

# 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

Presentamos el sexto boletín realizado por el Servicio de Información Estadística Regional (SIER) desde la subdirección de Libro y desarrollo del Cerlalc.

Es muy satisfactorio constatar que en opinión de un muy importante número de directores de las diferentes empresas editoriales, la actividad editorial registró en el 2007 buenos resultados. Agradecemos a los 116 empresarios que participaron en el proyecto así como a Gonzalo Arboleda, presidente del GIE, por su decidida colaboración.

ISADORA DE NORDEN  
Directora del Cerlalc

Quisiera compartir con todos los lectores la convicción que tenemos sobre la importancia que tiene para nuestra actividad el boletín sobre el Clima empresarial y tendencias del mercado que edita periódicamente el Cerlalc.

Con el apoyo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), la Cámara Panameña del Libro, la Cámara Argentina del Libro, la Cámara Argentina de Publicaciones y la Cámara Ecuatoriana del Libro, entidades miembros del GIE que difundieron el proyecto entre sus asociados, en esta nueva edición se ha incrementado la participación empresarial y se han introducido nuevas preguntas que permiten una visión más amplia sobre cómo estamos pensando el futuro de nuestra actividad.


GONZALO ARBOLEDA  
Presidente GIE

Los resultados reportados por los gerentes de las empresas indican un buen desempeño para el sector a lo largo del 2007. Para la mayoría de ellos aumentaron durante este periodo tanto las ventas en moneda nacional así como la cantidad de ejemplares. El dinamismo en ventas en cada uno de los segmentos que conforman el mercado editorial fue más alto que en anteriores mediciones, en especial para el último semestre del 2007 en los nichos de la enseñanza del inglés, los de autoayuda, los de bolsillo y los de literatura infantil y juvenil. Preocupa el aumento de la piratería editorial.

En este informe se incluyeron preguntas concernientes a nuevas tecnologías, tema de suma importancia teniendo en cuenta que afecta a cada uno de los eslabones de la cadena del libro. Se indagó la percepción que tienen los gerentes sobre el grado de penetración de algunas de ellas en la producción y comercialización disponibles hoy en día y se consultó su opinión acerca de los retos y amenazas que enfrentará la industria editorial en los siguientes años.

RICHARD URIBE  
Subdirector de libro y desarrollo Cerlalc

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


*Boletín No. 6 CERLALC, SIER*  
*Richard Uribe Schroeder*  
*Diana Cifuentes Gómez*

Por sexta ocasión el Cerlalc consulta a los gerentes y directores generales de las principales empresas transnacionales y locales de Latinoamérica su opinión sobre las principales tendencias del mercado editorial en la región. En esta oportunidad participaron un total de 116 empresarios, 97 de editoriales, 12 de distribuidoras y 7 de librerías. 30 de ellos de empresas transnacionales. Sus empresas tienen su sede en Argentina (27), Bolivia (2), Brasil (3), Chile (6), Costa Rica (4), Colombia (17), Ecuador (9), El Salvador (2), Guatemala (1), Honduras (3), México (16), Nicaragua (1), Panamá (8), Paraguay (2), Perú (2), Puerto Rico (1), República Dominicana (1), Uruguay (3), y Venezuela (8).

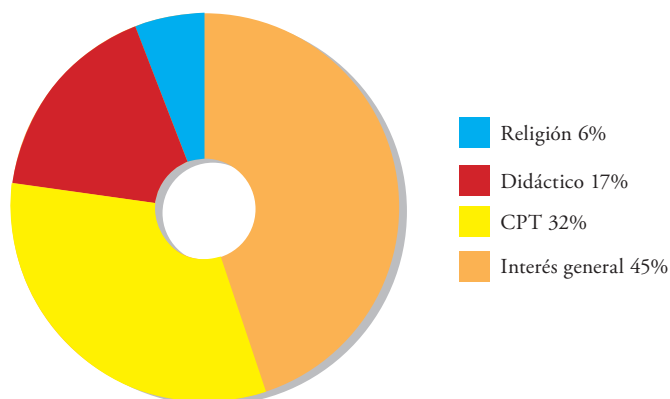
En esta aplicación se indagó sobre el periodo Julio-Diciembre de 2007, sobre el resultado de ventas del 2007 con respecto a las del 2006 y sobre algunas tecnologías vinculadas a nuevas formas de producción y comercialización del libro, tales como la impresión por demanda, ventas a través de medios virtuales y edición en formatos digitales .

Algunas nuevas preguntas se tomaron de la encuesta realizada durante la Feria de Libro de Frankfurt en el año 2007 a 1.324 actores del libro, 85% de ellos europeos, 9% por norteamericanos y un 6% de otras nacionalidades. La hacemos a los actores latinoamericanos para fines comparativos.

## PARTICIPACIÓN DE LAS EDITORIALES POR SUBSECTOR.

De las 97 editoriales y editoriales-distribuidoras, 45% son de interés general, 32% del subsector científico-técnico-profesional, 17% del didáctico (17%) y 6% del religioso.

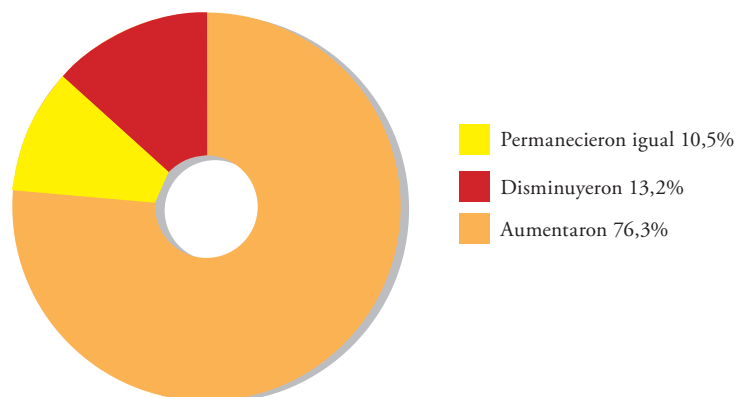
PRESENCIA DE LAS EDITORIALES  
POR SECTORES



## VENTAS TOTALES

Durante el año 2007, las ventas totales en moneda nacional aumentaron para el 76,3% de las empresas. Tan solo el 13,5% de las empresas reportó haber disminuido sus ventas en el periodo. Si se comparan los resultados con el comportamiento de las ventas del 2006 respecto al 2005 se registra mayor dinamismo en ventas para un número mayor de empresas (76,3% frente al 62%).

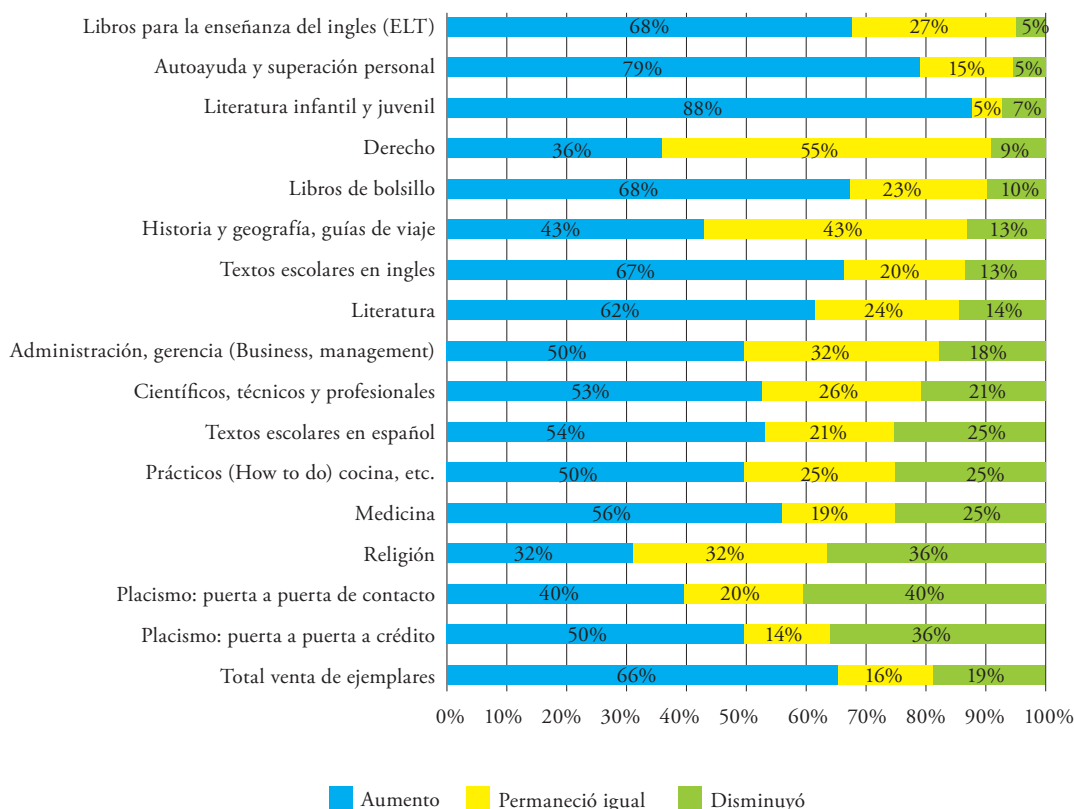
VENTAS TOTALES EN MONEDA NACIONAL PARA  
EL AÑO 2007 RESPECTO AL AÑO 2006



## SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

Los nichos que presentaron mejores resultados en el semestre junio-diciembre 2007 con respecto al mismo semestre del año anterior fueron los libros para la enseñanza del inglés, los de autoayuda, los de bolsillo y los de literatura infantil y juvenil. En este último segmento un 88% de las empresas reportó aumentos en las ventas de ejemplares. Las ventas a puerta a puerta siguen registrando las mayores disminuciones (entre el 40 y 36%)

VENTAS DE EJEMPLARES DE LA EDITORIALES Y  
LAS DISTRIBUIDORAS\* POR SEGMENTOS  
Julio - Diciembre de 2007 respecto Julio - Diciembre 2006

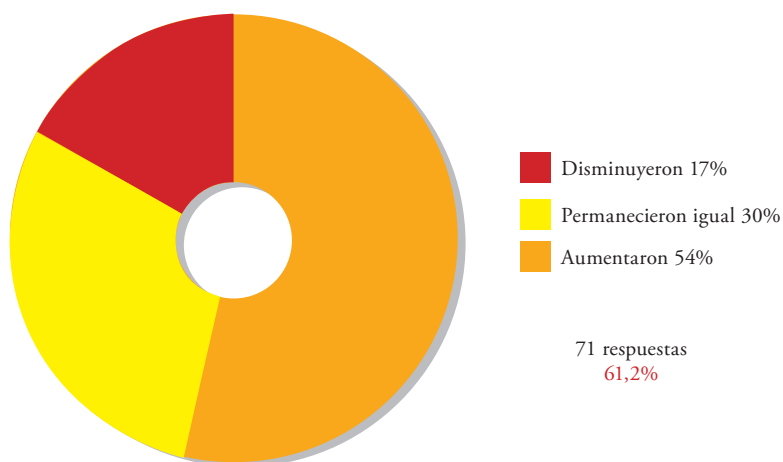


\*Solo se incluyen las distribuidoras propias.

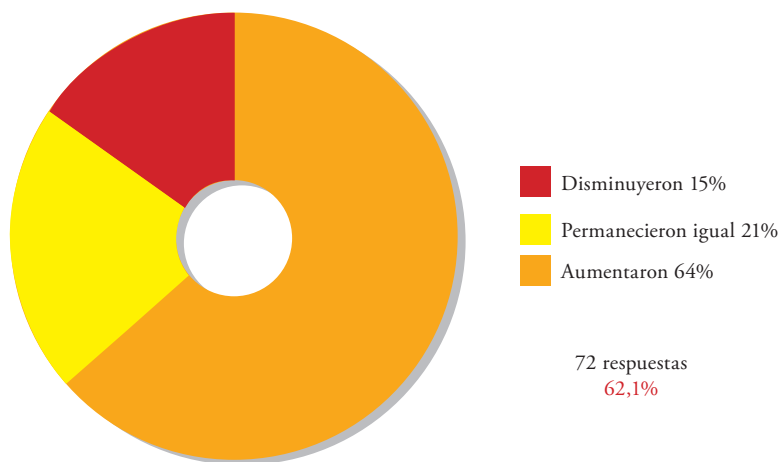
## COMERCIO EXTERIOR

Del total de empresas que conforman la muestra 61,2% exporta y 62,1% importa. Es mayor la cantidad de empresas que afirma que sus importaciones aumentaron (64%) que las que reportan que se presentó un aumento en sus exportaciones (54%). Frente a la medición que se presentó en el boletín anterior, ahora una mayor proporción de empresas aumentó sus importaciones (48% de la medición anterior frente al 64% de esta).

LAS EXPORTACIONES EN DÓLARES EN EL 2007 RESPECTO A LAS DEL 2006

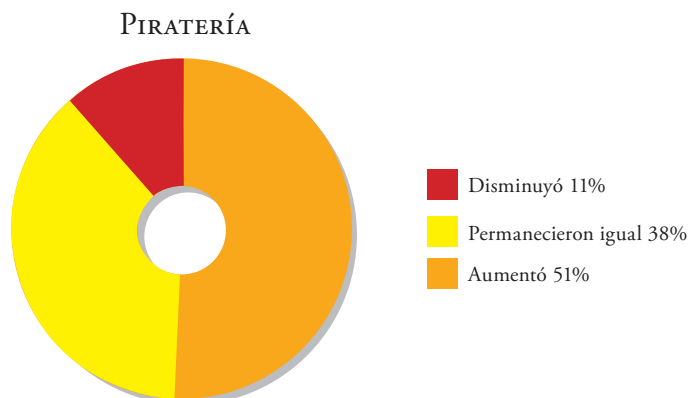


LAS IMPORTACIONES EN DÓLARES EN EL 2007 RESPECTO A LAS DEL 2006



## PIRATERÍA EDITORIAL

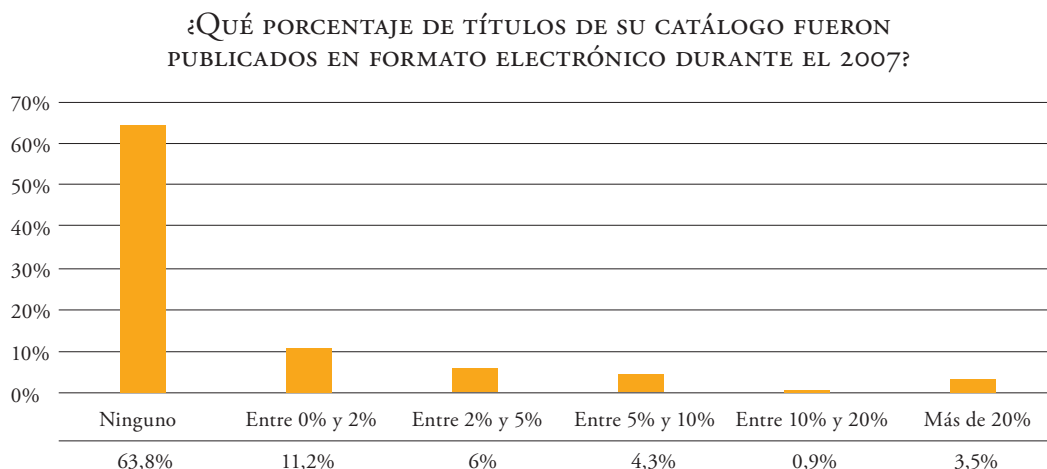
El 51% de los encuestados opina que la piratería aumentó (37% en la medición anterior), uno de los más altos indicadores de todas las mediciones. Igualmente aumentó el grado promedio de afectación a la empresa: 3,27 en una escala de 1 a 7 donde 7 significa el mayor grado de afectación. El problema de la piratería afecta más a las transnacionales (4,36) que a las empresas nacionales (3,02).



## PERCEPCIÓN SOBRE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA PRODUCCIÓN EDITORIAL Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS.

### PUBLICACIÓN EN FORMATO ELECTRÓNICO

El 63,8% de las empresas de la región contestó que durante el 2007 no publicó títulos en formato electrónico, el 11,2% menos del 2% y el 3,45% más del 20%.



Al discriminar esta pregunta por empresas nacionales o transnacionales, se encuentra que las empresas transnacionales (la respuesta de una filial de un país es independiente a la de otro país) respondieron mayoritariamente no haber publicado ningún título en formato digital (76,7%). En contraste, las empresas locales declararon haber publicado más.

## IMPRESIÓN DIGITAL POR DEMANDA

Los editores imprimieron digitalmente por demanda distribuidos como aparece en la siguiente tabla.

El 50% de las editoriales no imprime ningún título bajo demanda y el mayor porcentaje de las que imprime algún título bajo este sistema (25,5%) imprimen entre el 0,1% y el 10% de sus títulos.

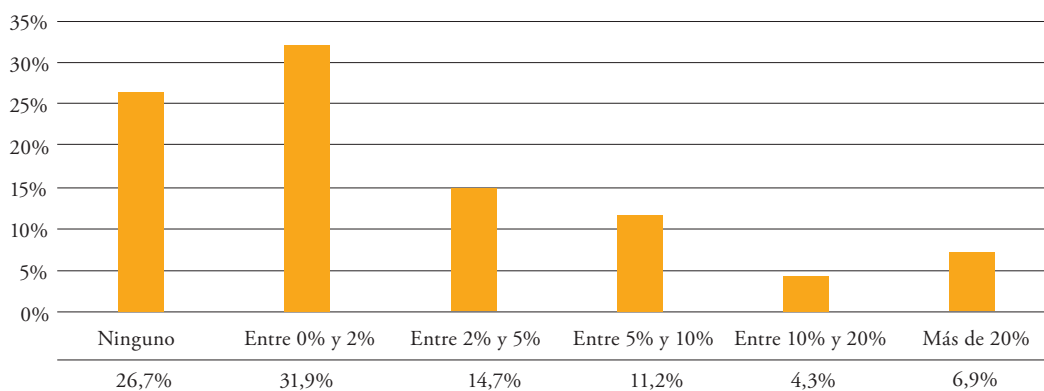
% impresión digital bajo demanda	% editoriales
0%	50,0%
0,1%-10%	25,5%
10,1%-20%	5,3%
20,1%-30%	2,1%
30,1%-40%	5,3%
40,1%-50%	2,1%
50,1%-60%	1,1%
60,1%-70%	1,1%
70,1%-80%	4,3%
80,1%-90%	1,1%
90,1%-100%	2,1%

## VENTAS EN MEDIOS VIRTUALES

El 31,9% de las empresas de la región contestaron que menos del 2% del total de sus ventas se realizaron a través de medios virtuales. El 26,7% de las empresas no vendió nada por este medio y el 6,9% hizo ventas en medios virtuales superiores al 20% del total.

De las empresas que contestaron la encuesta las únicas que presentaron ventas por medios virtuales superiores al 20% tienen sede en Argentina y Colombia.

¿QUÉ PORCENTAJE DE SUS VENTAS SE REALIZA A TRAVÉS DE MEDIOS VIRTUALES?

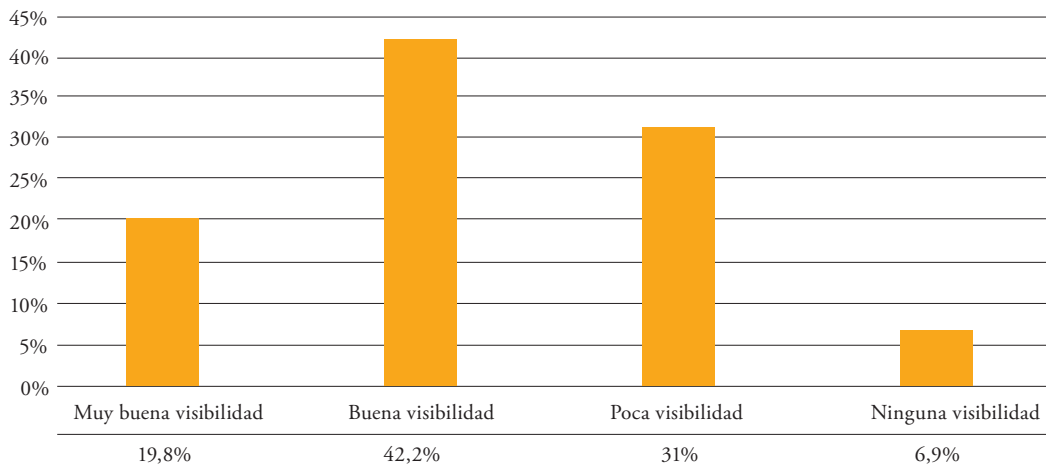




## INTERNET

Se indagó sobre la percepción que tienen los gerentes sobre el grado de visibilidad que el Internet le dio a la empresa en el mercado. El 42,2% señaló que el Internet su empresa tuvo buena visibilidad, el 31% poca visibilidad y el 19,8% muy buena visibilidad. Tan solo el 7% indicó que el Internet no le brinda visibilidad.

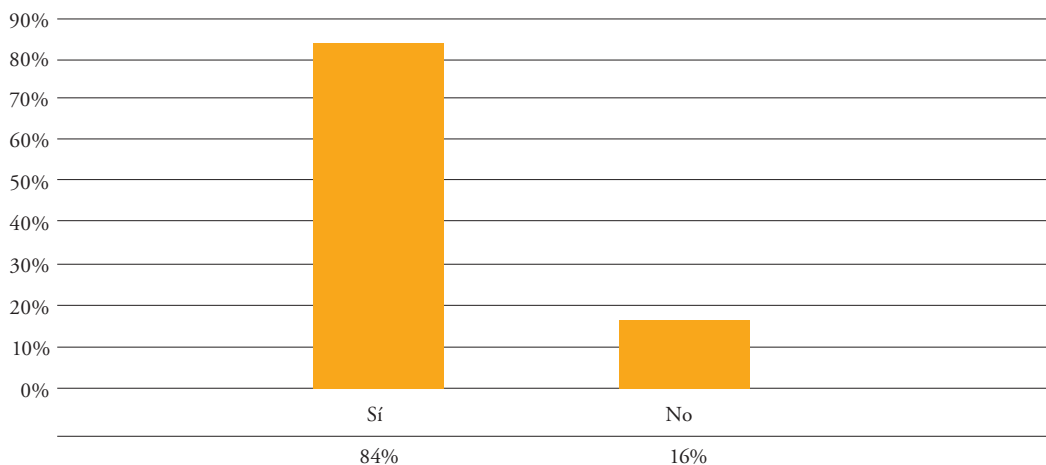
EN EL 2007 INTERNET LE DIÓ A SU EMPRESA



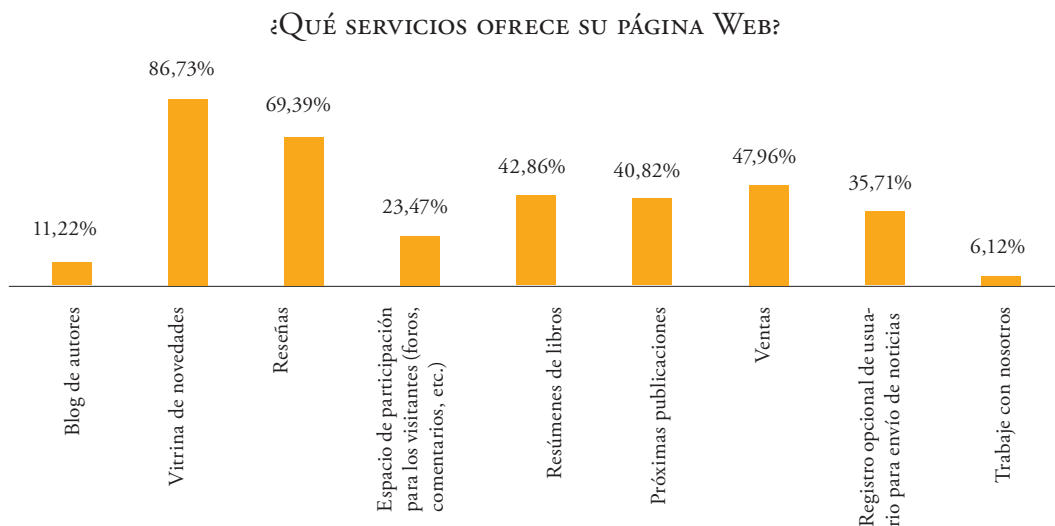
## PAGINA WEB Y SERVICIOS OFRECIDOS

El 84% de las empresas editoriales de la encuesta tienen página Web. En esta muestra el 25,5% correspondió a empresas argentinas, el 15,3% a mexicanas y el a 14,3% colombianas. Las empresas que contestaron no tener página Web están en el resto de países de Suramérica y Centroamérica (27%).

¿SU EDITORIAL TIENE PÁGINA WEB?



De las empresas que tienen página en internet, el 86,7% la usan como vitrina para exponer sus novedades, el 69,3% incluye reseñas de sus libros, el 47,9% ventas (atienden pedidos por internet o tienen librerías virtuales). En menor proporción las empresas ofrecen espacios de participación (23,4%) y Blogs de autores (11,22%).



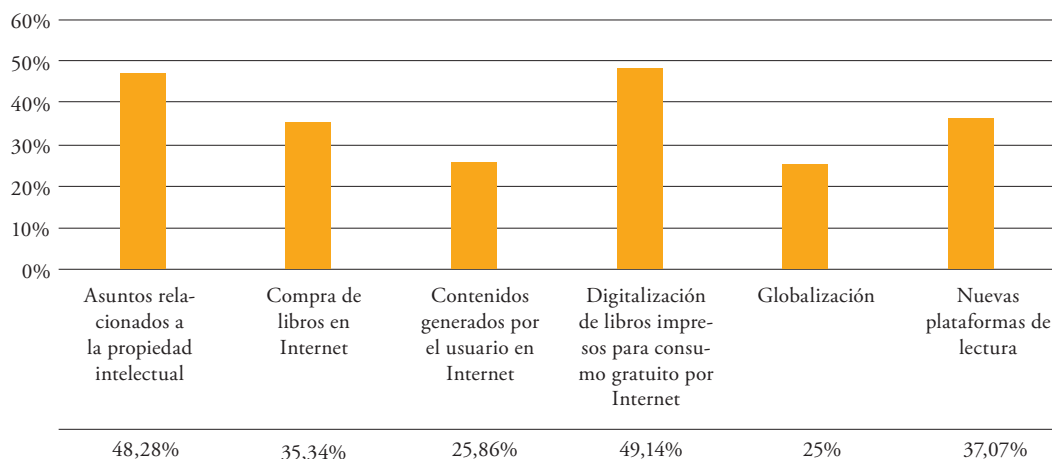
Si bien la mayoría de las empresas de la región tiene página Web, sin importar si son nacionales o transnacionales, a la hora de definir los servicios que prestan sí existe una diferencia significativa. Las empresas transnacionales prestan en mayor porcentaje los siguientes servicios que las locales: Blogs de autores, trabaje con nosotros y registro opcional de usuarios para envío de noticias.

## RETOS Y AMENAZAS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL. EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN Y ACCESO AL LIBRO

### PRINCIPALES RETOS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL LATINOAMERICANA

En esta pregunta se le pide a los encuestados que marquen los tres retos a los que se enfrenta la industria editorial Latinoamérica en la actualidad. Según los empresarios encuestados los temas concernientes a las nuevas tecnologías representan uno de los retos más importantes en el mundo editorial de América Latina. Los principales retos tienen que ver con la digitalización de libros ofrecidos de manera gratuita en Internet (49,1%) y asuntos relacionados a la propiedad intelectual (48,3%). Las nuevas plataformas de lectura y la compra de libros por Internet son retos a los que se le da relevancia (37% y 35,4% respectivamente). Se percibe en menor escala los referentes a contenidos generados por los usuarios y la globalización.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTA LA INDUSTRIA EDITORIAL LATINOAMERICANA ACTUALMENTE?



En la encuesta de Frankfurt, 53% de los encuestados opinó que la digitalización es el mayor reto que enfrenta la industria editorial, el 24% señaló la globalización, el 22% los contenidos generados por el usuario, y el 15% las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual.

### AMENAZAS PARA LA INDUSTRIA EDITORIAL LATINOAMERICANA

Los altos costos de las materias primas fueron identificados por las empresas editoriales de la región como la amenaza más grande. La competencia frente a otros medios de comunicación o entretenimiento es considerada como una amenaza por el 64% de las empresas, y el surgimiento de conglomerados editoriales por el 32,7%. (Para los encuestados en Frankfurt, la preocupación frente a los conglomerados es inferior: 15%).

De las empresas latinoamericanas 34,5% opinaron que la amenaza de la competencia de otros medios de entretenimiento es grande, el 22% que es media y el 8,6% que es mínima, o sea que 65,1% piensan que los otros medios son una amenaza en mayor o menor medida. En la encuesta de Frankfurt, arrojó un porcentaje del 50%.

### EXPANSIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS (DISPOSITIVOS) RELACIONADOS CON LA INDUSTRIA EDITORIAL

En un horizonte de 12 años, es decir para el año 2020, el 39,6% de las empresas editoriales considera que los libros de consulta en formato digital tendrán una expansión grande, también la tendrán los e-books (37,9%) y los contenidos multimedia (34,4%). En la encuesta de la feria Frankfurt, el 44% de los participantes consideró que los e-books tendrán una expansión considerable y 41% señaló a los audiolibros.

	¿Qué tanta expansión? (%)		
	Grande	Media	Mínima
Audio libros	11.21	21.55	13.79
E-Book	37.93	23.28	4.31
Contenidos multimedia	34.48	17.24	10.34
Plataformas digitales de lectura	26.72	20.69	12.07
Bancos virtuales de publicaciones periódicas	20.69	19.83	12.07
Libros de consulta en formato digital	39.66	26.72	6.90

Al estudiar las respuestas dadas por las empresas locales y trasnacionales, se encontraron percepciones de sus respectivos gerentes muy diferentes en tres temas, por lo que se decidió preparar el siguiente cuadro.

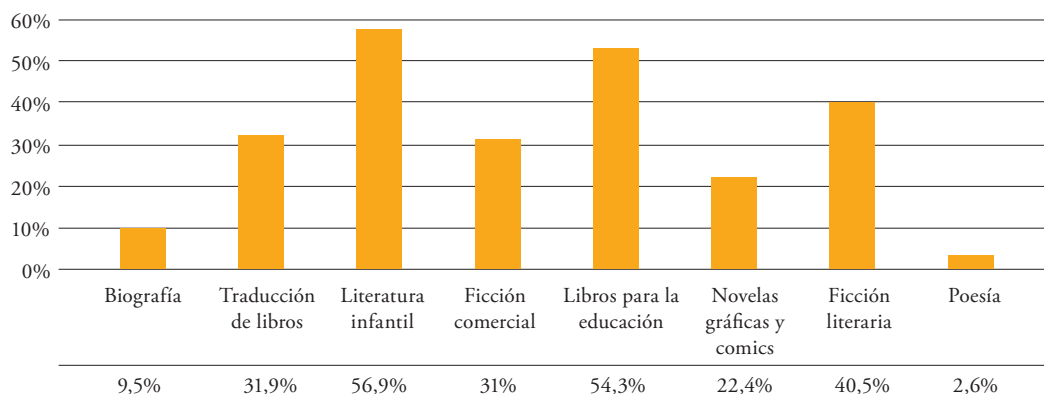
	Porcentajes	
	Local	Transnacional
Audio libros	12.79	6.67
E-Book	36.05	43.33
Contenidos multimedia	33.72	36.67
Plataformas digitales de lectura	26.74	26.67
Bancos virtuales de publicaciones periódicas	23.26	13.33
Libros de consulta en formato digital	40.70	36.67

## EXPANSIÓN DE PRODUCTOS EDITORIALES

Cuando se preguntó sobre la expansión en los siguientes años por segmentos de mercado el 56,9% opinó que el mayor crecimiento lo tendría la literatura infantil. En segundo lugar aparece el de libros para la educación con el 54,3% y en tercer lugar la ficción literaria con el 40,5%.

La percepción de los encuestados en Frankfurt (recordamos que el 86% son europeos) señalo por encima el desarrollo de la traducción de libros (27%), y los libros para la educación (27%). Mientras que un 17% piensa que la literatura infantil será una de las áreas de mayor crecimiento y un 10% le apunta al segmento de la ficción literaria.

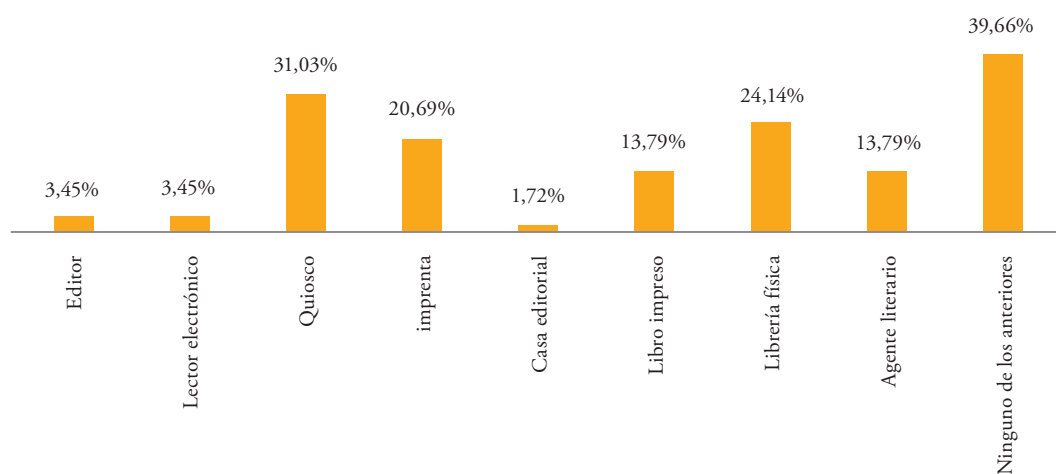
¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS EDITORIALES VE USTED COMO EL ÁREA DE MAYOR CRECIMIENTO EN LOS AÑOS VENIDEROS?



## ELEMENTOS Y ACTORES OBSOLETOS DENTRO DE 50 AÑOS

La pregunta se formula tal como se hizo en la Feria del libro de Frankfurt (la más internacional del Mundo). Se realiza como un ejercicio de percepción del futuro a largo plazo. Y aunque no deja de ser especulativo, si denota algún grado, en menor o mayor escala, de la información disponible que tienen los gerentes sobre las tecnologías que se están desarrollando en la actualidad y que afectan más algunos eslabones de la cadena que a otros.

¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ACTORES O ELEMENTOS DEL UNIVERSO EDITORIAL CREE USTED PODRÍA SER OBSOLETO EN CINCUENTA AÑOS?



El 39.6% de las empresas encuestadas considera que ninguno de los ítems y actores indagados por la encuesta en esta pregunta serán obsoletos dentro de 50 años.

El quiosco es considerado como el que tiene mayores posibilidades de obsolencia (31%), junto con la librería física (24,1%). En la encuesta de Frankfurt 23% considera que el quiosco desaparecerá.

En esta conjetura de tan largo plazo sólo un 13,7% de los empresarios consultados ven hoy al libro impreso fuera del mercado.