

Boletín número 8

Percepción sobre

el **clima** empresarial

editorial

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 y el Caribe

El libro, como factor promotor del conocimiento y del desarrollo, necesita que su cadena de producción y acceso cuente con información actualizada sobre el ambiente empresarial. En atención a esta necesidad, el CERLALC apela semestralmente a la colaboración de gerentes y directores de editoriales, librerías y distribuidores de la región para registrar en este boletín la percepción que estos tienen del sector del libro. En esta ocasión, hemos contado con la respuesta de ochenta y siete empresas de diecisiete países latinoamericanos, a las cuales quiero extender mi especial agradecimiento.

Esta nueva edición del Boletín de percepción sobre el clima empresarial editorial y tendencias a corto plazo incluye dos cuadros provenientes de la investigación que recientemente realizara la Federación de Gremios de Editores de España sobre nuevas tecnologías. Dichos cuadros indican el grado de penetración de la edición digital en un gran número de editores españoles. Asimismo, hemos incluido nuevas preguntas sobre la utilidad que presta este boletín entre las personas encuestadas, lo que nos proporcionará herramientas para proyectar el trabajo que el CERLALC realiza en este sentido.

A partir de lo anterior, abrigamos la certeza de que este boletín se ha convertido en un importante instrumento de información para los profesionales del sector en los ámbitos público y privado. De la misma manera, confiamos en que sea un referente para otras industrias creativas y que les permita constatar cómo evoluciona la cadena de producción y acceso al libro de nuestros países.

Fernando Zapata López

Director del CERLALC

Deseo compartir con ustedes la convicción que tenemos en el GIE sobre la importancia que tiene el trabajo reflejado en estas páginas, así como nuestro deseo de que se lea y se comente, tal como se ha venido haciendo. La continuidad de esta labor y el apoyo constante de los empresarios que responden la encuesta de la que parte la información aquí consignada los ratifican.

El Boletín de percepción sobre el clima empresarial editorial y tendencias a corto plazo número 8 incluye una sección sobre la percepción que las empresas tienen de los avances de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito del libro. Considero imprescindible la oferta de información práctica sobre este punto, por medio del benchmarking u otras fuentes, que devendrá con seguridad en la toma de decisiones inaplazables en relación al advenimiento de nuevas formas de producir y vender libros.

Quero compartilhar com vocês nossa convicção no GIE sobre a importância do trabalho, cujo fruto são estas páginas. Desejamos que, como é costume, vocês as leiam e as comentem. A continuidade deste trabalho é, sem dúvida, o apoio contínuo dos empresários que responderam a esta pesquisa.

O Boletim de percepção sobre o clima empresarial editorial e as tendências em curto prazo número 8 inclui uma seção sobre a percepção que as empresas têm dos avanços em novas tecnologias da informação e da comunicação na área dos livros. Acho imprescindível a oferta das informações práticas sobre esta questão, através do benchmarking ou outras fontes, que certamente vai ter consequências no processo decisório, cada vez mais premente em relação ao advento das novas formas de produzir e vender livros.

Oswaldo Siliciano
Presidente do GIE

Parte fundamental del actual panorama de la industria del libro consiste en el avance de las nuevas tecnologías. Es por esto que incluimos en este boletín información sobre algunas variables tecnológicas, tal como se hizo en las dos ediciones pasadas. Si se observa comparativamente cómo ha cambiado el panorama desde la última edición del boletín, vemos que ya no el 37% de las editoriales utilizan el sistema de impresión digital por demanda, sino que ahora lo hace el 42.6%. De la misma manera, un 1.5% más de las empresas afirman publicar ya en formato electrónico. En España el avance es un poco mayor. Según los cuadros que incluimos en el presente boletín de la encuesta hecha por Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) junto con la colaboración de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, existen ya un número significativo de empresas que han digitalizado su catálogo por encima del 5%.

Un elemento a tener en cuenta en este creciente conjunto de empresas utilizando la edición digital, es la estructura de costos y de precios que se manejará para el nuevo producto. De la encuesta hecha por la FGEE, introducimos una tabla que muestra cómo se está asignando el precio de la versión digital con respecto al de la versión impresa. Para tener un punto de comparación con estos datos, invitamos a consultar un artículo del New York Times, en el que explica cómo algunas empresas estadounidenses están articulando la producción de sus libros electrónicos en términos de costos y precios en comparación con los volúmenes impresos (http://www.nytimes.com/2010/03/01/business/media/01_ebooks.html?scp=1&sq=producing%20a%20book&st=cse). En épocas de tránsito hacia el uso de nuevas tecnologías para el desarrollo de nuevos modelos de negocio, es necesario advertir que sería de gran utilidad abordar mediciones más exactas del mercado, tarea que debemos emprender de forma conjunta entre todos.

Richard Uribe Schroeder

Subdirector de Libro y Desarrollo del CERLALC

Percepción sobre el clima empresarial editorial y tendencias a corto plazo

• Boletín No. 8, febrero de 2010

Richard Uribe Schroeder

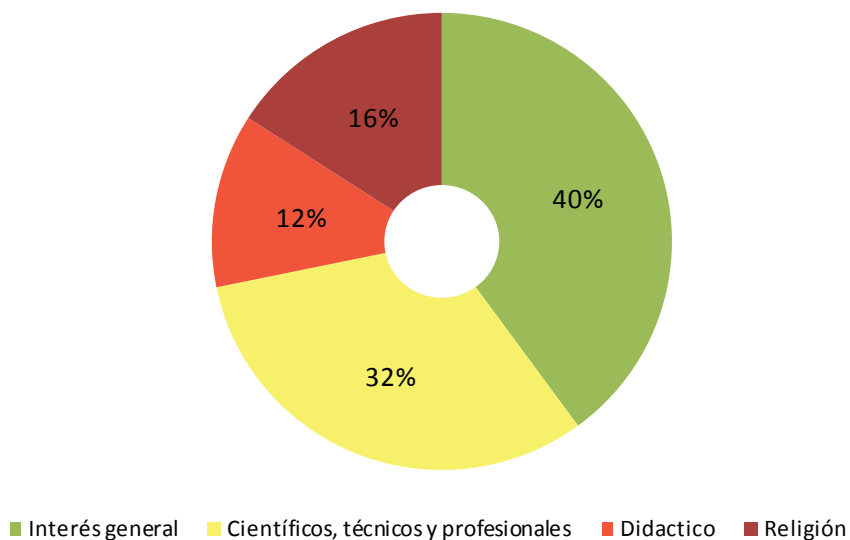
Diana Cifuentes Gómez

Esta es la octava medición sobre el clima empresarial y tendencias a corto plazo del sector editorial en América Latina. En esta ocasión participaron un total de 87 gerentes y directores de editoriales, distribuidoras y librerías de 17 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Según la distribución porcentual por tipo de empresa, el 69% de los participantes son editores, el 17% distribuidores y el 14% librerías. Los establecimientos consultados son tanto locales (67%) como transnacionales latinoamericanas y españolas con presencia varios países de la región (33%).

PRESENCIA DE LAS EDITORIALES POR SECTOR

En la medición participaron 70 editoriales y editoriales-distribuidoras. La participación de acuerdo a los cuatro grandes sectores de la edición se indica en el gráfico.

Presencia de las editoriales por sector
Enero-junio de 2009

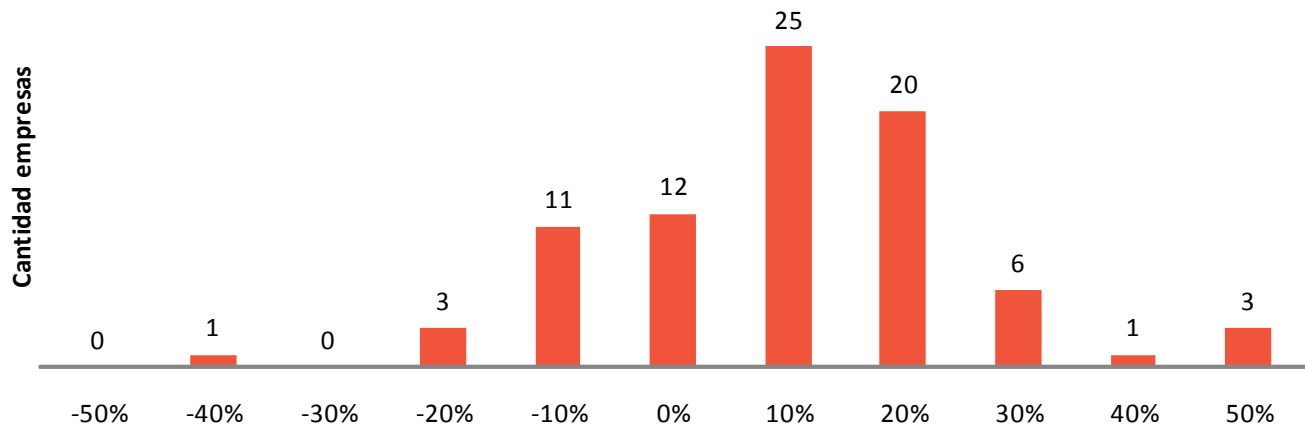


VENTAS TOTALES EN MONEDA NACIONAL

En esta medición, los resultados indicaron que las ventas aumentaron para un 67% de los establecimientos, disminuyeron para el 23% y permanecieron igual para el 10%.

Si se construye un histograma en donde la variable de análisis es el aumento (o disminución) porcentual de las ventas por empresa durante el año 2008 con respecto al año anterior, se observa que la mayoría de empresas mantuvo su mismo nivel o aumentó sus ventas en moneda nacional entre el 10% y el 20% en el año 2008 (45 empresas).

Aumento de las ventas del año 2008 con respecto al 2007
Histograma



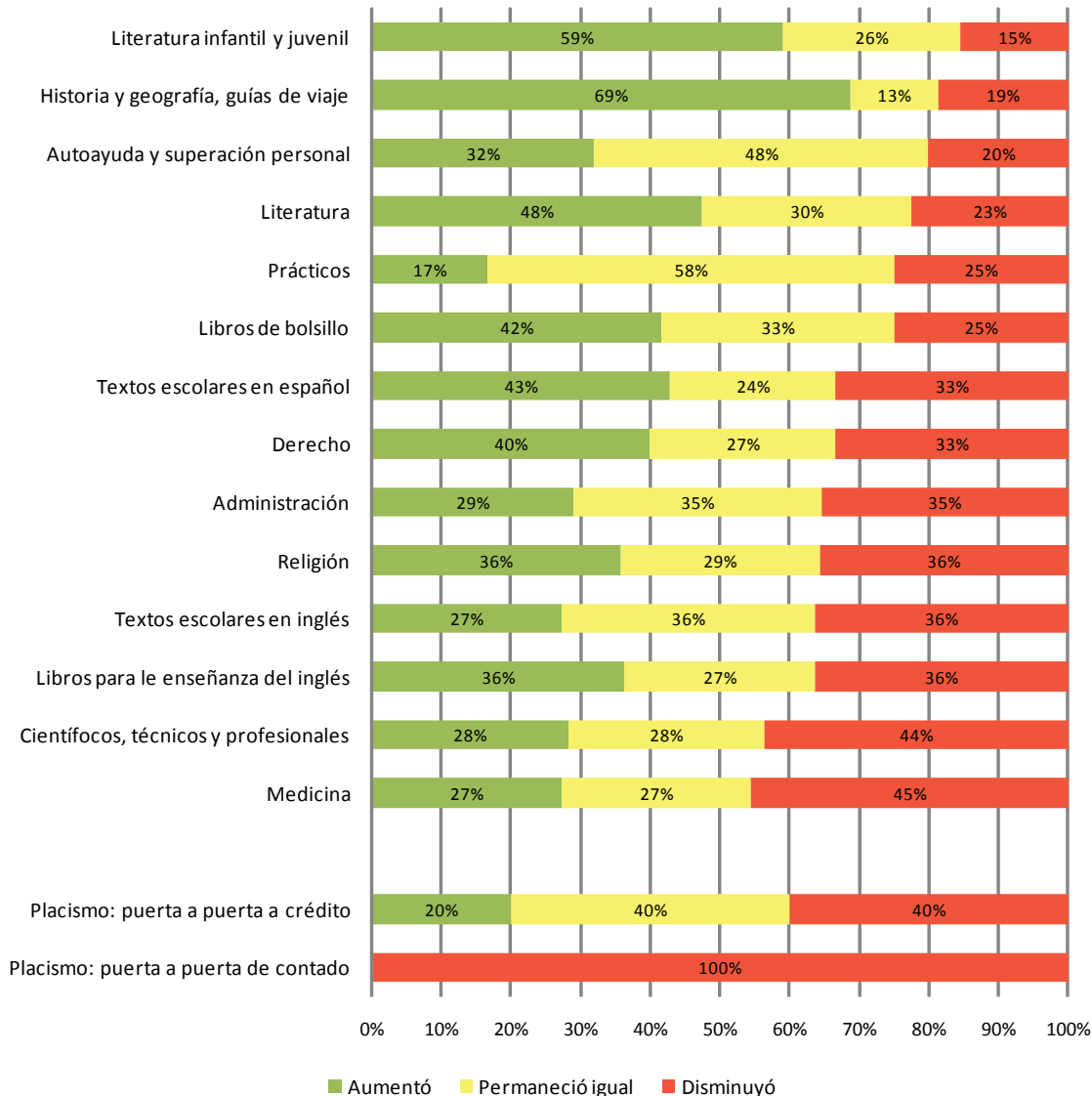
SEGMENTOS DEL MERCADO EDITORIAL

Una medición más precisa que la que brinda la pregunta anterior, en donde se evalúan valores monetarios no deflactados, es la información que se presenta con respecto a la variación en términos de ventas de ejemplares según los diferentes segmentos del mercado editorial.

El placismo como segmento de mercado sigue la tendencia de los últimos años y, con contados países y excepciones, es un subsector en pleno proceso de pérdida de mercado. Otro segmento que se vio fuertemente afectado fue el de los libros científicos, técnicos y profesionales, (44% de los editores reportan disminución en la venta de ejemplares). El próximo boletín profundizará respecto a los dos temas señalados anteriormente. Los sectores que presentaron mayor dinamismo en ventas son los libros de literatura infantil y juvenil, y los de historia, geografía y guías de viaje. En particular, la literatura infantil y juvenil es un segmento cuyo mercado se encuentra en expansión en América Latina y que medición tras medición ha presentado reportes de aumentos en ventas.

Venta de ejemplares de las editoriales y las distribuidoras de las editoriales por segmentos

Enero-junio de 2009 respecto enero-junio de 2008

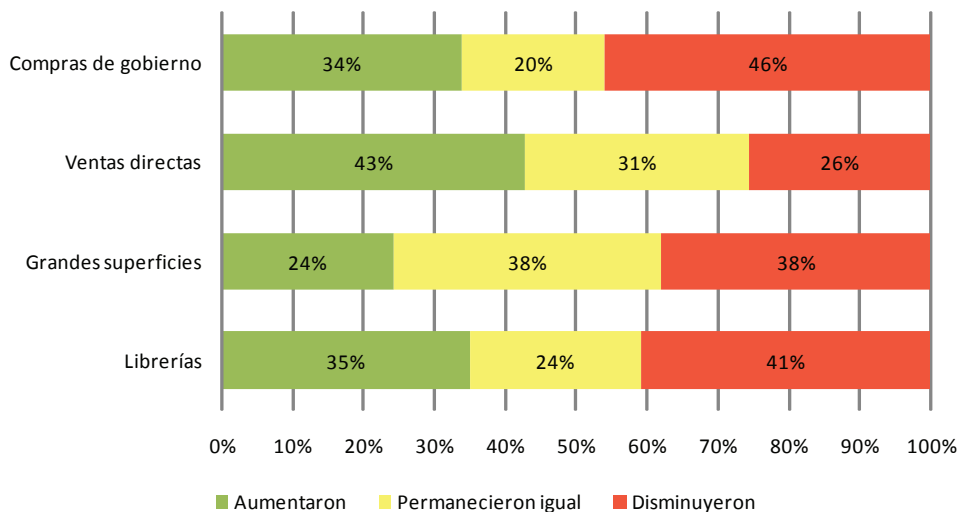


CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización con mejor desempeño en el semestre fue el de las ventas directas. De acuerdo con los resultados, un 43% de las empresas afirma que sus ventas aumentaron a través de este canal, el 31% afirma que permanecieron igual y el 26% que disminuyeron, siendo este último dato el más favorable dentro de los reportes de reducción de ventas con respecto a los otros canales. Los editores han realizado un mayor esfuerzo en épocas de escaso crecimiento económico por incrementar sus ventas directamente.

Las compras del gobierno son las que más afectadas se han visto, al igual que en las dos últimas mediciones, en las que presentaron reportes de disminuciones en ventas por parte de las empresas del 39,7% (julio-diciembre de 2008) y del 46% (enero-junio de 2007). En los últimos cuatro años se ha visto una tendencia de deterioro de las ventas por este canal. Para este semestre, según informaron los gerentes, se sigue registrando una notable disminución en las compras estatales en Colombia, mientras que Guatemala las licitaciones previstas no se dieron.

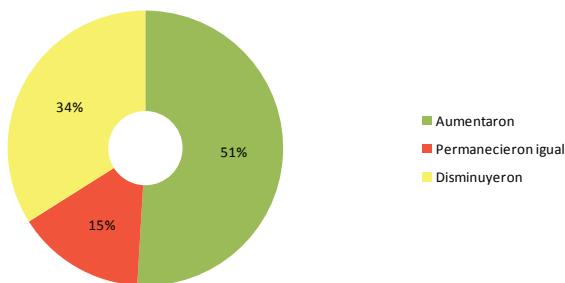
Ventas por canales para el semestre enero-junio de 2009 respecto enero-junio de 2008



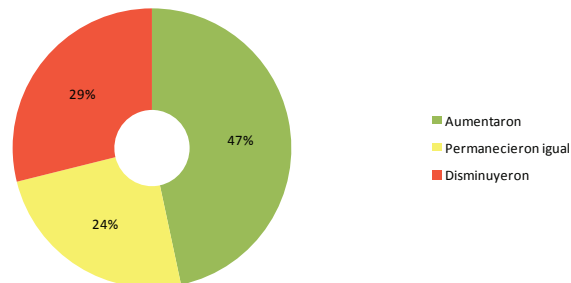
COMERCIO EXTERIOR

De las empresas consultadas, un 39% afirma que realiza exportaciones y un 48% que realiza importaciones. En esta ocasión, las exportaciones muestran un mejor comportamiento que en el semestre precedente: 51% de las empresas afirman que sus exportaciones aumentaron, en comparación con el 17% de la medición anterior. Respecto a las importaciones, aunque los resultados permanecen muy similares a los de la medición anterior en cuanto al incremento (47%), se observa una menor proporción de empresas que las redujeron (29% vs. 35% de la medición anterior).

Exportaciones en dólares en enero-junio de 2009 con respecto a enero-junio de 2008



Importaciones en dólares en enero-junio de 2009 con respecto a enero-junio de 2008



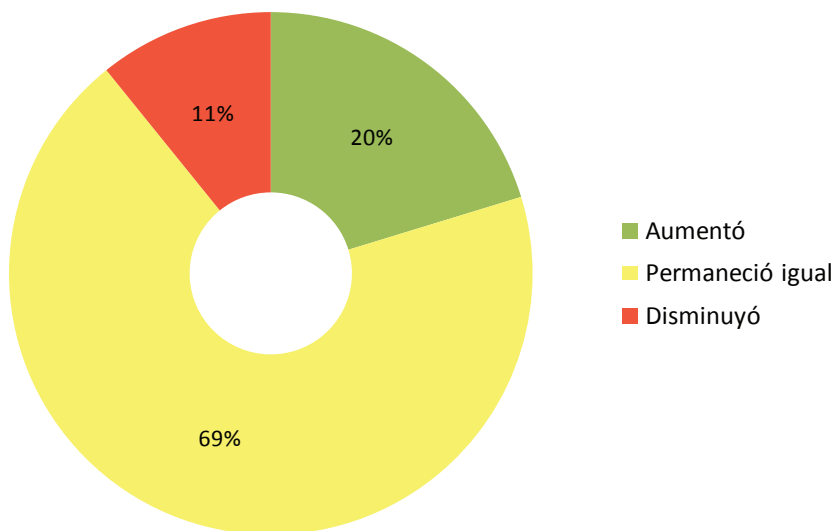
PIRATERÍA EDITORIAL

Al indagar sobre el comportamiento de la piratería, 69% de los gerentes opinaron que ésta permanece igual, un 20% que aumentó y un 11% que disminuyó. Entre los libros más afectados por este fenómeno se encuentran los best sellers (11 menciones), los de autoayuda (6 menciones), los universitarios (6 menciones) y los textos escolares (5 menciones).

Cuando se comenzó a realizar el boletín en el año 2004, los editores, distribuidores y librerías percibían que este fenómeno iba en aumento. A partir del año 2006 hay un cambio con respecto a esta percepción, pues la cantidad de editores que piensan que permanece igual o ha disminuido ha ido en aumento. La opinión predominante del último año, con un porcentaje que está alrededor del 70%, es que el fenómeno de la piratería permanece igual.

Si se analiza la información por países, se observa que Chile es el país en donde mayor porcentaje de empresarios piensa que la piratería ha aumentado, mientras que los guatemaltecos opinan que ha disminuido en su país. Perú había tenido graves problemas por varios años, con índices de piratería en aumento. En este momento surge la percepción de que, si bien el problema no mejora, al menos permanece estable.

La pitatería en el período enero - junio de 2009 respecto a enero - junio de 2008



PROBLEMAS

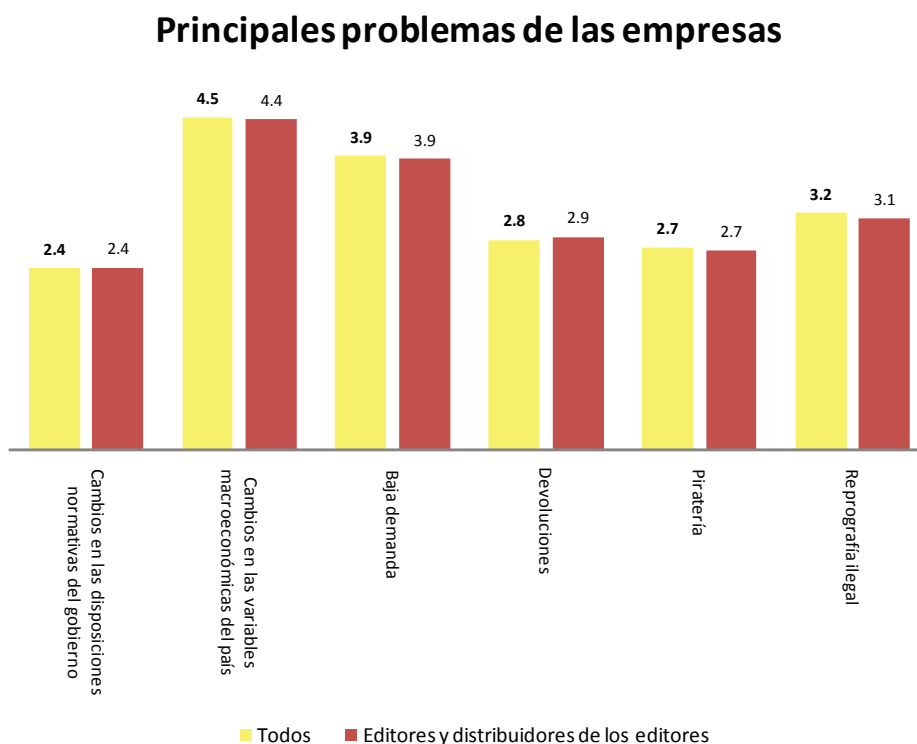
En este módulo de la encuesta se indaga por el nivel de afectación de seis problemas críticos para las empresas del sector del libro en América Latina. Se le pide a los encuestados que califiquen entre 1 y 7 el problema siendo 1 un nivel de afectación nulo y 7 el máximo nivel de afectación.

Para el periodo enero-junio de 2009, los encuestados opinaron que el problema que más afectó a sus empresas fueron los cambios en las variables macroeconómicas del país (calificación de 4.5 por parte de todas las empresas 4,4 por parte de los editores). Los países más afectados fueron Venezuela (6,7) y Costa Rica (6,2).

Los venezolanos expresaron sus preocupaciones e incertidumbre que en materia macroeconómica en su país (en el año 2009 el PIB del país retrocedió en un de 2,9% y la inflación fue del 25,1%, la más alta de la región). Para 2010 Venezuela se dio una fuerte devaluación del bolívar. En cuanto a Costa Rica los encuestados afirman que la crisis económica mundial los afecto mucho. Según los informes del Banco Central, se redujo la demanda interna y hubo un decaimiento en los sectores de industria y comercio. Señalaron también como producto de esta crisis una reducción el poder adquisitivo de los compradores y el hecho de que a algunos editores por primera vez las librerías les devolvieron sus libros.

El otro problema que también tuvo una calificación alta y que está fuertemente asociado con el anterior problema fue el de la baja demanda con una calificación de 3.9. Se señalan cambios en los hábitos de compra debido a una variación en la definición de las prioridades del consumidor. También se observa que debido a la crisis se ha reducido la demanda de libros universitarios y de textos escolares.

El resto de problemas tienen calificaciones más bajas. Respecto de la piratería se indica, que las acciones de algunos gobiernos para fomentar los derechos no son lo suficientemente dinámicas. Los cambios en las disposiciones normativas del gobierno son señalados particularmente por las empresas venezolanas, se distinguen la inseguridad jurídica, el control de cambio, los problemas arancelarios para la importación y las aparición y modificación constante de normas.



OTROS PROBLEMAS

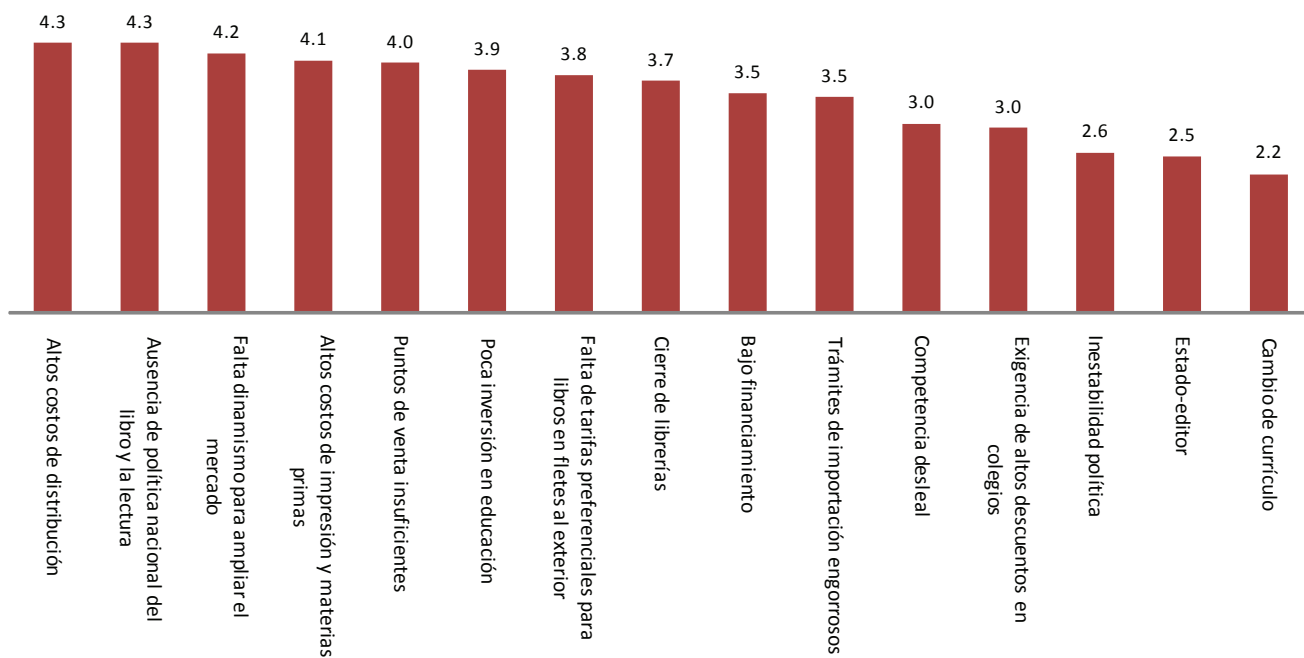
De los otros problemas que enfrentan las empresas, aparece como el más importante de ellos los altos costos de distribución de los libros. Las empresas se presentan disconformes con los altos precios de distribución a nivel nacional (Colombia) y la falta de convenios adecuados para disminuir los costos de este rubro.

También aparecen con calificación alta la ausencia de políticas nacionales del libro y la lectura y la falta de dinamismo para ampliar el mercado. En Chile y en Guatemala se sigue señalando la existencia de tasas altas al IVA para libros y en otros países se observa que el gobierno no se preocupa por las empresas establecidas en las provincias y que centran todos sus esfuerzos de promoción únicamente en la capital. Sobre los problemas de las librerías por ejemplo en Buenos Aires en algunas áreas comerciales de la ciudad el precio de alquiler de los suelos ha aumentado tanto que los pequeños libreros se han visto obligados a abrir en lugares marginales.

En algunos países los editores hablan de tensiones con las cadenas de librerías debido a las exigencias de mayores descuentos y participación en programas de merchandising en los locales con pagos en cuotas de dinero.

ambién son un problema los bajos márgenes de utilidad de los libreros y la falta de librerías en universidades y otros lugares en provincias y sectores amplios en las grandes urbes.

Otros problemas



OTROS PROBLEMAS ESPECÍFICOS

A continuación se relacionan algunos problemas particulares descritos por los encuestados:

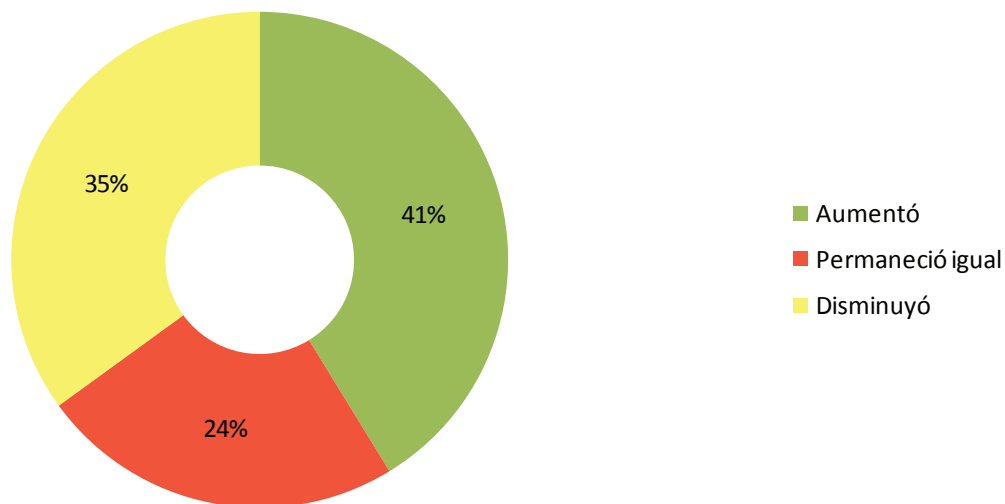
Descripción	País	Tipo de empresa	Valoración
IVA para libros	Chile	Librería, editorial	5
Falta de implementación política del libro y la lectura	Chile	Editorial	7
Cierre de una importante cadena de librerías	Chile	Editorial	3
Disminución de recursos de los compradores	Colombia	Editorial	5
Crisis económica y recortes presupuestales de clientes	Ecuador	Librería, editorial	5
Crísis internacional	México	Editorial	3
Devaluación frente al dólar para importados	México	Editorial	7

CLIMA DE NEGOCIOS

Se les preguntó a los encuestados cómo se comportó la demanda de libros para el segundo semestre de 2009 con respecto al segundo semestre de 2008. El 41% opinó que esta aumentó, el 35% que disminuyó y el 24% que permaneció igual, es decir no hay un consenso general. La situación varía mucho de país en país, e incluso dependiendo del sector de mercado en que se encuentre la empresa, y por lo tanto no es posible recabar una percepción de tendencia general a nivel regional en este periodo.

Los países en donde hubo consenso sobre el clima de la demanda fueron, por un lado, Chile y Colombia, en donde los empresarios percibieron un clima positivo de negocios; y, por otro, en Argentina y Venezuela, en donde las expectativas fueron más pesimistas.

¿Cómo percibe usted la demanda por libros para su empresa para el segundo semestre de 2009 con respecto al segundo semestre de 2008?



NUEVAS TECNOLOGÍAS

Para esta medición incluimos nuevamente un módulo de nuevas tecnologías con el objeto de precisar algunos de los datos obtenidos en encuestas anteriores. Se indagó sobre otros productos de las empresas fuera de los tradicionales impresos, la edición bajo demanda y la edición digital.

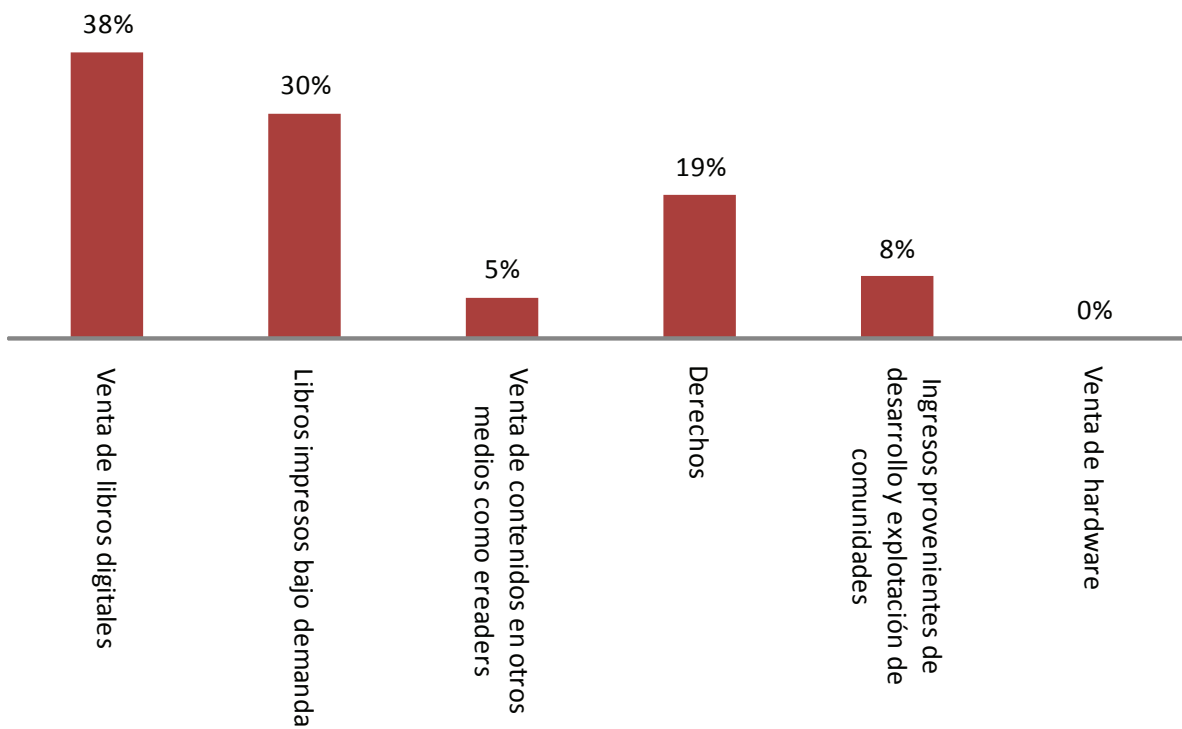
Productos diferentes a libros impresos tradicionales

Se le preguntó a los encuestados cuál esperaba que fuera la segunda fuente de ingresos para su empresa en el 2010, asumiendo que la primera fuente de ingresos seguiría siendo la edición de libros impresos para la mayoría de las empresas. Como resultado obtuvimos que 22 de ellos (25,3% del total de la muestra) no esperan tener alguna otra fuente de ingresos a parte de los libros impresos.

El 74,7% restante opinó que en primer lugar como segunda fuente de ingresos se encuentra la venta de libros digitales, le siguen los libros impresos bajo demanda y la venta de derechos. Varios de ellos escribieron en sus observaciones que los ingresos obtenidos por estos rubros en todo caso aun los estiman como muy marginales.

Dentro de la opción "otra" las empresas señalaron la organización de eventos, charlas y talleres, la venta de pauta publicitaria en algunas obras, la venta de otros productos culturales y la venta de textos a otros editores.

¿Cuál espera que sea la segunda fuente de ingresos para su empresa en 2010 después de la venta de libros impresos?



También se le preguntó a los editores qué porcentaje de sus libros fueron impresos bajo demanda en el 2009. 50 empresas, correspondientes al 57,4% del total de participantes indicaron que no imprimieron ningún libro bajo demanda. El resto se distribuyeron como se indica en la gráfica.

¿Qué porcentaje de sus libros fueron impresos bajo demanda en 2009?



En relación a la medición anterior, en donde el 63% no había realizado impresiones digitales para sus obras, se registra en poco tiempo un aumento importante. Los tirajes hasta 800 ejemplares son competitivos frente a la impresión offset.

Formatos electrónicos

El siguiente grupo de preguntas está enfocado hacia la edición electrónica. La primera pregunta indaga sobre la percepción de los editores de la fecha en que los libros editados y comercializados digitalmente representen al menos el 20% de sus ventas. Sobre este tema, el 45% de los editores opinó que en los próximos 10 años esto no va a ocurrir, mientras que el 33% que esto pasará entre el 2015 y el 2018.

En la encuesta anterior se había preguntado sobre cuándo se pensaba que las ventas de contenidos en formato electrónico iban a sobrepasar las ventas de libros tradicionales y el 41,9% de los encuestados opinaron que esto iba a ocurrir en el 2018. Los resultados de esta pregunta pueden ser más realistas si se tiene en conjunto todos los segmentos de la producción y comercialización editorial. En todo caso, recordamos que son percepciones que los gerentes tienen y que se irán ajustando a las realidades del mercado en la medida en que se tenga mayor información sobre las demandas y preferencias de los lectores, y una mayor oferta de hardware tanto en aparatos lectores y otros elementos e instrumentos que facilitarán la edición y lectura digital.

También se preguntó a los editores si publicaban libros en formatos electrónicos. El 85% indicó que no lo hacía y el 15% restante que ya lo ha hecho. Es decir, un 1,5% más de empresas que en la anterior medición. No obstante, la cantidad del catálogo total de títulos en formato electrónico es reducida (entre 1 y 8 títulos).

En el próximo boletín se incluirán algunos aspectos de la primera medición que realizó el BISG sobre el comportamiento de los lectores frente a las nuevas tecnologías en los Estados Unidos y en el cual participa el Cerlalc como uno de los diferentes promotores y usuarios. Téngase en cuenta que son pocos los países en donde la lectura digital se ha generalizado tanto como en los Estados Unidos.

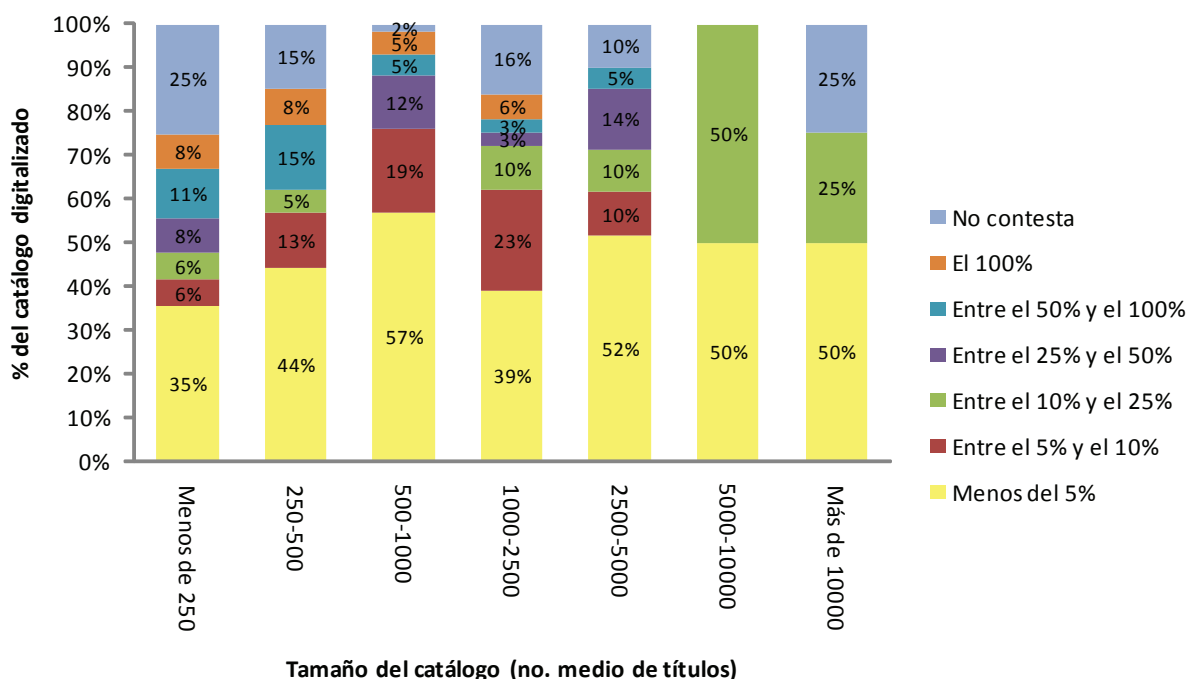
ENCUESTA SOBRE EL LIBRO DIGITAL EN ESPAÑA

En el año 2009 la Federación de gremios de editores de España (FGEE) junto con la colaboración de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez realizó una encuesta con el objetivo de medir el impacto de la digitalización en el catálogo, canales de distribución y de venta y política de precios. Para la encuesta se entrevistaron un total de 254 empresas. El informe se encuentra disponible en www.dilve.es A continuación presentamos dos gráficos con los resultados obtenidos acerca de digitalización de catálogos y precios y que la FGEE nos ha dado su autorización para reproducirlos en este boletín. Estas dos gráficas enriquecen la información recolectada en Latinoamérica en el espacio iberoamericano del libro

Impacto de la digitalización en el catálogo

Al finalizar 2009 un número muy elevado de editoriales tenía menos de un 5% de su catálogo digitalizado. A continuación se presentan las respuestas de las empresas clasificadas de según su tamaño establecido de acuerdo al tamaño actual de su catálogo, el cual va en rangos que comprenden desde menos de 250 para las empresas muy pequeñas hasta más de 10000 para las empresas muy grandes.

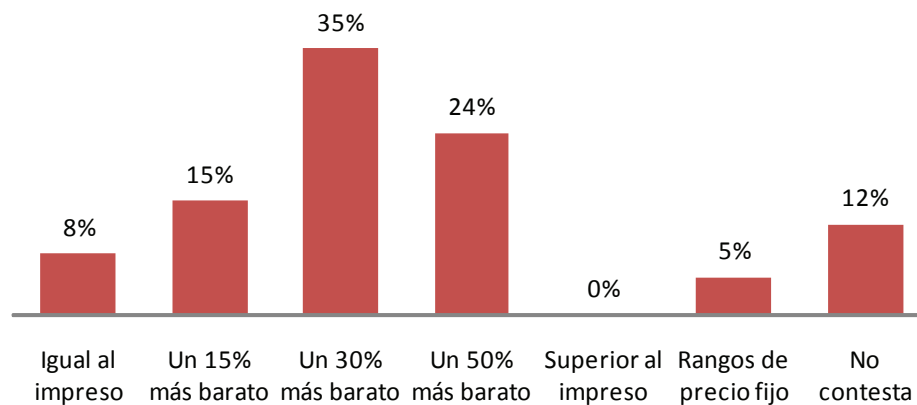
Porcentaje del fondo de las editoriales digitalizado a 2009



PRECIOS

Los precios de la obra en digital son inferiores a los de la obra impresa. Para el 2010 solo el 8% de las editoriales tiene precios iguales para las ediciones digitales o impresas y ninguna cobra más por la versión digital que por la impresa.

Precios medios para la edición digital respecto a la impresa



SATISFACCIÓN DEL BOLETÍN

Con el ánimo de conocer la opinión que tienen del boletín aquellas personas que participan en la encuesta, diseñamos un módulo con tres preguntas que buscan establecer su grado de satisfacción y hasta qué punto podemos aportar en el conocimiento que tienen del sector. También les preguntamos sobre los temas que les gustaría que se tratara en otros boletines y sobre sus sugerencias en cuanto a la realización de la encuesta. Algunos de las sugerencias serán incorporadas en las próximas mediciones y otras, aunque muy interesantes, sobrepasan los objetivos de esta encuesta y deben ser tratados en otras investigaciones realizadas por el Cerlalc.

También invitamos a nuestros lectores a enviar comentarios, sugerencias y los temas que quieran que se traten en el boletín al correo sier@cerlalc.org

¿Le es útil es boletín?

