

Libro digital

Evolución y adopción
en el sector editorial
colombiano





**Cámara
Colombiana
del Libro**

© 2026. Cámara Colombiana del Libro

Calle 35 No. 5A-05

Bogotá, Colombia

Teléfono: (+57) 601 744 1231

www.camlibro.com.co

ISBN (impreso): 978-628-96310-9-8

ISBN (digital): 978-628-97482-0-8

Elaborado por

Lenin Monak Salinas

Diseño editorial

Boga Visual

Impreso en Colombia por

Xpress. Estudio gráfico y Digital S.A.S.

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción y la comunicación pública total o parcial, y la distribución sin la autorización de la Cámara Colombiana del Libro.

Libro digital. Evolución y adopción en el sector editorial colombiano es una publicación de la Cámara Colombiana del Libro.

Libro digital

Evolución y adopción
en el sector editorial
colombiano



Presentación

En medio de la transformación digital que atraviesan prácticamente todas las actividades productivas, el libro no ha sido la excepción. En su digitalización se ha venido trabajando desde hace más de tres décadas y, tal como ocurrió con la industria musical, algunos incluso llegaron a pronosticar la desaparición del libro impreso.

Durante las últimas décadas —y en particular durante la pandemia por el COVID-19— el libro digital experimentó un crecimiento inusitado. Sin embargo, este formato no alcanzó los niveles de aceptación que inicialmente se proyectaron, aunque ello no significa que no existan importantes oportunidades para su desarrollo.

En Colombia, el libro digital, en sus modalidades de e-book y audiolibro, representa aproximadamente una tercera parte de los ISBN asignados en los últimos años y cerca del 10 % de las ventas totales. A pesar de esta participación, son escasos los estudios que profundizan en el estado actual y la evolución de esta modalidad de publicación.

Por esta razón, la Cámara Colombiana del Libro (CCL) presenta este estudio sobre el libro digital en Colombia. En estas páginas se analizan su evolución, su situación actual y sus perspectivas, con el propósito de ofrecer a los diferentes actores de la cadena del libro una visión más clara del presente y el futuro del libro digital en el país.

Este estudio constituye una nueva contribución de la CCL al conocimiento del sector editorial en todas sus modalidades, con el fin de que empresarios, investigadores y demás interesados cuenten con criterios que les permitan comprender y proyectar el desarrollo de esta importante forma de publicación en Colombia.

Emiro Aristizábal A.

Presidente Ejecutivo de la Cámara Colombiana del Libro

Contenido

Introducción	11
1. Justificación	13
2. Antecedentes y evolución histórica	13
3. Estado actual	18
3.1 Evolución de los ISBN por agente editor	18
3.2 Evolución de los ISBN por formato	19
3.3 Edición del libro digital	24
3.4 Ventas de libro digital	25
4. Tendencias	27
4.1 Audiolibro	31
4.2 Libros digitales académicos	33
4.3 Precios promedio por formato y segmento	34
5. Pronósticos	36
6. Conclusiones	38
7. Recomendaciones	39
Referencias	41

Introducción

Como producto de la transformación del impreso, el recorrido del libro digital es relativamente reciente. Su punto de partida de la primera biblioteca digital en la historia, bautizada Proyecto Gutenberg (1971), un primer empeño por poner los libros electrónicos a disposición de los usuarios de todo el mundo y, con ello, permitir el acceso gratuito a los clásicos de la literatura universal (Barbeira, 2024). Este primer paso tecnológico de acceso configuró posteriormente otras formas de crear y distribuir libros, permitiendo además diferentes interacciones con su contenido por parte de los lectores. Aunque existen estudios sobre el libro digital en Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia y España, entre otros, pocos países han abordado la adopción del libro digital en América Latina y específicamente en Colombia, excepto por algunas métricas generales sobre la lectura o sobre la participación en la edición.

El presente estudio pretende abordar la evolución del libro digital en Colombia en el período 2018-2024, principalmente desde la perspectiva de las editoriales comerciales¹, con el objeto de identificar impactos, tendencias, desafíos y oportunidades de mercado en contexto con mediciones internacionales. De manera complementaria se tratarán indicadores comunes con otros agentes editores en la sección de los registros ISBN (editorial

-
1. Las editoriales comerciales son empresas independientes cuya actividad principal es la edición y comercialización de libros en diversos géneros y formatos, con fines de lucro, orientadas al mercado y con gestión integral de producción y distribución.

universitaria², autopublicación³, entidad privada no editorial⁴ y entidad pública⁵), lo que permite ampliar el conocimiento de la adopción del libro digital por parte de otros actores editoriales.

En la primera parte del estudio se presentan los antecedentes de uso de libro digital a través de las mediciones de lectura y la evolución de la oferta con los registros ISBN. En la sección “Estado actual” se trata el tamaño del mercado del libro mediante el indicador de los títulos registrados en ISBN y con análisis puntuales de las editoriales comerciales y universitarias para el período 2018-2024, desglosando los formatos, las tendencias y las temáticas de publicación. Seguidamente se examinan los resultados de la encuesta *Estadísticas del libro en Colombia* a través del componente de los títulos editados en formato digital según la temática de las editoriales. Esta sección finaliza con datos sobre las ventas de libros digitales por formato, temática, participación y evolución para el período de referencia. En la sección “Tendencias” se analizan el nivel, evolución, participación y propensión del libro electrónico (*e-book*) y el audiolibro en un contexto internacional, con particular atención en los modelos de negocio en coyuntura de libros digitales académicos y la evolución del precio promedio por formato y segmento. En la sección “Pronósticos” se presentan mediante varias fuentes las proyecciones de crecimiento y valor

-
2. Por *editorial universitaria* se entenderá la dependencia institucional inscrita en un claustro universitario, cuya función es editar y difundir obras académicas, científicas y culturales, no exclusivamente técnicas.
 3. La autopublicación comprende las obras editadas directamente por personas naturales, quienes asumen el rol de editores con el propósito de producir, difundir y comercializar sus contenidos sin intermediación de una editorial tradicional.
 4. Las entidades privadas no editoriales son organizaciones cuya actividad principal no es la edición, pero que publican obras en diversos géneros y formatos para difundir contenidos vinculados a sus objetivos institucionales, como formación, investigación o divulgación cultural.
 5. Las entidades públicas son organismos estatales (ministerios, alcaldías, institutos, bibliotecas, etc.) cuya actividad principal no es la edición, pero que publican obras en diversos géneros y formatos con fines de divulgación institucional, educativa o cultural, sin propósito comercial.

del mercado del libro digital, con alusión al audiolibro, para Colombia y varias regiones del mundo. Finalmente, en “Conclusiones y recomendaciones” se sugieren acciones para los diferentes agentes editores de cara a los retos y las oportunidades en el ámbito del libro digital.

1. Justificación

La evolución del libro digital, iniciada con los primeros esfuerzos de digitalización en la década de 1970, ha transformado de manera profunda la industria editorial global. En Colombia, aunque la adopción del libro digital y del audiolibro ha sido más reciente, su crecimiento se ha acelerado en los últimos años, impulsado por la expansión tecnológica, la diversificación de plataformas y los cambios en los hábitos de lectura, especialmente durante la pandemia del COVID-19. Este contexto plantea interrogantes sobre el impacto real de estos formatos en el mercado editorial nacional y su relación con las tendencias internacionales.

Este estudio resulta pertinente puesto que permite identificar las tendencias, los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores editoriales en un entorno cada vez más digital. Entre los desafíos se destaca la brecha tecnológica, mientras que las oportunidades incluyen la internacionalización de contenidos, la accesibilidad para públicos diversos y la innovación en modelos de negocio. Comprender estas dinámicas es esencial para orientar estrategias que fortalezcan la competitividad del sector editorial colombiano y eviten el rezago frente a los mercados globales. Ignorar esta transición implicaría perder capacidad de adaptación y limitar el alcance cultural y económico de la producción editorial nacional.

2. Antecedentes y evolución histórica

Los primeros indicadores registrados sobre el uso y la lectura del libro digital en Colombia se pueden vislumbrar a través de las cifras oficiales del estudio *Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y consumo de libros en Colombia* (Rey,

Melo, Venegas, Uribe y Jaramillo, 2006) frente a la pregunta: ¿Qué lee en internet? Aunque con esta se buscó indagar sobre las razones por las que se lee en línea (para buscar información en contextos académicos o laborales, para actualizarse o para mantenerse informado, etc.) y los tipos de textos que se leen (revistas, periódicos o correos electrónicos, sin incluir libros de manera específica), la duplicación de lectores en internet, que pasó del 5 % en 2000 al 11 % en 2005 (Rey, 2006) nos lleva a suponer que el 1 % por ciento de los usuarios de otros textos incluyeron el libro digital en computador como parte de sus hábitos lectores. En la década de 2010 la evolución del libro digital⁶ como formato alternativo al libro impreso se afianzó con la incursión inicial en libros de ficción, especialmente los clásicos y algunas obras literarias. En 2010 el 11,7 % de los ISBN registrados fueron en formato digital, el 30,7 % de ellos por parte de editoriales comerciales. Otro actor editorial preponderante en formato digital, como las editoriales universitarias, hacía presencia desde entonces al registrar un 41,6 % del total. En esos primeros años el libro digital fue ganando importancia, acompañado por la actividad lectora en computadores y con el gradual acceso a dispositivos electrónicos como Kindle (Amazon), Nook (Barnes & Nobles), Kobo (Rakuten), y tabletas y teléfonos inteligentes (tabla 1).

Los ISBN registrados en formato digital aumentaron a 13,3 % en 2012, dieron un salto al 23,2 % en 2014, y en 2017 ya representaban el 26,9 %. Este incremento fue liderado por las editoriales comerciales y universitarias, que en promedio representaron el 70,9 % de los ISBN en formato digital en el período 2010-2017. El restante 29,1 % fue registrado por entidades privadas no editoriales, entidades públicas, autopublicación y otros (gráfico 1).

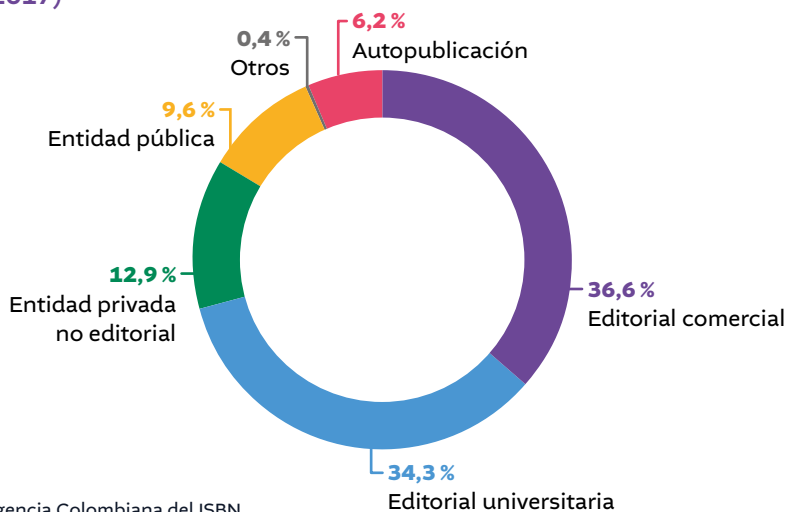
-
6. Se entiende por *libro digital* la obra editorial publicada en soporte no físico, destinada a ser consumida mediante dispositivos electrónicos (teléfonos, tabletas, lectores electrónicos, computador, reproductores mp3, etc.). Esta categoría comprende principalmente los formatos libro electrónico (*e-book*), que corresponde a la versión digital del texto para lectura en pantalla, y audiolibro, que consiste en la narración sonora del contenido para su escucha. El libro digital no constituye un formato único, sino que es el resultado de la coexistencia de estos modos de acceso al contenido.

TABLA 1. Cronología comparativa de la evolución de dispositivos para lectura digital

Año	Hito tecnológico	Tipo de dispositivo	Formato	Observaciones
1971	Proyecto Gutenberg	Computador	<i>e-book</i>	Primer esfuerzo por digitalizar libros
1998	Rocket eBook	Lector dedicado	<i>e-book</i>	Primer <i>e-reader</i> comercialmente exitoso
1999	Audible Player	Reproductor portátil	Audiolibro	Primer dispositivo específico para audiolibros
2004	Sony Librie	Lector con e-Ink	<i>e-book</i>	Primera pantalla de tinta electrónica
2006	Sony PRS-500	Lector dedicado	<i>e-book</i>	Expansión fuera de Japón
2007	Kindle Amazon	Lector dedicado	<i>e-book</i>	Masificación del libro digital
2009	Nook Barnes & Noble	Lector dedicado	<i>e-book</i>	Competencia directa del Kindle
2010	Teléfonos inteligentes y tabletas	Dispositivo multifunción	<i>e-book/</i> audiolibro	Lectura y escucha mediante aplicaciones (Kindle, Audible)
2020	Altavoces inteligentes	Dispositivo conectado	Audiolibro	Integración con asistentes de voz y <i>streaming</i>

Fuente: elaboración propia con base en información histórica de fabricantes y reportes sectoriales.

GRÁFICO 1. Distribución de los ISBN colombianos en formato digital (2010-2017)



Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

En 2012, frente a la pregunta sobre el acceso a libros en los últimos doce meses, el 7,8 % de la población de 12 y más años manifestó que los descarga de forma gratuita por internet; solo el 2,1 % afirmó que los compra en línea. Respecto a las actividades realizadas en los últimos tres meses en internet, la población dedicó mayor proporción a la búsqueda, descarga o lectura de libros; en el rango de 12 a 25 años el porcentaje fue de 22,6 %, en el rango de 26 a 40 años fue de 23,4 % y en el rango de 41 a 64 años, de un 23,6 % (Castro et al., 2013).

En 2014 se consideró indispensable indagar con mayor detalle sobre la lectura de libros digitales. Con este fin, en la *Encuesta de Consumo Cultural* del DANE se introdujeron preguntas orientadas a conocer en detalle cuántos de los libros estaban en soportes electrónicos, los tipos de dispositivos electrónicos utilizados, el promedio de libros digitales leídos, entre otros. Para entonces, el 14,8 % de la población de 12 años en adelante leía libros digitales, dato que se representa en una cifra de 9,4 millones de libros, un promedio de 4,2 por persona lectora en medios electrónicos. El acceso al libro de forma gratuita por internet aumentó del 7,8 % en 2012 al 12,6 % de la población en 2014. El 1,6 % de las personas de 12 años en adelante leyó en dispositivos especializados

para libros digitales y el 16,6 % afirmó leer libros en alguno de tipo electrónico (computador, tableta, celular y lector de libros electrónicos) (DANE, 2014).

En 2017 la Encuesta Nacional de Lectura (ENLEC) confirmó la tendencia de la población hacia la lectura de libros digitales. El 19,8 % de la población de 12 años en adelante leía libros digitales (total o parcialmente), con un total de 23 millones de libros, lo que representó un promedio de 5,8 libros por persona lectora en medios electrónicos. El 2,6 % de la población mayor de 12 años leyó en lectores dedicados a libros digitales y el 2,8 % utilizó un soporte de audio para la lectura digital (DANE, 2017) (gráfico 2).

GRÁFICO 2. Evolución de la lectura digital en Colombia (2014, 2017, 2022)

Año	Población lectora de libros digitales	Población lectora en soporte dedicado e-book	Población lectora en soporte audio
2014	14,8 %	1,6 %	No disponible
2017	19,8 %	2,6 %	2,8 %
2022	45,0 %	13,0 %	25,6 %

Fuente: Fundalectura (2013); DANE -ECC (2014), ENL (2017); CCL- Hábitos de lectura (2023).

Población análisis: 2014/2017: población > 12 años - 2022, población > 18 años.

Para finales de la década, el *e-book* ratificó el impulso de los desarrollos e innovaciones tecnológicas de los teléfonos inteligentes, las tabletas y los lectores electrónicos, impulsando el acceso al contenido de las publicaciones hechas por las editoriales tradicionales. Esto se sumó a la consolidación de las plataformas de autopublicación, que posibilitaron la llegada de numerosas obras autoeditadas y el afianzamiento del formato audiolibro. En la década de 2020, la eventualidad de confinamiento generada por la pandemia del COVID-19 alteró las formas tradicionales de acceso al libro debido al cierre de librerías, bibliotecas y centros educativos, la cancelación de eventos literarios y la virtualización de las ferias y festivales del libro, entre otros hechos que, a

nivel global, impulsaron alternativas de acceso a las obras científicas y literarias. El libro digital se fortaleció como alternativa durante la pandemia, sumado al avance tecnológico de las plataformas digitales de distribución y lectura en línea. En esos años se reforzaron, además de la digitalización de obras de ficción y no ficción, los libros para la educación y el libro técnico-científico. Una muestra de ello está en el 45 % de la población mayor de 18 años que en 2022 afirmó leer en formato digital o híbrido; de esta, un 74 % lo hizo en teléfonos inteligentes, el 44 % en computadores, un 13% en tabletas y el 13 % restante en lectores especializados de *e-books* (Cámara Colombiana del Libro, 2023b).

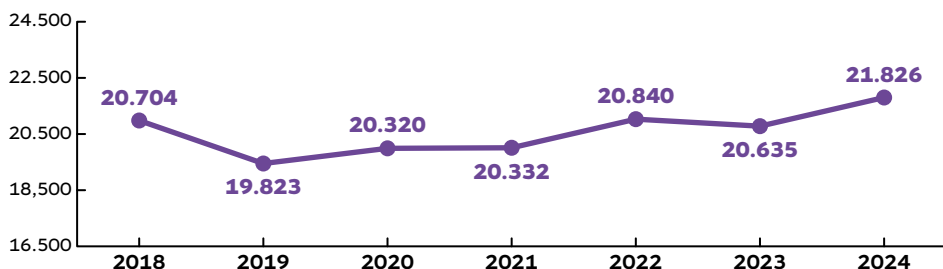
3. Estado actual

El mercado editorial colombiano muestra una transición sostenida hacia formatos digitales, al punto que la paridad frente al libro impreso ya se puede considerar relativamente alta en cuanto a registros ISBN. Entre 2018 y 2024 los ISBN en formato digital incrementaron su participación, consolidando a las editoriales comerciales y universitarias como los principales agentes editores, con el 70 % de los registros digitales en 2024. Este comportamiento refleja una estrategia orientada a diversificar la oferta y responder a los cambios en los hábitos de consumo.

3.1 Evolución de los ISBN por agente editor

En el período 2018-2024 los ISBN registrados anualmente aumentaron en promedio un 0,9 %, pasando de 20.704 títulos en 2018 a 21.826 en 2024. El primer año de la serie se aparta de los subsiguientes debido a la influencia atípica del registro de 1000 ISBN digitales solicitados por una caja de compensación. Con esta salvedad, es notoria la progresión gradual pero constante, con excepción de la contracción en un 1,0 % en 2023 y el salto de 5,8 % en 2024. Los dos años de la pandemia implicaron una ralentización del 1,3 % en la variación promedio anual. A partir del 2022 se reactivaron los ISBN con una variación promedio anual de 2,3 % (gráfico 3).

GRÁFICO 3. Total de ISBN registrados en Colombia (2018-2024)



Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

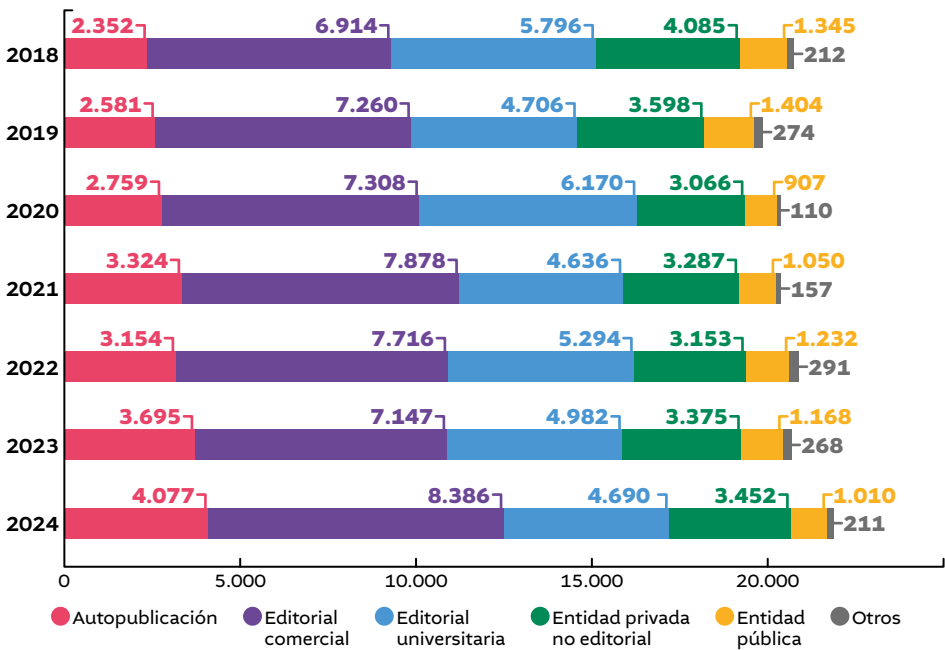
Del total de ISBN registrados, un poco más de la tercera parte (36,4 %) fueron inscritos por las editoriales comerciales, seguido en un 25,1 % por las editoriales universitarias. Le siguen las entidades privadas no editoriales con un 16,6 %, la autopublicación con el 15,2 %, las entidades públicas con un 5,6 % y otros agentes editores con el restante 1,1 % (gráfico 4).

Las fluctuaciones han sido diversas según el agente editor, con un destacado crecimiento promedio anual de las editoriales comerciales (3,3 %), que pasaron de 6.914 ISBN en 2018 a 8.386 en 2024. El primer año de pandemia trajo consigo una desaceleración del 0,7 %, que recuperó en 2021 con un crecimiento del 7,8 %. Sin embargo, en los dos años siguientes la progresión fue negativa y solamente en 2024 alcanzó un número relativamente alto de ISBN. Por su parte, las editoriales universitarias se contrajeron en un promedio anual de -3,5 %, pasando de 5.796 títulos en 2018 a 4.690 en 2024. Después de 2020 las editoriales universitarias desaceleraron los registros ISBN, llegando al segundo valor más bajo en 2024 (gráfico 5).

3.2 Evolución de los ISBN por formato

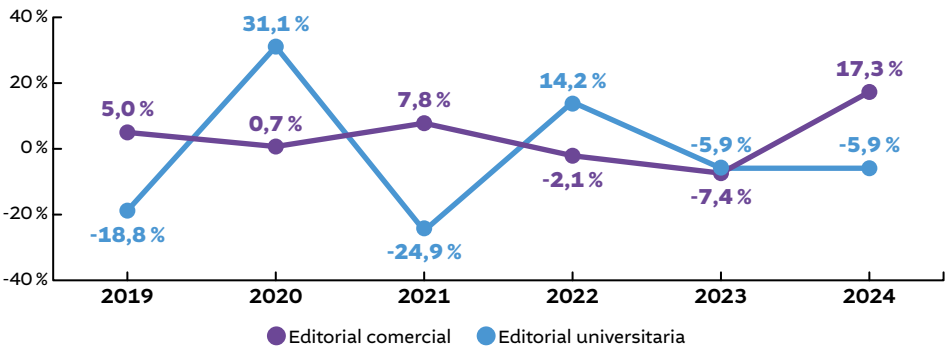
La evolución tecnológica ha sido determinante en la adopción del libro digital. Desde los primeros prototipos mecánicos y esfuerzos de digitalización en la década de 1970, el desarrollo de dispositivos como el PocketBook, BOOX, BQ y Amazon Kindle marcó hitos en la masificación del formato *e-book*.

GRÁFICO 4. Participación porcentual de los ISBN colombianos por agente editor (2018-2024)



Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

GRÁFICO 5. Variación porcentual de los ISBN colombianos por las editoriales comerciales y universitarias (2018-2024)

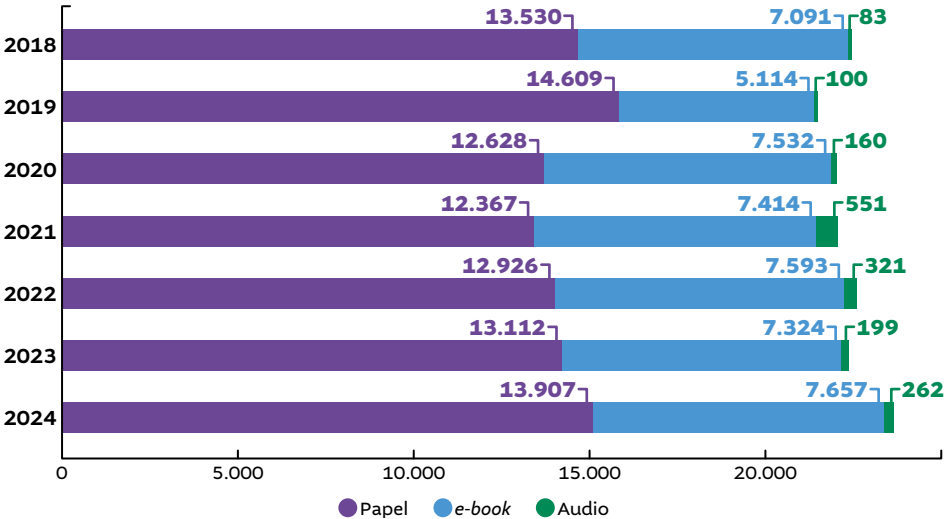


Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

La entrada de Kobo consolidó la competencia global y amplió la oferta para los lectores (*Kobo y La Trayectoria Hacia Kobo Plus: La Expansión de La Lectura Digital En Español*, n.d.). Es de destacar que las novedades avanzaron con la aparición de la tinta electrónica, el desarrollo de pantallas que ofrecen mejor resolución y buen brillo, y que facilitaron o incorporaron diccionarios en línea o enlaces web en algunos contenidos del texto. De manera paralela, el audiolibro evolucionó desde grabaciones en fonógrafo, casetes y discos compactos hasta plataformas digitales y aplicaciones móviles, impulsadas por la popularización de teléfonos inteligentes y tabletas. Hoy, la integración con altavoces inteligentes y servicios de *streaming* están a la orden del día.

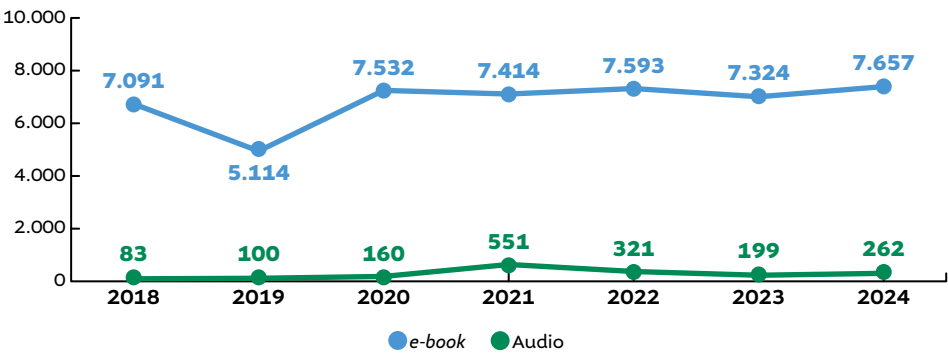
Como resultado de estas evoluciones, conversiones y acogidas editoriales, observamos que una tercera parte de los ISBN registrados se han hecho en formato digital, pasando de representar el 34,7 % en 2018, con un pico de participación del 39,2 % en 2021 hasta un 36,3 % en 2024. Esto quiere decir que se pasó de 7.174 ISBN digitales en 2018 a 7.919 en 2024, con un crecimiento promedio anual del 1,7 %, superior al crecimiento promedio del 0,5 % de ISBN en papel (gráficos 6 y 7).

GRÁFICO 6. Total de ISBN colombianos por formato (2018-2024)



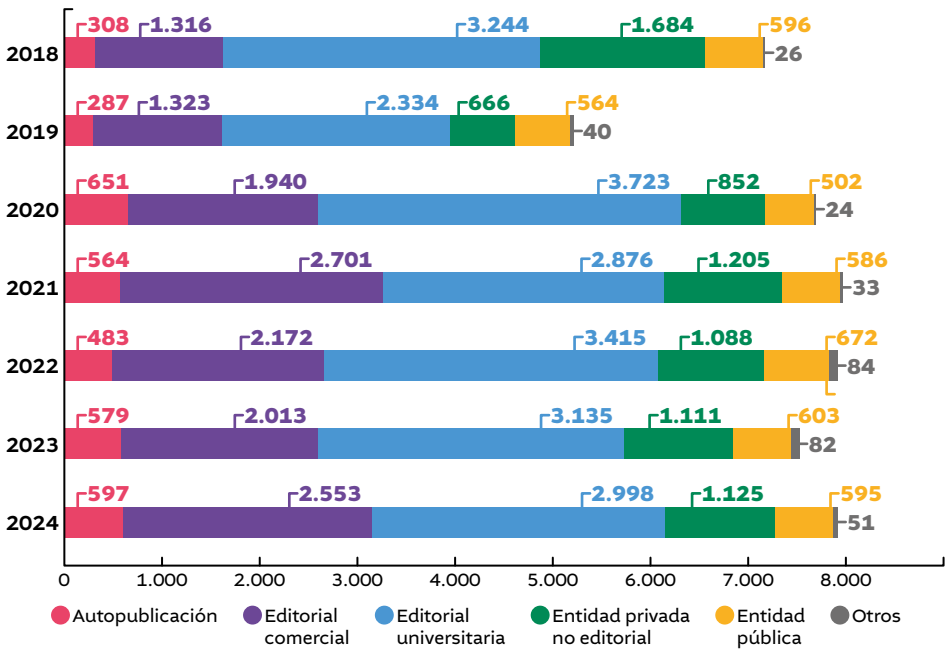
Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

GRÁFICO 7. Número de ISBN colombianos en formato e-book y audio (2018-2024)



Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

GRÁFICO 8. Distribución porcentual de los ISBN colombianos en formato digital según agente editor (2018-2024)



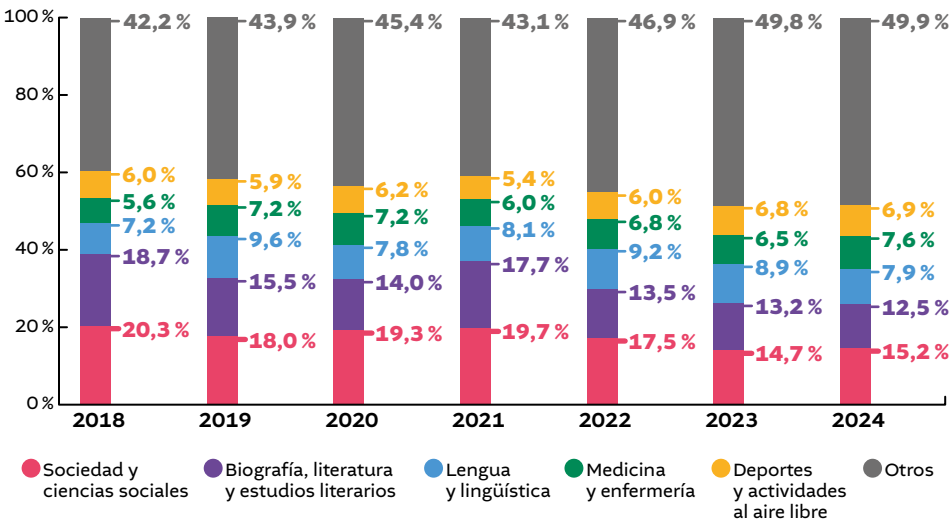
Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

De los dos formatos del libro digital, el *e-book* predomina con el 35,1 % de los ISBN, frente al 1,2 % de los audiolibros en 2024. Aunque la coexistencia entre los dos formatos no es fuerte, sí refleja un ecosistema digital en marcha por consolidar respecto a los hábitos de lectura y escucha, y un mayor acceso y diversidad en cuanto a los contenidos.

Las editoriales universitarias lideran los ISBN digitales con el 37,9 % del total de títulos en 2024, seguidas por las editoriales comerciales con un 32,2 %, como el segundo mejor registro de participación desde 2018. Las entidades privadas no editoriales son otro actor conocido en cuanto al formato digital (14,2 %) (gráfico 8).

Las temáticas de publicación más frecuentes en formato digital de las editoriales comerciales son sociedad y ciencias sociales (15,2 %), biografía, literatura y estudios literarios (12,5 %), lengua y lingüística (7,9 %), medicina y enfermería (7,6 %), y deportes y actividades al aire libre (9,9 %). Estas cinco áreas temáticas representan el 50,1 % de los ISBN digitales registrados en 2024 (gráfico 9).

GRÁFICO 9. Distribución porcentual de las temáticas de *e-book* de las editoriales comerciales registradas en los ISBN colombianos (2018-2024)

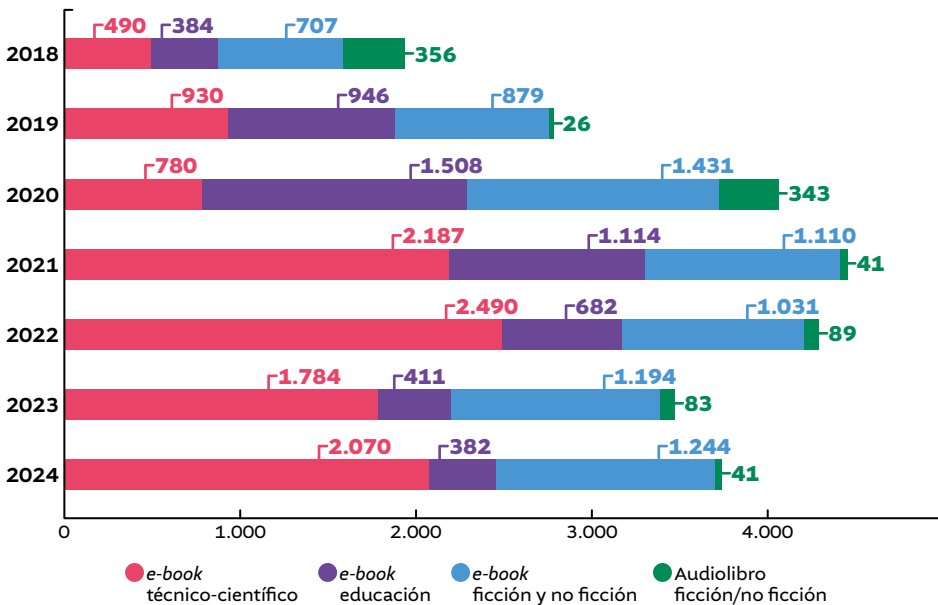


Fuente: Agencia Colombiana del ISBN.

3.3 Edición del libro digital

Entre 2018 y 2024 los títulos digitales estuvieron cerca de duplicarse al pasar de 1.937 en 2018 a 3.740 en 2024 (variación promedio anual del 11,6 %), con un pico en 2021 (4.461 títulos) y un posterior ajuste hasta 2023 (3.477 títulos), seguido de un rebote en 2024 (3.740 títulos). La composición cambió de forma marcada hacia el *e-book* técnico-científico, que en 2024 concentró el 55 % de los títulos, mientras el segmento educación perdió peso y los audiolibros quedaron marginados. La descomposición anual muestra que el salto de 2020 se debió al *e-book* educativo y de ficción; el crecimiento de 2021 se explica casi por completo por el *e-book* técnico-científico, y la contracción de 2023 fue arrastrada por caídas en los *e-book* técnico-científicos y de educación. En suma, el ecosistema digital se reconfiguró y hoy descansa en una oferta técnico científica más concentrada (gráfico 10).

GRÁFICO 10. Número de títulos del libro digital según temática en las editoriales comerciales (2018-2024)

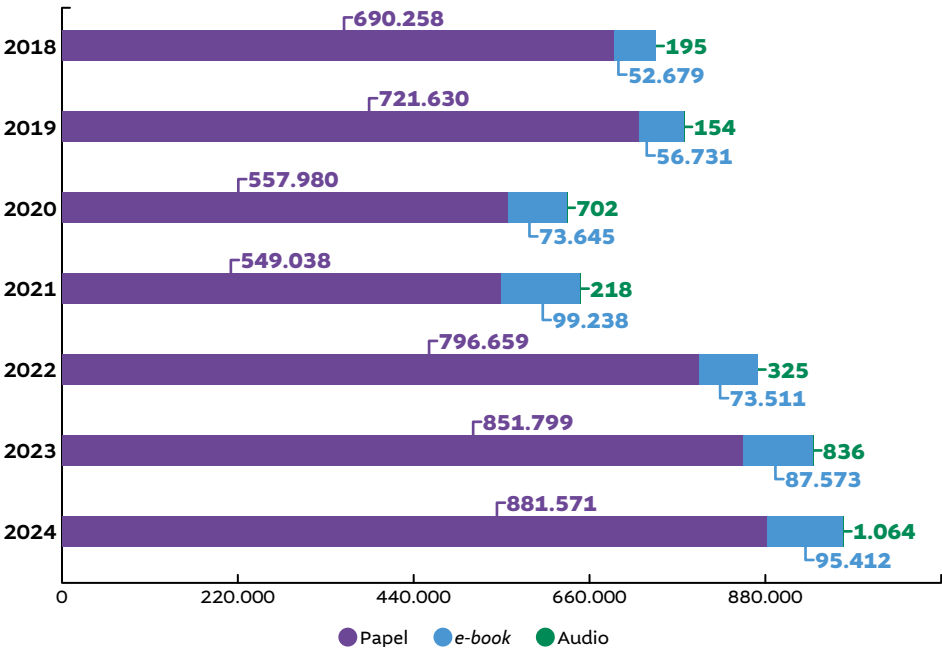


Fuente: Estadísticas del Libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro.

3.4 Ventas de libro digital

Los avances del libro digital son significativos en los crecimientos de los ISBN, especialmente de las editoriales comerciales y universitarias, que concentran el 70 % del total. En ventas⁷, el sector editorial comercial registra crecimientos destacados, promediando variaciones anuales de 10,5 % al pasar de 52.874 millones de pesos en 2018 a 96.477 en 2024. Estas cifras, aunque marginales al representar solamente el 9,9 % del total en 2024, revelan una tendencia hacia la adaptación al formato digital por parte de estas editoriales (gráficos 11 y 12).

GRÁFICO 11. Ventas netas del libro según formato papel y digital (2018-2024)

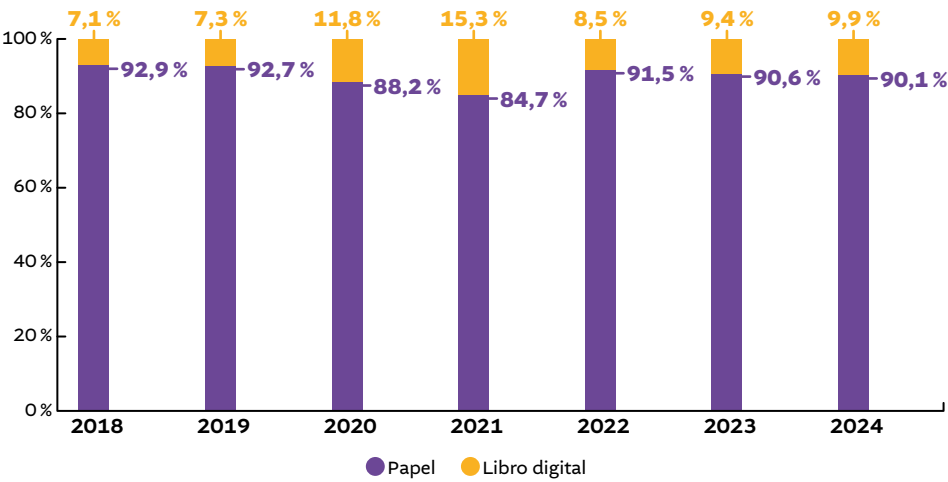


Fuente: Estadísticas del Libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro.

Nota gráfico 11: No se incluyen los ingresos de otros modelos de negocio ni ingresos por derechos de autor.

7. Las ventas referenciadas son las reportadas por libros digitales (en cualquier formato) en la encuesta *Estadísticas del libro en Colombia*. Se excluyen los ingresos por venta de derechos de autor, y otros modelos de negocio.

GRÁFICO 12. Participación porcentual de las ventas del libro digital (2018-2024)



Fuente: Estadísticas del Libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro.

En el caso de las editoriales universitarias la participación del libro digital es ligeramente superior, con una cuota de 10,7 % en 2022 (1.076 millones de pesos) en sus ventas totales. El libro técnico-científico representa el 88,4 % de las ventas del libro digital, y ficción/no ficción, el restante 11,6 % (Cámara Colombiana del Libro, 2023a).

El mercado del libro digital está altamente concentrado en contenidos técnicos-científicos y educativos (93,2 %), mientras que el consumo B2C⁸ típico (ficción/no ficción y religioso) es aún marginal en valor de ventas, aunque con ritmos de crecimiento altos.

El libro técnico-científico destaca en valor de ventas al representar 62,2 % de las ventas totales de libros digitales, con 59.962 millones de pesos en

-
8. B2C (Business to Consumer): se refiere a las transacciones comerciales en las que una empresa vende productos o servicios de manera directa al consumidor final. Un ejemplo en el sector editorial es la venta de libros digitales (libros electrónicos y audiolibros) a través de plataformas como Amazon Kindle, Audible, Kobo y Storytel.

2024 y un crecimiento promedio anual de 10,2 % desde 2018. Los libros para la educación ocupan el segundo lugar en importancia al ascender a 29.943 millones de pesos en 2024, representando 31,0 % de las ventas totales en dicho año y un crecimiento promedio anual del 10,0 % desde 2018. En tercer lugar se ubican los libros de ficción/no ficción, con valor de ventas de 6.294 millones de pesos en 2024, un crecimiento promedio anual de 17,9 % desde 2018 y una participación en las ventas totales de libros digitales del 6,5 % en 2024. Por último, los libros religiosos digitales alcanzaron ventas por 278 millones de pesos en 2024, contribuyendo con un 0,3 % y un crecimiento promedio anual de 43,4 % desde 2018.

Los libros técnicos-científicos y de educación explican el 90,4 % del crecimiento absoluto del mercado digital para el período 2018-2024. Por su parte, aunque los libros ficción/no ficción y religioso han incrementado su crecimiento, sus valores de ventas aún son pequeños.

Respecto al libro técnico-científico y de educación predomina el *e-book* (PDF/EPUB, licencias multiusuario, lectura en pantalla y descarga controlada), mientras el audiolibro suele ser marginal (excepto en algunos manuales, idiomas y resúmenes). En los libros de ficción/no ficción y religioso se encuentra mayor empuje del audiolibro por sus contenidos de narrativa, espiritualidad y ensayo divulgativo, sin desconocer la influencia del *e-book*.

4. Tendencias

Para el mercado hispanohablante el referente del castellano es España, cuya intensidad de producción digital (participación del libro digital sobre todos los títulos editados) es de un 31,7 %. En ese país, los 27.784 títulos digitales de 2024 se enmarcan en 87.542 títulos totales (Federación de Gremios de Editores de España, 2025). En Colombia, los 3.740 títulos digitales (*e-book* y audiolibro) sobre los 16.396 de las editoriales comerciales implican una cuota de participación del 22,5 %.

En ventas, la facturación del libro electrónico pasó de 144,1 millones de euros en 2023 a 165,6 millones en 2024, lo que supone un crecimiento anual

del 14,9 %. En 2024 el *e-book* aportó el 5,5 % de la facturación total del sector editorial (3.037,5 millones de euros), mientras que el audiolibro, con 9,4 millones, elevó la participación digital a un 5,8 %. Aunque el peso del libro digital sigue siendo reducido, el *e-book* mostró un dinamismo superior al promedio del mercado, contribuyendo con 0,75 puntos porcentuales al crecimiento total del año (6,3 %) (Federación de Gremios de Editores de España, 2025).

En Colombia la facturación del *e-book* alcanzó 95.412 millones de pesos en 2024, tras crecer un 9,0 % frente a 2023. El audiolibro, aunque con una base pequeña (1.064 millones de pesos), alcanzó el 27,3 % en 2024. En conjunto, el libro digital (*e-book* + audio) representó el 9,9 % de las ventas totales del sector (978.048 millones de pesos), una proporción superior a la española. El digital aportó 0,86 puntos porcentuales al crecimiento del 2024 (4.0 %⁹) (Cámara Colombiana del Libro, 2025).

El informe anual del libro digital 2024¹⁰ (De Marque, 2025) destaca el crecimiento en un 6,0 % para el libro digital en lengua castellana en todo el mundo, y en un 5,0 % en España respecto a 2023, excluyendo el libro de texto-académico. Según estimaciones de la compañía, el mercado del libro digital global en castellano fue de 129 millones de euros en 2024, de los cuales 71 millones corresponden a España (55,0 %), 15 millones a México (11,6 %), 7 millones a Estados Unidos (5,5 %), 1,9 millones a Colombia (1,5 %) y 34,1 millones de euros al resto del mundo (26,4 %). Las plataformas internacionales en línea (Amazon, Apple, Google, etc.) alcanzaron una cuota del 79,0 % del mercado, y las librerías y plataformas independientes (Casa del Libro, FNAC, Gandhi, Porrúa, Sanborns, Buscalibre, Crisol, Bajalibros, etc.), el 9,0 %. Les siguen los préstamos digitales en bibliotecas con un 6,0 % y el restante 6,0 % corresponde a otros canales (gráfico 13).

-
9. Se excluyen los ingresos por otros modelos de negocio y por derechos de autor.
 10. Empresa de distribución internacional de libros digitales de consorcios editoriales y de préstamo digital en bibliotecas con presencia en Canadá, Europa y, recientemente, en el norte de África. Con corte a 2024, disponía de 189.800 títulos en lenguas castellana y las cooficiales de España.

GRÁFICO 13. Mercado del libro en castellano 2024



Global

Valor total: 129 millones de €
Crecimiento: 6,0 %



España

Valor total: 71 millones de €
Participación: 55,0 %
Crecimiento: 5,0 %



México

Valor total: 15 millones de €
Participación: 11,6 %
Crecimiento: 10,0 %



Estados Unidos

Valor total: 7 millones de €
Participación: 5,5 %
Crecimiento: 13,0 %



Colombia

Valor total: 1,9 millones de €
Participación: 1,5 %
Crecimiento: 13,0 %



Resto del mundo

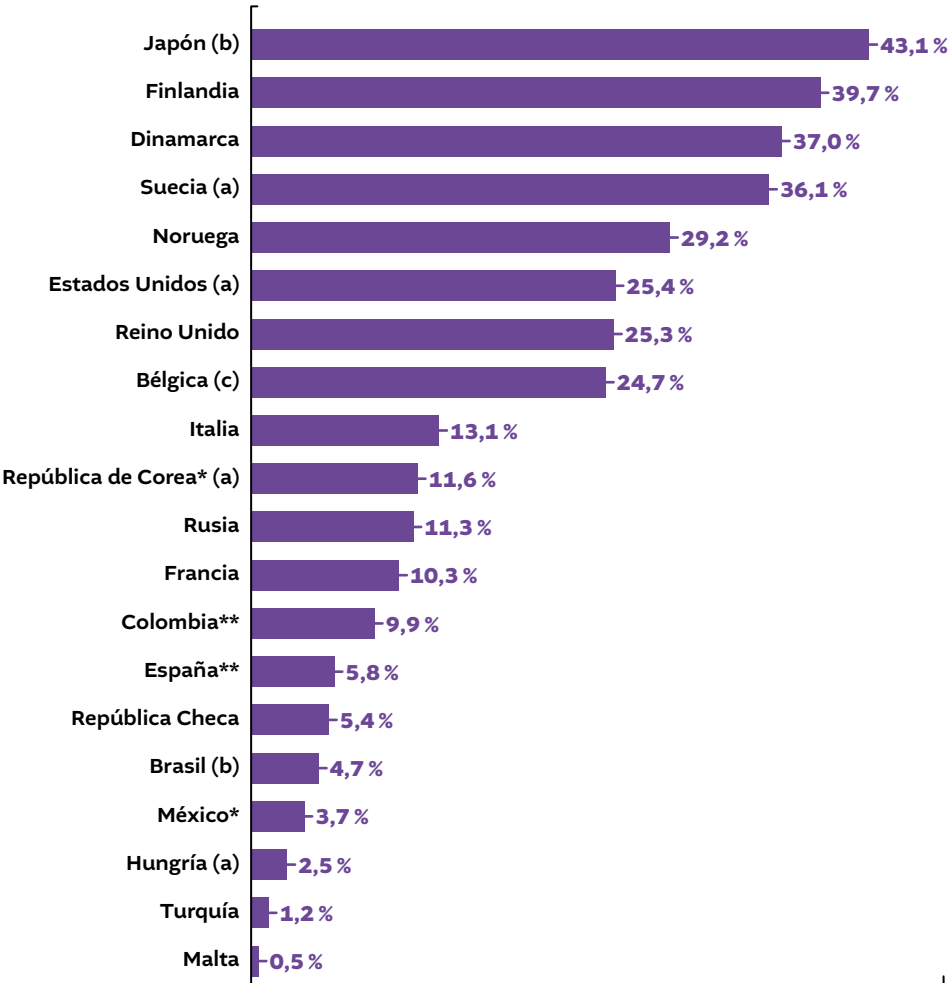
Valor total: 34,1 millones de €
Participación: 26,4 %

Fuente: De Marque, 2025

A nivel internacional, la intensidad digital —medida como la participación del *e-book* y el audiolibro en las ventas totales— demuestra elevados contrastes. Mientras países como Japón (43,1 %) y los nórdicos (Finlandia con el 39,7 %, Dinamarca con un 37,0 % y Suecia con el 36,1 %) exhiben ecosistemas digitales consolidados por la alta penetración tecnológica, hábitos de lectura en dispositivos y modelos de negocio robustos (suscripción, *streaming*), mercados como Estados Unidos (25,4 %) y Reino Unido (25,3 %) se sitúan en un rango intermedio, con el predominio del formato papel. En contraste, América Latina (México con el 3,7 %, Brasil con un 4,7 % y Colombia con el 9,9 %) y España (5,8 %) muestran una baja penetración digital, lo que evidencia una brecha estructural frente a las regiones tecnológicamente avanzadas, lo cual hace urgente la gestión de políticas de estímulo (infraestructura, precios, plataformas) para cerrar o, al menos, reducir al máximo la brecha digital.

Estas diferencias sugieren que la transición hacia el libro digital es desigual y depende tanto de factores tecnológicos como de modelos de negocio y hábitos culturales (Property, 2023) (gráfico 14).

GRÁFICO 14. Participación de las ventas del libro digital 2022



a) Sector comercial únicamente | b) Sector educativo únicamente | c) Región francófona

* Datos del 2021 | ** Datos del 2024 | **Fuente:** Base de datos estadísticos de la OMPI y Federación de Editores Europeos (FEP), noviembre de 2023.

4.1 Audiolibro

De manera gradual, el audiolibro en Colombia ha ido ganando importancia en el segmento digital. Las ventas en 2018 pasaron de 195 millones de pesos a 1.064 en 2024, lo que evidencia un crecimiento promedio anual del 32,6 % en ese período. En la porción del libro digital, la participación en las ventas pasó de 0,5 % en 2018 a un 2,5 % en 2024, lo que indica un mayor dinamismo que el *e-book* (crecimiento promedio anual del 11,2 %), sin desconocer que el peso del audiolibro sigue siendo reducido. Las recientes tendencias muestran una transición exitosa en ventas del libro en audio del soporte físico (CD, USB, etc.) al digital, comercializado fundamentalmente por plataformas de suscripción (Audible, Amazon, Apple Books, Google Play Book, Spotify Audiobooks, Storytel y Kobo Audiobooks).

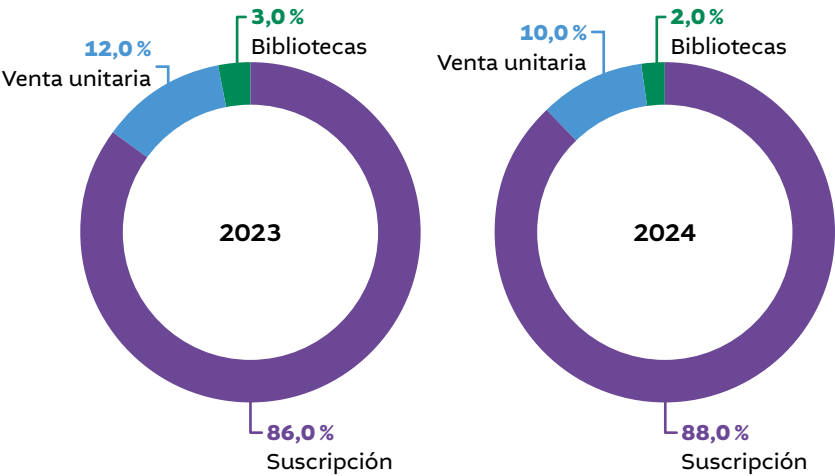
En Estados Unidos el audio digital impulsa el segmento digital e incluso consolida su primacía sobre el *e-book*. Los datos del informe AAP StatShot (AAP, s. f.) muestran que el audio digital alcanzó en 2024 el 11,3 % del total de las ventas del mercado estadounidense, superando al *e-book* (10,8 %). En términos de ingresos, el audio digital creció un 23,8 % en 2024 con respecto a 2023, alcanzando los 1.100 millones de dólares. En contraste, el audio físico siguió en retirada, con -37,4 % en 2024 y -57,9 % en diciembre de 2024, confirmando la migración hacia el consumo digital.

En 2024 el mercado global del audiolibro consolidó su posición como uno de los segmentos más dinámicos del ecosistema editorial digital. Según el informe Bookwire¹¹ (Bookwire, 2025) los ingresos del audiolibro en español crecieron un 37,8 %, impulsados por la expansión del catálogo (24.120 títulos) y la hegemonía del modelo de suscripción, que concentra el 88 % de las ventas. España lidera la cuota del mercado con el 57 % del negocio, seguida

11. Bookwire es una empresa internacional que reúne y distribuye de manera exclusiva más de 1.500 sellos editoriales de España, México y América Latina, para un total de 192.000 títulos, de los cuales 174.000 son *e-book* y 18.000 son audiolibros en idioma castellano, tanto de editoriales independientes como de los principales grupos editoriales en español (Grupo Planeta, Penguin Random House y HarperCollins Ibérica).

por Estados Unidos (27 %) y México (9 %), mientras América Latina muestra un crecimiento sostenido (25 %) (gráfico 15).

GRÁFICO 15. Distribución del mercado del audiolibro en castellano por modelos de negocio 2023-2024



Fuente: Bookwire, informe 2024.

De Marque cuenta con un catálogo de 20.160 audiolibros en castellano y en las lenguas cooficiales de España, registrando un crecimiento del 40,0 % en 2024. El modelo de negocio preponderante es la suscripción, con una participación del 80,0 %, seguida por la venta unitaria y el préstamo bibliotecario, que aumentó a 16,0 % en 2024.

A nivel mundial, el informe de Grand View Research¹² (2025) señala que el mercado del audiolibro alcanzó los 8.700 millones de dólares, destacando a América del Norte como la región de mayores ingresos (44 %), y Europa y Asia como regiones emergentes. El mercado europeo de audiolibros se estimó en 2.510 millones de dólares en 2024. Según Nielsen BookScan las ventas de

12. Grand View Research es una empresa de investigación de mercado y consultoría con sede en India y Estados Unidos.

audiolibros en Europa crecieron un 19 % en 2023 respecto a 2022, destacando al Reino Unido, Alemania y Francia como los principales mercados en volumen e ingresos, facilitado por el uso de teléfonos inteligentes, altavoces inteligentes y suscripciones a plataformas (Market Data Forecast, 2025)¹³. Esta tendencia confirma la fuerte migración del audiolibro hacia la distribución digital y el *streaming*, dejando atrás los formatos físicos y consolidando plataformas como Audible, Storytel y Spotify, entre otras, como actores clave.

4.2 Libros digitales académicos

La encuesta *Estadísticas del libro en Colombia 2024* mostró que el 93,2 % de las ventas de libros digitales se concentra en contenidos técnico-científicos y educativos. Por esto se comentarán de manera breve los cambios de los modelos de negocio respecto a los materiales académicos.

En las monografías técnico científicas el modelo predominante es híbrido, aunque con clara preferencia de los bibliotecarios con restricciones presupuestarias por EBA¹⁴, pues les permite manejar eficientemente la relación costo/uso del catálogo con ventajas de uso perpetuo, y pone de manifiesto el retroceso de los modelos DDA¹⁵ dada su complejidad en el manejo operativo de seguimiento de las compras (Bergstrom & Skinner, 2025). En 2025 uno de los proveedores globales de servicios de información, Clarivate, anunciaba la adopción del modelo de suscripción para el acceso académico, eliminando gradualmente las compras perpetuas únicas de colecciones digitales y libros

-
13. Market Data Forecast es una empresa que trabaja en las áreas de investigación de mercado, inteligencia empresarial y consultoría.
 14. EBA (Evidence-Based Acquisition): la biblioteca accede a un catálogo amplio de títulos digitales durante un período determinado (por ejemplo, 12 meses) y al final selecciona los títulos que desea adquirir de forma permanente, en función del uso real registrado. Este modelo combina acceso temporal con compra selectiva, optimizando el gasto según la demanda efectiva.
 15. DDA (Demand-Driven Acquisition): los títulos digitales están disponibles para los usuarios, pero la biblioteca solo paga cuando se produce una acción significativa (lectura, descarga, préstamo). Es un modelo reactivo que permite ajustar la colección a las preferencias reales de los usuarios.

para bibliotecas, reforzando el pedido creciente de los bibliotecarios por licencias estables.

Respecto al libro educativo, los programas IA/EA¹⁶ integrados a los Sistemas de Administración del Aprendizaje (LMS)¹⁷ consolidan el acceso desde el primer día con la suscripción estudiantil. El Informe Anual de Materiales Didácticos de VitalSource mostró los LMS como punto de venta importante de libros digitales por los estudiantes al crecer 22,9 % en 2024, participando con cerca de una cuarta parte de las ventas. Según el informe, los estudiantes tienen 2,5 veces más probabilidades de comprar materiales digitales dentro de la plataforma de aprendizaje, en comparación con una versión física. En la actualidad 538 editoriales participan en dichos programas, frente a las 62 editoriales de hace cinco años (VitalSource, 2025).

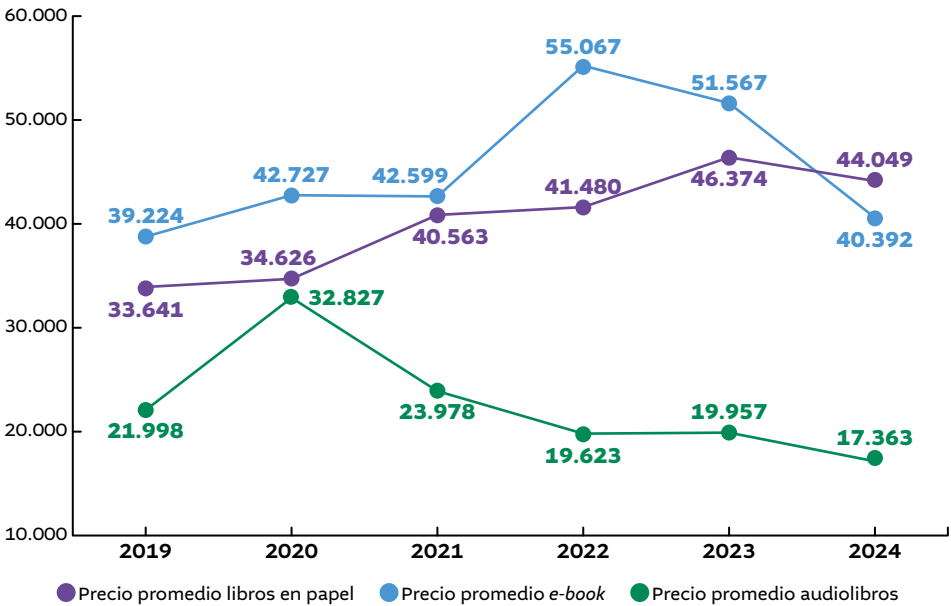
4.3 Precios promedio por formato y segmento

Los precios promedio para *e-book* y papel muestran un crecimiento sostenido a lo largo del período 2018–2023, reflejando ajustes inflacionarios y cambios en la estructura de costos (papel). Sin embargo, en 2024 se observa una caída significativa en ambos formatos, lo que podría asociarse a estrategias de mercado orientadas a mantener la competitividad, como pueden ser los descuentos por volumen en papel o campañas promocionales de *e-book*. El audiolibro, por su parte, presenta una tendencia descendente desde 2021, probablemente vinculada a la consolidación de las plataformas digitales con modelos de suscripción o acceso ilimitado, que reducen el precio unitario por ejemplar. Por segmentos, educación mantiene precios bajos en varios formatos,

-
16. IA/EA (Immediate Access/Express Access): permiten al usuario acceder al contenido digital de forma instantánea, sin necesidad de reserva ni espera. Se utilizan en plataformas de *streaming* o bibliotecas con licencias simultáneas. En algunos casos implican costos adicionales por acceso prioritario.
 17. Learning Management Systems: aplicación de *software* o tecnología web utilizada para planificar, implementar y evaluar un proceso de aprendizaje específico. Proporciona al instructor una forma de crear y ofrecer contenido, supervisar la participación de los estudiantes y evaluar su rendimiento.

destacando que el papel puede reflejar economías de escala y políticas de precios más accesibles, especialmente por las editoriales de volumen. Ficción/ no ficción muestra una mayor diferencia de precios del papel respecto al *e-book* y el audiolibro. Los libros religiosos se ubican en niveles bajos por economías de escala (por ejemplo, la producción masiva de biblias), la estabilidad de los títulos (textos clásicos), los formatos estándar y la distribución por canales de venta directos. El libro técnico-científico mantiene precios relativamente altos en *e-book* y papel, reflejando su contenido especializado, tiradas reducidas, actualizaciones frecuentes y procesos de producción complejos (diagramación, diseño, tablas, gráficos, fórmulas, entre otros) para un nicho —en ocasiones reducido— de académicos-profesionales donde prima la especialización (gráfico 16 y tabla 2).

GRÁFICO 16. Precio promedio por formato 2019-2024



Fuente: *Estadísticas del Libro en Colombia*. Cámara Colombiana del Libro.

TABLA 2. Comparativa de precios promedio por formato y segmento 2024

Segmento	Impreso	e-book	Audio
Educación	30.096	38.605	N/D
Técnico-científico	71.296	66.852	N/D
Ficción/no ficción/infantil/juvenil	41.150	29.021	17.886
Religioso	29.085	13.307	N/D

Fuente: *Estadísticas del Libro en Colombia*. Cámara Colombiana del Libro. | **N/D:** Sin datos

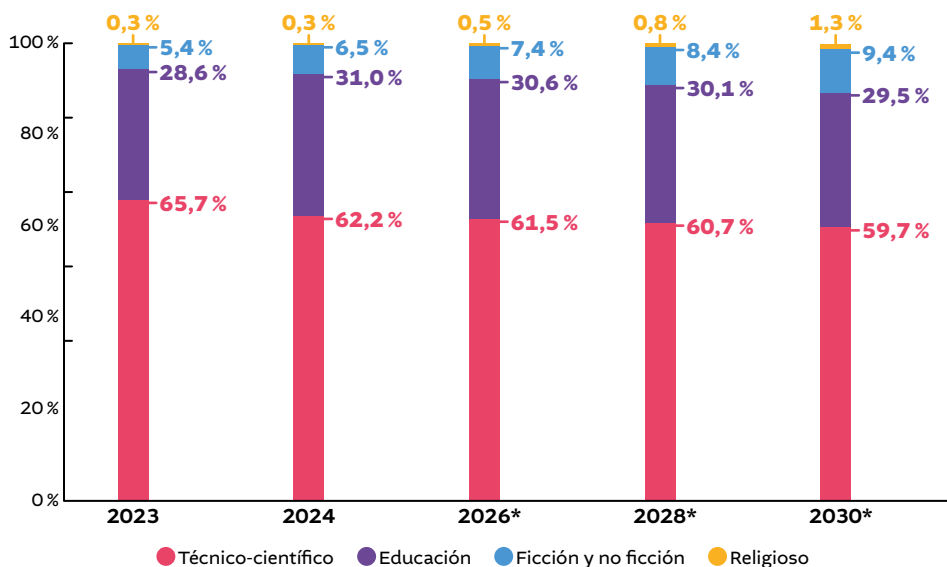
5. Pronósticos

Con una tasa de crecimiento promedio anual del libro digital en Colombia de 11,3 % en el período 2018-2024, y manteniendo un escenario moderado, sin *shocks* ni cambios abruptos de modelo, se pueden estimar ventas de 179.388 millones de pesos para 2030, en las cuales el libro técnico-científico conserva la primacía con un 59,7 % del total, aunque pierde peso relativo (62,2 % en 2024) por crecimientos más rápidos en ficción/no ficción y religioso; educación representaría el 29,5 %, ficción/no ficción un 9,4 % y religioso el 1,3 % del total (gráfico 18).

A nivel global el reporte de Business Research Insights sobre el mercado del libro digital lo estima en 40.990 millones de dólares a 2033, con un crecimiento promedio anual del 6,1 % desde los 25.280 millones de dólares de 2024. Asia y Pacífico serían los mercados de crecimiento más rápido, mientras que América del Norte sería el mercado más grande (Business Research Insights, 2025). Se espera que el número de lectores de libros digitales en el mundo ascienda a los 1.200 millones para 2030 (Statista, 2025).

Respecto a los audiolibros se estima que el tamaño del mercado mundial era de 8.700 millones de dólares en 2024, con la previsión de alcanzar los 35.470 millones de dólares en 2030 a una tasa promedio anual del 26,2 %.

GRÁFICO 18. Distribución del libro digital 2023-2024 y pronóstico 2030



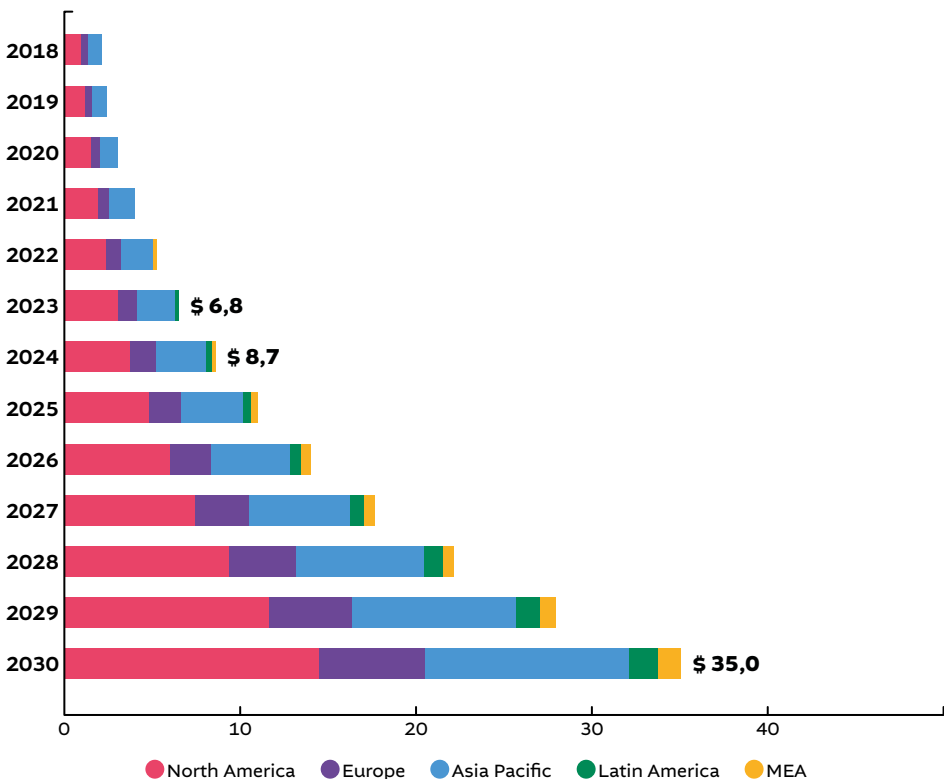
*: Estimado

Fuente: Estadísticas del Libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro.

La adopción de los teléfonos inteligentes para el acceso de audiolibros facilitó el auge y crecimiento de estos en los años recientes. En Estados Unidos se prevén tasas de crecimiento promedio anual del 24 %, dominando los libros de ficción (64 % de participación en 2024) en narrativas inmersivas y entretenimiento (Grand View Research, 2025). Para Europa se espera un crecimiento promedio anual del 26,54 % anual hasta el 2033 para alcanzar un valor de 20.870 millones de dólares (Market Data Forecast, 2025) (gráfico 19).

El crecimiento estimado del libro digital es atribuido a la creciente adopción de aplicaciones específicas en dispositivos electrónicos (teléfonos inteligentes, tabletas, lectores de *e-book*, entre otros) con características multilingüe de los libros digitales; la potencial masificación del acceso por suscripción del audiolibro en formato digital; las facilidades de acceso al libro digital en plataformas de aprendizaje, y las innovaciones en modelos de acceso y distribución institucional, entre otros aspectos.

GRÁFICO 19. Pronóstico del mercado del audiolibro por regiones 2018-2030



Fuente: Grand View Research

6. Conclusiones

La adopción del libro digital en Colombia muestra avances significativos, con una participación del 36,3 % en ISBN y ventas que representan el 9,9 % del total editorial en 2024. Sin embargo, la estructura del mercado sigue concentrada en los contenidos técnico-científicos y educativos (93,2 % de las ventas digitales), lo que limita la diversificación hacia segmentos B2C como ficción y audiolibro. A nivel internacional la brecha es evidente: mientras Japón y los países nórdicos superan el 35 % de participación digital en ventas, Colombia se mantiene en un dígito, lo que plantea riesgos de rezago competitivo.

El audiolibro emerge como el formato más dinámico con un crecimiento anual del 32,6 %, impulsado por plataformas globales y modelos de suscripción. Este comportamiento, junto con la expansión de los libros educativos en entornos LMS, abre oportunidades para innovar en cuanto a distribución, accesibilidad y monetización. No obstante, persisten desafíos como la falta de identificación de canales, la dependencia de los presupuestos institucionales y la variabilidad de los modelos en el segmento académico.

De cara al futuro se proyecta que las ventas digitales en Colombia alcancen los 179.388 millones de pesos en 2030, con el predominio del libro técnico-científico, aunque con un crecimiento acelerado en los segmentos ficción y religioso. A nivel global el mercado del audiolibro se estima en 35.470 millones de dólares para 2030, confirmando su papel estratégico en la transformación digital del sector editorial. El audio abre puertas a nuevos públicos y alarga el ciclo de vida del catálogo, pues permite monetizar el *backlist* y llegar a audiencias con bajos índices de lectura en papel.

7. Recomendaciones

Nivel estratégico

- Diversificación: impulsar los segmentos ficción/no ficción y audiolibro para reducir la concentración en académico.
- Internacionalización: buscar alianzas con plataformas globales (Audible, Storytel, Kobo, Spotify).
- Innovación en modelos: fortalecer la suscripción, impulsar estrategias de lanzamiento simultáneo *e-book* + audio y evaluar la fijación de precios dinámicos.

Nivel operativo

- Educación: integrar contenidos digitales en LMS, fortalecer EPUB3 interactivo y mejorar o implementar la analítica de uso.

- Académico: ampliar licencias campus y digitalizar *backlist*.
- Audiolibro: fortalecer la narración profesional e IA, evaluar estrategias de lanzamiento simultáneo con *e-book* y mejorar el *marketing* en plataformas.

Nivel de política sectorial

- Infraestructura y acceso: generar incentivos para la digitalización y la formación en edición digital.
- Estadísticas y trazabilidad: mejorar los instrumentos de identificación de canales y formatos en la encuesta *Estadísticas del libro en Colombia*.
- Piratería y protección de contenidos digitales: fortalecer las estrategias de protección mediante DRM flexible, marcas de agua invisibles y sistemas de trazabilidad que permitan identificar la fuente de filtraciones. Monitorear las redes sociales y las plataformas para detectar la distribución ilegal. Robustecer las alianzas con entidades antipiratería y autoridades regulatorias. Promover campañas educativas sobre la propiedad intelectual y los riesgos de la piratería. Ofrecer modelos de acceso asequibles (suscripción, licencias institucionales) para reducir los incentivos.

Referencias

- AAP December 2024 StatShot Report: Overall Publishing Industry Up 6.5% Year-To-Date, and Down 4.3% for Month of December - AAP. (s. f.). Recuperado noviembre16, 2025, from <https://publishers.org/news/aap-december-2024-statshot-report-overall-publishing-industry-up-6-5-year-to-date-and-down-4-3-for-month-of-december/>
- Cruz Quintana, Fernando (2022). Panorama histórico del libro y la edición digital. Editorial Universitaria de Villa María; Ediciones Uniandes; Editorial Universidad de Guadalajara; Ediciones Universidad Católica de Chile. Atenea, 528, 233–236. <https://doi.org/10.29393/at528-13cqcb10013>
- Bergstrom, T., & Skinner, M. (2025). *The Current State of Academic E-Book Business Models: Access Strategies and Budgeting Realities*. <https://doi.org/10.18665/sr.323373>
- Ecosistema Bookwire. (n.d.). Retrieved February 20, 2026, from <https://www.bookwire.es/spanish-market-report-2025/>
- Business Research Insights. (2025). E Book Market Size, Growth Analysis| CAGR of 6.1%. <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/e-book-market-117774>
- Cámara Colombiana del Libro. (2023a). *Estadísticas del libro de las editoriales universitarias en Colombia 2022*. <https://camlibro.com.co/estadisticas-del-libro-de-las-editoriales-universitarias-en-colombia-2022/>
- Cámara Colombiana del Libro. (2023b). *Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y compra de libros en Colombia*.
- Cámara Colombiana del Libro. (2025). *Estadísticas del libro en Colombia 2024*. <https://camlibro.com.co/historico-informes/>

Castro, C., Jaramillo, B., Jurado, M. E., Mejía, W., Melo, J. O., Monak, L., Oviedo, S., Reina, M., Rey, G., Rodríguez, C., & Vargas, L. X. (2013). *Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y consumo de libros en Colombia* (Fundalectura (Ed.)).

Colombia - Encuesta de Consumo Cultural - ECC - 2014. (2014). DANE. <https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/345>

DANE. - Encuesta Nacional de Lectura -ENLEC-. (2017). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/encuesta-nacional-de-lectura-enlec>

De Marque. (2025). *Informe anual del libro digital 2024*. http://mkt.libranda.com/LIBRANDA_INF_ANUAL_LIBRO_DIGITAL_2024.pdf

Federación de Gremios de Editores de España. (2025). *Comercio interior del libro en España, 2025*. http://federacioneditores.org/img/documentos/Comercio_Interior_15.pdf

Rey, G., Melo, J. O., Venegas, M. C., Uribe, R., & Jaramillo, B. (2006). *Hábitos de lectura y consumo de libros en Colombia*. Fundalectura.

Grand View Research. (2025). Audiobooks Market Size & Share | Industry Report, 2030. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/audiobooks-market>

Kobo y la trayectoria hacia Kobo Plus: la expansión de la lectura digital en español. (n.d.). (s. f.). Recuperado

Noviembre 18, 2025, de <https://www.bookwire.es/spanish-marketreport-2025/articulos/kobo-plus-expansion/>

Market Data Forecast. (2025). Europe Audiobook Market Size & Share, 2033.
<https://www.marketdataforecast.com/market-reports/europe-audiobook-market>

Property, W. I. (2023). *The Global Publishing Industry in 2022*.
<https://doi.org/10.34667/TIND.48714>

Rey, G. (2006). *Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y consumo de libros en Colombia*. 250.

Statista. (2025). *libros electrónicos - Mundial*.

VitalSource. (2025). *VitalSource Report Reveals Continued Shift in Student Demand for Digital Course Materials*. <https://get.vitalsource.com/press/vitalsource-report-reveals-continued-shift-in-student-demand-for-digital-course-materials>

Kobo y la trayectoria hacia Kobo Plus: la expansión de la lectura digital en español.
(n.d.). Retrieved February 23, 2026, from <https://www.bookwire.es/spanish-market-report-2025/articulos/kobo-plus-expansion/>



**Cámara
Colombiana
del Libro**