

Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2005 y tendencias a corto plazo.



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



Los resultados consignados en este segundo boletín informativo que produce el Servicio de Información Estadística Regional (SIER) del Cерлalc, con la colaboración de 85 empresas líderes en edición en Latinoamérica, son de gran interés para los gobiernos y para el sector empresarial. Nos agrada constatar que para esta segunda medición, contamos con la participación de empresas editoriales de Brasil y, en total, de un 31% más de empresas editoriales que en la primera medición. Agradecemos a todos los presidentes y directores generales su colaboración.

ISADORA DE NORDEN
Directora Cерлalc

GONZALO ARBOLEDA
Presidente del GIE

Reconfirma que el comercio internacional y las ventas en la región siguen una tendencia de aumento en la mayoría de los países. Preocupa, empero, que los índices de piratería y reprografía sigan creciendo. Llama la atención que las compras de gobierno hayan disminuido para un 42% de las empresas (10 puntos más que en la primera encuesta). La baja demanda se mantiene como el principal problema identificado en el sector que se explica, según los gerentes, por el bajo ingreso per cápita y la ausencia de políticas de fomento a la lectura en la mayoría de los países de la región.

RICHARD URIBE
Subdirector del Libro y Desarrollo
Cерлalc

Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2005 y tendencias a corto plazo.

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

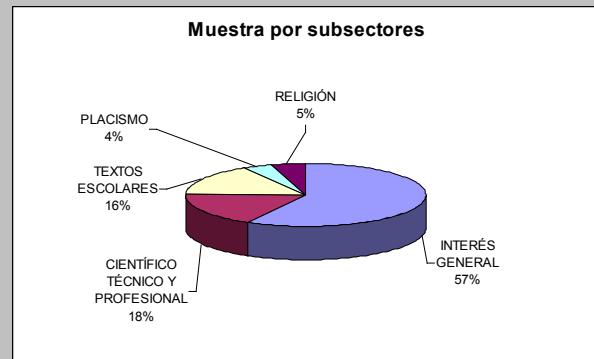
La metodología utilizada para esta segunda medición, es la misma que se utilizó para elaborar el primer documento “Percepción sobre el clima empresarial editorial en 2004 y tendencias a corto plazo”. Las encuestas se enviaron por correo electrónico a los gerentes de las empresas líderes del sector editorial en América Latina. En la primera medición, se preguntaba por las tendencias del mercado en 2004 en comparación con las de 2003. En esta segunda medición, se pregunta por las tendencias del mercado en el período enero-junio de 2005 versus enero-junio de 2004. Se pregunta también sobre el clima de negocios del período octubre-diciembre de 2005.

La aplicación se llevó a cabo en el período noviembre 2005-marzo 2006. Se recibieron un total de 85 encuestas diligenciadas de 17 países distribuidas de la siguiente manera: Colombia (11), México (11), Brasil (9), Chile (7), Argentina (7), Guatemala (6), Venezuela (6), Costa Rica (4), Ecuador (4), Perú (4), Uruguay (3), Bolivia (3), El Salvador (2), Paraguay (2), República Dominicana (2), Honduras (1), Puerto Rico (1). Adicionalmente, dos editoriales respondieron una encuesta para todas sus filiales de América Latina.

REPRESENTACIÓN SUBSECTORIAL

Las 85 empresas editoriales afirmaron estar presentes en el mercado de los diferentes subsectores en la siguiente proporción:

Gráfica 1



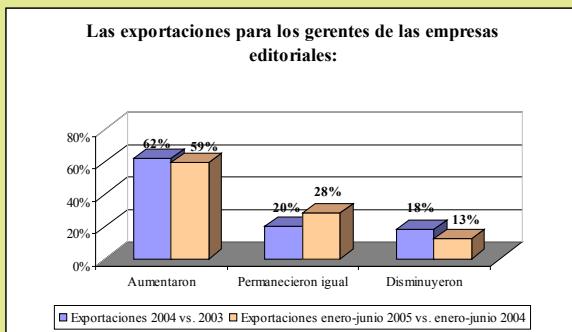
Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

COMERCIO EXTERIOR

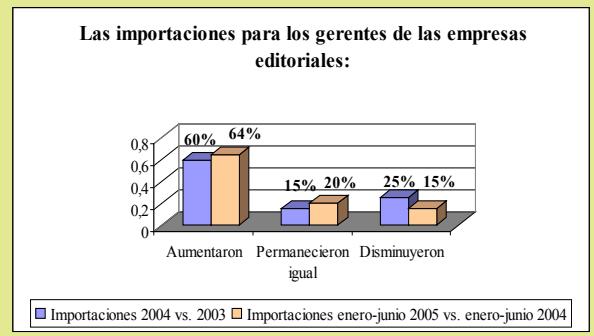
Un 75% de las empresas encuestadas exporta libros mientras que un 69% importa. En esta encuesta se incluyeron más empresas que no importan libros. Esto genera un cambio en la composición de exportadores e importadores respecto a la muestra anterior en la cual un 80% de las empresas importaba y un 61.5% exportaba.

De las empresas que exportan, el 59% afirmó que sus exportaciones aumentaron y tan sólo para un 13% disminuyeron. De las que importan, aumentaron en el 64% de los casos y el 15% disminuyeron. Al comparar estos resultados con los de la primera medición se observa que se mantiene el dinamismo del comercio internacional del libro.

Gráfica 2



Gráfica 3



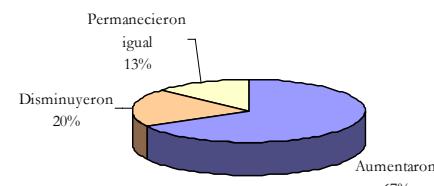
Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005.
Primer Boletín "Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2004 y tendencias a corto plazo"

VENTAS TOTALES

Las ventas totales confirman el aumento que se observó en las exportaciones e importaciones. Un porcentaje importante de las empresas (67%) afirma que sus ventas en el semestre enero-junio de 2005 son mayores que en el mismo semestre de 2004. Salvo en las empresas colombianas y uruguayas donde un número mayor de empresas registran una disminución en sus ventas en el período estudiado.

Gráfica 4

Para los gerentes de las empresas editoriales las ventas totales en moneda nacional para el período enero-junio 2005 respecto a enero-junio 2004



82 datos

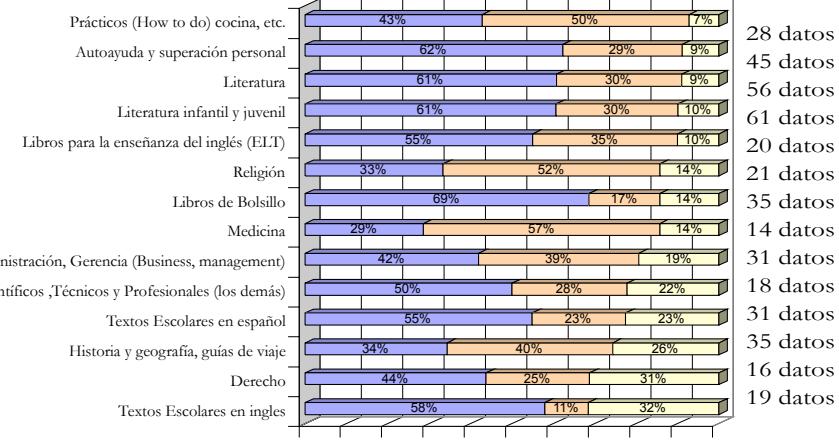
Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

Para las empresas, las ventas se comportan de manera similar a la medición anterior dado que en ambas la gran mayoría de empresas señaló incrementos. La tendencia en las empresas líderes señala una tendencia de crecimiento en el mercado editorial latinoamericano salvo los países mencionados.

SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

En la siguiente gráfica se observan los porcentajes de empresas que afirman haber aumentado o disminuido las ventas de ejemplares en el período enero-junio 2005 respecto a enero-junio 2004.

Gráfica 5



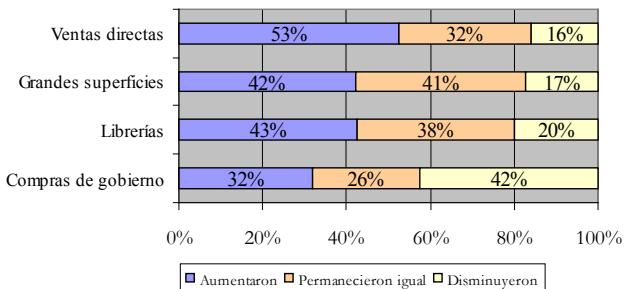
Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización más utilizado por las empresas editoriales son las librerías. El 95% de los gerentes encuestados afirmó vender libros por intermedio de las librerías, un 89% realiza ventas directas, un 76% le vende al gobierno y un 74% vende a las grandes superficies. En esta segunda medición las compras de gobierno disminuyeron para el 42% de las empresas (10 puntos más que en la primera encuesta). Para el caso de las grandes superficies, un 3% más de empresas afirmaron haber disminuido sus ventas por este canal.

Gráfica 6

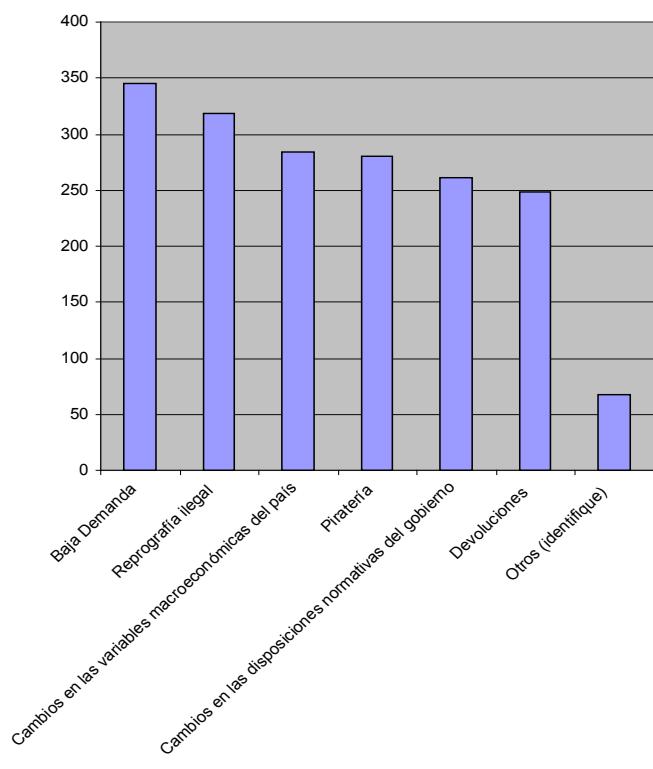
¿Las ventas por canal de comercialización en el trimestre abril-junio 2005 vs. abril-junio 2004 aumentaron, disminuyeron o permanecieron iguales?



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

Gráfica 7

Principales problemas que enfrentan las empresas editoriales de América Latina según opinón de gerentes



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

PROBLEMAS

Para identificar los principales problemas que enfrentan las empresas editoriales en América Latina se construyó una escala que va del 1 al 7 (siendo 1 menos importante y 7 más importante) para que los gerentes evaluaran qué tanto los afectan los diferentes problemas. La baja demanda se mantiene como el principal problema identificado por los gerentes de las editoriales. Tal y como en la medición anterior, la reprografía ilegal sigue siendo una gran preocupación para la industria editorial que, según varios gerentes, no es reprobada por las propias universidades.

En el cuadro siguiente, se observan los mismos problemas identificados por los gerentes discriminados por países. Se resalta en rojo el principal problema identificado en cada país, y en amarillo el segundo. Para esta pregunta se observa, en general, un comportamiento muy similar al de la medición anterior, salvo el caso de México donde sorprende la alta valoración del problema “cambios en las disposiciones normativas del gobierno”. Sobre este problema, algunos gerentes mexicanos afirmaron verse afectados por cambios en el sistema de recaudo de impuestos.

Cuadro 1

Principales problemas por países						
	Baja Demanda	Reprografía ilegal	Cambios en las variables macroeconómicas del país	Piratería	Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	Devoluciones
Argentina	3.4	3	3.1	2.9	2.9	2.3
Brasil	4.3	3.4	3.9	2.6	2.3	2
Chile	5.4	4.3	2.4	4.6	1.9	4.3
Colombia	5	4.4	3.3	3.8	2.7	3.9
Costa Rica	5.5	2.3	4.5	2	1.8	3.8
Ecuador	3	4.8	4.5	3.8	3.5	2
El Salvador	4	4.5	3	4.5	1.5	1.5
Guatemala	3.8	2.4	3.2	3.6	3.2	1.8
México	4.4	4.5	2.7	3.8	4.4	3.9
Paraguay	4	6	4	2.5	3.5	2.5
Perú	2.8	6	2.5	4.5	4.5	2.5
República Dominicana	4.5	6.5	2.5	5	4.5	2.5
Uruguay	4.7	2.3	5.3	2	3.7	4
Venezuela	3.8	3.3	4.8	3.3	4	2.3
Promedio	4.2	4.1	3.6	3.5	3.2	2.8

Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

En el siguiente cuadro se muestran las frecuencias de la importancia que los gerentes le atribuyeron a los diferentes problemas. Tanto la baja demanda como la reprografía ilegal, fueron identificadas por catorce gerentes como un problema de máxima importancia (7).

Cuadro 2

Problema	1	2	3	4	5	6	7
Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	32	6	8	14	5	9	7
Cambios en las variables macroeconómicas del país	16	11	17	13	13	6	6
Baja Demanda	12	6	12	15	11	12	14
Devoluciones	26	14	9	11	12	6	4
Piratería	27	7	9	10	9	13	7
Reprografía ilegal	19	8	12	6	13	10	14

Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

En el cuadro siguiente se observan problemas adicionales señalados por diez diferentes gerentes o directores generales que, en su óptica afectan también la labor de su empresa.

Cuadro 3

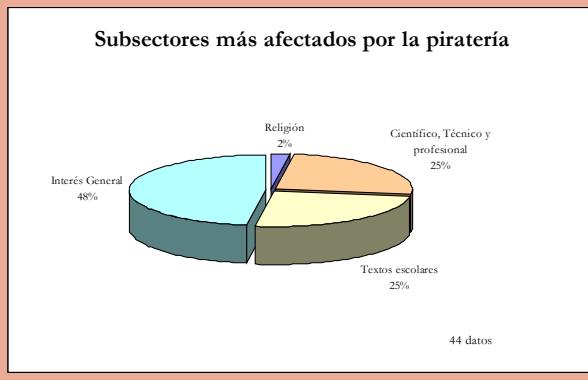
Otros problemas señalados por diversos gerentes		
País	Valoración	Problema
Ecuador	7	Exigencia de altos descuentos en colegios
Colombia	7	Negociaciones con los colegios
Brasil	7	Bajos salarios
Chile	6	Ausencia de política nacional del libro y lectura
Paraguay	5	Poca inversión en educación
Bolivia	5	Inestabilidad política
Paraguay	4	Contrabando
Colombia	3	Cambio de currículo
Venezuela	3	Falta de comercio grandes superficies
Ecuador	3	Cierre de algunas librerías
México	3	La transición de gobiernos federales

Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

PIRATERÍA

La siguiente gráfica muestra como no se perciben mejoras en la situación de la piratería en América Latina. Tan sólo un 5% de los empresarios encuestados afirmó que la piratería entre enero-junio 2005 y enero-junio 2006 había disminuido. Por otro lado, un 40% afirmó que esta había aumentado y un 55% que no había habido cambios.

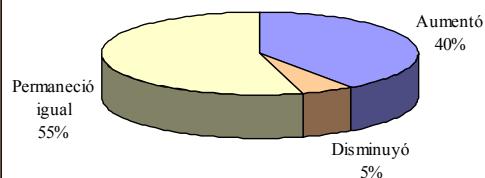
Gráfica 9



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

Gráfica 8

La piratería en el periodo enero-junio 2005 respecto a enero-junio 2004 según la opinión de los gerentes de las empresas editoriales:



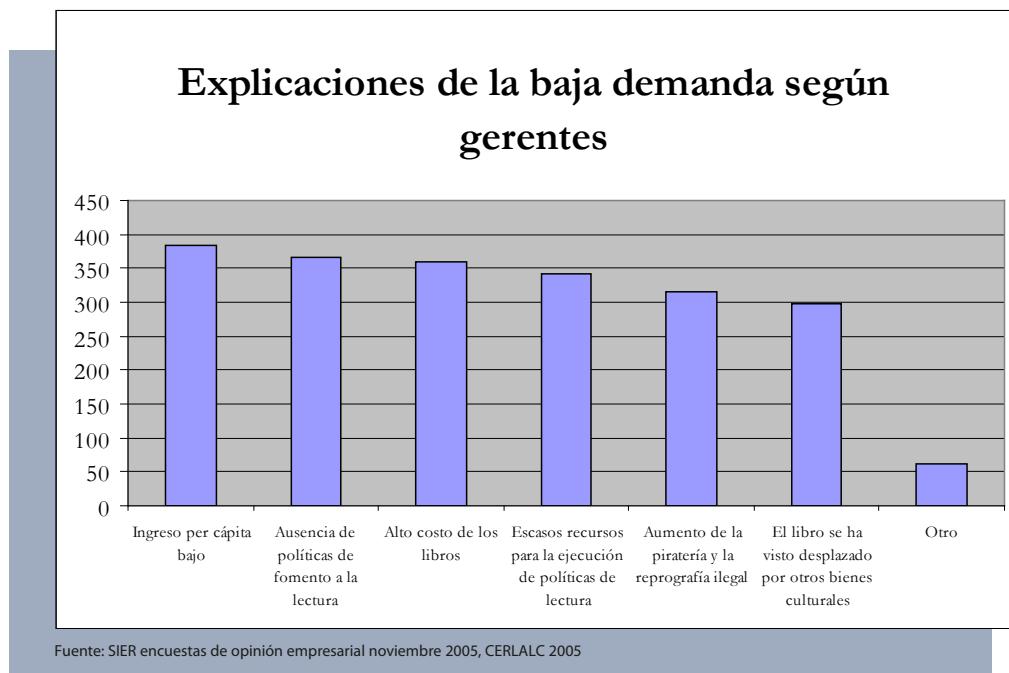
Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

La piratería afecta mayoritariamente al subsector de interés general en donde se resaltan los best-sellers y libros de autoayuda como los libros más afectados por este problema. En Brasil, Costa Rica y Uruguay el problema es menor. En cuanto al subsector científico, técnico y profesional, los libros más afectados por la piratería (reprografía) son los textos universitarios.

BAJA DEMANDA

Teniendo en cuenta que en la primera medición se identificó la baja demanda como el principal problema, se les preguntó a los gerentes en esta segunda encuesta por las causas de esta baja demanda. Entre las explicaciones, se resaltan un bajo ingreso per cápita, y la ausencia de políticas de fomento a la lectura.

Gráfica 10



En las frecuencias se observan las diversas opiniones sobre las causas que afectan la baja demanda aún cuando el ingreso per cápita si es claramente el principal factor.

Cuadro 4

FRECUENCIAS DE LAS VALORACIONES OTORGADAS POR LOS DIRECTORES GENERALES O GERENTES A LAS EXPLICACIONES DE BAJA DEMANDA

Explicación	1	2	3	4	5	6	7
Ingreso per cápita bajo	9	9	8	7	9	12	27
Ausencia de políticas de fomento a la lectura	5	7	13	14	14	13	15
Escasos recursos para la ejecución de políticas de lectura	5	11	11	13	19	14	8
El libro se ha visto desplazado por otros bienes culturales	16	14	9	10	13	11	8
Aumento de la piratería y la reprografía ilegal	13	9	10	17	10	10	12
Alto costo de los libros	5	6	17	9	17	16	11

Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

El Cuadro siguiente resume otras causas de baja demanda identificadas por diez diversos gerentes.

Cuadro 5

OTRAS EXPLICACIONES DE LA BAJA DEMANDA		
País	Importancia	Explicación
Brasil	7	Reaprovechamiento de libros de texto
Paraguay	7	Alto analfabetismo
México	7	Falta de liquidez en el mercado
México	7	Gobierno editor
Uruguay	6	Gran variedad y poca calidad de títulos y autores
Colombia	5	Falta de acceso al libro y la lectura
Chile	5	IVA
México	5	Falta de hábitos de lectura
Chile	4	Bajas compras de bibliotecas públicas, escolares y universitarias y limitada valorización del libro en la educación
Chile	4	La pésima distribución del ingreso de la población

Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2005, CERLALC 2005

CLIMA DE NEGOCIOS

(Pedidos para el trimestre octubre-diciembre 2005)

Por último, se les preguntó a los gerentes por el volumen de pedidos para el trimestre octubre-diciembre 2005. El volumen de pedidos fue mejor para este trimestre que para el trimestre mayo-julio 2005 (encuesta pasada). 25% de los encuestados afirmaron tener un volumen alto de pedidos en este período frente a un 20% del período anterior.

Gráfica 11

