

Percepción sobre
el clima empresarial
editorial
en el 2004 y tendencias a corto plazo.



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



Desde finales de la década de los ochentas el grupo interamericano de editores (GIE) y el Centro regional para el fomento del libro en América latina y el Caribe (CERLALC - UNESCO), se han unido en un conjunto de

investigaciones alrededor de la producción y el comercio editorial, iniciando el desarrollo de una metodología adaptada a las condiciones económicas y a las especificidades editoriales de los países de la región. A lo largo de varios años y consultando permanentemente a las Cámaras del libro, esta metodología se construyó y ha sido base de las investigaciones que se desarrollan en nuestros países.

Poco a poco, las realidades del libro se han venido revelando gracias a los esfuerzos del CERLALC, el GIE e instituciones de toda la región: universidades, ministerios de educación y cultura, ministerios de comercio, entre otros. Estas realidades van desde la producción, hasta el comercio internacional, desde los canales de comercialización, hasta los hábitos de lectura. El documento que hoy entregamos a los editores y a la comunidad del libro, muestra una nueva faceta de esta compleja realidad: la del clima empresarial. Esta investigación es el resultado de una encuesta que 65 de los más grandes editores del continente accedieron a contestar. Gracias a sus respuestas, es posible ver la evolución del mundo del libro, los mayores retos y riesgos para su desarrollo. La intención de nuestras organizaciones es realizar cada seis meses esta encuesta, de manera que se pueda contar con información constantemente actualizada y útil para la toma de decisiones de los gobiernos y de los propios editores.

El CERLALC y el GIE desean agradecer a los editores que accedieron a responder las encuestas, y que con ello dieron prueba de la confianza que nuestras instituciones les merecen.

La del libro es la única industria cultural cuenta con una organización regional privada (GIE) y otra intergubernamental (CERLALC). Este privilegio del libro, está bien ganado por su importancia en el desarrollo de nuestros países. Este documento es el resultado de un esfuerzo conjunto, una prueba más de las ricas posibilidades de la alianza entre el GIE y el CERLALC.

ISADORA DE NORDEN

Directora
Centro regional para el fomento
del libro en América Latina y el Caribe

GONZALO ARBOLEDA PALACIO

Presidente
Grupo Interamericano de Editores – GIE.
CERLALC - UNESCO

Percepción sobre el clima empresarial editorial

en el 2004 y tendencias a corto plazo.

✓ *Richard Uribe Schroeder*
✓ *Santiago Guerrero*
CERLALC, SIER

En este breve documento se sintetizan las percepciones sobre el clima empresarial de directivos de las principales empresas editoriales líderes de América Latina hispanohablante. Las opiniones recogidas y presentadas de manera agregada pueden resultar de utilidad para la comprensión de las tendencias recientes del sector en la medida en que las empresas que contribuyeron con el proyecto tienen una alta participación en el mercado editorial de cada país y de toda América Latina hispanohablante, en general. Es muy satisfactorio que en la primera aplicación de la encuesta de opinión nuestra propuesta hubiera contado con una alta participación de ellos. Expresamos nuestro agradecimiento a todos los gerentes que nos aportaron información actual para elaborar esta primera sinopsis cualitativa y a Gonzalo Arboleda Presidente del Grupo Interamericano de Editores por sus valiosas recomendaciones que contribuyeron a la realización de este proyecto.

La metodología desarrollada aquí hace parte del Servicio de Información Estadística Regional (SIER) adscrito a la Subdirección del Libro y Desarrollo del CERLALC. El SIER es un sistema de información que provee a los interesados estadísticas y estudios sobre el libro en América Latina. Este servicio está concebido como un proyecto dinámico que consolida diversas fuentes de información secundaria y primaria de los países de América Latina y el Caribe miembros del CERLALC y se proyecta como la fuente más amplia y completa de información estadística sobre el ecosistema del libro en la región.

Para recoger esta información se remitió vía correo electrónico a los gerentes de las empresas editoriales líderes en América Latina un breve formulario diseñado por el CERLALC-SIER quienes se encargaron de diligenciar directamente al formulario.

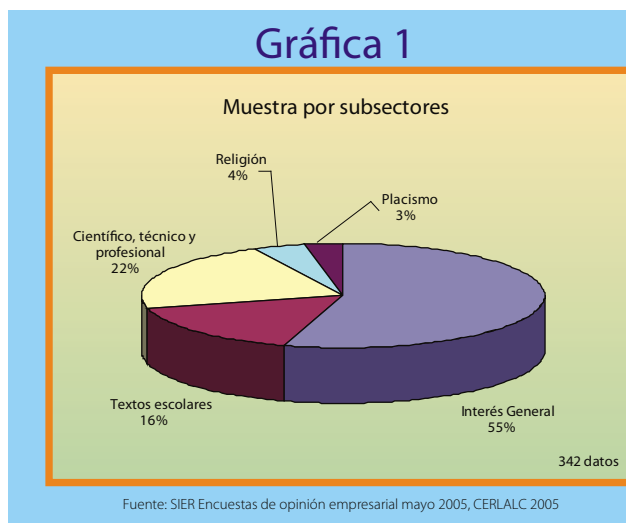
Advertimos que este es un proceso construcción que irá afinándose en la medida en que se lleven a cabo las próximas aplicaciones, en las que esperamos contar con una muestra más amplia de todos los segmentos del mercado. Los resultados regionales marcan tendencias para América Latina como región y difieren de las de algunos países por sus propias coyunturas sociales, económicas o políticas.

La aplicación de esta encuesta se realizó en el periodo mayo-julio de 2005. De un total de 100 formularios enviados, se recibieron 65 encuestas diligenciadas por editoriales de 15 países: México (11), Colombia (10), Argentina (6), Perú (6), Venezuela (6), El Salvador (5), Guatemala (5), Chile (4), Ecuador (3), Costa Rica (2), Honduras (2), Paraguay (2), Panamá (1), Puerto Rico (1) y República Dominicana.(1) Aunque se recibieron algunas de Brasil, éstas no son suficientes para entender la tendencia de la totalidad del mercado brasileño y, por pertenecer a un mercado lingüístico diferente al español, no fueron incluidas en los resultados.

REPRESENTACIÓN

SUBSECTORIAL

Las 65 empresas que colaboraron con la encuesta, lo hicieron por medio de las gerencias nacionales. Estas compañías, con participación en uno o varios países de América Latina hispanohablante, afirmaron estar presentes en los diferentes subsectores del mercado editorial en la siguiente proporción:



COMERCIO EXTERIOR

Según estadísticas recopiladas por el proyecto SIER, “las importaciones de libros registraron en el 2003 una caída del 5% con respecto al año anterior y las exportaciones del libro de América Latina hispanohablante lo hicieron en un 1.3%. Algo similar, aunque en mayores proporciones, ocurrió entre el 2001 y 2002 cuando las importaciones disminuyeron en un 11.7% y las exportaciones lo hicieron en un 14%.” Una mirada preliminar a las importaciones y exportaciones del libro en el 2004 para América Latina hispanohablante muestra que se está revirtiendo la tendencia registrada en los años mencionados, y por el contrario, el comercio internacional está creciendo lo que es una señal de recuperación de los mercados. En la siguiente tabla se resumen las estadísticas disponibles hasta la fecha:

Cuadro 1

Importaciones de libros (miles de dólares CIF)				Exportaciones de libros(miles de dólares FOB)			
País	2003	2004	% cambio	País	2003	2004	% cambio
Colombia	37,568	35,840	-4.6%	Colombia	94,659	113,209	19.6%
Perú	31,633	35,559	12.4%	Perú	16,043	19,567	22.0%
Argentina	25,640	44,601	74.0%	Argentina	27,545	31,454	14.2%
México	395,425	395,887	0.1%	México	118,739	125,484	5.7%
Ecuador	39,210	42,927	9.5%	Ecuador	989	1,707	72.6%
Nicaragua	11,927	11,324	-5.1%	Nicaragua	307	211	-31.3%
Guatemala	30,384	32,934	8.4%	Guatemala	2,104	2,570	22.1%
El Salvador	23,336	24,352	4.4%	El Salvador	2,844	3,057	7.5%
Total	595,123	623,424	4.8%	Total	263,230	297,259	12.9%

Fuente: COMTRADE, SIAVI (México)

URIBE, Richard. Producción y Comercio internacional del libro en América Latina 2003. Diagnóstico Estadístico. Bogotá, SIER, CERLALC 2005. Mayor información contactar ruribe@cerlalc.org

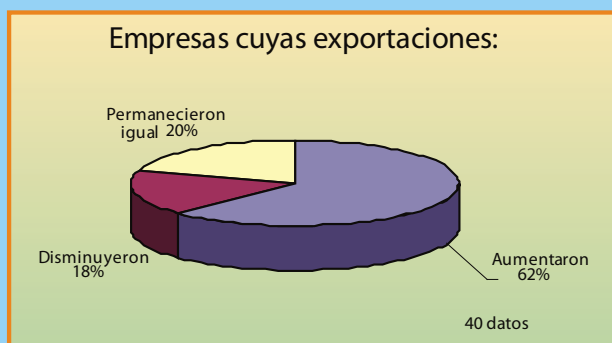
Las importaciones de este grupo de países aumentaron en un 4.8% en el 2004, mientras que las exportaciones lo hicieron en un 12.9 %. Los resultados de la encuesta de opinión confirman esta tendencia general al aumento del comercio del libro en América Latina hispanohablante para el 2004 respecto al 2003.

Un 80% de las empresas de la muestra respondieron la pregunta sobre importación y un 61.5% hicieron lo mismo con la de exportación. Esto se explica, como ya se mencionó anteriormente, en la medida en que las empresas editoriales consultadas han sido identificadas como las líderes del sector que interactúan en más de un país y en diferentes nichos de mercado.

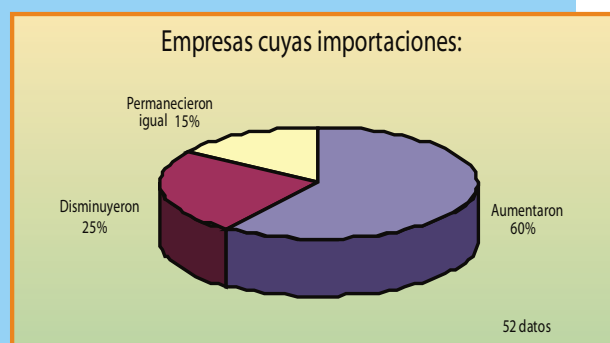
El 60% de las empresas aumentaron su comercio internacional como se aprecia en los siguientes gráficos:

LAS IMPORTACIONES/ EXPORTACIONES EN EL 2004 VS. 2003

Gráfica 2



Gráfica 3

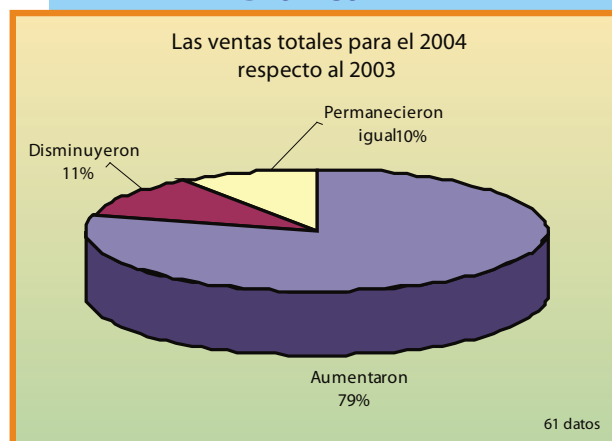


Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERLALC 2005

VENTAS TOTALES

Confirmando la tendencia hacia la recuperación del mercado editorial en la región, evidenciada por las importaciones y exportaciones, el 79% de las empresas que diligenciaron la encuesta afirmó que las ventas en moneda nacional en los mercados locales aumentaron en el 2004 respecto a las del 2003.

Gráfica 4



Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERLALC 2005

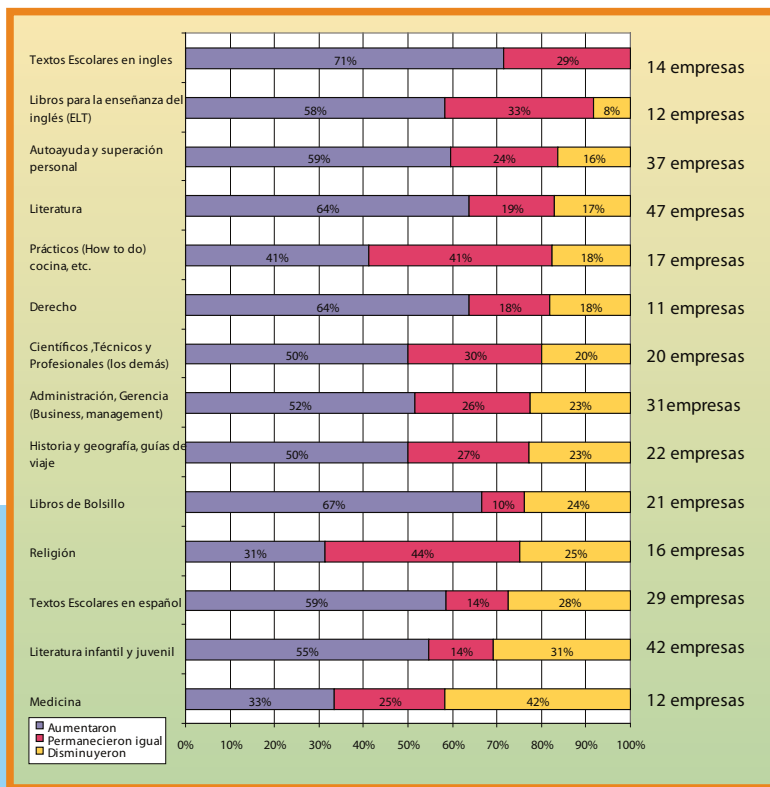
SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

En la encuesta se preguntó por la variación en la venta de ejemplares en el 2004 respecto al 2003 para 14 segmentos del mercado editorial.

Porcentaje de empresas que aseguran tener crecimientos (disminuciones) en ventas por segmentos del mercado 2003-2004

De la gráfica anterior se puede concluir que para la mayoría de las empresas encuestadas y en la mayoría de segmentos, el 2004 fue un mejor año en cuanto a venta de ejemplares por segmentos que el 2003.

Gráfica 5



Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERLALC 2005
Una sucursal en un país diferente se considera en esta encuesta empresa.

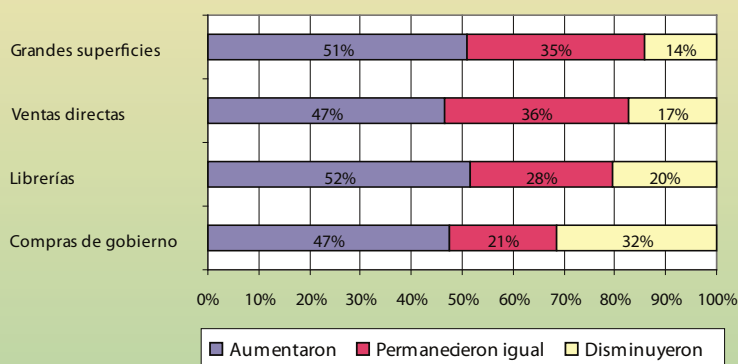
La escogencia de los segmentos del mercado del libro que hicieron parte de la encuesta obedeció a un proceso de consulta realizada a empresarios y a la presidencia del GIE América Latina. Nota: No se incluye la información sobre segmentos de placismo (venta directa y puerta a puerta) debido a que tan sólo 5 empresas de las encuestadas afirmaron tener ventas en este segmento.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización más utilizado por las empresas editoriales son las librerías (97% de los encuestados afirmaron tener ventas en librerías), seguido por las ventas directas (87.9%), ventas al gobierno (86.4%) y las grandes superficies (74.2%). Las ventas por canales de distribución en el trimestre enero-marzo de 2005 respecto a enero-marzo de 2004, muestran que los mercados siguen en recuperación aunque con un menor ritmo. Las compras del gobierno disminuyeron para un 32% de las empresas.

Gráfica 6

¿Las ventas por canal de comercialización en el trimestre enero-marzo 2005 vs. enero-marzo 2004 aumentaron, disminuyeron o permanecieron iguales?



Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERALC 2005

PROBLEMÁTICA QUE ENFRENTAN LAS EMPRESAS

(MAYO 2005)

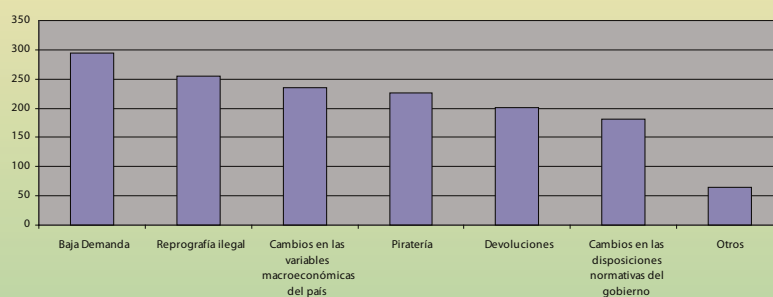
Para identificar los principales problemas que enfrentan las empresas editoriales en América Latina, se construyó una escala de 1 a 7 en la que los encuestados le otorgaban un valor a cada problema dependiendo del nivel de afectación. Los resultados de esta pregunta muestran que la problemática que más está afectando al sector editorial, según la mayoría de las empresas, es la baja demanda que, para algunos de los editores encuestados, se explica por bajos índices de lectura y el escaso poder adquisitivo de la población. Los demás problemas considerados deben ser analizados, según el nicho

de mercado en el que participe cada empresa y según cada país. La reprografía ilegal y la piratería editorial, que afecta tanto a los editores de libros técnicos y científicos y como a los de interés general, se ha ido generalizando, golpeando al mercado legal, ya castigado por la débil demanda.

Esta situación no es contradictoria con las cifras de crecimiento señaladas anteriormente dado que el aumento en ventas obedece a la recuperación de los niveles que se habían deteriorado dramáticamente por las crisis en algunos países (Argentina, Venezuela) o en los casos de Colombia y República Dominicana que aún se sigue esperando.

Gráfica 7

Principales problemas que enfrentan las empresas editoriales en América Latina



Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERALC 2005

Cuadro 2

En el cuadro siguiente se presentan las opiniones de los gerentes sobre la problemática que afecta a su empresa de acuerdo a la valoración que cada uno ellos le dio a los problemas contenidos en la encuesta, siendo el 7 la máxima valoración como se explicó anteriormente. A manera de ejemplo, 17 gerentes conceptuaron que la problemática que más les afecta, es la baja demanda, 13 opinaron que era el segundo problema en importancia para su empresa. Solamente 6 gerente de los 65 conceptuaron que éste no era un problema para su empresa.

Problema	Frecuencias de los principales problemas								
	Importancia								
	Menor			Mayor					
	0	1	2	3	4	5	6	7	
Baja Demanda	6	2	2	7	5	10	13	17	
Reprografía ilegal	10	5	4	7	7	9	13	10	
Cambios en las variables macroeconómicas del país	17	0	4	8	5	12	9	10	
Piratería	14	4	5	5	11	9	11	6	
Devoluciones	16	5	4	8	10	11	8	3	
Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	25	3	8	4	3	6	3	13	
Otros	42	3	3	0	3	3	0	4	

Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERALC 2005

En la siguiente tabla se encuentran problemas identificados como otros, cada uno por un gerente diferente y el grado del problema.

Cuadro 3

Otros problemas		
País	Importancia	Descripción
Argentina	7	Estado Editor
Chile	7	Ausencia de política del libro
México	7	Competencia
Perú	7	Falta de dinamismo para ampliar el mercado
Argentina	5	Economía Latinoamericana
Ecuador	5	Textos producidos por gobiernos provinciales
Puerto Rico	5	Cierre de librerías
Argentina	4	Algunas dificultades de insumos en momentos de congestión
Argentina	4	Bajo financiamiento
Perú	4	Fletes de libros envíos al extranjero no tienen tarifa preferencial
Ecuador	2	Rotación del personal y huida de cerebros al extranjero.
Paraguay	2	Contrabando
El Salvador	1	Altos costos de impresión y materias primas

Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERALC 2005

Presentamos a continuación el ejercicio a nivel de cada país, con el único propósito de que se entienda mejor los datos de la región como un conjunto.

Cuadro 4

Principales problemas por países							
	Baja Demanda	Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	Cambios en las variables macroeconómicas del país	Devoluciones	Piratería	Reprografía ilegal	Otros (identifique)
Argentina	3.3	3.3	4.5	3.2	2.3	4.2	3.3
Chile	4.5	0	0.5	3.5	4	5.5	1.8
Colombia	5.1	2.5	5.1	3.4	4.1	4.1	0.3
Costa Rica	7	6	2	5	4	3	0
Ecuador	4.7	5.3	2	3.3	4.7	3.3	2.3
El Salvador	4	0.4	4.6	3	6	3	0.2
Guatemala	6.3	3	3.3	3.8	1.8	5	0
Honduras	5.5	0	3.5	4	3	5.5	0
México	5.4	2.9	2.9	4.6	3.9	4.3	1
Panamá	7	0	0	6	1	6	0
Paraguay	5.5	6.5	4	1.5	4.5	4.5	1
Perú	3.5	1.3	1.7	2	4.7	4.3	1.8
Puerto Rico	7	4	6	3	2	1	5
República Dominicana	6	5	7	4	3	2	0
Venezuela	3.2	6.8	6.6	1.8	3.2	2.8	0
Promedio	5.2	3.1	3.6	3.5	3.5	3.9	1.1
Ranking	1	6	3	5	4	2	7

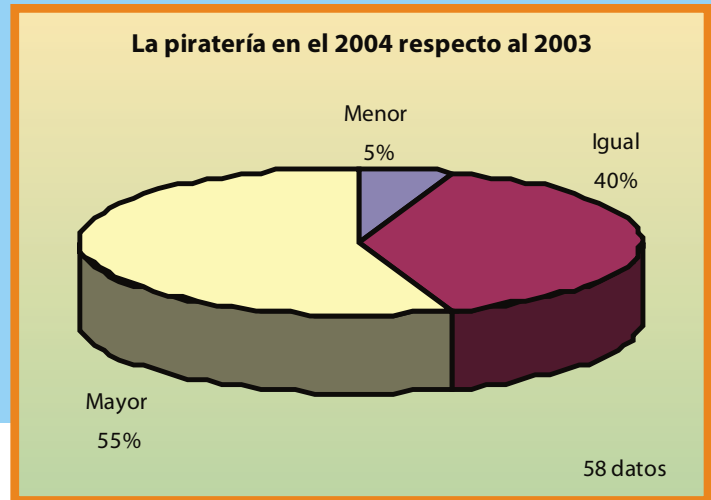
Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERALC 2005

Nota: Los valores de los problemas corresponden al promedio de los valores registrados para cada uno de los países y problemas. Se señala en rojo (oscuro) el principal problema por país y en amarillo (claro) el que le sigue.

PIRATERÍA

La encuesta realizó una pregunta adicional, que permitiera comprender mejor la incidencia del problema de la piratería en la región. Si bien para los editores problemas como la baja demanda y los cambios en las variables macroeconómicas del país tienen un mayor peso relativo que la piratería, hay que resaltar que existe una percepción generalizada sobre el aumento de la piratería (55%).

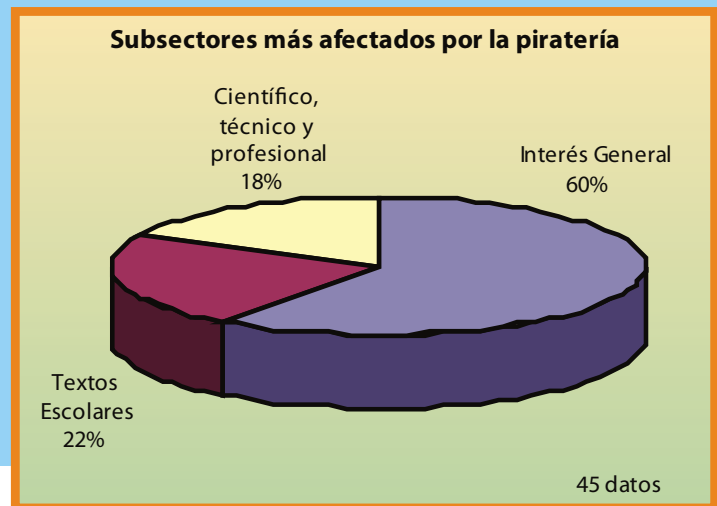
Gráfica 8



Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERLALC 2005

La gran mayoría de editores que afirmaron tener problemas relacionados con la piratería, coincidieron en que el sub-sector más afectado es el de interés general. Pero no deja de ser sorprendente las apreciaciones sobre los demás sectores. Hay que advertir que la piratería editorial se registra con mayores índices en El Salvador, Perú, Ecuador, Paraguay, Colombia y Chile que en los otros países.

Gráfica 9



Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERLALC 2005

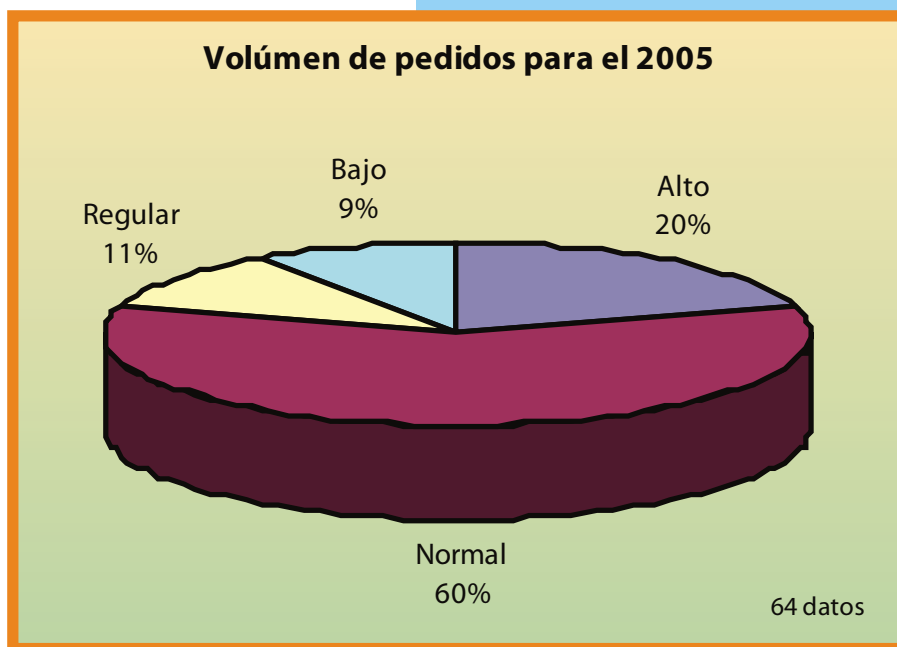
CLIMA DE NEGOCIOS

(PEDIDOS PARA EL TRIMESTRE MAYO-JULIO 2005)

Finalmente, se pidió a los gerentes editoriales que respondieran por el volumen de los pedidos previstos para los siguientes tres meses. El 60% de los que respondieron la encuesta afirmó que el volumen es normal para el periodo.

En síntesis, se registran mejores niveles de ventas domésticas en la región en su conjunto y mayor dinamismo en el comercio internacional. Aún así, sigue existiendo gran preocupación sobre los niveles de demanda por libros y por el crecimiento de la piratería.

Gráfica 10



Fuente: SIER Encuestas de opinión empresarial mayo 2005, CERLALC 2005

En la siguiente aplicación de la encuesta se buscará precisar las causas de la percepción de los gerentes sobre la baja demanda en general de la región. La aplicación de la encuesta se hará en el mes de Octubre y buscará medir el clima empresarial a Septiembre del 2005.