



**“Con la pandemia han crecido el sector editorial y el índice de lectura” afirma Nuria Cabutí, CEO de Penguin Random House**

## Descripción

“Con la pandemia, el sector editorial ha crecido más de dos dígitos en España, algo que no habíamos visto en mucho tiempo, y ha aumentado el índice de lectura” afirmó **Nuria Cabutí**, consejera delegada de **Penguin Random House Grupo Editorial** en una sesión sobre el mercado de las editoriales celebrada en la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR). La experta lo atribuye a que “la lectura fue, durante el confinamiento, un refugio para muchos, una cura a través la imaginación”.

Se trata de la sexta sesión del ciclo de seminarios [El futuro de los medios de comunicación](#), organizado por el Consejo Social de UNIR, y codirigido por **Javier Moreno**, exdirector de *El País*; y **Andrés Cardó**, economista y consultor estratégico.



---

Nuria Cabutí.

Explicó Cabutí la compañía de la que es consejera delegada es la división en lengua española de Penguin Random House, surgida a su vez de la unión de las editoriales *Random House* (propiedad de la germana *Bertelsmann*) y Penguin Books (propiedad de la británica *Pearson PLC*). **Está presente en 9 países**, atendiendo a un mercado de 500 millones de hispanohablantes, agrupa a 48 sellos editoriales (entre los que destacan Alfaguara, Debate, Aguilar, Plaza & Janés etc.) y vende **40 millones de libros al año (100.000 cada día)**, con un amplio catálogo de autores, que incluyen a 39 premios Nobel.

“Cuando se introdujo kindle, se auguraba que para 2020 el 80% de los libros se leerían en formato digital; y sin embargo, en la actualidad el 80% de las ventas son de libros en formato físico”

A preguntas de **Javier Moreno**, sobre la vigencia del libro impreso frente a la competencia del digital, **Nuria Cabutí** recordó que “cuando se introdujo kindle en 2007, se auguraba que para 2020 el 80% de los libros se leerían en formato digital; y sin embargo, en la actualidad el 80% de las ventas son de libros en formato físico”. Explicó que “en Random House conviven de manera sana ambos formatos. Vendemos libro digital y, desde 2014, audiolibro (tenemos 4.000 en catálogo), pero siempre hemos invertido en el libro impreso, conscientes de que la gente quiere leer en papel, incluso gente joven”.

Nuevarevista.net

re

Nuevarevista.net

**uniR**  
LA UNIVERSIDAD  
EN INTERNET

**D. Javier Moreno**

---

Javier Moreno

Destacó la paradoja de que ese interés por la lectura en papel se da también en jóvenes conectados al móvil. **“El momento de la lectura en papel es el momento de la desconexión”**. Argumentó que la lectura en pantalla es más superficial y que, como subrayan estudios neurológicos, “la retención de la atención en la pantalla es más limitada que en el papel”.

Aunque la pandemia “supuso un crecimiento de las ventas *online*, el usuario está volviendo ahora a la librería física, como se está viendo en España, EE.UU., Canadá etc.”

**Andrés Cardó** preguntó por el futuro de las librerías, ante el auge del comercio electrónico e innovaciones en la distribución como Amazon. Cabutí matizó que **“son más las librerías que se han abierto que las que se han cerrado”**; y que con “3.000 puntos de venta” las librerías independientes constituyen en España **“un tejido de gran resiliencia”**, sobre todo las especializadas. De hecho, **“la mitad de la ventas del sector editorial provienen de librerías”**. Aunque la pandemia “supuso un crecimiento de las ventas *online*, el usuario está volviendo ahora a la librería física, como se está viendo en España, EE.UU., Canadá etc.” agregó.

Respecto a Amazon, que nació en 1994 con el objetivo de ser la gran librería global, ha ido ganando terreno frente a las editoriales, desde 2011; pero “esa competencia nos ha hecho mejorar como sector y llevamos tiempo **invirtiendo en la cadena de suministros**”.

Nuevarevista.net

*Nuevarevista.net*

Andrés Cardó.

La experta aludió al proceso de concentración de marcas que se ha producido durante los últimos diez años, provocado en parte por la crisis económica. En el caso de Penguin Random House, “algunos activos proceden del grupo Prisa -Aguilar-, o del grupo Z -Bruguera-; o se trata de sellos afectados por el cambio generacional -como Salamandra, cuyos propietarios optaron por depositar su legado en un gran grupo editorial y que fuera preservado-”.

Por otro lado, las pequeñas y medianas editoriales juegan un papel y “ofrecen propuestas muy interesantes”, pero “la complejidad de la distribución” les aboca a “asociarse a un grupo de envergadura les permita llegar eficientemente al punto de venta”.

## DONDE SE VENDE, POR QUÉ SE VENDE

Una gran incógnita es adecuar la oferta editorial a la demanda de los lectores. La CEO de Penguin House destacó “**la importancia de la analítica de datos** para detectar por qué se vende, donde se vende y cómo se vende”. Con la particularidad de que “las ventas se hacen predominantemente en librerías, pero la búsqueda se hace en internet”. El estudio de los gustos de los lectores, permite hacer prescripciones, si bien el negocio editorial “tiene mucho de impredecible; y **hay libros que inesperadamente se convierten en un fenómeno**”. Puso el ejemplo de algunos títulos sobre feminismo que Penguin publicó hace unos años, «cuando era un tema muy novedoso editorialmente y actualmente ya es una tendencia consolidada”.

A preguntas de Javier Moreno sobre si se publica un exceso de títulos, Nuria Cabutí dijo que, en principio, “una gran oferta de libros supone una riqueza cultural” aunque es “necesario gestionarlo”. “La tecnología permite ahora llegar mejor a una demanda muy amplia de lectores, desde la editorial hasta el punto de venta”.

“TikTok sorprendentemente prescribe tanto novedades como libros de fondo e incluso libro físico”

¿Cómo conseguir que los libros lleguen a los lectores, a través del marketing y la comunicación? planteó Andrés Cardó. Cabutí señaló dos grandes canales: el marketing digital y los medios de comunicación: “**Gracias a internet, hacemos un marketing muy segmentado** que nos permite tener una conexión directa con los lectores”; y “la relación con los medios es clave, tanto los impresos como **la radio, que es un gran prescriptor de libros**; y ahora también las redes sociales, donde TikTok, por ejemplo, sorprendentemente prescribe tanto novedades como libros de fondo e incluso libro físico”. No hay que olvidar, añadió, el mercado potencial de “18 millones de personas que siguen a Penguin Random House en redes sociales”.

Por otro lado, la web de la editorial facilita material a los moderadores del club de lectura; e incluso **ofrece cursos de técnica de escritura, a través de la plataforma *Cursiva***, atendiendo a una audiencia creciente interesada por la creación literaria.

## TENDENCIAS EN AUJE

Finalmente, la CEO de Penguin House subrayó la vitalidad del sector editorial, cuya próxima cita es **la Feria del Libro de Frankfurt**, “a la que asistimos para conocer el mercado y comprar derechos de

obras en otros idiomas”. El interés por el libro, tanto en su vertiente “cultural como de entretenimiento, no ha decrecido” añadió. Lo subrayan las tendencias en auge: “la ficción, los autores locales (en el caso de España); la novela gráfica -asociada al mundo audiovisual y del videojuego-; y la no-ficción novelada; y **todo ello conviviendo con los clásicos de la literatura**”.

**Fecha de creación**

04/10/2022

**Autor**

Alfonso Basallo

Nuevarevista.net