

Percepción sobre
el clima empresarial
editorial
en el 2007 y tendencias a corto plazo



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura



Centro Regional para el Fomento del Libro
en América Latina, el Caribe, España y Portugal

En esta medición se resalta la necesidad de realizar una reflexión profunda sobre las disposiciones legales actuales de fomento al libro y su vigencia, así como una mayor interacción y concertación entre los sectores productivos y comercializadores del libro con los responsables de políticas públicas, propósito que desde la Dirección del Cerlalc y el GIE impulsaremos durante el 2008.

ISADORA DE NORDEN

Directora del Cerlalc

GONZALO ARBOLEDA

Presidente GIE

Para obtener los resultados consignados en este quinto boletín informativo del Servicio de Información estadística Regional (SIER), el Cerlalc contó con la participación de 94 empresas editoras y 20 distribuidoras libreras.

Es importante resaltar cómo la participación de las empresas ha venido aumentando: en la primera medición participaron 65 empresas, en la segunda 85 y en la actual 114, lo cual demuestra el interés del sector.

Agradecemos a los presidentes y directores generales el suministro oportuno de la información, la cual nos ha permitido presentar a ustedes las tendencias del clima editorial empresarial de la región.

Las percepciones de los gerentes de las empresas indican que tanto el comercio internacional del libro como las ventas aumentaron en el periodo de enero a junio de 2007 respecto al mismo periodo en el año anterior para el conjunto de la región.

RICHARD URIBE

Subdirector del libro y desarrollo

Percepción sobre el clima editorial empresarial en el 2007 y tendencias a corto plazo.

✓ *Richard Uribe Schroeder*
 ✓ *Diana Cifuentes Gómez*
 CERLALC, SIER

Estamos realizando la quinta encuesta de opinión sobre el clima editorial empresarial. Participaron 114 empresas de 18 países, siendo la tasa de respuesta más grande que hemos tenido en todas las mediciones. La distribución de las encuestas es la siguiente:

Por tipo de empresa: editoriales o distribuidoras de editoriales 92, distribuidoras 2, y librerías 20.

Por países: Argentina 14, Bolivia 4, Brasil 8, Chile 10, Costa Rica 4, Colombia 14, Ecuador 10, El Salvador 2, Guatemala 6, Honduras 2, México 12, Nicaragua 3, Panamá 3, Paraguay 2, Perú 4, Uruguay 5, y Venezuela 9.

Adicionalmente, recibimos encuestas de 3 distribuidoras de editoriales de libros en español que operan en Estados Unidos, una en San José de Puerto Rico y dos en Miami. Las respuestas proporcionadas por estas empresas no se incluyen en la tabulación. Esperamos en el futuro tener una muestra representativa para incluir sus resultados.

Un total de 49 editoriales son nacionales 52% y 45 son transnacionales 48 %. Entre las editoriales transnacionales, el 100% de las encuestas provienen de editoriales con casas matrices en España, Francia, Alemania, Colombia y México

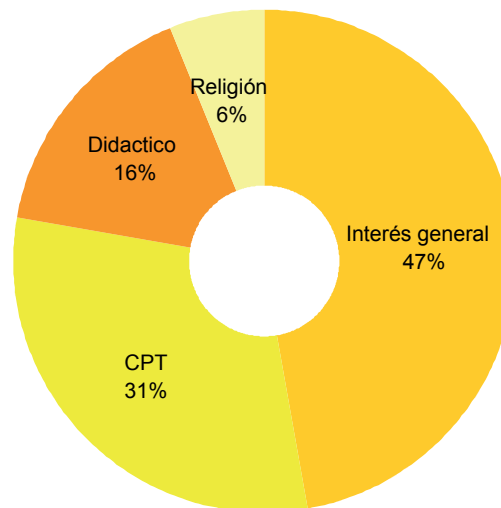
Las preguntas de la encuesta abarcan el periodo Enero-Junio de 2007. Sólo una compara el desempeño en ventas y el clima de negocios de la empresa en el 2006 respecto al año precedente. Para esta medición hemos incorporado preguntas de percepción sobre las leyes del libro y los planes nacionales para el fomento a la lectura y las bibliotecas al identificarse “ausencia de políticas nacionales del libro y la lectura” como una problemática relevante: 5.41 sobre 7 con una tasa de respuesta del 86%.

PRESENCIA DE LAS EDITORIALES POR SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

Las 94 editoriales y distribuidoras afirmaron tener ventas en los diferentes sectores del mercado como se presenta en el gráfico 1. Respecto a la medición anterior, los porcentajes reflejan un comportamiento similar, aunque el sector didáctico pasó del 13,5% al 16%.

Gráfico 1

Presencia de las editoriales por segmentos del mercado editorial



COMERCIO EXTERIOR

El 64% de las empresas que conforman la muestra exportan y el 62% importan. Estos porcentajes presentan una disminución respecto a la medición anterior en donde el 68% de las empresas afirmaron exportar, y el 72% importar.

Gráfico 2

Las exportaciones en dólares entre Enero-Junio de 2007 Respecto Enero-Junio de 2006

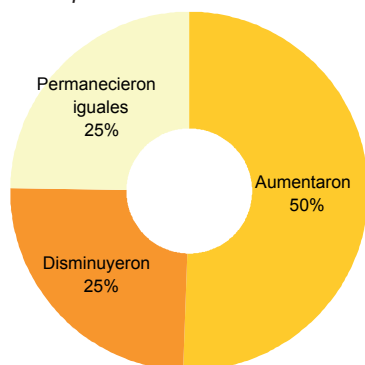
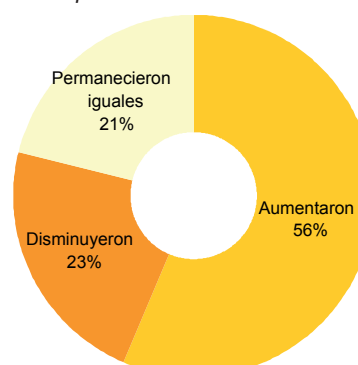


Gráfico 3

Las importaciones en dólares entre Enero-Junio de 2007 Respecto Enero-Junio de 2006



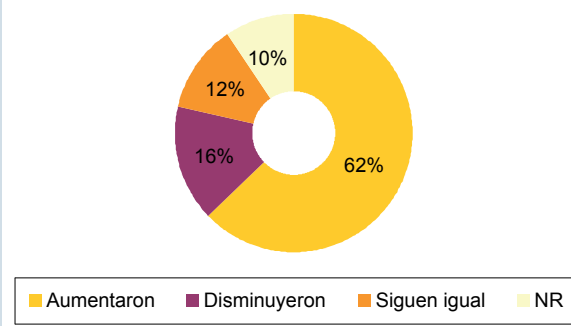
Para el semestre comprendido entre Enero y Junio de 2007, el 50% aumentaron sus exportaciones y el 56% sus importaciones, respecto al mismo periodo en el 2006. En comparación al último periodo indagado (Julio-Septiembre de 2006) con respecto al mismo periodo del año anterior, el porcentaje de empresas cuyas exportaciones crecieron se redujo en un 8% y el de las que aumentaron sus importaciones creció en un 10%.

VENTAS TOTALES

Las ventas totales en moneda nacional en el año 2006 respecto al 2005 aumentaron para el 62% de las editoriales encuestadas. En la anterior medición la cifra había sido del 63% en el conjunto de la región. Sigue existiendo un comportamiento positivo en las ventas de las editoriales como ha venido sucediendo en todas las mediciones, aunque no con tanta fuerza como en los años 2004 y 2005 en donde se alcanzaba 79% y 67% que reportaban crecimiento en sus ventas.

Gráfico 4

Ventas Totales en moneda nacional 2006 respecto al 2005 (Editoriales y distribuidoras)



Muestran un comportamiento particularmente positivo las editoriales argentinas. En este país el 80% de las empresas declararon mayores ventas que al año anterior. En Costa Rica, todos los encuestados reportaron incrementos en sus ventas. Las empresas editoriales o distribuidoras (el 16% del total) que reportan disminución en sus ventas están distribuidas en el resto de países.

En el caso de las librerías, 70% de las empresas encuestadas reportan crecimiento en sus ventas, y tan solo el 5% informa de una disminución.

Estos datos corroboran el fortalecimiento de las librerías para el año 2006 que se había observado en anteriores mediciones. Para el periodo Enero-Marzo de 2006, 52.4% de las editoriales registraron un aumento en ventas por el canal librerías, y para el periodo Julio-Septiembre el porcentaje fue del 57.6%, siendo en ambos casos el canal con mayor dinamismo en ventas, superando el de las ventas directas, las grandes superficies y las compras del gobierno.

Gráfico 5

Ventas Totales en moneda nacional 2006 respecto al 2005 (Librerías)

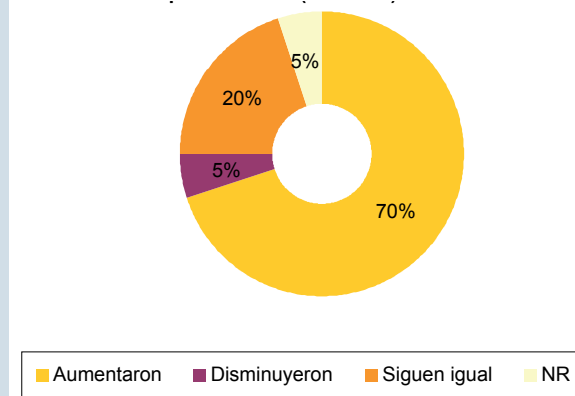
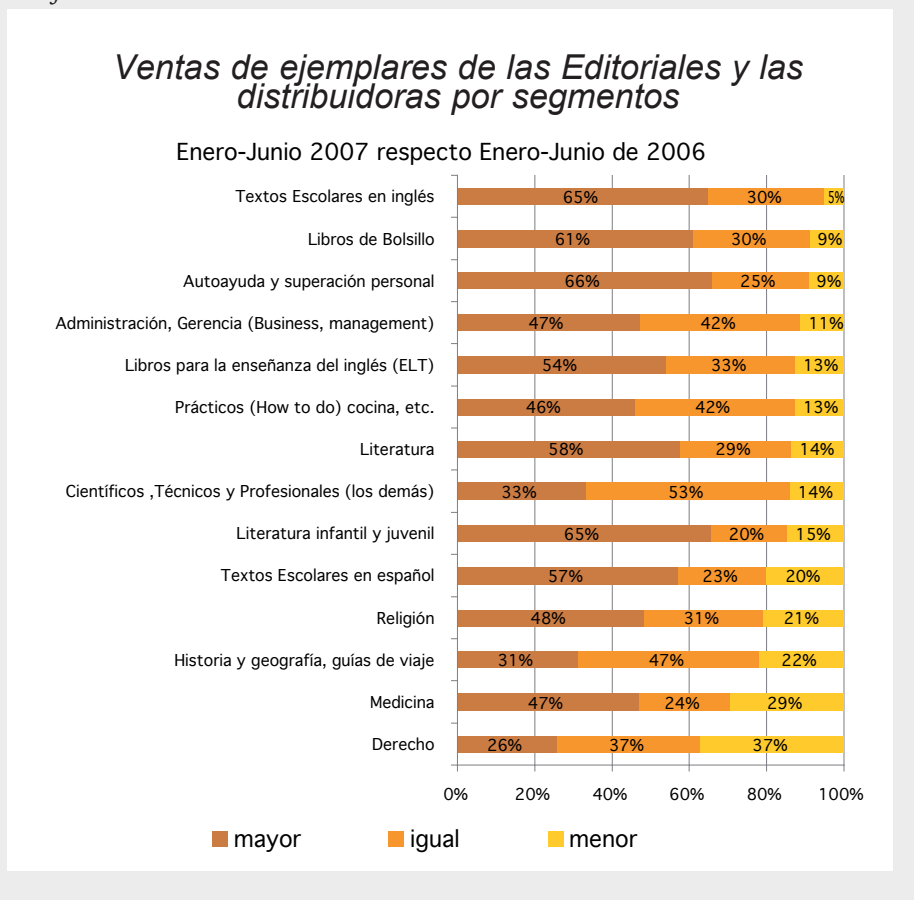


Gráfico 6



SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

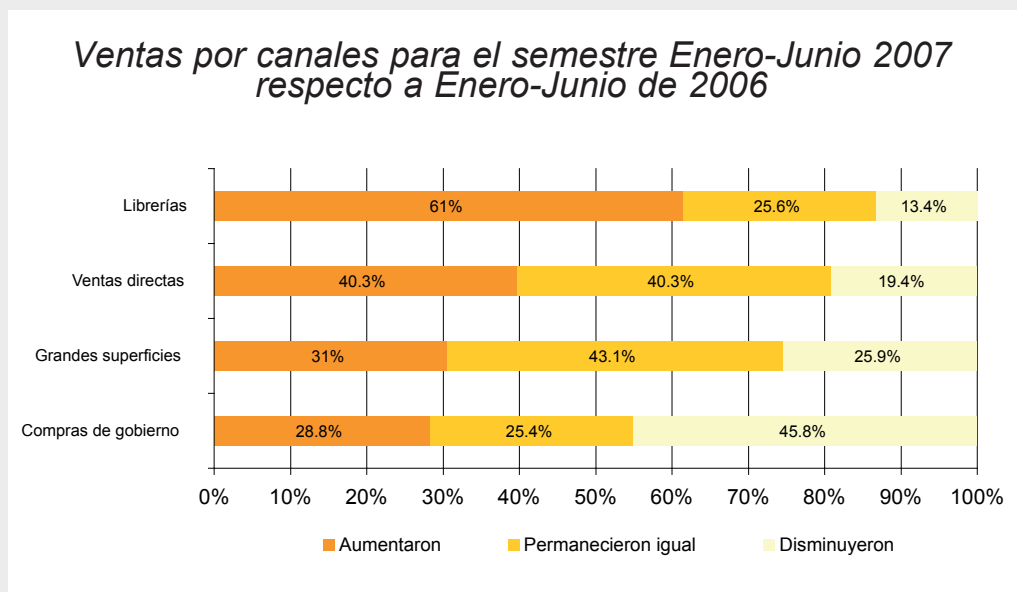
El comportamiento general de las ventas tuvo mejor desempeño que en la medición anterior. Los segmentos más dinámicos para el conjunto de editoriales y distribuidoras que contestaron la encuesta fueron los de autoayuda y superación personal (66% de las editoriales y distribuidoras reportan aumentos en las ventas de estos segmentos), textos escolares en inglés (65%), y literatura infantil y juvenil (65%)

El sector didáctico muestra un buen comportamiento en ventas: sólo un pequeño porcentaje de empresas reporta disminución en ventas para textos escolares en inglés y en libros para la enseñanza de ese idioma (líneas 1 y 2 del gráfico 6). En la anterior medición, 33.3% de las empresas reportaban una disminución en ventas de textos escolares en español. Para esta oportunidad, esta cifra disminuyó al 20%.

A nivel general, el porcentaje de empresas que disminuyó sus ventas en cada uno de los segmentos fue inferior al de la medición anterior. Los tres únicos segmentos que presentaron un aumento por encima de 5 puntos porcentuales respecto a la medición anterior en la proporción de empresas que disminuyeron sus ventas fueron medicina que pasó del 20% al 29%, derecho del 23.5% al 37%, y literatura del 9.1% al 15%. Además, el segmento de libros de derecho presentó una disminución en la proporción de empresas que aumentaron sus ventas, al pasar del 35.3% al 26%, siendo el de peor desempeño para el semestre.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES Y LAS DISTRIBUIDORAS

Gráfico 7

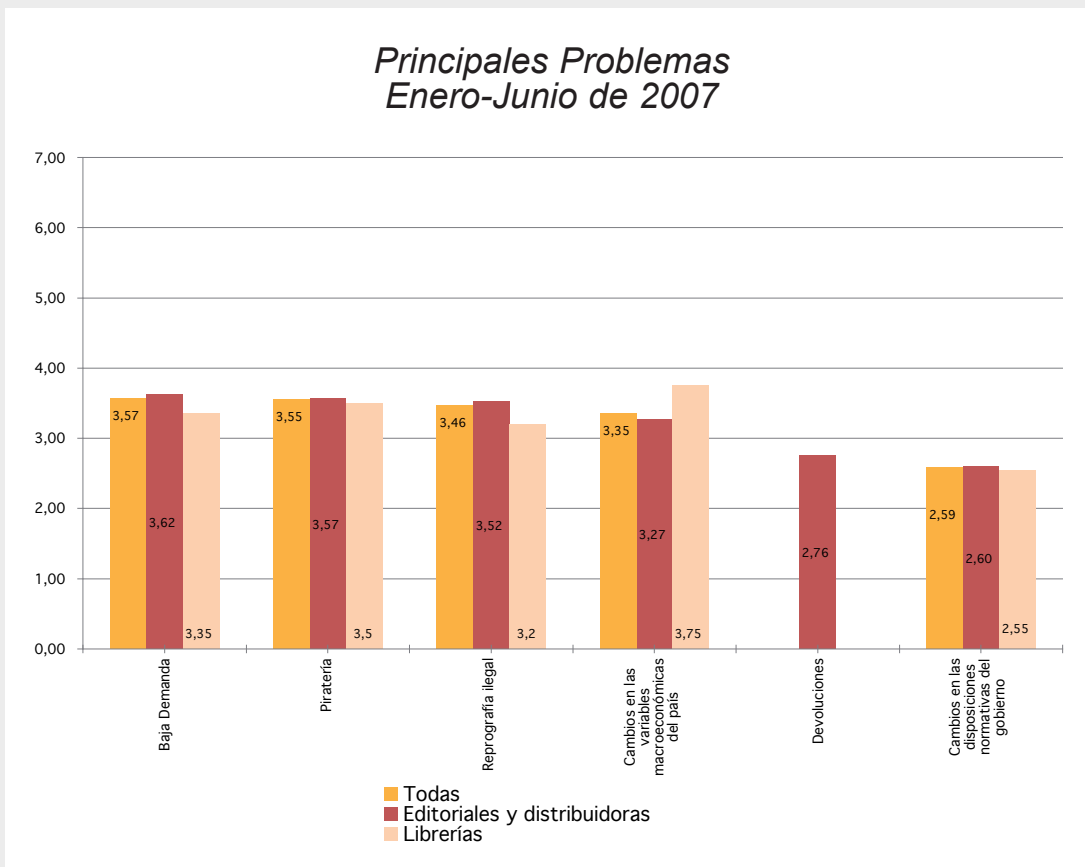


El comportamiento general de las ventas tuvo mejor desempeño que en la medición anterior. Los segmentos más dinámicos para el conjunto de editoriales y distribuidoras que contestaron la encuesta fueron los de autoayuda y superación personal (66% de las editoriales y distribuidoras reportan aumentos en las ventas de estos segmentos), textos escolares en inglés (65%), y literatura infantil y juvenil (65%)

El sector didáctico muestra un buen comportamiento en ventas: sólo un pequeño porcentaje de empresas reporta disminución en ventas para textos escolares en inglés y en libros para la enseñanza de ese idioma (líneas 1 y 2 del gráfico 6). En la anterior medición, 33.3% de las empresas reportaban una disminución en ventas de textos escolares en español. Para esta oportunidad, esta cifra disminuyó al 20%.

A nivel general, el porcentaje de empresas que disminuyó sus ventas en cada uno de los segmentos fue inferior al de la medición anterior. Los tres únicos segmentos que presentaron un aumento por encima de 5 puntos porcentuales respecto a la medición anterior en la proporción de empresas que disminuyeron sus ventas fueron medicina que pasó del 20% al 29%, derecho del 23.5% al 37%, y literatura del 9.1% al 15%. Además, el segmento de libros de derecho presentó una disminución en la proporción de empresas que aumentaron sus ventas, al pasar del 35.3% al 26%, siendo el de peor desempeño para el semestre.

Gráfico 8



PROBLEMAS

El gráfico 8 muestra los problemas macro enfrentados por las empresas. Para la realización de esta estadística, se pide a los encuestados que califiquen en una escala entre 1 y 7 el problema de acuerdo con el nivel de afectación para la empresa, siendo 7 la mayor afectación. “Devoluciones” sólo fue un problema identificado para los sectores de las editoriales y las distribuidoras.

La baja demanda de libros sigue siendo el principal problema de las empresas del sector editorial. Se sigue percibiendo como un problema estructural (Bajos niveles de ingreso y escasos hábitos lectores). Algunos comentarios específicos señalados fueron: aumento en el costo de bienes esenciales (Argentina), preferencia por otros bienes frente a los culturales debido al alto costo de vida (Perú) y la contracción del mercado (México), entre otros.

Al parecer, el problema que más afecta a las librerías son los cambios en las variables macroeconómicas del país. Algunas de las variables que se mencionan son la devaluación de la moneda nacional frente al euro que afecta el precio de los libros (Colombia) y la inflación (Argentina).

La piratería se evalúa de manera similar a la medición anterior con una calificación de 3.55 (3.57 para las editoriales y 3.50 para las librerías). Respecto al ilícito preocupa que la calidad en la impresión de los libros piratas es cada vez más alta (Bolivia) y que su precio sea considerablemente inferior al de las ediciones legales (Ecuador, Perú). Los gerentes encuestados en Guatemala mencionan el hallazgo reciente de imprentas piratas y la entrada de textos piratas desde países aledaños.

La tabla de frecuencias (Tabla 1) muestra la distribución porcentual de las valoraciones que dieron los encuestados. Al fijarse en la distribución de los datos, se observa que el problema “Baja demanda” (3.57) tiene en realidad un grado medio de afectación (entre 3 y 5) para la mayoría de empresas encuestadas (53.6%). Por su parte la piratería y la reprografía ilegal, resultaron con calificaciones generales de 3.55 y 3.46 respectivamente. Esto quiere decir que estos dos últimos problemas en realidad afectan mucho a unas empresas y muy poco a otras. Otro hecho relevante es que en la región las empresas no se vieron afectadas por los cambios en las disposiciones normativas de los gobiernos. 62.7% de las empresas opinan de esta manera. Las particularidades se explican más adelante.

Tabla 1

Problema	1	2	3	4	5	6	7	Nivel de afectación		
								Bajo (1-2)	Medio (3-5)	Alto (6-7)
Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	50,9%	11,8%	8,2%	9,1%	7,3%	1,8%	10,9%	62,7%	24,5%	12,7%
Cambios en las variables macroeconómicas del país	25,5%	15,5%	15,5%	12,7%	13,6%	7,3%	10,0%	40,9%	41,8%	17,3%
Baja Demanda	24,5%	6,4%	15,5%	20,0%	18,2%	5,5%	10,0%	30,9%	53,6%	15,5%
Devoluciones	42,7%	18,2%	7,3%	18,2%	6,4%	4,5%	2,7%	60,9%	31,8%	7,3%
Piratería	27,3%	12,7%	10,0%	17,3%	5,5%	14,5%	12,7%	40,0%	32,7%	27,3%
Reprografía ilegal	32,7%	10,9%	10,0%	11,8%	8,2%	10,9%	15,5%	43,6%	30,0%	26,4%

Como hemos anotado, en todos los informes anteriores las tendencias por países son meramente indicativas y su grado de representatividad difiere por el número de respuestas de cada país y el tamaño de las empresas que responden.

La baja demanda es el principal o el segundo problema para 8 de los 12 países que participaron con 3 o más encuestas en la medición. En Uruguay la calificación que se le da a los cambios en las disposiciones normativas del gobierno es de 1. Por el contrario, en Venezuela, es un problema de gran importancia (5.2). En México las editoriales reportaron problemas presentados debido a cambios en los programas educativos.

La piratería y la reprografía ilegal se presentan como problema principal o secundario en varios países. Los encuestados que perciben mayor afectación frente a la piratería son los de Perú, y los que se sienten más afectados por la reprografía ilegal son los de Chile (4,5). Puede observarse una relación estrecha entre estos dos problemas: en aquellos países en donde se identifica uno de ellos como problema principal el otro se identifica también como principal o secundario, excepto para el caso de Perú. La altísima calificación de este país para la piratería (5.8) concuerda con una problemática que ha venido señalándose por editores e instituciones gremiales peruanas desde hace varios años.

Finalmente hay que notar la alta calificación que le dan los gerentes argentinos a los cambios en las variables macroeconómicas (5.0). La gran mayoría de encuestados en Argentina se sienten afectados por la inflación cuya variación interanual a noviembre de 2007 del IPC sin estacionales ni regulados alcanzó el 10.7%.

Tabla 2

Principales problemas por países						
País	Cambios en las disposiciones normativas del gobierno	Cambios en las variables macroeconómicas del país	Baja Demanda	Devoluciones	Piratería	Reprografía ilegal
Argentina	2,6	5,0	3,4	2,6	2,8	2,6
Brasil	2,3	3,1	4,0	2,0	1,7	3,3
Chile	2,2	2,4	3,4	3,1	4,5	4,5
Costa Rica	2,0	2,5	3,8	1,8	2,0	2,8
Colombia	2,3	3,6	5,0	3,0	4,7	4,7
Ecuador	2,4	3,0	2,6	1,3	4,2	3,4
Guatemala	3,2	2,4	2,4	1,6	4,0	3,2
México	3,6	3,3	3,5	3,3	3,4	3,1
Perú	1,5	1,8	4,3	3,3	5,8	3,0
Uruguay	1,0	1,8	2,0	1,8	3,3	2,8
Venezuela	5,2	3,8	3,0	2,6	2,9	3,0
Desv.estándar	1,13	0,95	0,87	0,72	1,21	0,69

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



Problema Principal



Segundo Problema

La siguiente tabla muestra algunos problemas adicionales identificados por los gerentes de las empresas:

Tabla 3

Problemas Adicionales			
País	Valoración	Tipo de empresa	Problema
Argentina	7	Editorial	Aumento en el costo de las materias primas por subida del euro
Argentina	7	Editorial	Disminución de rentabilidad por aumento de costos
Argentina	5	Librería	Aumentos en gastos generales por inflación
Chile	2	Editorial	Falta que se implemente la política nacional del libro y la lectura
Chile	7	Librería	Competencia desleal de editores con ventas directas a consumidor final con inmensos descuentos
Chile	5	Librería	El impuesto a los libros es muy alto
Colombia	3	Distribuidora	Consultas online
Colombia	7	Editorial	Variación de la tasa de cambio
Colombia	5	Editorial	Contratación congelada del estado
Colombia	sin calificación	Librería	Impuestos, fletes y descuentos de editores a bibliotecas o clientes
Colombia	7	Librería	Descuentos dados por los distribuidores a los clientes
Honduras	5	Editorial	Altos costos de distribución nacional e internacional
México	3	Editorial	Incremento en el número de competidores
Panamá	6	Distribuidora	Costos de transporte
Venezuela	7	Distribuidora	Trámites de importación

El gráfico 9 aparecen otros problemas que han sido identificados en anteriores mediciones por las empresas.

Respecto a “la falta de inversión en educación” se precisa la falta de presupuesto en el periodo para invertir en libros (México, Argentina) y las pocas compras de libros por parte del estado en general (Costa Rica, Colombia). Costa Rica y Guatemala le dan a este problema una calificación por encima de 6.

En “la falta de dinamismo para ampliar el mercado” se habla de la falta de inversión publicitaria en el sector del libro (Chile) y de un clima de inversión desfavorable (Uruguay, Bolivia). Algunas empresas registran acciones para dar mayor exposición a sus libros a través de campañas publicitarias, impulsando irrigar sus fondos a otras ciudades del país, dando material de apoyo para la formación y el estímulo a la lectura a las entidades que son clientes, a través de campañas de promoción de títulos (e-mail blasts) e incrementando la lista de correos de clientes.

Un problema específico para los librereros es la percepción que tienen de competencia desleal en las empresas editoriales que venden directamente, los altos descuentos en colegios y el contrabando (particularmente en Bolivia). Por el contrario, el problema que afecta en mayor medida a editores y distribuidores y no a librereros es “el estado editor”. Este hecho se percibe en una escala baja en la región. Las pocas ventas en grandes superficies registradas en el periodo es un problema exclusivo de las editoriales y antagónico con la percepción que podrían tener los librereros.

En Bolivia se deben importar gran parte de los insumos a precios altos, y en Perú, hay que pagar impuestos por la compra de insumos para la impresión. En Honduras las editoriales han conseguido exención de impuestos sobre ventas (12%) sobre materias primas haciendo valer la ley de emisión del pensamiento.

Gráfico 9



POLÍTICAS NACIONALES DEL LIBRO Y LA LECTURA

En esta encuesta diseñamos algunas preguntas adicionales generales para conocer más acerca de la percepción que tienen editores, distribuidores y librerías sobre este tema. Se construyeron dos bloques de preguntas: uno indaga sobre la percepción empresarial sobre como incide la ley de libro en el desempeño del sector o de la empresa. El otro pregunta acerca de los planes nacionales para el fomento a la lectura y las bibliotecas, en el mismo sentido.

LEYES DEL LIBRO

Para realizar el análisis incluimos 88 de los 114 encuestados (77.2%) correspondientes a las respuestas de las empresas de los países donde existen leyes del libro (o del libro y la lectura).

Al preguntar si las leyes del libro han brindado algún tipo de beneficio a la empresa o al sector específicamente en el último año, la mayoría de los gerentes afirma que no, tanto en el caso de las editoriales y las distribuidoras como en el de las librerías. Las respuestas varían de país en país. Tampoco perciben que hayan contribuido a fortalecer la producción de las editoriales ni a la mayor difusión de sus libros en el último año. En resumen, gerentes de varios países afirman que las leyes, aunque existen, no crean suficientes incentivos como para llegar a traducirse en un aumento de la producción editorial. Esta percepción debería inducir a un profundo análisis sobre la vigencia de las mismas y propuestas y/ o modificaciones a las cuales deberían someterse en algunos países.

En Chile por ejemplo, si bien la política nacional del libro fue recientemente concertada entre el gobierno y el sector privado, la ley es antigua (1992), y requiere una urgente modificación como lo registran los editores en la encuesta. En Brasil, la ley del libro es muy reciente y todavía no se ven los efectos de su aplicación. Aunque el cuadro anterior recoge un importante número de empresas, y representa una relevante producción editorial en los mercados nacionales, es tan sólo un punto de partida para un diagnóstico más amplio.

Tabla 5

¿La ley del libro ha brindado beneficios a su empresa?										
País	Número de respuestas	Transnacionales			Editores Locales			Total		
		si	no	nr	si	no	nr	si	no	nr
Argentina	14	16,7	83,3	0,0	25,0	50,0	25,0	21,4	64,3	14,3
Brasil	8				50,0	37,5	12,5	50,0	37,5	12,5
Chile	10	0,0	80,0	20,0	60,0	40,0	0,0	30,0	60,0	10,0
Costa Rica	4	0,0	100,0	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	50,0	50,0
Colombia	14	60,0	40,0	0,0	33,3	44,4	22,2	42,9	42,9	14,3
Ecuador	10	0,0	100,0	0,0	44,4	44,4	11,1	40,0	50,0	10,0
El Salvador	2				100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Guatemala	6	0,0	100,0	0,0	25,0	25,0	50,0	16,7	50,0	33,3
Paraguay	2	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
Perú	4	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	50,0	50,0	0,0
Uruguay	5	33,3	33,3	33,3	50,0	50,0	0,0	40,0	40,0	20,0
Venezuela	9	50,0	50,0	0,0	80,0	20,0	0,0	66,7	33,3	0,0
TOTAL	88	30,0	63,3	6,7	41,4	41,4	17,2	37,5	48,9	13,6

vr % según cantidad de respuestas

33 de 88 empresas afirman recibir beneficios de la ley del libro; 18 lo han sido a través de estímulos tributarios y 17 a través de compras del gobierno. También se mencionan los subsidios a bibliotecas que compran en librerías (Argentina) y la ley del precio fijo (Argentina).

En Brasil, otras iniciativas del gobierno que benefician la industria editorial y que fueron reseñadas en la encuesta son: el financiamiento por parte del BNDES (Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social del Brasil), empresa federal que tiene como objetivo financiar a largo plazo los emprendimientos que contribuyan al desarrollo del país y la exoneración fiscal de PIS (Programa de Integración Social). En Chile el “Maletín literario” es una iniciativa en la que 400 mil familias de escasos recursos y sectores rurales tendrán una biblioteca básica en sus hogares. Este proyecto se empezará a ejecutar entre en el 2008 y se espera terminar en el 2010.

Una tasa menor de empresarios (24 de 88 encuestados) afirma que ley del libro ha beneficiado al sector en su conjunto, 8 de ellos anotan que se fortaleció la producción editorial en el último año y 11 opinan que se dio mayor divulgación de sus libros: 7 de estos 11 consideran que se dio a nivel nacional y 3 creen que sus libros se divulgaron a nivel internacional. En Colombia, se afirma que se ha creado un ambiente propicio para la generación de empleo y que hay una política de comunicación del estado para incentivar la lectura. En Venezuela se percibe un incipiente desarrollo de la industria editorial, un mayor aporte social y un incremento en el trabajo en este sector.

PLANES NACIONALES PARA EL FOMENTO A LA LECTURA Y LAS BIBLIOTECAS

95 encuestas corresponden a los países donde hay planes nacionales de lectura y bibliotecas (84% del total de la muestra).

Tabla 6

¿El plan de lectura y bibliotecas ha brindado beneficios al sector?			
País	Total Respuestas	Sí	%
Argentina	14	7	50,0
Bolivia	4	0	0,0
Brasil	8	3	37,5
Chile	10	6	60,0
Colombia	14	8	57,1
El Salvador	2	0	0,0
Guatemala	6	2	33,3
México	12	8	66,7
Nicaragua	3	0	0,0
Panamá	2	0	0,0
Paraguay	2	2	100,0
Perú	4	1	25,0
Uruguay	5	2	40,0
Venezuela	9	4	44,4
Total	95	43	45,3

De las 95 empresas, 43 perciben que los planes benefician al sector (45.3%). En los países con 6 encuestas o más, los mexicanos, chilenos y colombianos son los que tienen la opinión más favorable sobre la efectividad de los planes. En México el 66.7%, en Chile el 60% y en Colombia el 57.1% de los encuestados perciben que éstos ayudan al sector editorial al tener presupuestos destinados a la dotación de bibliotecas escolares y de aula.

Algunos encuestados reconocen el valor de los programas estatales para el incremento de las compras: en Argentina CONABIP tiene un ordenado plan de compras, en Bolivia se menciona la compra de libros para bibliotecas universitarias, en Chile las licitaciones para bibliotecas públicas y en Ecuador la compra por parte de las bibliotecas de la zona Costa.

Tabla 7

¿El plan nacional de lectura y bibliotecas ha brindado beneficios a su empresa?			
País	Editoriales y distribuidoras		
	si	no	N.R.
Argentina	60,0	40,0	0,0
Bolivia	33,3	33,3	33,3
Brasil	37,5	62,5	0,0
Chile	37,5	50,0	12,5
Colombia	70,0	30,0	0,0
El Salvador	100,0	0,0	0,0
Guatemala	20,0	0,0	80,0
México	50,0	50,0	0,0
Nicaragua	0,0	66,7	33,3
Paraguay	0,0	100,0	0,0
Perú	0,0	66,7	33,3
Uruguay	25,0	75,0	0,0
Venezuela	57,1	42,9	0,0
TOTAL	43,4	46,1	10,5

6 o más respuestas

vlr % según cantidad de respuestas

A observar los cuadros anteriores se observa que los libreros poseen menos información acerca de los planes, lo cual puede influir en la percepción que tienen de los mismos en cuanto a los beneficios que brindan sus empresas.

Al indagar sobre el conocimiento del sector editorial empresarial sobre planes nacionales o locales de lectura y bibliotecas, la mayoría de encuestados piensa que bajo o insuficiente. Solo en el caso de Colombia un porcentaje alto de gerentes piensa que es alto o el necesario. En Colombia, los mayores organismos difusores de los planes son las entidades gremiales.

En Colombia ha habido una mayor difusión del libro. Se destaca la presencia de éstos en medios de comunicación y en la opinión pública. Se reconocen, por ejemplo, los programas de lectura en familia de Fundalectura, además del mes del libro infantil y Bogotá en el marco de la celebración de La Capital Mundial del Libro. En Uruguay existe ahora una mayor difusión radial y afiches; en Venezuela se menciona el incremento de librerías en el país y por ende una mayor posibilidad de distribución y un fuerte plan de fomento a la lectura.

Como se observa en el cuadro anterior, en los demás países la percepción de los empresarios no es tan favorable a los planes de sus respectivos países.

Tabla 8

¿El plan nacionales de lectura y bibliotecas ha brindado beneficios a su empresa?			
País	Librerías		
	si	no	N.R.
Argentina	25,0	50,0	25,0
Bolivia	0,0	0,0	100,0
Chile	50,0	50,0	0,0
Colombia	25,0	50,0	25,0
El Salvador	0,0	100,0	0,0
Guatemala	0,0	0,0	100,0
Panamá	0,0	100,0	0,0
Perú	0,0	100,0	0,0
Uruguay	0,0	100,0	0,0
Venezuela	0,0	100,0	0,0
TOTAL	15,8	63,2	21,1

vlr % según cantidad de respuestas

Tabla 9

Si en su país hay un plan nacional para el fomento a la lectura y las bibliotecas...		
El conocimiento del sector editorial empresarial sobre planes nacionales o locales de lectura y bibliotecas es:		
	Editoriales y distribuidoras	Librerías
Alto	5%	5%
El necesario	26%	16%
Bajo	35%	53%
Insuficiente	23%	5%
NR	10%	21%

Tabla 10

Número de encuestados que obtienen información sobre planes nacionales de lectura y bibliotecas a través de:	
Asociaciones gremiales	50
Campañas en medios	24
Reuniones ante el sector público y privado	23
Documentos divulgados en eventos oficiales	20
Convocatorias públicas	19
Eventos promocionales	16

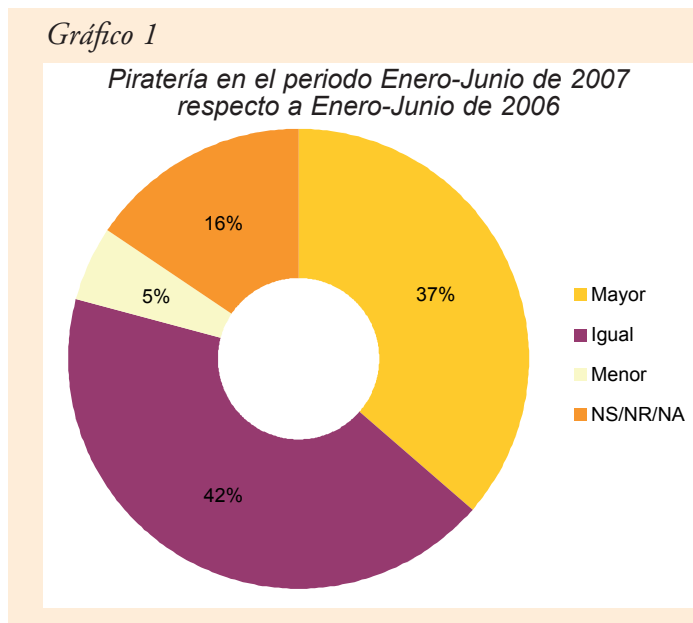
La difusión de los planes se da sobre todo a través de asociaciones gremiales, campañas en medios de comunicación y reuniones entre el sector público y el privado (ver tabla 10).

PIRATERÍA

Para el periodo Enero-Junio de 2007 respecto al mismo periodo del año anterior, 37% de los encuestados piensa que la piratería aumentó, esta cifra es inferior en tres puntos a la de la medición anterior. Sólo un pequeño porcentaje afirma que haya disminuido. Es de anotar que los libros pirateados se concentran sobre todo en los bestsellers (más que nada de literatura y autoayuda). En este sentido entre más grande es la muestra de editores, la percepción sobre la piratería en términos de afectación a las empresas tiende a disminuir.

En México se afirma que la piratería se ha reducido gracias diversos operativos emprendidos por las autoridades. Entre marzo y noviembre de 2007 se realizaron 12 operativos en el Centro Histórico de la ciudad de México, en donde se incautaron 320 toneladas de libros equivalentes a aproximadamente un millón doscientos mil libros.

Gráfico 1



Debido a los resultados favorables que han tenido los operativos, muchos comerciantes ambulantes acuden ahora a las editoriales para comprar los libros.

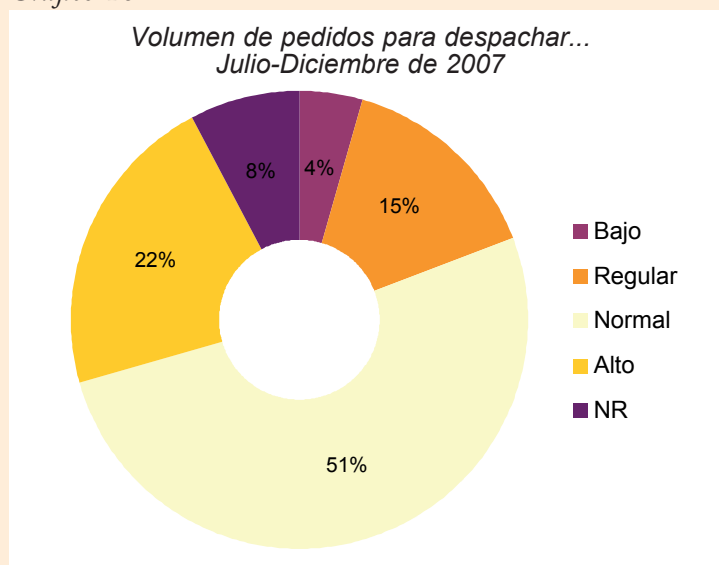
Los segmentos más afectados, según editores, distribuidores y libreros fueron los de literatura e interés general, autoayuda y textos escolares (ver tabla 9)

Tabla 9.

¿Cuáles fueron los segmentos más afectados entre Enero y Junio del 2007? (Pregunta de libre respuesta)	
Segmento	No. Menciones
Literatura e interés general (Best seller)	32
Autoayuda	9
Escolares	8
Universitarios	6
Administración y gerencia	5
Religiosos	4
Sin problemas	2
Otras respuestas	9
Total respuestas	75

Llama la atención que 8 empresas hayan hecho mención de la piratería de textos escolares porque es un sector que había permanecido inmune a esta cuestionable práctica.

Gráfico 10



CLIMA DE NEGOCIOS

El clima de negocios para el periodo Julio-Diciembre de 2007 se percibió como favorable. 52% opina que el volumen de pedidos para despachar fue normal y 22% alto. No obstante, un mayor porcentaje de encuestados calificó de regular el volumen de pedidos en comparación a la medición anterior (15% en esta medición frente a 7% de la anterior).