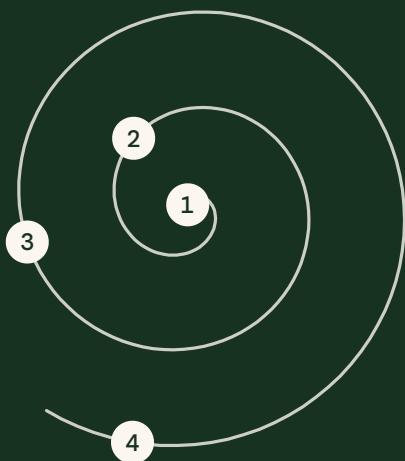


Guía del audiolibro en la era de la IA

Libros que encuentran oyentes.



- 1 La revolución del audio y la IA.
- 2 El gran laboratorio literario.
- 3 IA y audio editorial.
- 4 Monetización de audiolibros.

Índice

01 **La revolución del audio y la IA** 03

Cómo el audio y la inteligencia artificial están reescribiendo la industria del libro y la forma en que consumimos historias.

02 **El gran laboratorio literario** 11

Qué lee la gente, por qué lo hace y cómo la tecnología está construyendo una nueva era de imaginación.

03 **IA y audio editorial** 22

Un manual visual para entender cómo autores y editores están construyendo el ecosistema del audio en 2026.

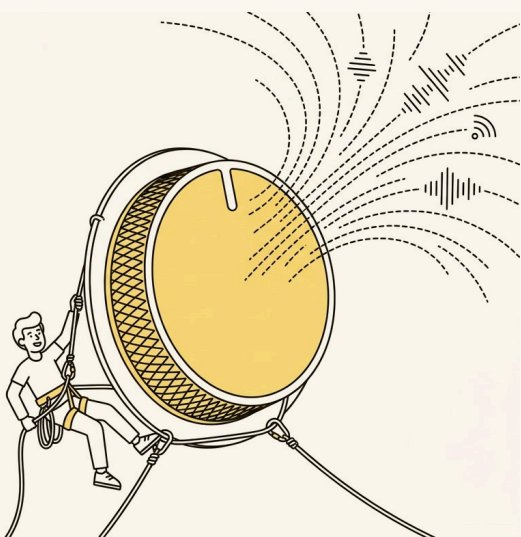
04 **Monetización de audiolibros** 35

Cómo monetizar tus libros en la nueva era del audio (sin perderte en el intento).

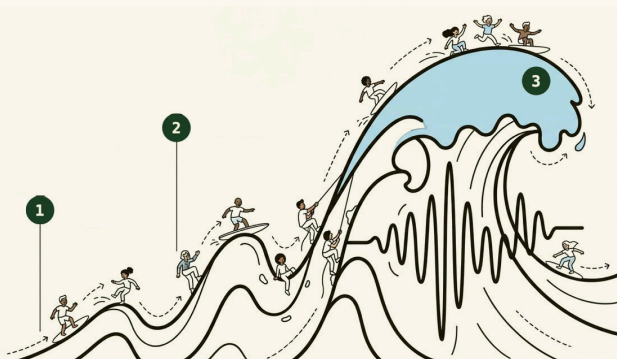
La revolución del audio y la IA

El mundo con los ojos cerrados y los oídos abiertos

Cómo el audio y la inteligencia artificial están reescribiendo en tiempo real la industria del libro y la forma en que consumimos historias.



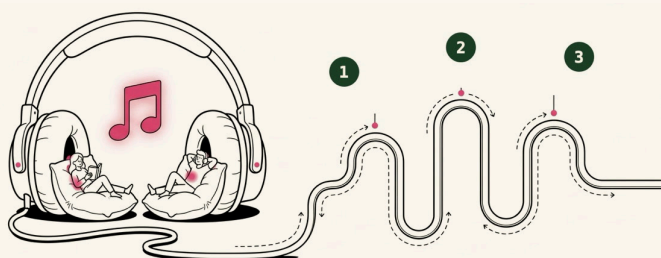
Una explosión global que no conoce techos



- 1 El mercado global alcanzará los 14.150 millones de dólares en 2026.¹
- 2 Esta industria ya acumula un récord de 15 años consecutivos de crecimiento ininterrumpido en ingresos.²
- 3 La trayectoria proyecta un salto monumental hasta superar los 35.000 millones de dólares en 2030.³

Solo en Estados Unidos, el audiolibro ya genera 2.430 millones de dólares al año,⁴ tras crecer un 13 % en 2024⁵ y un 9 % en 2025. Lo han escuchado 157 millones de personas⁴ y el 99 % de ese mercado es digital.²

El refugio perfecto para una sociedad hiperconectada



- 1 La adopción.** Más de la mitad de los adultos estadounidenses (58 %) ya ha escuchado algún audiolibro.⁴
- 2 La eficiencia.** El 86 % de los oyentes valora poder vivir dos vidas a la vez: escuchar mientras conducen, cocinan o caminan.⁴
- 3 El descanso.** Siete de cada diez oyentes (70 %) disfrutan el audiolibro como alternativa al tiempo de pantalla.⁴

El español se consolida como un gigante sonoro



- 1 La biblioteca hispana no deja de crecer: de 34.000 títulos disponibles en 2025 a unos 46.000 previstos en 2026.⁶
- 2 Tras dos años de crecimiento explosivo (+45,7 % en 2023 y +37,5 % en 2024), los ingresos crecieron un 11,5 % en 2025: el mercado empieza a madurar.⁶
- 3 España lidera el consumo, seguida de la comunidad hispana en Estados Unidos y de México, que ya pesa casi tanto como ella.⁶

QUIÉN ESCUCHA AUDIOLIBROS EN ESPAÑOL (2025)



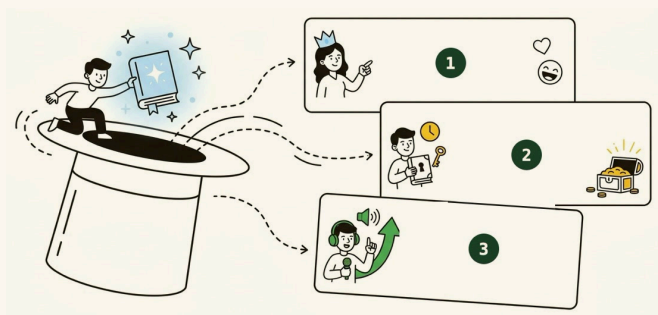
■ **54 %** España

■ **20 %** Hispanos en EE. UU.

■ **18 %** México

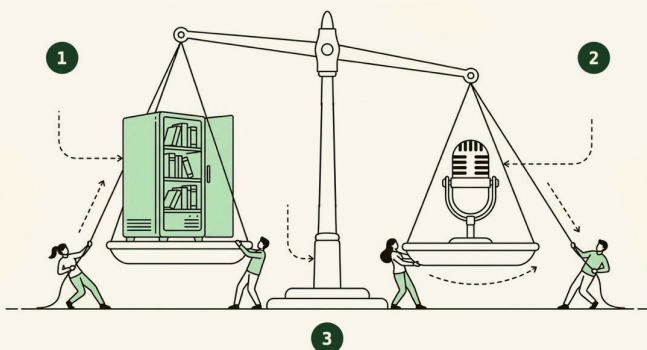
■ **8 %** Resto

El efecto amplificador: reviviendo historias olvidadas



- 1 La reina.** En audio, la ficción lidera absolutamente el mercado; el romance y el humor son los géneros que se están acelerando con mayor rapidez.
- 2 El tesoro del pasado.** El fondo de catálogo vive una segunda juventud: en el Reino Unido, siete de los diez audiolibros más escuchados en Spotify en 2024 eran títulos antiguos.⁷ El audio le da una segunda vida a obras que ya no estaban en las librerías.
- 3 Los nativos sonoros.** En EE. UU., las historias creadas para ser escuchadas, sin versión impresa, crecieron un 50 % en ingresos en 2025:⁴ dramas y ficción que no se conciben para el papel, sino para ser inmersivos, actuados y vividos a través de los oídos.

La paradoja de la máquina: eficiencia frente a emoción



- 1 Adopción en la sombra.** Las editoriales ya utilizan herramientas de inteligencia artificial en su día a día para limpiar ruidos, editar o estructurar sus audios.
- 2 El veredicto del público.** El oyente rechaza las voces robóticas en las novelas porque carecen de alma: la empatía, el quiebre de una voz por el dolor, la risa genuina y los matices de cada personaje siguen siendo territorio humano. En cambio, las acepta encantado en manuales técnicos, autoayuda o libros de texto, donde un tono estable y constante ayuda a aprender.
- 3 El rechazo comercial.** Los libros narrados al 100 % por computadoras apenas generan ventas.

La paradoja, en cifras

LA PARADOJA DE LA MÁQUINA

85 %

De los profesionales del audio ya usa IA en alguna fase de la producción⁸

71 %

De las ventas en EE. UU. son de ficción, donde manda la voz humana²

61 %

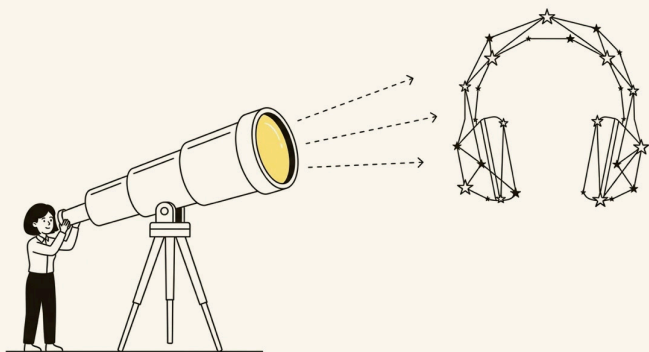
De los oyentes de EE. UU. probaría un audiolibro narrado por IA⁴

0,03 %

De las ventas en EE. UU. viene de audiolibros con voz de IA⁴

LA CONCLUSIÓN

La IA democratiza, pero el humano conecta.



El ecosistema perfecto

La tecnología ha derribado los muros de la exclusividad. El futuro no es un combate entre máquinas y humanos, sino una colaboración perfecta.

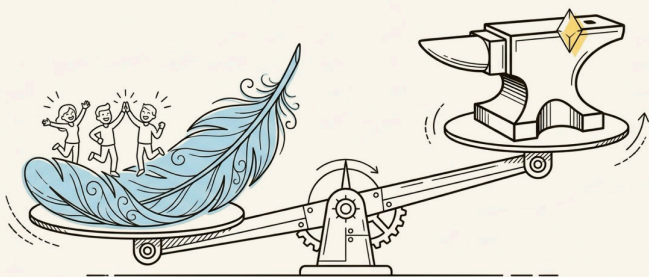
El audio del mañana es infinito, transparente y está diseñado para acompañarnos en cada paso.

El gran laboratorio literario

Una mirada clara y optimista a la forma en que el mundo escribe, escucha y se apasiona por las historias hoy.

Olvidemos los gráficos complejos; descubramos qué lee la gente, por qué lo hace y cómo la tecnología está construyendo una nueva era de imaginación.



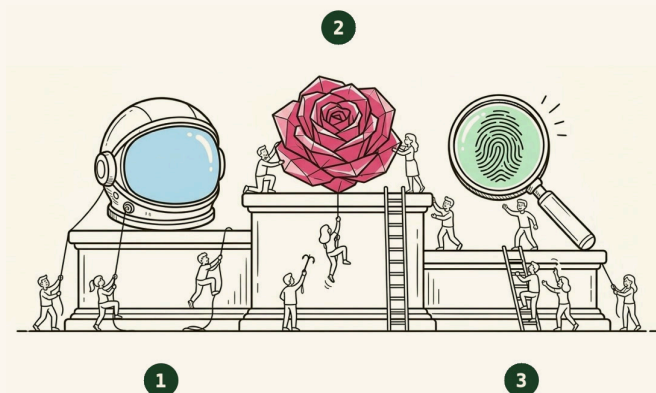


El gran dominio de la imaginación

Aunque el mundo real exige nuestra atención, la inmensa mayoría de los lectores busca una puerta de escape. La ficción aplasta a la realidad en la balanza global.

Las historias inventadas son el rey indiscutible de nuestras bibliotecas, dejando a los manuales, biografías y libros prácticos en un espacio mucho más pequeño pero profundamente sólido.

Los titanes del entretenimiento

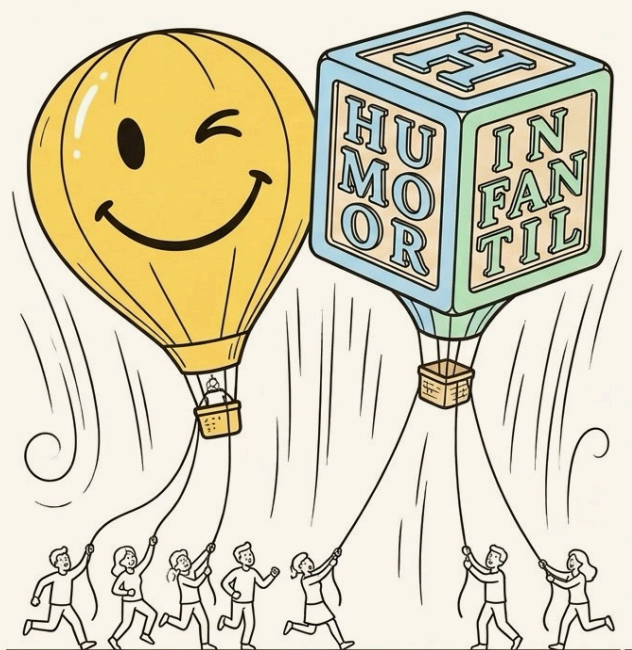


- 1 **El espacio y la magia.** Mundos imposibles que nos invitan a soñar despiertos.
- 2 **El corazón.** Historias de amor y química humana que nunca pasan de moda.
- 3 **La tensión.** El misterio y el suspense que nos mantienen pasando páginas hasta la madrugada.

Las sorpresas de la temporada

Más allá de los clásicos, hay tendencias que están subiendo como la espuma. En tiempos complejos, la gente busca la risa desesperadamente: el humor está experimentando un crecimiento explosivo.

Le siguen muy de cerca las historias infantiles y juveniles, demostrando que las nuevas generaciones están devorando libros a un ritmo asombroso.





España: tensión y romance en suscripción

El mercado español tiene un apetito voraz por la ficción, especialmente por la novela negra y las historias románticas.

Pero lo que define su comportamiento es cómo lee: el modelo de suscripción ilimitada, una tarifa plana donde los lectores pagan una entrada única para devorar un bufé infinito de historias.

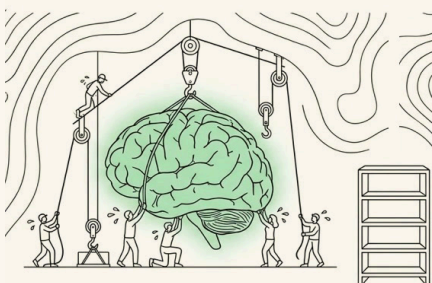
México: el equilibrio perfecto

A diferencia de otros territorios, México lee para aprender y para soñar a partes iguales. Es un mercado de equilibrio perfecto entre la realidad y la ficción.

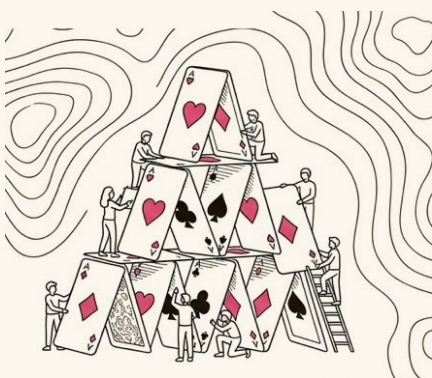
Sin embargo, destaca un amor profundo y arraigado por los libros prácticos, el crecimiento personal y los negocios. Aquí, la lectura es vista como una herramienta directa para el éxito.



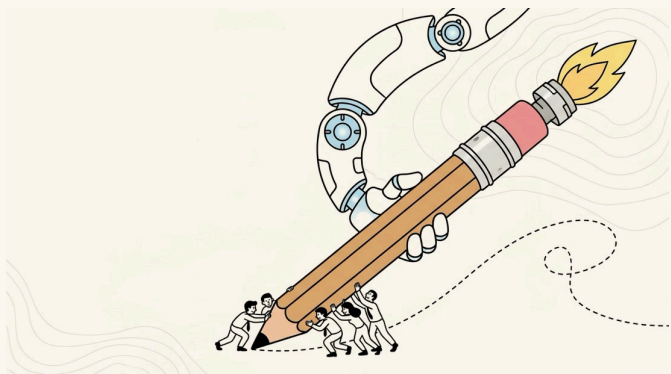
Contrastes culturales: el Norte y el Sur



- 1 **El Sur (América Latina).** Una apuesta decidida por la realidad. Existe una sed insaciable por manuales, autoayuda y libros prácticos para transformar el entorno.



- 2 **El Norte (EE. UU. hispano).** Un refugio en la imaginación. Prefieren la evasión de la ficción literaria, aunque sus bibliotecas piden a gritos más material de desarrollo personal en español.



La nueva forma de escribir historias

La inteligencia artificial no está aquí para escribir libros genéricos en soledad.

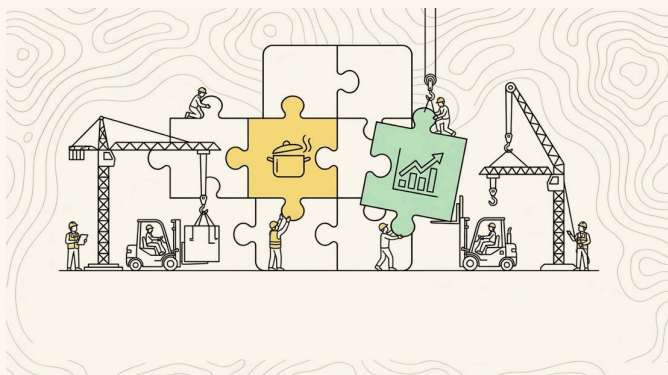
Funciona como un asistente arquitectónico.

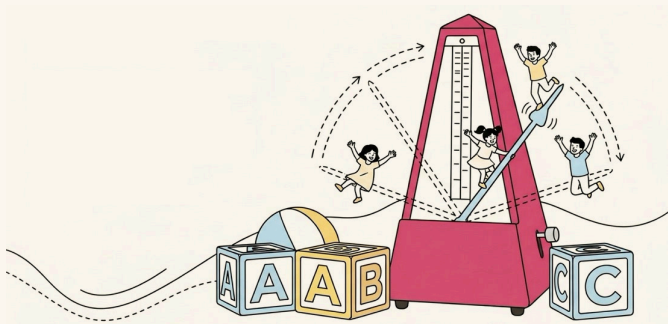
Las máquinas generan los planos estructurales, organizan los datos y construyen los cimientos, pero son los autores humanos quienes empujan el lápiz, añaden el alma, las anécdotas personales y la verdadera magia.

Recetas y negocios: la estructura perfecta

Los géneros que siguen reglas claras son los grandes ganadores de esta revolución.

Los libros de cocina, los manuales técnicos y las guías de negocios se benefician enormemente de la IA, que es capaz de organizar listas, calcular tiempos y estructurar casos de estudio con una precisión milimétrica.





Amor y magia infantil a ritmo de IA

Incluso en los géneros más sensibles, la tecnología aporta herramientas invisibles pero vitales.

Ayuda a los autores a medir y ajustar el ritmo del romance para que la química funcione a la perfección, y actúa como un filtro experto para seleccionar el vocabulario más sencillo y encantador para los cuentos infantiles.

Pintando mundos invisibles

El diseño visual impulsado por IA ha cerrado la brecha de calidad.

Las portadas de los libros, especialmente aquellas que requieren atmósferas abstractas para la ciencia ficción o la fantasía, han alcanzado niveles de calidad asombrosos, permitiendo que cualquier gran historia tenga una presentación de nivel profesional.



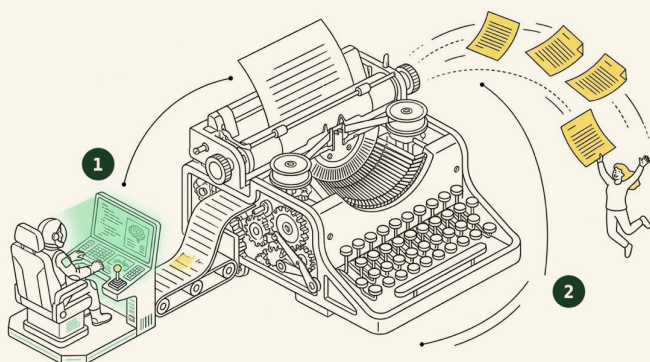
IA y audio editorial

La inteligencia artificial no ha venido a reemplazar la creatividad. Ha venido a escalar la producción.

Un manual visual para entender cómo los autores y editores están construyendo el ecosistema del audio en 2026.



La regla del 90/10 en el proceso moderno



- 1 El 90 % mecánico.** La IA asume el trabajo pesado: estructurar borradores, limpiar pistas de audio, verificar la continuidad de los personajes y formatear archivos EPUB3. Semanas de trabajo se reducen a horas.
- 2 El 10 % mágico.** El autor y el editor aportan la dirección de arte, la sensibilidad cultural, la experiencia vivida y la decisión final. La máquina acelera; el humano conduce.

El despertar del archivo y los nichos



- 1 El modelo anterior.** Solo los grandes lanzamientos de ficción o los libros de celebridades podían justificar el alto coste y los meses de espera de un estudio de grabación profesional. El fondo de catálogo permanecía en silencio.



- 2 La nueva realidad.** Títulos académicos, manuales prácticos, libros de nicho y el fondo editorial (backlist) ahora son rentables. La IA permite dar voz a historias que antes estaban bloqueadas, y hasta los clásicos de dominio público, atrapados en estantes polvorientos, encuentran millones de oídos nuevos.

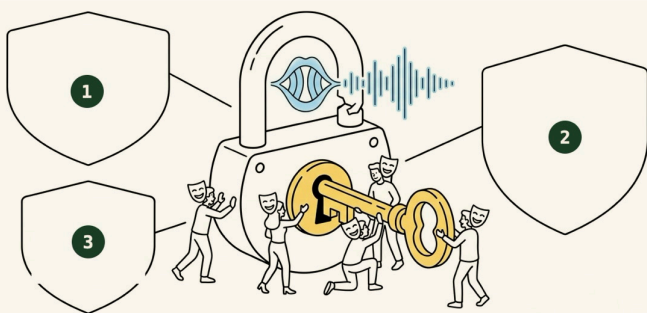
Cuadro de mando: estudio tradicional frente a IA

CRITERIO	PRODUCCIÓN TRADICIONAL	PRODUCCIÓN CON IA
Coste promedio	De 2.000 a más de 10.000 \$ ⁹	Menos de 100 \$; gratis en Apple para libros en inglés ¹⁰
Tiempo de producción	De semanas a meses	Horas o días
Derechos residuales	Sujetos a contratos con narradores	Cero regalías residuales; propiedad comercial total del autor
Casos de uso ideales	Ficción compleja, alto rango emocional	No ficción, manuales, catálogos extensos, pruebas de mercado

El ahorro real es más modesto de lo que prometen los proveedores (85–95 %): quienes ya usan IA en audio declaran ahorrar un 20 % el segundo año y un 50 % el tercero.⁸

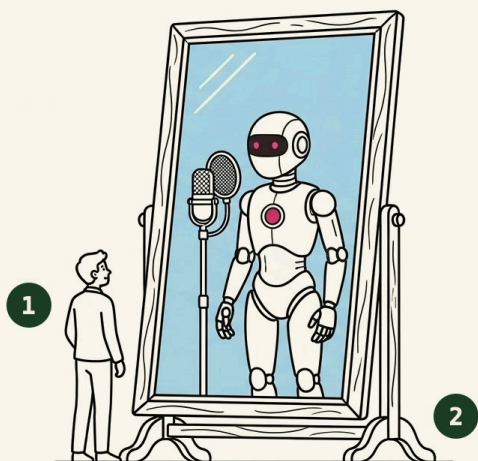
La voz humana no se roba, se licencia

El acuerdo de 2024 entre el sindicato de actores SAG-AFTRA y Narrativ, para anuncios de audio, fija un modelo ético para las réplicas de voz digital basado en tres pilares innegociables:¹¹



- 1 Consentimiento.** Ninguna voz puede ser clonada o utilizada sin la aprobación explícita y previa del actor para cada proyecto específico.
- 2 Compensación.** Los actores establecen sus propias tarifas y reciben pagos estandarizados (como el contrato de comerciales de audio) por el uso de su gemelo digital.
- 3 Control.** El talento humano mantiene el control sobre el uso de su réplica digital.

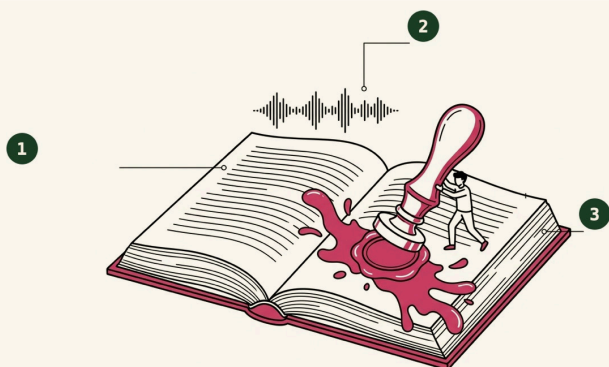
Clonación frente a generación: la ética del audio



1 Clonación de voz. Implica replicar la voz de un individuo real. Los actores poseen «derechos de personalidad»: en 2025, un tribunal de Berlín obligó a dejar de usar la voz clonada de un actor de doblaje y a pagarle una licencia por haberla usado sin permiso.¹² Requiere contratos estrictos.

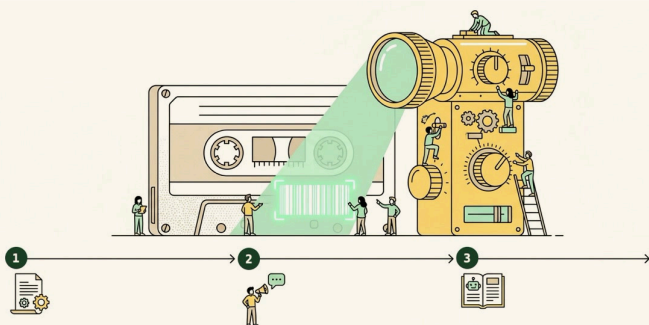
2 Generación sintética (text-to-speech). Herramientas que construyen voces algorítmicas sin imitar a una persona específica. Al no ser «artistas intérpretes», estas voces no tienen derechos, no cobran regalías y están libres de restricciones de reutilización.

Anatomía de la propiedad intelectual



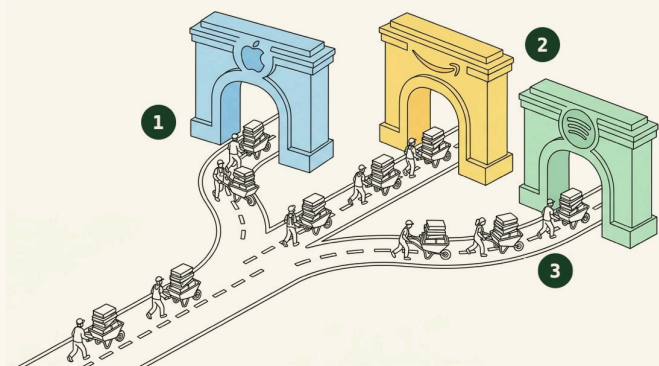
- 1 El manuscrito: protegido al 100 %.** Tu obra literaria es tuya. El uso de IA para la narración no transfiere, diluye ni complica tu autoría sobre el texto original.
- 2 El audio generado: depende del servicio.** En EE. UU., el audio puramente generado por IA no puede protegerse con copyright.¹³ Revisa los términos de servicio de la plataforma de narración: en las éticas, tú conservas los derechos de distribución comercial.
- 3 El producto final: comercializable.** La combinación de tu texto protegido y el audio generado conforma un producto que tienes pleno derecho a vender en cualquier plataforma.

Transparencia, marcas de agua y la ley europea



- 1 La Ley de IA de la UE (2026).** Desde agosto de 2026 obliga a los proveedores de IA a marcar el audio sintético en un formato legible por máquina; por eso las plataformas profesionales incrustan esas marcas automáticamente en los archivos.¹⁴
- 2 Divulgación proactiva.** Más allá de la ley, la transparencia protege tu marca. Los oyentes que descubren una voz de IA sin previo aviso castigan con reseñas de una estrella; avisar desde el principio filtra a los críticos puristas y atrae a quienes valoran el contenido por encima del formato.
- 3 La regla de oro.** Incluye siempre una línea clara en la descripción de tu libro: «Este audiolibro ha sido narrado utilizando tecnología de voz digital».

Las puertas de entrada: reglas por plataforma

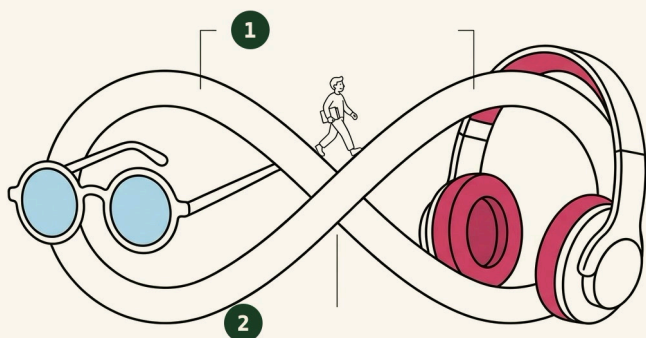


1 Apple Books. Ofrece narración digital gratuita para autores independientes, por ahora solo para libros en inglés y a partir de un EPUB que ya esté a la venta en Apple Books.¹⁰

2 Amazon KDP y ACX. Permite contenido de IA, pero exige declarar el que ha sido generado por IA al publicar.¹⁵ Su programa «Virtual Voice» ofrece unas 100 voces.¹⁶

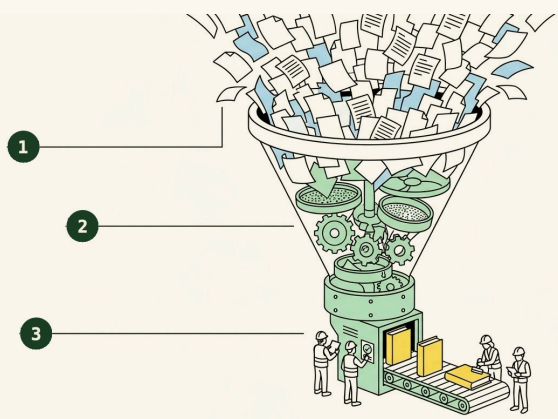
3 Spotify y agregadores. Spotify abraza la IA (por ejemplo, con ElevenLabs) pidiendo etiquetas claras.¹⁷ Cuidado con los agregadores: INaudio (antes Findaway) solo acepta narraciones de IA de sus socios oficiales, como Google Play Books o ElevenLabs.¹⁸

La nueva experiencia híbrida del lector

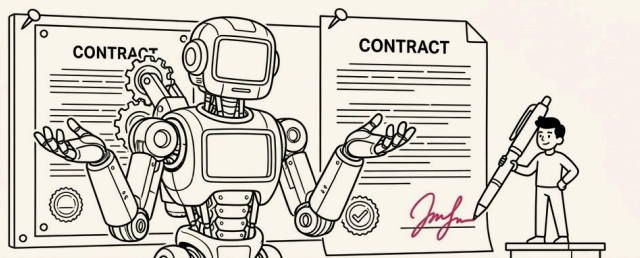


- 1 El consumo multitarea.** El oyente moderno no elige entre leer o escuchar; hace ambas cosas con el mismo libro.
- 2 Sincronización total.** Funciones como «Page Match» de Spotify o «Read & Listen» de Audible eliminan las fronteras.¹⁹ El lector puede leer en papel o ebook por la noche y continuar la misma historia en el coche al día siguiente, sin perder la página.

Sobrevivir al tsunami de contenido



- 1 **La inundación.** La facilidad de publicación ha creado una avalancha de contenido de baja calidad y mínima edición («slush tsunami»): ya hay más de 750.000 títulos activos en EE. UU., un 43 % más en un solo año.⁴ El reto ya no es publicar, sino lograr ser encontrado.
- 2 **Los filtros del algoritmo.** Las plataformas están endureciendo sus criterios. El algoritmo entierra rápidamente los libros con malas reseñas iniciales y premia a aquellos con metadatos precisos (códigos BISAC).
- 3 **La calidad gana.** La ventaja ya no es la velocidad, sino la estrategia. Las preventas anticipadas (hasta un año en Apple²⁰) y la edición humana experta son las señales de calidad que rompen el ruido. En un océano de contenido infinito, la calidad artesanal humana es el máximo lujo.



El límite de la automatización

Lo que la máquina no puede hacer

- **Asumir riesgos legales.** La IA no puede firmar un contrato, no asume responsabilidad por infracciones de derechos y no posee sensibilidad cultural para realizar lecturas de sensibilidad.
- **Construir una marca.** La IA no puede hacer entrevistas, conectar emocionalmente con los lectores ni defender una visión artística. La responsabilidad y el crédito recaen en el editor.

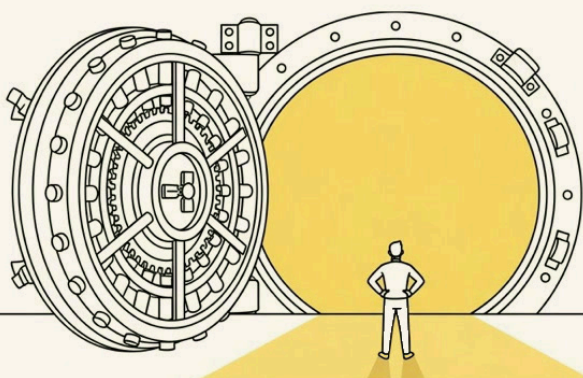
La responsabilidad humana

- **Aprobar el corte final.** La máquina genera opciones, pero carece del juicio subjetivo de saber «qué se siente correcto». El control de calidad final siempre requiere un oído humano.

El cambio no es una amenaza, es una ampliación

El mercado del audio exige más historias de las que los estudios tradicionales pueden producir.

Las herramientas son gigantes, pero la visión debe ser tuya. Es hora de darle voz a tus ideas.

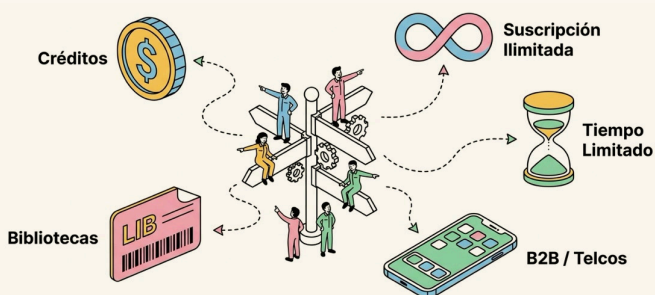


Monetización de audiolibros

Cómo monetizar tus libros en la nueva era del audio (sin perderte en el intento).



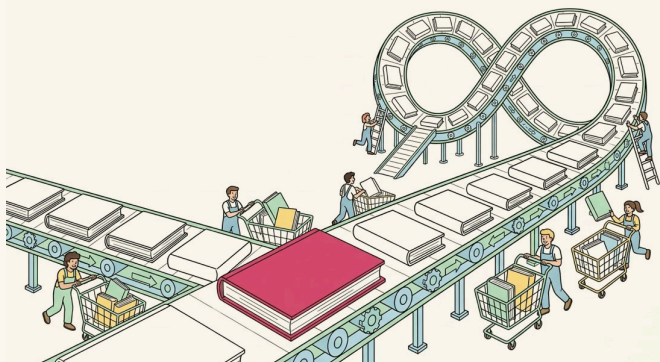
El mapa del ecosistema de comercialización





Los créditos premian la retención del oyente

- **¿Cómo funciona?** El usuario paga una cuota mensual por 1 crédito, que canjea por 1 libro (sin importar su precio).
- **El dominio.** Audible sigue siendo el actor dominante del mercado estadounidense.
- **El nuevo modelo.** Desde mayo de 2026, Audible calcula el «valor por miembro» de cada suscripción y lo reparte entre los títulos que ese miembro escucha.²¹
- **Regalías.** 50 % exclusivo / 30 % no exclusivo, frente al 40 % / 25 % del modelo anterior, que desaparece a finales de 2026.²¹



La tarifa plana domina el mercado hispano

- **¿Cómo funciona?** Como Netflix: pagas una cuota y escuchas todo lo que quieras. Plataformas clave: Storytel, Nextory.
- **El dato clave.** En el mercado del audiolibro en español, la suscripción ilimitada ya supone el 89,5 % de los ingresos (2025).⁶
- **¿Cómo te pagan?** Modelo pro-rata. El fondo total de ingresos se divide entre las horas totales consumidas por todos los usuarios, y tú cobras tu porción del pastel.
- **Estrategia.** Ideal para long-sellers (libros de fondo de catálogo) y para descubrir nuevos lectores.



El tiempo es literalmente oro en Spotify

- **¿Cómo funciona?** Modelo capped. Spotify incluye 15 horas de audiolibros al mes en su plan Premium; si el usuario quiere más, contrata Audiobooks+ o compra recargas.²² Es una estrategia clave para despertar la curiosidad de lectores no habituales.
- **El impacto.** Spotify dice haber alcanzado en torno al 20 % del mercado de EE. UU. en un par de años, y Audiobooks+ supera los 100 millones de dólares de ingresos recurrentes anuales.²³
- **¿Cómo te pagan?** Por la cantidad exacta de horas (o el porcentaje del libro) que el usuario consume.
- **Estrategia.** Ideal para dar una segunda vida a tus libros de fondo de catálogo.

Alianzas invisibles que multiplican lectores



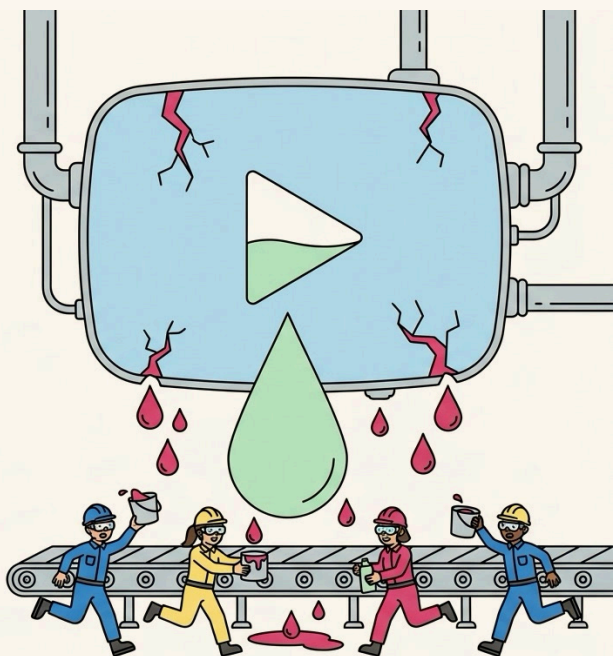
- 1 Las bibliotecas.** El 46 % de los oyentes de EE. UU. pide audiolibros prestados en apps de bibliotecas digitales.⁴ Te pagan una tarifa plana o un pago único por licencia de préstamo, en plataformas como Libby u OverDrive. Baja monetización directa, pero visibilidad masiva.



- 2 Telcos y B2B, el motor de LatAm.** Plataformas como Skeelo venden acuerdos masivos a operadoras telefónicas para incluir tus audiolibros en el plan de datos del móvil. Ingresos fijos, y llegas de golpe a millones de personas que no suelen comprar libros.

El gran desafío: las copias gratuitas en YouTube

- En EE. UU., el 45 % de los oyentes admite haber escuchado una copia gratuita en YouTube en el último año; muchas de ellas, pirateadas.⁴



LA SOLUCIÓN PARA AUTORES

Diversificar. Estar en bibliotecas y en modelos de tarifa plana permite a los usuarios sensibles al precio consumirte legalmente sin recurrir a la piratería.

Tu matriz de decisión para distribuir

MODELO	¿QUIÉN PAGA?	¿CÓMO COBRAS?	IDEAL PARA...
Créditos	El oyente (un crédito al mes)	Valor del fondo (Member Pool)	Nuevos lanzamientos caros
Suscripción ilimitada	El oyente (tarifa plana)	Pro-rata (fondo total)	Mercado hispano y long-sellers
Suscripción limitada	El oyente (Premium)	Por hora consumida	Novelas largas, alta retención
B2B / Telcos	La operadora móvil	Margen fijo o licencia	Alcanzar a no lectores (LatAm)
Bibliotecas	El Estado / institución	Licencia o tarifa plana	Visibilidad masiva, volumen

El audio ya no es opcional, es estructural

- El audiolibro es ya un pilar central de la edición moderna.
- La inteligencia artificial ha destruido la barrera del coste de entrada.
- Los modelos de comercialización se adaptan a todos los bolsillos: desde la venta premium hasta la integración en la tarifa de tu móvil.



Tu próximo lector no está buscando un libro. Está buscando algo que escuchar.

De dónde salen las cifras

- 1 **Fortune Business Insights.** Audiobooks Market Size, Share & Industry Analysis (2026).
www.fortunebusinessinsights.com/audiobooks-market-104739
- 2 **Audio Publishers Association.** Research FAQ (2026).
www.audiopub.org/research-faq
- 3 **Grand View Research.** Audiobooks Market Size To Reach \$35.47 Billion By 2030 (2025). www.grandviewresearch.com/press-release/global-audiobooks-market
- 4 **Audio Publishers Association.** Encuestas anuales de ventas (Toluna) y de consumo (Edison Research) (2026).
www.audiopub.org/surveys
- 5 **Publishers Weekly.** Audiobook Sales Rose 13% in 2024, to \$2.2 Billion (2025).
www.publishersweekly.com/pw/print/20250609/97920-audiobook-sales-rose-13-in-2024-to-2-2-billion.html
- 6 **Bookwire.** Annual Report 2025: Barometer of the Spanish-language Digital Publishing Market (2026).
www.bookwire.com/spanish-market-report-2026
- 7 **Spotify Newsroom.** How Spotify Is Driving Growth, Discovery and Innovation in the Audiobook Market (2025).
newsroom.spotify.com/2025-03-13/how-spotify-is-driving-growth-discovery-and-innovation-in-the-audiobook-market
- 8 **Publishing Perspectives.** Who Is Narrating the Future? AI and the Audiobook Market (informe de Dosdoce) (2026).
publishingperspectives.com/2026/09/who-is-narrating-the-future-ai-and-the-audiobook-market
- 9 **publica.la.** AI Narration Is Changing Audiobook Production Costs (2026). publica.la/en/blog/ai-narration-changing-audiobook-production-costs
- 10 **Apple Books for Authors.** Digital narration audiobooks (2026).
authors.apple.com/support/4519-digital-narration-audiobooks
- 11 **Daily Journal.** SAG-AFTRA agreement with Narrativ allows actors to monetize digital replicas of their voice (2024).
dailyjournal.com/article/380551-sag-aftra-agreement-with-narrativ-allows-actors-to-monetize-digital-replicas-of-their-voice

- 12 **Härting Rechtsanwälte.** Voice clones by AI in court: dubbing artist wins at Berlin Regional Court (2025). haerting.de/en/insights/voice-clones-by-ai-in-court-dubbing-artist-wins-at-berlin-regional-court
- 13 **U.S. Copyright Office.** Copyright and Artificial Intelligence, Part 2: Copyrightability (2025). copyright.gov/newsnet/2025/1060.html
- 14 **Reglamento de IA de la UE.** Artículo 50: obligaciones de transparencia (2024). artificialintelligenceact.eu/article/50
- 15 **Amazon KDP.** Content Guidelines (contenido generado por IA) (2026). kdp.amazon.com/en_US/help/topic/G200672390
- 16 **Publishers Weekly.** Audible Expands Catalog with AI Narration and Translation Services (2025). www.publishersweekly.com/pw/print/20250519/97756-audible-expands-catalog-with-ai-narration-and-translation-services.html
- 17 **Spotify Newsroom.** Spotify Opens Up Support for ElevenLabs Audiobook Content (2025). newsroom.spotify.com/tag/digital-voice-narration
- 18 **INaudio.** Digital voice narration (AI narration) FAQs (2026). voicessupport.inaudio.com/en/articles/3219456
- 19 **Spotify Newsroom.** Page Match (2026). newsroom.spotify.com/tag/page-match
- 20 **Apple Books for Authors.** Planning your book launch (2026). authors.apple.com/support/3979-planning-book-launch
- 21 **ACX.** Audible's new royalty model brings more ways to earn (2026). www.acx.com/mp/blog/audible-new-royalty-model
- 22 **Spotify Newsroom.** Audiobooks+ Brings More Choice and Flexibility to Spotify Premium Subscribers (2025). newsroom.spotify.com/tag/premium-audiobooks

-
- 23 **Music Business Worldwide.** Spotify is expanding audiobooks to more than 180 markets; its audiobooks add-on has passed \$100m in annual recurring revenue (2026). www.musicbusinessworldwide.com/spotify-is-expanding-audiobooks-to-more-than-180-markets-and-says-its-audiobooks-add-on-has-passed-100m-in-annual-recurring-revenue

Más guías de creautores.com

Todas son gratuitas y se pueden leer en el móvil o descargar en PDF.

01 **Guía de autopublicación en la era de la IA** →

Escribir, publicar y vender tu libro con ética e inteligencia artificial.

creautores.com/guiadeautopublicacion

03 **Guía de storytelling** →

La estructura que siguen todas las grandes historias.

creautores.com/guiadestorytelling

04 **Guía de autopublicación con Amazon KDP** →

Construir un negocio editorial que trabaje para ti.

creautores.com/guiaamazonkdp

05 **Guía para crear tu marca personal** →

Confianza, contenido y equipo para una marca en la que la gente crea.

creautores.com/guiamarcapersonal

06 **Guía de estrategia en KDP** →

Del libro al ecosistema: atraer, capturar y escalar con Amazon KDP.

creautores.com/guiaestrategiakdp

07 **Manual de ingeniería de la atención** →

Cómo captar la atención en los primeros segundos y mantenerla hasta el final.

creautores.com/manualingenieriaatencion



Te ayudamos a convertir tus historias y tu conocimiento en ingresos recurrentes.