

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 tercer boletín informativo producido por el Servicio de Información Estadística Regional (SIER), el Cerlalc contó con la participación de 108 empresas editoriales. Es importante resaltar cómo la participación de las empresas editoriales en la encuesta de opinión ha venido aumentando: en la primera medición participaron 65 empresas, en la segunda 85 y, en esta última, 108 lo cual representa un aumento del 27% respecto a la medición anterior.

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 enero a marzo de 2006 respecto al mismo periodo en el año anterior. En cuanto a los principales problemas enfrentados por las empresas editoriales, identificaron a la baja demanda como el de mayor afectación, seguido por la reprografía y la piratería. Más de la mitad de las empresas editoriales contestaron haber tenido un aumento en las ventas a librerías.

RICHARD URIBE
Subdirector del libro y desarrollo

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

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

Este tercer boletín utiliza la misma metodología aplicada para obtener información sobre las tendencias a corto plazo del sector editorial en América Latina. Se enviaron vía correo electrónico encuestas a los gerentes de las empresas editoriales líderes del mercado latinoamericano que contestaron por ese mismo medio. La muestra sufrió algunos cambios y contamos con mayor participación de las empresas editoriales locales más importantes. También participó un número mayor de editoriales venezolanas y guatemaltecas, resultado de una visita del CERLALC a CAVELIBRO y a la Feria Internacional del Libro Centro América FILCEN celebrada en Guatemala.

La encuesta se distribuyó entre alrededor de 150 editores de América Latina; respondieron 108 empresas editoriales distribuidas de la siguiente manera, Argentina (8), Bolivia (2), Brasil (7), Ecuador (5), Chile (10), Colombia (13), Costa Rica (3), El Salvador (3), Guatemala (10), Honduras (2), México (10), Nicaragua(1), Panamá (2), Paraguay (1), Perú (7), Puerto Rico (1), República Dominicana (2), Uruguay (4), Venezuela (14); adicionalmente 2 editoriales la enviaron con información sobre sus ventas en Centro América y 1 con las ventas en América Latina. El 51% de las empresas que respondieron son multinacionales y el 49% corresponde a empresas locales.

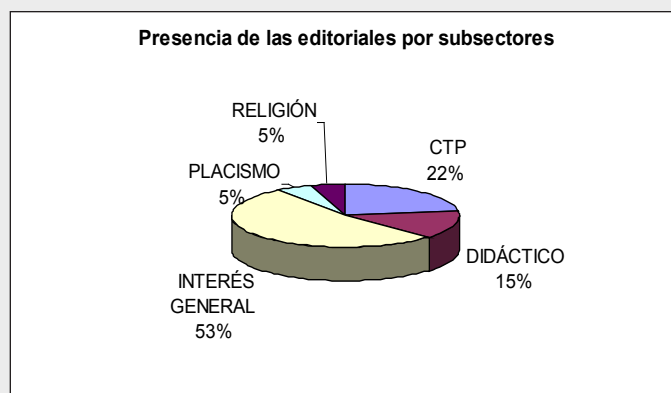
REPRESENTACIÓN

SUBSECTORIAL

Las 108 empresas que participaron en esta medición, afirmaron tener ventas en los diferentes subsectores del mercado en la siguiente proporción:

Hay que resaltar la importante participación de empresas del subsector científico, técnico y profesional, en relación con las mediciones anteriores.

Gráfica 1

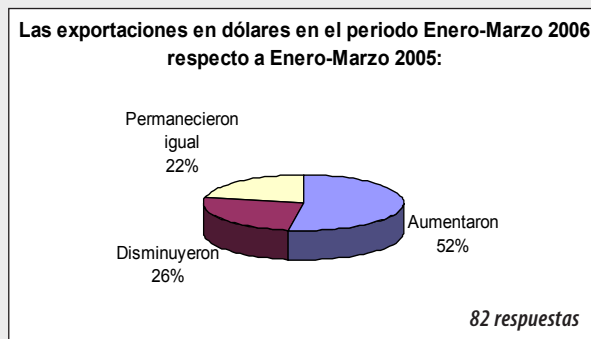


Nota: Elaborado en base a la pregunta de segmentos (se permiten respuestas múltiples)

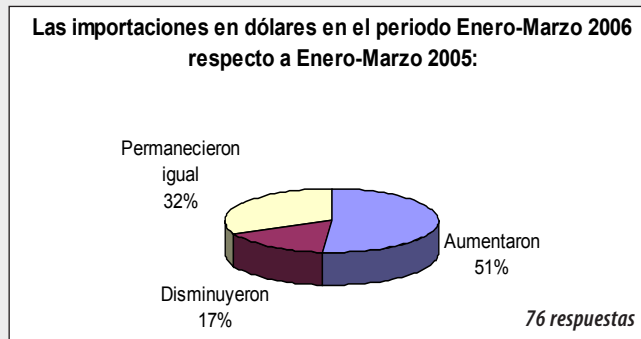
COMERCIO EXTERIOR

Un 76% de las empresas encuestadas afirmó exportar libros mientras que un 70% realiza importaciones. Estas participaciones son muy cercanas a las de la medición anterior (el 75% exportaban y el 67% importaban).

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"

Los resultados de esta tercera medición indican que el comercio internacional sigue siendo dinámico para la mayoría de las empresas. Para el 53% de las empresas que afirmaron haber realizado exportaciones, estas aumentaron en el periodo enero-marzo 2006 respecto al mismo periodo del año anterior. En cuanto a las importaciones, también aumentaron para el 56% de las empresas encuestadas. Sin embargo, al comparar estos resultados con la medición anterior se observa que para este período el porcentaje de empresas que afirmaron haber aumentado sus exportaciones e importaciones es menor. Este cambio lo explican principalmente las empresas que contestaron por primera vez la encuesta ya que un 37% de estas afirmaron haber disminuido sus exportaciones y un 22% hicieron lo mismo respecto a sus importaciones.

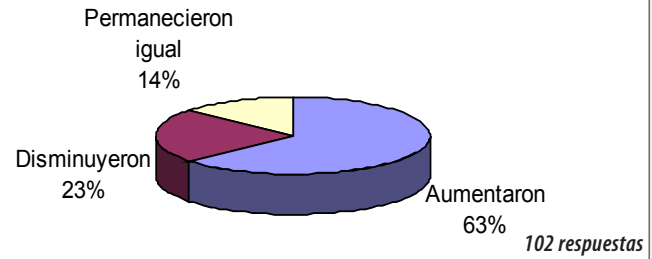
VENTAS TOTALES

Las ventas totales en ejemplares siguen en ascenso tal y como ha ocurrido en las anteriores mediciones. Para el periodo enero-marzo 2006 las ventas totales del 63% de las empresas encuestadas aumentaron respecto al mismo periodo en el 2005. Sin embargo, si se discrimina por países, se puede observar que el comportamiento no es el mismo en toda la región. En Argentina el 100% de las empresas afirmaron haber aumentado sus ventas mientras que en Colombia lo hicieron el 84.6%. Por otro lado, en Venezuela, Brasil y Chile el porcentaje de empresas que afirmaron haber disminuido sus ventas es significativo.

El comportamiento de las empresas que también participaron en la medición anterior se mantiene para esta medición.

Gráfica 4

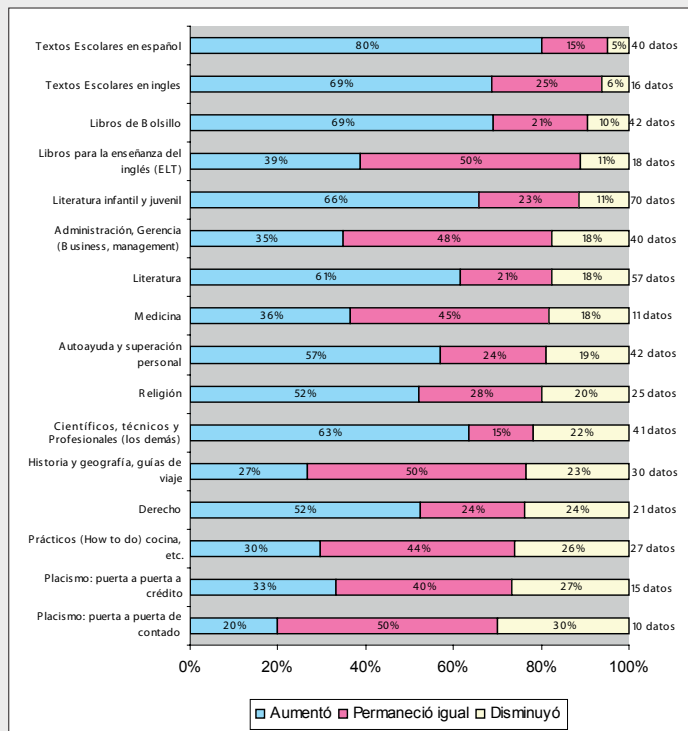
Las ventas totales en moneda nacional en el periodo Enero-Marzo 2006 respecto a Enero-Marzo 2005:



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERALC 2006

El promedio de aumento en las ventas totales en moneda nacional, de las empresas que afirmaron haberlas incrementado fue de 15%.

SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL



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

La siguiente gráfica muestra el comportamiento de las ventas por segmentos de las editoriales encuestadas en el primer trimestre del 2006 respecto al mismo periodo del año anterior. Para la mayoría de los segmentos las empresas editoriales registraron aumentos en sus ventas.

Nota: Los datos corresponden a cantidad de empresas editoriales que afirmaron tener ventas en los diferentes segmentos.

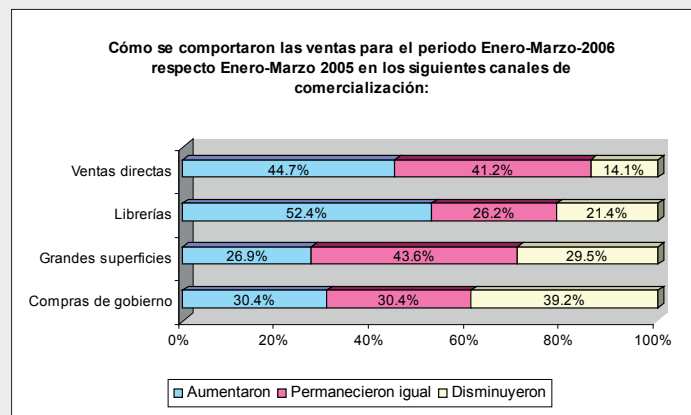
Gráfica 5

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El 95% de las empresas editoriales encuestadas afirmaron realizar ventas a librerías, 79% realizan ventas directas, 73% venden al gobierno y el 72% venden a las grandes superficies. Se observa que las ventas por librerías se siguen fortaleciendo dado que un porcentaje importante de empresas afirman haber aumentado sus ventas por este canal. Por otro lado, resalta el alto porcentaje de empresas que afirman haber disminuido sus ventas al gobierno. En Brasil, en dónde hay un programa anual de dotación gratuita de textos escolares (PNL), la mayoría de las empresas encuestadas sostienen haber disminuido sus ventas al gobierno en este período.

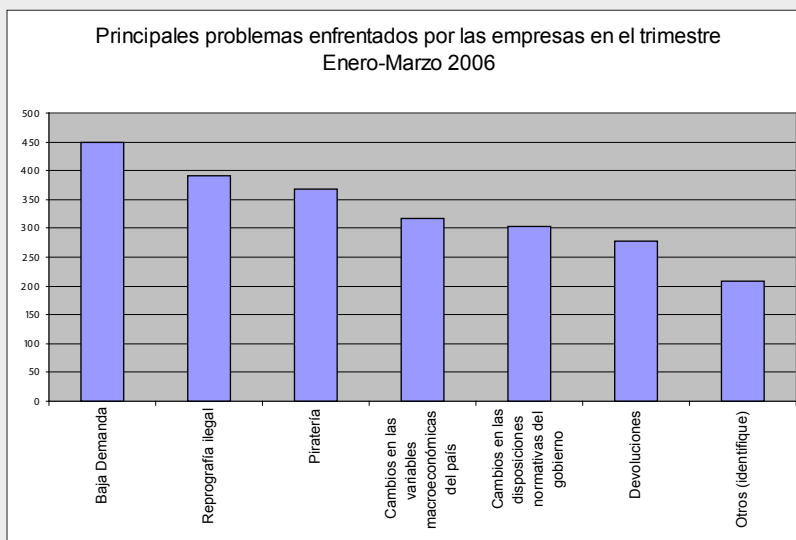
Las empresas locales son las que con mayor frecuencia manifestaron una disminución de sus ventas tanto al gobierno como a través de las grandes superficies.

Gráfica 6



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERALC 2006

Gráfica 7



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERALC 2006

PROBLEMAS

Tal y cómo se viene haciendo en las mediciones anteriores, para identificar los problemas que más afectan a los editores latinoamericanos en la encuesta se construyó una escala del 1 al 7 siendo 1 la menor afectación del problema y 7 la mayor. La baja demanda se mantiene como el principal problema para los editores latinoamericanos mientras que la reprografía ilegal sigue siendo valorada como el segundo problema. En esta medición, la piratería pasa a ocupar el tercer lugar en orden de nivel de afectación de los editores (en la medición anterior era el cuarto).

En el siguiente cuadro se presenta, en términos porcentuales, las diferentes valoraciones que los editores hacen para cada uno de los problemas. La baja demanda es identificada como un problema para casi todos los editores encuestados, y la gran mayoría de estos la identifican como un problema de gran afectación (valoración de más de 4). También hay que resaltar cómo para el 20% de editores la reprografía ilegal es un problema de máxima importancia (valoración de 7), lo que en parte puede ser explicado por una mayor participación del subsector científico, técnico y profesional para esta medición.

Cuadro 1

	1	2	3	4	5	6	7
Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	48.1%	9.3%	11.1%	3.7%	12.0%	3.7%	12.0%
Cambios en las variables macroeconómicas del país	38.9%	12.0%	8.3%	18.5%	7.4%	10.2%	4.6%
Baja Demanda	21.3%	6.5%	14.8%	7.4%	14.8%	13.9%	21.3%
Devoluciones	42.6%	17.6%	14.8%	10.2%	2.8%	3.7%	8.3%
Piratería	40.7%	5.6%	7.4%	8.3%	11.1%	9.3%	17.6%
Reprografía ilegal	35.2%	8.3%	8.3%	4.6%	13.9%	9.3%	20.4%

En el siguiente cuadro se observan las particularidades de cada uno de los países. En Argentina, los cambios en las disposiciones normativas del gobierno pasan a ser el problema que más afecta a los editores encuestados en tanto que algunos de ellos mostraron preocupación con la creación del Instituto Nacional del Libro Argentino (INLA). En Venezuela algunos de los editores encuestados sostuvieron que las restricciones de la Comisión Nacional de Administración de Divisas (CADIVI) les ha hecho compleja la obtención de divisas y dificultado la importación/exportación de libros. En Colombia, la reprografía ilegal aparece como el principal problema para los editores encuestados que coinciden en que algunas universidades la alientan y permiten. En todos los países latinoamericanos (salvo Guatemala) la baja demanda es un problema significativo y en la mayoría es el primer o segundo problema en importancia. Los comentarios más recurrentes en cuanto a la baja demanda tienen que ver con falta de hábitos lectores e ingresos per cápita bajos.

PRINCIPALES PROBLEMAS POR PAÍSES							
	Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	Cambios en las variables macroeconómicas del país	Baja Demanda	Devoluciones	Piratería	Reprografía ilegal	Otros (identifique)
Argentina	3.8	3.0	3.1	1.8	3.0	1.8	1.0
Brasil	2.3	3.4	4.9	2.0	3.7	3.6	1.6
Chile	1.1	2.3	5.3	2.9	4.6	4.3	2.7
Colombia	2.5	2.7	4.3	3.4	4.1	4.8	1.7
Costa Rica	2.0	3.7	4.7	2.0	1.7	2.0	1.0
Ecuador	2.0	3.4	5.4	3.2	3.0	4.4	3.4
El Salvador	1.7	3.3	4.7	3.7	5.0	4.3	3.7
Guatemala	3.5	3.4	3.1	2	2.8	3.6	1
México	4.0	3.2	4.7	3.9	4.0	3.9	1.0
Perú	3.0	2.4	4.3	2.3	4.0	3.7	2.7
Uruguay	1.0	2.0	4.5	1.5	1.0	1.3	1.0
Venezuela	4.0	3.0	4.2	2.4	3.5	4.0	2.4

Nota: Rojo corresponde al principal problema
Amarillo corresponde al segundo problema
Se incluyen únicamente los países de los que se recibieron 3 o más encuestas

Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERLALC 2006

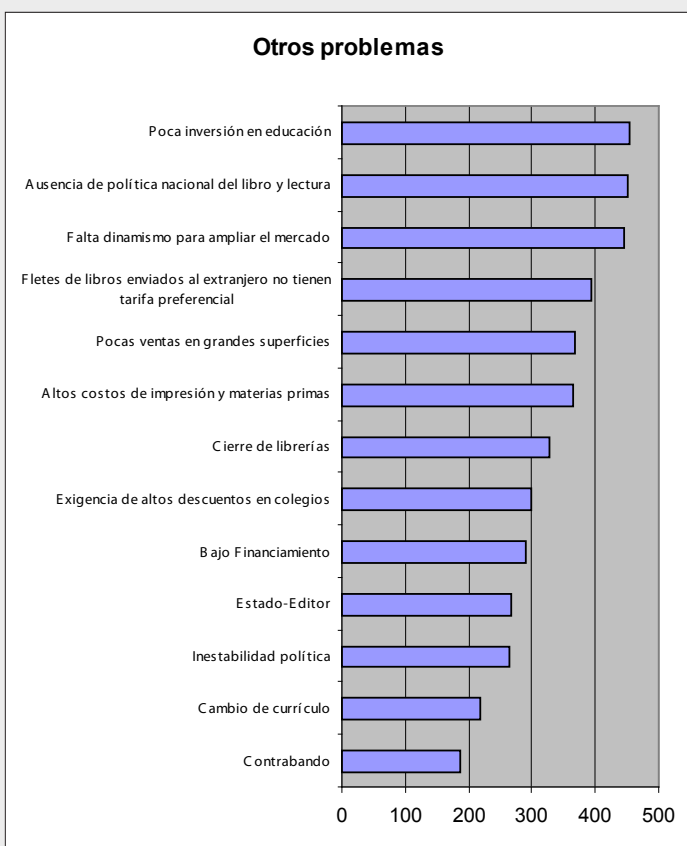
En el siguiente cuadro se muestran algunos problemas adicionales identificados cada uno por un representante diferente de las empresas encuestadas.

Cuadro 2

País	Valoración	Problema
Paraguay	7	Cobro de IVA
Centroamérica	7	Revalorización del euro frente al dólar
Colombia	7	No cumplimiento de acuerdos
Ecuador	7	Competencia desleal (pago por adopción de textos)
El Salvador	7	Poca inversión en educación
Perú	7	Proceso electoral
Chile	6	Ausencia de política del libro y la lectura
Honduras	6	Huelgas magisteriales
Ecuador	4	Cierre de librerías
Ecuador	4	Inestabilidad política
Bolivia	3	Cambio político desincentiva inversiones
El Salvador	3	Incrementos en los costos de impresión

Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERLALC 2006

Otros problemas



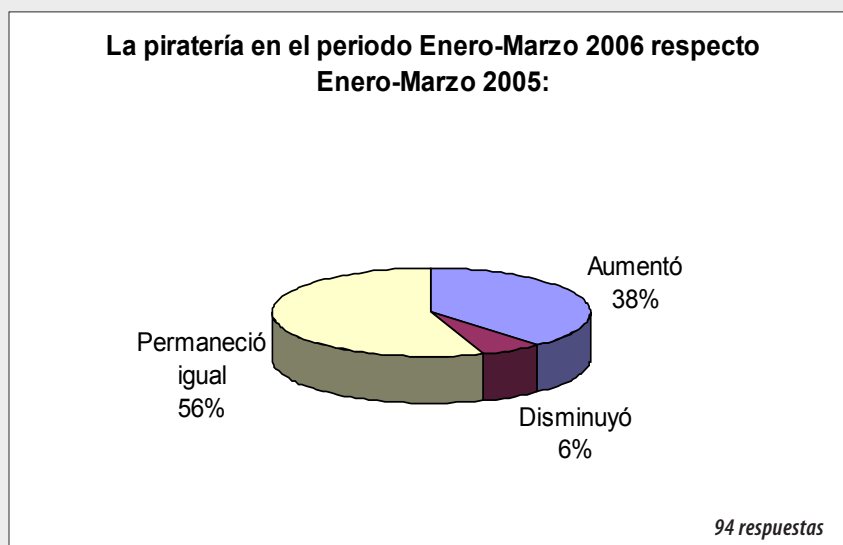
Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERLALC 2006

Para esta medición se incorporó una pregunta adicional para identificar el nivel de afectación de otros problemas señalados por los encuestados en las mediciones anteriores. En este sentido, se utilizó la misma metodología de escala para determinar la valoración que los editores tienen de una serie de problemas. Los problemas adicionales, en el orden de importancia dado por los editores, son los siguientes:

PIRATERÍA

Para el 94% de las empresas encuestadas la piratería no ha disminuido en el trimestre Enero-Marzo 2006 respecto al mismo periodo del año anterior. De este 94%, un 34% afirma que aumentó mientras que el restante 56% dice que permaneció igual.

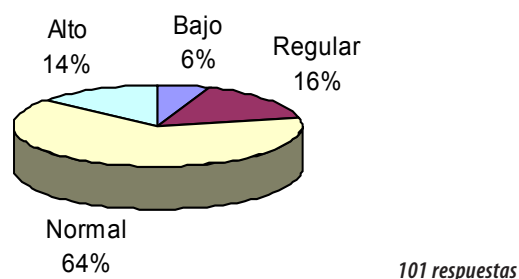
Gráfica 8



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERLALC 2006

El subsector de interés general es el más afectado por la piratería. En especial, los bestsellers y los libros de autoayuda son los más pirateados. Por primera vez se señala que el subsector religioso se ve afectado por la piratería.

El volumen de pedidos para despachar en el trimestre mayo-junio 2006 fue:



Fuente: SIER encuestas de opinión empresarial noviembre 2006, CERLALC 2006

CLIMA DE NEGOCIOS

En la encuesta se preguntaba por el volumen de pedidos para el trimestre mayo-junio 2006. Una gran mayoría de los encuestados afirmó que el volumen de pedidos para el siguiente trimestre era normal.