



Mujeres QUE LEEN

Un proyecto de

Entre **Editores**

INFORME MUJERES QUE LEEN

Un proyecto de [Entre Editores](#), llevado a cabo por Trini Vergara y Lucila Quintana durante enero, febrero y marzo 2019.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

1. PRIMERA PARTE: ANÁLISIS GENERAL

- 1.1. Edad de las mujeres que leen
- 1.2. ¿Dónde viven?
- 1.3. ¿Cuánto leen al mes?
- 1.4. Precio deseado de los libros
- 1.5. Soporte preferido para leer
- 1.6. ¿En qué momento y ocasión leen las mujeres?
- 1.7. ¿Cuáles son los géneros preferidos?
- 1.8. Análisis del hábito de compra
 - 1.8.1. ¿Quién les recomienda?
 - 1.8.2. ¿Cómo es su proceso de compra?
 - 1.8.3. ¿Dónde compran sus libros impresos?
 - 1.8.4. Si compran por internet, ¿cuál es su preferencia de envío?
 - 1.8.5. ¿Compran libros para regalar?

2. SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS POR EDAD

- 2.1. Los segmentos de edad
- 2.2. ¿Cuáles son los géneros preferidos por edad?
- 2.3. El volumen de lectura según la edad
- 2.4. ¿Quién les recomienda, por edad?
- 2.5. Momento y ocasión de lectura según la edad
- 2.6. Precio deseado por edad

3. APÉNDICE: COMENTARIOS DESTACADOS

I. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

Cuando se observan datos de consumo, se constata que la mayoría de las personas que consumen cualquier producto o servicio son mujeres, desde un auto, un seguro, la ropa (para ellas y para otros), y, por supuesto, los libros. También, contamos con estadísticas públicas sobre la cultura, que se difunden periódicamente y suelen mostrar índices de lectura, de consumo de cultura, incluso analizados por género y por edades.

Lo que no muestran aún estas estadísticas es un análisis dentro del universo de las lectoras mujeres, mirado desde la industria editorial. Este ha sido, entonces, el objetivo de esta investigación: describir, o intentar comprender mejor, el universo de las mujeres lectoras.

Todas las mujeres del universo tomado para este estudio son lectoras y son todas mayores de edad, a partir de los 18 años (no se incluyen adolescentes ni niñas en esta encuesta). La encuesta se realizó en Argentina durante los meses de febrero y marzo de 2019, a través de herramientas digitales, y fue viralizada en las redes sociales, personales y profesionales del equipo Entre Editores. Además, se contó con la colaboración de las redes de las principales librerías del país, tanto las independientes como las principales cadenas.

De esta forma, la encuesta logró ser respondida por más de 5.000 lectoras en todo el país. De allí que los datos resultan de enorme representatividad y los resultados, muy sólidos y confiables estadísticamente.

La encuesta Mujeres que Leen puso foco en las preguntas que les harían a ellas los editores. Porque son los editores quienes están finalmente a su servicio, o bien, son ellas, las Mujeres que Leen, simplemente, las destinatarias finales de las obras que los editores publican.

Este informe tiene dos partes. En la primera, mostraremos los resultados de las preguntas generales que se hicieron en gráficos muy claros, que hablan por sí solos. En la segunda, elaboramos un análisis más profundo de esos datos, cruzándolos y abriéndolos por segmentos de edad. Esta división en segmentos etarios también responde a cómo los editores construyen sus catálogos, aunque esos límites se desdibujen muchas veces. Aquí los veremos en foco.

PRINCIPALES RESULTADOS

Entre los principales resultados, veremos por ejemplo, el rol contrapuesto de las librerías. Mientras los libreros han dejado de ser los principales recomendadores de libros, las librerías siguen siendo el lugar preferido de compras. Las mujeres buscan en Google, leen blogs, algunas siguen a los autores, pero el 75% no espera ni busca recomendación de los libreros. Por otra parte, la mayoría, un 57% al comprar sus libros, va directamente a la librería. Mientras, ya hay un 43% que compra sus libros por internet (ver detalles de compra y entrega, punto 1.8.). El e-commerce crece para todos los productos y también para el libro.

En el terreno económico, hoy observamos una enorme distorsión entre los precios que las mujeres contestaron que debía costar una novela de 350-400 páginas y lo que realmente costaba en ese mismo momento (la encuesta se hizo entre febrero y marzo 2019). En promedio, las mujeres esperaban pagar \$485, mientras que un libro como ese costaba en ese momento, en promedio, \$670 (fuente: librerías Cúspide y Yenny-El Ateneo).

Las mujeres argentinas leen a toda edad: la distribución entre los cuatro segmentos etarios que establecimos, estudiantes, jóvenes adultas, adultas y maduras es bastante homogéneo. También verificamos que las mujeres son lectoras nocturnas: el 60% lee de noche y se concentran más en los fines de semana y las vacaciones.

Las argentinas son lectoras muy sofisticadas. El 56% tiene como género preferido la ficción literaria de autores argentinos, latinoamericanos o internacionales. Le sigue el género romántico y los demás, como se verá a continuación (ver punto 1.7.). Esta opción por la literatura “de calidad” muestra un universo lector muy

interesante, probablemente no coincidente con las listas de best sellers, pero sí con un efecto “Long tail”, las lectoras poseen gustos muy selectivos y personales cuya oferta está bastante más atomizada. Recordemos que estos son datos de hábitos de consumo, no de venta. Se trata de saber lo que leen (el libro puede ser comprado o prestado).

En la segunda parte, cuando estudiamos a las mujeres según su momento de la vida, se descubren detalles interesantes, entre los cuales el hecho de que las más voraces son las lectoras más jóvenes (18 a 25 años), o que las más sofisticadas están en dos segmentos de edad bien diferentes, el de la primera autonomía (26 a 35 años) y el de la madurez (más de 45); por otra parte, aunque las más jóvenes se informan más por internet, en el segmento de las mayores arriba de un abrumador 60% también lo hace a costa de la recomendación del librero, que queda en último lugar en todas las franjas etarias.

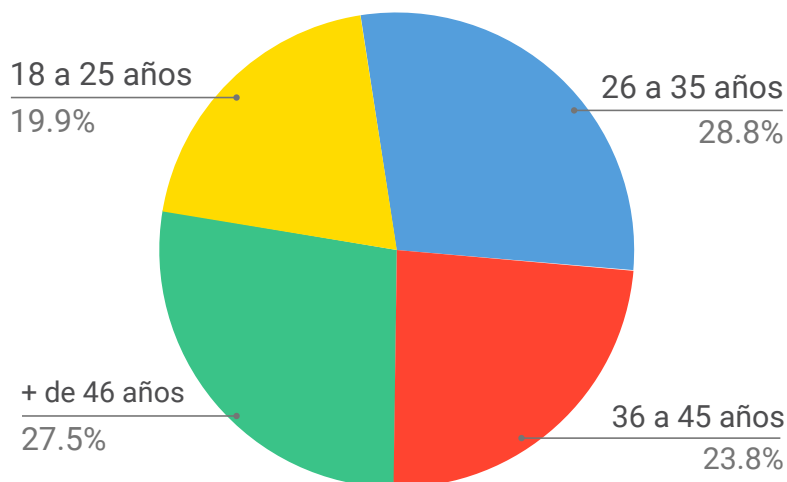
La encuesta ha permitido entender mejor el universo de las mujeres que leen.

Algunos comentarios libres, que agregamos en el apéndice, darán la percepción de la importancia que para las lectoras tienen los libros, cómo se lamentan por no poder acceder más fácilmente a ellos, y hasta qué punto la lectura es un aspecto central en sus vidas. Esta dimensión es quizás, la que para todo el arco de la industria del libro debe quedar clara. Se lee como sea, cuando sea, la librería sigue siendo el lugar donde la mayoría acude a comprar libros y el soporte papel es aún el de mayor adopción. Esta radiografía puede bien ser un punto de partida para potenciar ese hábito lector, para que desde estas lectoras se llegue a contagiar viralmente a cada uno de sus entornos.

1. PRIMERA PARTE: ANÁLISIS GENERAL

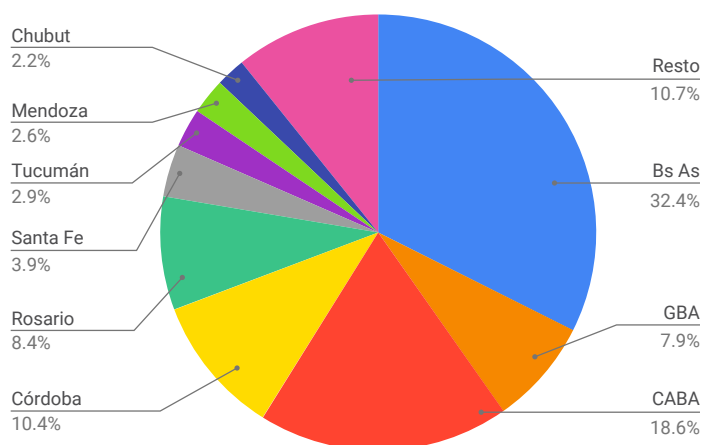
1.1. Edad de las mujeres que leen

La mayor cantidad de lectoras se encuentran entre los 26 y los 35 años: encaminando sus vidas autónomas, dueñas de sus preferencias y sus tiempos. Es posible también, que como muchas mujeres hoy, aún no hayan entrado en la maternidad y por lo tanto tienen todavía el tiempo necesario para sí mismas. De todas formas, los datos muestran que las lectoras se distribuyen en forma bastante homogénea en todas las edades.

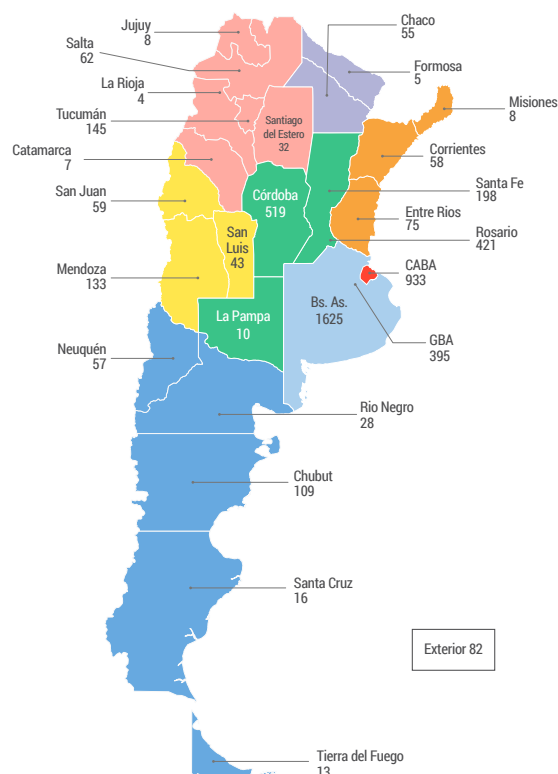


1.2. Dónde viven

Tal como sucede con otros datos de consumo, las lectoras se concentran en la Capital, la provincia de Buenos Aires y las ciudades de mayor población del interior: Córdoba, Rosario, Santa Fé y Tucumán, en ese orden. En el resto del país, los datos son consecuentes con la cantidad de librerías activas de cada lugar, fuente mayoritaria de esta encuesta.



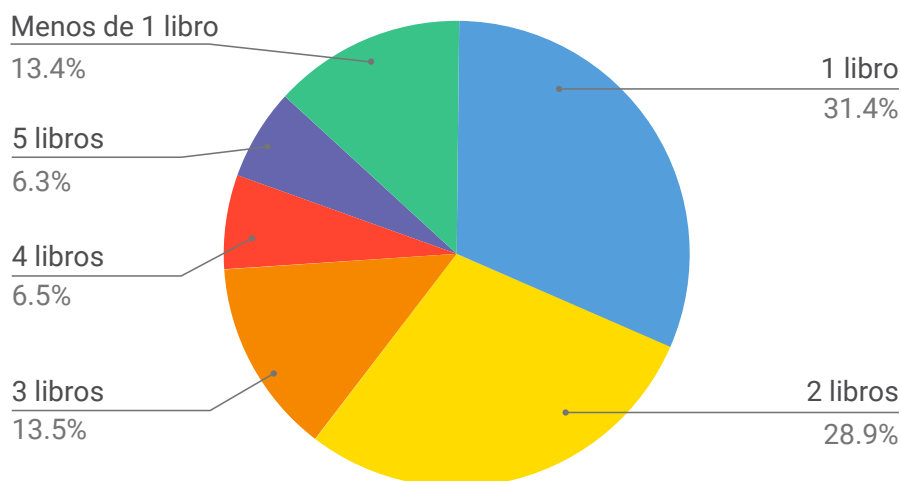
Número de mujeres encuestadas por provincia



1.3. ¿Cuánto leen al mes?

Uno o dos libros por mes responde el 60% de las lectoras. Son 12 libros en el año, por lo menos. Es un alto promedio, en cualquier comparación internacional que se quiera hacer: muestra un arraigado hábito de lectura entre las mujeres argentinas. Este dato se deberá estudiar en paralelo a la menor producción y caída de ventas de la industria, y monitorear para ver su evolución. Es posible que crezcan los préstamos de libros, pero el hábito sigue siendo fuerte.

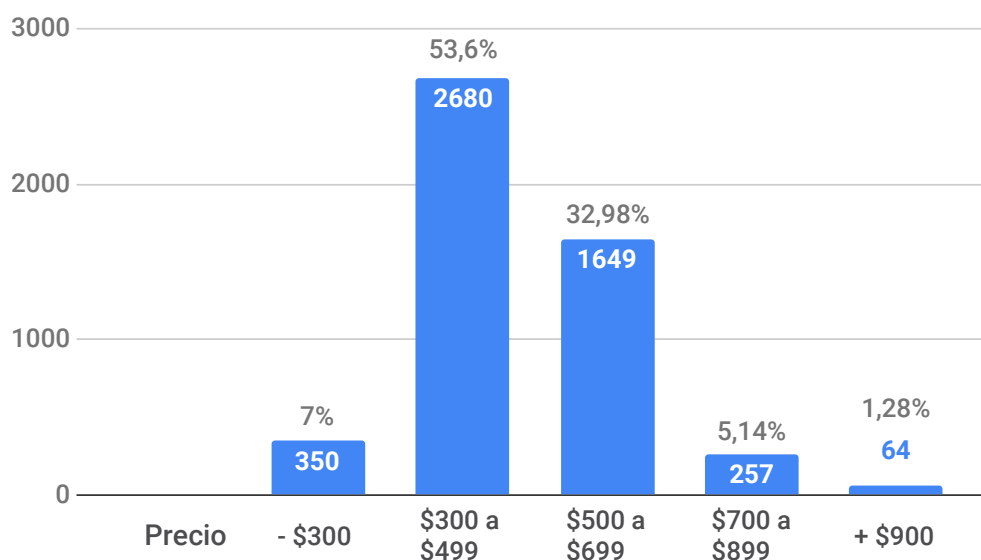
¿Cuánto leen al mes?



1.4. Precio deseado de los libros

Estas respuestas se recibieron durante los meses de febrero y marzo 2019, cuando el promedio real de un libro impreso, de las características que consultamos –una novela de 350-400 páginas– ya estaba alrededor de \$670 en Argentina (fuente: Librerías Cúspide y Yenny-El Ateneo). La mayoría (53.6%) contestó “entre 300 y 499”. Si tomamos el promedio solo de ese segmento, el precio que la mayoría de las mujeres pagarían por ese libro sería de \$400. La brecha con el precio real resulta en cualquier caso del 50% y se explica por la aceleración de una inflación que también distorsiona los precios relativos. Con la presión de un fuerte hábito lector, queda clara la demanda insatisfecha del escenario actual.

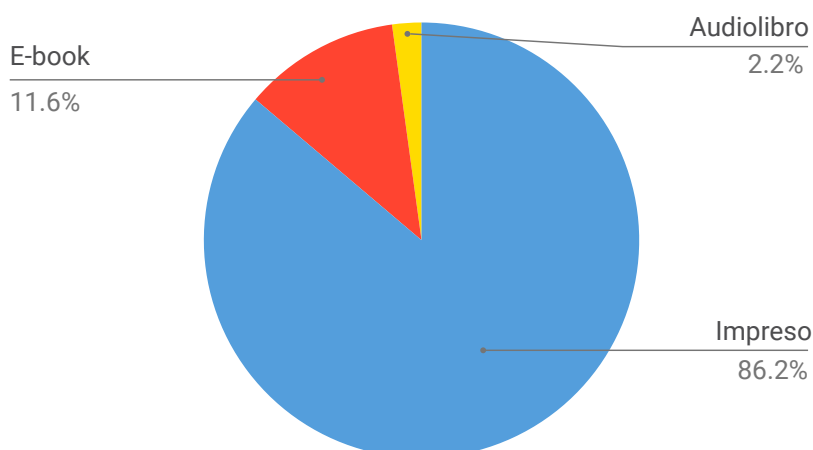
Precio sugerido de una novela



1.5. Soporte preferido para leer

Dos datos sobresalen: el crecimiento del e-book (hasta hace 2 años no se registraban datos que superaran el 3% del mercado) que hoy llega al 11.6%; y el mercado aún incipiente de audiolibros, pero que ya registra un 2.2% entre las mujeres, cuando hace un año no llegaba al 1% en las encuestas generales del sector.

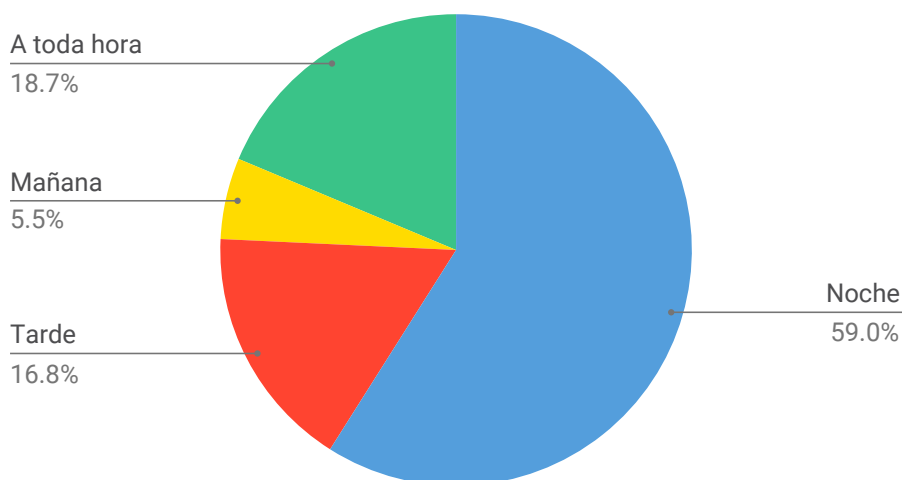
¿En qué soporte prefieren leer?



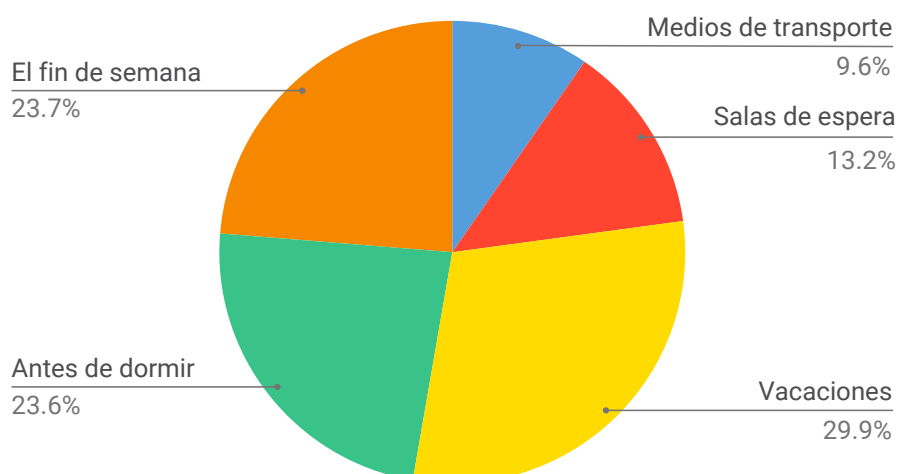
1.6. ¿En qué momento y ocasión leen las mujeres?

Las mujeres leen de noche, cuando su actividad y/o trabajo han terminado y pueden tener ese espacio personal indispensable para la lectura. En el segundo gráfico, se percibe que las vacaciones son el momento más propicio, como es de esperarse, seguido de “el fin de semana”, aunque “antes de dormir” (más allá de si es en la semana, fin de semana, época de trabajo o de vacaciones) sigue siendo, un momento elegido generalizado.

¿En qué momento del día leen?

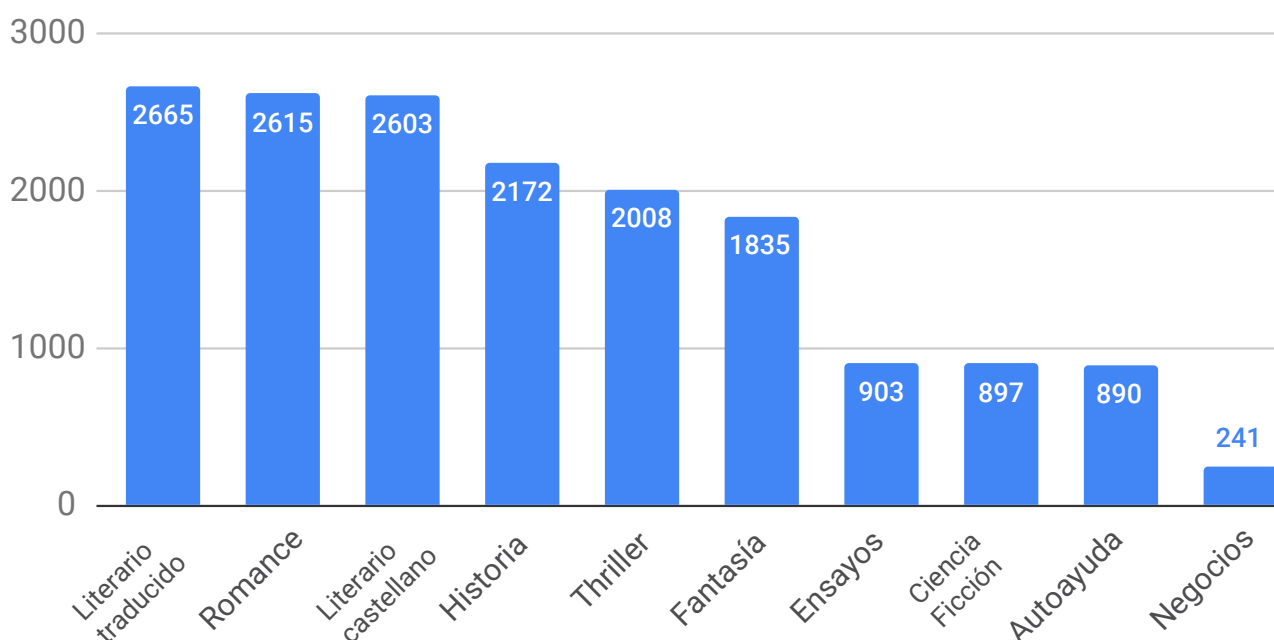


¿En qué ocasión leen?



1.7. ¿Cuáles son los géneros preferidos?

Las argentinas son lectoras sofisticadas. Más del 50% de las encuestadas marcó la ficción “literaria” –ficción no necesariamente comercial– tanto de obras de autores internacionales traducidos, como de argentinos y otros en lengua castellana (españoles, latinoamericanos). El romance, compite en popularidad con la literatura de calidad, e inmediatamente aparece la historia (como temática, incluye no ficción y ficción), thrillers, fantasía, ciencia ficción, autoayuda y ensayos. Estos dos últimos géneros, que en otras épocas resultaron muy populares, hoy representan una opción menor para las mujeres. Aclaramos que en esta pregunta, las mujeres podían marcar todos los géneros que leen (casi todas leemos varios). También se debe dejar explícito que si bien la pregunta incluía más géneros (poesía, teatro, novela gráfica, cocina, espiritualidad, etcétera), no se muestran en el gráfico porque cada uno tiene poca cantidad de preferencias y resultaron muy atomizados.

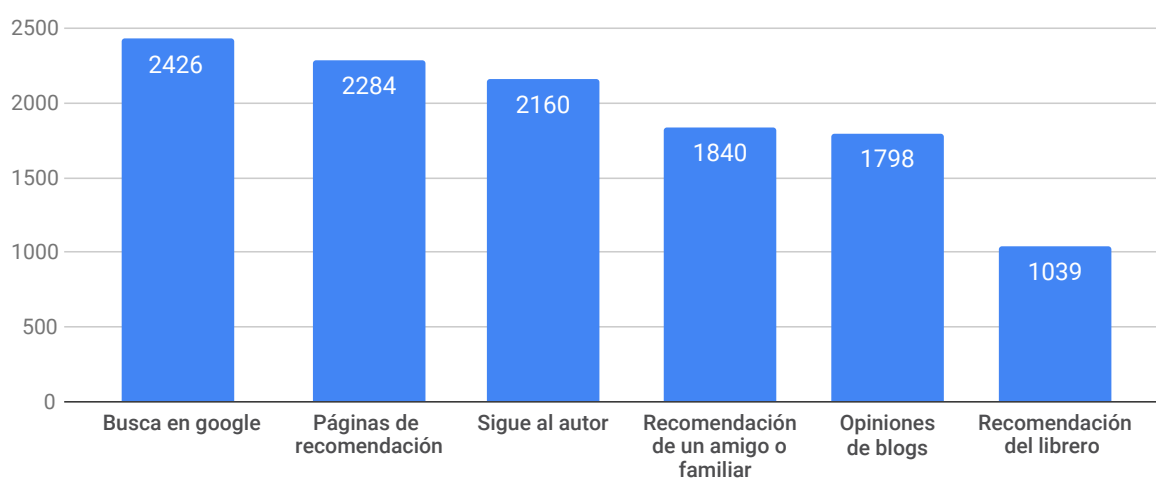


1.8. Análisis de hábitos de compra

1.8.1. ¿Quién les recomienda?

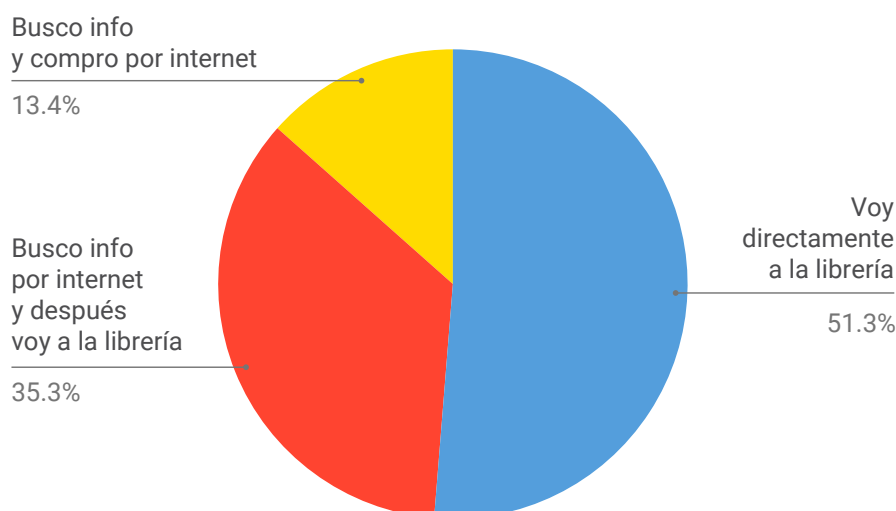
Aquí la noticia es la desaparición del librero como fuente de recomendación, mientras que las opciones de búsqueda a través de Google, páginas de recomendación y blogs (se nombran entre otras a Goodreads, La gente anda leyendo, Eterna Cadencia, Epic Reads, etcétera) han cobrado una importancia muy grande en las preferencias de las lectoras. En total, el 75% de las veces, las mujeres buscan con alguna herramienta de internet, mientras que solo el 25% de los casos, buscan la recomendación de una persona “de carne y hueso”, librero, familiar, amigo.

Nota: hemos dejado para una encuesta posterior la relación entre el hábito lector de libros y el hábito lector de medios informativos, noticias, diarios y revistas. Es por eso que las secciones culturales/de libros de los medios no figuran en esta respuesta.



1.8.2. ¿Cómo es su proceso de compra?

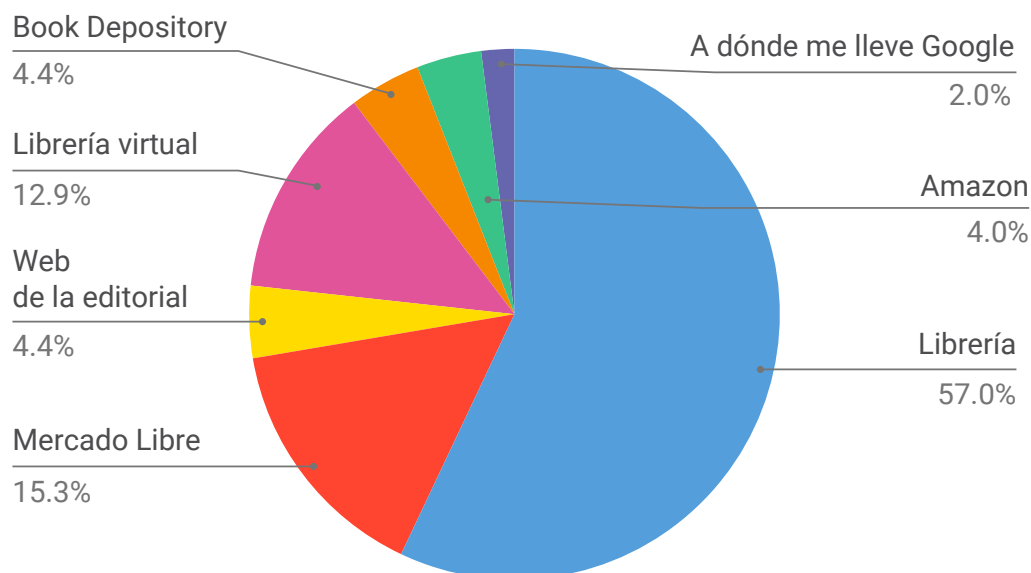
Sin embargo, al preguntarles cómo sucede la compra de un libro, en detalle, más del 50% dijo que va directamente a una librería. Aquí están las lectoras que tienen el hábito de “ir a ver qué hay” en la librería, como manera de informarse, más allá de la recomendación concreta de un libro. El otro dato notable es que solamente el 13.4% busca y compra, por internet.



1.8.3. ¿Dónde compran sus libros impresos?

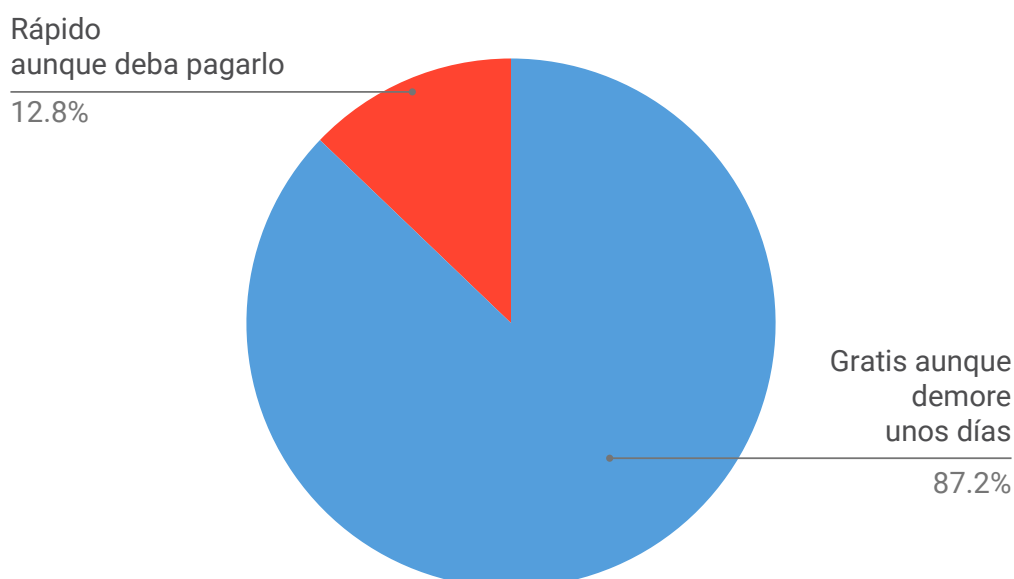
En consecuencia con el punto anterior, el 57% compra sus libros en la librería.

La segunda opción marcada es Mercado Libre, como “el sitio” de compra por internet, por encima de librerías virtuales o de la propia página de la editorial.



1.8.4. Si compran on line, ¿cuál es su preferencia de envío?

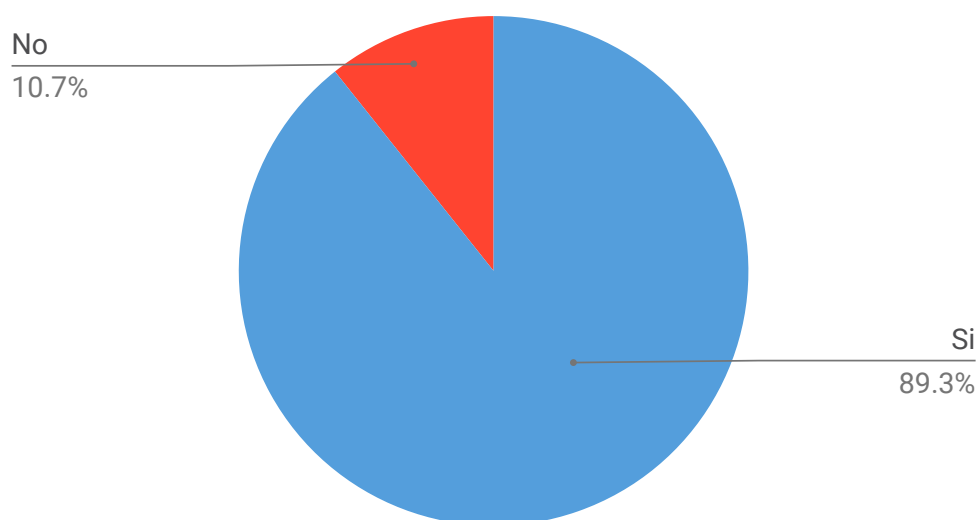
El factor económico es apabullante entre las mujeres argentinas. Mientras en otros mercados el tiempo de entrega de un libro comprado on line es un factor determinante, la realidad argentina, con los altos costos logísticos, sumados a un escenario de crisis económica, ponen al tiempo en segundo lugar. Cuando pueden elegir –como en esta pregunta teórica– arriba del 80% preferiría esperar unos días antes que pagar el envío.



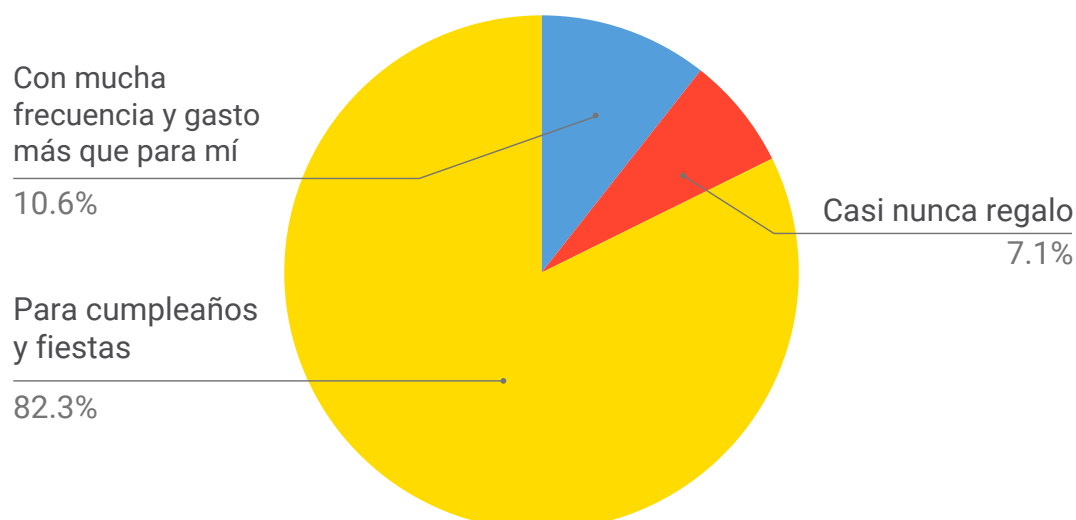
1.8.5. ¿Compran libros para regalar?

En consonancia con el extendido hábito lector de las argentinas, está el de su entorno, también lector. Porque aunque el precio de los libros esté caro, sigue siendo un regalo posible. Pero no sería posible sin que la compradora, en primer lugar supiera elegir un libro, y en segundo lugar, tuviera en su entorno familiar y social, otros y otras lectoras, para quienes ella supiera que su elección será festejada y agradecida.

¿Compran libros para regalar?



Hábitos de libros para regalar



2. SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS POR EDAD

2.1. Los segmentos de edad determinados en la encuesta

Para este análisis hemos determinado cuatro segmentos de edad, tomando como criterio de diferenciación el momento vital de las mujeres, en general, en cada etapa de la vida adulta. Se trata de una segmentación funcional a esta encuesta. La definición de cada segmento es conceptual, no estadística y sigue criterios que suelen utilizar los editores para la construcción de sus catálogos.

18 - 25 años	Estudiantes
26 - 35 años	Primera etapa de autonomía
36 - 45 años	Desarrollo personal y profesional
Más de 46 años	Madurez

De esta forma, el primer segmento, de los 18 a los 25 años, lo llamamos el de “Estudiantes”, que abarca tanto a las universitarias, como a las mujeres que buscan capacitarse a esa edad, en alguna actividad en la que esperan trabajar o ya están trabajando.

El segundo segmento, entre los 26 y los 35, lo llamamos “Primera autonomía”, en el que las mujeres comienzan un camino de vida y actividad ya fuera de hogar paterno/materno, solas o acompañadas.

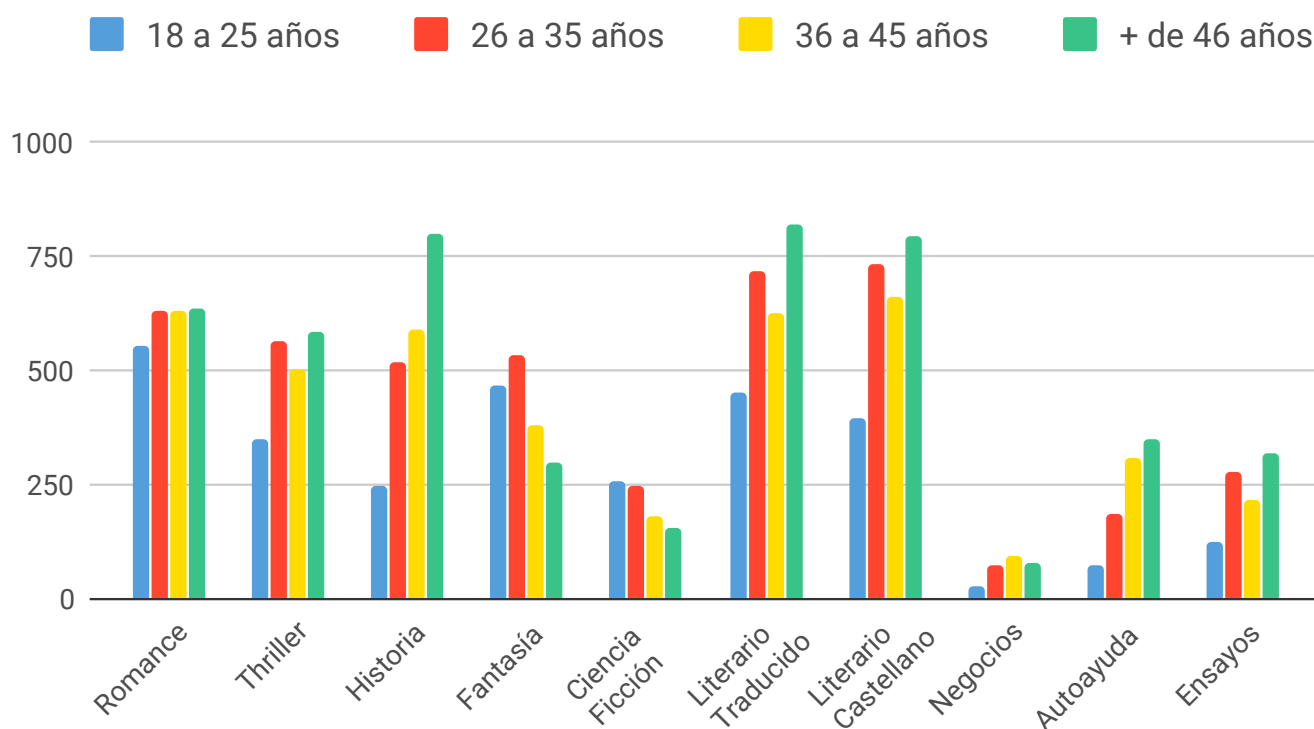
El tercer segmento, entre los 36 y los 45, corresponde a una etapa de “Desarrollo personal/profesional”, en el que suelen aumentar las responsabilidades –en especial si tienen hijos– y disminuir en forma simultánea el tiempo disponible “para sí mismas”, y en forma consiguiente el tiempo para leer.

Por último, a partir de los 45, segmento al que llamamos de “Madurez”, corresponde a una etapa en la que la experiencia vivida suele dar a las mujeres mayor tiempo para sus propias necesidades, incluyendo, entre las lectoras, el tiempo para leer.

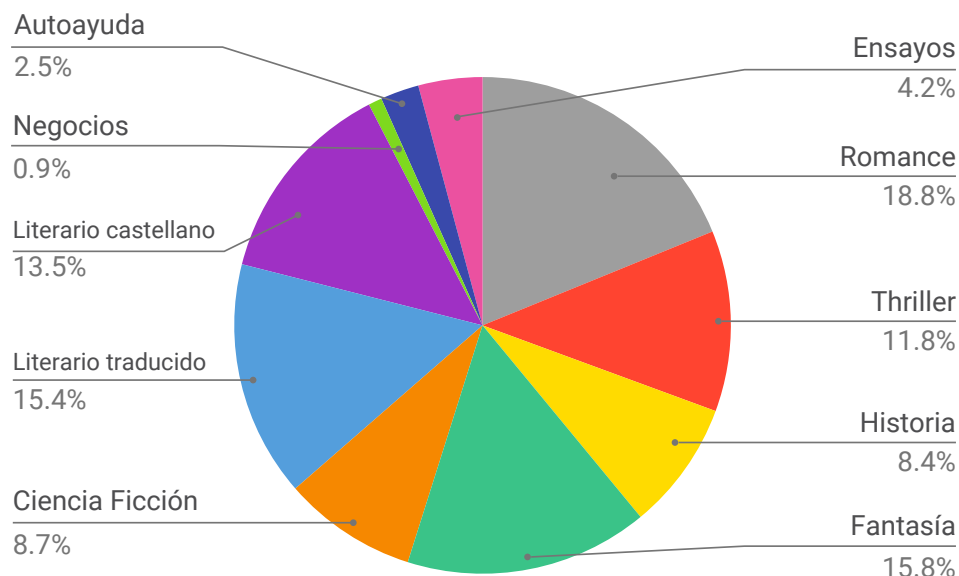
2.2. ¿Cuáles son los géneros preferidos por la edad?

Algunos géneros no tienen edad, como el romance, tal como lo muestran los datos de esta encuesta. Pero otros claramente sí, como la autoayuda, que es lectura de las más grandes, arriba de los 36, o la fantasía y ciencia ficción, favoritos entre las más jóvenes, por debajo de los 36. Sin embargo, lo más notable es que entre los géneros más leídos está la **ficción literaria**, tanto en castellano (argentina, española y latinoamericana) como traducida (de autores internacionales). Este género tiene sus mayores adeptas en dos segmentos bien diferentes: entre las mayores de 46, y entre las adultas jóvenes, entre los 26 y los 35 en la primera etapa de autonomía.

Mostramos aquí un primer cuadro-resumen, en el que podemos ver cada género y sus preferencias en las 4 columnas correspondientes al segmento de edad. A continuación, ponemos el foco en cada uno de estos segmentos, para ver estas preferencias con mayor claridad.

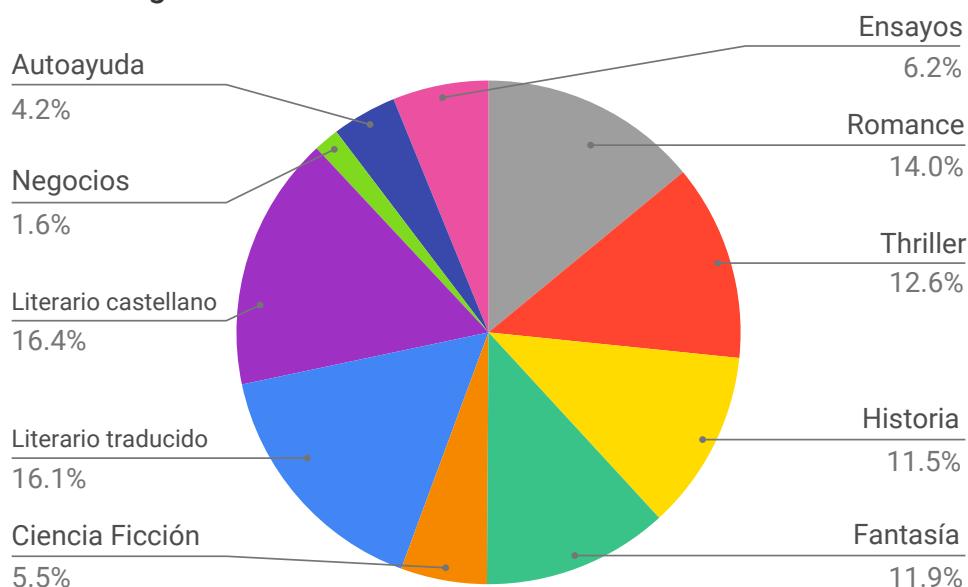


Preferencia de géneros: 18 a 25 años

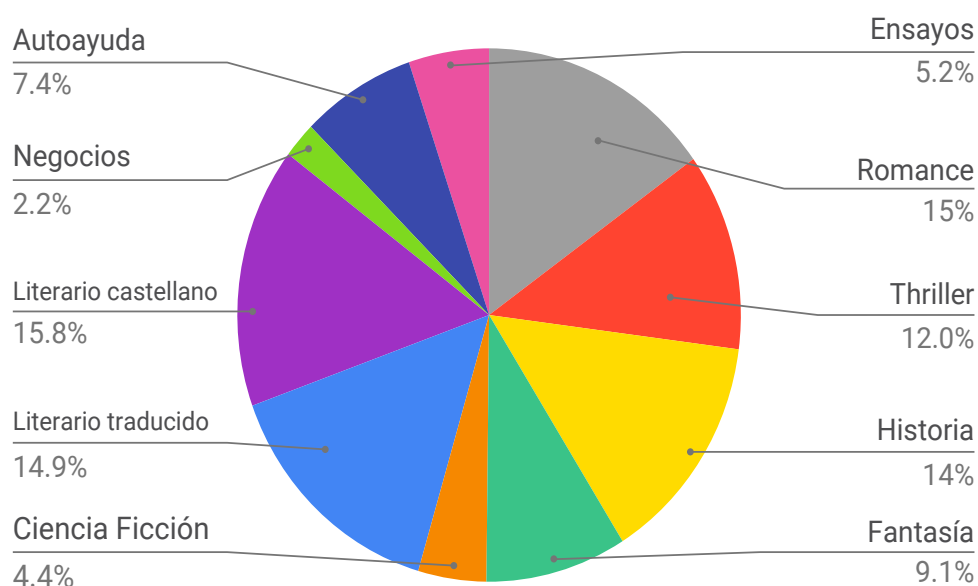


Se puede ver que las más jóvenes tienen una preferencia clara por el romance, pero otros géneros, como la fantasía o la ficción literaria internacional le siguen en el orden, muy de cerca. Abruadoras lectoras de ficción por sobre la no-ficción (historia, ensayos, autoayuda, negocios), que es de menos interés en esta franja etaria.

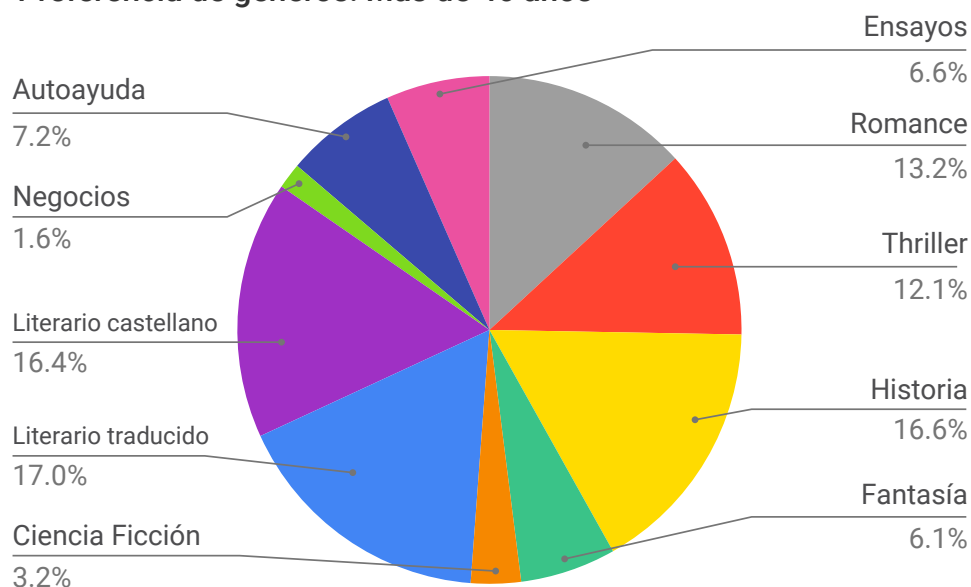
Preferencia de géneros: 26 a 35 años



A esta edad es cuando más interés despierta la ficción literaria, autores originales en castellano (argentinos, españoles, latinoamericanos), tanto como traducidos. Siguen fuertes el romance, el thriller, la fantasía y como único género de no ficción que leen mucho, la historia.

Preferencia de géneros: 36 a 45 años

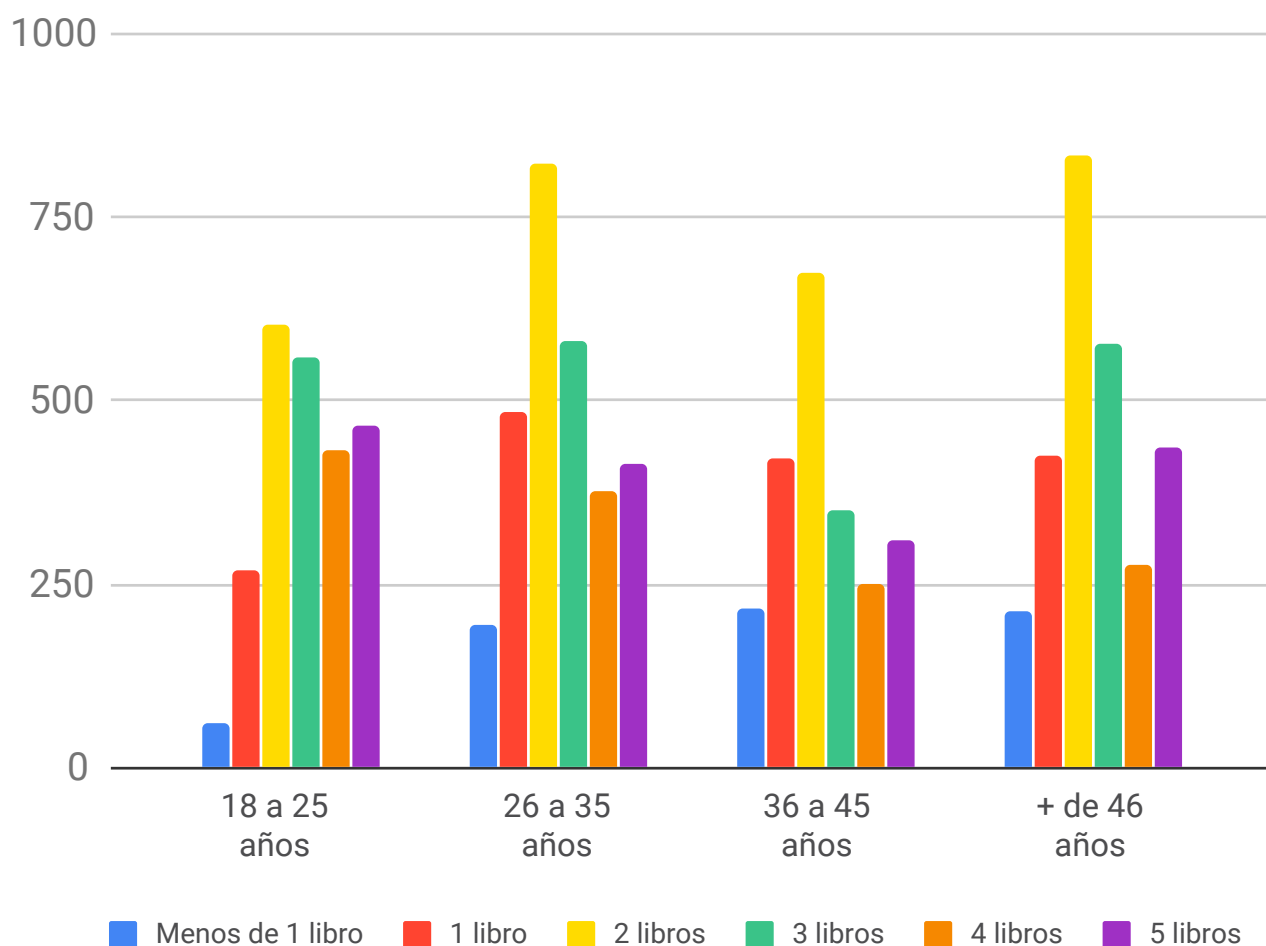
En esta franja de la vida, en la que el desarrollo personal y profesional pasa a primer plano, aparece un mayor interés por la autoayuda, la historia y otros ensayos, aunque siempre la ficción gana: literaria, romance y thrillers.

Preferencia de géneros: Más de 46 años

Por último, en la etapa que llamamos de madurez, y en la que se puede suponer que las mujeres “recuperan tiempo propio” (tanto si sus hijos han crecido y les demandan menos tiempo, como si la sola experiencia laboral les permite más libertad de control de su tiempo) aumenta notablemente el interés por la historia y la ficción literaria que sin duda es la lectura preferida. La fantasía pasa a un nivel aún de menor interés que la autoayuda y el romance permanece siempre entre los de alto interés.

2.3. El volumen de lectura según la edad

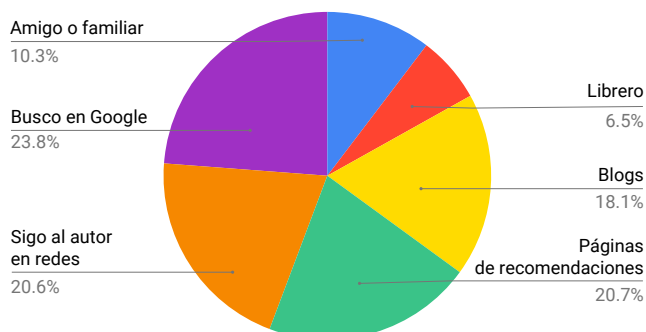
Las más jóvenes de esta encuesta –entre los 18 y 25– leen con más frecuencia que el resto, 4 o 5 libros por mes. Ese abundante tiempo dedicado a la lectura, en menor medida, también lo tienen las mayores, arriba de los 46. Las mujeres en la década de los 36 a 45 bajan el volumen de lectura: es el segmento que en su mayoría le dedica menos tiempo, uno o dos libros por mes.



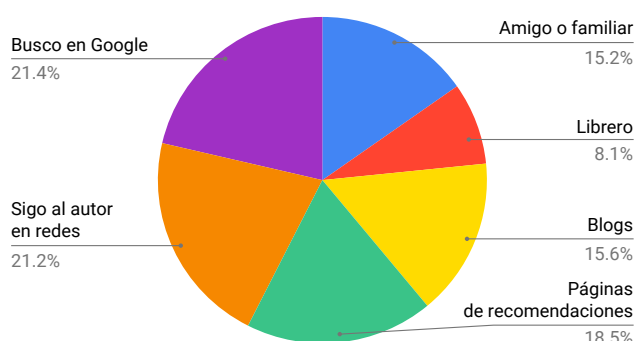
2.4. ¿Quiénes les recomienda según la edad?

Entre los 18 y los 25 años, las mujeres se informan sobre libros por internet en un 83% de los casos, ya sea en Google, páginas de recomendaciones, siguiendo al autor (un notable 20% de las veces) y a través de blogs. Mientras más grandes, las mujeres combinan su forma de informarse y baja el uso de internet: entre los 26 y los 35, pasa a un 77%; entre los 36 y los 45 al 73%, y las de más de 45 a un 63%, aunque sigue siendo mayoritario. El resto, sigue buscando las recomendaciones de “personas físicas”, más de amigos y familiares, y cada vez menos, de libreros.

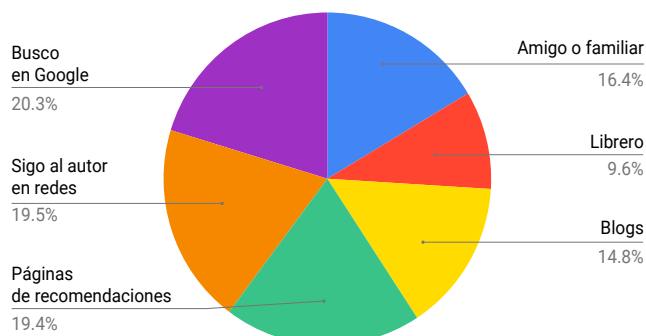
¿Quién les recomienda? 18 a 25 años



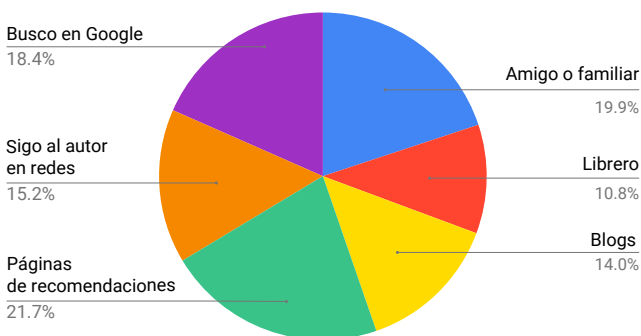
¿Quién les recomienda? 26 a 35 años



¿Quién les recomienda? 36 a 45 años



¿Quién les recomienda? + de 46 años

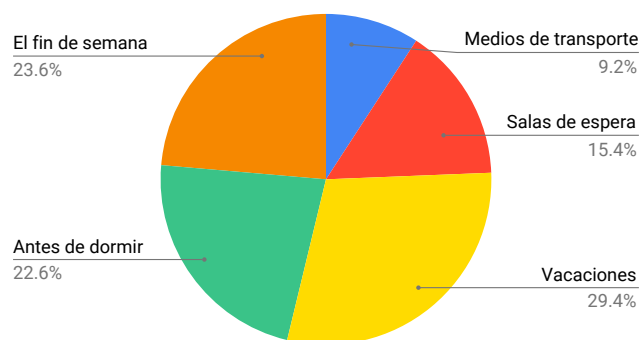


2.5. Momento y ocasión de lectura por edad

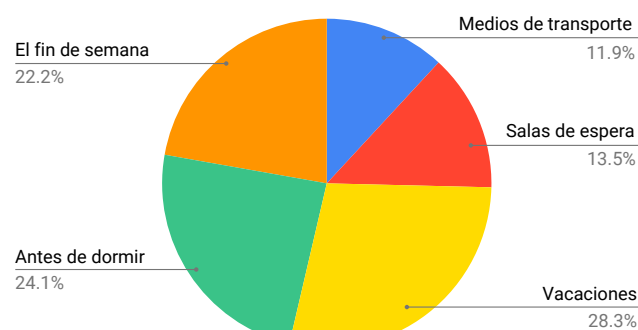
Podemos ver en los 4 cuadros que mostramos juntos, que casi no hay diferencias en los momentos en que las mujeres prefieren leer. Son ligeramente distintos, se usan más medios de transporte mientras más jóvenes y se lee más aún en vacaciones al llegar a las edades maduras, cuando efectivamente aumenta el tiempo disponible para vacaciones (por antigüedad en los empleos o por más disponibilidad de tiempo, en las mujeres con trabajo autónomo). Fines de semana y antes de dormir, las preferencias a toda edad.

¿En qué ocasión leen?

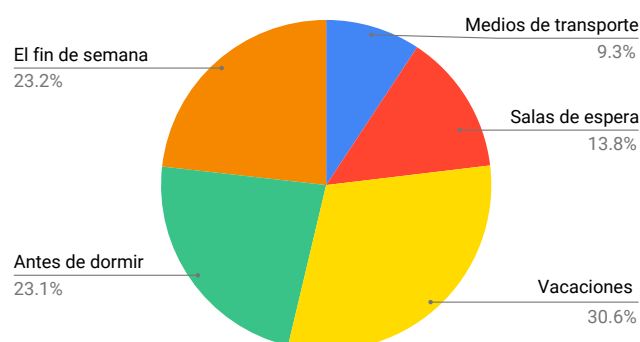
18 a 25 años



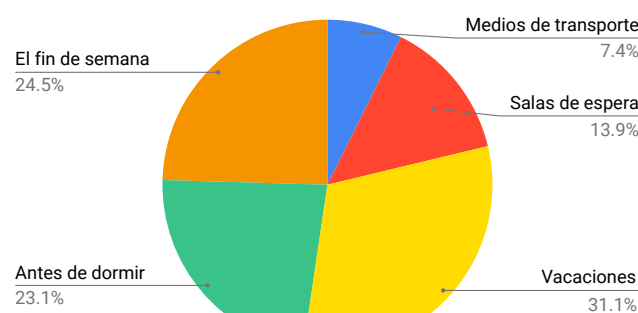
26 a 35 años



36 a 45 años



+ de 46 años



2.6 Precio deseado por edad

Sin importar la edad, el precio promedio que están dispuestas a pagar, y que consideran debería costar una de **NOVELA DE 350-400 PÁGINAS, es de \$485** (datos de Febrero - Marzo 2019).

3. COMENTARIOS DESTACADOS

En la encuesta Mujeres que Leen, agregamos un espacio al final para completar de modo optativo que llamamos: “¿Tienes algún comentario, algo para agregar?”, allí contestaron más de 400 mujeres. Cada uno de esos comentarios ilumina de una manera especial el hábito lector de las mujeres argentinas y representan sus voces directamente. Aquí una selección, para escuchar a algunas de ellas.

Pienso que alguien nunca leyó un buen libro si dice: “Para qué leer el libro si está la película”.

-Guadalupe, CABA

Leo bastante en Wattpad y he leído muchos libros que ahora ya están en físico y que por desgracia no puedo pagar, pero las historias que surgen allí son únicas y siempre estaré agradecida de formar parte de esa comunidad.

-Milagros, Bs. As.

Soy lectora voraz. Me jubilé y comencé a comprar libros. Pero...me quedé sin espacio físico porque no ‘regalo’ nada. Entonces me compré un E-reader PAPYRE. y comencé a bajar mis libros de internet. Tengo miles. Ahora me regalé una tablet. Alterno. Soy feliz. Me decepciona ir a un local de cadena de librerías. Ningún vendedor es lector. Deberían solucionar eso.

-María, Córdoba.

El problema de vivir en el interior del país radica en que muchas veces las librerías no se encuentran físicamente donde vivimos. Por lo tanto, debemos hacer contacto con los libreros y esperar a que ellos junten pedidos y lo hagan traer. Me ha pasado de esperar más de 2 meses y olvidarme que andaba buscando algún título.

-Noelia, Santiago del Estero.

“Los libros han salvado mi vida.”

-Eloisa, Entre Ríos

Compro mucho en ferias, donde también me entero de nuevas publicaciones (sobre todo de editoriales independientes). También me entero a través de mailings y siguiendo las cuentas de redes de editoriales independientes.

-Lucía, Bs. As.

Me gusta mucho la experiencia de ir personalmente a una librería. Hacer eso es, para mí, lo que para otras mujeres es ir de shopping: una fiesta. Ver toda esa variedad... Muchas veces termino llevando algún otro libro, además del que iba a comprar. Amo las librerías.

-Verónica, CABA.

Para consultas y comentarios:

Trini Vergara

trinivergaracruz@gmail.com

Lucila Quintana

lucila.quintana@gmail.com

Entre Editores 

www.entreditores.net


Mujeres
QUE LEEN

www.mujeresqueleen.com