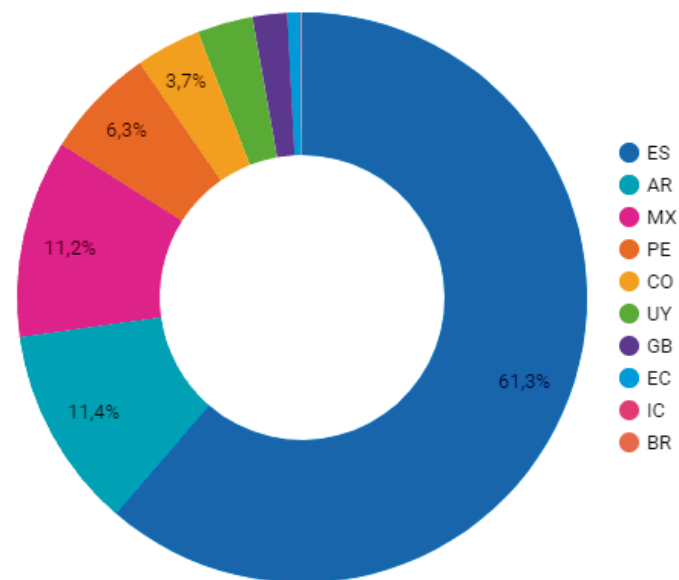
Argentina sitúa su pico de ventas en el mes de septiembre, en el que los argentinos adquieren 5.014 ejemplares. Durante el resto de meses las ventas se reparten así: Enero (378), Febrero (394), Marzo (659), Abril (800),

Mayo (1.064), Junio (1.255), Julio (1.143), Agosto (1.988), Septiembre (5.014), Octubre (1.145), Noviembre (1.791), Diciembre (375).

En tercer lugar se posiciona **México** con **15.706 libros vendidos** durante 2021, unos datos que se corresponden con el 10,93 % del total, siendo a su vez un 750,4 % más de lo que vendió el país el año anterior (2020).

Ventas globales **por país del canal de venta**

Gráfico 2



La librería con mayor número de ventas fue **Librería Ghandi.**

Perú es el siguiente país por número de ejemplares vendidos durante 2021, un total de 12.149, que suponen el 8,45 % de los datos globales. El país encabeza el ranking por incremento de títulos vendidos con respecto a 2020, incrementando su porcentaje hasta un 1233,6 %.

Los libros vendidos en **Colombia** suponen un 3,45 % del total, con 4.963 ejemplares vendidos, alcanzando un incremento del 227,6 % sobre lo que vendió el propio país durante los 12 meses de 2020.

Si detallamos las ventas durante el año, son junio y octubre los meses con mayor número de libros vendidos.

Analizamos ahora el caso de **Uruguay**, que ha vendido 4.449 ejemplares en 2021, un 3,09 % de las ventas totales, aumentando a su vez hasta en

un 369 % las ventas que realizó el país durante el año anterior (2020).

Agosto es el mes más productivo para el país con el mayor número de ejemplares vendidos sobre el total.

Si nos fijamos en **Ecuador**, las ventas suponen el 0,68 % del global,

Por último, es **Brasil** el país que cierra el ranking de ventas en 2021 con un 0,03 % de las ventas globales.

Para cerrar esta apartado, también hay que tener en cuenta las ventas de ejemplares **en otros países**, que hacen un total de 2.870 libros vendidos, lo que supone un porcentaje de un 2 % sobre las ventas totales.

El *marketplace* con mayor número de ventas fue **Mercado Libre.**

4.4. PVP medio por ejemplar y país.

Dentro de Bibliomanager, los editores tienen la posibilidad de decidir la política de precios en base a dos estrategias internacionales.

Por un lado, pueden decantarse por que sea la propia plataforma la que calcule un precio para cada mercado automáticamente, tomando como referencia el coste de producción local, mientras que, por otro lado, se establece un precio manual por mercado que será procesado siempre que ese PVP admita el coste de producción y los distintos porcentajes de la cadena de valor del libro.

¿A qué precio medio se vendieron los libros bajo demanda por mercado? Lo pormenorizamos también en este estudio.

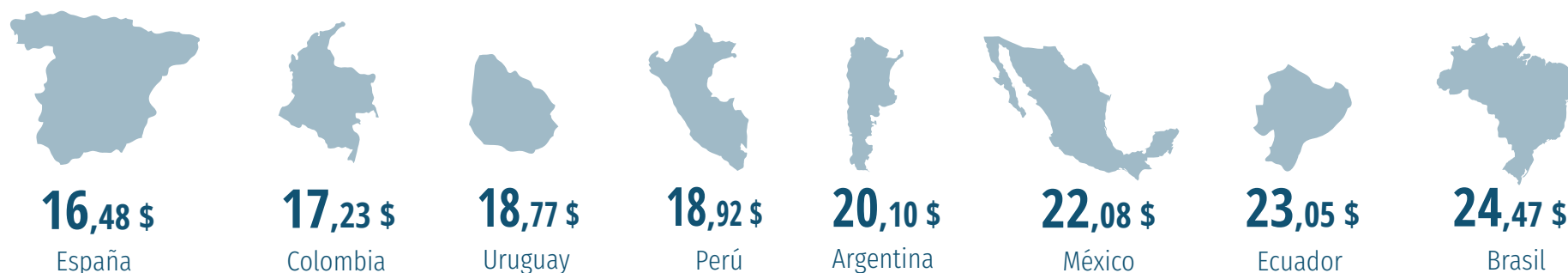
En el caso de **Colombia**, el precio de un ejemplar es de 64.104 pesos

colombianos. Para **Argentina**, el precio de venta de un libro está fijado en los 2.242,61 pesos argentinos. Para adquirir un libro impreso bajo demanda en **Uruguay** el coste fue de 772,41 pesos uruguayos.

Si nos vamos hasta **México**, comprar un libro supuso abonar 436,86 pesos mexicanos. En el caso de **Brasil** hablamos de 113,05 reales.

Si quieres comprar un libro en **Perú** tendrás que pagar por él 69,04 soles peruanos. La impresión de un ejemplar bajo demanda le costará a un lector en **Ecuador** 23 dólares estadounidenses. Para terminar analizamos el caso de **España**, donde comprar un libro bajo demanda cuesta de media unos 15 euros.

El acceso a la cultura no es igual de asequible en todos los países.



Para algunos de los que analiza Bibliomanager se podría considerar incluso como artículo de lujo el comprar un libro, con independencia de que se trate o no de un libro bajo demanda, ya que los PVP no difieren en gran medida de los precios habituales de venta de un libro en *offset*.

Veamos ahora la comparativa entre países adheridos a la plataforma en función del **coste/libro** y el **poder adquisitivo** propio de cada región.

En este primer gráfico, se han ordenado los países en función de lo que cuesta adquirir un ejemplar en cada territorio.

En este caso, sería **España** el país en el que resulta más económico adquirir un libro impreso bajo demanda, seguido por **Uruguay** y **Argentina**, que componen el top tres de países donde comprar un libro tiene menos costo. Por el contrario, **Brasil** cierra la lista como país en el que tendrán que desembolsar más dinero para poder tener un ejemplar bajo demanda.

País	PVP (\$)	SMI (\$)	Sueldo empleado (%)
ESPAÑA	16,48 \$	1098,41 \$	1,5 %
URUGUAY	18,77 \$	470,84 \$	3,9 %
ARGENTINA	20,10 \$	428,94 \$	4,6 %
ECUADOR	23,05 \$	425 \$	5,4 %

En esta tabla se ordenan los países teniendo cuenta el poder adquisitivo de cada uno en relación con el **precio medio del libro** y el **salario mínimo (SMI)** estipulado en cada uno de los países analizados. Analizamos también el porcentaje del **sueldo que tendrá que emplear** cada cliente, según su procedencia, para adquirir un ejemplar en su país de origen.

De nuevo **España** abre la lista, teniendo tan solo que emplear un 1,5 % de su sueldo, lo que le va a permitir adquirir un ejemplar con menos esfuerzo económico. En el caso de los países latinos, **Uruguay**, que emplearía el 3,9 % del sueldo medio, se convierte en el país en el que más accesible es poder adquirir un libro sin que suponga un importante desembolso para una persona con un sueldo base propio de esta región.

Cierra la lista de nuevo **Brasil**, donde un brasileño necesitará un significativo 9,3 % del sueldo medio que se paga en el país para poder acceder a comprar un ejemplar.

País	PVP (\$)	SMI (\$)	Sueldo empleado (%)
COLOMBIA	12,23 \$	242,27 \$	6,7 %
PERÚ	18,92 \$	281,03 \$	6,7 %
MÉXICO	22,08 \$	266,15 \$	8,2 %
BRASIL	24,47 \$	262,41 \$	9,3 %

4.5. Número medio de **ejemplares por pedido de distribución**

Como hemos ido viendo a lo largo de este estudio, 2021 fue un año muy productivo en cuanto al número de ventas de ejemplares, sobre todo en relación al ejercicio anterior, 2020. En este caso, a lo largo del pasado año se llevaron a cabo un total de **37.718 pedidos** en los que se solicitaban **3,75 libros de media**, lo que supuso unos ventas totales de 141.440 ejemplares, **1,39** ejemplares sin contar las ventas de *Boulevard*.



4.6. Ventas de **libros según la materia.**

Bibliomanager ofrece a las librerías iberoamericanas un completo catálogo compuesto por libros de *long tail*, de nicho, y también títulos de novedad, como es el caso de *Boulevard*. Un catálogo que gracias a su disponibilidad internacional contempla títulos de una gran variedad temática.

Precisamente esa premisa es a la que le vamos a prestar atención en este punto del estudio, la materia sobre la que versa cada ejemplar que se vende a través de la plataforma.

Análisis global

La temática que oferta Bibliomanager engloba 24 materias diferentes, pero en esta ocasión nos vamos a centrar en las 10 más vendidas a nivel global.

Del total de ventas realizadas a lo largo del pasado 2021, los ejemplares más vendidos versaban sobre temática de **Ficción** y temas afines en un 22 %, **Infantiles, juveniles y didácticos** eran los temas del 16,9 % de libros vendidos. En tercer lugar, la materia más solicitada ha sido **Sociedad y Ciencias Sociales** con un 13,7 %.

Ejemplares **vendidos por materia**

Gráfico 4



Las **Humanidades** han sido elegidas por el 12 % de los compradores durante el pasado año, seguidas por ejemplares de **Salud y Desarrollo Personal** con ventas del 8,3 %. Las temáticas sobre **Literatura y Estudios Literarios** se venden un 6,5 %. Ejemplares de **Artes**, 4,9 %.

Economía, Finanzas, Empresa y Gestión ha sido la materia elegida en el 2,6 % de las compras, **Estilo de Vida, Deporte y Ocio** lo solicitan el 2,4% de los compradores y cierra el top diez de materias más vendidas las que versan sobre **Biografías e Historias Reales**, con un 2,3 %.

Análisis por país

Una vez conocidos los datos a nivel global, es el momento de detallarlos por países, los que conforman la red de Bibliomanager, de manera que podremos saber los **intereses culturales** que se imponen en los diferentes territorios **hispanohablantes**.



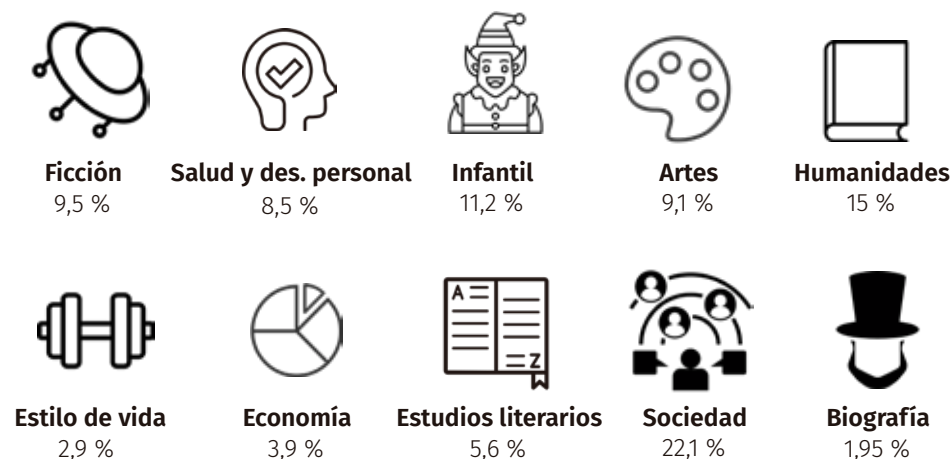
El *ranking* de intereses en Uruguay en cuanto a la materia más comprada lo encabezan los libros sobre **Sociedad y Ciencias Sociales**, con el 22,1 % de las ventas, el 15 % eligen las **Humanidades**, mientras que el tercer tema más solicitado son los libros **Infantiles, Juveniles y Didácticos**, con el 11,2 %.

La **Ficción** y temas relacionados la compran el 9,5 % de los clientes, seguida por las **Artes**, que la eligen un 9,1 %. **Salud y Desarrollo Personal** es una materia que se compra en un porcentaje del 8,5 %, **Literatura y Estudios Literarios** en un 5,6 % y **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión** la adquieren el 3,9 % de los clientes uruguayos.

Cierran la lista la temática sobre **Estilo de Vida, Deporte y Ocio**, con un 2,9 % y en último lugar las materias sobre **Biografías e Historias Reales**, con un 1,95 %.

Ejemplares vendidos por materia en Uruguay

Gráfico 5



PERÚ



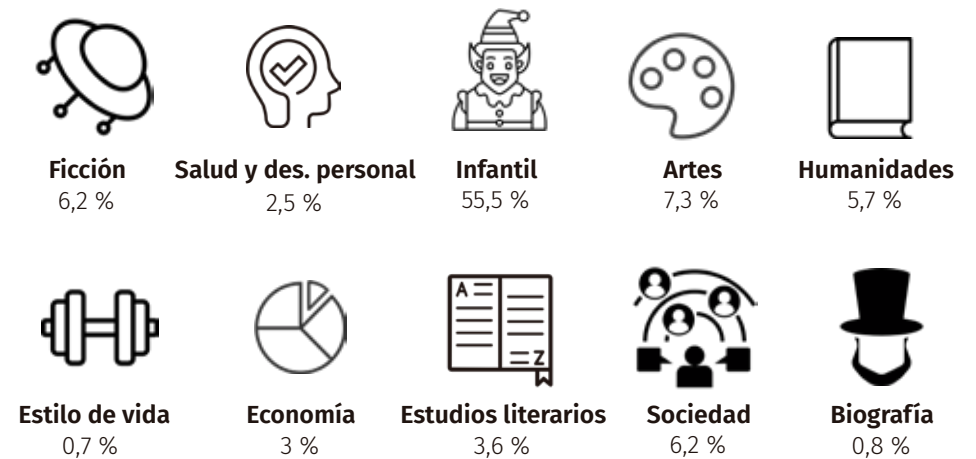
Las compras de libros en Perú a través de Bibliomanager evidencian una clara preferencia por las materias educativas para los menores, pues más de la mitad de las ventas de la plataforma, hasta el 55,5 %, son de ejemplares **Infantiles, Juveniles y Didácticos**.

El resto de temáticas se distribuyen entre el 8,4 % de las **Artes**, el 7,3 % de las ventas de libros sobre **Ficción y Temas Afines**, el 6,2 % sobre **Sociedad y Ciencias Sociales** y las **Humanidades** copan el 5,7 % de las compras.

Literatura y Estudios Literarios se venden en un 3,6 %, las materias de **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión** suponen el 3 % de las compras, **Salud y Desarrollo Personal** el 2,52 %, la **Biografía** interesa al 0,88 % de los peruanos, mientras que los ejemplares sobre **Estilo de Vida, Deporte y Ocio** solo los compra el 0,77 %.

Ejemplares vendidos por materia en Perú

Gráfico 6



MÉXICO



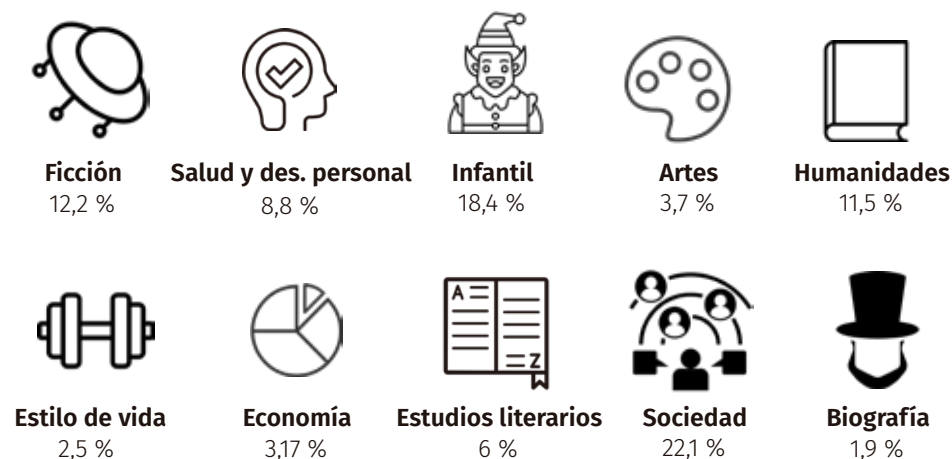
La **Sociedad y las Ciencias Sociales** es una de las materias más compradas por los clientes de Bibliomanager, pues siempre aparece en los primeros puestos en la mayoría de países analizados, como en el caso de México, donde es la temática más vendida con el 21,19 %.

El segundo puesto es para los libros **Infantiles, Juveniles y Didácticos**, también de los más demandados a nivel general. En este caso los mexicanos los adquieren en el 18,4 % de los casos. En tercer lugar encontramos los ejemplares sobre **Ficción y Temas Afines** con un 12,2 %.

En el caso de las **Humanidades**, interesan al 11,5 % de los compradores, la **Salud y el Desarrollo Personal** al 8,8 %, la **Literatura y Estudios Literarios** al 6 % y las **Artes** al 3,7 %. En el caso de la **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión**, el porcentaje es del 3,17 %. En cuanto a **Estilo de Vida, Deporte y Ocio** un 2,5 %, y cierra el top diez de ventas los manuales de **Biografías e Historias Reales** con un 1,9 %.

Ejemplares vendidos por materia en México

Gráfico 7



ESPAÑA



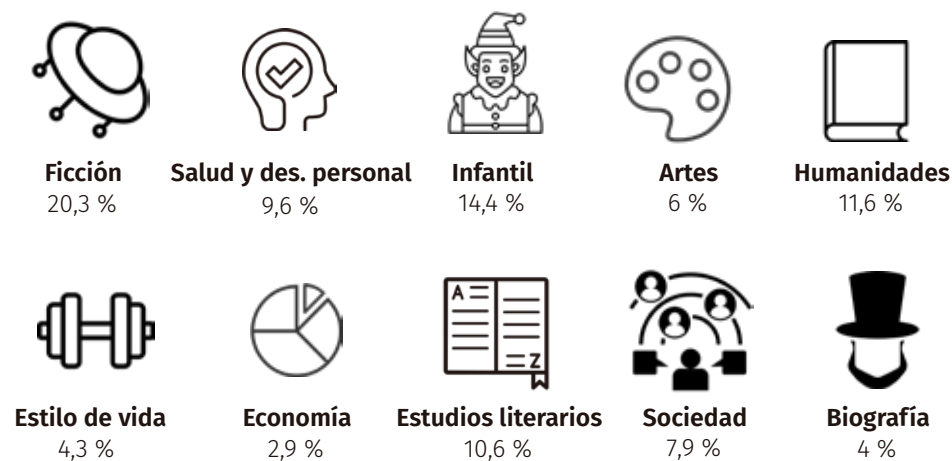
En cuanto a los datos de ventas por temáticas en España, interesan especialmente los libros sobre **Ficción y temas afines** con un porcentaje del 20,3 %, seguidos por el 14,4 % de los manuales **Infantiles, Juveniles y Didácticos** y el 11,6% de ejemplares sobre **Humanidades**, que conforman el top tres de las ventas en la península.

La materia sobre **Literatura y Estudios Literarios** es solicitada por el 10,6 % de los clientes, **Salud y Desarrollo Personal** por el 9,6 %, y **Sociedad y Ciencias Sociales** por el 7,9 %.

En cuanto a los manuales con temática sobre **Artes**, se venden en un 6 %, seguidos por el 4,3 % de los ejemplares sobre **Estilo de Vida, Deporte y Ocio**, el 4% son **Biografías e Historias Reales** y el 2,9 % corresponde a materias de **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión**.

Ejemplares vendidos por materia en España

Gráfico 8



ECUADOR



Al igual que ocurría con las ventas en Perú, Ecuador también es un país en el que predomina mayoritariamente la adquisición de ejemplares **Infantiles, Juveniles y Didácticos**, una materia que se lleva la mitad de las ventas registradas durante un año a través de Bibliomanager, el 60,6%.

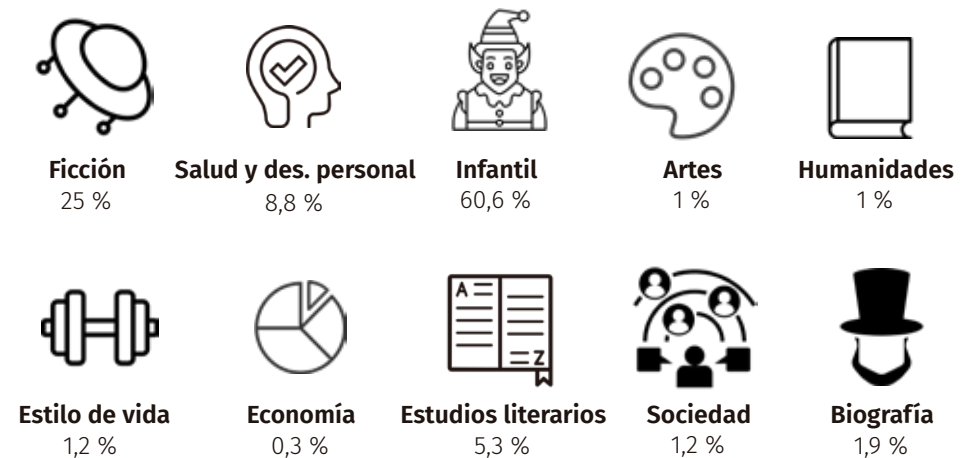
Muy de lejos le sigue la segunda temática más vendida, **Ficción y temas afines**, con el 25 % de las ventas. las materias sobre **Literatura y estudios literarios** aportan el 5,3 %.

El resto de temáticas apenas superan el 1 %, comenzando por el 1,29 % de **Estilo de Vida, Deporte y Ocio**, mismo porcentaje que se vende también de los ejemplares sobre **Tecnología, Ingeniería y Agricultura y Sociedad y Ciencias Sociales**, siendo la primera en cuestión la primera vez que aparece en este estudio de ventas por temáticas.

Los libros sobre **Humanidades** representan el 1,03 %, **Computación e Informática** el 0,77 %, que también aparece por primera vez, **Salud y Desarrollo Personal** el 0,64 % y **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión** el 0,39 %.

Ejemplares vendidos por materia en Ecuador

Gráfico 9



COLOMBIA



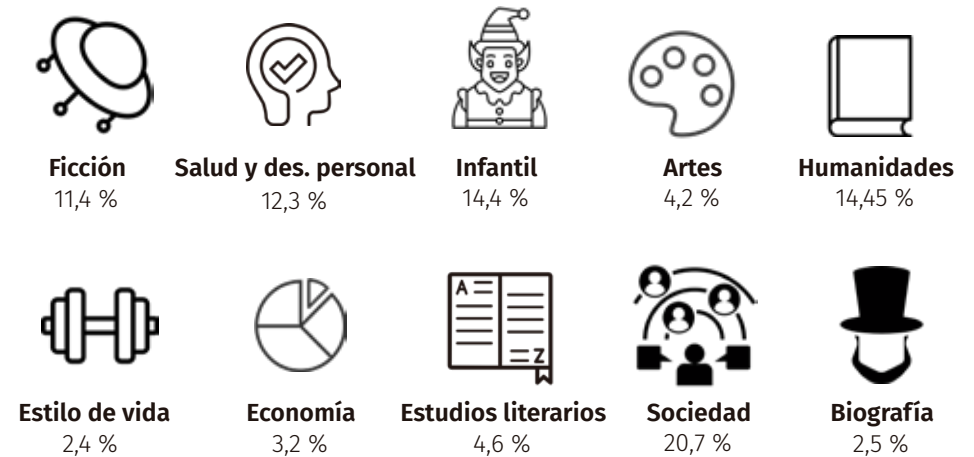
Para Colombia, la prioridad en las compras de libros de impresión bajo demanda son aquellos de temática sobre **Sociedad y Ciencias Sociales** con un 20,7 %, mientras que el segundo puesto se lo reparten prácticamente a partes iguales los ejemplares sobre **Humanidades**, con un 14,51 % y los **Infantiles, Juveniles y Didácticos** con el 14,45 %.

Los de **Salud y Desarrollo personal** los solicitan el 12,3 % de los clientes colombianos, **Ficción y Temas Afines** el 11,4 %, **Literatura y Estudios Literarios** el 4,6 % y los de **Artes** el 4,2 %.

Por su parte, los títulos sobre materias de **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión** suponen el 3,2 %, **Biografía e Historias Reales** el 2,5 % y por último, **Estilo de Vida, Deporte y Ocio**, que generan el 2,4 % de los pedidos.

Ejemplares **vendidos por materia** en Colombia

Gráfico 10



BRASIL



Analizando el caso de Brasil, vemos como se decantan especialmente por los libros con temática de **Humanidades** en un 28,6 %, el 14,3 % prefieren los manuales de **Sociedad y Ciencias Sociales** y el 11,9 los de **Derecho**, temática que aparece por segunda vez tras Perú, pero con mucha más relevancia.

Fuera ya del top tres de ventas, se sitúan los ejemplares sobre **Literatura y Estudios Literarios** y los de **Ficción y temas afines**, con un porcentaje idéntico, 7,1 %. Seguidamente aparece la materia **Medicina**, que surge por primera vez en este análisis temático, y lo hace con un 4,8 %, mismo tanto por ciento que generan las ventas de libros sobre **Artes**.

Una lista que cierran los manuales de **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión**, los de **Salud y Desarrollo Personal** y los de **Consulta, información y temas interdisciplinarios** con el mismo dato, 2,38 %.

Ejemplares vendidos por materia en Brasil

Gráfico 11



ARGENTINA



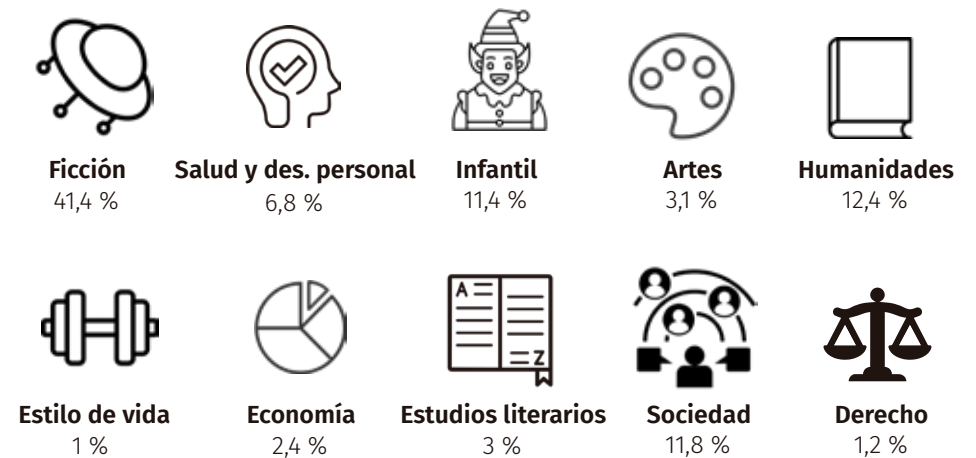
En Argentina también destaca una temática por encima del resto, **Ficción y temas afines**. Aunque en este caso no llega a superar la mitad de los ejemplares vendidos, sí que marca un porcentaje importante con respecto a las demás, con un 41,4 %.

Humanidades es la siguiente en cuanto a número de pedidos, con un 12,4 %, y en tercer lugar se sitúan las materias sobre **Sociedad y Ciencias Sociales**, con un 11,8 %

El resto de disciplinas se distribuyen con los siguientes porcentajes: **Manuales Infantiles, Juveniles y Didácticos**, 11,4 %; **Salud y Desarrollo Personal**, 6,8 %; **Artes**, 3,1 %; **Literatura y Estudios Literarios**, 3,04 %; **Economía, Finanzas, Empresa y Gestión**, 2,4 %; **Derecho**, 1,28 % y por último, **Estilo de Vida, Deporte y Ocio**, con un porcentaje del 1,01 %.

Ejemplares vendidos por materia en Argentina

Gráfico 12





Impresión **bajo demanda.**

5.1. Impresión **bajo demanda**.

En este punto del estudio analizamos las impresiones bajo demanda que se realizaron a largo del pasado año 2021. Llegaron a **2.580.664 ejemplares impresos** que se solicitaron a través de **184.066 pedidos**, con una **media de 14 ejemplares solicitados en cada uno de dichos pedidos**.

En cuanto al número de páginas con las que contaban los libros impresos durante el pasado año, la media estaba en las **245,84 páginas por ejemplar**. En ese aspecto, el **90,4 % de las páginas iban impresas en blanco y negro**, un total de 8.015.329, mientras que el **9,6 % se correspondían con páginas impresas a color**, un total de 850.633.

Impresión bajo demanda

EJEMPLARES IMPRESOS	2.580.664
PEDIDOS	184.066
MEDIA EJEMPLARES/PEDIDO	14
MEDIA PÁGINAS/LIBRO	245,84
PÁGINAS B/N	90,4%
PÁGINAS COLOR	9,6%

La presente cifra de ejemplares impresos no discrimina entre producción local e internacional, siendo España el país donde más se ha producido bajo demanda, con un 52 % de las impresiones, seguido de Argentina con un 25 % y Colombia con un 12 %, tal y como podemos ver en la siguiente infografía.

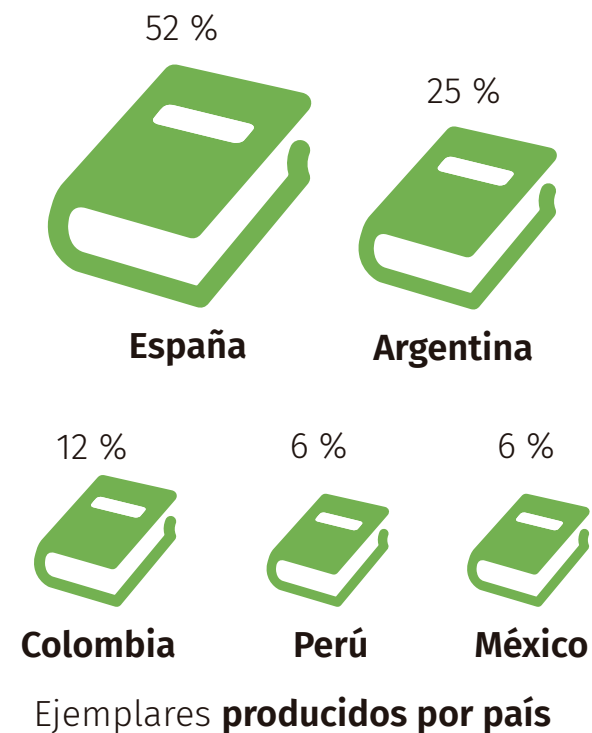


Gráfico 13

5.2. Tamaños de impresión.

El presente apartado del informe pone en valor el tamaño del pliego en el que se han impreso los ejemplares. La impresión digital busca optimizar el tamaño del papel, tanto en hoja cortada como en bobina, por lo que su tamaño resulta especialmente importante para realizar un cálculo del coste por ejemplar, así como del precio de venta al público del libro.

FORMATO DE IMPRESIÓN (mm)

En cuanto al formato del pliego de impresión elegido para sacar los ejemplares solicitados, centrándonos también únicamente en el análisis de las cinco primeras preferencias, hay tres que se imponen por encima del resto con una amplia mayoría.

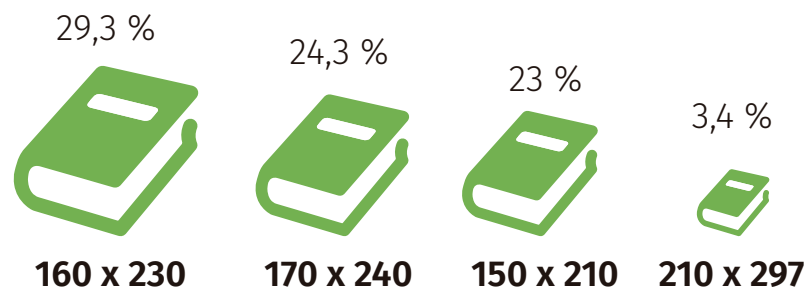
En primer lugar, encontramos el formato de **160 x 230 milímetros**, en el que se produce el **29,3 %** de los pedidos que llegan a imprenta, mientras que el **24,3 % usan el tamaño 170 x 240 mm**, y el **23 %** hacen lo propio con el de **150 x 210 mm**.

Ya muy por detrás en cuanto a cifras de pedidos de impresión se encuentra el tradicional tamaño **A4, de 210 x 297 milímetros**, que lo solicitan en el **3,4 %** de los casos, mientras que el formato **A5, 148 x 210 mm**, es expedido en un **2,7 %** de las impresiones.

En la siguiente página se muestra además un desglose del tamaño real del libro, así como de características de impresión y acabados más relevantes.

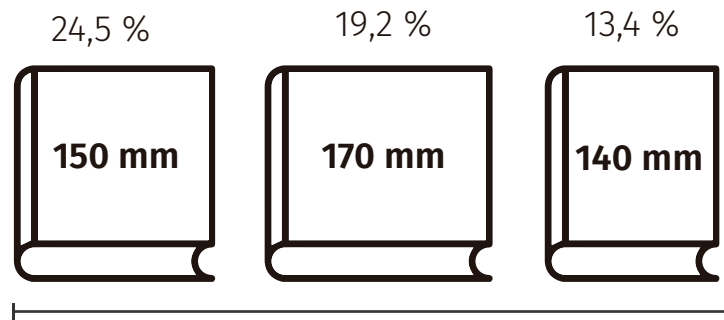
Formatos de impresión más utilizados en impresión bajo demanda

Gráfico 14



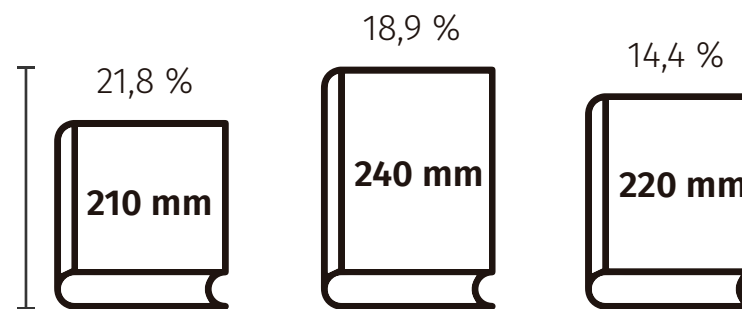
Ejemplares **producidos por tamaño de ancho de libro**

Gráfico 15



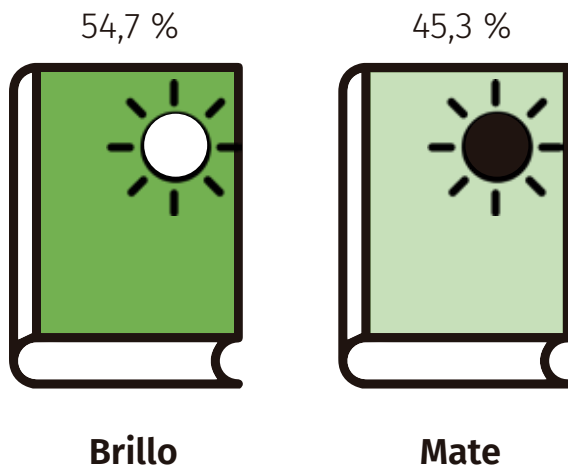
Ejemplares **producidos por tamaño de alto de libro**

Gráfico 16



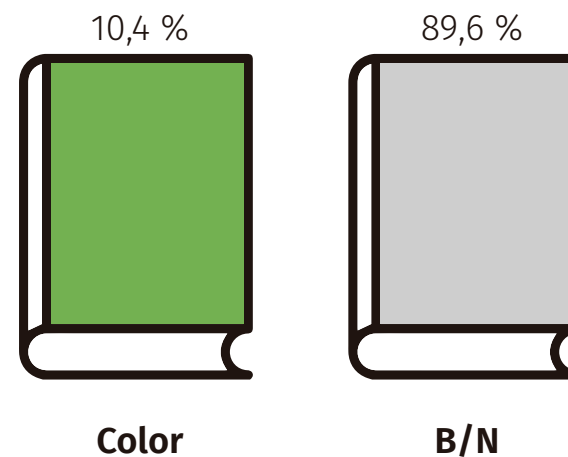
Ejemplares **producidos por tipo de laminado**

Gráfico 17



Ejemplares **producidos blanco y negro vs. color**

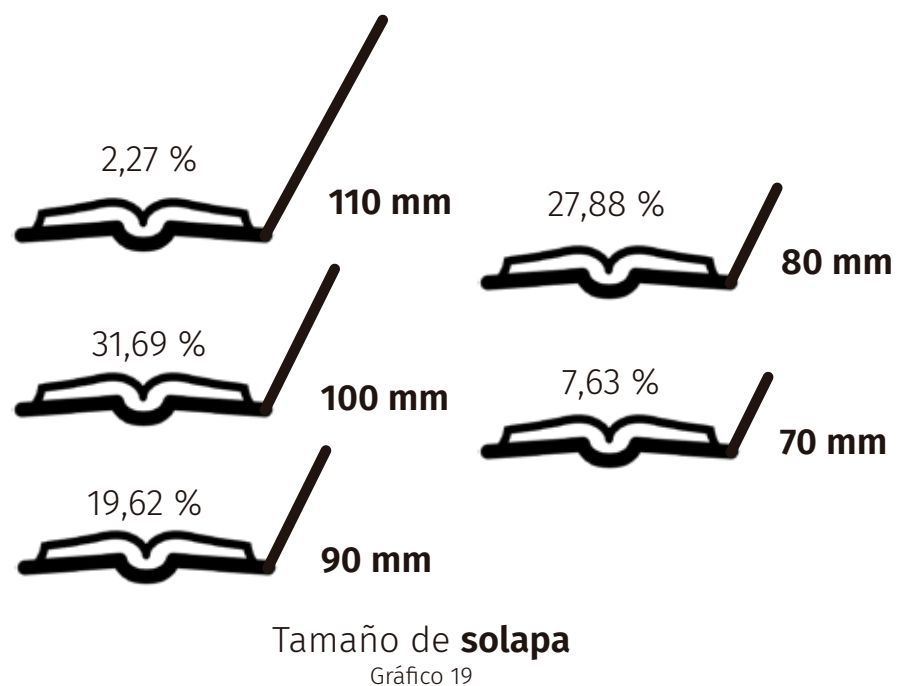
Gráfico 18



5.3. Impresión **con o sin solapa.**

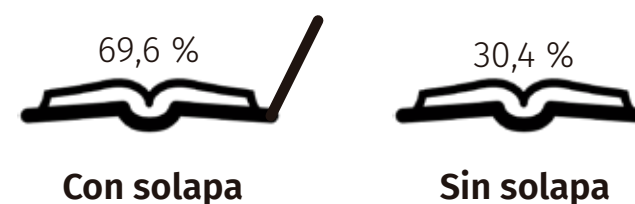
A la hora de imprimir un ejemplar bajo demanda, el editor tiene entre sus opciones la posibilidad de seleccionar la producción con o sin solapa.

En el caso del estudio que nos ocupa, en 2021 para el total de impresiones que se realizaron, 1.330.664, la gran mayoría de los pedidos fueron **con solapa, un 69,6%** (952.782), mientras que el **30,4%** (404.882), eran **sin solapa**.



Solapa vs **sin solapa**

Gráfico 20



Centrándonos en los ejemplares expedidos con solapa, también analizamos el ancho, en milímetros, en el que se suele imprimir dicha parte del libro.

A la vista de esos datos, y analizando los cinco anchos de solapa más requeridos, el predominante en la solapa de los libros que se imprimen bajo demanda es el de **100 milímetros, 31,6%**, seguido muy de cerca por las solapas de **80 mm, 27,8%**, que son también muy solicitadas.

En tercer lugar, la solapa más requerida es la de **90 mm, 19,6%**, mientras que la de **70 mm** la solicitan en un **7,6%** de los casos y la de **110 milímetros un 2,2%**.

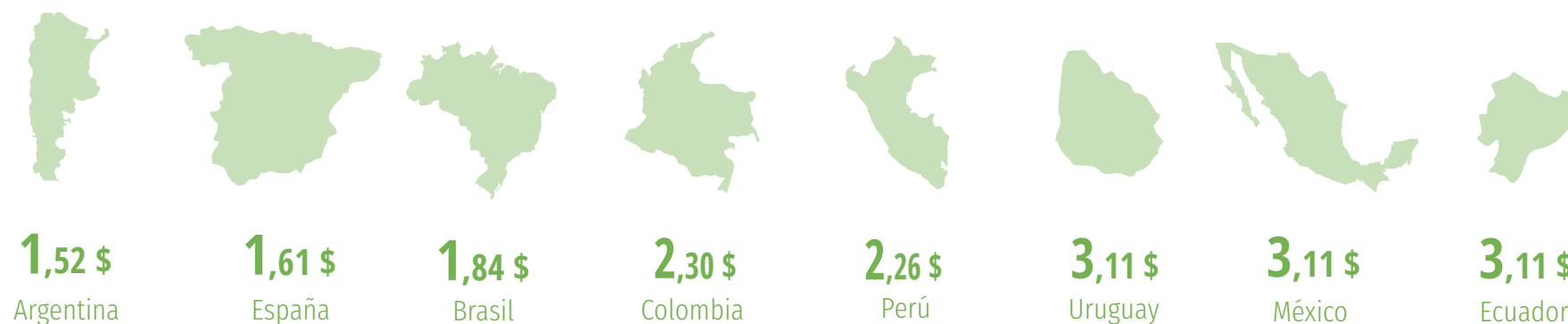
5.4. Coste medio de impresión por ejemplar **y país.**

Las continuas fluctuaciones en las monedas, así como los cambios que se producen en la adquisición de materia prima por país, hacen que ofrecer un coste estimado de producción unitaria tenga valor informativo en un momento específico en el tiempo.

A continuación, ofrecemos una media del **coste de producción unitario** por país registrado durante el primer semestre de 2022 sobre una tirada de 100 ejemplares. Se toma como referencia un título en tamaño 15x21, impreso en interior en blanco y negro en offset de 80 gr. con cubierta a color en cartulina gráfica y sin solapa.

En el gráfico superior se muestran los países en función del lugar en el que el coste de impresión por ejemplar resulta más económico. En este caso, **Argentina** es el país de América Latina y a nivel general en el que más económico va a resultar imprimir un libro bajo demanda, **1,52 dólares**, seguido de **España**, donde se paga por impresión una media de **1,61 dólares**.

A la cola se sitúan Ecuador, Uruguay y México como los países donde imprimir un ejemplar les va a resultar más costoso a sus habitantes.



Coste de impresión **medio por país**

Gráfico 21

5.5. Papel de impresión: Interior y tapas.

Ya conocemos el precio de impresión de un ejemplar y sus tamaños más demandados, entre otras cuestiones, por lo que en este apartado vamos a analizar la tipología de papel más utilizada en las **páginas internas** de los libros impresos, así como en las **cubiertas** de los mismos.

INTERIOR (BN/COLOR)

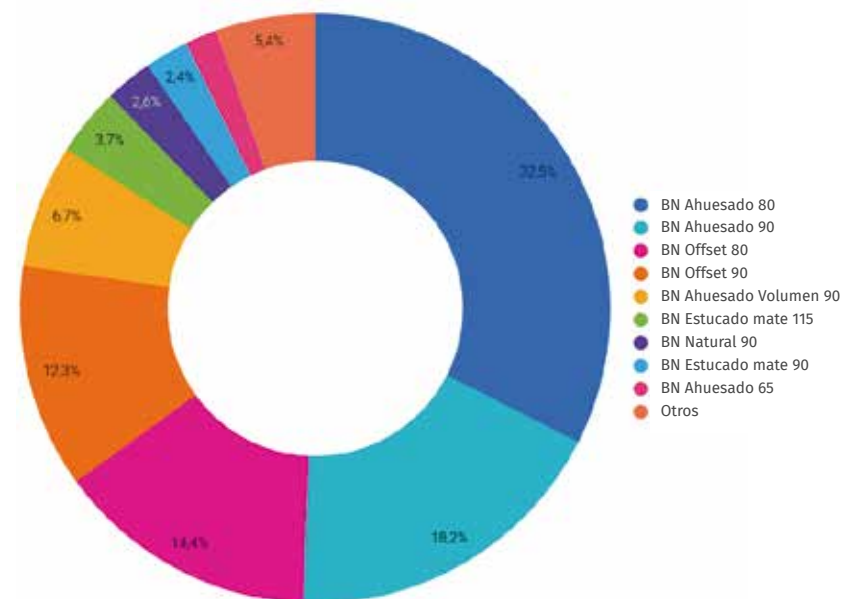
En cuanto al interior de los libros, hay que diferenciar también si la impresión de las páginas se hace en **blanco y negro** o a **color**, porque la tipología empleada será diferente.

BLANCO Y NEGRO

Analizando los cinco primeros, es el **Blanco y Negro Ahuesado de 80 gramos** el más solicitado, con 329.483 impresiones (**32,5%**). El **Blanco y Negro Ahuesado de 90 gramos** sería la segunda tonalidad más empleada con 219.617 páginas, un **18,17%**.

Ejemplares producidos **por tipo de papel en interior**

Gráfico 22



El siguiente tono que más se usa para imprimir las páginas en blanco y negro de un libro es el **Offset de 80 gramos**, que se utiliza un **14,4%** de las veces, para 173.622 páginas.

En **Offset de 90** se imprimen 148.501 páginas (**12,3%**), mientras que para el **6,7%**, 81.526, se usa el tono **Ahuesado Volumen de 90**.

COLOR

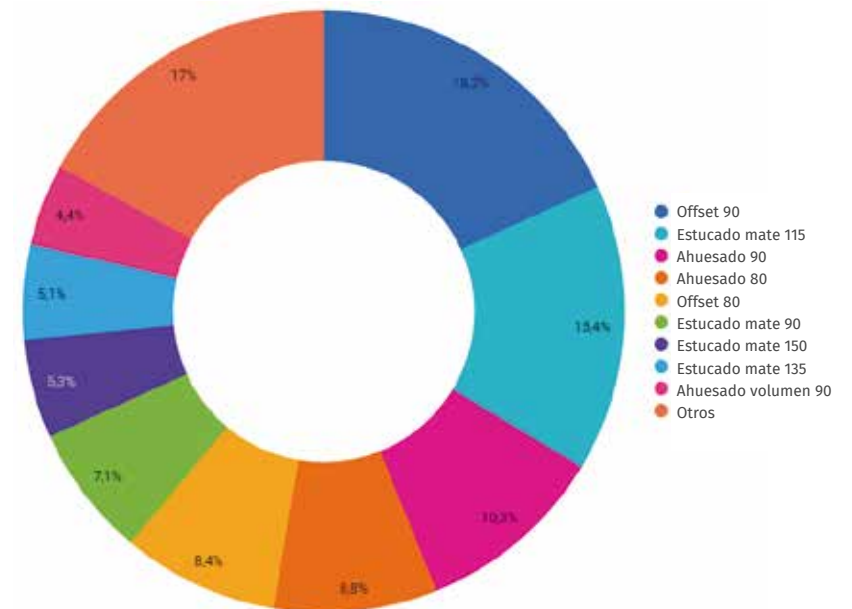
Para las páginas en color también vamos a analizar las cinco tipologías de papel más empleadas.

El tipo de papel más utilizado, en el **18,2%** de las ocasiones, es el **Offset de 90**, en el que se imprimen unas 77.508 páginas, el **15,4%** se produce en **Estucado mate de 115**, que se corresponde con 65.671 páginas y para el **10,3%** de las páginas, unas 43.664, se usa el **Ahuesado volumen 90**.

Por último, el **Ahuesado 80** es empleado en 37.402 páginas, un **8,8%**, mientras que el **8,4%** se corresponde con las 35.770 páginas en **Offset de 80**.

Ejemplares **producidos por tipo de papel en color**

Gráfico 23



CUBIERTAS

Para terminar este apartado, analizamos también el tipo de material en el que se imprime la tapa de cada pedido que se solicita por impresión bajo demanda, haciendo hincapié en los cinco más utilizados.

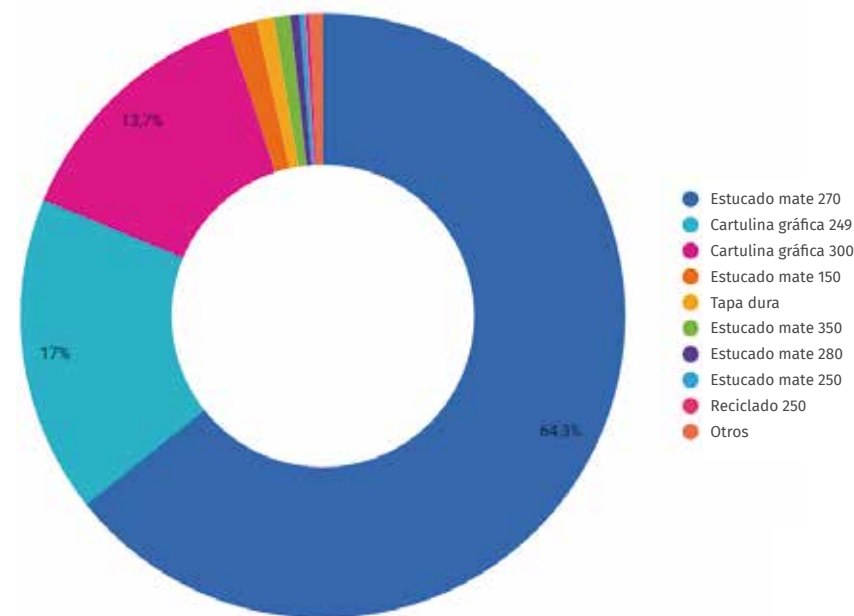
Son tres tapas las que destacan sobremanera por encima de todos los tipos de cubiertas posibles, aunque se imponen con rotundidad las tapas ilustradas de 270 gramos, el **estucado mate**, que es el más usual a la hora de lanzar un libro al mercado. El **64,3%** opta por esta opción de impresión, es decir, 851.680 ejemplares del total de los impresos.

Por detrás quedan ya los dos siguientes tipos de cubiertas. El **17%** elige la **cartulina gráfica 240**, que se emplea en 224.782 libros, mientras que la tapa **cartulina gráfica 300** donde se imprimieron 181.216 ejemplares (**13,7%**).

En cuanto a los dos últimos tipos de tapas analizados, sus datos apenas son significativos en comparación con los tres anteriores. Las cubiertas **en estucado mate** se usan para 20.461 ejemplares (**1,5%**) y la **tapa dura** empleada en 12.065 libros, un **0,9%** del total.

Ejemplares producidos por tipo de tapa

Gráfico 24



5.6. Tipo de pedido.

En este apartado nos vamos a fijar en el tipo de pedido que llega a imprenta, centrándonos en si se solicita un libro como primera impresión o si, por el contrario, se trata de reimpresiones de un mismo ejemplar.

Bibliomanger ofrece dos tipos de pedidos de impresión: la primera impresión y las reimpresiones.

Por otro lado, analizamos también la **media de ejemplares** teniendo en cuenta los que se han impreso en primera impresión y en reimpresión durante el año analizado. En este caso, **95,05 ejemplares** serían de **primera impresión**, por los **24,5 libros** que se corresponden con las **reimpresiones**.

Nº Ejemplares por tipo de pedido

Primera impresión	95,05
Reimpresiones	24,5

5.7. Tirada de impresiones.

En Bibliomanger cada pedido de impresión se encuadra dentro de un tipo de tirada, distinguiendo entre seis tipos dependiendo del número de ejemplares que se solicitan.

Dicha tirada tiene influencia sobre la configuración de los costes de producción. A continuación se ofrecen datos de la media de ejemplares solicitados en función de la tirada.

A la luz de los datos que arroja la gráfica superior, el tipo de tirada en el que más se imprimió en 2021 para el total de ejemplares impresos en ese año fue la **Tirada TXX**, con **615,91 libros** imprimidos, el doble de lo que se imprimió en **Tirada TX**, que fueron **322,97 ejemplares**, por los **134,21** que se sacaron en **Tirada Larga (TL)**.

Menos significativas son ya las siguientes tiradas, con **54,35 ejemplares** impresos en **Tirada Media (TM)**, **10,74** en **Tirada Corta (TC)** y tan solo **3,4 libros** se imprimieron en **Tirada Única (TU)** durante el pasado año.

Nº Ejemplares por tirada

TXX	615´91	TM	54´35
TX	322´97	TC	10´74
TL	134´21	TU	3´4

5.8. Tirada tipo por editorial.

Para este apartado, tenemos en cuenta también el tipo de tirada más usada por las editoriales al solicitar impresión bajo demanda.

Si nos fijamos en el gráfico de la derecha, es evidente que la **Tirada Larga (TL)** es la más demandada por las editoriales, con un **34,2%**, mientras que el resto de tiradas se reparten porcentajes muy parecidos varios puntos por detrás de la TL, siendo la **Tirada TX** la segunda más solicitada, en el **18,5%** de las ocasiones, por el **16%** de la **Tirada Media (TM)**, el **15,6%** de la **Tirada Corta (TC)** y el **13,5%** de la **Tirada TXX**.

En cuanto a la **Tirada Única (TU)** apenas representa un mínimo porcentaje, el **2,1%**, del total de las tiradas solicitadas por las editoriales para imprimir sus ejemplares bajo demanda. Sin embargo, la tirada unitaria es la tirada por excelencia en la distribución bajo demanda, ya que son peticiones que llegan directamente desde el punto de venta.

Tipo de tirada **por editorial**

Gráfico 24

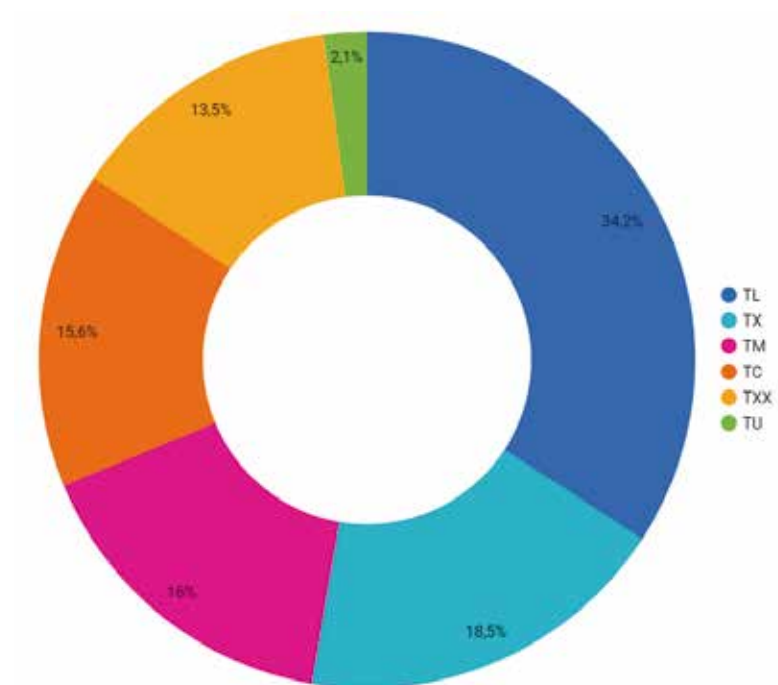




Tabla de **gráficos**

- Gráfico 1. Ventas globales por país de origen del editor
- Gráfico 2. Ventas globales por país del canal de venta
- Gráfico 3. Media de ejemplares vendidos por país y pedido
- Gráfico 4. Ejemplares vendidos por materia
- Gráfico 5. Ejemplares vendidos por materia en Uruguay
- Gráfico 6. Ejemplares vendidos por materia en Perú
- Gráfico 7. Ejemplares vendidos por materia en México
- Gráfico 8. Ejemplares vendidos por materia en España
- Gráfico 9. Ejemplares vendidos por materia en Ecuador
- Gráfico 10. Ejemplares vendidos por materia en Colombia
- Gráfico 11. Ejemplares vendidos por materia en Argentina
- Gráfico 12. Ejemplares vendidos por materia en Brasil
- Gráfico 13. Ejemplares producidos por país en impresión bajo demanda
- Gráfico 14. Formatos de impresión más utilizados en impresión bajo demanda
- Gráfico 15. Ejemplares producidos por tamaño de ancho de libro
- Gráfico 16. Ejemplares producidos por tamaño de alto de libro
- Gráfico 17. Ejemplares producidos por tipo de laminado
- Gráfico 18. Ejemplares producidos por tipo de blanco y negro vs. color
- Gráfico 19. Ejemplares impresos por tamaño de solapa
- Gráfico 20. Ejemplares impresos solapa vs. sin solapa
- Gráfico 21. Coste de impresión medio por país
- Gráfico 22. Ejemplares producidos por tipo de papel interior en blanco y negro
- Gráfico 23. Ejemplares producidos por tipo de papel de cubierta
- Gráfico 24. Tipo de tirada por editorial



I Informe de impresión bajo demanda

Bibliomanager.

Este informe ha sido elaborado y analizado por el equipo de Bibliomanager.

Autorizada la reproducción citando la fuente.



I Estudio de
Impresión bajo demanda

 **bibliomanager**
DISTRIBUCIÓN POR DEMANDA