

BoD

Estudio sobre autopublicación en Europa 2019

Noviembre 2020

bod.com.es

Introducción

La autoedición o autopublicación es uno de los avances más importantes de los últimos años en la industria del libro a nivel internacional. Al publicar de forma independiente, los autores tienen el control total sobre el contenido, el diseño y la promoción de sus obras. Tanto si se trata de la primera obra de un autor como de un escritor experimentado, la autopublicación ofrece total libertad en la publicación y un emocionante potencial de desarrollo. El resultado es una variedad de títulos sin precedentes, incluso hasta del tema más específico, que atrae cada vez a más lectores.

BoD es pionero europeo y especialista líder en el campo de la publicación digital y la autopublicación desde 1997. Este estudio fue realizado por BoD en colaboración con la Universidad de Administración Aplicada Erding. El objetivo es obtener más información sobre la autopublicación y sus tendencias, incluyendo los motivos de los autores y autoras para escribir, sus lectores meta, los formatos de publicación y las estrategias empleadas en la promoción de sus libros.

Metodología

- Cliente: BoD – Books on Demand GmbH.
 - Encuestados: 3.230 autores y autoras de España, Alemania, Austria, Suiza, Dinamarca, Francia, Finlandia y Suecia.
 - Período de la encuesta: desde el 19 de agosto hasta el 16 de septiembre de 2019.
 - Método: el estudio se realizó a través de un cuestionario en línea. Para las respuestas se utilizó una valoración con una escala de 1 a 4. Las respuestas 3 (de acuerdo) y 4 (completamente de acuerdo) y 1 (completamente en desacuerdo) y 2 (en desacuerdo) se combinan en los resultados.
 - Estudio conducido por la Prof. Dra. Vanessa Haselhoff, Universidad de Administración Aplicada Erding.
 - Fecha de publicación: noviembre de 2020
-
- © Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2019. El contenido de esta publicación está sujeto a una licencia Creative-Commons de CC BY-SA.



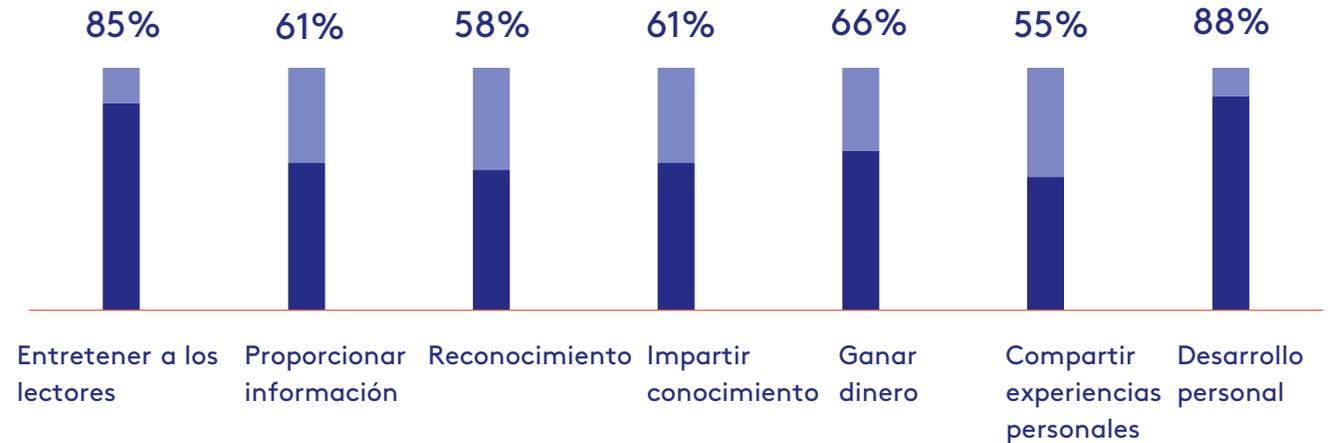
Las motivaciones de los
autores para escribir

Motivaciones para escribir

Los autores y autoras españoles escriben motivados principalmente por dos razones:

- Alcanzar un desarrollo personal.
- Entretener a los lectores.

Motivaciones de los autores y autoras españoles para escribir:



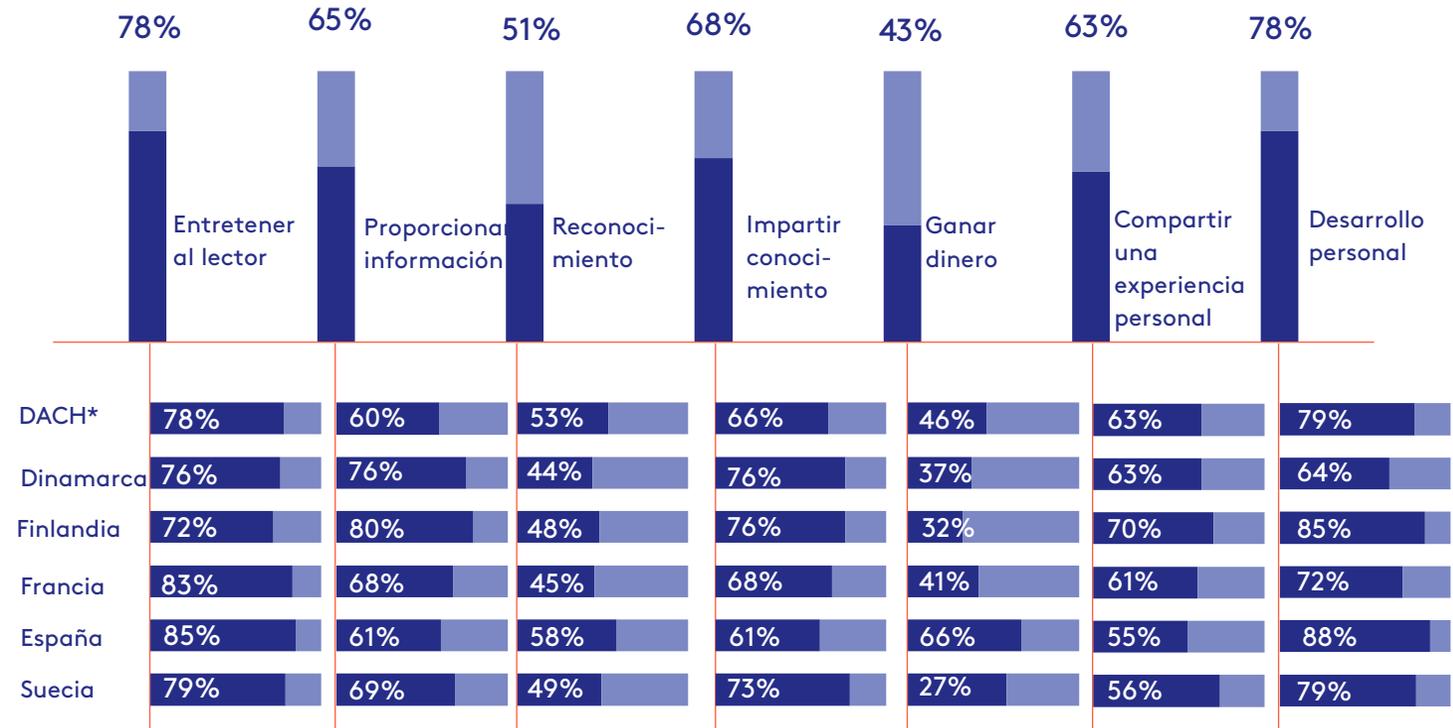
En comparación con el resto de Europa

Motivaciones para escribir

En el panorama europeo, las razones para escribir varían:

- Para los alemanes, austríacos, suizos y suecos, el desarrollo personal y entrenar a los lectores son los motivos de mayor importancia.
- Los finlandeses escriben para desarrollarse a nivel personal.
- Para los franceses lo más importante es entretener a los lectores.
- Los daneses están motivados fuertemente por el deseo de impartir conocimiento.

Motivaciones de los autores y autoras europeos para escribir:



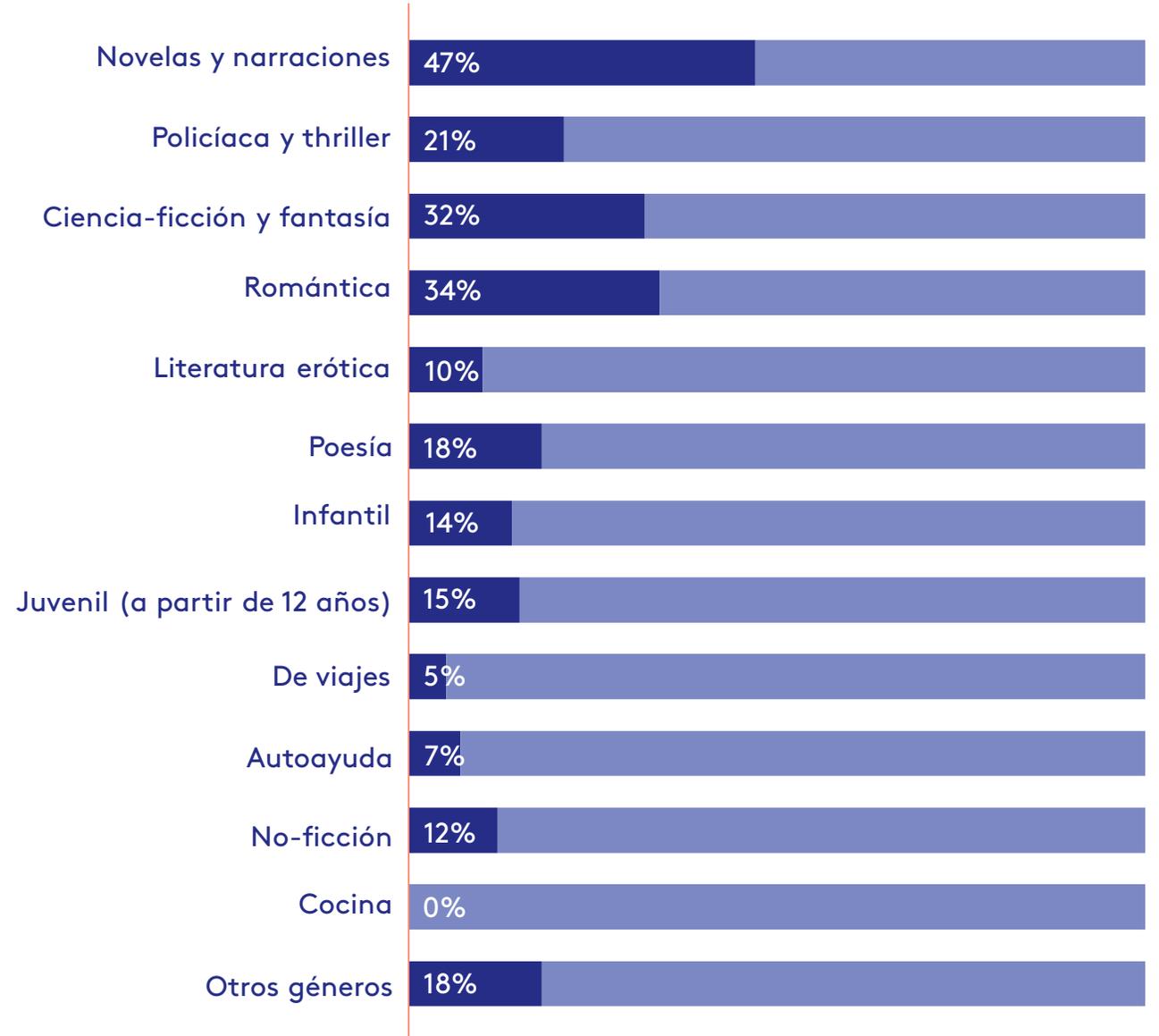


Géneros, lectores meta y formatos de publicación

Autores y autoras españoles

Los géneros favoritos

Los autores y autoras autopublicados españoles prefieren escribir novelas y narraciones en general y, en particular, novelas románticas y de ciencia-ficción.

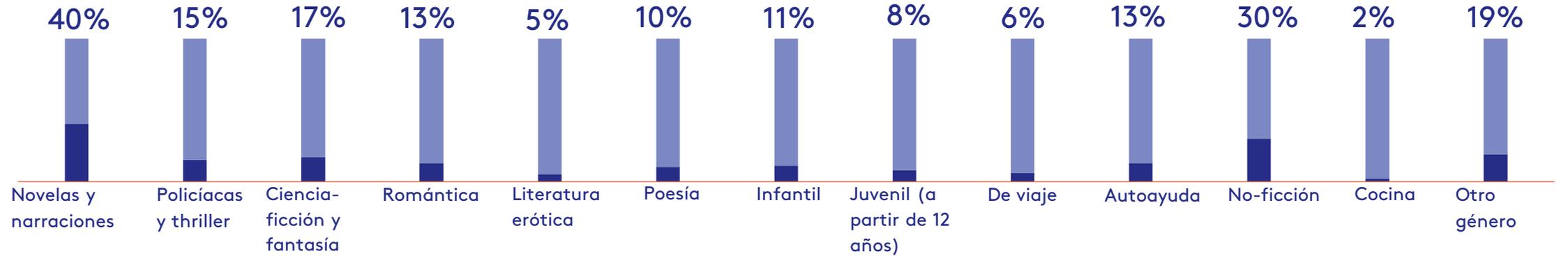


Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

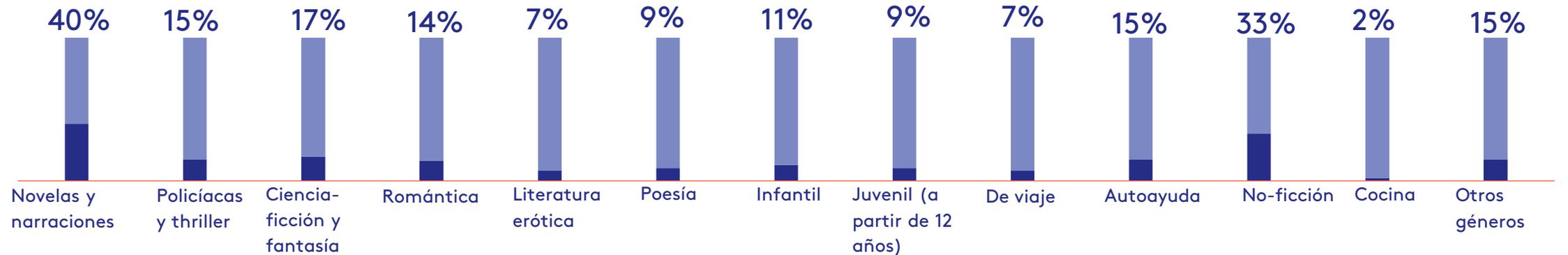
En comparación con el resto de Europa

Los géneros favoritos

Europa



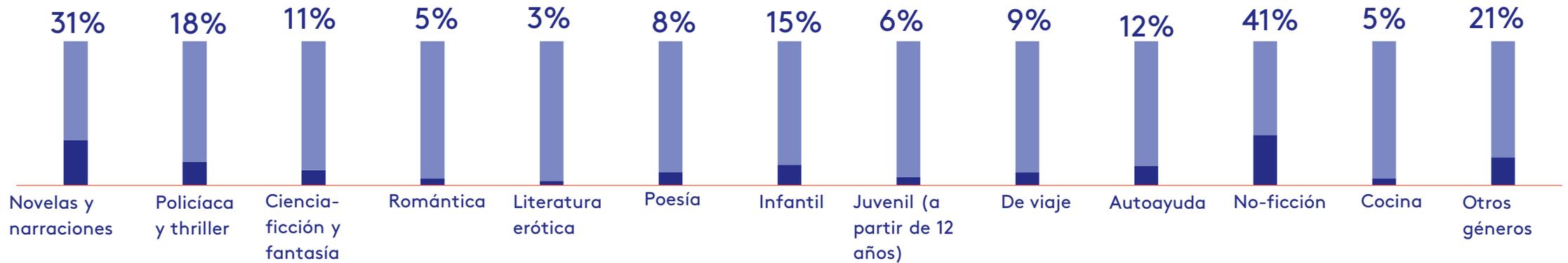
DACH*



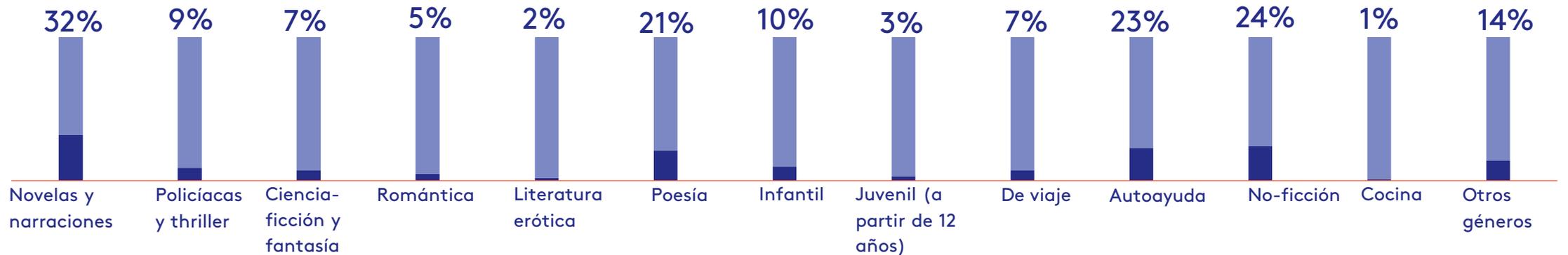
En comparación con el resto de Europa

Los géneros favoritos

Dinamarca



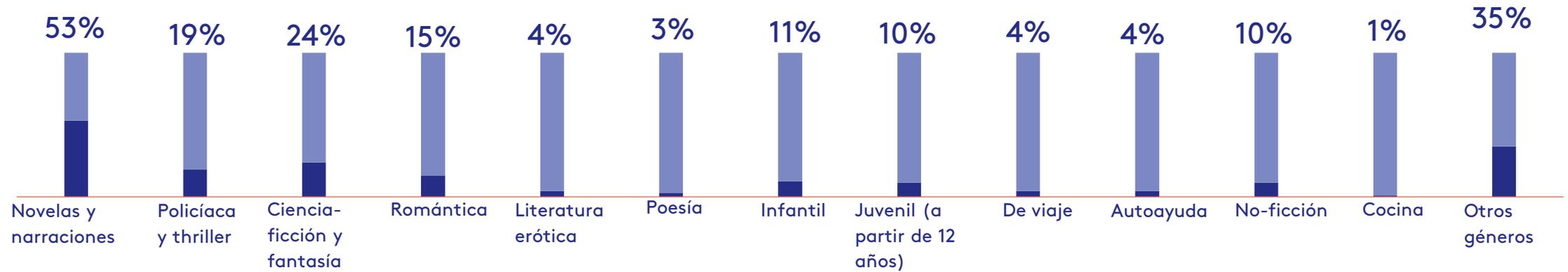
Finlandia



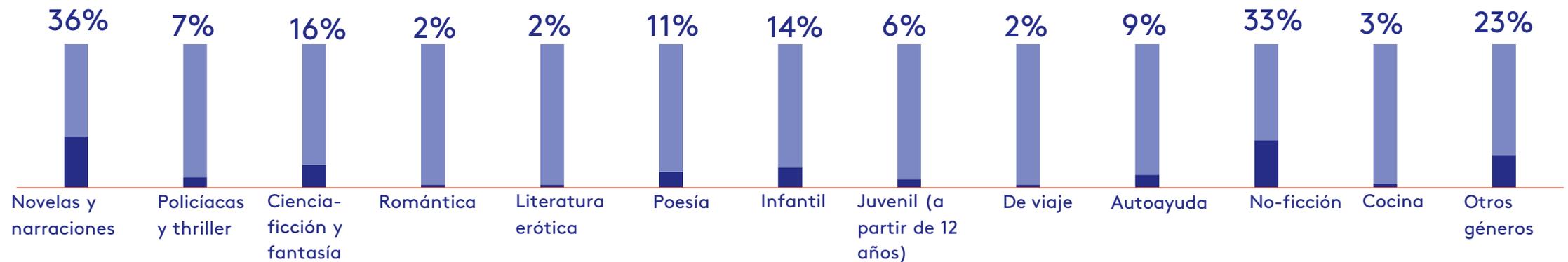
En comparación con el resto de Europa

Los géneros favoritos

Francia



Suecia

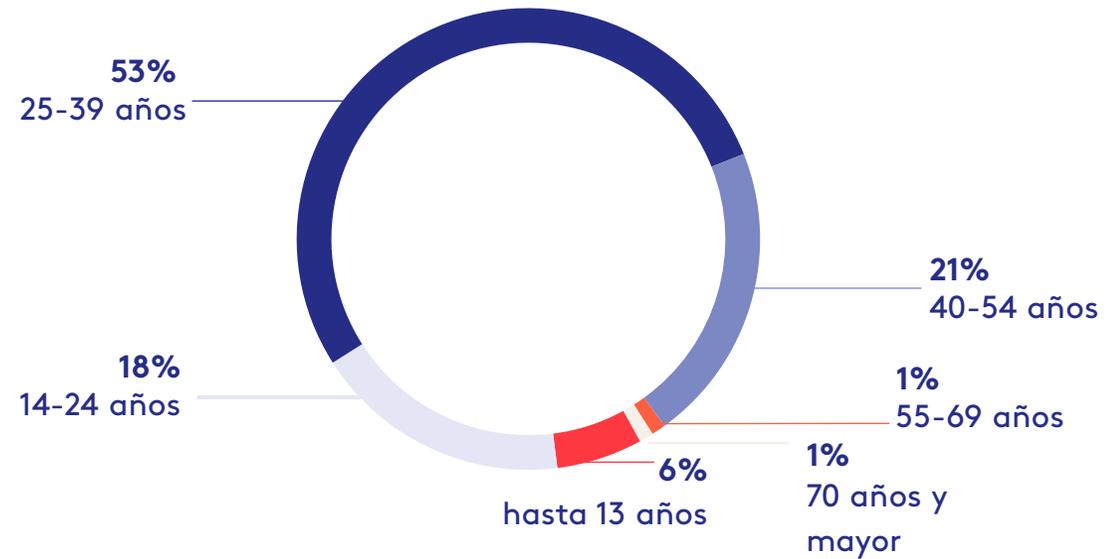


Lector meta

El 53% de los autores y autoras escribe para un público adulto joven entre los 25 y 39 años.

- En su mayoría, los autores y autoras que escriben para personas entre los 25 y 39 años se encuentran también en este rango de edad.

Lectores meta de los autores y autoras españoles agrupados por rangos de edad:



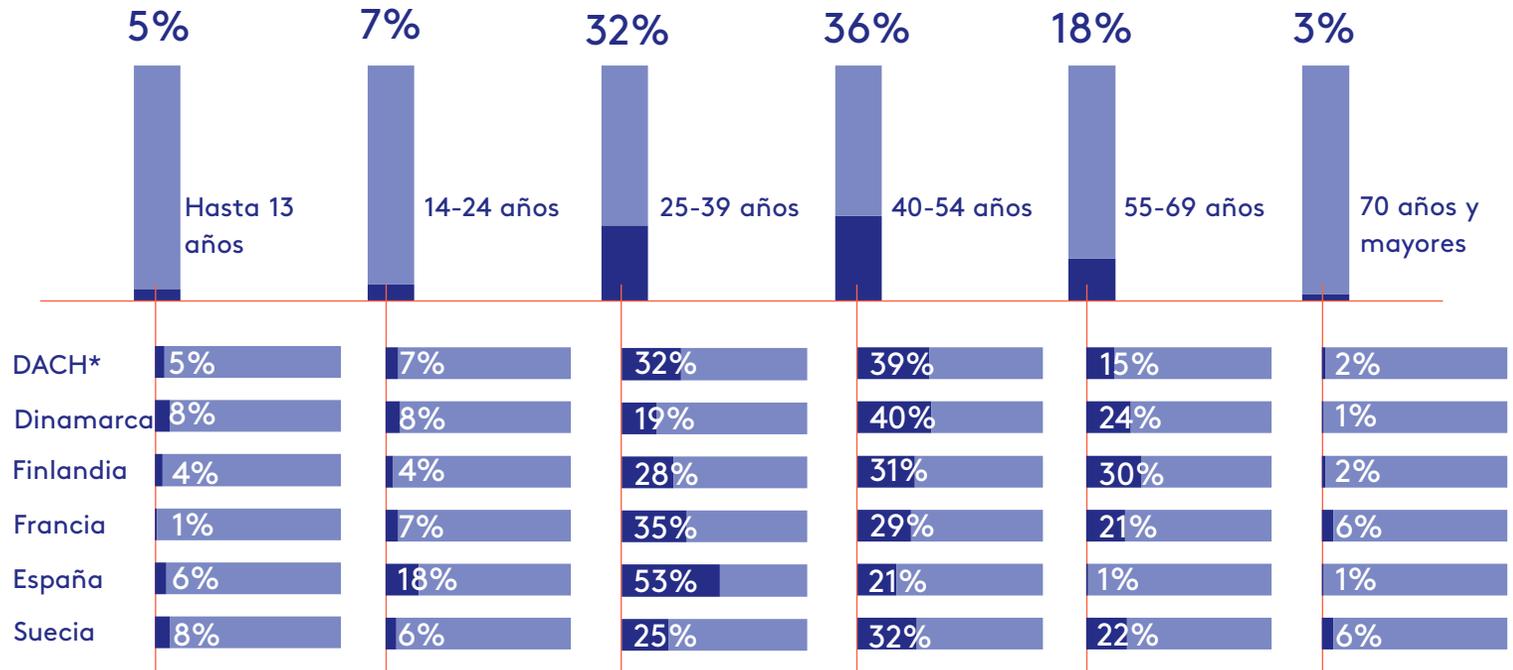
En comparación con el resto de Europa

Lector meta

Para los autores y autoras de países europeos que participaron en la encuesta, las tendencias muestran lo siguiente:

- Finlandeses y daneses tienden a escribir para un lector meta de mayor edad.
- Las escritoras de habla alemana escriben de media para un lector meta de menor edad que los escritores.

Rangos de edad de los lectores meta en Europa:



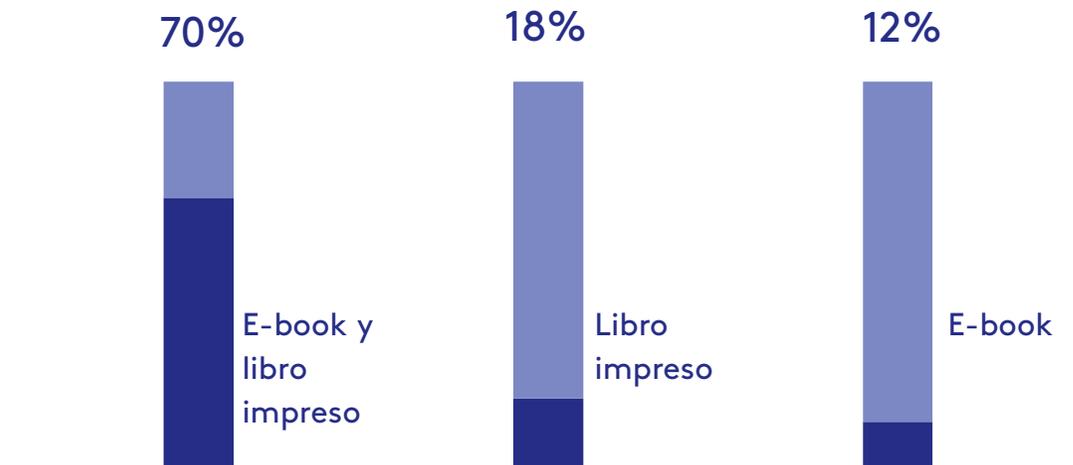
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

Formato de publicación

Los autores y autoras que autopublican en formato impreso y e-book al mismo tiempo aumentan su alcance y visibilidad entre los lectores.

- Uno de cada diez prefiere la publicación tan solo en formato e-book.

Formatos preferidos por los autores y autoras españoles para autopublicar:

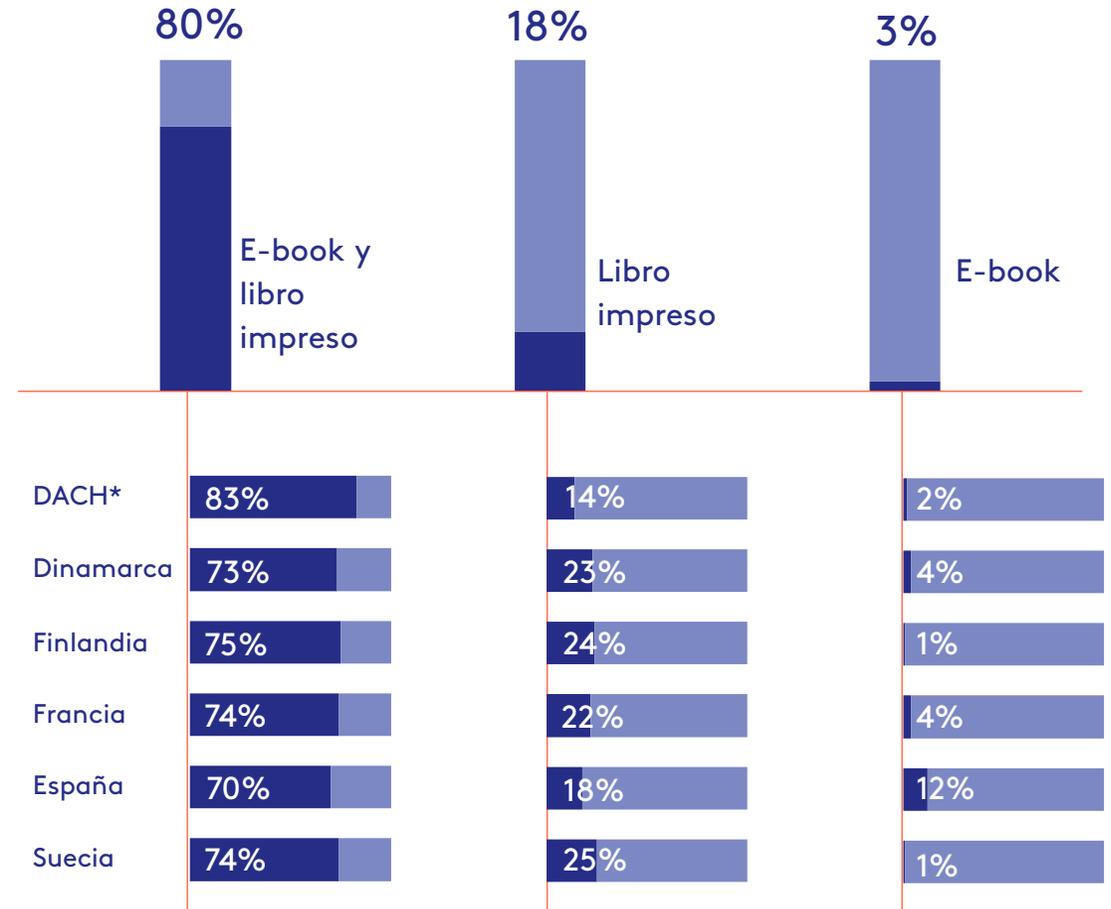


En comparación con el resto de Europa

Formato de publicación

- Los autores y autoras europeos, en especial los de Alemania, Austria y Suiza, muestran una clara preferencia a publicar tanto en formato impreso como en formato e-book.

Formatos de publicación elegidos por los autores y autoras autopublicados europeos:



*DACH: Alemania, Suiza y Austria

Comunidad, redes de
contacto e interacción con
lectores

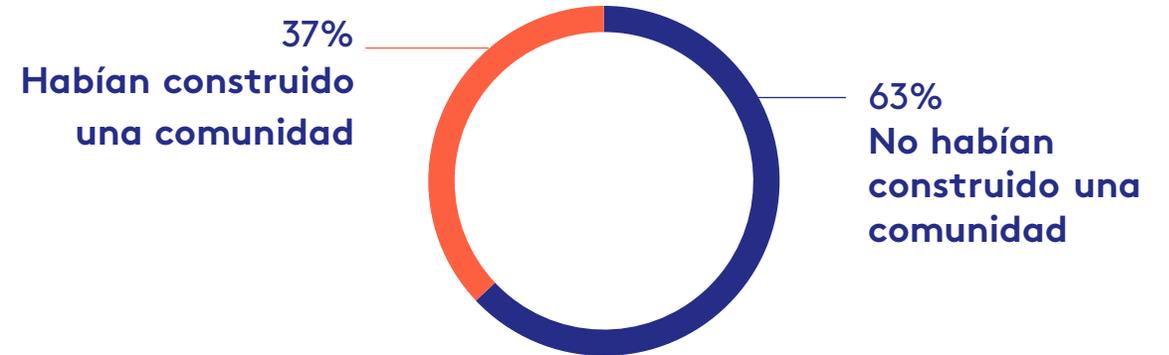


Construcción de comunidad

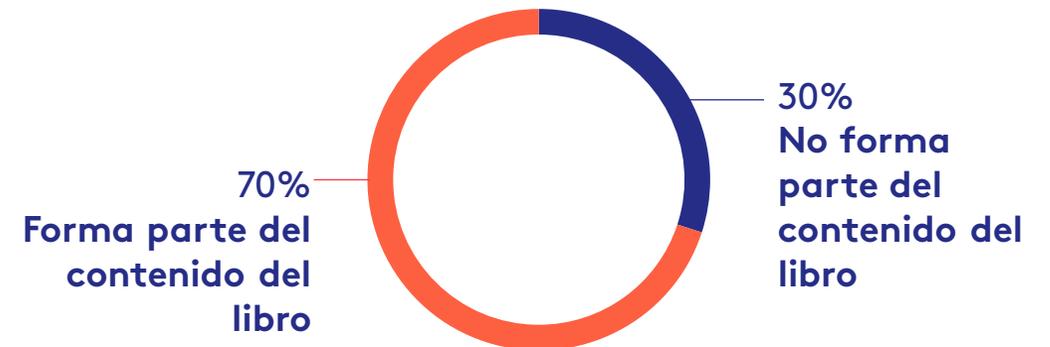
Uno de cada tres autores y autoras españoles autopublicados ha formado una comunidad antes de la publicación de su primer libro.

- Más de dos tercios de los autores y autoras utiliza en su primer libro el mismo tema con el que formaron su comunidad.
- Los autores cuya motivación para escribir es entretener y desarrollarse personalmente forman más comunidades.
- El género romántico es el tema más común en las comunidades formadas por escritores y escritoras autopublicados.

Antes de la autopublicación del libro, los autores y autoras españoles:



El tema alrededor del cual la comunidad ha sido construida:

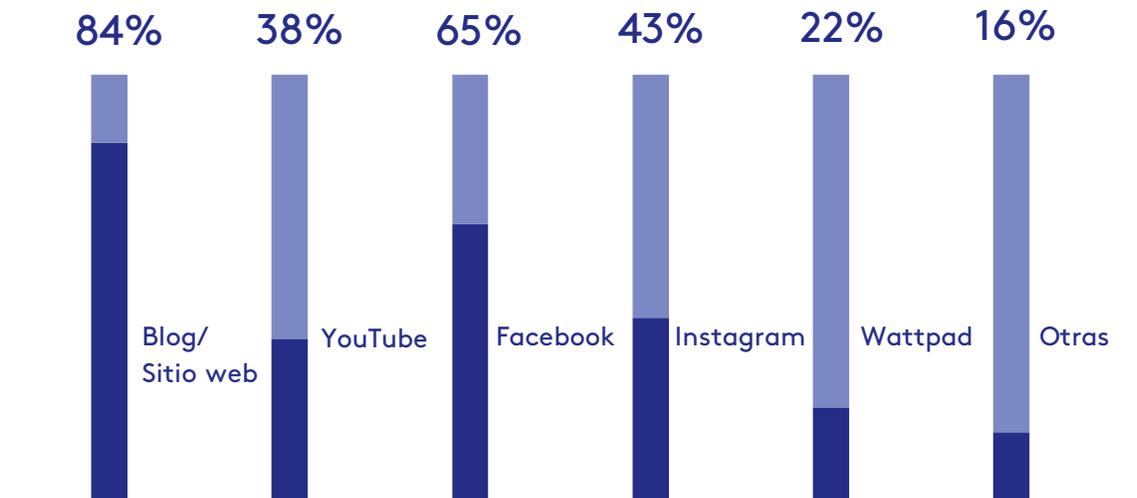


Construcción de comunidad

La plataforma preferida para la construcción de comunidades es el blog o el sitio web propio del autor.

- Facebook e Instagram pasan a un segundo y tercer plano respectivamente.

Plataformas utilizadas para la construcción de comunidad:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

En comparación con el resto de Europa

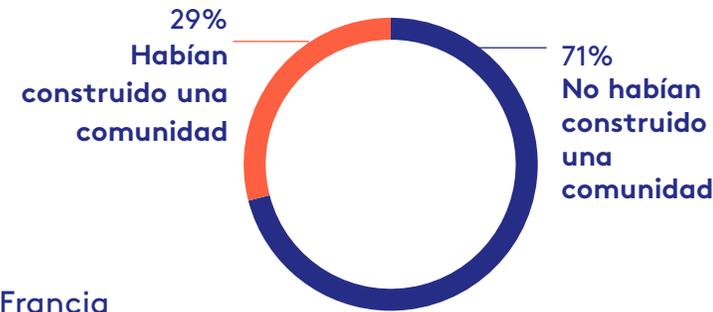
Construcción de comunidad

Uno de cada tres autores y autoras autopublicados europeos ha formado una comunidad antes de la publicación de su primer libro.

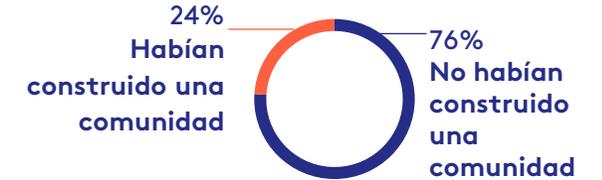
- El 42% de los autores y autoras franceses construyen una comunidad antes de la publicación de su primer libro.
- Los finlandeses son los menos activos con lo que respecta a formar comunidades.

Antes de la autopublicación del libro, los autores y autoras:

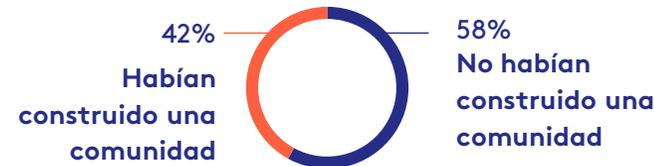
Europa



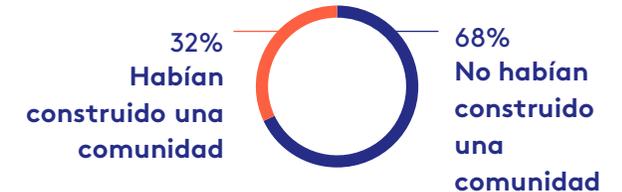
DACH*



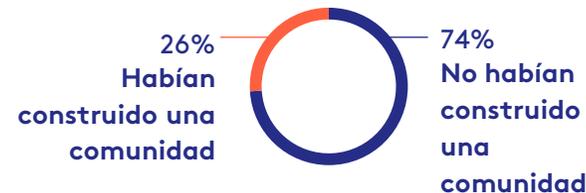
Francia



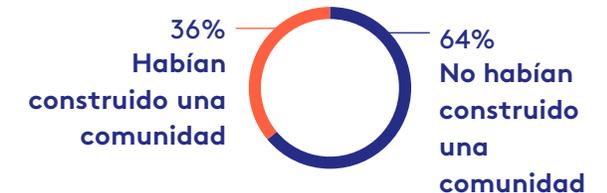
Dinamarca



Finlandia



Suecia



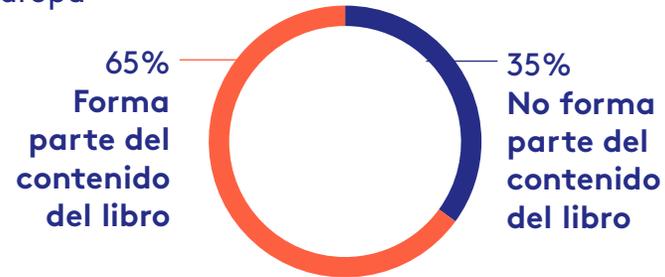
En comparación con el resto de Europa

Construcción de comunidad

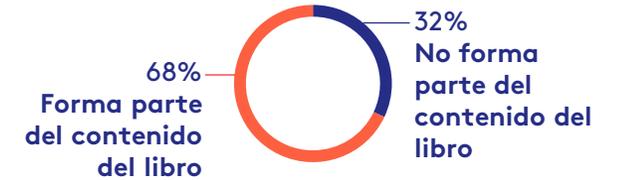
- A pesar de que los franceses son muy activos en las comunidades, tan solo uno de cada tres autores incluye el tema de la comunidad en su libro.
- Los autores y autoras finlandeses son los que más a menudo usan el tema de su comunidad para su primer libro.

El tema alrededor del cual la comunidad ha sido construida:

Europa



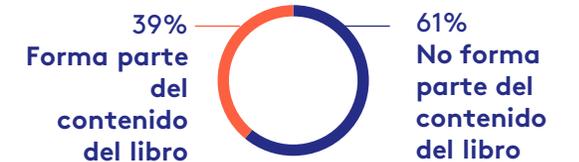
DACH*



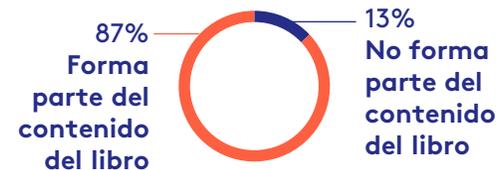
Dinamarca



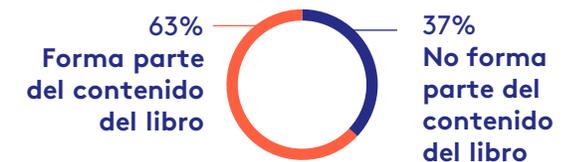
Francia



Finlandia



Suecia

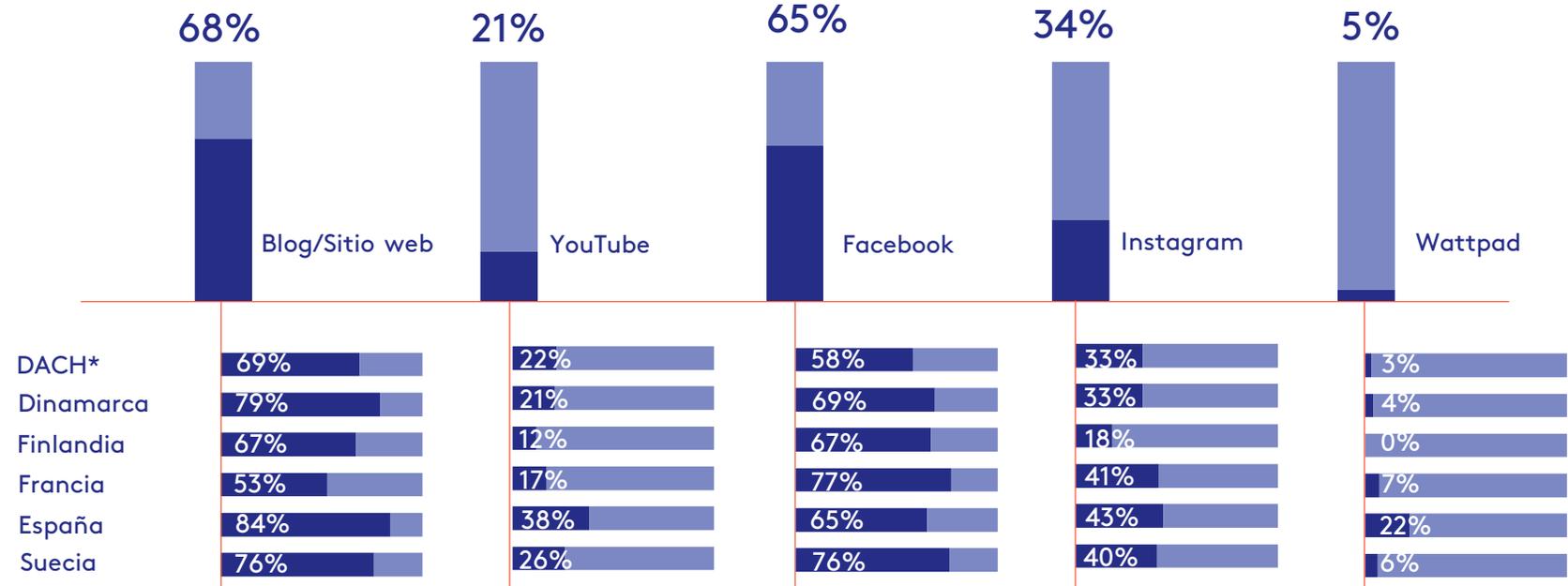


En comparación con el resto de Europa

Construcción de comunidad

- Al igual que para los autores y autoras españoles, las plataformas preferidas para las comunidades son los blogs, sitios webs y Facebook.
- Instagram es particularmente popular en Francia y Suecia.
- Los autores y autoras de España hacen un uso mayor de Wattpad en comparación con el resto de Europa.

Plataformas utilizadas por los autores y autoras europeos autopublicados para la construcción de comunidad:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

*DACH: Alemania, Suiza y Austria

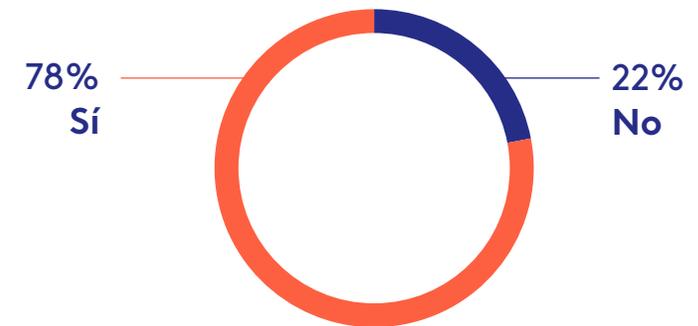
Redes de contacto entre autores y autoras

Debido a que la autopublicación es aún un tema reciente, los autores y autoras españoles mantienen frecuente contacto entre sí para compartir consejos.

Estas redes de contacto entre autores y autoras ocurren cuando:

- Los autores y autoras son activos en comunidades con lectores y escriben para desarrollarse personalmente.
- Sus lectores meta tienen entre 25-39 años.
- Escriben novelas y narraciones, en especial novelas románticas.

¿Mantienen los autores y autoras autopublicados españoles contacto entre sí?



Redes de contacto entre autores y autoras

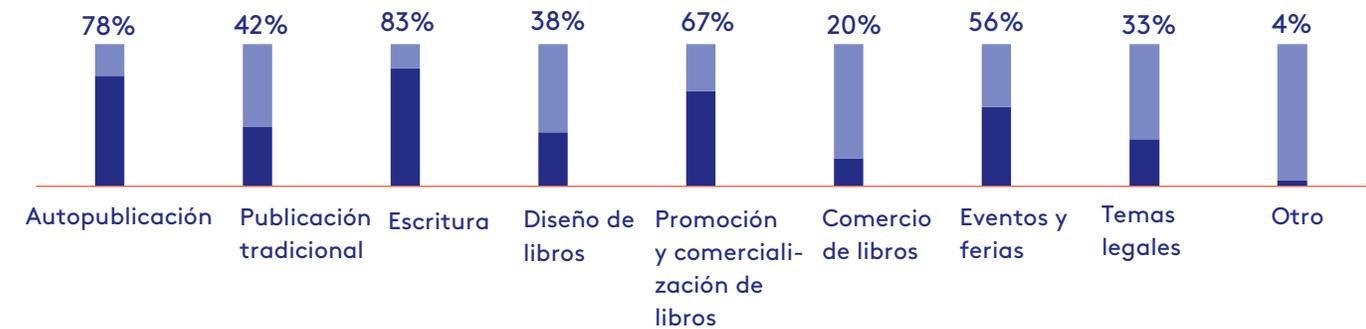
Los temas más importantes compartidos entre autores y autoras incluyen:

- 83% consejos para la escritura de libros.
- 78% autopublicación.
- 67% promoción y comercialización de libros.

Aquellas que más participan en redes de contacto:

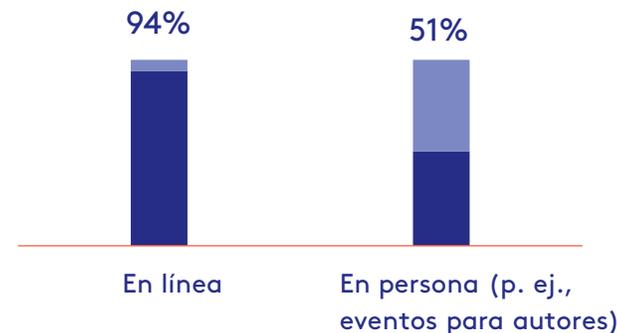
- Trabajan frecuentemente con blogueros y blogueras.
- Invierten más tiempo en la promoción del libro.
- Son autoras entre los 40-49 años.
- Normalmente tienen mayores ganancias.

Los autores y autoras crean redes de contacto entre sí para compartir consejos sobre:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

Los autores y autoras españoles comparten consejos:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

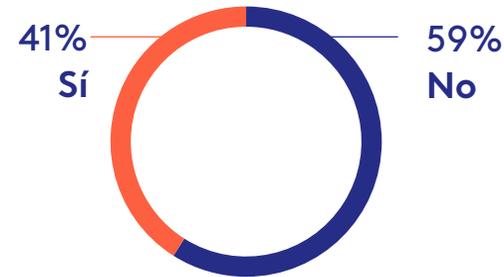
En comparación con el resto de Europa

Redes de contacto entre autores y autoras

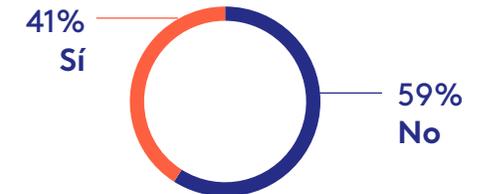
- Después de los españoles, los autores y autoras franceses son los que más mantienen contacto entre sí.
- Los autores y autoras finlandeses son los que tienen menos contacto entre sí.

¿Mantienen los autores y autoras europeos autopublicados contacto entre sí?

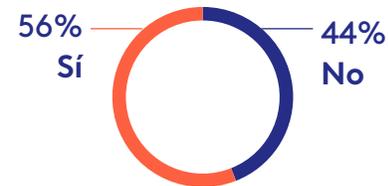
Europa



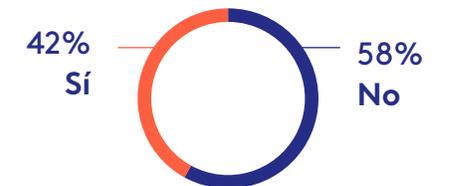
DACH*



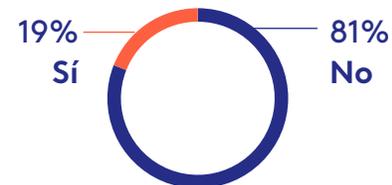
Francia



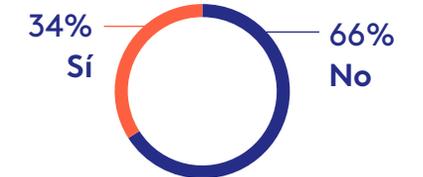
Dinamarca



Finlandia



Suecia



*DACH: Alemania, Suiza y Austria

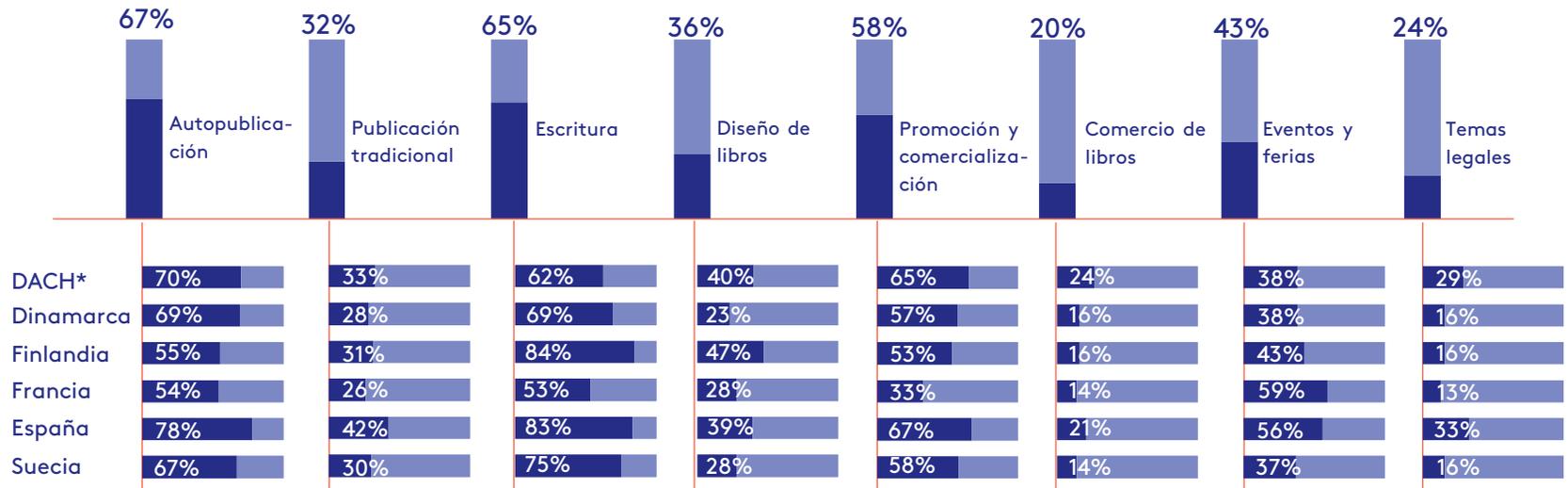
En comparación con el resto de Europa

Redes de contacto entre autores y autoras

Los temas más compartidos son:

- 67% autopublicación.
- 65% consejos sobre escritura.
- 58% consejos sobre promoción y comercialización.
- Los finlandeses son los que más comparten consejos sobre escritura y diseño del libro.
- Los franceses intercambian consejos sobre eventos y ferias.

Los autores y autoras europeos se comunican entre ellos para compartir consejos sobre:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

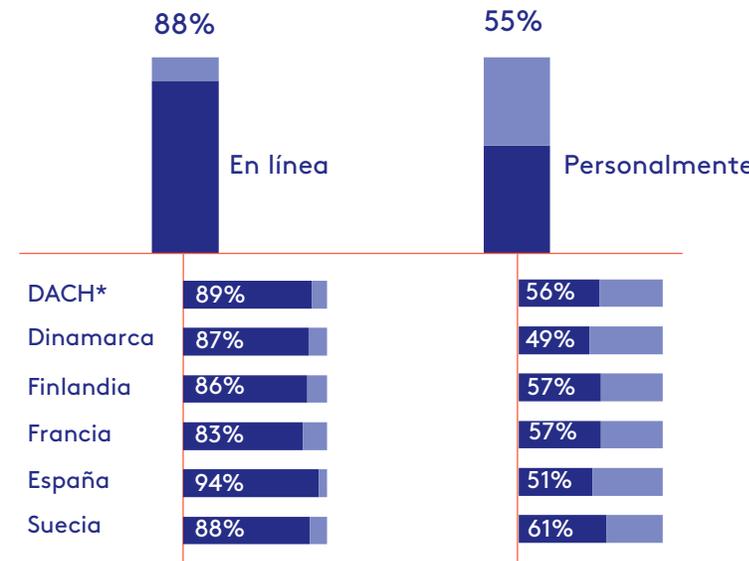
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

En comparación con el resto de Europa

Redes de contacto entre autores y autoras

Los consejos se intercambian tanto en línea como en persona, por ejemplo, en eventos para autores. Sin embargo, hay una preferencia clara por el contacto online.

Los autores y autoras europeos intercambian consejos:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

*DACH: Alemania, Suiza y Austria

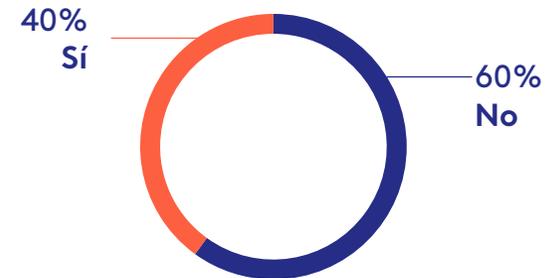
La creación del libro: interacción con los lectores y lectoras

El 40% de los autores y autoras aprovecha su conexión con los lectores para involucrarlos en la creación del libro, principalmente en el desarrollo del contenido.

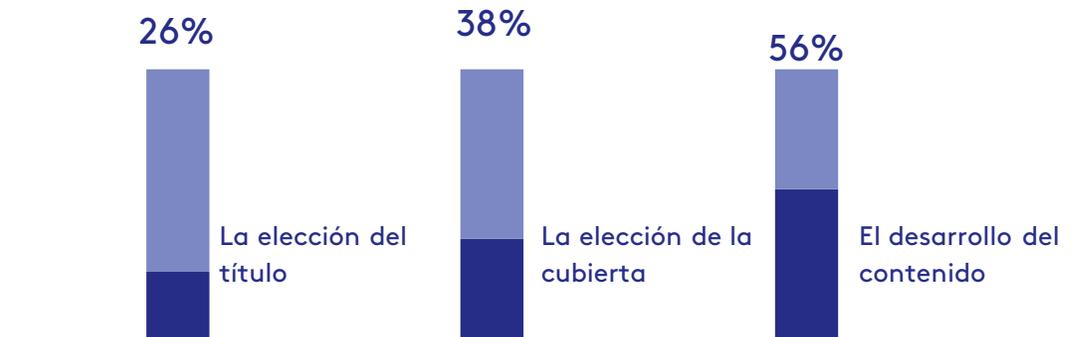
La participación de los lectores ocurre principalmente cuando:

- Los autores están motivados por el desarrollo personal y entrenar a los lectores.
- El lector meta tiene entre 25-39 años.
- El género es narración o novela.

¿Involucran los autores y autoras autopublicados españoles a los lectores en la creación del libro?



Los autores y autoras involucran a los lectores en:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

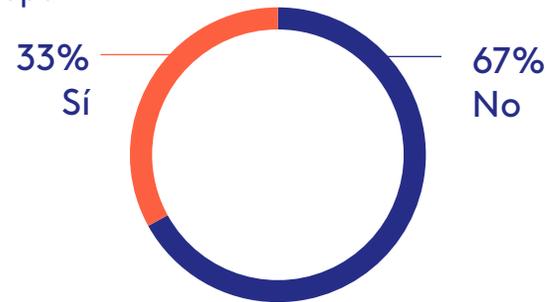
En comparación con el resto de Europa

La creación del libro: interacción con los lectores y lectoras

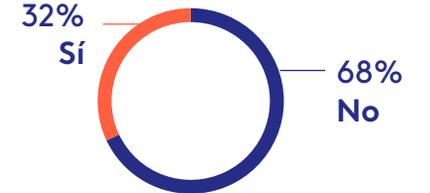
- Tras los españoles, los autores y autoras suecos son quienes más involucran a sus lectores.
- Los autores y autoras franceses son los que menos involucran a los lectores en la creación del libro.

¿Involucran los autores y autoras autopublicados europeos a los lectores en la creación del libro?

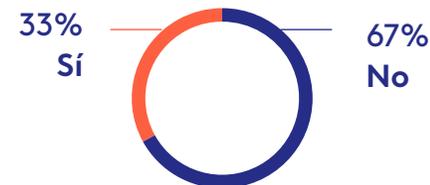
Europa



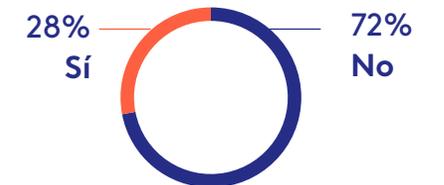
DACH*



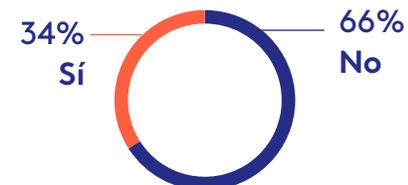
Dinamarca



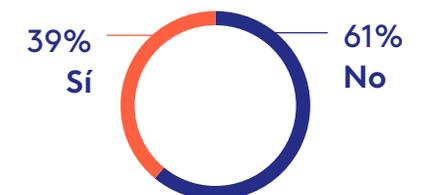
Francia



Finlandia



Suecia



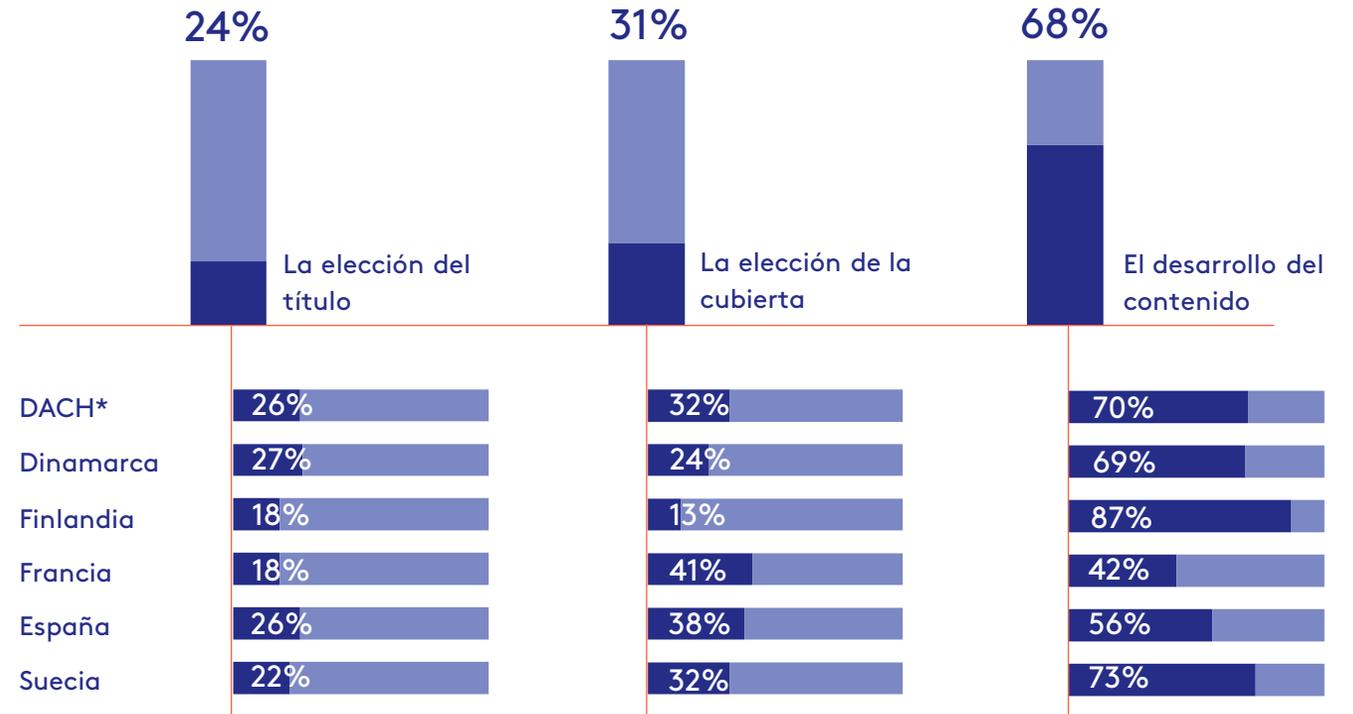
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

En comparación con el resto de Europa

La creación del libro: interacción con los lectores y lectoras

- Los lectores y lectoras franceses se ven involucrados con frecuencia en la elección de la cubierta y en el desarrollo del contenido.
- El contenido de los libros finlandeses autopublicados está fuertemente influenciado por los lectores y lectoras.

Los autores y autoras europeos involucran a los lectores en:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

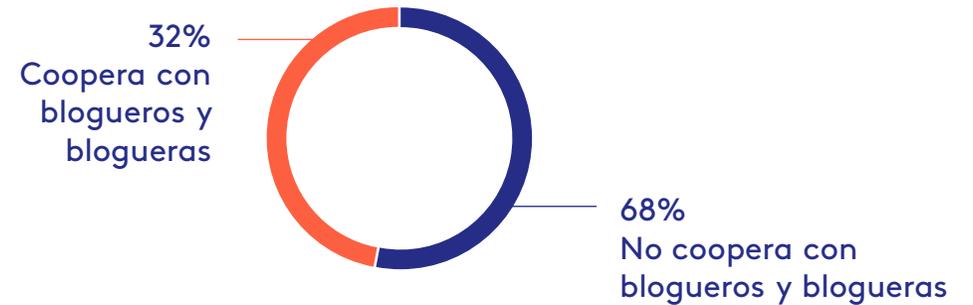
El éxito del libro: trabajar con blogueros y blogueras

Uno de cada tres autores españoles autoeditados trabaja con blogueros y blogueras para la promoción del libro y opina que esta cooperación es importante para el éxito del libro.

Los autores y autoras trabajan más con blogueros cuando:

- No han construido, antes de la publicación del libro, una comunidad.
- Su motivación para escribir es entretener al lector y desarrollarse personalmente.
- Su lector meta tiene entre 25-39 años.
- Escribe novelas románticas.

De los autores y autoras autoeditados españoles encuestados:



De los autores y autoras autoeditados españoles encuestados:

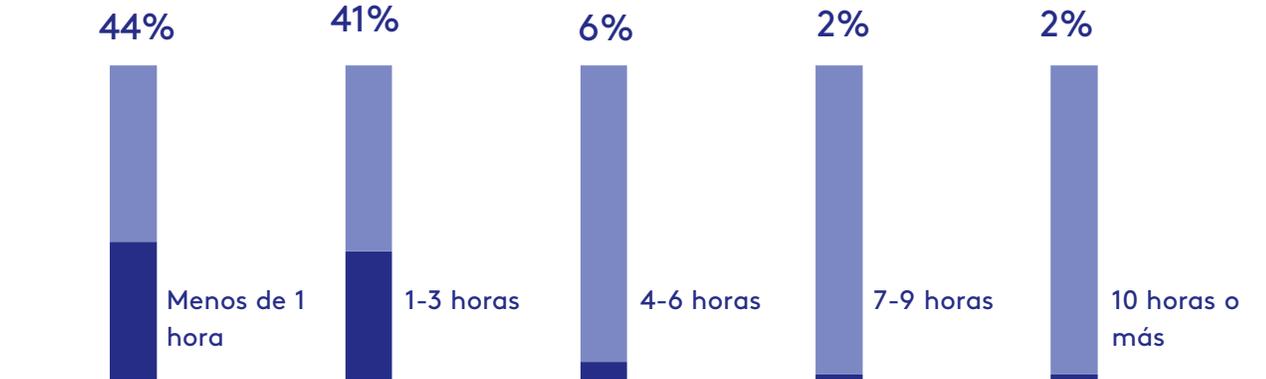


El éxito del libro: trabajar con blogueros y blogueras

El 44% de los autores y autoras autopublicados encuestados en España invierte menos de 1 hora a la semana en cooperar con blogueros y blogueras.

Sin embargo, aquellos que más invierten en la promoción del libro, al igual que en el trabajo con blogueros y blogueras, reciben ingresos más altos por las ventas de sus libros.

Los autores y autoras autopublicados españoles encuestados invierten semanalmente en el trabajo con blogueros y blogueras:



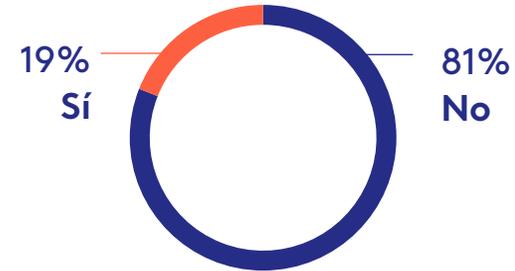
En comparación con el resto de Europa

El éxito del libro: trabajo con bloggers y blogueras

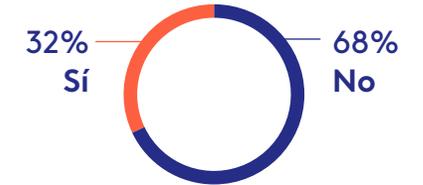
- Tan solo uno de cada cinco de los encuestados trabaja con bloggers y blogueras en la promoción de su libro.
- Solo alemanes, suizos, austríacos y franceses trabajan fuertemente con bloggers y blogueras en la promoción de sus libros.

¿Cooperan los autores y autoras europeos autopublicados con bloggers y blogueras?

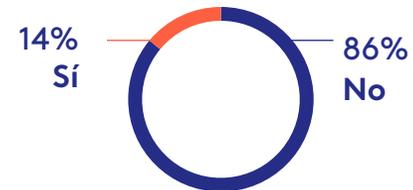
Europa



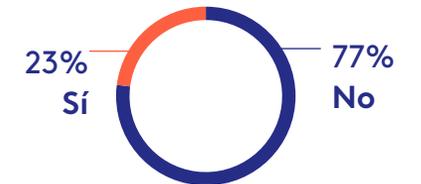
DACH*



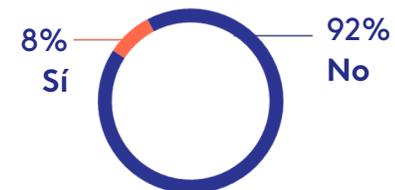
Dinamarca



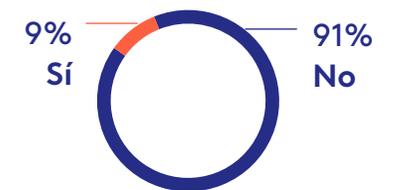
Francia



Finlandia



Suecia



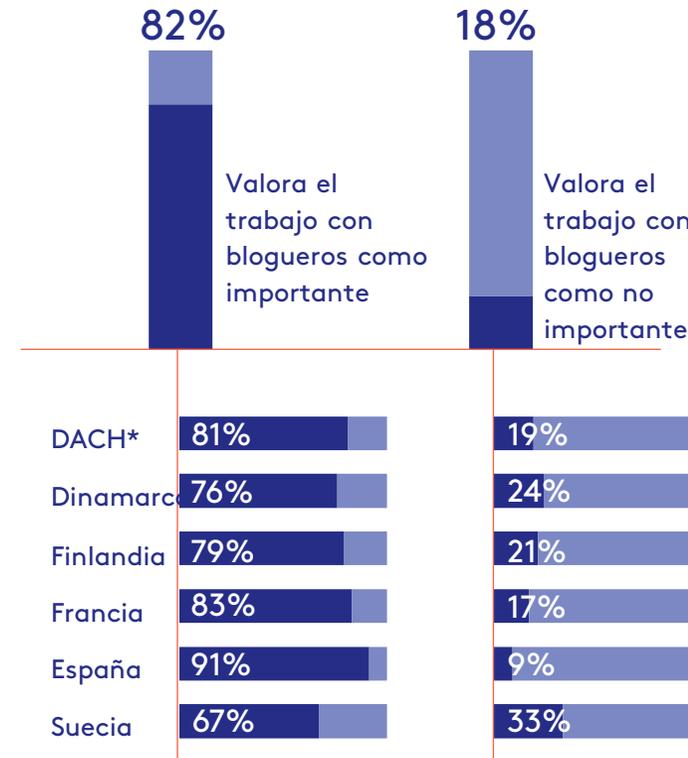
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

En comparación con el resto de Europa

El éxito del libro: trabajo con blogueros y blogueras

- La gran mayoría de los autores y autoras europeos opina que la cooperación con blogueros y blogueras para la promoción del libro es importante para el éxito del libro.
- Los autores y autoras franceses, alemanes, austríacos y suizos son los que más importancia le dan al trabajo con blogueros y blogueras.

De los autores y autoras españoles autopublicados encuestados:



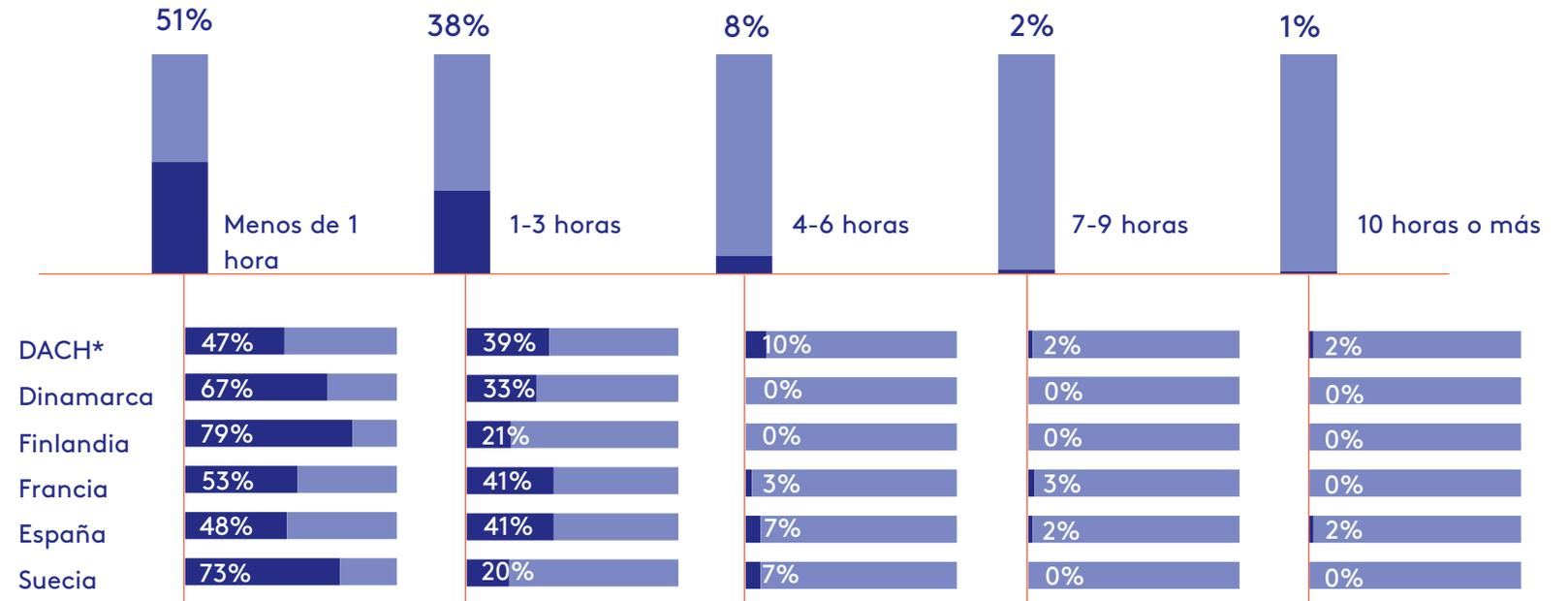
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

En comparación con el resto de Europa

El éxito del libro: trabajo con blogueros y blogueras

- Al igual que los autores y autoras españoles, en Europa invierten pocas horas a la semana en cooperar con blogueros y blogueras para la promoción del libro.

Los autores y autoras europeos autopublicados encuestados invierten semanalmente en el trabajo con blogueros y blogueras:



*DACH: Alemania, Suiza y Austria



Profesionalidad, promoción de libros y ventas

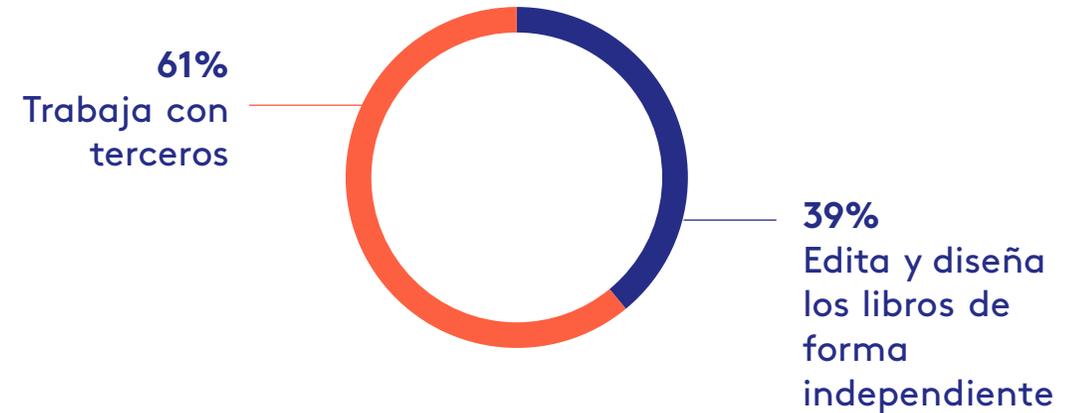
Profesionalidad en los libros

En España se observa una creciente preferencia de los autores y autoras por producir sus libros de forma más profesional. Más del 60% afirma que trabaja con terceros en el diseño y la edición del libro.

Quienes trabajan con terceros en el diseño y edición del libro:

- Son en su mayoría mujeres entre 40-49 años.
- Tienen como lector meta a personas entre los 25 y 39 años.
- Escriben novelas y narraciones.

De los autores y autoras autopublicados españoles encuestados:



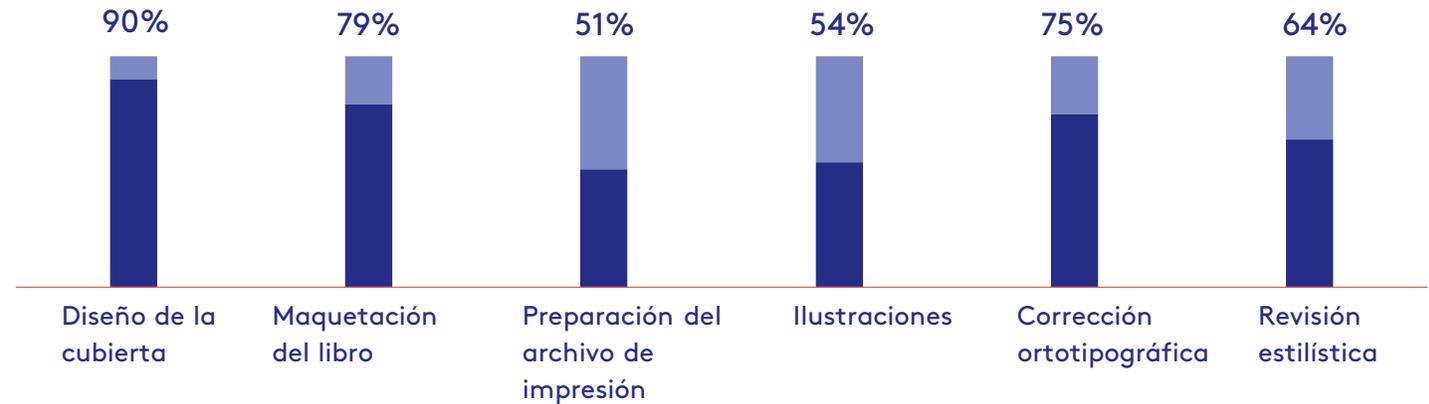
Profesionalidad en los libros

Diseño de la cubierta, maquetación del libro y corrección ortotipográfica son los servicios editoriales más usados para la creación de un libro.

Tan solo el 5% de los autores y autoras invierte más de 1.000€ en la producción del libro.

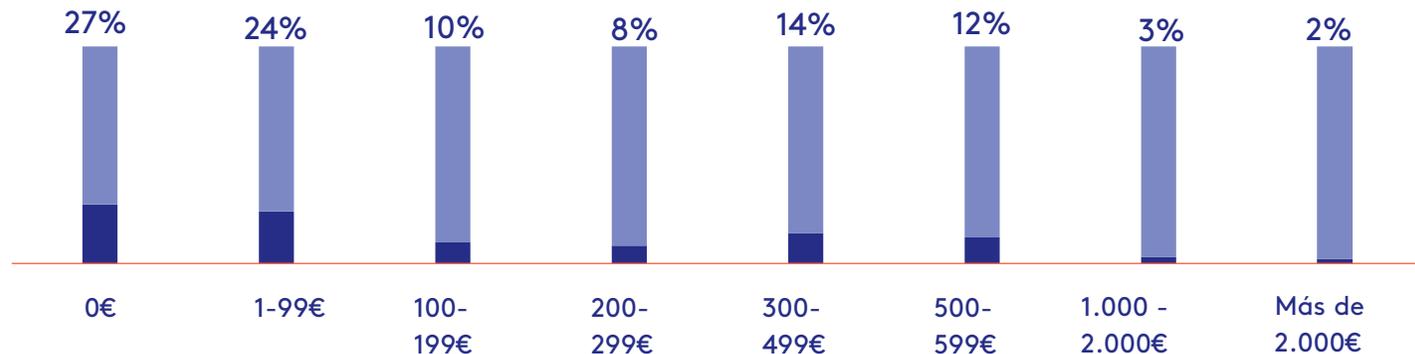
- 39% de los autores invierte 200€ o más.

¿Cuáles son los servicios editoriales contratados por autores y autoras autopublicados españoles?



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

Niveles de inversión de los autores y autoras autopublicados en el mercado español:



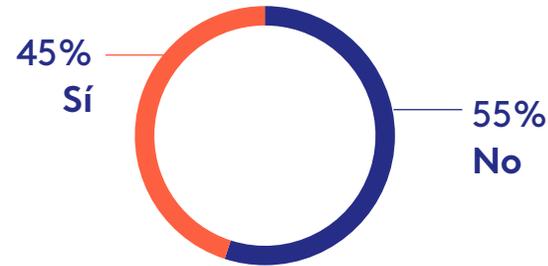
En comparación con el resto de Europa

Profesionalidad en los libros

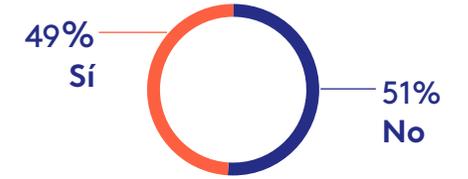
- El 55% de los autores y autoras prefiere encargarse de todo el proceso de escritura y diseño del libro.
- En especial los autores y autoras franceses y suecos optan por diseñar y editar ellos mismos sus libros.

¿Dejan en manos de terceros los autores y autoras autopublicados servicios como el diseño de la portada?

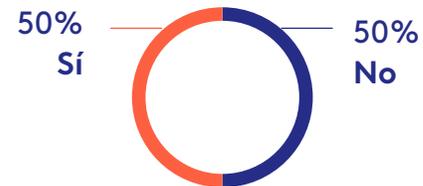
Europa



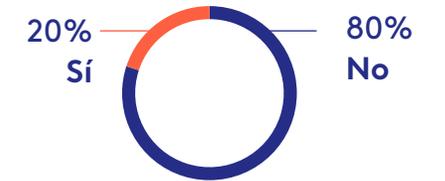
DACH*



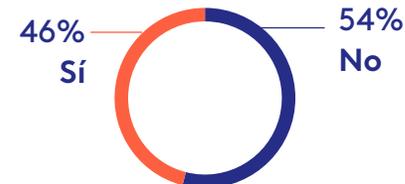
Dinamarca



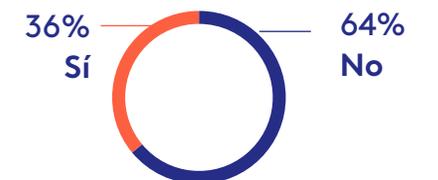
Francia



Finlandia



Suecia



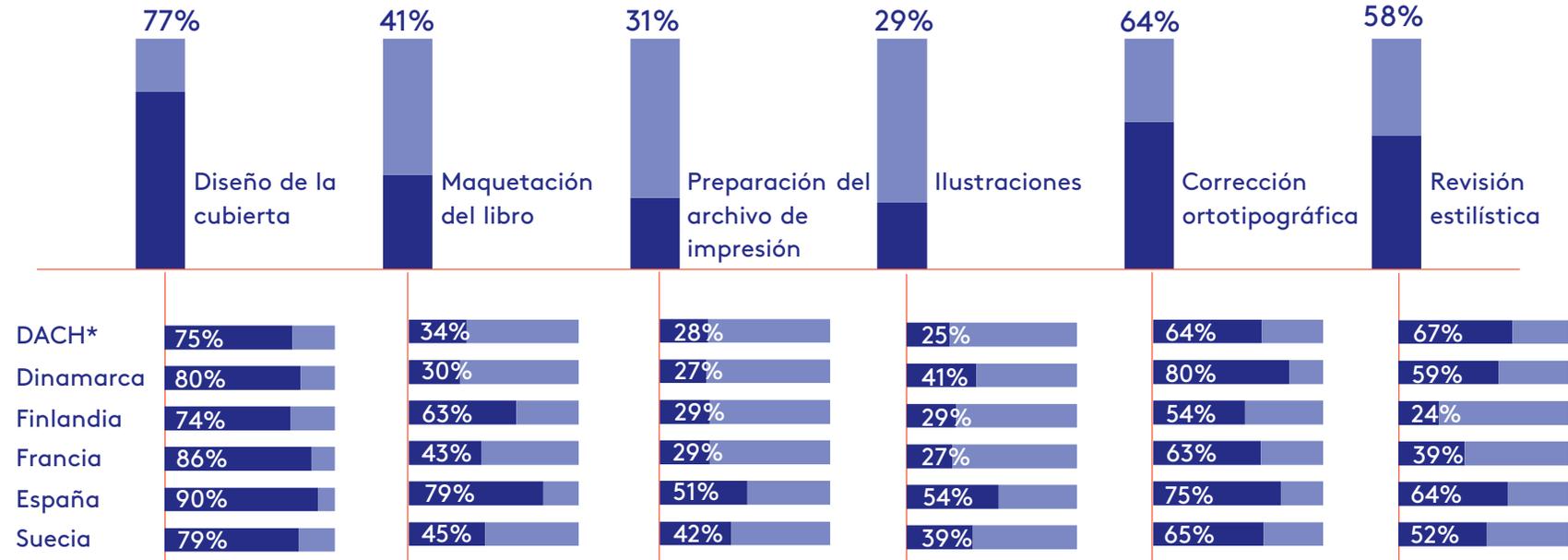
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

En comparación con el resto de Europa

Profesionalidad en los libros

- Los autores y autoras daneses utilizan frecuentemente el servicio de corrección ortotipográfica, mientras que los autores y autoras finlandeses buscan apoyo en la maquetación del libro.

Servicios editoriales frecuentemente usados por los autores y autoras autopublicados:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

*DACH: Alemania, Suiza y Austria

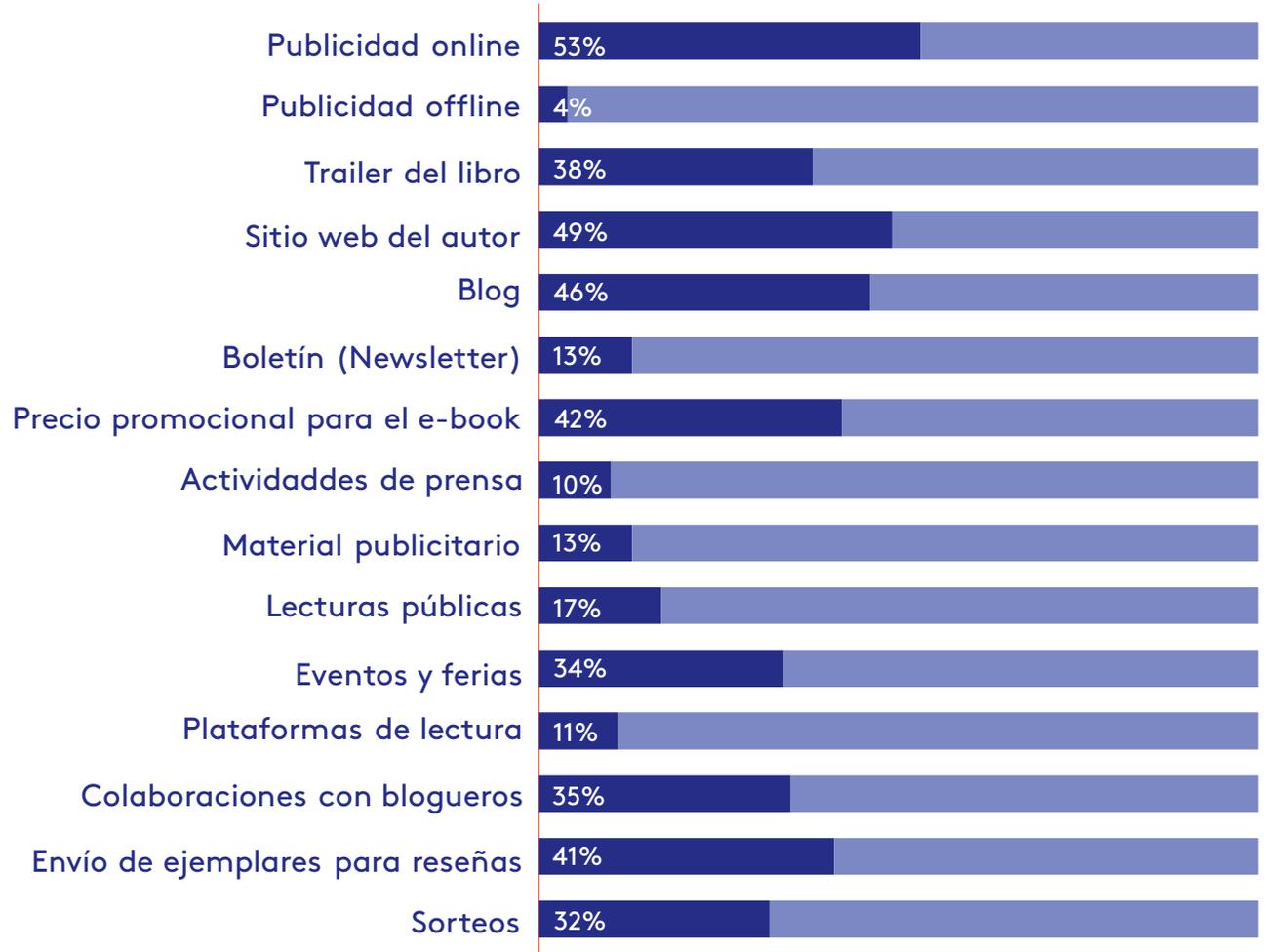
Medidas de promoción

Para la promoción del libro, los autores y autoras usan una gran variedad de medidas.

Las más comunes son:

- Publicidad online.
- Sitio web del autor.
- Blog.

Medidas usadas para la promoción del libro:



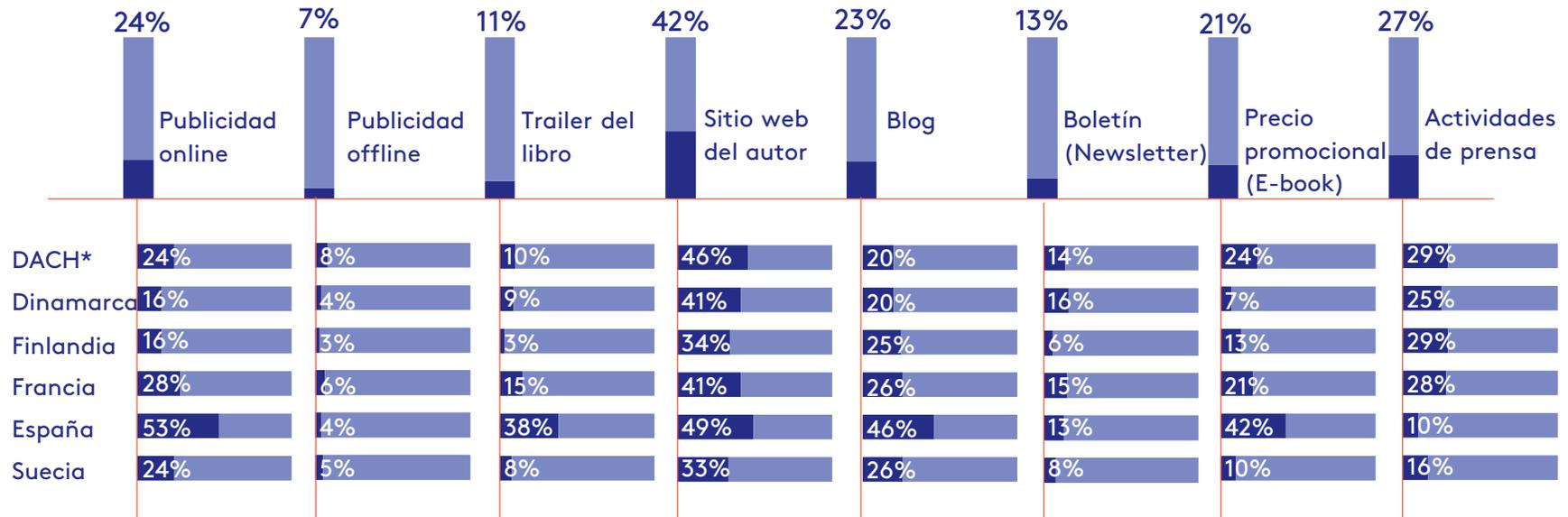
Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

En comparación con el resto de Europa

Medidas de promoción

- Los precios promocionales para e-book son especialmente usados por autores y autoras alemanes, austríacos, suizos y franceses.
- Los autores y autoras de la zona DACH*, Finlandia y Francia prefieren trabajar en actividades de prensa.

Medidas usadas por los autores y autoras autopublicados europeos para la promoción del libro:



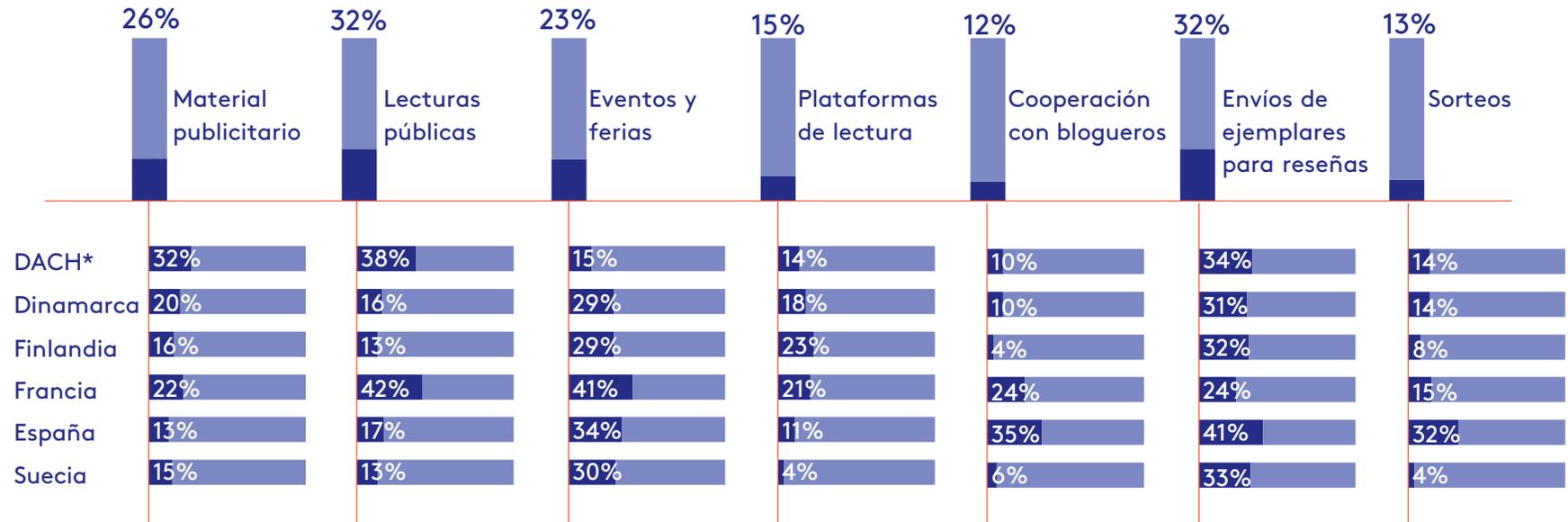
Seleccionar varias respuestas estaba permitido.
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

En comparación con el resto de Europa

Medidas de promoción

- Los autores y autoras franceses prefieren realizar lecturas públicas de sus obras y participar en eventos y ferias.

Medidas usadas por los autores y autoras autopublicados europeos para la promoción del libro:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

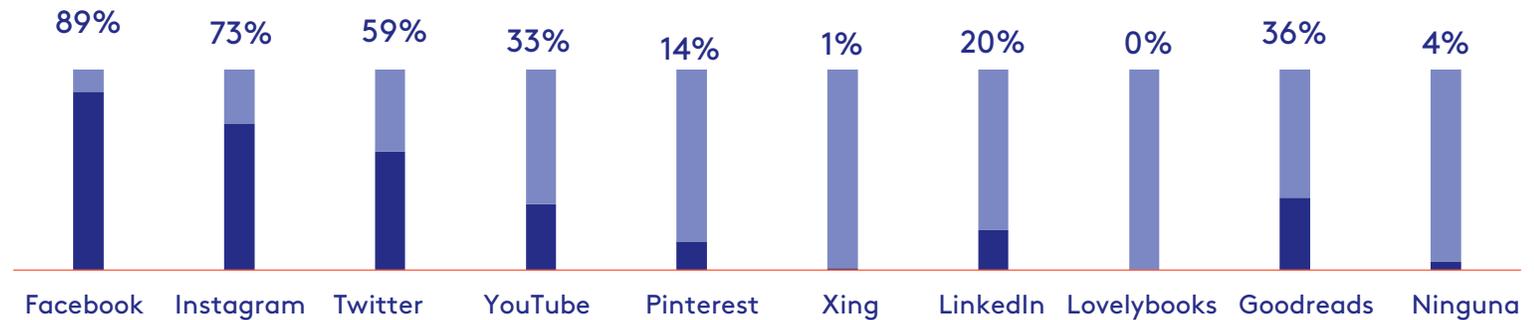
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

Redes sociales en la promoción del libro

Facebook e Instagram son las redes más populares para la promoción de libros.

- En particular, los autores y autoras entre 40 y 49 años usan las redes sociales para marketing.

Redes sociales usadas para la promoción del libro por autores y autoras autopublicados españoles:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

Redes sociales en la promoción del libro

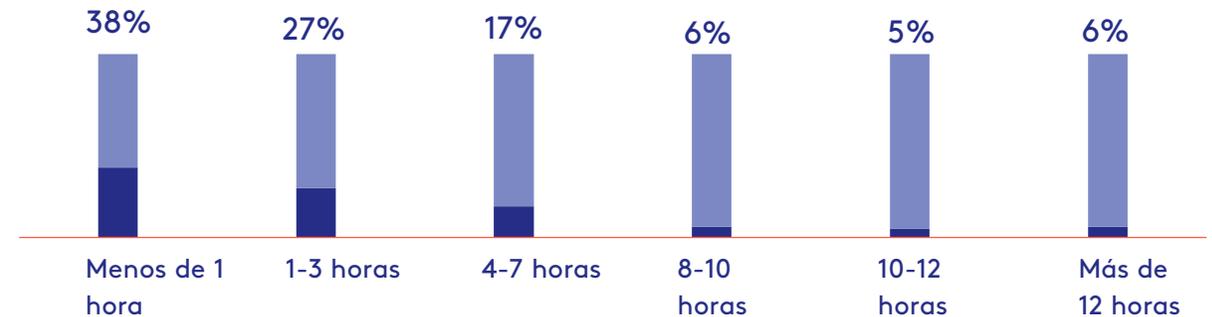
Aproximadamente uno de cada tres autores y autoras invierte 4 o más horas semanalmente en la promoción del libro.

- Los autores y autoras que más tiempo invierten en redes sociales tiene como lector meta a personas entre 25-39 años.

Según el género publicado:

- Los autores y autoras de novelas románticas son los que más invierten tiempo en la promoción en redes sociales. Le siguen los autores y autoras de novelas de ciencia-ficción.

Tiempo semanal dedicado a la promoción del libro en redes sociales:

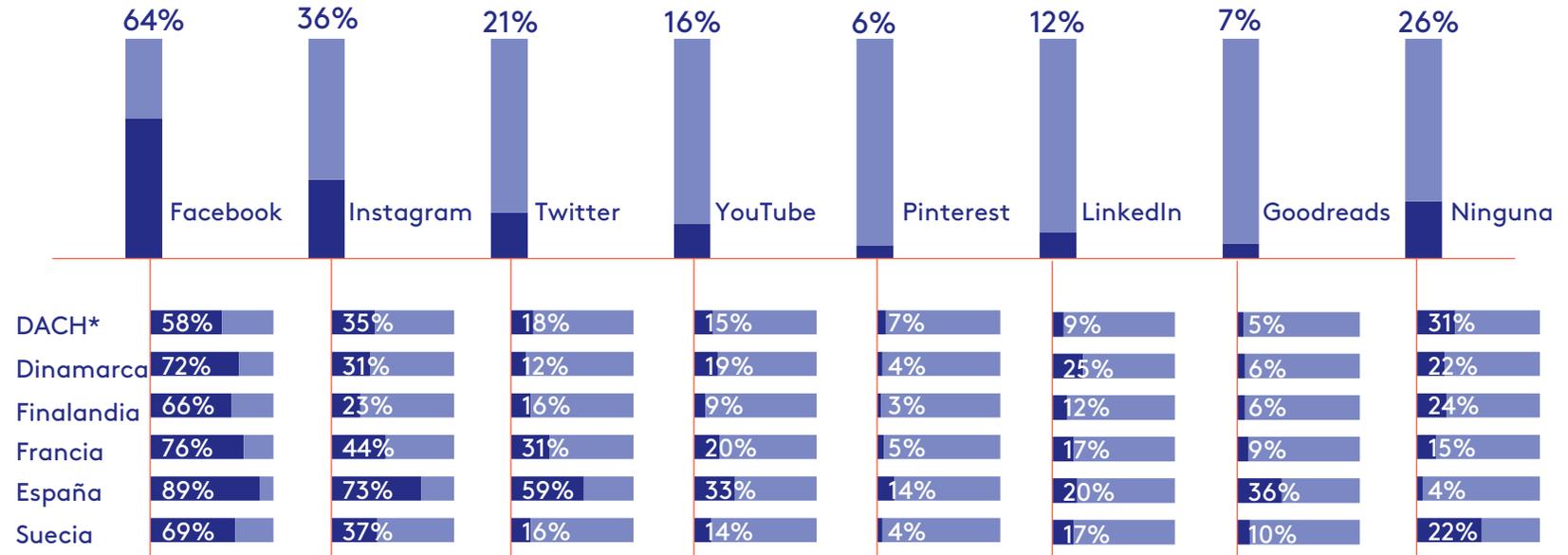


En comparación con el resto de Europa

Redes sociales en la promoción del libro

- Al igual que los autores y autoras españoles, los autores y autoras franceses tienden a usar Instagram para promocionar su libro.
- Las plataformas de lectura como Goodreads son poco usadas. En Francia, por ejemplo, 20% de los autores prefiere usar plataformas como "Babelio" o "Livraddict".

Redes sociales usadas para la promoción del libro por autores y autoras autopublicados europeos:



Seleccionar varias respuestas estaba permitido.

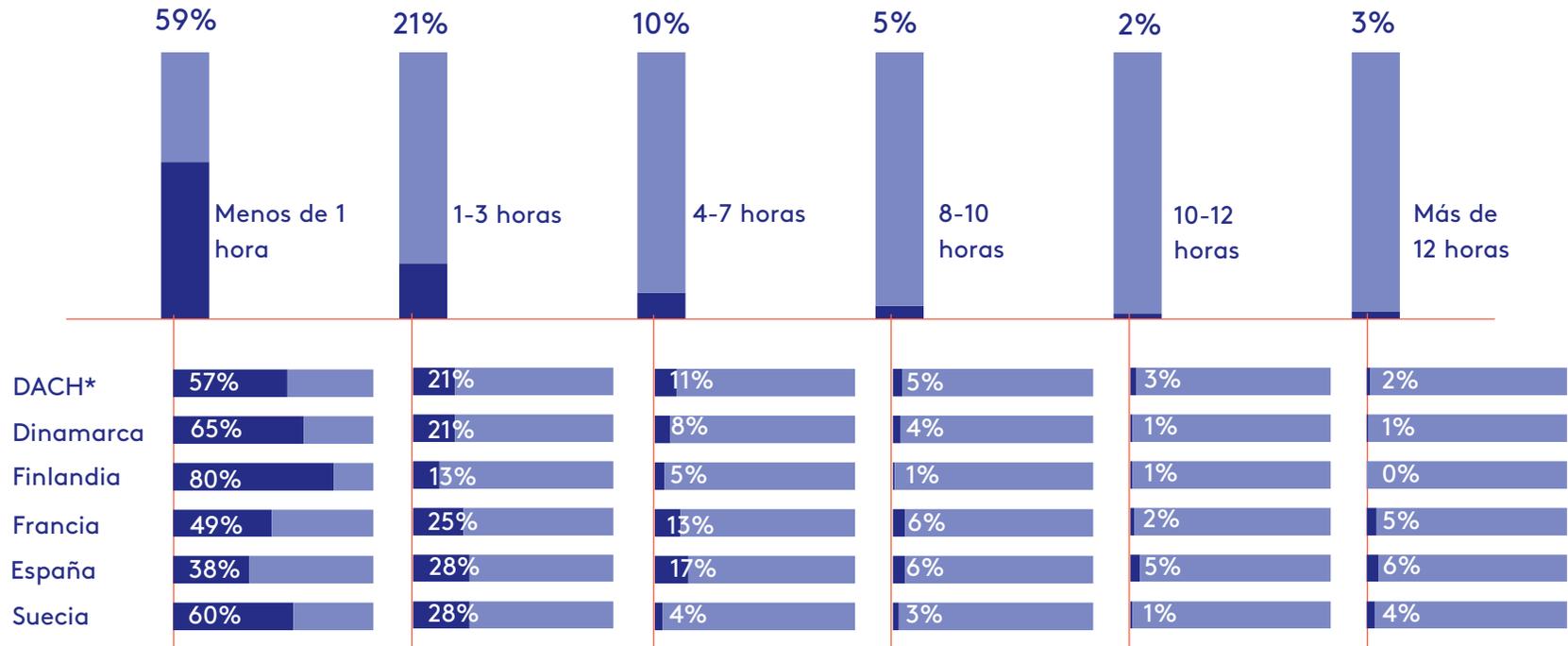
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

En comparación con el resto de Europa

Redes sociales en la promoción del libro

- Al igual que los autores y autoras españoles, los autores y autoras franceses invierten más tiempo en la promoción del libro en redes sociales.
- 26% de los autores y autoras franceses y 21% de los autores y autoras alemanes, austríacos y suizos invierten más de 4 horas en la semana en este propósito.

Tiempo semanal dedicado a la promoción del libro en redes sociales:



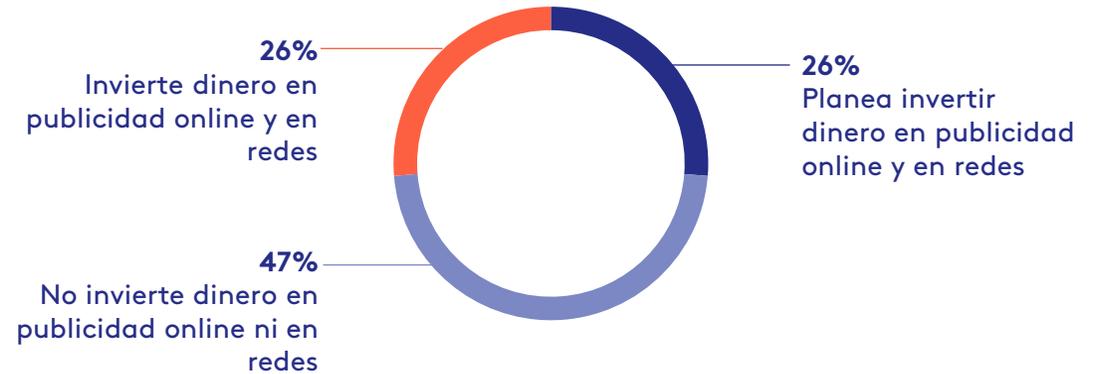
*DACH: Alemania, Suiza y Austria

Visibilidad en redes sociales

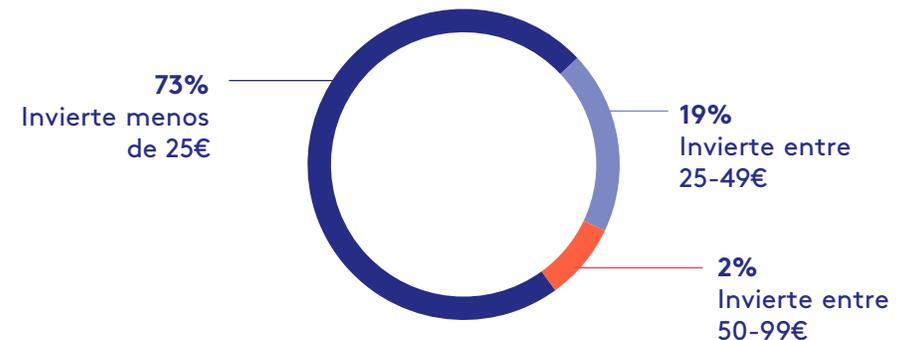
La visibilidad en redes sociales como Facebook o Instagram gana cada vez más importancia en las estrategias de promoción del libro. Aproximadamente uno de cada dos autores y autoras autopublicados invierte dinero en publicidad online o planea hacerlo.

- Uno de cada cinco autores que ya invierte en publicidad online en redes invierte mensualmente 25€ o más en ello.

De los autores y autoras autopublicados españoles encuestados:



¿Cuánto invierten mensualmente los autores y autoras autopublicados españoles encuestados en publicidad online?



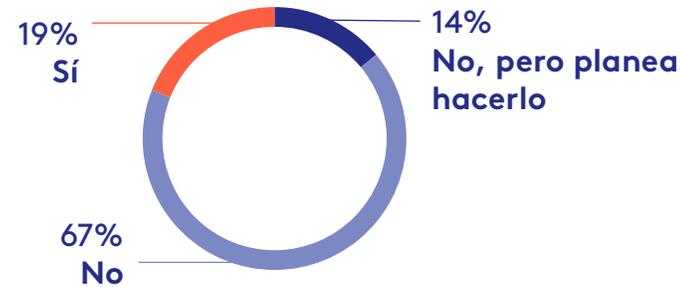
En comparación con el resto de Europa

Visibilidad en redes sociales

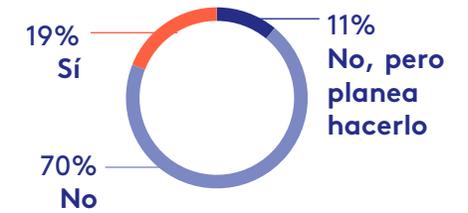
- A excepción de Finlandia, los autores y autoras de los países europeos también invierten o planean invertir en publicidad online. Por lo menos uno de cada cinco autores usa esta estrategia para alcanzar a compradores potenciales.

¿Invierten mensualmente los autores y autoras autopublicados encuestados en publicidad online?

Europa



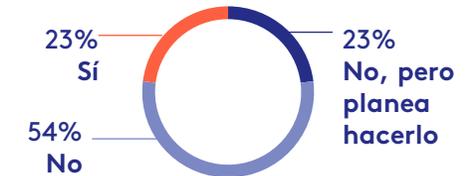
DACH*



Dinamarca



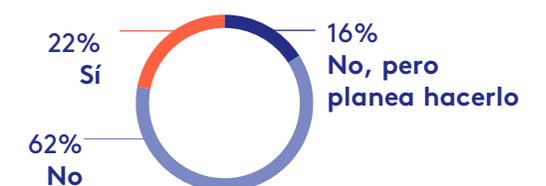
Francia



Finlandia



Suecia



Promoción del libro

29% de los autores invierte 5 horas o más semanalmente en la promoción del libro. En general, las mujeres invierten más tiempo durante la semana en la promoción del libro.

Cuanto más joven es el lector meta, más horas a la semana son invertidas en la promoción del libro.

- Cuando la motivación para escribir un libro es entretener al lector o ganar dinero, los autores y autoras invierten más tiempo en la comercialización del libro.

Tiempo promedio invertido semanalmente por autores y autoras autopublicados en España en la promoción del libro:

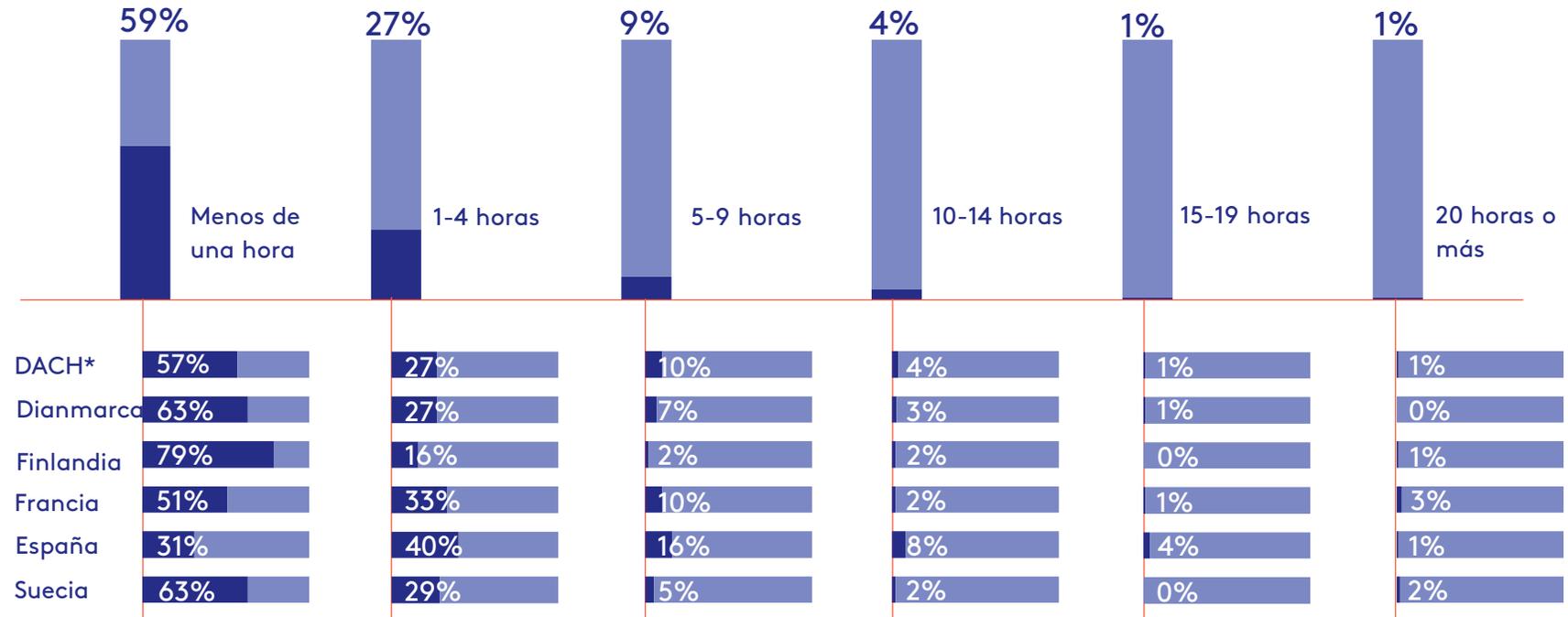


En comparación con el resto de Europa

Promoción del libro

- En el contexto internacional se invierte más tiempo en la promoción de libros autopublicados.
- En particular, el 16% de los autores y autoras franceses encuestados invierte 5 horas o más semanalmente en marketing.

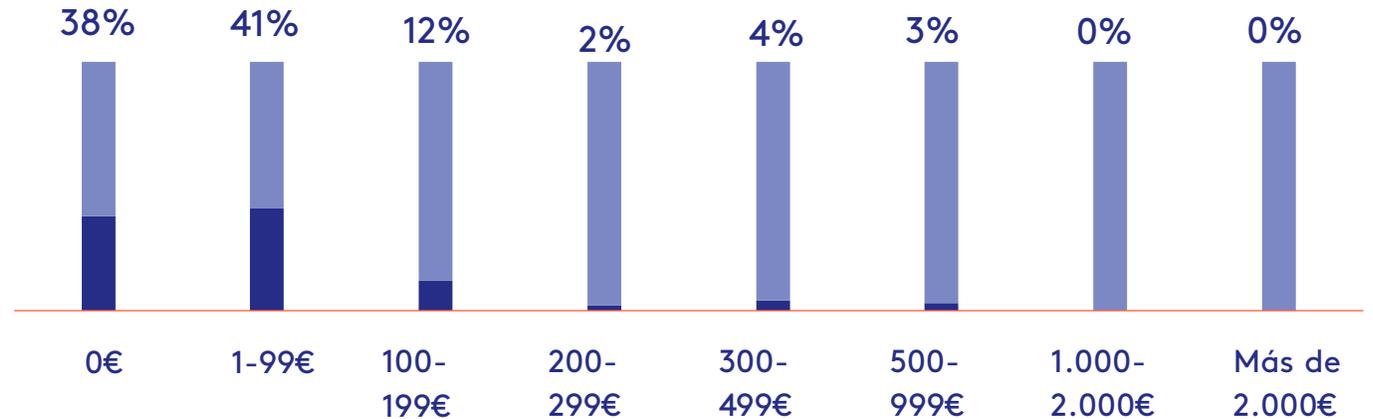
Tiempo promedio invertido semanalmente por autores y autoras autopublicados en Europa:



Inversión de dinero en la promoción del libro

Alrededor de uno de cada diez autores encuestados invierte 200€ o más en la comercialización de cada nueva autopublicación.

Dinero invertido en la promoción de cada nuevo título autopublicado:



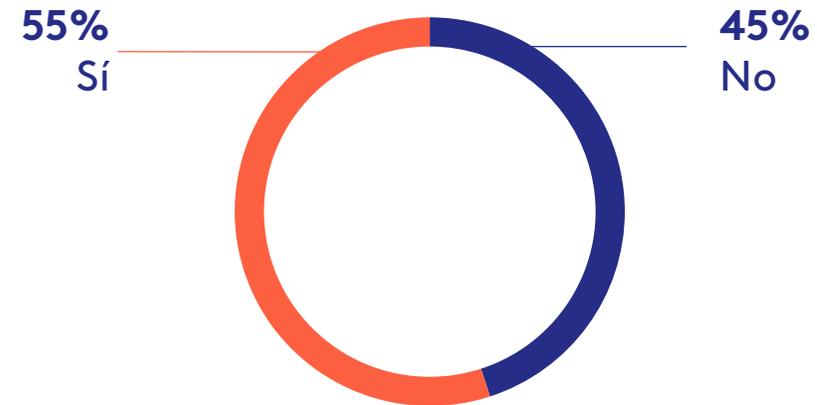
Autores y autoras españoles

Autores y autoras como marca

Una marca de autor uniforme, tanto en línea como offline, permite el reconocimiento por parte de los lectores.

Tener una marca consistente en el mercado es especialmente importante para autores y autoras entre los 40 y 49 años.

¿Es consistente la marca de autor* de los autores y autoras autopublicados?



*(color, imagen y diseño de los libros, así como la página web de autor y en los perfiles de redes sociales)

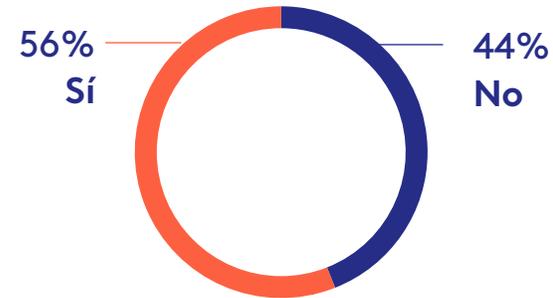
En comparación con el resto de Europa

Autores y autoras como marca

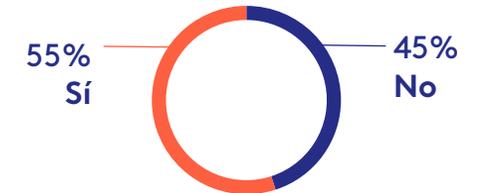
- En comparación con los autores y autoras de otros países, son los finlandeses y los franceses quienes más a menudo mantienen una marca de autor uniforme en el mercado.
- Por otro lado, los autores y autoras daneses y suecos tienen una presencia menos uniforme en el mercado.

¿Es consistente la marca de autor de los autores y autoras autopublicados?

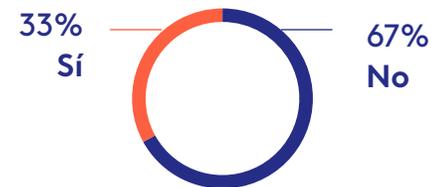
Europa



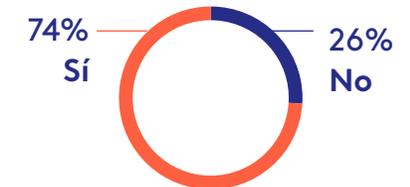
DACH*



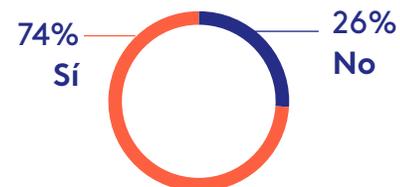
Dinamarca



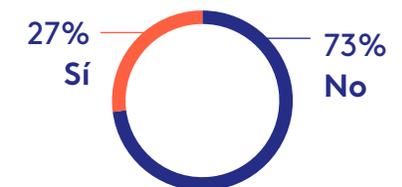
Francia



Finlandia



Suecia



*DACH: Alemania, Suiza y Austria

Satisfacción con las ventas del libro

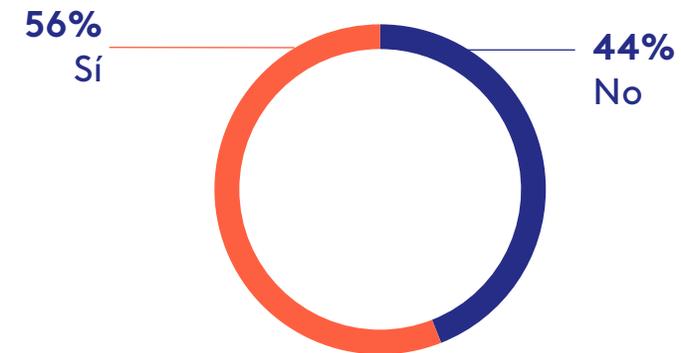
Aproximadamente cuatro de cada siete autores y autoras españoles encuestados están satisfechos con las ventas de sus libros autopublicados.

De ellos, quienes están más satisfechos tienen entre 40-49 años.

Los autores y autoras que registran ingresos más altos por las ventas de sus libros:

- Invierten más tiempo y dinero en la comercialización de sus libros autopublicados.
- Trabajan activamente con blogueros y blogueras.

¿Están satisfechos los autores y autoras españoles encuestados con las ventas de sus libros?



Satisfacción con las ventas del libro

Tan solo 9% de los autores y autoras encuestados registra ingresos de 5.000€ o más por concepto de ventas de libros autopublicados.

- Los ingresos más altos son de los autores y autoras entre 40 y 49 años.
- Los autores y autoras que invierten más tiempo y dinero en la comercialización de sus libros autopublicados afirman tener ingresos totales más altos.

Ingresos generados por las ventas totales de libros autopublicados de los autores y autoras encuestados:



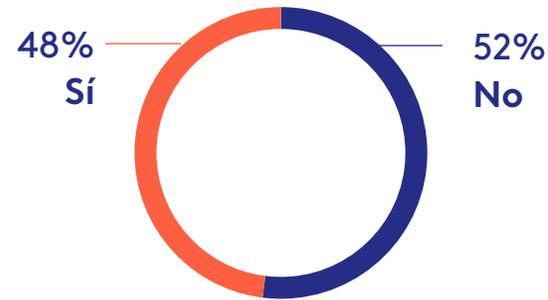
En comparación con el resto de Europa

Satisfacción con las ventas del libro

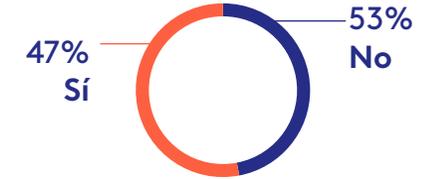
- En términos generales, los autores y autoras europeos están satisfechos con las ventas de sus libros autopublicados.

¿Están satisfechos los autores y autoras encuestados con las ventas de sus libros?

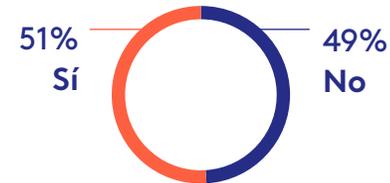
Europa



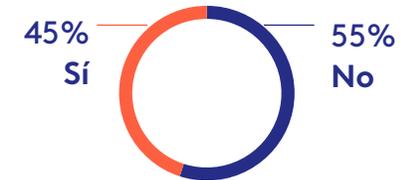
DACH*



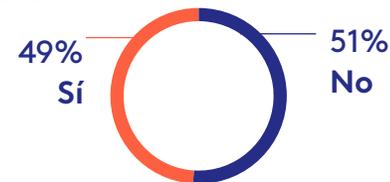
Dinamarca



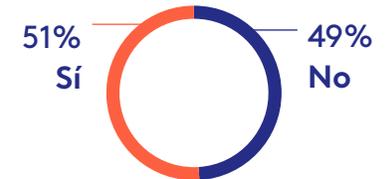
Francia



Finlandia



Suecia



*DACH: Alemania, Suiza y Austria



Shirley & Kasey

7

8

9 Am Kijiji Silver: Kijiji Silver...
für Wochende ist der Silver gut...
reguliert...
10, in...
11...
12...
13...

21.11.05 So

Kopie: Juan, Tommaso, Mercedes, Darius 14
Gordon, Kasey, Mandy, Elisabeth, gl...
Tommaso, Juan, Mercedes, Darius, Kasey, Mandy
Gordon, Kasey, Mandy, Elisabeth, gl...
15

Kijiji Silver: 6:00 - 10:10 16

Con...
17

Let's... 18

19
20
22

Conclusiones

Conclusiones

- El estudio muestra que los libros autopublicados son cada vez más profesionales. El 61% de los autores y autoras españoles decide trabajar con terceros, particularmente, en el diseño de la cubierta, la maquetación y la corrección ortotipográfica. En especial, buscan trabajar con proveedores de servicios de autopublicación con un alto nivel en aspectos como atención al cliente, canal de distribución y calidad de impresión.
- Los autores y autoras autopublicados son responsables de la promoción de sus libros. Formar una comunidad antes de la publicación del libro no está entre sus puntos fuertes: tan solo una tercera parte afirma haberlo hecho. Aquellos que sí dedican tiempo a construir una comunidad entran en contacto con otros autores y autoras para intercambiar consejos, involucran a los lectores en el proceso de creación del libro y desarrollan una marca como autor en el mercado que les hace más fácilmente reconocibles (entendiendo marca de autor como la uniformidad en el color, imagen y diseño de los libros, página web de autor y en los perfiles de redes sociales).
- La encuesta confirma que son estos mismos autores y autoras los que más tiempo y dinero invierten en la promoción de cada título. Todos estos esfuerzos se ven reflejados en los ingresos por ventas de sus libros autopublicados y en su satisfacción con los mismos.

Acerca de BoD

BoD - Books on Demand es pionero europeo y especialista líder en el campo de la publicación digital y la autopublicación desde 1997. Presente en nueve países, apoya activamente la libertad de publicación de autores y editores. Ha aumentado la diversidad de títulos en el mercado del libro para los lectores tanto con su producción y distribución internacional de libros impresos bajo demanda desde un solo ejemplar, como con la publicación de libros electrónicos.

BoD ofrece a editoriales y a autores una solución integral para la publicación de libros y e-books de la mejor calidad desde un solo ejemplar. La multinacional se enorgullece de su filosofía de continua mejora y expansión, posicionándose a la cabeza del mercado y ofreciendo siempre las mejores herramientas que ofrece la tecnología actual.

La impresión digital con BoD permite a los editores publicar sus títulos sin riesgos y mantenerlos disponibles en todo momento. De esta manera, los títulos descatalogados vuelven a estar disponibles para los lectores en el mercado del libro gracias a la impresión bajo demanda. A día de hoy, BoD es el experto colaborador de más de 50.000 autores y más de 3.000 editoriales.

Encuentra más información en bod.com.es

BoD

Laura Fernández Argota
Responsable Territorial

Books on Demand GmbH
Calle Leganitos 47, 7º
28013 Madrid

T +34 917 94 58 37

E laura.fernandez@bod.com.es

bod.com.es