

Percepción sobre
el clima empresarial
editorial
en el 2006 y tendencias a corto plazo



CENTRO REGIONAL PARA
EL FOMENTO DEL LIBRO EN
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



Para obtener los resultados consignados en este cuarto boletín informativo producido por el Servicio de Información Estadística Regional (SIER), el Cerlalc contó con la participación de 82 empresas.

Agradecemos a los presidentes y directores generales el suministro oportuno de la información, que nos permitió informar a ustedes sobre las tendencias del clima editorial empresarial.

ISADORA DE NORDEN
Directora del Cerlalc

GONZALO ARBOLEDA
Presidente GIE

Las percepciones de los gerentes de las empresas editoriales indican que tanto el comercio internacional como las ventas aumentaron en el periodo de julio a septiembre de 2006 respecto al mismo periodo en el año anterior. Nos agradó constatar también que el clima de negocios para mayoría de las empresas fue positivo al cierre del 2006.

En este informe ampliamos la información referente a los problemas que identificaron los gerentes como los más relevantes. En la próxima medición profundizaremos sobre la percepción de los gerentes sobre la problemática identificada con respecto a las políticas nacionales del libro y la lectura, tema considerado estratégico por todos los países que tienen consejos nacionales del libro y la lectura en donde participan también representantes de los gremios de la cadena del libro.

RICHARD URIBE
Subdirector del libro y desarrollo

Percepción sobre el clima editorial empresarial en el 2006 y tendencias a corto plazo.

Richard Uribe Schroeder

∨ *Diana Cifuentes Gómez*
∨ *CERLALC, SIER*

Estamos realizando por cuarta vez la encuesta de opinión sobre el clima editorial empresarial. En esta ocasión contamos con la participación de 82 empresas de 18 países. Los participantes respondieron la encuesta por correo electrónico o diligenciando el cuestionario en dos encuentros de editores y libreros realizados en Costa Rica y Ecuador con el CERLALC, lo que por primera vez permitió incluir una muestra del gremio de libreros para estos países. Dicha información se publicará en el siguiente boletín.

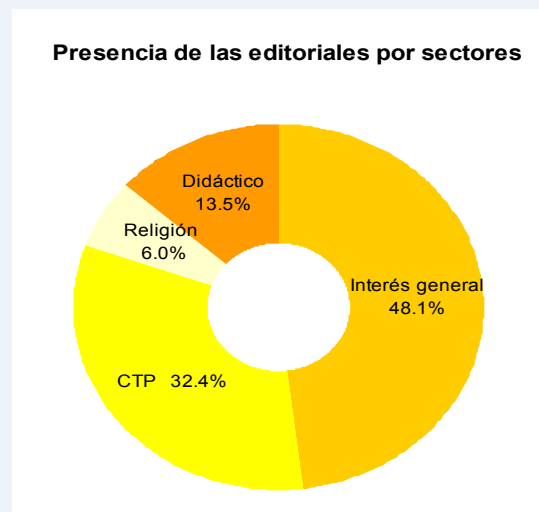
La encuesta se distribuyó entre un total de 166 empresas de América Latina. Las empresas que respondieron están distribuidas de la siguiente manera: Argentina (4), Bolivia (1), Brasil (9), Chile (5), Colombia (8), Costa Rica (8), Ecuador (15), El Salvador (2), Guatemala (7), México (7), Panamá (3), Paraguay (1), Perú (4), Puerto Rico (2), República Dominicana (1), Uruguay (2), y Venezuela (3). Adicionalmente una editorial envió información sobre sus ventas en Estados Unidos. El 38% de las empresas que respondieron son multinacionales (81% españolas y 19% latinoamericanas), entre las cuales se encuentran Random House Mondadori, Paulinas, Ediciones B, Norma, SM, Planeta, Fondo de Cultura Económica, Alfaomega, Santillana, Editorial Médica Panamericana, y Larousse; y el 62% restante corresponde a empresas locales con una participación importante en ventas del mercado.

Las preguntas de la encuesta abarcan en su mayoría el trimestre comprendido entre Julio y Septiembre de 2006. Adicionalmente se incluye una pregunta sobre el volumen de pedidos para el trimestre Octubre-Diciembre de 2006 y otra sobre las ventas totales para el periodo Septiembre 2005-Septiembre 2006 que tiene como objeto evaluar el comportamiento del sector en un año.

PRESENCIA DE LAS EDITORIALES POR SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

Las 69 editoriales que participaron en la encuesta afirmaron tener ventas en los diferentes segmentos como se presenta en el gráfico 1. Se observa un aumento en la participación en el sector Científico-Técnico-Profesional que en la tercera medición fue del 22% y que también había aumentado respecto a las otras dos mediciones.

Gráfico 1



COMERCIO EXTERIOR

Un buen porcentaje de empresas tienen participación en el comercio internacional: 68% exportan y 72% importan. Para el trimestre comprendido entre Julio y Septiembre, el 58% de las empresas que exportan afirman haber aumentado sus importaciones con respecto al mismo trimestre del año 2005; de las que importan, el 46% tuvieron un incremento en sus importaciones.

Un comparativo entre las empresas que contestaron esta y la anterior medición (48 empresas) muestra que para este grupo, el porcentaje de empresas cuyas exportaciones aumentaron fue el mismo (52%) para ambas mediciones, y el de las que aumentaron sus importaciones fueron menor (53% en la medición anterior frente al 44% en esta).

Gráfico 2

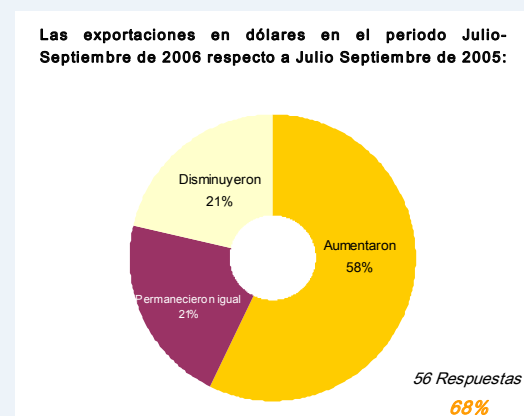
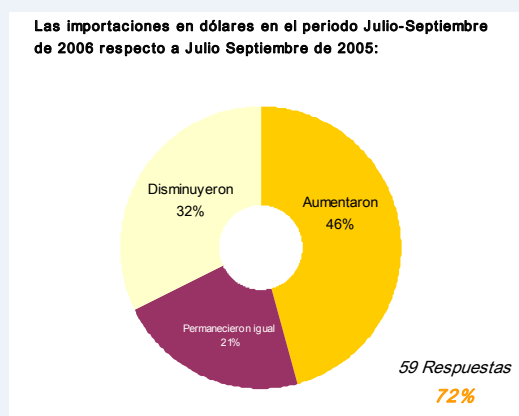


Gráfico 3



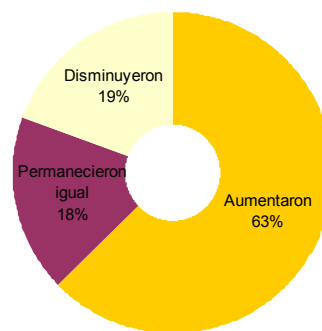
VENTAS TOTALES DE LAS EDITORIALES

63% de las editoriales indicaron aumentos en sus ventas de ejemplares para el periodo Septiembre 2005-Septiembre 2006 respecto al mismo periodo del año anterior.

En la medición anterior el mismo porcentaje de las editoriales habían aumentado sus ventas. Se observa una desaceleración en el crecimiento de las ventas entre los años 2003 y 2006, en la primera medición, este porcentaje había correspondido al 79% y en la segunda al 67%.

Gráfico 4

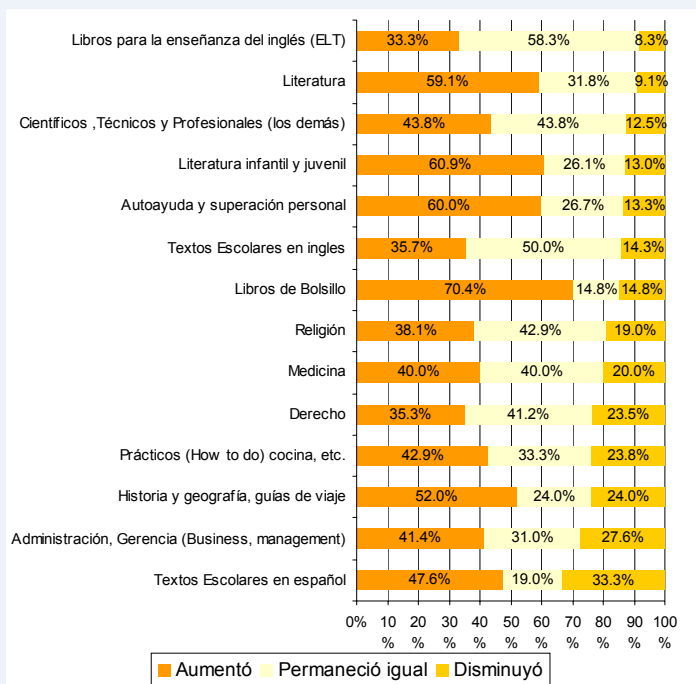
Las ventas totales en moneda nacional en el periodo Septiembre 2005-Septiembre 2006 respecto a las de Septiembre 2004-Septiembre 2005: (Editoriales)



67 respuestas

SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

Gráfico 5



El análisis de la información por segmentos evalúa la información sobre el comportamiento de las ventas en el trimestre Julio-Septiembre de 2006, respecto al mismo periodo para el año anterior. Se muestra que los segmentos más dinámicos para el conjunto de editoriales que contestaron la encuesta fueron los libros de bolsillo y los de literatura infantil y juvenil. Es decir que según los datos arrojados por la encuesta, un mayor porcentaje de editoriales aumentó sus ventas sobre todo en los segmentos del mercado de interés general: 70% de las editoriales aumentaron sus ventas en libros de bolsillo; y de literatura infantil y juvenil y literatura, el 60% y 59%, respectivamente. Llama la atención que en el periodo indagado las ventas de textos en español bajara para el 33% de las editoriales.

A diferencia de la información que aparece en el gráfico 1, en donde se muestra únicamente la presencia de las editoriales en cada uno de los

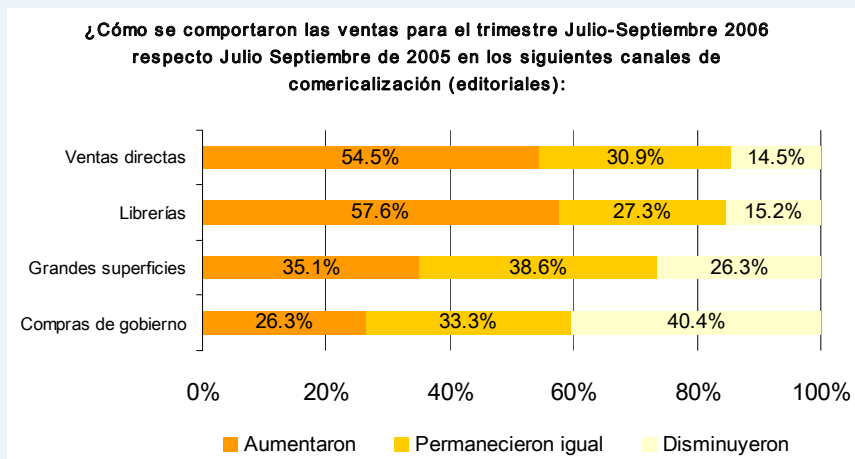
segmentos. En esta pregunta se toma la información de las 82 empresas que participaron en la medición: 69 editoriales (incluyendo aquellas que tienen librerías). De las 82 empresas, 20 declararon que tenían actividades de distribución y 16 librerías. Cabe anotar que la pregunta sobre la principal actividad de la empresa es de respuesta múltiple y es posible que una empresa tenga como actividad principales dos de ellas, o las tres.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El 96% de las empresas editoriales encuestadas afirmaron realizar ventas a librerías, 83% realizan ventas a grandes superficies, 82% al gobierno y 80% realizan ventas directas. Un mayor porcentaje de empresas editoriales informan que sus ventas a través del canal de librerías aumentaron (57.6% de las editoriales). Esta cifra confirma una fortaleza de las librerías como canal de distribución que también se había presentado en la medición anterior. Adicionalmente un menor porcentaje de editoriales afirmó que sus ventas disminuyeron a través de este canal (21.4% en la anterior medición y 15.2% en esta). También resalta la importancia de las ventas directas: 54.5% de las empresas afirman

haber aumentado sus ventas en este canal, frente al 44.7% de la medición anterior y una mayor proporción de empresas editoriales que aumentó sus ventas a través del canal de grandes superficies: 35.1% en esta medición en comparación con el 26.9% del ejercicio anterior. Las compras de gobierno presentan variaciones en cada medición. Para esta pregunta las respuestas siempre son muy diferentes entre países e incluso entre las diferentes empresas de un país. Por ejemplo en Colombia y Uruguay las respuestas son consistentes entre las empresas y la mayoría reporta que las ventas a través de este canal permanecieron iguales en el primer país, y que disminuyeron en el segundo; pero en cambio en Brasil, de las ocho empresas que contestaron esta pregunta cuatro aumentaron sus ventas a través del gobierno y cuatro las disminuyeron.

Gráfico 6



PROBLEMAS

Como en todas las mediciones que se han realizado anteriormente, se le solicita a las empresas que califiquen entre 1 y 7 de acuerdo con el nivel de afectación percibido, los 6 problemas que han sido identificados como los de mayor inconveniencia entre

las empresas vinculadas al sector editorial de América Latina. El problema se califica con 1 si se considera que el nivel de afectación es mínimo o nulo, y con 7 si el problema afecta a la empresa en una gran medida.

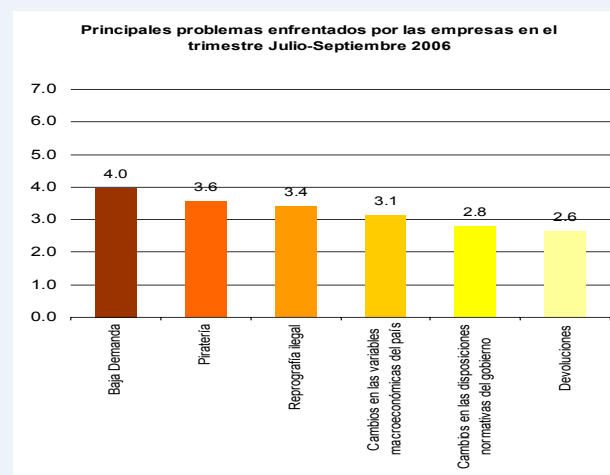
En todas las mediciones, el principal problema para las empresas ha sido el de la baja demanda, en segundo lugar aparece la piratería, que estaba en tercer lugar en la medición anterior y en cuarto lugar en la que le antecedió, lo cual confirma que este problema cobra cada vez más importancia. Los países en donde este problema es más crítico son Ecuador y Perú (tabla 2).

Como en la última medición, los dos problemas de menor importancia son las devoluciones y los cambios en las disposiciones normativas del gobierno.

Respecto a este último problema, se señalan algunos inconvenientes puntuales en algunas empresas, como las garantías que deben dejar las PYMES para exportar en Argentina, y los nuevos requisitos en la asignación de divisas en Venezuela. Por su parte en Guatemala, en el área de textos, hay retrasos en la socialización del currículo del nivel básico, lo cual detiene las decisiones de proyectos.

La tabla de frecuencias muestra la distribución de las respuestas en cada una de las calificaciones. Como se observa, los tres principales problemas presentan una mayor frecuencia de respuestas en las calificaciones 6 y 7 respecto a las de los demás problemas, contrario a lo que sucede con las dos preguntas de menor calificación a nivel general que acumulan el 54.9% y el 58.5% de

Gráfico 7



las respuestas en las calificaciones 1 y 2 (nivel de afectación bajo).

Se considera que cuando se da una calificación mayor o igual a 4, el problema es de gran afectación. Los dos problemas principales, baja demanda y piratería, son los únicos que presentan una frecuencia de respuestas superior al 50% para las calificaciones entre cuatro y siete. Esto quiere decir que en realidad la mayoría de las empresas consideran como muy graves estos dos problemas, y que no se trata de un problema cuya calificación se ve alterada solo por una valoración alta de unas pocas empresas.

Tabla 1

Problema	1	2	3	4	5	6	7
Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	47.6%	7.3%	7.3%	14.6%	9.8%	6.1%	7.3%
Cambios en las variables macroeconómicas del país	35.4%	11.0%	7.3%	15.9%	15.9%	11.0%	3.7%
Baja Demanda	15.9%	8.5%	17.1%	18.3%	17.1%	9.8%	13.4%
Devoluciones	41.5%	17.1%	13.4%	7.3%	9.8%	6.1%	4.9%
Piratería	31.7%	8.5%	4.9%	17.1%	14.6%	11.0%	12.2%
Reprografía ilegal	32.9%	11.0%	9.8%	12.2%	11.0%	9.8%	13.4%

La siguiente tabla muestra la valoración de las opiniones de los empresarios de los principales problemas en cada país, lo cual permite entender mejor el gráfico 7 que registra el comportamiento global. En 9 de los 11 países que aparecen en la tabla, la baja demanda es el prin-

cipal problema o el segundo problema. Se señalan como causantes de este problema la falta de hábitos de lectura, y en algunos países, factores políticos coyunturales (elecciones), problemas económicos (contracciones de mercado, falta de liquidez, recesión de algunos subsectores) y

factores de tipo estacional (ventas típicamente bajas para el trimestre comprendido entre julio y septiembre).

La piratería, que ocupó el segundo lugar dentro de los principales problemas a nivel general, es el problema más importante en dos países: Perú y Ecuador. En Perú, recibe una calificación de 6.0 -la más alta de todas-, y en Ecuador de 4.6. El problema que aparece en tercer lugar, la reprografía ilegal, es grave sobretudo en Colombia y Panamá. Se alude al problema del fotocopiado

en las universidades y la pérdida de la relación con el libro por parte de los estudiantes a favor de la fotocopia.


Los cambios en las disposiciones normativas del gobierno afectan mucho más a Venezuela que al resto de países sobretudo debido a los requisitos para la concesión de divisas.

Llama la atención la alta valoración que se le da a las devoluciones de libros en Argentina, pero no existen comentarios adicionales al respecto que permitan conocer la causa de este problema.

Tabla 2

PRINCIPALES PROBLEMAS POR PAÍSES						
	Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	Cambios en las variables macro-económicas del país	Baja Demanda	Devoluciones	Piratería	Reprografía ilegal
Argentina	3,0	2,8	3,8	4,0	3,5	3,8
Brasil	3,0	3,1	4,6	1,7	2,8	3,1
Chile	2,7	2,6	4,4	3,6	3,4	3,2
Colombia	2,1	3,3	4,6	2,3	4,4	5,4
Costa Rica	2,4	2,8	3,8	2,5	2,5	3,6
Ecuador	2,3	2,8	3,1	2,0	4,6	2,9
Guatemala	3,8	4,5	5,0	2,5	2,8	2,8
México	3,4	2,4	5,3	4,7	3,9	3,9
Panamá	3,0	4,0	5,0	1,0	4,0	5,0
Perú	1,8	1,8	3,8	3,0	6,0	4,5
Venezuela	5,0	3,5	2,3	1,8	3,5	3,0

Se incluyen únicamente los países de los que se recibieron 3 o más encuestas.

 Problema Principal

 Segundo Problema

En el siguiente cuadro se muestran algunos problemas adicionales identificados por los gerentes de las empresas encuestadas:

Tabla 3

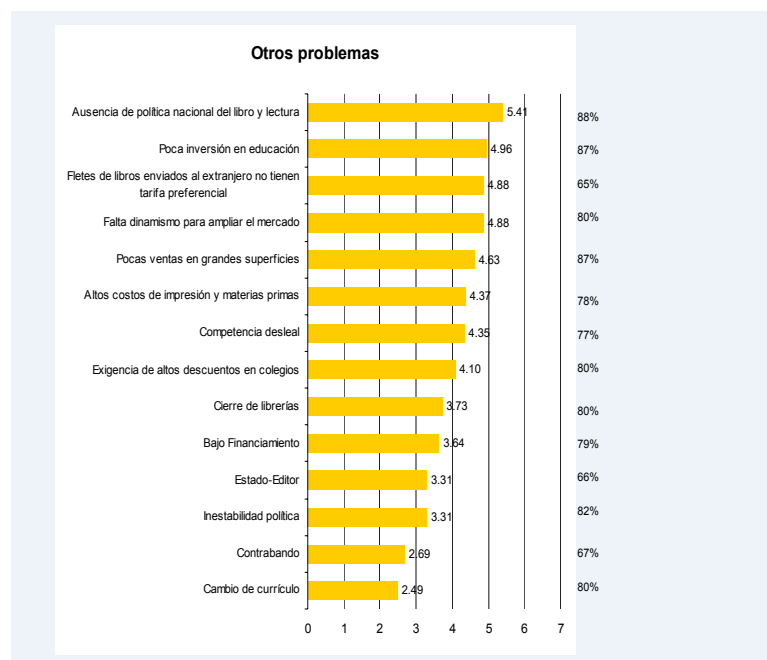
País	Valoración	Problema
Venezuela	4	Transporte externo
Chile	6	Ausencia aun de una acción fuerte del estado en relación al libro y la lectura
Colombia	4	Consultas online afectan la venta de libros en el sector CTP.
Costa Rica	7	Reventa de libros usados
Estados Unidos	7	Demora para responder al mercado americano
Panamá	7	Inacción de las autoridades ante los problemas de Piratería. Parcialización de fiscales de Derecho de autor a favor de presuntos piratas recurrentes.
Perú	7	Competencia desleal del estado a través de publicaciones
Uruguay	7	Poco Respaldo del gobierno al libro
Brasil	6	Políticas de compras por parte del gobierno: inestables e inseguras
Brasil	5	Calidad de la enseñanza

En el siguiente gráfico se relacionan otros problemas que han sido identificados. A diferencia de la pregunta en la cual se indaga por los principales problemas de las empresas en donde es obligatorio calificar entre 1 y 7 todos los problemas, para esta pregunta se tiene la libertad de calificar o no el problema dependiendo de si afecta o no a la empresa. En el margen derecho de la gráfica aparece una columna en donde aparece el porcentaje de empresas que calificaron cada uno de los problemas, lo cual también da una idea de que tan importante se le considera. Siguiendo los resultados de esta columna se tiene que los problemas en donde existe una mayor tasa de respuesta son: Ausencia de política nacional del libro y la lectura (88%), que fue la que obtuvo también mayor calificación (5.41); pocas ventas en grandes superficies (87%) y poca inversión en educación (87% de las empresas la calificaron con una valoración promedio de 4.96).

Otros problemas que fueron identificados como de gran afectación entre las empresas fueron la falta de una tarifa preferencial en los fletes para el envío de libros al extranjero (4.88) y la falta de dinamismo para ampliar el mercado (4.88). Se aducen como causas de la falta de dinamismo factores endógenos de las empresas y el sector editorial, como la falta de marketing, el lento crecimiento del sector, y falta de ánimo de parte de las empresas debido a las dificultades que deben enfrentar los editores. Y factores exógenos como el lento crecimiento de las librerías, y los bajos ingresos de la población

Respecto al problema de ausencia de políticas nacionales del libro y la lectura, varios países de la región tienen leyes del libro y planes nacionales de lectura. Algunas promueven políticas nacionales de lectura y otras políticas que fomentan el libro como la implantación de tarifas postales preferenciales, premios, becas, exención de aranceles o tarifas reducidas para la promoción del libro en medios de comunicación¹.

¹ En el siguiente enlace se encuentran los textos de de las leyes del libro para los países miembros del CERLALC. http://www.cerlalc.org/secciones/otros_servicios/leyes.htm



La alta calificación que recibe este problema nos plantea la necesidad de ampliar su análisis en la próxima evaluación.

Uno de los gerentes brasileros que contestó la encuesta comenta que se han establecido políticas referentes al libro y el fomento de la lectura, pero que en la práctica han sucedido muy pocas cosas significativas y que es necesario apoyar mucho las políticas del gobierno para que se transformen en acciones de hecho. Otro gerente en Colombia habla sobre la falta de continuidad o de periodicidad de algunos programas de lectura como “Libro al viento”².

Muchas empresas reconocen la importancia de trabajar más al interior de las compañías con el fin de solucionar los problemas que afectan al sector. Se muestran de acuerdo en que es necesario hacer mayores inversiones en publicidad y mercadeo para fortalecer y ampliar el mercado y asistir a un mayor número de eventos, como las ferias del libro, que permiten hacer publicidad indirecta a la empresa y cautivar nuevos clientes.

² “Libro al viento” es un programa desarrollado desde el año 2004 por el Secretaría de Cultura Reacción y Deporte de Bogotá. En las estaciones del servicio de transporte masivo de la ciudad, se han localizado dispensadores con libros para que la gente los lleve libremente para leerlos sin control alguno con el compromiso de devolverlos nuevamente en algún momento. A 2007 el programa continua, se han publicado 30 títulos y han circulado más de 170.000 ejemplares.

Se habla también de la diversificación de productos y de las uniones estratégicas para fines diversos, entre ellos proyectos pedagógicos con instituciones educativas, y alianzas con otras editoriales para realizar campañas que promuevan la lectura o ayuden a combatir la reprografía ilegal.

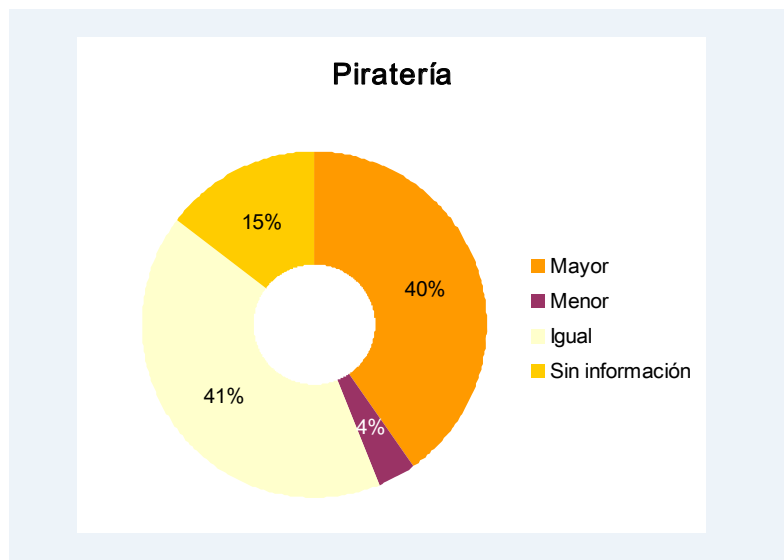
Un gerente de Brasil informa que en el país entró en fase experimental en Abril de 2007 un proyecto denominado Pasta do Professor. Se trata de un convenio realizado entre editoriales universitarias para vender capítulos de libros vía internet para impresión en los puntos de venta (en este caso las librerías universitarias). El proyecto busca combatir las compras ilegales en los ambientes universitarios

PIRATERÍA

La piratería es uno de los mayores flagelos para la industria del libro según la opinión de editores, distribuidores y librereros. Tan solo un 4% de los encuestados afirma que la piratería disminuyó en el trimestre Julio-Septiembre de 2006 con respecto al mismo periodo del año anterior, y en cambio, el 40% opina que la piratería aumentó, lo cual representa un aumento del 2% frente a la medición anterior.

Los segmentos más afectados por la piratería son los de los libros de interés general, sobretudo los de literatura, y dentro de este segmento, particularmente los de autores locales. Otros segmentos afectados son los de los libros de autoayuda y superación personal, y los best-seller; también se hacen algunas menciones sobre los textos escolares.

Los editores expresan su opinión de que existe poco compromiso por parte del estado para combatir el problema de la piratería, que las leyes en contra de los autores de este delito no sean contundentes y que incluso en algunos casos puedan llegar a justificarla; y que por lo tanto todos los esfuerzos de las editoriales para promocionar sus libros sean en vano.



CLIMA DE NEGOCIOS

Como lo indica la gráfica, la mayoría de empresas (59%) afirma que el clima de negocios para el trimestre Octubre-Diciembre de 2006 fue normal y alto para el 27%.

Entre Octubre y Diciembre se maneja siempre un buen volumen de negocios debido a la temporada navideña, y en algunos países, a la colocación de la temporada escolar 2007, por lo tanto, es normal que en esta época del año las ventas sean más altas que en resto del año.

