

El espacio iberoamericano del libro

© EL ESPACIO IBEROAMERICANO DEL LIBRO

© Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. CERLALC

© Ministerio de Cultura de España. Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas

© Federación de Gremios de Editores de España, FGEE

© Grupo Iberoamericano de Editores, GIE

Septiembre de 2006

Director del proyecto:

Richard Uribe Schroeder

Subdirector de Libro y Desarrollo.

CERLALC

Investigadores:

Juliana Barrero Castellanos

Santiago Guerrero Cano

Asistentes:

Diana Cifuentes Gómez

Maria Antonia García de la Torre

José Hernández Boniventa

Edición a cargo de:

Carlos Sánchez Lozano

Diseño de portada e interiores:

Estudio Manuel Estrada. Madrid, España

Realización de interiores:

Concha Moreno. Artext proyectos gráficos

ISBN: 958-671-102-1

Impreso en España

FAS, Madrid

Se autoriza la reproducción, parcial o total,  
de esta investigación citando la fuente  
respectiva.



MINISTERIO  
DE CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL  
DEL LIBRO,  
ARCHIVOS  
Y BIBLIOTECAS



FEDERACIÓN DE GREMIOS  
DE EDITORES DE ESPAÑA



FUNDACIÓN  
Grupo Iberoamericano de Editores



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



El  
espacio  
iberoamericano  
del libro



# Tabla de contenidos

Presentación .....	13
Prólogo: el espacio iberoamericano del libro .....	15
Introducción y algunas advertencias metodológicas .....	21
Capítulo 1	
UNIVERSOS DEL LIBRO EN IBEROAMÉRICA.....	29
Editores en la cadena del libro.....	32
Estimación del universo editorial en Iberoamérica.....	32
Estimación del universo librero en Iberoamérica .....	35
Organizaciones gremiales .....	38
Capítulo 2	
LA EDICIÓN EN IBEROAMÉRICA .....	43
Producción registrada en el sistema .....	46
Depósito legal.....	48
Estimación de la producción de novedades en Iberoamérica .....	49
Producción de títulos, población e ingreso per cápita .....	51
Producción por naturaleza jurídica del editor .....	53

Concentración de títulos por ciudad .....	55
Títulos por número de edición .....	57
Títulos por área temática .....	58
Características físicas de la producción .....	61
Títulos por tipo de soporte .....	61
Títulos registrados en América Latina por tipo de encuadernación, tipo de papel y tipo de impresión .....	63
Títulos por rango de páginas .....	65
Títulos por lengua de publicación .....	66
Una primera mirada a los títulos editados en lenguas indígenas .....	68
Nacionalidad de los autores de los títulos registrados en América Latina .....	71
Ejemplares registrados en las agencias nacionales .....	73
Capítulo 3	
LA EDICIÓN DEL ESTADO EN LATINOAMÉRICA .....	75
Tamaño de la publicación estatal en América Latina .....	77
Textos escolares en América Latina .....	78
Textos en lenguas indígenas .....	82
Casos relevantes: México, Cuba y Venezuela .....	83
Capítulo 4	
LA EDICIÓN INDUSTRIAL Y COMERCIAL EN IBEROAMÉRICA .....	89
Universo de las editoriales industriales .....	91
Tamaño según producción de títulos .....	92
Tamaño según facturación .....	93
Editoriales transnacionales en Iberoamérica con empresas o filiales constituidas en otros países .....	96

Producción de las editoriales industriales en América Latina .....	98
Producción de libros y de ejemplares en estudios nacionales .....	101
Producción de títulos .....	101
Traducciones .....	104
Producción de ejemplares y tiraje promedio .....	105
Venta de ejemplares y precio promedio .....	107
Ventas por canales de comercialización con énfasis en librerías .....	110
Distribución de las ventas por canales en América Latina .....	111
Distribución de las ventas por canales en España .....	118
Principales problemas de las librerías en América Latina y el Caribe .....	120
Empleo .....	122
Derechos de autor .....	123
Publicidad .....	123
Cifras cualitativas más recientes .....	124
Otros estudios .....	126
Argentina .....	126
Chile .....	132
Perú .....	133
Portugal .....	136
Venezuela .....	138
Bolivia .....	141
Capítulo 5	
LA EDICIÓN UNIVERSITARIA EN IBEROAMÉRICA .....	145
Registro de títulos por las universidades .....	148
Los contenidos de los libros publicados por las universidades .....	150
Número de ejemplares registrados por las universidades .....	153
Registro de títulos por las universidades según soporte .....	155

La reprografía y piratería de los libros académicos en América Latina .....	155
Los nichos de mercado .....	157
Capítulo 6	
COMERCIO INTERNACIONAL DEL LIBRO EN IBEROAMÉRICA.....	159
Referencia al comercio mundial y comercio del libro.....	161
Comercio del libro en Iberoamérica .....	164
Exportaciones de libros en Iberoamérica .....	165
Destino de las exportaciones de Iberoamérica.....	169
Participación del libro en las exportaciones totales.....	174
Cantidad de países a los que se exporta libros .....	175
Índice de presencia exportadora del país.....	176
Exportaciones de contenido editorial .....	176
Exportaciones de servicios gráficos .....	184
Importaciones del libro.....	186
Importaciones del libro en Iberoamérica .....	187
Origen de las importaciones de Iberoamérica .....	188
Participación de los libros en las importaciones totales .....	193
Importaciones de libros per cápita .....	195
Cantidad de países de los que se importan libros .....	197
Balanza comercial del libro en Iberoamérica .....	200
Balanza comercial con España y Estados Unidos.....	202
Balanza comercial relativa .....	203
Capítulo 7	
HÁBITOS DE LECTURA Y CONSUMO DE LIBROS EN IBEROAMÉRICA.....	205
Lectura de libros.....	210
Frecuencia de lectura.....	211



Tipología de lectores .....	213
Motivos de lectura en la población lectora .....	218
Hábitos de lectura .....	220
Intensidad lectora: número de libros leídos y tiempo dedicado a la lectura .....	220
Materias leídas .....	224
Acceso al libro .....	227
Compra de libros .....	230
Número de libros comprados .....	232
Tipología del comprador .....	235
Canales de compra .....	237
Tenencia de libros .....	239
ANEXOS .....	243
Anexo 1. Estudios sobre comportamiento lector .....	245
Anexo 2. IVA al libro en Iberoamérica .....	246
Anexo 3. Leyes del libro vigentes en Iberoamérica .....	246
BIBLIOGRAFÍA .....	249



## Presentación

Desde hace muchos años, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, ha venido insistiendo en la necesidad de dotar al sector editorial y a todos sus agentes de herramientas de información que fortalezcan la toma de decisiones en el diseño y ejecución de políticas públicas hacia el libro y la lectura y que permitan evaluar el impacto de estas mismas acciones.

Este volumen que hoy entregamos a la comunidad editorial, ***Panorama de la edición en Iberoamérica: El espacio Iberoamericano del libro***—producto del esfuerzo conjunto de la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura de España, la Federación de Gremios de Editores de España, FGEE, el Grupo Iberoamericano de Editores GIE y el CERLALC— cristaliza buena parte de esos esfuerzos.

Desde nuestra unidad especializada, el Servicio de Información Estadística Regional, SIER, hemos emprendido diversos proyectos entre los que se cuentan la realización de estudios nacionales del libro a partir de metodologías

consensuadas regionalmente y mediante acuerdos con las cámaras nacionales del libro y los organismos públicos relacionados con el sector y encuestas de opinión empresarial, que nos permiten medir el estado del sector. Estas fuentes de información primaria, que buscamos permanentemente extender al mayor número de países, se combinan con información de fuentes secundarias, sobre todo en lo que tiene que ver con los flujos de comercio del libro. De este modo se obtiene un panorama general del estado de la producción y comercialización de libros en la región.

Como resultado, el CERLALC ha conformado un completo banco de datos sobre la industria editorial iberoamericana, que pretende cuantificar la oferta editorial regional y la forma en que la misma refleja nuestra amplia diversidad cultural. Igualmente aparece una revisión de la edición comercial, realizada por firmas privadas. Este trabajo incorpora elementos de diagnóstico sobre la edición realizada desde el Estado y por las editoriales universitarias y profundiza en áreas nuevas como la edición en lenguas autóctonas.

El espacio iberoamericano del libro entendido como el contexto económico y cultural en el que se realizan los intercambios de bienes editoriales, se dibuja muy bien en el comercio internacional del libro. La observación de la dinámica de los flujos de comercio dentro de la región representa una singular manera para entender el diálogo intercultural en la región, desde el punto de vista del libro y permite detectar las debilidades y las oportunidades que a todos nosotros nos compete enfrentar en el caso de las primeras y potenciar en el caso de las últimas.

La lectura ha sido otros de nuestros frentes estratégicos. Por ello en este volumen presentamos un panorama de los estudios realizados en la región en cuanto a la medición del comportamiento lector y del consumo de bienes editoriales.

Este ejercicio de compilación de información sectorial, enriquecido con el análisis por parte de expertos en el sector, debe convertirse en una acción sistemática por parte de todas las organizaciones relacionadas con la industria del libro en la región. Las políticas públicas dirigidas al libro y la lectura encuentran en este tipo de acciones el mejor aliado para dilucidar claramente los nortes adecuados para el diseño de proyectos y la asignación de recursos. Los empresarios de la edición –en todos los niveles– podrán tomar decisiones más acertadas en la producción y comercialización. Los organismos estatales y las entidades sin ánimo de lucro que trabajan alrededor del libro, podrán contar con elementos ciertos sobre el mercado del libro

y la lectura, sin tener que repetir cada vez el ejercicio de recopilación de información secundaria.

Las cifras que muestra este volumen indican que el sector editorial ha recibido un favorable impacto del excelente desempeño económico de la región en los últimos años, que se ha traducido en una mayor demanda de productos editoriales. Las cifras del comercio internacional del libro y de los volúmenes de producción así lo atestiguan. Sin embargo, una cuidadosa lectura de las mismas refleja las debilidades estructurales del sector en la región y reitera la necesidad de fortalecer las acciones en torno a la promoción del libro y la lectura. Información de alta calidad, oportuna y sistemática es la clave para mantener encendidas las alarmas con respecto a la evolución del sector. Un estudio sobre la perspectiva del sector y su impacto social, económico y cultural se proyecta realizar en un futuro próximo.

El CERLALC reitera su compromiso en mantener vivo este esfuerzo. Los creadores, los editores, los libreros y las organizaciones del libro en todos los países deben convertirse en los mejores aliados para garantizar su continuidad. Los beneficios, indudablemente, serán para todos muy importantes y redundarán, sin duda alguna, en el fortalecimiento de las culturas de la región, de sus creadores y de sus industrias culturales.

**Isadora de Norden**  
Directora del CERLALC

## El espacio iberoamericano del libro

La industria editorial en Iberoamérica ha sido el mejor ejemplo de la potencialidad de la región, en términos de intercambio económico y cultural. Los flujos comerciales de bienes y servicios editoriales, acompañados por decididas políticas de libre circulación, han vitalizado las balanzas de todos los países. El conocimiento universal, científico y literario a través de las traducciones y el intercambio comercial ha estado presente en las librerías de la región. La diversidad cultural iberoamericana ha encontrado en ese espacio común formas de distribución de los bienes editoriales que la reflejan. Esto se ha logrado gracias a las redes conformadas para tal fin, lo que ha permitido la apropiación de esos bienes a través de los circuitos que posibilitan el acceso de la población.

Las diferencias entre los países son evidentes, tanto en el desarrollo relativo de sus economías y sociedades, como en el de sus industrias editoriales. Los editores y libreros en cada uno de nuestros países han aportado su gestión para construir lo que se ha dado en llamar espacio iberoamericano del libro, que no es más que la suma de esfuerzos institucionales, empresariales y de la sociedad civil conformados por los circuitos de creación, producción, distribución y

consumo de libros. Un desarrollo histórico compartido y una amplia comunidad idiomática han sido los impulsores originales de este espacio. A su vez, se han generado todo tipo de acciones con el propósito de fortalecerlo: intercambios culturales, legislaciones de apoyo, acuerdos comerciales y culturales, alianzas empresariales e inversión. Todo esto ha sentado las bases para constituir una importante plataforma de desarrollo del sector hacia el futuro.

Es innegable que la evolución de este espacio común ha estado sometida a las circunstancias cíclicas de la evolución de la región, en lo económico, lo social y lo político. Las reformas estructurales emprendidas en la región a partir de la década del noventa del siglo pasado, el fortalecimiento institucional, y la estabilidad política permiten entrever un panorama importante para el desarrollo de la región y, en consecuencia, para su industria editorial. Esto se torna más evidente si se toma en cuenta que el entorno económico es bastante favorable en los últimos años. Según CEPAL, América Latina completa ya cuatro años de crecimiento positivo, por encima de los promedios de crecimiento de la economía mundial.

Hoy la industria editorial iberoamericana constituye un sector económico de gran importancia relativa dentro de las economías nacionales por su alto valor agregado, la generación de empleo y su participación en la generación de divisas y constituye punta de lanza de la economía creativa de nuestros

países: un activo fundamental, nuestra lengua y una red de actividades económicas a su alrededor, las industrias culturales y creativas.

El desarrollo del sector enfrenta hoy grandes retos a los que es imperativo dar respuesta desde la actividad empresarial y las políticas públicas, a la vez que se generan tópicos que es necesario desentrañar para generar un diálogo que sea productivo y eficaz para el desarrollo del sector.

- En primer lugar hay que hablar de la promoción del libro y de la lectura. Los niveles de desarrollo alcanzados por el sector están correlacionados con decididas políticas de estímulo al respecto trazadas desde los Estados. En algunos casos esas políticas han tenido duración en el tiempo y han permitido un crecimiento armónico del sector y han sentado las bases para su fortalecimiento en el escenario internacional. Sin embargo, muchas de esas políticas se caracterizan por su debilidad frente a los acontecimientos de la coyuntura y la inestabilidad política. No se trata, como piensan muchos, de simples leyes de desarrollo industrial. Por el contrario, en la base de las políticas de promoción del libro y la lectura se juegan temas cruciales como la preservación y desarrollo de las identidades locales y del acceso a la diversidad cultural. Se juegan temas como el desarrollo educativo y cultural y la libre circulación de las ideas. De ahí la importancia de su fortalecimiento y de la seguridad jurídica frente a las mismas.

- Mucho se habla de concentración y de desnacionalización de las industrias editoriales locales. Es cierto, sin duda alguna, que el sector experimenta tendencias similares a las de los demás sectores económicos en un contexto de aceleradas globalización e integración económicas. Sin embargo, el tema tiene que ponerse en su verdadera dimensión. La inversión extranjera que ha llegado a la industria, desde Europa y Estados Unidos a toda la región iberoamericana, no ha sido una especie de colonización bárbara que entra y arrasa con lo establecido. Por el contrario, las demandas de bienes editoriales en los mercados locales guardan especificidades que sólo es posible atender con una oferta adecuada a esas necesidades y preferencias y la misma ha sido preservada por la mayor parte de los nuevos competidores. Muchas de las empresas que desde otras órbitas ingresan en el mercado iberoamericano se han convertido, además, en importantes dinamizadores de la divulgación de la creación local. En la nuestra, como en todas las demás actividades, el tejido empresarial está constituido por pequeñas, medianas y grandes empresas, con una alta participación relativa de las últimas en la producción total. Esa es la realidad de la estructura del sector en todo el mundo. Una discusión que ha querido plantearse, casi que en términos ideológicos, opone la actividad empresarial de las grandes empresas editoriales a la de las que se ha

dado en llamar independientes. Creemos que esta dicotomía no debe plantearse como una confrontación en el terreno ideológico y debe llevar, por el contrario, a establecer mecanismos de cooperación entre todas las empresas del sector, un principio que inspira nuestras acciones desde el GIE. El crecimiento de los mercados locales, la ampliación del mercado regional (incrementando la circulación en el ámbito regional de las creaciones locales) y una mayor presencia de las culturas iberoamericanas en el resto del mundo tienen que ser los nortes básicos de esa cooperación entre pequeñas, medianas y grandes empresas editoriales. La ecología del libro demanda estos esfuerzos, canalizados dentro de gremios modernos y fortalecidos, que el GIE viene promoviendo desde hace algún tiempo.

- Como un corolario de lo anterior es necesario que en el ámbito latinoamericano se magnifiquen buena parte de esos propósitos de cooperación para el crecimiento del mercado. Ha sido recurrente en algunos foros públicos del sector plantear que el mercado español no ha sido tan buen anfitrión de los productos editoriales latinoamericanos como ha ocurrido en el camino inverso. La realidad de ese aserto tiene que discutirse ampliamente y encontrar sus verdaderas causas. Tenemos que indagar primero si se ha construido una oferta editorial, desde América Latina, oportuna y novedosa para el mercado consumidor español y si se

cuenta con los canales de distribución apropiados para la misma. Construir una oferta adecuada no es un simple lema. La amplia penetración de mercado de las editoriales españolas en la región ha sido el producto de una estrategia empresarial decidida y arriesgada, que parte de competir en los mercados internacionales de derechos de autor por obras del repertorio universal, realizar su traducción al castellano y organizar las logísticas empresariales para llevarlas a todos los rincones de Iberoamérica. Es indudable que la experiencia ganada en este campo no se adquiere de un día para otro. Pero eso no significa que una aventura empresarial similar no pueda ser emprendida desde la región misma. Los ejemplos de editoriales latinoamericanas que realizan operaciones de características y magnitudes similares a las de la industria editorial española no son pocos y las posibilidades, al amparo de sólidas legislaciones regionales de fomento al libro, de generar alianzas estratégicas entre pequeños, medianos y grandes empresarios de la región latinoamericana y entre éstos y editores de otras latitudes, no es una utopía. En ese propósito, el tema del fortalecimiento empresarial (con más capacitación y mayor exposición al mundo) y de la profesionalización de los gremios y eventos alrededor del libro, serán punto de partida para una reestructuración del sector en la región.

- Los canales de distribución constituyen hoy uno de los temas más sensibles para el

sector. Una oferta editorial que crece casi que exponencialmente se enfrenta a unos mercados caracterizados por una amplia dispersión geográfica y por debilidades estructurales en su capacidad de consumo. Hacer conocer la oferta y llevarla a los consumidores no es tarea de poca monta, en un negocio que exige rapidez en el ciclo de la mayoría de sus productos y que está innovando constantemente su oferta. Este es otro de esos temas que exige nuevos empresarios y decididas políticas públicas. Nuestro aporte a la diversidad cultural, expresado en una oferta cada vez más abundante, se frena ante la evidencia de la precariedad de los sistemas de distribución. Si esto se predica para muchos de los productos que tienen un éxito relativamente asegurado en el mercado, qué será de aquellos bienes que hacen parte de ese gran fondo de riesgo que maneja nuestra industria, para no hablar de tantas obras inéditas que esperan al editor que las lleve a sus destinatarios. El futuro de las librerías, las nuevas formas de comercialización del libro, la utilización de herramientas tecnológicas de impresión por demanda, entre otros temas relacionados con la distribución, son asuntos que no deben salir de la agenda diaria del sector. En relación con el fortalecimiento de las librerías y de los canales de distribución, el GIE ha venido promoviendo en toda la región la adopción de políticas de precio fijo de los libros, al tenor de los modelos existentes en algunos países europeos.

- Una de las formas en que nuestros países han enfrentado las debilidades estructurales en la capacidad de consumo está relacionada con las compras del Estado. La dotación de bibliotecas y la adquisición de textos escolares para los alumnos de la educación básica han sido un instrumento fundamental para elevar los niveles de acceso de la comunidad a los bienes editoriales. Desde el sector empresarial hemos hecho nuestro aporte con una oferta diseñada a la medida de esas necesidades y hemos hecho los ajustes de costos necesarios para hacerlas viables. Sin embargo, vemos con preocupación que salvo algunos países que mantienen políticas sistemáticas en este campo, en la mayoría de los países de la región los presupuestos para este fin se ven reducidos cada vez más, con sus evidentes consecuencias en la calidad de la educación y el acceso a la diversidad cultural.
- Otros comportamientos económicos que se correlacionan con esas debilidades estructurales son los que tienen que ver con la piratería y la reprografía ilegal. Las pérdidas derivadas de estas prácticas son ingentes: para los autores y creadores, para los gobiernos, para la sociedad en su conjunto y, obviamente, para nosotros los editores. El riesgo más evidente es que se está generando una creciente desvalorización del respeto al derecho de autor, que al tiempo se convierte en una pauta cultural inveterada. Nuestra insistencia en el tema no estriba en un



reclamo por la pérdida de unos ingresos en el corto plazo. Aquí está en juego algo más importante y es el futuro del mercado editorial en la región. La permisividad ante estos delitos y la no sanción social a los mismos, frenará los importantes desarrollos económicos que se vienen dando en el sector pues desestimulará la inversión, local y extranjera y la creación y la producción locales, con sus nefastas consecuencias en la educación y la cultura.

- Los cambios tecnológicos ya están aquí y han venido para quedarse. Nuestra industria ha sido una de las más impactadas por la revolución digital. Desde las formas de preparar e imprimir un texto hasta las formas de distribuirlo, han encontrado una ventana nueva en el entorno digital. La edición electrónica es una realidad creciente. Nuestra industria se enfrenta al reto de asumir plenamente estas herramientas y adecuarlas a las características y necesidades de los diferentes contextos nacionales. En la edición electrónica pueden estar muchas de las soluciones a problemas crónicos de nuestro sector en el campo de la difusión y de la distribución. Es claro que la brecha digital actúa como una barrera natural frente a estos cambios en la región, pero es necesario apropiarse de las nuevas herramientas tecnológicas, dominar su manejo y explorar nuevos ámbitos para su utilización. El futuro es digital, de ello no hay duda. Tenemos que formar empresarios y trabajadores para ese futuro, pues el

potencial de desarrollo en este campo es colosal y muchos empresarios desde otros sectores esperan con avidez los buenos o malos pasos que demos en estos campos para tomar decisiones de incursionar en el mismo. Nuestro papel como editores simplemente está mediatizado por las tecnologías. Los cambios tecnológicos no implican cambios en la esencia de nuestro oficio, simplemente imponen la necesidad de apropiarse de los mismos para hacer más efectiva nuestra misión. Sin embargo, no abordar el reto de las nuevas tecnologías sí puede significar la desaparición de muchas empresas del sector.

- Formación y capacitación. Cuánta retórica ha gastado el sector en este tema y cuán pocos han sido los logros en el mismo. De nuevo, es necesario fortalecer las estrategias en este terreno. El reto del enorme mercado potencial, la competencia intensificada desde el mismo sector y desde los nuevos medios, la revolución tecnológica y la amplia diferenciación del mercado en cuanto a calidades, gustos y tendencias exigen una preparación cada vez mayor de cada uno de los agentes de nuestra cadena productiva. Desde nuestra perspectiva de empresarios, el tema pasa por la capacitación gerencial y de mercadeo, hasta la formación de traductores, diseñadores y editores. Pero, en una perspectiva más amplia, involucra a todos los actores de la cadena del libro y la lectura.
- Finalmente, es imprescindible hablar de información e investigación. El desarrollo del mercado potencial del que tanto se

habla cuenta con elementos, en el entorno, que lo hacen viable y, por ende, hacen más imperativo profundizar en el conocimiento de la estructura del mercado y de los determinantes del mismo. Esos desequilibrios en la demanda y oferta del sector, esos vacíos en el campo de la distribución, las perspectivas en el campo de la creación, las características de los contextos locales en que desarrollan su actividad creadores y empresarios, distribuidores, librerías y consumidores, son elementos que es necesario conocer en detalle para poder planear adecuadamente las actividades de todos los protagonistas de ese espacio.

Son muchas las preguntas que, a diario, nos hacemos quienes estamos involucrados en esta tarea de hacer crecer el mercado iberoamericano del libro. ¿Cómo son nuestros lectores? ¿Cuáles son las características de la producción intelectual local? ¿Cuáles son las normas legales que cobijan a la edición en cada país? ¿Cuántos y quiénes son nuestros editores? ¿Cuáles son las tendencias del mercado editorial según tipo de libros demandados? ¿Cómo es la infraestructura para la manufactura de libros? ¿Cómo son las redes de distribución? Las respuestas a la mayoría de ellas han sido fragmentarias y sin sostenibilidad en el tiempo. En buena parte, resolver esos interrogantes ha sido un esfuerzo realizado con dificultad por asociaciones empresariales o por empresarios individuales, interesados en ahondar en el tema y fortalecer sus

esfuerzos de mercadeo, o por instituciones interesadas en atinar con instrumentos más precisos en el diseño de sus propias políticas.

El espacio iberoamericano del libro –en esa visión integradora y de colaboración que hemos planteado desde el GIE– es un espacio en el que se deben multiplicar las ofertas y demandas, donde nuestras culturas locales deben alcanzar amplia divulgación y en el que se espera ampliar las posibilidades de acceso por parte de la población. Es un espacio donde se fortalece la infraestructura productiva y se busca hacer realidad las alianzas empresariales y se magnifica el intercambio comercial.

Aquí es donde acciones como el trabajo de investigación e información en el que están insertas estas reflexiones se constituyen en un objetivo invaluable para darle contenido y método a las tareas que tantas buenas voluntades están dispuestas a emprender y fortalecer en toda la región geográfica y cultural iberoamericana.

**Gonzalo Arboleda Palacio**

Presidente del Grupo Iberoamericano  
de Editores GIE

## Introducción y algunas advertencias metodológicas

Con razón ha señalado Ricardo Nudelman<sup>1</sup> el déficit de publicaciones que existe en el ámbito iberoamericano sobre los temas relacionados con la formación de los profesionales y actores del ámbito del libro –editores, libreros, distribuidores y gestores de política pública– si bien ha resaltado el valor de los trabajos publicados: la esporádica colección de la UNAM, la Biblioteca del Libro que sigue publicando la Fundación Germán Sánchez Ruipérez de España, varias memorias de editores y muy pocas de libreros, las historias locales del libro y la edición –como la de la industria editorial argentina, del historiador y editor Leandro de Sagastizábal–, o la reciente obra que resume la historia de la edición en España, *Tiempo de editores*, de Xavier Moret. Y por qué no mencionar los estudios sobre los hábitos y las formas de la lectura realizados por Alberto Manguel y Roger Chartier.

A esos libros o colecciones referenciados por Nudelman habría que agregar otros, tales como *El mundo de la edición de libros* (coordinado por Fernando Esteves Fros y Leandro de Sagastizábal), ***El sector del libro en España. Situación actual y líneas de futuro***. Informe FUINCA, los libros *Panorama de la Edición Española*,

*Comercio Exterior* (editado por FEDECALI) y *Comercio Interior del libro en España* publicado por la FGEE, con el auspicio del Ministerio de Cultura de España, *la Historia de las Empresas Editoriales de América Latina*. Siglo XX y otros recientes del CERLALC y la serie del SIER con información estadística sobre la producción y comercio de la edición latinoamericana.

En *Panorama de la Edición en Iberoamérica: El Espacio del Libro* el CERLALC ha realizado el primer gran esfuerzo de reunir la información estadística relevante disponible en Iberoamérica. El libro continúa el proyecto de investigaciones y publicaciones iniciado por el CERLALC con la *Metodología para la realización de Estudios Estadísticos del Libro* (2003) editada con el propósito de divulgar la metodología orientada a generar estadísticas confiables, que muestran la realidad del sector, su evolución, las tendencias y posibilidades de expansión.

En el 2004, tras organizarse el Servicio de Información Estadística Regional (SIER) en el CERLALC, FEDECALI patrocina la publicación de *Canales de comercialización en Latinoamérica*, con énfasis en las librerías de Colombia, Chile, Costa Rica y México. Posteriormente en el 2005 es editado *Producción y Comercio Internacional del Libro en América Latina 2003*, el primer diagnóstico estadístico en el que se presenta una visión completa y actualizada del sector editorial en América Latina. Le siguen

<sup>1</sup>Ricardo Nudelman en la presentación de la colección *Libros sobre libros* del FCE en la FIL de Guadalajara, diciembre de 2003.

*Producción y Comercio Internacional del Libro en los países de la Comunidad Andina de Naciones 2003*, diagnóstico estadístico con información del sector editorial de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela  
*Producción y Comercio Internacional del Libro en Centroamérica, República Dominicana y Cuba, 2003*, un análisis estadístico con información de Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.

En esa misma línea el SIER ha publicado en formato electrónico los estudios: *El depósito legal en los países de Latinoamérica en 2005, su vigencia y normatividad. Estadísticas comparativas*, investigación que arroja datos sobre el funcionamiento de esta herramienta fundamental de preservación de las herencias culturales; *Políticas, Programas de Compras Oficiales y la Dotación de Textos Escolares*. Esta investigación demuestra la importancia del texto escolar a través de la presentación de un panorama sobre las políticas, programas de compras oficiales y la dotación de textos escolares que ha abordado la región latinoamericana y del Caribe en periodos recientes. También, regularmente, el SIER ha publicado los boletines *Percepción sobre el clima empresarial editorial*, que presentan los resultados de las mediciones realizadas sobre las tendencias actuales del mercado, a través de la aplicación de encuestas a las empresas editoriales líderes de la región que cuentan con el apoyo del Grupo Iberoamericano de Editores (GIE).

Estos trabajos fueron posibles gracias a decisiones anteriores que tomó el CERLALC y cuyos antecedentes presentamos a continuación.

## Los antecedentes del ISBN

Desde 1982 el CERLALC ha fomentado la creación de las agencias ISBN en Latinoamérica y el Caribe y el uso de este identificador con el propósito de impulsar el comercio del libro. En los últimos años en toda la región se ha mejorado sustantivamente la cobertura del registro de libros y el diligenciamiento de los datos que describen cada título registrado. Así, con el desarrollo de un software denominado Destila se han consolidado las bases de datos nacionales bibliográficas, lo que ha facilitado el acceso a esta fuente de información estadística en Latinoamérica. Este trabajo aunado a la información del ISBN que produce y publica en España el Ministerio de Cultura en *Panorama de la edición española*, nos ha permitido elaborar la información de cuatro capítulos de la presente publicación con datos del 2005. Para efectos de esta investigación se considera como agente editor a todos los que realizan algún tipo de actividad editora en el sector privado o público.

Hemos concertado con las entidades administradoras del ISBN –doce Bibliotecas Nacionales, dos ministerios de educación y siete cámaras del libro– acuerdos que permiten, además de consolidar la

producción bibliográfica en el Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica (RILVI), mejorar la calidad y la estandarización de las estadísticas y el uso de las informaciones nacionales. En la actualidad con el RISBN5, que introduce el ISBN a 13 dígitos, según la norma ISO 2108 a partir del 1 de enero del 2007, se harán nuevos ajustes y mejoras.

Somos conscientes y es responsabilidad del CERALC advertir que la generación de estadísticas de esta fuente obedece a procesos en construcción en los diferentes países. La tecnificación en los procesos de registro y su estandarización en curso complementarán con nuevos datos los aquí presentados y ello generará más exactitud para entender la realidad de la edición en todos los países.

Aunque se haya analizado con cuidado el grado de representatividad del registro de la producción histórica de los últimos cinco años del ISBN, los valores numéricos de las variables presentadas pueden estar sujetos a revisiones. Esto se hará en la medida que lo acrediten los análisis de calidad y las comparaciones con los datos que generen las nuevas fuentes que comenzamos a cotejar.

## Los antecedentes de las encuestas directas

En 1992 después de la primera reunión de estadística sobre el libro en Latinoamérica

convocada por la UNESCO y el CERALC, se celebró un acuerdo con el Grupo Interamericano de Editores (GIE) con el fin de llevar a cabo una metodología de investigación sobre la producción editorial, a través de la recolección de información directa a los editores realizada por medio de encuestas directas. Esta metodología se utiliza a partir del 2004 también en la construcción de indicadores de librerías. Si bien algunos países entraron en los proyectos desde el inicio, sólo Brasil, México y Colombia han logrado desarrollar mediciones periódicas a través de sus cámaras del libro. En este momento participan en el proyecto las cámaras del libro y los gremios de editores de Argentina, Venezuela, Perú, Bolivia, Panamá, Chile y Costa Rica.

La Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) ya había iniciado el recorrido hace dieciocho años y hoy en día, con el auspicio de la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas, del Ministerio de Cultura y de CEDRO, cuenta con la publicación *El comercio interior del Libro Español* que realiza la firma Precisa Research. Como bien señala Emiliano Martínez –presidente de la FGEE– esta es la iniciativa que en su conjunto contiene la mayor información sobre el libro y la industria editorial y además a la que se le reconoce el valor de la continuidad y la búsqueda de una óptima calidad en los contenidos presentados.

## Las fuentes de comercio exterior

Las fuentes de los organismos oficiales mundiales, regionales o nacionales que registran el comercio exterior –aparte de la autorización que brindó la oficina de estadísticas de la Naciones Unidas, la cual permite el uso de la base COMTRADE– y la divulgación de los datos consultados y los estudios realizados por la Federación de Cámaras del Libro de España (FEDECALI) permitieron realizar los análisis del comercio exterior del libro con información en importaciones y exportaciones de los 21 países de Iberoamérica miembros del CERLALC con corte al 2004. De Cuba pudimos obtener los datos al verificar las importaciones y exportaciones realizadas hacia este país. De Panamá no se incluyen algunos ítems correspondientes al último año. En el capítulo seis se harán algunas explicaciones metodológicas para la correcta interpretación y comparación de las cifras.

## Las fuentes sobre comportamiento lector

La cadena del libro tiene su destinatario principal en el lector y él representa la justificación de todo el proceso. América Latina, España y Portugal han tenido cambios sustanciales en las dos últimas décadas con respecto al surgimiento de lectores y a la generación de compradores de

libros, temas centrales del último capítulo del libro. En Iberoamérica se ha dado un cambio importante en la percepción de los gobiernos y de los gremios del libro en torno a la vigencia de investigaciones cuantitativas sobre la lectura. Este cambio podría tener su origen, entre otras cosas, en la necesidad de encontrar elementos y datos que permitan hacer seguimiento a la evolución del ecosistema del libro y a los impactos que tienen las políticas de fomento a la lectura sobre la oferta y la demanda del libro. Los problemas metodológicos en este campo son múltiples y más complejos que los correspondientes a las mediciones de la producción y comercialización del libro. Hemos avanzado en su comprensión en un trabajo realizado conjuntamente con un grupo de profesionales de México, Colombia, Brasil y Venezuela convocados por el CERLALC y el programa Ilimita en el 2005 para iniciar el camino de consolidar una metodología común para la región. Esta tarea se continuará con el apoyo de los especialistas y en el 2007 las subdirecciones de Lectura, Escritura, Libro y Desarrollo del CERLALC continuarán el programa.

En esa nueva fase trabajaremos apoyándonos en las investigaciones de España y Portugal y retomaremos las experiencias que Olivier Donnat, Eduardo de Freitas y Guy Frank han condensado en el *Manual de buena práctica* para la elaboración de encuestas sobre los comportamientos de lectura, publicado en 2001 por el Centro Nacional del Libro de Grecia.

Con el fin de hacer una advertencia metodológica sobre el alcance del último capítulo de este libro hemos considerado importante incluir en la introducción las siguientes anotaciones que estas autoridades han hecho sobre los objetivos y métodos de las mediciones de comportamiento lector:

"La realidad observada no es nunca independiente de la mirada que se dirige sobre ella: por la delimitación del campo de la encuesta, por las categorías que se utilizan cuando se elabora el cuestionario o por la trama de la conversación y por la selección que se opera en el momento de la interpretación de los resultados. Las encuestas sobre la lectura no pueden escapar a la regla general que determina que los resultados deben ser producidos, organizados y seleccionados antes de ser interpretados. En general, se puede decir que toda encuesta apunta a un sujeto dado, que se centra en medir, comparar y explicar los comportamientos, actitudes u opiniones de una población definida de antemano.

El primer objetivo es con frecuencia de orden cuantitativo: en numerosos casos, las encuestas buscan medir el lugar que ocupan ciertos comportamientos u opiniones en una sociedad o en un grupo social particular (los jóvenes, los habitantes de una región o de un barrio). Con frecuencia, este objetivo se inscribe en una perspectiva comparativa, ya sea porque se quieren confrontar los resultados con los obtenidos en otro país o en otra región, o

porque se desea adelantar un análisis por categorías de población, confrontando por ejemplo las cifras proporcionadas por las mujeres frente a las de los hombres, las de los jóvenes frente a las de personas maduras, etc. En este caso, las encuestas se remiten a lo que se puede llamar la sociografía de la lectura y se sitúan en un nivel puramente descriptivo: la pregunta "¿Cuántos individuos leen en una sociedad?" constituye un buen ejemplo de este tipo de procedimiento.

Sin embargo, una encuesta no debe limitarse solo a medir o a describir: existe siempre la ambición de comprender los fenómenos estudiados, de ofrecer una inteligibilidad que aclare la toma de una decisión política. El objetivo de toda encuesta, en efecto, no es producir cifras sino sentido: una encuesta por sondeo sobre la lectura debe apuntar, en consecuencia, a medir los fenómenos observados para actuar sobre su comportamiento, para inventar nuevas acciones o para corregir políticas inamovibles.

Las encuestas que persiguen este tipo de objetivo se despliegan en general sobre una población o territorio dados y pretenden ofrecer una representación exacta de los comportamientos de aquéllos que lo manifiestan: los resultados son entonces extrapolados al conjunto de la población puesto que la muestra se ha construido para ser representativa, como también las conclusiones que de allí se derivan.



Algunos pueden sin embargo buscar la dimensión diacrónica y tratar de ver cómo evolucionan los resultados en el tiempo: se ensaya ver lo que sucede a través del período en cuestión, repitiendo en diversas vueltas el cuestionario a los mismos individuos (se habla, entonces, de panelización de estos individuos) o comparando los resultados obtenidos con encuestas similares realizadas en el pasado.

En la mayor parte de los casos, considerando la lectura como un hecho social, se busca obtener un esquema que permita identificar los factores que describen o explican la actividad de la lectura. Se pretenden encontrar, en la diversidad de la realidad social, las combinaciones específicas de las variables que, en correspondencia con cada terreno social, son juzgadas como las responsables de ciertas configuraciones de la actividad de la lectura.

Se puede decir que la lectura, tal como los individuos la practican, el acto de leer en sí mismo –poniendo el acento sobre lo que involucra la acción de leer–, implica la interacción entre los sujetos leyendo y aquello que leen. Se trata de dos objetos, además entrecruzados, que deben observar los estudios sobre la lectura".

## Las diferentes aproximaciones

Es frecuente oponer la aproximación cuantitativa por sondeo aplicado a una

muestra importante de personas a partir de un cuestionario estándar, a la aproximación cuantitativa conducida sobre un número limitado de casos a través de conversaciones en profundidad. Estas dos aproximaciones corresponden a dos modos de investigación sociológica: los sondeos y los coloquios.

Las encuestas por sondeo no ofrecen una evaluación precisa, sino más bien órdenes de magnitud e indicaciones de tendencias. Ellas pueden medir frecuencias, hacer comparaciones, observar relaciones entre variables, encontrar pesos de los factores sociales, pero son incapaces de identificar fenómenos muy débiles cuantitativamente, que apenas nacen o son muy particulares, y construyen con frecuencia un instrumento vago para percibir la mayor parte de los efectos de la acción de los alcances de la población. En consecuencia, las encuestas cuantitativas por sondeo pueden difícilmente traducir la diversidad de los actos de lectura y no logran captar la multiplicidad de las lógicas y los mecanismos en acción que operan bajo los diversos usos del libro observado. Por esto es necesario multiplicar, con frecuencia, los puntos de vista y disponer de recursos o métodos cualitativos mediante coloquios que son más aptos para analizar fenómenos complejos.

Con todo estamos seguros de que la realización de mediciones cuantitativas de comportamiento lector representa un enorme avance para la comprensión del panorama sobre el libro. No podemos dejar de señalar la evolución registrada en este tipo de investigaciones en nuestra región desde la



primera encuesta que incluía un par de preguntas y que fue realizada en 1999 por el Instituto Nacional de Estadística de Chile a solicitud de la Cámara Chilena del Libro, hasta las más recientes mediciones que elaboraron Colombia y México en el 2005 y que serán dadas a conocer posteriormente a la publicación de este libro. El comportamiento lector de Iberoamérica que presentamos reúne información de nueve países que si bien tiene las limitaciones propias de metodologías y tiempos de medición diferentes nos permite aproximarnos a entender mejor al entorno del libro en la región.

## Los anexos

El inventario actual de los estudios sobre comportamiento lector utilizados en el último capítulo se incluyen en el anexo 1.

En los anexos 2 y 3 se incluyen una relación de las leyes vigentes del libro y la lectura y el estado actual de los gravámenes de IVA, referentes necesarios para complementar información sobre la normatividad relativa al panorama de la edición en Iberoamérica.

Rafael Martínez Alés<sup>2</sup> llama la atención sobre el hecho de hablar sobre la edición en español y no de la edición española como una perspectiva que es bastante nueva, y señala que ha sido el resultado paciente y tenaz de esfuerzos del mundo de la edición de ambos lados del océano. Martínez calculó en 4.437 millones de euros la industria editorial en español. El volumen de la actividad editorial de Iberoamérica en su

conjunto es mayor y la supera con creces al incluirse el valor de la producción editorial estatal relevante en algunos de los países y los 1.698 millones de dólares de la correspondiente al portugués.

Gracias a todo el equipo que participó en esta tarea. A Santiago Guerrero, politólogo, con quien redacté varios de los capítulos del presente libro y a Juliana Barrero Castellanos, economista, con quien elaboré el capítulo siete. A Carlos Sánchez Lozano, quien estuvo a cargo de la edición del libro, y a Diana Cifuentes, asistente de investigación.

A todas las cámaras del libro y asociaciones de editores y libreros de la región, a las agencias ISBN de Iberoamérica y al Ministerio de Cultura de España que nos brindaron valiosa información.

A Isadora de Norden directora del CERLALC, quien ha brindado todo el respaldo y apoyo necesarios para alcanzar los propósitos y metas del Servicio Regional de Información, a Rogelio Blanco, Director General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura de España, a Emiliano Martínez Presidente de la FGEE y a Gonzalo Arboleda presidente del Grupo Iberoamericano de Editores, GIE, quienes dimensionaron el proyecto del SIER a nivel iberoamericano al establecer con Isadora la alianza que permitió la realización de esta publicación.

**Richard Uribe Schroeder**  
Subdirector Libro y Desarrollo  
CERLALC-UNESCO

<sup>2</sup>Rafael Martínez Alés, La industria editorial en español. Documento "Valor y poder de la lengua". Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Santander, 2005.



# 1



## Universos del libro en iberoamérica

Este capítulo hace un recuento del número de editoriales, librerías y asociaciones gremiales que conforman el universo del libro en los países latinoamericanos y en España.

Se hace un análisis de las características de cada universo, sus avances y dificultades. En conjunto resalta el enorme esfuerzo por consolidarse y establecer criterios cada vez más formales de funcionamiento con vista a enfrentar entornos competitivos cuyo origen se halla en las novedades planteadas por la sociedad de la información.



GRÁFICA 1-1  
LA CADENA DE CIRCULACIÓN DEL LIBRO

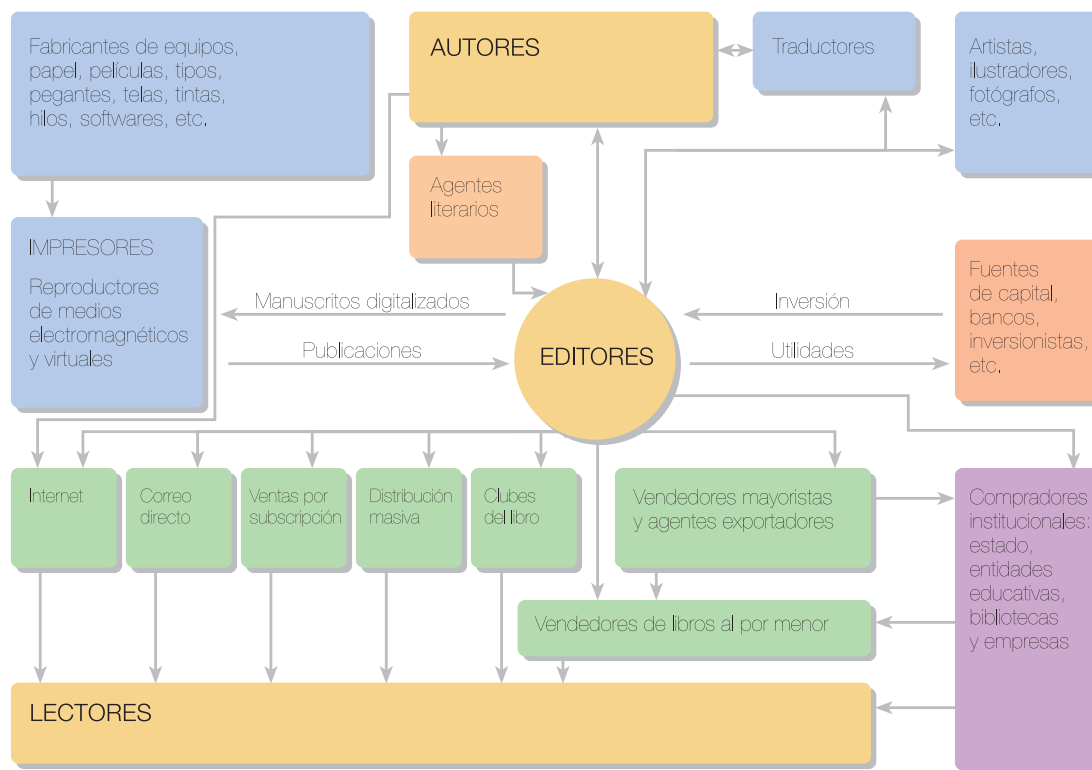


Diagrama del Libro A guide to Book Publishing (Guía para la producción de libros) de Datus C. Smith, Jr. Pág. 17. University of Washington Press, 1989. Modificado en lo electrónico y digital por Richard Uribe.

## Editores en la cadena del libro

En la primera década del siglo XXI el mundo editorial iberoamericano continúa viviendo intensos cambios que ya se anunciaron en la década final del precedente. El circuito de la cadena de producción y comercialización, sumado a las nuevas tecnologías, promete, en cualquier caso, interesantes procesos de renovación que será necesario atender con cuidado.

En su conjunto, también, la industria papelería continúa ofreciendo un volumen importante de su producción para la manufactura de libros en máquinas offset, si bien hay que llamar la atención de que en Iberoamérica los tirajes promedios no han crecido. La impresión por demanda digital se ha incrementado como una opción para los tirajes cortos, especialmente para los agentes editores cuyo objeto social principal no es la edición, aunque las editoriales independientemente de su tamaño también han incursionado en esta tecnología.

La producción editorial en otros soportes si bien ha crecido aún no representa más del 5% de la producción total de títulos. La relación entre los autores y los lectores continúa mediada casi en su totalidad por el editor privado, al asumir los costos de producción y financiación de la edición, aunque ya hay esporádicas presencias de autores que reproducen directamente sus obras en entornos de internet. En perspectiva, los

editores tienen nuevos proyectos editoriales en ese entorno, que crecerá a tasas más rápidas en los próximos cinco años.

Los estados juegan un papel importante en varios países de la región al financiar la dotación de textos escolares y de bibliotecas públicas. Las librerías siguen siendo el principal canal para la comercialización de los libros, aunque han requerido y requieren de políticas de fomento para garantizar la bibliodiversidad en el comercio del libro. Los distribuidores tienen una tarea esencial en la cadena de comercialización, pero en América Latina a causa de la estructura de los mercados atienden solo el 25% de la venta de libros de las editoriales, mientras que en España se acerca al 50%.

## Estimación del universo editorial en Iberoamérica

Existen diferentes agentes editores<sup>1</sup> que se pueden clasificar según su naturaleza jurídica y los fines que buscan con la producción de títulos. En 2005, un total de 16.752 agentes editores registraron libros en las agencias ISBN en Iberoamérica.

El siguiente cuadro discrimina por países el universo de los agentes editoriales de Iberoamérica. Brasil es el país que registra más empresas y personas con actividades editoriales en la región. España, Argentina y Colombia le siguen. Estimamos que México

<sup>1</sup> Se ha adoptado el término agentes editores, como lo hace España, para identificar el conjunto de personas, empresas o instituciones del sector privado o público que tienen actividades editoriales, sea o no su objeto social la edición y comercialización de libros o publicaciones. El universo de agentes editores se asocia entonces al universo de quienes registran y solicitan ISBN.

presenta un subregistro importante de los agentes editoriales por lo que la cifra puede ser mucho más alta.

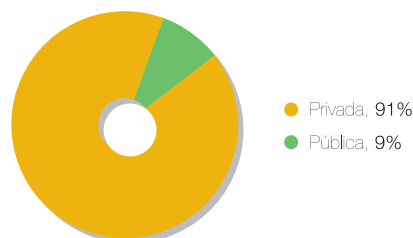
CUADRO 1-1  
AGENTES EDITORES (EMPRESAS Y PERSONAS) QUE REGISTRARON LIBROS EN LAS AGENCIAS ISBN (2005)

País	Total general
Brasil*	3.897
España	3.396
Argentina	2.595
Colombia	1.792
México*	1.520
Venezuela	883
Perú	563
Chile	463
Costa Rica	262
Uruguay	220
Bolivia	190
República Dominicana	169
Paraguay	140
Nicaragua	128
Honduras	107
El Salvador	94
Ecuador	91
Guatemala	85
Cuba	83
Panamá	74
<b>Total América Latina</b>	<b>16.752</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
\*Brasil Agencia ISBN Brasileira Base Junio 2006  
\*México estimación CERLALC

En el siguiente gráfico se discriminan los agentes editores de Iberoamérica entre públicos y privados.

GRÁFICA 1-2  
NATURALEZA JURÍDICA DE LOS AGENTES EDITORES DE IBEROAMÉRICA



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Cálculos CERLALC

La edición privada en Iberoamérica está constituida por diferentes agentes que, según su naturaleza jurídica, participan de manera diferente en España y Latinoamérica.

Mientras que la participación de los autores editores es más grande en Latinoamérica que en España, la existencia de editoriales en España se da en una proporción mucho más fuerte. Las diferencias se podrían explicar debido a los estímulos que en algunos países de Latinoamérica reciben personas individuales para ascender en el escalafón profesional de sus actividades cuando escriben libros que a su vez financian con sus propios medios. Muchas de estas publicaciones, por lo general de

bajos tirajes, se distribuyen en círculos cercanos al autor y solo una muy pequeña parte se vende en los circuitos comerciales del libro. Aun así, en Latinoamérica son muy contados los autores que se financian más de dos obras.

En América Latina las universidades juegan un rol significativo como agentes editoriales y hacen importantes aportes a la oferta bibliográfica en las áreas de las ciencias sociales, ciencias puras y tecnología. La escasa existencia de editoriales dedicadas a estos segmentos por lo estrecho de los mercados puede explicar en parte el rol editor de las universidades. Por la misma razón, en los países centroamericanos las entidades y fundaciones sin ánimo de lucro tienen un papel más relevante que en otros países iberoamericanos.

Los agentes editores en América Latina se pueden clasificar según como aparecen en el cuadro 1-2. Las empresas industriales, es decir, las que tienen como objeto social principal la edición de libros se clasifican en sociedades en comandita, limitadas y anónimas. También hay empresas de esta naturaleza que sin tener como objeto principal la edición financian libros para fines institucionales o de promoción de sus organizaciones.

CUADRO 1-2  
NATURALEZA JURÍDICA DE LOS AGENTES EDITORES DE AMÉRICA LATINA (2005)

Tipo de agente editor	Nº	%
Autor-editor	4.860	36,4
Entidades sin ánimo de lucro	2.024	15,2
Entidad pública	755	5,7
Sociedades en comandita, limitadas o anónimas	3.594	26,9
Universidad	665	5,0
Otros o sin información sobre naturaleza jurídica	1.458	10,9
<b>Total general</b>	<b>13.356</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Nota: Brasil, Argentina y México estimación CERLALC con base en 2003

En España, el 81,9% de los agentes editores que editaron en el 2005 tienen naturaleza privada. De estos, de acuerdo con su producción de títulos, el 62,6% fueron identificados como pequeñas editoriales.



CUADRO 1-3  
NATURALEZA JURÍDICA DE LOS AGENTES  
EDITORES DE ESPAÑA (2005)

Tipo de agente editor	Nº agentes	%
Organismos Oficiales de la Administración General del Estado	82	2,4
Organismos Oficiales de la Administración Autonómica	86	2,5
Instituciones Educativas Públicas	127	3,7
Instituciones Culturales Públicas	73	2,1
Organismos Oficiales de la Administración Local	247	7,3
Total editores públicos	615	18,1
Autor-editor	117	3,4
Pequeñas editoriales	2	62,6
Medianas editoriales	387	11,4
Grandes editoriales	118	3,5
Total editores privados	2.781	81,9
<b>Total general</b>	<b>3.396</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencia Española del ISBN

## Estimación del universo librero en Iberoamérica

En el circuito de comercialización del libro en el ámbito iberoamericano, las librerías continúan ocupando un papel predominante. De cada diez libros que se

venden en América Latina, cuatro al menos se venden por librería<sup>2</sup> y, en España, cinco<sup>3</sup>.

CUADRO 1-4  
UNIVERSO DE LIBRERÍAS AMÉRICA LATINA - ESPAÑA 2005

Países	Nº de puntos		Habitantes por librería
	Nº de librerías	de venta de las librerías	
Brasil	633	1.015	179.000
Colombia	355	564	78.000
México	545	1.261	<b>81.900</b>
Costa Rica	231	249	17.000
Perú	–	371	73.000
Chile	99	157	64.000
Argentina	–	800	48.000
Venezuela		1.326	19.000
<b>Total librerías América Latina</b>		<b>5.743</b>	
<b>España</b>		<b>4.280</b>	<b>10.000</b>

Fuentes: La información de Brasil ha sido tomada del Anuario de Librerías, ANL, 2005

La de Colombia del Directorio de Librerías y librerías-papelerías de Colombia, CERLALC, 2005.

La de México de la Cámara de la Industria Editorial Mexicana, CANIEM, 2005.

La de Perú del estudio de Dante Antonioli Dellucchi, El sector editorial peruano, 2005.

La de Venezuela del estudio contratado por la Cámara Venezolana del Libro, 2005.

La de España del Mapa de librerías, CEGAL, 2006.

Los datos de Argentina, Chile y Costa Rica han sido tomados del estudio Canales de Comercialización del libro en América Latina y el Caribe, 2003. Las cifras corresponden a 2003.

<sup>2</sup> Richard Uribe, Estudio de canales de comercialización del libro en América Latina y el Caribe, con énfasis en librerías, Tomo I, CERLALC, Bogotá, 2003, p. 24.

<sup>3</sup> Mapa de librerías. Observatorio de la librería en España, CEGAL, Barcelona, marzo de 2006, p. 55.

CUADRO 1-5  
LIBRERÍAS EN ESPAÑA SEGÚN TAMAÑO

	Librerías identificadas	% librerías por tamaño	Aumento de librerías en 2005
Librerías grandes	232	6,56	281
Librerías medianas-grandes	306	8,65	370
Librerías medianas-pequeñas	645	18,24	781
Librerías pequeñas	2.353	66,54	2.848
Total librerías con información sobre tamaño	3.536	100	4.280
NS/NC tamaño de la librería	744	–	–
Total censo de librerías	4.280	–	–

Fuente: CEGAL

El total de librerías en los países reseñados de América Latina es de 5.743, frente a 4.280 de España.

El número de habitantes por librerías es igualmente negativo –tanto en América Latina como en España– frente a otros países europeos, resulta particularmente **malo** en algunas ciudades de Ecuador, Paraguay o Colombia donde pueden haber municipios de doscientos mil habitantes con apenas una o dos librerías de tamaño mediano.

Tanto en América Latina como en España se puede verificar que han aumentado las librerías de tamaño mediano o las que hacen parte de una cadena, pero las pequeñas demuestran un decrecimiento visible. En España se indica que se abren 14 librerías nuevas por año, aunque “estos datos indican que la cobertura anual de nuevas librerías no

llega a compensar el cierre de establecimientos que parece producirse año tras año”<sup>4</sup>.

En los países latinoamericanos donde se tiene información consolidada<sup>5</sup> el crecimiento de las cadenas (tres o más puntos de venta) ha sido importante. En México existen treinta y seis cadenas, en Colombia diecisiete, en Chile siete y en Costa Rica cinco. Por su tamaño en número de puntos y área de exhibición representan un porcentaje significativo.

En América Latina el 60% de las librerías tienden a estar ubicadas en las ciudades capitales o en las dos ciudades más importantes del país.

En Costa Rica las librerías se ubican principalmente en la provincia de San José (46%), después en la provincia de Alajuela

<sup>4</sup> Cf. Mapa de librerías, p. 40. En el 2005 se cerraron cerca de 90 librerías pequeñas.

<sup>5</sup> Costa Rica, México, Chile y Colombia. Cifras de 2001.

CUADRO 1-6  
DISTRIBUCIÓN DE LAS LIBRERÍAS IDENTIFICADAS DE ESPAÑA POR  
COMUNIDADES AUTÓNOMAS (1999-2005)

	Año 1999 Librerías (número)	Año 2005 Librerías (número)	Variación interanual	Año 2005 Librerías por 1.000.000 hab.	% librerías
Andalucía	508	740	232	94,3	17,3
Aragón	132	130	-2	102,4	3,0
Asturias (Principado de)	185	121	-64	112,4	2,8
Balears (Illes)	62	57	-5	58,0	1,3
Canarias	113	126	13	64,0	2,9
Cantabria	49	34	-15	60,5	0,8
Castilla-La Mancha	88	67	-21	35,4	1,6
Castilla y León	273	254	-19	101,2	5,9
Cataluña	766	687	-79	98,2	16,1
Comunidad Valenciana	334	327	-7	69,7	7,6
Extremadura	58	56	-2	51,7	1,3
Galicia	349	382	33	138,3	8,9
Madrid (Comunidad de)	510	918	408	153,9	21,5
Murcia (Región de)	72	67	-5	50,2	1,6
Navarra	72	56	-16	94,4	1,3
País Vasco	237	210	-27	98,8	4,9
Rioja (La)	42	33	-9	109,6	0,8
Ceuta (Ciudad autónoma)		7		93,0	0,2
Melilla (Ciudad autónoma)		8		122,2	0,2
<b>Total</b>	<b>3.850</b>	<b>4.280</b>	<b>430</b>	<b>97,0</b>	<b>100</b>

Fuente: CEGAL

(13%) y Heredia (10%). En Chile el 42% de la librerías se encuentran en la región metropolitana de Santiago, el 13% en la región de Valparaíso, el 13% en la región de los Lagos y el 6,3% en la región de Tarapacá.

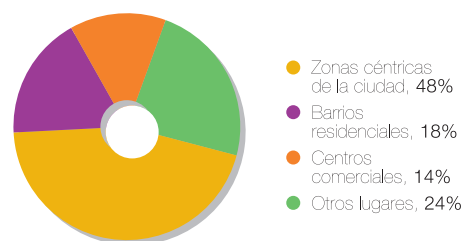
En Colombia las librerías están concentradas en las tres ciudades más importantes del país (Bogotá, Cali y Medellín) que representan el 57% del total de establecimientos y 75% de las ventas que realizan las editoriales. El número de librerías por cada millón de habitantes es de 13, indicador relativamente bajo si se compara con las 97 librerías por millón de habitantes que reporta España, según estudio de CEGAL. En promedio hay una librería por cada 78.000 habitantes en Colombia, siendo mejor la cobertura en las ciudades capitales de provincia donde se encuentra una librería por cada 47.825 habitantes. En las ciudades periféricas hay una librería por cada 94.156 habitantes.

En México pese al cierre de un buen número de librerías en los últimos años, se han fortalecido las cadenas de librerías con la apertura de nuevos puntos de venta, lo que muestra una tendencia similar a la de los países de la región. Las librerías con sus puntos de venta se estiman en 1.261 establecimientos, lo que representa 12 librerías por cada millón de habitantes.

La ubicación de las librerías en las ciudades latinoamericanas tiene a las zonas céntricas como el lugar de mayor concentración librera (46%), seguido por barrios residenciales (16%), los centros comerciales

(14%) y otros lugares con el 24%. Con excepción de México donde las zonas céntricas concentran 32% de las librerías en la ciudad, los demás países tienen similitud en la localización de las librerías.

GRÁFICA 1-3  
DISTRIBUCIÓN DE LAS LIBRERÍAS POR PUNTOS DE VENTA EN CHILE, COLOMBIA, COSTA RICA Y MÉXICO



Fuente: CERLALC-SIER

En España se presenta concentración de librerías en las grandes ciudades –Madrid o Barcelona–, aunque se mantiene el número de librerías en ciudades medianas y no han aumentado significativamente en ciudades pequeñas<sup>6</sup>.

## Organizaciones gremiales

Editoriales, **librerías**, editores y otros actores de la cadena productiva del libro se encuentran asociados en instituciones

<sup>6</sup> Ibíd. Mapa de librerías, p. 32.

CUADRO 1-7  
AFILIADOS CÁMARAS DEL LIBRO A 2006

País	Afiliados	Distribuidores	Librerías	Editores	Otros
Argentina	421	28	48	327	18
Bolivia	46	13	14	17	2
Brasil	522	44	56	385	37
Chile	90	34	25	31	
Colombia	104	40	7	57	0
Costa Rica	48	6	13	22	7
Cuba	150	2		148	
Ecuador	185	70	45	45	25
El Salvador	39				
Guatemala	22			22	
Honduras	10		2	8	
México	160	8		142	10
Nicaragua	32	6	11	15	
Panamá	30	7	8	13	2
Paraguay	30	2	10	18	
Perú	106	26	4	70	6
República Dominicana	49	3	12	8	26
Uruguay	92	35	28	27	2
Venezuela	129	14	66	42	7
<b>TOTAL</b>	<b>2.265</b>	<b>338</b>	<b>349</b>	<b>1.397</b>	<b>142</b>

\*Fuente: Directorios y estimativos de las cámaras del libro.

gremiales como cámaras del libro y otro tipo de agrupaciones. En los siguientes cuadros, se discrimina por tipo de empresa el número de afiliadas a las cámaras del libro en los países de América Latina y España. La

información fue suministrada por cada una de las entidades gremiales.

Cuando una empresa afiliada tenía más de una actividad se optó por la primera clasificación que tenía en su presentación.

CUADRO 1-8  
OTRAS ENTIDADES GREMIALES

	Afiliados	Distribuidores	Librerías	Editores	Otros
Asociación de Libreros Mexicanos A.C. – ALMAC	65	–	65	–	–
Asociación Nacional de Librerías ANL (Brasil)	493	–	493	–	–
Asociación Portuguesa de Editores y Libreros – APEL	314	12	91	199	12
Cámara Argentina de Publicaciones	71				
Cámara Argentina de Librerías y Papelerías – CAPLA	400				
Cámara Departamental del Libro de Santa Cruz – Bolivia	15				

Fuente: Directorios y estimativos de la Asociación y de las Cámaras

El registro de afiliado como editoriales, incluye editores de revistas y editores de libros.

Chile: El total de empresas afiliadas representa a su vez un total de más de 200 afiliadas. Las empresas solo inscriben una como socia de la Cámara.

Cuba: las dos empresas distribuidoras representan las 342 librerías existentes en Cuba.

El Salvador: El total de las empresas afiliadas es 39, pero algunos de los socios diversifican sus funciones: son simultáneamente editores, distribuidores y manejan librerías.

En España, la Federación de Gremios de Editores de España congrega a los Gremios de Editores de Madrid, Cataluña y Euskadi, las Asociaciones de Editores de Andalucía, Valencia y Galicia. El siguiente cuadro muestra la cantidad de Editores, Distribuidores y Libreros afiliados a la FGEE.

CUADRO 1-9  
EDITORES AFILIADOS FGEE - 2006

Gremios	Afiliados
Gremio de Editores de Madrid	292
Gremio de Editores de Cataluña	250
Gremio de Editores de Euskadi	46
Subtotal Afiliados	588
Asociaciones	Afiliados
Asociación de Editores de Andalucía	71
Asociación de Editores de Valencia	49
Asociación Galega de Editores	32
Subtotal Afiliados	152
<b>TOTAL</b>	<b>740</b>
Distribuidores Afiliados FANDE – 2006	200
Libreros Afiliados España - 2005	4.280

Fuente FGEE - Federación de Gremios de Editores de España (<http://www.federacioneditores.org>): directorios y estimativos páginas web de los Gremios y las Asociaciones.

En el mundo contemporáneo las organizaciones gremiales del ámbito editorial enfrentan retos importantes en la articulación de los procesos normativos oficiales e institucionales, sobre todo en lo que tiene que ver con las acciones que emprenden las empresas. Deben acompañarlas a avizorar y atender las crecientes transformaciones de los mercados, así como el desarrollo cultural y educativo relacionado con el sector editorial.

Las leyes del libro delegan importantes labores a las cámaras del sector, tales como la administración del ISBN y el asesoramiento a los gobiernos en materia de competencias que tienen que ver con el entorno del libro. A su vez, las cámaras participan en la organización de ferias, contribuyen a la libre circulación de los libros, coordinan misiones exportadoras, impulsan alianzas estratégicas como las campañas antipiratería, adelantan campañas publicitarias sobre el libro y divulgan estudios sobre producción y comercio del libro.

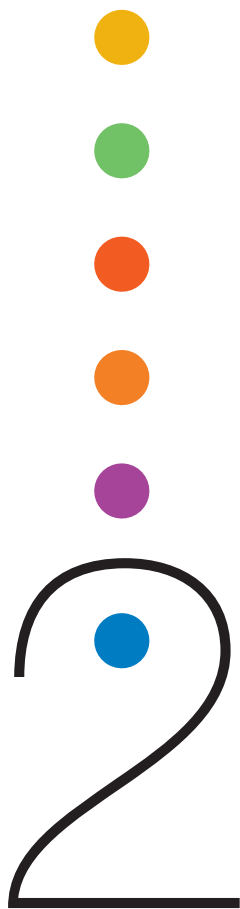
En la región, las cámaras del libro y las asociaciones de libreros han tenido un desarrollo desigual. Si bien los editores tienen altas tasas de representación en la mayoría de las cámaras, los distribuidores se afilian menos y los libreros, con contadas excepciones, aun menos. La estructura gremial española es diferente a la latinoamericana. En España los tres sectores tienen gremios independientes cada uno. Los editores de diferentes zonas geográficas también tienen sus propias entidades

gremiales. Estos se articulan en una Federación de Editores. Los distribuidores tienen su propia organización y lo mismo los libreros. Y los editores, distribuidores, libreros y empresas gráficas hacen parte de cámaras de libro que se articulan en una federación de cámaras, las cuales tienen subvenciones oficiales y articulan esfuerzos comunes para la exportación. En Latinoamérica solo en Brasil y México existen gremios de libreros. Los libreros argentinos conforman con las papelerías una organización gremial. En algunos países hay grupos ad hoc de libreros. Si bien las cámaras permiten la afiliación de libreros, en la mayoría de ellas su representatividad es escasa. Las cámaras tienen una alta representatividad de editores en casi todos los países latinoamericanos. Hay empresarios que afilian al tiempo dos o tres de sus áreas de negocio (editorial o librera, por ejemplo) en una sola cámara.

La profesionalización gremial, proyecto del CERLALC y el GIE, pretende generar procesos asociativos que fortalezcan los ya existentes. Igualmente identificar carencias informativas y facilitar la interlocución entre los actores relacionados con la industria del libro, así como fortalecer una cultura de asociatividad entre editores, libreros y distribuidores. También armonizar intereses complementarios o disímiles y encontrar esquemas con programas incluyentes para las empresas vinculadas al ámbito del libro ya sean éstas grandes, medianas o pequeñas.







## La edición en iberoamérica

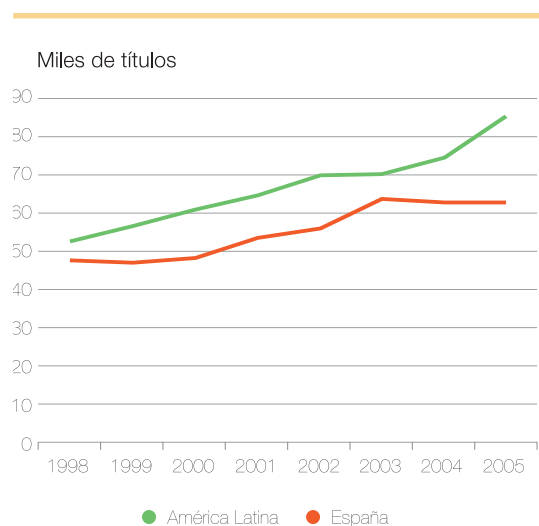
La base de registro ISBN se constituye en una fuente sólida para establecer rangos estadísticos claves que permiten comprender el funcionamiento de la industria editorial en América Latina y España. En este capítulo se exploran analíticamente sus registros para llegar a conclusiones relacionadas con la producción de títulos y número de ejemplares impresos. También se hace una descripción fidedigna de las áreas temáticas de la edición donde las empresas editoriales han encontrado o construido mercados y se revisan problemas como la cuantificación de ediciones en lengua indígena.



Como se analizó en el capítulo anterior, en 2005 un total de 16.752 agentes editores registraron títulos en el sistema ISBN de Iberoamérica. Cuando se trata de hacer un acercamiento a los datos estadísticos sobre la producción del libro el sistema ISBN es una fuente confiable que permite tener información de calidad sobre el ámbito editorial de todos los países de la región<sup>1</sup>. Los datos obtenidos en este capítulo provienen del registro consolidado de las agencias ISBN realizado por el CERLALC en América Latina y de la información facilitada por la Agencia Española del ISBN contenida en la *Panorámica de la edición española de libros*. Como se puede apreciar en el gráfico 2-1, año tras año ha crecido el número histórico de títulos registrados en el sistema ISBN de Latinoamérica. Esto obedece a que los países han viabilizado el registro, a que el sistema es cada vez más conocido y a que los editores han visto la necesidad de registrar sus títulos sobre todo con el objetivo de obtener códigos de barra de identificación para sus libros. También se debe reconocer que en muchos países los gobiernos dictaminaron disposiciones para el registro obligatorio.

En el gráfico 2-1 se muestra una serie con el total de títulos registrados durante los últimos ocho años en América Latina y España.

GRÁFICA 2-1  
HISTÓRICO DE NOVEDADES Y REEDICIONES REGISTRADAS POR AÑO EN LAS AGENCIAS ISBN DE AMÉRICA LATINA Y ESPAÑA (1998-2005)



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN

<sup>1</sup>Hay que tener en cuenta que la producción de títulos nuevos y las reediciones de libros se registran en las agencias ISBN de la región. Algunas agencias ISBN de Iberoamérica (como las de España, Argentina, Chile y Colombia) tienen módulos para el registro de las reimpressiones, información con la cual se cuenta de manera parcial por lo que no se utilizará en este libro. Los agentes que no tienen como actividad principal la edición por lo general no reimprimen o lo hacen esporádicamente. Una estimación sobre la producción de estas personas, empresas o instituciones se puede conocer investigando las bases de datos de las agencias ISBN. El registro de un título en el sistema ISBN se hace de manera previa a la producción real y son muy pocos los títulos que no se editan después de su registro en la agencia del ISBN. Por ello, el número de títulos del ISBN y los ejemplares registrados pueden explicar la producción estimada de quienes no son editoriales industriales y comerciales con alto grado de confiabilidad, en casi todos los países donde el sistema de registro tiene amplia cobertura. Otras variables que se encuentran en las bases de datos del ISBN pueden ser estudiadas para América Latina, tales como el papel utilizado, el tipo de impresión, tipo de encuadernación, etc., aunque tienen una cobertura menor. Pueden existir cambios en el momento de la producción real y no todos los agentes, al diligenciar los formularios, detallan todas las características físicas de los títulos que registran.

A partir de 1998, cuando ya casi todas las agencias del continente están constituidas, se puede percibir que los niveles de cobertura aumentan y los datos de los registros de títulos se empiezan a aproximar a los valores reales de la producción de títulos en el continente. Por ello conceptuamos que a partir de 1999 se podrían realizar las primeras estimaciones regionales, aunque con las limitaciones mencionadas anteriormente.

## Producción registrada en el sistema ISBN

Entre el 2001 y el 2005 el registro de novedades y reediciones en América Latina ascendió de 64.640 a 84.538 títulos, o sea un aumento del 31%. Esto se puede explicar tanto por la ampliación real de la cantidad de títulos que se producen en América Latina como porque el registro de los títulos en el sistema ISBN se vuelve cada vez más una práctica generalizada en la región. La información que se presenta a continuación corresponde a los títulos sistematizados hasta el 30 de marzo del 2006 por las Agencias Nacionales ISBN de América Latina.

La gráfica 2-2 muestra, de manera comparada, la cantidad de títulos registrados en América Latina en relación con los títulos registrados en España. Varias de las empresas españolas editan en los diferentes países

latinoamericanos. Puede observarse cómo la producción conjunta de toda América Latina es ligeramente superior a la de España. El registro de novedades y reediciones en España no refleja gran crecimiento entre los años 2003 al 2005.

GRÁFICA 2-2  
REGISTRO DE NOVEDADES Y REEDICIONES EN LAS AGENCIAS NACIONALES ISBN DE AMÉRICA LATINA Y ESPAÑA



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN

La producción total de una empresa editorial es la sumatoria de la producción de las primeras ediciones, las reediciones y las reimpressiones. En consecuencia para conocer la producción de un país es necesario recolectar de manera directa la producción de las empresas que participan en el mercado. La reimpression es una actividad característica de la mayoría de las empresas cuyos títulos tienen éxito entre los lectores compradores en los diferentes nichos de

CUADRO 2-1  
REGISTRO DE NOVEDADES Y REEDICIONES EN LAS AGENCIAS NACIONALES ISBN  
DE AMÉRICA LATINA Y ESPAÑA

País	2001	2002	2003	2004	2005	%(2005)
Argentina	12.368	9.534	13.022	16.040	17.231	11,7
Bolivia	384	446	570	646	911	0,6
Brasil	25.247	29.377	29.486	27.439	31.828	21,6
Chile	2.580	2.833	3.420	3.148	3.565	2,4
Colombia	7.600	8.914	9.185	9.640	10.383	7,0
Costa Rica	998	2.023	1.316	2.474	2.390	1,6
Cuba	1.433	1.474	1.469	1.075	633	0,4
Ecuador	1.250	1.276	1.629	2.060	2.736	1,9
El Salvador	144	291	250	332	284	0,2
Guatemala	517	585	445	411	522	0,4
Honduras	209	418	289	273	321	0,2
México	5.214	6.644	1.599	2.212	2.331	1,6
Nicaragua	300	212	306	397	398	0,3
Panamá	430	443	507	569	697	0,5
Paraguay	353	479	395	438	618	0,4
Perú	1.392	1.599	2.254	3.016	3.892	2,6
República Dominicana	621	623	724	586	883	0,6
Uruguay	500	480	1.146	644	1.192	0,8
Venezuela	3.100	2.867	2.061	2.867	3.723	2,5
Total América Latina	64.640	70.518	70.073	74.267	84.538	57,4
España	53.528	55.797	63.530	62.715	62.820	42,6
<b>Total Iberoamérica</b>	<b>118.168</b>	<b>126.315</b>	<b>133.603</b>	<b>136.982</b>	<b>147.358</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN. Datos página Web julio 2006

Nota: Cuba. Para 2005 la sistematización no ha finalizado a la fecha del corte de la base de datos. México en todos los años registra un atraso tanto en el registro del ISBN como en la sistematización de los registros. Se proyecta que al finalizar el 2006 se habrán registrado los títulos atrasados para proceder con el cambio a 13 dígitos del ISBN.

\*Fuente: Directorios y estimativos de las cámaras del libro.

mercado. Esta actividad no se registra en el ISBN en América Latina<sup>2</sup> pero sí en España. En el siguiente cuadro se discrimina la producción española entre novedades y

reediciones y reimpressiones. Se refleja una participación significativa del registro de reimpressiones en España, en 2003 con 18,5% y en 2005 con 17,6%.

CUADRO 2-2  
REGISTRO DE NOVEDADES Y REIMPRESIONES EN ESPAÑA

Ediciones y reimpressiones	2003	%	2004	%	2005	%
Novedades y reediciones	63.460	81,41	62.715	81,06	62.820	82,45
Reimpressiones	14.420	18,50	14.652	18,94	13.371	17,55
TOTAL	77.950	100	77.367	100	76.191	100

Fuente: Agencia Española del ISBN

## Depósito Legal

Otra aproximación a la producción editorial de un país puede hacerse recurriendo a la información estadística disponible de las Bibliotecas Nacionales sobre la cantidad de títulos que tienen depósito legal.

La entrega de ejemplares para cumplir con el depósito legal responde a la necesidad de las bibliotecas nacionales de preservar al menos uno de los títulos publicados y de disponer de otro para su consulta en las salas abiertas al público.

La información estadística sistematizada acerca del ingreso anual de los títulos de libros a las bibliotecas nacionales es relativamente reciente. En el caso de muchos países es, por lo tanto, difícil y laborioso disponer de series largas de información.

CUADRO 2-3  
DEPÓSITO LEGAL DE ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

País	2003	2004
Bolivia	2.064	2.534
Chile	2.838	2.963
Costa Rica	2.657	1.937
Cuba	–	1.194
México	11.004	8.473
Nicaragua	385	402
Panamá	705	–
Paraguay	220	141
Perú	4.071	5.513
Uruguay	1.090	1.070

Fuente: Uribe, Richard. Steenkist, Max, El depósito legal en América Latina, CERLALC, 2005

<sup>2</sup>En América Latina, algunos países cuentan con información sobre las reimpressiones que se obtiene a través de encuestas directas a los editores comerciales (Ver capítulo 4).

<sup>3</sup>Al comparar la cantidad de títulos registrados en las Agencias ISBN con los títulos que tienen Depósito legal se observan diferencias notables. La diferencia entre el registro del ISBN y los datos entregados por las bibliotecas nacionales sobre los títulos que cumplen con el depósito legal, no se ha analizado en profundidad, pero dichas diferencias pueden deberse a las siguientes razones:

a) La metodología de clasificación de los bienes es distinta. Dentro del registro de los títulos en el ISBN, por ejemplo, a veces no se discrimina entre libros y folletos. Puede suceder que antes de la solicitud se confunda la naturaleza del bien físico en el momento de la entrega al depósito legal. b) Los títulos se entregan en la biblioteca nacional para cumplir con el depósito legal, tiempo después de su publicación, y entran en el registro del año siguiente. Hay entonces desfases temporales.

c) Hay personas naturales o jurídicas que no tramitan el ISBN, quedando por lo tanto fuera de la estadística del sistema. Aún en algunos países donde el ISBN es obligatorio, el desconocimiento de los beneficios de este registro, tales como su divulgación en el Repertorio integrado de libros en venta en Iberoamérica RILVI y el uso del número asignado para los códigos de barras, hace que algunos editores no realicen el registro.

d) También existen autores, editores, productores o impresores que no dan cumplimiento cabal a las disposiciones del depósito legal.

En el cuadro anterior se presenta una recopilación de los datos enviados por las bibliotecas nacionales al CERLALC. Estos datos difieren de la información registrada en las Agencias Nacionales ISBN en todos los países<sup>3</sup>, aún en aquellos en donde tanto la asignación del ISBN como la preservación de la base bibliográfica de un país corresponden a las tareas de las bibliotecas nacionales.

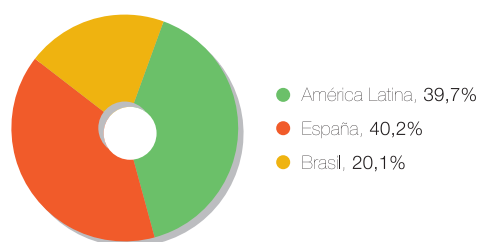
## Estimación de la producción de novedades en Iberoamérica

Se estima que la producción de títulos en Iberoamérica aumentó en 2005 en 7,5% respecto al 2004. La producción de títulos de España es muy significativa en relación con los demás países iberoamericanos: representa el 39,8% de la producción de novedades y reediciones y la mitad de los títulos registrados en los países hispanohablantes de la región. Brasil representa el 20,2% de la producción total que, por razones idiomáticas, se destina en su totalidad al mercado interno.

En la gráfica 2-3 se puede observar lo que se señaló anteriormente: la cantidad de novedades y reimpressiones registradas en

España está muy cerca de las novedades registradas en América Latina hispanohablante.

GRÁFICA 2-3  
COMPARACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE NOVEDADES Y REEDICIONES EN ESPAÑA, AMÉRICA LATINA HISPANOHABLANTE Y BRASIL (2003). ESTIMACIÓN



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Estimaciones del CERLALC

La producción editorial de América Latina hispanohablante se puede agrupar en cuatro conjuntos de países dependiendo del volumen de producción de títulos: el primero lo conforman Argentina, México y Colombia, en donde existen industrias editoriales y gráficas desarrolladas y alta exportación de libros. De este grupo cabe destacar Argentina que con la crisis vivida entre 2001 y 2002 registró un descenso en sus registros del 23% y ha aumentado año tras año hasta llegar a 17.231 títulos en 2005 cuando ha recuperado su liderazgo en América Latina. El segundo grupo está compuesto por Chile, Venezuela y Perú.

CUADRO 2-4  
ESTIMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE TÍTULOS EN AMÉRICA LATINA Y ESPAÑA

<b>País</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>% (2005)</b>
Argentina	12.368	9.534	13.022	16.040	17.231	10,9
Bolivia	384	446	570	646	911	0,6
Brasil	25.247	29.377	29.486	27.439	31.828	20,1
Chile	2.580	2.833	3.420	3.148	3.565	2,3
Colombia	7.600	8.914	9.185	9.640	10.383	6,6
Costa Rica	998	2.023	1.316	2.474	2.390	1,5
Cuba	1.433	1.474	1.469	1.075	<b>1.786</b>	1,1
Ecuador	1.250	1.276	1.629	2.060	2.736	1,7
El Salvador	144	291	250	332	284	0,2
Guatemala	517	585	445	411	522	0,3
Honduras	209	418	289	273	321	0,2
México	<b>11.268</b>	<b>11.493</b>	<b>11.723</b>	<b>12.075</b>	<b>11.673</b>	7,4
Nicaragua	300	212	306	397	398	0,3
Panamá	430	443	507	569	697	0,4
Paraguay	353	479	395	438	618	0,4
Perú	1.392	1.599	2.254	3.016	3.892	2,5
República Dominicana	621	623	724	586	883	0,6
Uruguay	<b>500</b>	<b>480</b>	1.146	644	1.192	0,8
Venezuela	3.100	2.867	2.061	2.867	3.723	2,4
Total América Latina	70.694	75.367	80.197	84.130	95.033	60,2
España	53.528	55.797	63.530	62.715	62.820	39,7
<b>Total Iberoamérica</b>	<b>124.222</b>	<b>131.164</b>	<b>143.727</b>	<b>146.845</b>	<b>157.853</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006

Agencia Española del ISBN. Datos página Web julio 2006.

Nota: México y Uruguay (en negrita) cálculos del CERLALC

Cuba 2005. Información suministrada por la Agencia cubana del ISBN sobre la producción real

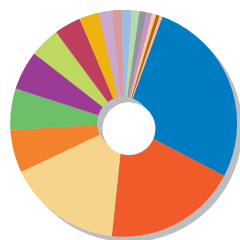


Estos últimos países vienen registrando aumentos significativos en su producción de títulos en los últimos años. El tercer grupo está compuesto por Costa Rica,

Ecuador y Cuba. El resto de países se encuentran en el cuarto grupo debido al tamaño más pequeño de su mercado editorial.

GRÁFICO 2-4  
PRODUCCIÓN DE NOVEDADES Y REEDICIONES EN AMÉRICA LATINA  
HISPANOHABLANTE (2005). ESTIMACIÓN

63.205 registros



● Argentina, 27,1%	● Ecuador, 4,3%	● Panamá, 1,1%
● México, 19,0%	● Costa Rica, 3,8%	● Paraguay, 1,0%
● Colombia, 16,3%	● Cuba, 2,8%	● Guatemala, 0,8%
● Perú, 6,1%	● Uruguay, 1,9%	● Nicaragua, 0,6%
● Venezuela, 5,9%	● Bolivia, 1,4%	● Honduras, 0,5%
● Chile, 5,6%	● Rep. Dominicana, 1,4%	● El Salvador, 0,4%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC. Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Estimaciones del CERLALC

## Producción de títulos, población e ingreso per cápita

El grado de desarrollo de la producción editorial de un país depende de muchos factores entre los que se cuentan el tamaño de los mercados, la disponibilidad de infraestructura para la producción manufacturera, la experticia del negocio, la base autoral nacional, la estructura de distribución, el ingreso disponible de los ciudadanos, el grado

de analfabetismo, la escolaridad, el desarrollo de hábitos lectores y otros factores como políticas de fomento de la producción editorial y la estabilidad política y económica de los países.

A continuación, se presentan datos que asocian el ingreso per cápita –aún con las limitaciones que este indicador tiene– con la producción editorial, medida en las novedades producidas en los diferentes países de la región. Esto se hace con el fin de reflexionar de modo preliminar sobre las relaciones que se podrían llegar a establecer entre estas variables.

CUADRO 2-5  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS, POBLACIÓN E INGRESO PER CÁPITA AÑO 2004

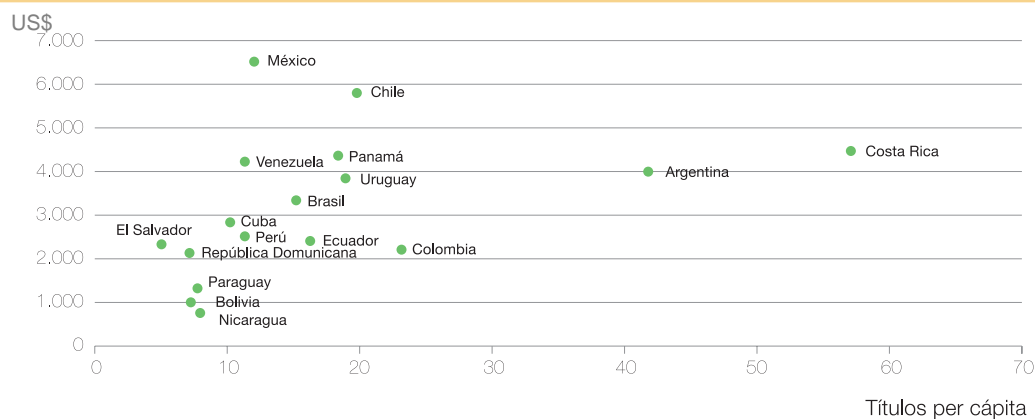
País	Población	Ingreso per capita (US\$)	Títulos	Títulos por 100.000 habitantes
España	42.690	24.360	62.820	147,2
Costa Rica	4.253	4.349	2.474	58,2
Argentina	38.372	3.988	16.040	41,8
Colombia	44.915	2.176	9.640	21,5
Chile	16.124	5.836	3.148	19,5
Uruguay	3.439	3.842	644	18,7
Panamá	3.175	4.325	569	17,9
Ecuador	13.040	2.322	2.060	15,8
Brasil	183.913	3.284	27.439	14,9
México	103.795	6.518	12.075	11,6
Venezuela	26.127	4.214	2.867	11
Perú	27.562	2.490	3.016	10,9
Cuba	11.245	2.880	1.075	9,6
Nicaragua	5.376	847	397	7,4
Paraguay	6.017	1.220	438	7,3
Bolivia	9.009	974	646	7,2
República Dominicana	8.768	2.130	586	6,7
El Salvador	6.762	2.340	332	4,9
Honduras	7.048	1.046	273	3,9
Guatemala	12.295	2.233	411	3,3

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006, Agencia Española del ISBN, Base de datos Banco Mundial

En el siguiente gráfico se observa una concentración para la mayoría de los países entre 10 y 20 títulos por cada cien mil habitantes, sin embargo existe una diferencia significativa en el ingreso que se percibe.

Se destacan por su producción Argentina y Costa Rica, que tienen niveles de ingresos per cápita similares a Venezuela y Panamá, y sin embargo cuadruplican el número de títulos por habitante.

GRÁFICA 2-5  
TÍTULOS PER CÁPITA E INGRESO PER CÁPITA EN AMÉRICA LATINA



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006, Agencia Española del ISBN, Base de datos Banco Mundial

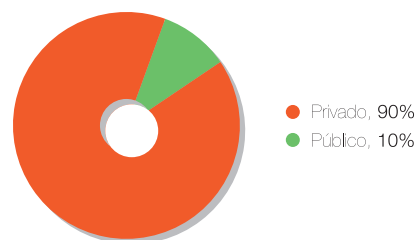
## Producción por naturaleza jurídica del editor

En el capítulo anterior se caracterizó el universo editorial de Iberoamérica de acuerdo con la naturaleza jurídica del editor. Ahora, según esta misma clasificación, se presenta la participación de las diferentes naturalezas jurídicas en el total de la producción de títulos. El 90% de la edición de la región se origina gracias a la actividad privada, representada por el 91% de los editores.

En América Latina la producción de novedades del sector privado está representada mayoritariamente por las sociedades en comandita, limitadas o

anónimas que producen el 58,16% de los títulos y representan el 29% de los agentes editores. Si se pudiera hacer este cálculo incluyendo las reimpresiones, la participación de las empresas subiría sustancialmente ya que esta categoría incluye a los editores industriales y comerciales que son los que realizan casi la totalidad de las reimpresiones para el mercado. Le siguen las entidades sin ánimo de lucro con 9,7% de la producción de novedades y 9,3% en el universo editorial. Las universidades participan en 5,8% de la producción y 5% de los agentes editoriales. Por su lado, los autores-editores representan tan solo el 7,1% de la producción y el 36,8% del universo editorial. Esta diferencia se debe, como ya se ya dicho, a que la gran mayoría de autores-editores editan solamente un libro o dos máximo.

GRÁFICA 2-6  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR NATURALEZA  
JURÍDICA DEL EDITOR EN IBEROAMÉRICA



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Cálculos CERLALC

El 88,5% de la edición española tiene su origen en el sector privado. Sólo el 11,5% de los títulos son producidos por el sector público. Al comparar la participación de las diferentes naturalezas jurídicas en el total del universo editor y en el total de títulos producidos se observa que hay diferencias importantes. Los editores públicos, que representan el 17,1% del

CUADRO 2-6  
PARTICIPACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE  
TÍTULOS SEGÚN LA NATURALEZA JURÍDICA  
DEL EDITOR EN AMÉRICA LATINA (2005)

Naturaleza	%
Sociedades en comandita, limitadas o anónimas	58,16
Entidades sin ánimo de lucro	9,68
Universidad	9,33
Entidades e instituciones públicas	8,19
Autor-editor	7,09
Otro o sin información	7,56
<b>Total general</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Argentina, México, Brasil Cálculos CERLALC a partir de años anteriores

universo editor de España, producen 11,5% de los títulos. En cuanto al sector privado, los editores representan 82,8% del universo editorial y 88,5% de la producción de títulos. En los capítulos siguientes se abordarán más a fondo las editoriales comerciales, los editores públicos, los editores universitarios y los editores sin ánimo de lucro.

CUADRO 2-7

## REGISTRO DE TÍTULOS EN EL SISTEMA ISBN SEGÚN NATURALEZA JURÍDICA DEL AGENTE EDITORIAL EN ESPAÑA

Tipo de agente editor	2004	%	2005	%
Organismos Oficiales de la Administración General del estado	1.940	2,5	1.618	2,1
Organismos Oficiales de la Administración Autonómica y local del estado	3.336	4,3	4.207	5,5
Instituciones Educativas de las Administraciones Públicas	2.587	3,3	2.347	3,1
Instituciones Culturales de las Administraciones Públicas	469	0,6	578	0,8
Total administraciones públicas	8.332	10,8	8.750	11,5
Autor-Editor	3.911	5,1	4.748	6,2
Editoriales pequeñas	15.263	19,7	16.488	21,6
Editoriales medianas	23.358	30,2	20.744	27,2
Editoriales grandes	26.503	34,3	25.461	33,4
Total sector privado	69.035	89,2	67.441	88,5
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>77.367</b>	<b>100</b>	<b>76.191</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencia Española del ISBN Incluye reimpressiones

## Concentración de los títulos por ciudad

El siguiente cuadro muestra las ciudades donde se registran más libros en los países iberoamericanos. Se observa que el registro de títulos se concentra en las capitales (exceptuando Brasil) con diferentes niveles de

participación y que en Argentina, Brasil, Bolivia y España, la participación de la ciudad capital en la cantidad total de títulos es menor, lo que puede traducirse en que existen otras ciudades importantes donde se editan libros. Sao Pablo, Rio de Janeiro, Barcelona, Santa Cruz de la Sierra y Cochabamba, en Bolivia, participan de manera importante en el total de títulos registrados.

CUADRO 2-8  
 CIUDAD QUE MÁS REGISTRA NOVEDADES DE TODOS LOS AGENTES  
 EDITORIALES EN CADA PAÍS

Ciudad	2004	%	2005	%
Asunción	414	94,5	566	91,6
Bogotá D,C,	7.427	77,0	7.816	75,3
Buenos Aires	10.261	64,0	11.639	67,5
Caracas	2.048	71,4	2.704	72,6
Ciudad de La Habana	734	68,3	446	70,5
Guatemala	397	96,6	429	82,2
La Paz	381	58,1	464	50,9
Lima	2.716	90,1	3.627	93,2
Managua	353	88,9	355	89,2
Montevideo	546	84,8	1.016	85,2
Panamá	549	98,2	694	99,6
Quito	1.685	81,8	1.888	69,0
Rio de Janeiro	6.273	22,9	4.950	15,6
San José	1.814	73,4	1.758	73,6
San Salvador	285	85,8	191	67,3
Santiago	2.851	90,6	3.244	91,0
Santo Domingo, D, N,	534	91,1	741	83,9
Sao Paulo	15.939	58,1	12.261	38,5
Tegucigalpa	218	79,9	197	61,4
Barcelona	24.653	31,9	24.921	32,7
Madrid	28.072	36,3	26.764	35,1

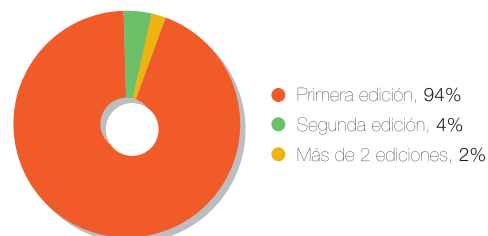
Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
 Agencia Española del ISBN  
 Cálculos CERLALC

## Títulos por número de edición

El número de ediciones que tiene un título indica el éxito que ha tenido en el mercado.

El 94% del total de títulos registrados en Iberoamérica corresponde a primeras ediciones, tan sólo 4% tiene una segunda edición y 2% requiere nuevas reediciones.

GRÁFICA 27  
REGISTRO DE TÍTULOS EN IBEROAMÉRICA  
SEGÚN EL NÚMERO DE EDICIÓN



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Cálculos CERLALC

CUADRO 2-9  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR NÚMERO DE EDICIÓN (2005)

Novedades y reediciones	América Latina	España	Iberoamérica	%
Primera edición	46.959	60.007	106.966	93,9
Segunda edición	2.543	1.690	4.233	3,7
Tercera edición	599	494	1.093	1,0
Cuarta edición	220	222	442	0,4
Quinta edición	150	147	297	0,3
Sexta edición	97	219	316	0,3
Más de 10 ediciones	466	105	571	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>51.034</b>	<b>62.884</b>	<b>113.918</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Sin Brasil

En 2005, el 13% del total de títulos registrados en Iberoamérica requirieron alguna reedición.

## Títulos por área temática

Para construir el cuadro del registro de títulos por materia en América Latina se tomó la clasificación temática elaborada para el CERLALC (1991) por el profesor Juan Carlos Merlo, quien adoptó el sistema de clasificación decimal de Melvin Dewey (19 ed.). Esta clasificación es la misma que se utiliza en la mayoría de las Agencias ISBN de América Latina. A partir de esta clasificación, se hizo un análisis de las categorías que más se publican en América Latina. Existen subcategorías que, por su alta producción, merecen considerarse como dato

independiente. De esta manera se establecieron las 22 clasificaciones temáticas del cuadro 2-10.

En América Latina la literatura es el área más publicada. En el cuadro se presentan por separado los libros educativos de los textos escolares para primaria y bachillerato.

Estas tres categorías juntas representan el 13% de los títulos registrados en el 2003. Por otro lado, es importante resaltar que la producción de títulos de Derecho y Ciencias Sociales es significativa en América Latina.

En España, la clasificación temática de los libros se hace según las 25 categorías de la clasificación actual de la UNESCO<sup>4</sup>.

<sup>4</sup>Sistema de clasificación CDU  
Panorama de la edición Española,  
p. 12.



CUADRO 2-10  
REGISTRO DE TÍTULOS POR MATERIA EN AMÉRICA LATINA (2004-2005)

	2004	%	2005	%
Literatura	11.466	15,4	14.351	17,0
Generalidades***	6.286	8,5	9.238	10,9
Ciencias Sociales*	4.888	6,6	6.471	7,7
Derecho, Leyes, Jurisprudencia	4.140	5,6	6.443	7,6
Religión	4.322	5,8	5.069	6,0
Educación**	3.714	5,0	4.864	5,8
Textos para primaria	3.554	4,8	4.768	5,6
Geografía e historia, Guías de viaje	3.110	4,2	3.731	4,4
Artes, recreación y deportes	2.792	3,8	3.724	4,4
Tecnología y Ciencias aplicadas****	1.551	2,1	3.327	3,9
Medicina	2.021	2,7	3.211	3,8
Ciencias Puras	1.953	2,6	2.898	3,4
Literatura infantil y juvenil	2.540	3,4	2.777	3,3
Economía	1.283	1,7	1.780	2,1
Lenguas, Lingüística	1.150	1,5	1.628	1,9
Administración, Gestión empresarial, Organizaciones, Contabilidad	1.048	1,4	1.612	1,9
Filosofía	1.918	2,6	1.456	1,7
Textos para secundaria	1.125	1,5	1.348	1,6
Psicología	1.097	1,5	1.313	1,6
Agricultura, Ganadería, Pesca, Acuicultura	905	1,2	1.021	1,2
Astrología, ocultismo, quirología, esotéricos y parapsicología	821	1,1	867	1,0
Computación, Programación, Informática	439	0,6	568	0,7
Sin información	12.144	16,4	2.073	2,5
<b>Total general</b>	<b>74.267</b>	<b>100,0</b>	<b>84.538</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006

\* sin economía; derecho; Leyes, jurisprudencia sin educación.

\*\*sin textos escolares.

\*\*\*sin computación, programación, informática.

\*\*\*\*sin agricultura, ganadería, pesca, acuicultura; sin medicina.

CUADRO 2-11  
REGISTRO DE TÍTULOS POR MATERIA EN ESPAÑA (2004-2005)

Materias	2004	%	2005	%
Literatura	13.322	17,2	15.218	20,0
Enseñanza, Educación	15.284	19,8	13.155	17,3
Generalidades	12.760	16,5	12.715	16,7
Historia, Biografía	4.444	5,7	4.327	5,7
Derecho, Administración Pública	3.289	4,3	2.801	3,7
Ciencias Médicas, Higiene pública	2.642	3,4	2.614	3,4
Filosofía, Psicología	2.667	3,4	2.586	3,4
Geografía, Viajes	1.882	2,4	2.475	3,2
Religión, Teología	2.903	3,8	2.447	3,2
Ingeniería, Tecnología, Informática	2.198	2,8	2.162	2,8
Artes plásticas, Artes gráficas	2.154	2,8	2.127	2,8
Urbanismo, Arquitectura	1.502	1,9	1.782	2,3
Ciencias Naturales	1.789	2,3	1.621	2,1
Ciencias Políticas y económicas	1.692	2,2	1.618	2,1
Lingüística, Filología	1.376	1,8	1.352	1,8
Juegos, Deportes, Pasatiempos	1.100	1,4	1.149	1,5
Economía Doméstica	1.188	1,5	1.104	1,4
Sociología, Estadística	1.061	1,4	1.021	1,3
Música, Teatro, Cine	918	1,2	983	1,3
Gestión de empresas y organización	1.039	1,3	933	1,2
Etnografía, Usos y costumbres	685	0,9	639	0,8
Agricultura, Silvicultura, Ganadería	614	0,8	557	0,7
Comercio, Comunicaciones, Transporte	393	0,5	407	0,5
Matemáticas	348	0,4	289	0,4
Arte y ciencia militar	117	0,2	109	0,1
<b>Total</b>	<b>77.367</b>	<b>100,0</b>	<b>76.191</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Agencia Española del ISBN  
Incluye reimpressiones

## Características físicas de los libros

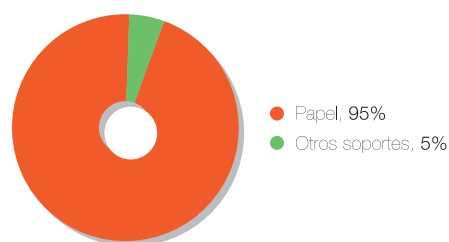
Los formularios para registrar títulos en Iberoamérica contienen una serie de campos donde se ingresa información sobre las características físicas del libro para el cual están solicitando ISBN. Entre ellas se encuentran variables como el tipo de soporte, tipo de encuadernación y tipo de impresión utilizado en la producción de un libro, entre otras.

### Títulos por tipo de soporte

La información sobre tipo de soporte utilizado para la producción de libros señala las preferencias de los lectores a la hora de acercarse a los libros y el grado de uso de nuevas tecnologías vinculadas al proceso de edición. Para el caso de España, la información sobre títulos en soportes diferentes al papel es adicional al total de títulos que hasta ahora se ha presentado (76.191 en el 2005) y, para América Latina hace parte del total de títulos registrado en los cuadros anteriores.

En la siguiente gráfica se observa que el 5% del total de títulos registrados en Iberoamérica se producen en soportes diferentes al papel.

GRÁFICA 2-8  
REGISTRO DE TÍTULOS EN IBEROAMÉRICA  
SEGÚN TIPO DE SOPORTE



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Cálculos CERLALC

Por otro lado, en la tabla siguiente se discriminan los libros registrados en soportes diferentes al papel: la producción de libros en CD-ROM es la más utilizada y representa cerca del 50% de los libros registrados en otros soportes.

CUADRO 2-12  
EDICIÓN POR TIPO DE SOPORTE INGRESADOS A LA BASE DEL ISBN  
EN AMÉRICA LATINA (2004-2005)

SopORTE	2004	%	2005	%
Papel	71,800	96.70%	81,292	96.20%
Total Soportes diferentes a papel	2.118	2,90	2.718	3,20
*CD-ROM	1.316	1,77	1.296	1,53
*Internet	95	0,13	173	0,21
*Video	209	0,28	120	0,14
*E-book	73	0,10	112	0,13
*Casete	29	0,04	17	0,02
*Disquete	58	0,08	10	0,01
*Braille	5	0,01	4	0,01
*Otro	333	0,45	986	1,17
Sin determinar	349	0,50	528	0,60
<b>Total general</b>	<b>74.267</b>	<b>100</b>	<b>84.538</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006

Cálculos CERLALC

Nota: Se ha identificado un subregistro de la información sobre los libros que son editados en braille en América Latina. El CERLALC tiene entre sus aspiraciones fomentar el registro de esta información en las Agencias ISBN

Al analizar de manera separada el registro de títulos en soportes diferentes al papel, en España se puede observar que es superior en 3% al registro de América Latina. Esto indica que el uso de tecnologías diferentes en el proceso de edición está más generalizado en

España: la edición electrónica es claramente la opción más utilizada (97% de la edición en soportes diferentes al papel). La edición electrónica incluye libros en CD-ROM, e Internet entre otros.

CUADRO 2-13  
EDICIÓN POR TIPO DE SOPORTE INGRESADOS A LA BASE DEL ISBN EN ESPAÑA

	2004	%	2005	%
Papel	77.367	94,1	76.191	93,8
Otros soportes	4.840	5,9	5.041	6,2
Micro-formas	10	0,0	25	0,0
Edición Electrónica	4.478	5,4	4.883	6,0
Videolibro	169	0,2	56	0,1
Audio-libro	181	0,2	77	0,1
Diapositivas	2	0,0	0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>82.207</b>	<b>100</b>	<b>81.232</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencia Española del ISBN

## Títulos registrados en América Latina por tipo de encuadernación, tipo de papel y tipo de impresión

Para la mayoría de los libros en papel registrados en América Latina, se cuenta con información adicional sobre el tipo de encuadernación, el tipo de papel y el tipo de impresión utilizados. La encuadernación usada permite deducir si estas son masivas o populares, si están dirigidas a los segmentos del mercado con mayores ingresos o corresponden a proyectos editoriales en donde se desea una encuadernación de

mayor calidad. En el cuadro 2-14 se observa que la gran mayoría de libros que se registran tienen encuadernación rústica.

En cuanto al papel, se observa el uso reiterado de papeles bond para la producción de los libros. Le sigue el papel esmaltado o couché que se utiliza en una proporción mucho menor, en gran medida por sus características y precio. Es común que la encuadernación rústica vaya con papeles económicos como bond o periódico. De ahí que la participación del papel bond y periódico (76,2%) en la producción de libros se pueda relacionar con los datos de encuadernación rústica (72,7%).

CUADRO 2-14  
OTRAS CARACTERÍSTICAS DE PRODUCCIÓN EN AMÉRICA LATINA (ENCUADERNACIÓN)

	2004	%	2005	%
Rústica	52.184	72,7	58.775	72,3
Tapa dura	4.230	5,9	6.091	7,5
Sin determinar	15.386	21,4	16.426	20,2
<b>Total general</b>	<b>71.800</b>	<b>100,0</b>	<b>81.292</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006. Cálculos CERLALC

CUADRO 2-15  
OTRAS CARACTERÍSTICAS DE PRODUCCIÓN EN AMÉRICA LATINA (PAPEL)

	2004	%	2005	%
Bond	34.222	74,1	39.272	74,8
Esmaltado	5.628	12,2	6.933	13,2
Periódico	965	2,1	1.538	2,9
Biblia	58	0,1	101	0,2
Otros	850	1,8	1.448	2,8
No aplica y sin información	4.473	9,7	3.196	6,1
<b>Total general</b>	<b>46.196</b>	<b>100,0</b>	<b>52.488</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006. Cálculos CERLALC. Sin Brasil

CUADRO 2-16  
OTRAS CARACTERÍSTICAS DE PRODUCCIÓN EN AMÉRICA LATINA (IMPRESIÓN)

	2004	%	2005	%
Off-set	26.169	86,8	29.222	85,2
Digital	1.911	6,3	2.336	6,8
Tipográfica	461	1,5	787	2,3
Xerográfica	642	2,1	517	1,5
Otro	89	0,3	110	0,3
Sin información	872	2,9	1.315	3,8
<b>Total general</b>	<b>30.144</b>	<b>100,0</b>	<b>34.287</b>	<b>100,0</b>

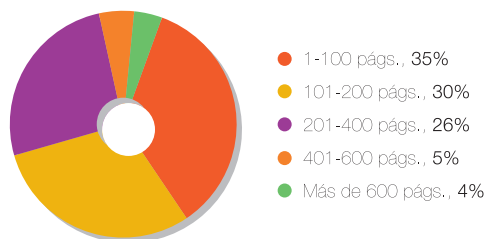
Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006. Agencia Española del ISBN. Cálculos CERLALC

Según la información registrada en el sistema ISBN de América Latina, el tipo de impresión de uso más generalizado en la actualidad es el sistema offset. Esta impresión puede ser en rotativas para grandes tirajes o en planas para tirajes menores. Aunque no es significativo, es importante reseñar que el uso de la tecnología digital de impresión ha aumentado en los últimos años: entre 2004 y 2005 se observa un aumento de 0,5%.

## Títulos por rango de páginas

El número de páginas de un libro depende del área temática o del género de su contenido. Esta información se pudo estandarizar para Iberoamérica. En la siguiente gráfica se muestra la producción discriminada mediante el rango de páginas de los libros. Un 65% de la producción iberoamericana de libros tiene menos de 200 páginas.

GRÁFICA 2-9  
RANGO DE PÁGINAS DE LOS LIBROS REGISTRADOS EN LAS AGENCIAS ISBN DE IBEROAMÉRICA (2005)



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006. Agencia Española del ISBN. Cálculos CERLALC. España incluye reimpressiones

El 37% de los títulos registrados en América Latina en el 2005 tiene 100 páginas o menos.

CUADRO 2-17  
RANGO DE PÁGINAS DE LOS LIBROS REGISTRADOS EN AMÉRICA LATINA

Rango páginas	2005	%
1-100	29.225	37,0
101-200	24.941	31,6
201-300	12.388	15,7
301-400	5.685	7,2
401-500	2.626	3,3
501-600	1.436	1,8
Más de 600	2.582	3,3
Total	78.883	100,0
Sin información	5.655	–
Total general	84.538	–

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Cálculos CERLALC

Algo muy similar ocurre en España en donde el 30,4% de los títulos tienen menos de 100 páginas.

CUADRO 2-18  
RANGO DE PÁGINAS DE LOS LIBROS  
REGISTRADOS EN ESPAÑA

Rango páginas	2005	%
Hasta 12 páginas	1.661	2,3
De 13 a 48 páginas	10.024	13,7
De 49 a 100 páginas	10.530	14,4
De 101 a 200 páginas	20.763	28,4
De 201 a 400 páginas	21.821	29,9
De 401 a 600 páginas	6.213	8,5
Más de 600 páginas	3.675	5,0
Total	73.026	100
Sin especificar páginas	1.504	–
Total general	74.530	–

Fuente: Agencia Española del ISBN  
Incluye reimpressiones

## Títulos por lengua de publicación

Al discriminar el volumen de títulos (363.146) registrado en Latinoamérica en cinco años por el idioma en el que se publicaron, el español y el portugués son las dos lenguas con mayor participación. El 58,1% de los títulos se publicaron en castellano, el 38,7% en portugués y el resto se registró en otros idiomas.

La relación es similar a como Ethnologue estima la población según idiomas

hablados: 271.928.700 millones de personas hablan español y 163.153.389 hablan portugués.

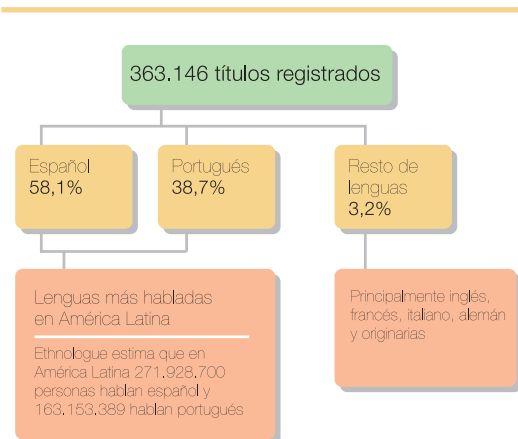
Entre los títulos registrados en otras lenguas diferentes al castellano y portugués, se destacan los editados en francés, italiano, alemán y japonés (1,6%, en total que incluye lenguas originales) que son habladas por grupos poblacionales minoritarios que inmigraron al continente americano y conservan sus lenguas maternas a la par que el castellano y el portugués.

En el caso de títulos registrados en inglés su número es mayor dado el uso de este idioma como segunda o tercera lengua en algunos países (o como idioma para acceder al grado universitario en muchas universidades de América Latina); son en su mayoría de carácter científico y textos educativos (2,3%). La participación de títulos registrados en inglés parece baja frente a la población que habla el idioma en Latinoamérica. **El 24,3% de las importaciones de libros en latinoamérica son hechas desde Estados Unidos.**

Al analizar separadamente la información registrada en las Agencias ISBN de América Latina hispanohablante (sin Brasil), se observa que el 95% de los títulos registrados en el año 2005 están escritos en castellano.



GRÁFICA 2-10  
REGISTRO DE TÍTULOS SEGÚN LENGUA  
(2001-2005)



Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Cálculos CERLALC

España, entre tanto, tiene una variedad idiomática vigente. Aparte del castellano se hablan el catalán (principalmente en Cataluña), el euskera en el País Vasco y Navarra, el gallego en Galicia y el valenciano en Valencia, entre otros. Después del castellano (75,8% para el 2005), el catalán es la lengua española con más títulos registrados (10,1%), seguido por el euskera, gallego y valenciano (2,4%, 2,4% y 1,4% respectivamente).

Respecto a las lenguas no españolas, al igual que en América Latina, el inglés presenta una participación mayor (1,6%) en el total de títulos registrados.

CUADRO 2-19  
REGISTRO DE TÍTULOS SEGÚN LENGUA EN ESPAÑA

	2004	%	2005	%
Castellano	59.142	76,4	57.728	75,8
Catalán	7.781	10,1	8.566	11,2
Euskera	1.834	2,4	1.728	2,3
Gallego	1.849	2,4	1.827	2,4
Valenciano	1.072	1,4	887	1,2
Otras lenguas españolas	110	0,1	49	0,1
Lenguas españolas	71.788	92,8	70.785	92,9
Alemán	163	0,2	154	0,2
Francés	514	0,7	392	0,5
Inglés	1.268	1,6	1.256	1,6
Italiano	319	0,4	169	0,2
Portugués	769	1,0	661	0,9
Otras Lenguas	146	0,2	212	0,3
Lenguas extranjeras	3.179	4,1	2.844	3,7
Multilingües	2.400	3,1	2.562	3,4
<b>Total</b>	<b>77.367</b>	<b>100</b>	<b>76.191</b>	<b>100</b>

Fuente Agencia Española del ISBN  
Incluye reimpressiones

## Una primera mirada a los títulos editados en lenguas indígenas

Para analizar la cantidad de títulos en lenguas indígenas registrados en las agencias ISBN de América Latina, la información consignada apenas constituye un aporte preliminar, en

vista de que ofrece información parcial de los títulos registrados en otros idiomas. La base presenta problemas de carácter metodológico, especialmente en la estandarización de la variable lengua por los editores que diligenciaron el formulario de las agencias ISBN. En muchos países las lenguas indígenas se categorizan como “otros idiomas”, por lo que en un principio países

como México, Guatemala y Colombia, entre otros, reportaban muy pocos títulos.

Los títulos registrados en lenguas indígenas son inferiores al 1%. Esta baja participación de las lenguas indígenas tiene varias explicaciones en las que ahondaremos más adelante, desde el punto de vista del mercado editorial. Y desde luego no guarda ninguna proporción con la población indígena del continente, cercana a los treinta millones de personas.

Según la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura –UNESCO– en el mundo hay 7.000 lenguas en uso y cada año desaparecen 20. La mitad de las existentes están bajo amenaza de extinción<sup>5</sup>. En América Latina este problema es evidente: la presencia dominante del español, el portugués y el inglés, presionan el desplazamiento de lenguas que sólo usan pequeños grupos de personas. En muchos de los casos se trata de ancianos que se rehúsan a la adopción de nuevos sistemas de códigos lingüísticos.

Debido a la existencia de lenguas dominantes, que pertenecen a sistemas económicos dominantes, muchas lenguas ocupan puestos marginales debido al uso más funcional de otras lenguas. Las presiones culturales y económicas y el uso de nuevas tecnologías que requieren la homogenización en los códigos de comunicación, han desplazado y reemplazado las lenguas nativas de amplios territorios de América Latina.

En términos generales las editoriales comerciales en América Latina, por razones

de mercado, no han abordado la producción de títulos en lenguas indígenas. La escasa producción editorial en lenguas indígenas está en el campo de políticas gubernamentales o, en aislados casos, obedece a ediciones institucionales u organizaciones no gubernamentales.

Los títulos registrados en lenguas indígenas (una evaluación muy preliminar) tienen una participación de 0,07%. Este porcentaje corresponde a 243 títulos publicados en alguna lengua indígena. Los títulos registrados en español y una lengua indígena corresponden al 0,01%, es decir, a 23 títulos, 7 en español-guaraní, 12 de español-shuar y 4 de español-quechua/quichua.

Los títulos registrados en lenguas indígenas parecen ser pocos para el porcentaje de la población indígena del continente. Sin embargo este hecho puede ser explicado por varias razones. En primer lugar la tradición oral es para muchas comunidades más importante que la tradición escrita, y los índices de alfabetización en lengua materna son muy bajos. En segundo lugar la diversidad lingüística es amplia en América Latina, lo que hace que la población asociada a cada lengua sea de poca densidad.

Como ejemplo, en Colombia la población asociada a la familia chibcha es de 19.988 personas, según el censo de 1993 realizado por el DANE. Esta familia lingüística está compuesta a su vez por las lenguas Kogui, Ika, Wiwa, Uwa, Chimila, Barí, y Kuna. En la praxis esta segmentación lleva a una

<sup>5</sup>Cevallos, Diego. Cultura- América Latina: Lenguas Indígenas en agonía. En <http://www.ipsnoticias.net/nota.asp?idnews=37152>. Consultada el 14 de agosto de 2006.

división de la población en grupos aun más pequeños, que si bien pertenecen a la misma familia lingüística, su lengua está diferenciada por el modo como cada comunidad percibe el entorno y lo que media entre la realidad y los símbolos. Esto imposibilita el uso de un texto para el total de la población perteneciente a cada familia lingüística.

En esta primera aproximación sobre los títulos registrados e identificados en lenguas indígenas en América Latina (243 títulos), se registraron 36 lenguas diferentes que son: Aleute (América del Norte), Guaraní (Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay), Aymara (Bolivia, Perú, Argentina, Chile), Quechua-Quichua (Perú, Ecuador, Colombia), Maya, Achi, Qeqchi, Poqomchi, Mixteca, Kixhee, Kaqchikel, Mapudungun, Tzutujil, Mazateco, Tzaltal, Tzotzil, Totonaco, Zoque, Popti, Qanjobal, Kaqchikel, Pogoman, Man, (Guatemala, México, Nicaragua), Guayabero, Wayuu, Piaroa, Kogui, Indígena-Colombia (Colombia), Pemon (Venezuela), Kunza, Ayoreo (Paraguay, Bolivia), Enxet (Paraguay), Trinitario, Tsimane, (Bolivia).

La familia lingüística que más títulos registró es la maya. Participa en el total con 54 títulos, la quechua con 28, la jaqi con la lengua aymara con 27, la guaraní con 19 y la chibcha con la lengua kogui con 16. Estas familias lingüísticas corresponden en América Latina a las familias con mayor población indígena. Se estima que hay 16.251.095 millones de hablantes de lenguas de la familia maya, 8.037.500 de la familia quechua,

2.227.642 de la familia aymará, y 4.688.670 de la familia tupí-guaraní, según datos registrados en Ethnologue.

En el siguiente cuadro se muestra la cantidad de títulos en lenguas indígenas identificados en el periodo 2001-2005 y clasificadas según familia lingüística.

CUADRO 2-20  
TÍTULOS EN LENGUAS INDÍGENAS  
REGISTRADOS ENTRE 2001-2005 EN LAS  
AGENCIAS NACIONALES ISBN DE AMÉRICA  
LATINA (AGRUPADOS POR FAMILIAS  
LINGÜÍSTICAS)

Familias	Títulos	Porcentaje
Fam. Maya	87	35,8
Lengua Aislada	34	14,0
Fam. Quechua	28	11,5
Fam. Jaqi	27	11,1
No clasificadas	20	8,2
Fam. Tupí- Guaraní	19	7,8
Fam. Chibcha	16	6,6
Fam. Guahibo	4	1,6
Fam. Pemon	2	0,8
Fam. Arawac	2	0,8
Fam. Saliba	2	0,8
Fam. Arawakan	1	0,4
Fam. Mapuche	1	0,4
Total	243	100

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Cálculos CERLALC

## Nacionalidad de los autores de los títulos registrados en América Latina

En los cuadros siguientes se presenta información sobre la nacionalidad de los autores de los libros registrados en América Latina. Los datos corresponden a la cantidad total de autores asociados a los títulos. Cada título puede tener más de un autor y un autor puede publicar más de un título. En este sentido, es posible que se contabilice más veces la nacionalidad de un autor en la medida en que haya publicado más de un título.

En el siguiente cuadro se relacionan las participaciones de los autores locales y

extranjeros en el total de datos sobre autores. Como es de esperar, todos los países de la región registran mayoritariamente autores locales en sus libros. Una mayor participación de los autores extranjeros en las publicaciones de un país puede tener explicaciones como que los autores extranjeros tienen gran aceptación en los mercados locales, que un grupo de autores extranjeros residan en el país o que no se ha generado una base importante de autores nacionales. En algunos casos, la capacidad exportadora de la industria editorial en un país permite a los editores publicar autores extranjeros y/o hacer traducciones para atender a otros mercados. Esto podría explicar el caso colombiano donde se presenta 81,9% de autores de 52 países extranjeros.

CUADRO 2-21  
AUTORES NACIONALES VS AUTORES EXTRANJEROS DE LOS TÍTULOS REGISTRADOS EN  
AMÉRICA LATINA (2004-2005)\*

Nacionalidad	Del país	%	De otros países	%	Total general	Nº Países
Bolivia	764	90,1	84	9,9	848	14
Chile	3.543	92,3	297	7,7	3.840	26
Colombia	8.797	81,9	1.940	18,1	10.737	52
Costa Rica	1.879	89,2	228	10,8	2.107	33
Cuba	187	97,4	5	2,6	192	5
Ecuador	2.454	87,8	341	12,2	2.795	34
El Salvador	279	87,2	41	12,8	320	17
Guatemala	548	78,0	155	22,0	703	20
Honduras	244	90,0	27	10,0	271	11
Nicaragua	351	85,4	60	14,6	411	16
Panamá	612	83,6	120	16,4	732	25
Paraguay	526	85,0	93	15,0	619	16
Perú	1.542	91,5	144	8,5	1.686	26
Republica Dominicana	828	87,4	119	12,6	947	18
Venezuela	1.873	86,6	289	13,4	2.162	32
<b>Total general</b>	<b>24.427</b>	<b>86,1</b>	<b>3.943</b>	<b>13,9</b>	<b>28.370</b>	<b>62</b>

\* No incluye Brasil, México y Argentina.

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006. Cálculos CERLALC

En el cuadro 2-22 se indica la nacionalidad de los autores no latinoamericanos de los libros registrados en el sistema ISBN. Los autores españoles son los que tienen mayor

participación como autores de los títulos registrados en América Latina; le siguen los autores estadounidenses.

CUADRO 2-22  
 NACIONALIDAD DE LOS AUTORES  
 NO LATINOAMERICANOS CON  
 TÍTULOS REGISTRADOS EN  
 AMÉRICA LATINA (2004-2005)

Nacionalidad	Total	%
Español	724	29,4
Estadounidense	509	20,7
Británico	217	8,8
Francés	202	8,2
Alemán	167	6,8
Italiano	149	6,0
Canadiense	72	2,9
Holandés	60	2,4
Griego	39	1,6
Sueco	39	1,6
Hindú	31	1,3
Ruso	26	1,1
Suizo	20	0,8
Otros	209	8,5
<b>Total general</b>	<b>2.464</b>	<b>100</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
 Cálculos CERLALC

## Ejemplares registrados en las Agencias Nacionales ISBN

El siguiente cuadro presenta el total de ejemplares registrados en algunas de las Agencias ISBN de América Latina. No se incluyen los países sobre los cuales se dispone información de la producción realizada (ver capítulo 4). En el momento de registrar un título, muchas veces el editor no tiene la certeza de cuántos ejemplares finalmente producirá o simplemente no quiere hacer pública esa información. Por esta razón, hay que advertir que esta información es parcial y en muchos casos representa presupuestos y no la producción real.

CUADRO 2-23  
EJEMPLARES TOTALES REGISTRADOS EN  
LAS AGENCIAS ISBN DE AMÉRICA LATINA

País	2004	2005
Argentina	50.396.803	–
Chile	8.721.304	21.683.273
Costa Rica	3.862.996	2.936.422
Cuba	10.934.007	9.146.169
Ecuador	7.722.186	11.013.034
El Salvador	541.653	448.902
Guatemala	763.395	878.448
Nicaragua	623.418	502.282
Perú	41.483.526	56.287.551
República Dominicana	861.300	1.484.405
Uruguay	514.313	1.350.035
Venezuela	21.939.238	14.756.452

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Agencia Española del ISBN  
Cálculos CERLALC

En Iberoamérica se registraron cerca de 175.000 títulos en el 2004 incluyendo a Portugal. De estos títulos, el 10% corresponde a agentes editores de naturaleza jurídica pública y el 90% de naturaleza privada. En los siguientes capítulos se ampliará la información de la producción de los agentes editores públicos, las universidades y las editoriales industriales y comerciales. No fueron objeto de la presente investigación los estudios sobre los agentes editores correspondientes a las entidades sin ánimo de lucro y los de autores-editores, ni la edición de empresas jurídicas que editan muy esporádicamente para fines institucionales o publicitarios.





## La edición del estado en iberoamérica

El siguiente capítulo describe, de forma general, la actuación del Estado en América Latina en la implementación de programas de dotación de textos escolares o colecciones gratuitas. Igualmente se hace una primera aproximación numérica a las publicaciones realizadas por entidades oficiales. Además se describen los casos de México, Cuba y Venezuela por la relevancia de su participación en la producción editorial estatal.



## Tamaño de la publicación estatal en América Latina

En todos los países latinoamericanos se cuenta con publicaciones realizadas por entidades oficiales. Cerca de cinco mil títulos fueron registrados en el ISBN por distintas entidades públicas durante el 2005, como se muestra en el Cuadro 3-1.

En términos generales existen muchas razones que impulsan la actividad editorial por parte de entes estatales: desde la publicación de memorias institucionales de los ministerios hasta la distribución gratuita de textos escolares y antologías literarias. Entre ellos, el texto escolar es un punto relevante de observación.

CUADRO 3-1  
TÍTULOS PUBLICADOS POR ESTAMENTOS  
PÚBLICOS EN AMÉRICA LATINA (AÑO 2005)

<b>País</b>	<b>Total</b>
Cuba	1.782
Venezuela	995
Colombia	851
Brasil	822
México	501
Argentina	431
Perú	211
Costa Rica	156
Chile	123
Ecuador	118
Bolivia	75
Honduras	66
República Dominicana	43
Uruguay	35
El Salvador	28
Panamá	27
Paraguay	13
Nicaragua	6
Guatemala	3
<b>Total general</b>	<b>4.933</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN/CERLALC. Mayo 2006

## El texto escolar en América Latina

Diversos países de América Latina han elaborado programas estatales para los textos escolares –dada su importancia para la educación masiva de la población–, al mismo tiempo que los ministerios de educación determinan sus delineamientos curriculares. Como se observa en el Cuadro 3-2, países como Argentina, Brasil, Chile, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Uruguay y Venezuela contratan a editores privados para la realización de los textos, y por medio de licitaciones se buscan mayores eficiencias del gasto en educación.

La financiación de los proyectos de dotación de texto escolar es mediada por la participación del presupuesto nacional y la financiación internacional.

México y Cuba son los únicos países con participación directa de sus Estados en los procesos de edición de textos escolares, aunque en el caso mexicano una parte de los textos escolares de secundaria también se contrata a editores privados. En casos como México, Brasil y Argentina, la distribución de los textos escolares se realiza por medio de distintas entidades públicas para garantizar el cubrimiento de todo el territorio nacional, incluyendo los lugares más apartados del país.

CUADRO 3-2  
PROGRAMAS ESTATALES PARA TEXTOS ESCOLARES

País	Proyecto	Edición	Impresión	Distribución	Financiamiento
Argentina	Programa Nacional de Becas Estudiantiles (PNBE)	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Pública, a través del Ejército Argentino	Financiamiento internacional y presupuesto local
	Programa Global de adquisición de libros 2004-2006	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas		Presupuesto gubernamental
Bolivia	Producción y distribución de materiales educativos	Privadas con supervisión MEN	Editoriales Privadas o licitaciones	Dirección de Edición, Publicaciones y Distribución del MEN	Financiamiento internacional y presupuesto local
Brasil	Programa Nacional del Libro didáctico (PNLD)	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Empresa Brasileira de Correos y Telégrafos (ECT)	Presupuesto gubernamental

País	Proyecto	Edición	Impresión	Distribución	Financiamiento
Chile	Componente texto Escolar	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Privada y Pública: se contratan entidades y colaboran entidades descentralizadas de educación	Presupuesto gubernamental
Colombia	Proyecto de Educación Rural (PER)	Privadas con Supervisión MEN	Editoriales Privadas	Distribuidores Privados	Banco Mundial, Organismos Internacionales
	Vitrina Pedagógica	Las editoriales privadas exhiben ante los docentes y estos escogen los que han de adquirir para el desarrollo de sus programas			
Costa Rica	Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación Preescolar y General Básica (PROMECE)	Asesores técnicos del Ministerio de Educación Pública	Si es pública se hace en la Imprenta Nacional. Privada por licitaciones	Ministerio de Educación a través de los Directores Regionales	BID
	Desarrollo y seguimiento del sistema educativo (Programa 571)				Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento
El Salvador	Reforma de la Educación Media	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Privada y Pública	Financiamiento internacional
Guatemala	Programa de entrega de textos escolares	Privadas con Supervisión MEN	Licitación Internacional	Centro de acopio en cabeceras departamentales y municipales	BID, BM, Presupuesto local
	Textos escolares para la educación bilingüe	Privadas con Supervisión MEN	DIGEBI	DIGEBI	BID, BM, Gobierno Belga, Agencia internacional de Desarrollo, Programa de Apoyo del Sector educativo

<b>País</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Edición</b>	<b>Impresión</b>	<b>Distribución</b>	<b>Financiamiento</b>
Honduras	Plan educación para Todos 2015	Privadas con Supervisión MEN	Contratación Impresores mexicanos	Privada con participación de entidades estatales	Financiamiento internacional
	Mejoramiento de la enseñanza en el área de matemáticas PROMETAM	Docentes capacitados en el Programa de Formación Continua de Docentes	Agencia Cooperación Internacional del Japón		Financiamiento internacional
México	Programa de edición de libros de texto de educación preescolar, primaria y telesecundaria	Dirección General de Materiales y Métodos Educativos (público) y CONALITEG.	CONALITEG	Pública, con la colaboración de varias instituciones del Estado	Presupuesto gubernamental
	Programa de distribución de libros de texto secundaria	La DGMME realiza un proceso de evaluación de los libros de texto en el mercado y elabora una lista de textos autorizados		Pública, con la colaboración de varias instituciones del Estado	Presupuesto gubernamental
Nicaragua	Proyecto de educación básica (Aprende), componente de fortalecimiento educativo	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Pública: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Proyecto Aprende	Financiamiento internacional y presupuesto nacional
Panamá	Proyecto de desarrollo educativo (PRODE)	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Pública: Dirección Nacional de Currículo y Tecnología Educativa. Entidades regionales	Financiamiento internacional
	Proyecto de la Educación Básica (etapas 1 y 2- Banco Mundial)	Las poblaciones objetivo son principalmente indígenas, áreas rurales y urbanas marginales. Edición de textos bilingües, telesecundaria y esquema de distribución en lugares remotos			Banco Mundial

País	Proyecto	Edición	Impresión	Distribución	Financiamiento
Paraguay	Programa de Mejoramiento de la Educación Primaria	Editoriales Privadas	Imprenta del MEC	Dirección del Currículum	BID, Presupuesto general de Gastos MEC y Banco Mundial
Perú	Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación Secundaria (2001-2005)	Editoriales Privadas. Se contratan autores para el área "Persona, Sociedad y Relaciones Humanas"	Editoriales Privadas	Empresa Privadas por licitación con apoyo de entidades descentralizadas del MEN	Financiamiento internacional y presupuesto nacional
Rep. Dominicana	Programa Multifase para la Equidad de la educación Básica, Programa Multifase para la Modernización de la Educación Media, Proyecto de fortalecimiento de la educación inicial	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Pública: Dirección General de Medios educativos de la Secretaría de Estado de Educación	Financiación BID, BM en primera fase y Agencia Española de Cooperación Internacional
Uruguay	Programa de Modernización de la Educación Media y Formación Docente (MEMFOD)	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Pública	Financiamiento internacional y presupuesto nacional
Venezuela	Programa de Bibliotecas Escolares, Programa de bibliotecas de AULA, Programa de Centros de Recursos docentes	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Privada	Financiamiento internacional
	Producción y publicación de materiales educativos escritos y audiovisuales en idiomas indígenas y bilingües	Editoriales Privadas	Editoriales Privadas	Privada	PNUD 2003

FUENTE: Uribe, Richard. Programas, compras oficiales y dotación de textos escolares en América Latina. Bogotá: CERLALC 2006

Todos estos programas dan como resultado la producción de una pluralidad de títulos de textos escolares que tienen como finalidad mejorar los niveles educativos de la población latinoamericana. Aun así, con la excepción ya mencionada de México y Cuba, son las empresas privadas las que en general producen la oferta de textos escolares para las escuelas y colegios oficiales, programas que son financiados o avalados por los ministerios de educación locales. En los colegios privados las editoriales industriales y comerciales interactúan en los mercados de cada país.

## Textos en lenguas indígenas

Dentro del mundo editorial, los textos escolares en idiomas indígenas o bilingües se presentan con una problemática especial: las comunidades indígenas son, en su mayoría, analfabetas. Además, por lo general, son un grupo poblacional de escasos recursos, por lo cual la demanda no logra cumplir las expectativas de los editores privados. Por esto, el Estado se convierte en el mediador necesario para publicar este tipo de

ediciones. En el 2004, el Estado mexicano publicó 7.248 ejemplares en lenguas indígenas, que incluyen producción en náhuatl, cora y tepehuano<sup>1</sup>.

En el caso guatemalteco, la Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural (DIGEBI) de Guatemala tiene a su cargo los programas de educación bilingüe, los cuales cuentan con un importante componente de textos escolares. Debido a la diversidad de lenguas nativas que se encuentran entre la población guatemalteca, se realizó la autoría, edición, impresión y distribución de textos bilingües en las cuatro principales lenguas maya para los tres primeros grados de educación. Los temas principales son: la cultura maya, matemáticas y español como segunda lengua.

Es de anotar que tanto Venezuela como Panamá han desarrollado programas para la educación bilingüe de sus comunidades indígenas, pero dejan la elaboración de textos a la empresa privada por licitación (ver Cuadro 3-2). En la actualidad uno de los programas más activos en lenguas originarias se encuentra a cargo del gobierno paraguayo, dado que el guaraní es la lengua oficial al lado del español.

<sup>1</sup>Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Actividad editorial Libros 2004. México DF: 2006. pp. 128.



CUADRO 3-3

NÚMERO DE TEXTOS ESCOLARES BILINGÜES POR GRADO Y POR IDIOMA (2000-2004)

Primer Grado				
Idiomas	Áreas de Aprendizaje			Total
	Cultura Maya	Matemáticas	Castellano como L2	
K'iche'	60.404	60.404		120.808
Mam	62.932	62.932		125.864
Kaqchikel	39.766	39.766		79.532
Q'eqchi'	38.431	38.431		76.862
Español			201.234	
<b>Totales</b>	<b>201.533</b>	<b>201.533</b>	<b>201.234</b>	<b>604.300</b>

Segundo Grado				
Idiomas	Áreas de Aprendizaje			Total
	Cultura Maya	Matemáticas	Castellano como L2	
K'iche'	25.000	25.000		50.000
Mam	20.000	20.000		40.000
Kaqchikel	15.000	15.000		30.000
Español			60.000	
<b>Totales</b>	<b>60.000</b>	<b>60.000</b>	<b>60.000</b>	<b>180.000</b>

Fuente: DIGEBI

## Casos relevantes

### México

El estado mexicano, a través de CONALITEG (Comisión Nacional de Libros y Textos Gratuitos), ha desarrollado

una política estatal para la distribución gratuita de textos escolares en todo el país.

Dicho ente estatal considera que la gratuidad de los textos se consolida como “una herramienta por excelencia para la educación universal y de calidad en el territorio mexicano”<sup>2</sup>. En la actualidad, el Estado

<sup>2</sup>Velasco, Jorge. “Políticas públicas de los textos escolares en México” En: V Congreso Interamericano de Editores. La ampliación de mercados del libro: estrategias empresariales y políticas públicas. Bogotá, 17 al 19 de abril de 2004, pp. 85.

mexicano se encuentra en la tercera generación de libros de texto gratuitos, colección que cuenta con 39 títulos nacionales para todos los grados de la educación primaria y 32 títulos estatales de Historia y Geografía para los alumnos de tercer grado de primaria cuya producción, revisión o reelaboración se realiza desde la Subsecretaría de Educación Básica y Normal en coordinación con las autoridades educativas de cada entidad federativa del país<sup>3</sup>. En el caso de los textos de secundaria, la distribución es gratuita a pesar de ser elaborados por editoriales privadas, los cuales son escogidos por el Estado por medio de una lista de títulos autorizados.

Sumada a la importancia del programa estatal para la producción de textos escolares, para el 2004 la actividad editorial del sector público en México también se concentra en otras dos divisiones editoriales: Interés General y Ciencia y Técnica, las cuales se integran a través de las distintas dependencias de CONACULTA, la producción del Fondo de Cultura Económica (FCE) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Aun así, los títulos producidos por estos estamentos no llegan a niveles altos de facturación<sup>4</sup>.

## Cuba

Aunque en un principio sólo contaba con una imprenta centralizada, en la actualidad la Agencia Cubana del ISBN cuenta con 130 sellos registrados, de los cuales 53 son

editoriales propiamente dichas, 30 de nivel nacional y 23 ubicadas en diferentes provincias, y las demás son departamentos o áreas de publicaciones de universidades y otras dependencias académicas<sup>5</sup>.

Sobre la producción editorial en Cuba dice el presidente de la Cámara del libro de ese país:

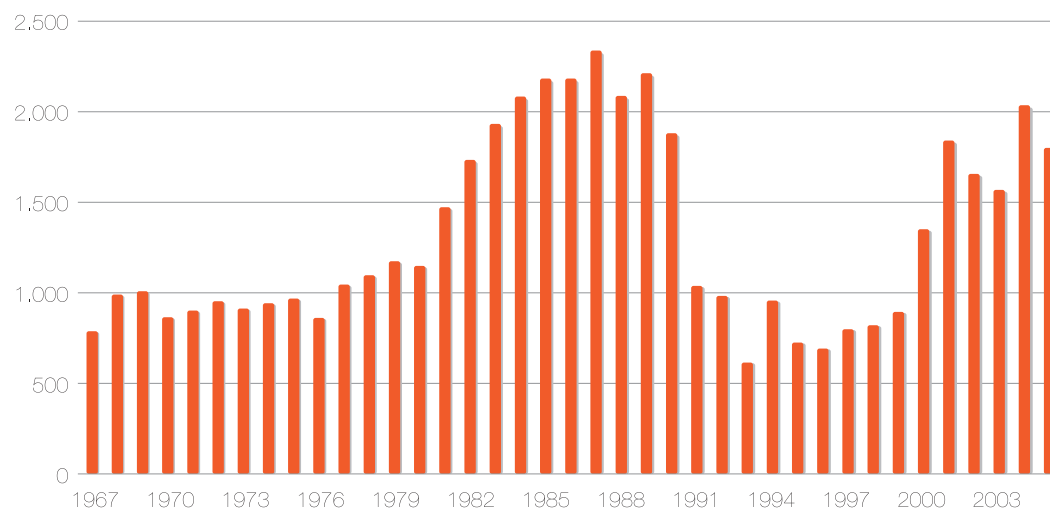
- Si se analiza detenidamente, se aprecia que a partir del año 1967 la producción de títulos y ejemplares en Cuba fue creciendo proporcionalmente hasta alcanzar altos niveles, los cuales decayeron en la década del 90, como consecuencia de la pérdida del apoyo de los países comunistas de Europa del este y las dificultades que ello trajo para la economía cubana, incluida la industria editorial. A este factor se suma el recrudecimiento del bloqueo económico al que Cuba ha estado sometida durante años por parte del Gobierno de EE. UU.
- En este período, llamado “especial”, aunque pequeña, la producción editorial no se detuvo y se buscaron alternativas para publicar a los autores cubanos, aunque como se aprecia en el gráfico con tirajes también limitados.
- A partir del crecimiento económico experimentado en el país, desde finales de los 90 y hasta el 2003 la reanimación de la producción editorial es visible en los gráficos. Esto ha sido posible por varios factores:
  - En primer lugar la política cultural ha estado centrada en la formación de una

<sup>3</sup>Ibídem, p. 89.

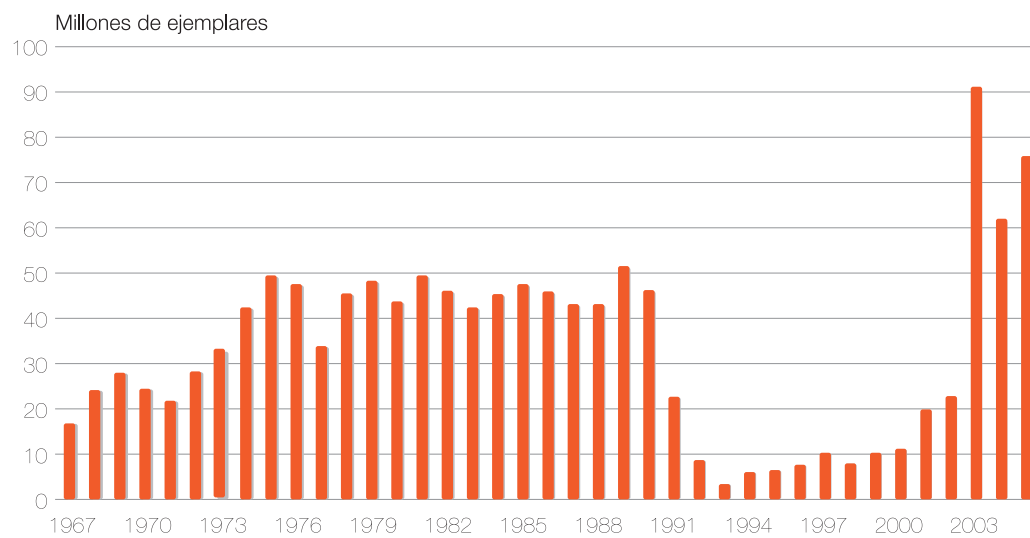
<sup>4</sup>Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Actividad editorial Libros 2004. México DF: 2006. p. 105-106.

<sup>5</sup>“La industria Editorial del Libro”. En: Correo del Libro. Febrero 2003, p. 20.

GRÁFICA 3-1  
TOTAL DE TÍTULOS PRODUCIDOS



GRÁFICA 3-2  
TOTAL DE EJEMPLARES PRODUCIDOS



cultura general integral en la población, con lo que se han puesto en marcha nuevos programas de desarrollo cultural y educacional. Ello implica un estímulo a la literatura como soporte de este empeño.

- En segundo lugar, como parte de esos programas de desarrollo surgió el Proyecto de Ediciones Territoriales, que consiste en la creación de nuevas editoriales en todas las provincias del país, con sus consiguientes imprentas. Esto ha posibilitado que autores residentes en lugares remotos publiquen sin que medie otro criterio que no sea el de la calidad literaria de sus obras.
- Las tablas y gráficos son la expresión de la voluntad política del gobierno y de la sociedad cubana en general de mantener, aún en las condiciones más difíciles, la producción editorial. Estas acciones representadas en gráficos tienen como base la idea de que el libro es uno de los soportes fundamentales de la cultura y de la memoria histórica de una nación y la idea martiana “ser cultos para ser libres”<sup>6</sup>.

En los últimos años, la producción editorial de la isla ha sido estable, con un alto número de títulos y ejemplares publicados, como se aprecia en el Cuadro 3-4.

A pesar del momento de crisis que sufrió la isla durante los años noventa, que termina con una subida de los precios de producción editorial y con la imposibilidad de autoabastecerse<sup>7</sup>, el papel productivo de las

editoriales públicas cubanas ha tenido un rol más activo en los últimos cinco años.

CUADRO 3-4  
PRODUCCIÓN EDITORIAL CUBANA  
2000-2005

Total Nacional		
Año	Títulos Totales	Ejemp, Totales
2000	1.335	9.949.000
2001	1.831	18.743.700
2002	1.627	21.772.200
2003	1.556	90.372.200
2004	2.027	61.481.500
2005	1.782	75.342.400
TOTAL	10.158	202.318.600

Fuente: Instituto Cubano del Libro

## Venezuela

En Venezuela vale la pena resaltar el trabajo realizado por las editoriales estatales, como son Monte Ávila y Ayacucho, editoriales emblemáticas de la bibliografía latinoamericana y, más reciente, la Fundación editorial El Perro y la Rana. Dichas empresas editoriales han mantenido una producción continua y ahora, como se muestra en el Cuadro 3-5, durante los últimos años es visible el estímulo de la República Bolivariana de promover la edición pública, sobre todo desde la creación de la editorial El Perro y La Rana.

<sup>6</sup>María Medeiros, presidenta cámara cubana del libro.

<sup>7</sup>Rodríguez Rojas, Isora. Informe de Cuba al Seminario Taller “Acceso a la información en América Latina” p. 3-4.

CUADRO 3-5  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR AÑO SEGÚN INSTITUCIÓN PÚBLICA (2000-2005)

Año	Monte Ávila Editores Latinoamericana	Fundación Casa Nacional de las Letras Andrés Bello	Fundación Editorial El Perro y la Rana	Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos, CELARG	Fundación Biblioteca Ayacucho
2000	22	9	–	9	6
2001	17	8	–	1	–
2002	7	3	–	–	10
2003	21	5	–	3	13
2004	92	3	–	4	17
2005	80	4	78	4	38
Total	239	32	78	21	84

Fuente: Instituto Autónomo Centro Nacional Del Libro Cenal / Dirección de Investigación e Información / Agencia Venezolana del ISBN

Al mismo tiempo, el Estado venezolano ha realizado un incremento de la oferta de libros distribuidos a bajo costo o en ocasiones, como algunas colecciones públicas, de manera gratuita. La publicación de la llamada “Biblioteca Básica Temática”, realizada por el Consejo Nacional de Cultura (CONAC) y que consta de 26 libros escritos por distintos intelectuales venezolanos, es prueba de ello. En agosto de 2004 se repartieron de manera gratuita 150 mil colecciones de esta biblioteca en la Plaza de Bolívar de todas las capitales venezolanas, aunque en ese momento la colección sólo contaba con veinte de los veintiséis libros finales, lo cual corresponde

a 3 millones de ejemplares repartidos de forma gratuita entre la población venezolana. Posteriormente se han repartido colecciones completas en escuelas públicas, cuarteles y cárceles, y se planteó la elaboración de once millones de ejemplares más de algunos libros para su distribución entre las entidades de los estados venezolanos, así como sus oficinas a nivel nacional<sup>8</sup>. Por último, cabe mencionar la creación de otro proyecto de distribución gratuita: la “Biblioteca Familiar”, un compendio de 22 títulos reconocidos de la literatura universal, escogidos por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte e impresos en Cuba. Cada

<sup>8</sup>Oviedo, Alejandro. “Reseñas de los tomos de la Biblioteca Básica Temática (CONAC)” Universidad de los Andes de Venezuela. <http://webdelprofesor.ula.ve/humanidades/alejoviedo/index.htm>

colección, con sus veintidós cuadernillos, es distribuida de manera gratuita entre los grupos sociales menos favorecidos, sumando hasta la fecha un tiraje de un millón de pequeñas bibliotecas, lo que representa un total de 22 millones de

cuadernillos distribuidos gratuitamente entre la población. En la colección aparecen desde títulos de escritores como Martí y Simón Rodríguez hasta obras universal**GT**es de Shakespeare, Hemingway y Cervantes.

# 4



## La edición industrial y comercial en iberoamérica

En este capítulo se hace una descripción detallada de variables del mundo de la edición iberoamericana tales como tamaño de las editoriales, producción, tirajes, ventas, canales de comercialización y empleo generado en el sector, entre otras. Se advierten los visos de racionalización empresarial, la creciente producción editorial y los contrastes para hallar mecanismos de una distribución adecuada.

colección, con sus veintidós cuadernillos, es distribuida de manera gratuita entre los grupos sociales menos favorecidos, sumando hasta la fecha un tiraje de un millón de pequeñas bibliotecas, lo que representa un total de 22 millones de

cuadernillos distribuidos gratuitamente entre la población. En la colección aparecen desde títulos de escritores como Martí y Simón Rodríguez hasta obras universal**G**es de Shakespeare, Hemingway y Cervantes.



En América Latina se entienden como editoriales industriales aquellos agentes editores de “cualquier naturaleza jurídica, que tienen como objeto social principal la edición y comercialización de libros, de capital privado, con ánimo de lucro o sin él, comerciales o industriales del Estado, que editen año tras año libros impresos, prensados, grabados, quemados o publicados electrónicamente, en maquinarias o instalaciones propias o de terceros y que publiquen regularmente alrededor de tres títulos al año o facturen más de 20.000 dólares”<sup>1</sup>. De igual manera, en España las empresas editoriales son “aquel sector compuesto por los profesionales de la edición, que ejercen su actividad de forma cierta y continuada, suponiendo esta la base fundamental de su negocio”<sup>2</sup>.

## Universo de las editoriales industriales

Un riguroso análisis de las bases del ISBN de cada país latinoamericano permitió hacer una selección de las empresas

editoriales que editaron más de tres títulos en promedio anual durante 1992-2003, y que a su vez se correspondieran con la definición de editoriales industriales antes señalada. Los resultados de la selección fueron cotejados y complementados con los directorios de las cámaras del libro y expertos del sector.

En el siguiente cuadro se muestran los resultados de este ejercicio. Se incluyen las empresas editoriales españolas identificadas en el estudio de comercio interior de ese país.

El resultado indica que sólo el 13,2% de todos los agentes editores se consideran empresas industriales editoriales. Estas son las que producen la gran mayoría de los libros que van a los mercados internos y externos de cada país.

Para un mejor entendimiento del universo editorial de cada país se han clasificado las empresas editoriales según su tamaño. Este tamaño se puede determinar por la cantidad de títulos registrados y/o, en caso en que esté disponible información sobre el mercado, según la facturación anual y también el empleo generado.

<sup>1</sup>Ardila, Rosalba y Uribe, Richard. Metodología para la realización de estudios sobre la producción del libro, CERLALC, 2003.

<sup>2</sup>Federación de Gremios de Editores de España. Comercio interior del libro 2004, p. 22.

CUADRO 4-1<sup>3</sup>  
ESTIMADO DE LAS EDITORIALES  
INDUSTRIALES EN IBEROAMÉRICA

País	Estimación de editores industriales	% en total de agentes editores
Argentina	267	12,0
Bolivia	18	0,8
Brasil	510	23,0
Chile	66	3,0
Colombia	94	4,2
Costa Rica	23	1,0
Cuba	25	1,1
Ecuador	33	1,5
El Salvador	18	0,8
España <sup>3</sup>	701	31,6
Guatemala	15	0,7
Honduras	12	0,5
México	216	9,7
Nicaragua	13	0,6
Panamá	15	0,7
Paraguay	20	0,9
Perú	56	2,5
Rep. Dominicana	24	1,1
Uruguay	23	1,0
Venezuela	72	3,2
<b>Total región</b>	<b>2.221</b>	<b>100</b>

<sup>3</sup>En España se tomó el número correspondiente a los editores afiliados a los gremios. Según la investigación Comercio Interior del Libro en España (2004) existen 554 editoriales que no están agremiadas y son “empresas de pequeño tamaño, autores editores o que se dedican a la edición de manera ocasional”. p.22.

<sup>4</sup>Hay editoriales que no se registran en el ISBN por lo que los títulos no coinciden con los datos del cuadro anterior.

<sup>5</sup>En estos dos países se está actualizando el catastro de editoriales del ISBN. Por esta razón solo podrán ser incluidos en un próximo estudio.

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
FGEE, Comercio Interior del libro en España, 2004+  
Cálculos CERLALC

## Tamaño según producción de títulos

Un análisis de la base ISBN de América Latina entre el 2002 y el 2005 permitió elaborar el siguiente cuadro donde se presenta una aproximación a los tamaños de las empresas editoriales según la cantidad de títulos registrados. Los rangos se elaboraron con base en el promedio de títulos registrados en los últimos tres años. En un futuro próximo se ajustarán los rangos tomando en consideración las relaciones que se encuentran con la facturación y otras variables que brinden mejores elementos para determinar el tamaño de las empresas. No en todos los casos el número de títulos es indicativo del tamaño de facturación de una empresa. Un sólo título puede facturar lo que facturan muchos otros títulos.

En el cuadro siguiente se observa la cantidad de empresas editoriales por país que, según su producción de títulos, pueden ser clasificadas en los diferentes rangos de tamaño por títulos<sup>4</sup>. Un 49% del total de las editoriales industriales y comerciales identificadas en América Latina (sin contar Brasil y México)<sup>5</sup> publican entre 3 y 10 títulos en promedio al año. Un 40% serían pymes en términos de publicaciones (pequeñas y medianas) al publicar entre 11 y 50 títulos, 8% publican entre 51 y 100 y un 3% publica más de 100.

CUADRO 4-2  
TAMAÑO DE LAS EDITORIALES INDUSTRIALES DE AMÉRICA LATINA SEGÚN  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS

País	3 a 10	11 a 20	21 a 50	51 a 100	+ de 100	Total
Argentina	119	56	65	17	10	267
Bolivia	8	1	3	3	0	15
Chile	32	12	12	9	1	66
Colombia	44	12	25	5	9	95
Costa Rica	10	6	3	2	1	22
Cuba	3	13	5	4	0	25
Ecuador	14	6	6	6	1	33
El Salvador	7	1	1	0	0	9
Guatemala	4	1	2	1	0	8
Honduras	9	1	1	0	0	11
Nicaragua	8	4	0	0	0	12
Panamá	9	3	2	0	0	14
Paraguay	10	1	4	0	0	15
Perú	24	12	12	5	1	54
Rep. Dominicana	13	4	5	1	0	23
Uruguay	17	5	5	1	0	28
Venezuela	34	6	7	6	0	53
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>144</b>	<b>158</b>	<b>60</b>	<b>23</b>	<b>750</b>
<b>%</b>	<b>49%</b>	<b>19%</b>	<b>21%</b>	<b>8%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006  
Cálculos CERLALC

En Brasil se estima que hay alrededor de 30 empresas que publican más de 100 títulos en promedio durante los últimos tres años.

## Tamaño según facturación

En los países de la región que realizan anualmente estudios sobre la producción y

comercialización del libro (Brasil, Colombia, México) las cámaras han clasificado el tamaño de las editoriales según el volumen de facturación anual y el universo son todos los editores. En Latinoamérica las estadísticas recolectadas corresponden a empresas afiliadas o no y se expanden al total del universo de empresas editoriales. También cada país ha elaborado las escalas de rangos según el tamaño de su mercado.

A diferencia de los estudios de los países latinoamericanos, para el caso español, que también realiza estudios anuales, el universo

editorial industrial está comprendido por las empresas editoriales agremiadas<sup>6</sup>. Los diferentes rangos en cada país vuelven imposible hacer una estandarización a nivel de la región.

En los siguientes cuadros se clasifica a las editoriales según su facturación. Los rangos establecidos en los estudios fueron convertidos a dólares americanos<sup>7</sup> y aproximados para ofrecer una mejor dimensión comparativa de los tamaños de las editoriales de Brasil, Colombia, México y España.

CUADRO 4-3  
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN FACTURACIÓN-ESPAÑA

España			
Tamaño	Facturación en dólares	Facturación en euros	Número de Editoriales
Grande	Más de 20 millones	Más de 18 millones	29
Mediana	De 7,5 a 20 millones	De 6 a 18 millones	51
Mediana-Pequeña	De 3 a 7,5 millones	De 2,4 a 6 millones	65
Pequeña	De 0,8 a 3 millones	De 0,6 a 2,4 millones	172
Micro	Hasta 0,8 millones	Hasta 0,6 millones	384
Total			701

Fuente: Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España

<sup>6</sup>Los datos corresponden a las empresas asociadas a los siguientes gremios o asociaciones: Gremio de Editores de Madrid, Gremio de Editores de Cataluña, Gremio de Editores de Euskadi, Asociación de Editores de Andalucía, Asociación Gallega de Editores, Asociación de Editores de Valencia, Asociación de Editores en Lengua Catalana, Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza.

<sup>7</sup>Tasa promedio trimestral del año de la información.

CUADRO 4-4  
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN FACTURACIÓN-MÉXICO

México			
Tamaño	Facturación en dólares	Facturación en pesos	Número de Editoriales
Macro	Más de 20 millones	Más de 200 millones	9
Grande	De 7 a 20 millones	De 81 a 200 millones	16
Mediana	De 2 a 7 millones	De 21 a 81 millones	22
Pequeña	De 500 mil a 2 millones	De 6 a 21 millones	40
Micro	Entre 20 mil y 500 mil dólares	De 250 mil pesos a 6 millones	74
Micro A/E	Menos de 20 mil dólares	Menos de 250 mil	55
<b>Total</b>			<b>216</b>

Fuente: Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana 2004

CUADRO 4-5  
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN FACTURACIÓN-BRASIL

Brasil			
Tamaño	Facturación dólares	Facturación reales	Número Editoriales
Grande	Más de 17 millones	Más de 50 millones	11
Mediana	De 3 a 17 millones	De 10 a 50 millones	23
Pequeña	De 0,3 a 3 millones	De 1 a 10 millones	56
Micro	Hasta 0,3 millones	Hasta 1 millón	420
<b>Total</b>			<b>510</b>

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Câmara Brasileira do Livro 2003.

CUADRO 4-6  
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN FACTURACIÓN-COLOMBIA

Colombia			
Tamaño	Facturación dólares	Facturación pesos	Número Editoriales
Grande	Más de 2 millones	Más de 5.200 millones	19
Mediano	De 1 a 2 millones	De 2.500 a 5.200 millones	8
Pequeño	De 300 mil a 1 millón	De 800 a 2.500 millones	18
Micro	De 20 mil a 300 mil	De 60 a 800 millones	50
<b>Total</b>			<b>95</b>

Estadísticas del libro en Colombia 2004. Cámara Colombiana del Libro

En Colombia 7 empresas facturan siete o más millones de dólares, en México 25 y en España 80.

## Editoriales transnacionales en Iberoamérica con empresas o filiales constituidas en otros países

Las editoriales españolas son las que tienen mayor presencia en mayor número de países en América Latina. Le siguen en orden de importancia las editoriales estadounidenses y otras cuantas de México, Colombia y Argentina. Del resto, el grupo alemán Bertelsmann con sus empresas Random House Mondadori, el francés Lagardere y la inglesa Oxford University Press, entre otras,

son las editoriales europeas que tienen una fuerte presencia en la región.

17 de las 33 editoriales más importantes en la región son originarias de España: Océano, Santillana y Planeta son las editoriales con mayor presencia en América Latina; de las editoriales latinoamericanas, Norma, de Colombia y el Fondo de Cultura Económica, de México son las más importantes.

Finalmente, las editoriales estadounidenses Pearson, Mc Graw Hill y Thomson tienen activa participación en los mercados. Las Paulinas y los Hermanos de San Pablo tienen casas editoriales en varios países de la región.

Como se aprecia en el Cuadro 4-7, México es el país latinoamericano donde más editoriales de diferentes países tienen filiales. También es el país con mayor número de editoriales nacionales con presencia en otros países: 28 editoriales extranjeras tienen sede allí, y 5 editoriales mexicanas se encuentran con sedes en varios países latinoamericanos e incluso en España.

CUADRO 4-7  
EMPRESAS EDITORIALES CON UNA O MÁS FILIALES EN AMÉRICA LATINA

	México	Argentina	Colombia	Chile	Venezuela	Brasil	Perú	Puerto Rico	Uruguay	Ecuador	Guatemala	Panamá	Costa Rica	El Salvador	Rep. Dominicana	Bolivia	Paraguay	Honduras	Nicaragua	Estados Unidos	España	Total			
Grupo Océano	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	21		
Grupo Santillana	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	19	
Paulinas	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	16	
Grupo Editorial Norma	•	•	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	15	
Pearson Educación	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	12	
Grupo Planeta	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	11	
Everest	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	11	
Fondo de Cultura Económica	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	10	
McGraw-Hill	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	AL	9
Urano	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	8	
Grupo Random House Mondadori	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	AL	8	
Grupo Zeta -Ediciones B	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	7	
Limusa	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	7	
Thomson	AL	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	7	
Sociedad de San Pablo	•	•	AL	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	7	
Grupo Lagardere Hachette livre -Grupo Anaya –Salvat	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	7	
S.M.	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	7	
Editorial Médica Panamericana	•	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	6	
Diana	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	5	
Grupo Legis	•	•	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	5	
Edad	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	5	
Tusquets	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	4	
Lexisnexis	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	4	
Oxford University Press	AL	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	3	
Herder	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	3	
Reverté	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	3	
Scholastic	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	3	
Alfaomega	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	3	
Trillas	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	3	
Gedisa	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	2	
Juventud	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	2	
Gustavo Gili	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	P	2	
Grupo editorial Lumen	•	P	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	2	
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>27</b>	<b>235</b>			

Fuente: CERLALC, páginas web de las editoriales, FGEE  
Notas. P = Sede Principal. AL = oficina para América Latina.

CUADRO 4-8  
RED DE FILIALES ESPAÑOLAS EN EL  
EXTRANJERO (2003)

País	Nº. de filiales
Francia	4
Gran Bretaña	1
Italia	2
Holanda	1
Portugal	7
<b>Subtotal Unión Europea</b>	<b>15</b>
Argentina	20
Bolivia	2
Brasil	8
Chile	12
Colombia	10
Costa Rica	2
Ecuador	4
El Salvador	3
Guatemala	3
Honduras	1
México	28
Nicaragua	1
Panamá	3
Paraguay	2
Perú	2
Puerto Rico	4
República Dominicana	1
Uruguay	7
Venezuela	9
<b>Subtotal Iberoamérica</b>	<b>122</b>
Estados Unidos	5
Otros	3
<b>Total</b>	<b>145</b>

Fuente: FEDECALI

<sup>8</sup>Se pudieron estandarizar 750 de las 794 estimadas para América Latina hispanoparlante (sin México).

España tiene un total de 122 filiales en América Latina, que corresponde al 84% del total. Los países en los que mayor representación tiene son México (28), Argentina (20), Chile (12) y Colombia (10). Entre los cuatro países agrupa el 48% de todas las filiales en la región. En el resto del mundo tiene 23 filiales. En Europa cuenta con tan sólo quince filiales, siete de las cuales están en Portugal y cuatro en Francia, mientras que en Estados Unidos tiene cinco.

## Producción de las editoriales industriales de América Latina

Las editoriales industriales identificadas en los países hispanoparlantes en América Latina<sup>8</sup> registraron en el sistema ISBN (sin contar México) cerca de 19.000 novedades en el 2005.

De las cerca de 19 mil novedades y reediciones que registraron las editoriales industriales en el 2005 el 23,1% son de literatura. Los textos para primaria ocupan el siguiente lugar con 12,4%.



CUADRO 4-9  
REGISTRO DE TÍTULOS POR LAS EDITORIALES INDUSTRIALES Y % SOBRE EL TOTAL DE  
TÍTULOS DE CADA PAÍS

País	2002	2003	2004	2005	%
Argentina	4.808	6.073	6.900	7.232	42,0
Bolivia	245	314	297	367	40,3
Chile	1.296	1.720	1.376	1.485	41,7
Colombia	3.615	3.764	4.004	3.719	35,8
Costa Rica	713	544	518	480	20,1
Cuba	1.045	930	644	459	59,9
Ecuador	534	666	944	1.057	38,6
El Salvador	58	56	114	33	11,6
Guatemala	281	167	166	204	39,1
Honduras	18	68	45	71	22,1
Nicaragua	97	114	152	114	28,6
Panamá	160	136	124	235	33,7
Paraguay	252	179	202	264	42,7
Perú	661	1.083	1.073	1.370	35,2
Rep. Dominicana	314	391	254	395	44,7
Uruguay	371	483	245	385	32,3
Venezuela	522	478	768	1.074	28,8
<b>Total general</b>	<b>14.990</b>	<b>17.166</b>	<b>17.826</b>	<b>18.944</b>	<b>37,6</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006Cálculos CERLALC

CUADRO 4-10  
REGISTRO DE TÍTULOS SEGÚN ÁREA TEMÁTICA (2005)

Área temática	Nº.	%
Literatura	4.384	23,1
Textos para primaria	2.344	12,4
Derecho.Leyes.Jurisprudencia	1.932	10,2
Literatura infantil y juvenil	1.142	6,0
Ciencias Sociales*	1.118	5,9
Geografía e historia. Guías de viaje	950	5,0
Religión	865	4,6
Textos para secundaria	764	4,0
Artes, recreación y deportes	752	4,0
Educación**	728	3,8
Generalidades***	513	2,7
Ciencias Puras	465	2,5
Medicina	408	2,2
Tecnología y Ciencias aplicadas****	380	2,0
Lenguas. Lingüística	357	1,9
Administración. Gestión empresarial. Organizaciones. Contabilidad	317	1,7
Economía	299	1,6
Psicología	288	1,5
Filosofía	266	1,4
Computación. Programación. Informática	222	1,2
Astrología, ocultismo, quirología, esotéricos y parapsicología	213	1,1
Agricultura. Ganadería. Pesca. Acuicultura	91	0,5
Sin información	146	0,8
<b>Total</b>	<b>18.944</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN CERLALC- Base Mayo 2006

Cálculos CERLALC\* sin economía; derecho; Leyes, jurisprudencia sin educación.

\*\*sin textos escolares.

\*\*\*sin computación, programación, informática.

\*\*\*\*sin agricultura, ganadería, pesca, acuicultura; sin medicina.

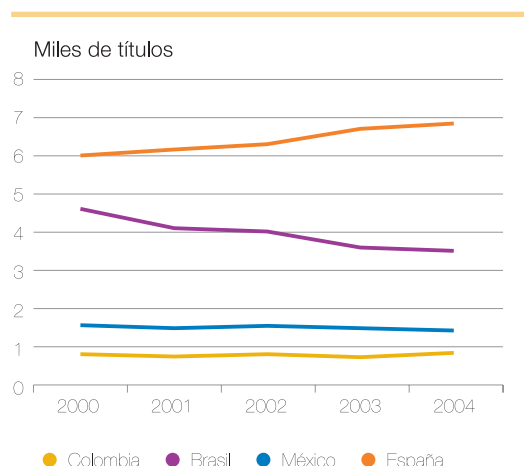
## Producción de libros y ventas de ejemplares en estudios nacionales

En este apartado se hace un análisis de cuatro de los cinco países de mayor importancia en la industria editorial en Iberoamérica<sup>9</sup>, los cuales representan una buena parte de la producción total de libros de la región.

### Producción de títulos

Entre el 2000 y el 2004, Colombia y España aumentaron la cantidad de títulos producidos en tanto que México y Brasil presentaron disminuciones. España –que tuvo un incremento del 15,2%– y Brasil, que redujo su producción en 22,7%.

GRÁFICA 4-1  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS 2001-2004



Fuente: Cuadro 4-11

De los tres países hispanoparlantes, España produce el 74,7% de los títulos para los mercados (2004).

CUADRO 4-11  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS (INCLUYE REIMPRESIONES) 2000-2004

	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
Brasil	45.111	100	40.900	100	39.800	100	35.590	100	34.858	100
Colombia	8.066	9,7	7.318	8,8	8.175	9,5	7.469	8,4	8.214	9,1
México	16.003	19,3	15.138	18,3	15.542	18,1	15.233	17,2	14.726	16,2
España	58.893	71	60.267	72,9	62.337	72,4	65.824	74,4	67.822	74,7
Total	82.962	100	82.723	100	86.054	100	88.526	100	90.762	100

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España

<sup>9</sup>Falta Argentina, cuyos estudio está en proceso.

CUADRO 4-12  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR NOVEDADES/REEDICIONES Y REIMPRESIONES

Año	Brasil		Colombia		México		España	
	2001	2004	2001	2004	2001	2004	2001	2004
Novedades %	37,5	41,5	38,5	50,6	29,5	25,7	50,4	51,3
Reediciones y reimpresiones %	62,5	58,5	61,5	49,4	70,5	74,3	49,6	48,7
Títulos	40.900	34.858	7.318	8.214	15.138	14.726	60.267	67.822

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España.

CUADRO 4-13  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR CADA 100.000 HABITANTES 2001-2004

Total	Brasil		Colombia		México		España	
	2001	2004	2001	2004	2001	2004	2001	2004
Total	23,2	19	17,1	18,3	15,2	14,2	148	158,9

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España

En Brasil y México las reediciones y reimpresiones pesan más que en España y Colombia.

La producción de títulos per cápita es un indicador que permite comparar la dimensión de la industria editorial en términos relativos. En Brasil fue de 19 y en España asciende a 159 títulos por cada 100.000 habitantes.

Las empresas industriales se pueden clasificar por subsectores editoriales. Para ello se tiene en cuenta la línea temática característica de cada empresa, esto es, la línea que encierra el mayor número de títulos editados en un año:

- a) **Didáctico:** en este subsector se ubican las empresas productoras, o productoras e importadoras, de textos en los distintos grados escolares previos a la educación superior o universitaria, y las ayudas

denominadas paradidácticas o para escolares.

b) **Interés general:** corresponde a las empresas productoras, o productoras e importadoras, de libros de literatura infantil, juvenil y adulta, artes, superación personal, deportes y entretenimiento, esotéricos, bienestar y salud, turismo, culinaria, nutrición y economía del hogar, obras de referencia y consulta.

c) **Científico, técnico y profesional:** aquí se agrupan las empresas productoras e importadoras de libros universitarios diferentes de los didácticos, libros científicos y técnicos de filosofía y psicología, tecnología y ciencias aplicadas, ciencias puras, ciencias sociales, ecología, geografía e historia.

d) **Religioso:** se refiere a las empresas que producen publicaciones relacionados con las diversas religiones y sectas.

CUADRO 4-14  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR SUBSECTOR (2004)

Subsector	España		Colombia		México		Brasil	
	Títulos	%	Títulos	%	Títulos	%	Títulos	%
Didáctico	17.526	25,8	2.244	27,3	3.964	26,9	12.856	36,9
Interés Gral.	35.369	52,1	4.064	49,5	5.606	38,1	8.420	24,2
Cien. Téc. Prof.	14.927	22,0	1.360	16,6	4.762	32,3	4.634	13,3
Religión	–	–	547	6,7	395	2,7	8.948	25,7
Total	67.822	100	8.215	100	14.727	100	34.858	100

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros, Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España, Federación de Gremios de Editores de España

Para hacer comparables los datos de España con los de América Latina se realizó una estandarización donde se agruparon las diferentes categorías temáticas de la investigación *Comercio Interior del Libro* en los subsectores didáctico, interés general y científico técnico y profesional. En España no se discriminan los libros religiosos y,

siguiendo la clasificación CDU, han sido agrupados en el subsector científico técnico y profesional. Brasil publica el 36,9% de sus títulos en el sector didáctico y produce gran cantidad de títulos religiosos. En 2004 fueron 8.948 títulos religiosos (25,7%), cifra que comparada con la de los otros países (547 títulos para Colombia y 395 para México) resulta ser

bastante alta. Esto es congruente con lo que leen los brasileros, como se verá en el capítulo 7 sobre comportamiento lector. Los otros países producen una mayor proporción de títulos de interés general. España y Colombia tienen una estructura de producción parecida.

## Traducciones

El inglés es el idioma más traducido en todos los países: 52% de los títulos traducidos estaban escritos en ese idioma.

CUADRO 4-15  
NÚMERO DE TÍTULOS DE TRADUCCIONES DE OTROS IDIOMAS A LOS NATIVOS. AÑO 2004

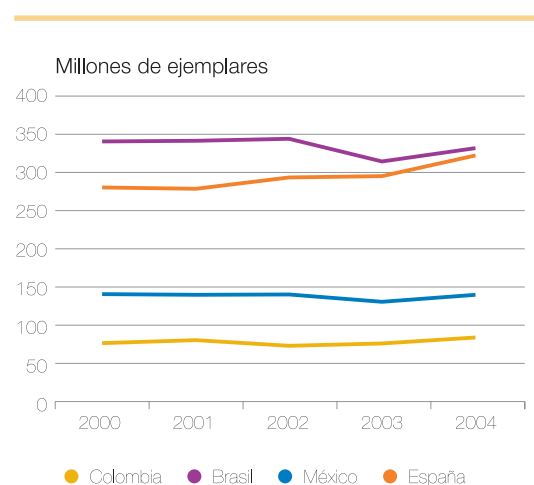
Idioma	Inglés	Francés	Alemán	Italiano	Español	Japonés	Portugués	Otros	Total
Brasil	3.376	519	260	364	364	52	156	104	5.195
%	65	10	5	7	7	1	3	2	100
Colombia	148	12	9	31	3.45		11	0	556
%	27	2	2	6	62		2	0	100
México	852	75	6	186			2	10	1.131
%	76	6	1	16			0,2	1	100
España	9.214	2.286	1.260	1.031	3.161	477	287	1.576	19.292
%	48	12	6	5	16	2	2	9	100
Total	13.590	2.912	1.545	1.618	3.396	529	465	1.697	26.022
%	52	11	6	6	13	2	2	7	100

Nota: Los datos para Brasil de estudiantes matriculados corresponden al año 2003. Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Panorámica de la Edición Española de Libros. Ministerio de Cultura de España. Editores de España

## Producción de ejemplares y tiraje promedio

En el periodo analizado (2000 a 2004) España ha incrementado su producción de ejemplares. Brasil continúa siendo el mayor productor de libros en la región.

GRÁFICA 4-2  
PRODUCCIÓN TOTAL DE EJEMPLARES  
2000-2004



En los cuatro países el 2004 fue un año de crecimiento en la producción.

Por subsectores, Brasil y México son más productores de libros didácticos con el 58% y el 51,9% respectivamente. En Brasil, gracias al Programa Nacional de Libro Didáctico (PNLD), el Estado compra a las editoriales privadas libros de texto que distribuye gratuitamente entre los estudiantes de colegios oficiales. En México existe un programa de dotación de textos escolares denominado Programa de Distribución de Libros de Texto de Secundaria de la Secretaría de Educación Pública (SEP). A través de este programa, el estado adquiere libros de las editoriales privadas y los distribuye gratuitamente entre los estudiantes de secundaria. Y, a diferencia del resto de Iberoamérica, la SEP elabora los contenidos de los textos de la primaria y CONALITEG contrata la impresión al sector privado y los distribuye gratuitamente en escuelas públicas.

Brasil es el país que tiene el tiraje promedio más alto con 9.183 ejemplares por tirada, y el tiraje promedio más alto en todos los subsectores, excepto en religión.

CUADRO 4-16  
PRODUCCIÓN TOTAL EJEMPLARES DE LIBROS 2000-2004

	2000	2001	Cambio	2002	Cambio	2003	Cambio	2004	Cambio
Brasil	329.519.650	331.100.000	0,5%	338.700.000	2,3%	299.400.000	-11%	320.094.027	6,9%
Colombia	26.483.559	30.336.392	14,5%	23.619.746	-22,1%	26.979.481	14,2%	35.736.779	32,5%
México	97.805.581	98.798.394	1%	102.784.578	4%	91.136.609	-11,3%	101.401.323	11,3%
España	261.510.989	260.447.377	-0,4%	275.635.409	5,8%	278.066.196	0,9%	310.583.165	11,7%

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros, Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España, Federación de Gremios de Editores de España

CUADRO 4-17  
PRODUCCIÓN DE EJEMPLARES POR SUBSECTOR (2004)

Subsector	España		Colombia		México		Brasil	
	Ejemplares	%	Ejemplares	%	Ejemplares	%	Ejemplares	%
Didáctico	74.813.441	24,1	9.848.361	27,6	52.673.518	51,9	185.669.886	58,0
Interés Gral.	204.828.237	65,9	18.653.139	52,2	29.622.389	29,2	87.556.922	27,4
Cien. Téc., Prof.	30.941.487	10,0	4.786.221	13,4	13.910.878	13,7	29.830.160	9,3
Religión	n.d	n.d	2.449.058	6,9	5.194.538	5,1	17.037.059	5,3
<b>Total</b>	<b>310.583.165</b>	<b>100,0</b>	<b>35.736.779</b>	<b>100,0</b>	<b>101.401.323</b>	<b>100,0</b>	<b>320.094.027</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España

CUADRO 4-18  
TIRAJE PROMEDIO POR SUBSECTOR (2004)

Subsector	España	Colombia	México	Brasil
Didáctico	4.269	4.389	13.288	14.442
Interés Gral.	5.791	4.590	5.284	10.399
Cien. Téc., Prof.	2.073	3.519	2.921	6.437
Religión	–	4.477	13.151	1.904
<b>Tiraje Promedio</b>	<b>4.579</b>	<b>4.350</b>	<b>6.885</b>	<b>9.183</b>

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España



## Venta de ejemplares y precio promedio

A continuación se presenta información sobre las ventas de ediciones propias<sup>10</sup> en los mercados nacionales. El número total de ejemplares vendidos en Brasil se relaciona estrechamente con la cantidad de libros que adquiere el gobierno, año tras año. En 2003 se registra una disminución importante en las

compras del programa "Literatura en casa", que repercute en la disminución del 20% de las ventas totales del sector.

Las ventas de ejemplares de México muestran una tendencia creciente en el periodo 2001-2004. En España el crecimiento es muy moderado. Colombia, por su lado, después de una caída en la venta de ejemplares en el 2002, registra mayores volúmenes de venta en el 2004.

CUADRO 4-19  
EJEMPLARES DE LIBROS VENDIDOS AL MERCADO NACIONAL (2001-2004)

	2001	2002	Cambio	2003	Cambio	2004	Cambio
Brasil	299.400.000	320.600.000	7,1%	255.830.000	-20,2%	288.675.136	12,8%
México	85.660.308	105.392.762	23,0%	114.522.636	8,7%	128.306.574	12,0%
Colombia	20.806.790	16.547.839	-20,5%	16.859.686	1,9%	19.193.781	13,8%
España	218.165.010	226.619.558	3,9%	232.153.661	2,4%	237.067.206	2,1%

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros, Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Camara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España, Federación de Gremios de Editores de España.

En el caso de Brasil se observa que, pese al decrecimiento de ejemplares vendidos (-20,2%) en el periodo 2003-2004, la facturación en moneda local aumenta el 8,4%. Este fenómeno tiene su origen, principalmente, en el incremento en la estructura de costos de la producción y distribución<sup>11</sup> que hace que el precio aumente. En 2004 el PIB creció un 5,2%.

En el caso colombiano se presenta el mismo fenómeno, pero en el periodo 2001-2002. Hay un decrecimiento de ejemplares vendidos de 20,5% mientras que la facturación en moneda local aumenta el 6,4%. El mercado de los libros de texto disminuyó un 19%. EL PIB en ese año creció el 2,7%.

La ventas en México subieron al 5,6% anual y el PIB ascendió al 4,1%.

<sup>10</sup>No se incluyen las ventas que realizan las editoriales de libros importados o de terceros.

<sup>11</sup>Produção e vendas do setor editorial brasileiro 2003, Câmara Brasileira do Livro. p. 1.

CUADRO 4-20  
FACTURACIÓN EN MONEDA LOCAL DE LAS EDICIONES PROPIAS EN EL MERCADO NACIONAL (2001-2004)

País	2001	2002	Cambio	2003	Cambio	2004	Cambio
Brasil (millones de reales)	2.267	2.181	-3,8%	2.364	8,4%	2.477	4,8%
Colombia (millones de pesos)	201.830	214.702	6,4%	253.978	18,3%	289.507	14,0%
México (millones de pesos)	4.408	4.612	4,6%	4.880	5,8%	5.200	6,6%
España (millones de euros)	2.607	2.675	2,6%	2.793	4,4%	2.882	3,2%

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros, Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España, Federación de Gremios de Editores de España.

Nota: España a precio venta tapa con IVA incluido. Los países latinoamericanos a precio venta neto. En España la venta neta es 32,6 % menos que el precio de tapa con IVA.

CUADRO 4-21  
FACTURACIÓN USD DE EDICIONES PROPIAS AL MERCADO NACIONAL (2004)

País	2004
Brasil	933.320.215
México	466.396.276
Colombia	110.237.147
España	3.577.639.754

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros, Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España, Federación de Gremios de Editores de España.

Nota: España a precio venta tapa con IVA incluido. Los países latinoamericanos a precio venta neto. En España la venta neta es 32,6% menos que el precio de tapa con IVA.

En los últimos años se registra un crecimiento significativo en facturación de las empresas editoriales españolas en dólares, que se explica

principalmente por la revaluación del euro frente al dólar. En términos de moneda local (euro) ha habido un incremento nominal respecto a 2003 de 3,2%, crecimiento que es idéntico a la inflación en dicho periodo, lo cual indica que el cambio de la facturación a precios constantes es cero<sup>12</sup>.

En la siguiente tabla se observa, por subsector, el precio promedio de un ejemplar. En España un ejemplar cuesta, en promedio USD15,1, valor muy superior al precio promedio de los países de América Latina, aún haciendo los cálculos del precio neto (32,6% menos). En Brasil, el precio medio por ejemplar es menor que en los otros tres países (USD3,2) pero esto se debe a que se venden grandes cantidades al gobierno a precios más bajos (USD1,5 promedio); los libros en el mercado se venden a USD4,8. A nivel de subsector los bajos tirajes afectan los precios medios.

<sup>12</sup>Ávila, Álvarez, Antonio M, El Comercio Interior del Libro en 2004, Boletín Económico, España 2004.

denominadas paradidácticas o paraescolares.

b) **Interés general:** corresponde a las empresas productoras, o productoras e importadoras, de libros de literatura infantil, juvenil y adulta, artes, superación personal, deportes y entretenimiento, esotéricos, bienestar y salud, turismo, culinaria, nutrición y economía del hogar, obras de referencia y consulta.

c) **Científico, técnico y profesional:** aquí se agrupan las empresas productoras e importadoras de libros universitarios diferentes de los didácticos, libros científicos y técnicos de filosofía y psicología, tecnología y ciencias aplicadas, ciencias puras, ciencias sociales, ecología, geografía e historia.

d) **Religioso:** se refiere a las empresas que producen publicaciones relacionados con las diversas religiones y sectas.

CUADRO 4-14  
PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR SUBSECTOR (2004)

Subsector	España		Colombia		México		Brasil	
	Títulos	%	Títulos	%	Títulos	%	Títulos	%
Didáctico	17.526	25,8	2.244	27,3	3.964	26,9	12.856	36,9
Interés Gral.	35.369	52,1	4.064	49,5	5.606	38,1	8.420	24,2
Cien. Téc. Prof.	14.927	22,0	1.360	16,6	4.762	32,3	4.634	13,3
Religión	–	–	547	6,7	395	2,7	8.948	25,7
Total	67.822	100	8.215	100	14.727	100	34.858	100

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros, Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España, Federación de Gremios de Editores de España

Para hacer comparables los datos de España con los de América Latina se realizó una estandarización donde se agruparon las diferentes categorías temáticas de la investigación *Comercio Interior del Libro* en los subsectores didáctico, interés general y científico técnico y profesional. En España no se discriminan los libros religiosos y,

siguiendo la clasificación CDU, han sido agrupados en el subsector científico técnico y profesional. Brasil publica el 36,9% de sus títulos en el sector didáctico y produce gran cantidad de títulos religiosos. En 2004 fueron 8.948 títulos religiosos (25,7%), cifra que comparada con la de los otros países (547 títulos para Colombia y 395 para México) resulta ser

CUADRO 4-24  
FACTURACIÓN EN USD Y VENTA DE EJEMPLARES POR ESTUDIANTE (2004)

País	Didáctico		Científico, técnico y profesional	
	Facturación (USD)	Venta de ejemplares	Facturación (USD)	Venta de ejemplares
España	154,3	9,6	336,2	15,0
Colombia	5,8	0,8	19,9	1,4
México	7,9	2,7	52,1	8,2
Brasil	10,7	3,2	32,7	4,2

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros, Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España, Federación de Gremios de Editores de España.

Nota: España apreció venta tapa con IVA incluido. Los países latinoamericanos apreció venta neto. Se calcula que para España la venta neta es 32,6% menos a precio de tapa con IVA.

## Ventas por canales de comercialización con énfasis en librerías

En América Latina se editaron 95.033 nuevos títulos en 2005, según los registros de ISBN y en 2004 se importaron libros por valor de 846 millones de dólares CIF<sup>13</sup>. Estos indicativos nos aproximan a la magnitud de la tarea que tiene la distribución y la comercialización del libro en la región, que enfrenta en casi todo el continente problemas de logística para cubrir su enorme extensión geográfica.

<sup>13</sup>Una tercera parte de estas importaciones son hechas desde España, el otro tercio de Estados Unidos y el último es intrarregional.

Un porcentaje importante de esa importación y producción se canaliza a través de las librerías, sean estas abastecidas directamente por las editoriales o por los distribuidores. En los países latinoamericanos con industrias editoriales más desarrolladas como México, Brasil, Argentina y Colombia, las librerías compran mayoritariamente a las editoriales, mientras que en países donde las importaciones pesan significativamente, las librerías más grandes realizan directamente las importaciones. También distribuyen además de comprar a los distribuidores y editores locales.

Entre tanto en España, en 2005, se editaron 62.820 títulos según el registro ISBN y se importaron libros por un valor de 249 millones de dólares.

## Distribución de las ventas por canales en América Latina

El principal canal de distribución de libros en los países hispanoamericanos –valorado

por su orden de importancia y participación porcentual con respecto a los demás canales– son las librerías, que representan entre el 28% y 49% del total en cada uno de los segmentos del mercado. La mayor participación del canal librerías se da en los segmentos de libros de interés general y en el de libros técnicos y científicos.

CUADRO 4-25

ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN LAS VENTAS DE LIBROS EN ARGENTINA, BRASIL, COLOMBIA, CHILE, ECUADOR, GUATEMALA, HONDURAS, MÉXICO Y VENEZUELA

	Diccionarios y Enciclopedias	Libros Didácticos	Libros Interés General	Libros Técnicos y Científicos	Literatura Infantil y Juvenil
Librerías	28%	29%	49%	34%	33%
Venta Directa (editoriales)	20%	27%	8%	29%	13%
Compras del Estado	18%	20%	8%	12%	22%
Otros	14%	5%	9%	9%	4%
Grandes Superficies	9%	6%	15%	3%	16%
Bibliotecas	7%	7%	6%	11%	5%
Papelerías	2%	5%	3%	0%	4%
Sector Informal	2%	1%	2%	2%	3%

Fuente: Encuestas CERLALC a Cámaras del libro en su mayoría realizadas en 2001.

Notas: Brasil: el canal Otros corresponde venta puerta a puerta. Colombia: el canal Otros corresponde a distribuidoras. Chile: el canal Otros corresponde a ferias, Ecuador: el canal Otros corresponde a placismo. Honduras: el canal Otros corresponde a ONG. México: el canal Otros corresponde a quioscos y escuelas. Colombia: el canal Biblioteca incluye las de universidades y escuelas.

El uso de los canales difiere en los países dependiendo de los segmentos del mercado de libros, como se observa en los siguientes cuadros.

En el segmento de libros didácticos (Cuadro 4-26) las librerías son el principal canal en

Argentina, Colombia, México y Venezuela.

La venta directa por parte de las editoriales se ubica como el segundo canal de distribución. Sin embargo se convierte en el principal en Ecuador, Honduras, Chile y Guatemala.

CUADRO 4-26  
PARTICIPACIÓN DE LOS CANALES EN EL SEGMENTO DE LIBROS DIDÁCTICOS

Canales	Argentina	Brasil	Colombia	Ecuador	Honduras	México	Venezuela	Chile	Guatemala
Librerías	25%	20%	34%	30%	20%	52%**	30%	25%**	20%
Distribuidoras	s.i.	s.i.	16%	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.
Venta Directa (editoriales)	25%	20%	9%	60%	40%	3%	10%	30%	60%
Compras del Estado	20%	50%	3%	0%	25%	27%	20%	15%	5%
Grandes Superficies	3%	5%	17%	0%	0%	2%	10%	8%	10%
Otros*	0%	0%	20%	0%	5%	10%	0%	15%	0%
Bibliotecas	10%	0%	1%	0%	3%	1%	15%	2%	5%
Papelerías	15%	5%	0%	10%	5%	5%	10%	0%	0%
Sector Informal	2%	0%	0%	0%	2%	0%	5%	5%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Notas: \* en Colombia son universidades, colegios y escuelas 15% y otros 5%.

\*\*En México y Chile estas ventas no incluyen las compras de texto escolar que hace el Estado, sino las relacionadas con ventas provenientes de colegios del sector privado.

s.i.: Sin información

En Argentina el formulario corresponde a CAPLA (Cámara argentina de papelerías, librerías y afines)

CUADRO 4-27  
PARTICIPACIÓN DE LOS CANALES EN EL SEGMENTO DE INTERÉS GENERAL

Canales	Argentina	Brasil	Colombia	Ecuador	Honduras	México	Venezuela	Chile	Guatemala
Librerías	70%	70%	37%	50%	30%	38%	50%	60%	35%
Distribuidoras	s.i.	s.i.	30%	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.
Venta Directa (editoriales)	1%	5%	12%	0%	35%	14%	4%	0%	10%
Compras del Estado	1%	10%	1%	0%	15%	9%	10%	0%	10%
Grandes Superficies	5%	5%	10%	35%	0%	22%	20%	10%	35%
Otros	0%	0%	10%	10%	5%	5%	0%	15%	0%
Bibliotecas	18%	5%	0%	5%	2%	0%	8%	8%	10%
Papelerías	3%	5%	0%	0%	10%	12%	5%	0%	0%
Sector Informal	2%	0%	0%	0%	3%	0%	3%	7%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nota: s.i.: Sin información

En Argentina las cifras fueron proporcionadas por CAPLA. Para las cifras de Colombia la Cámara del Libro presentó de manera separada al canal de distribución, que provee a su vez a las librerías y a los demás canales, por lo cual las cifras de ese país aparecen menores.

CUADRO 4-28

PARTICIPACIÓN DE LOS CANALES PARA EL SEGMENTO DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS

Canales	Argentina	Brasil	Ecuador	Honduras	México	Venezuela	Chile	Guatemala
Librerías	50%	30%	5%	20%	25%	32%	10%	40%
Venta Directa (editoriales)	1%	0%	0%	50%	43%	8%	50%	0%
Compras del Estado	5%	30%	0%	15%	8%	25%	30%	25%
Grandes Superficies	1%	10%	0%	0%	14%	15%	1%	30%
Otros	25%	20%	80%	0%	0%	0%	5%	0%
Bibliotecas	15%	5%	15%	5%	0%	12%	1%	5%
Papelerías	2%	5%	0%	0%	10%	4%	0%	0%
Sector Informal	1%	0%	0%	10%	0%	4%	3%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Colombia no brindó información para este segmento.

En los segmentos de ventas de libros de interés general y de literatura infantil y juvenil (Cuadro 4-27) el canal grandes superficies –después de las librerías– registra lugares de importancia.

En el segmento de ventas de diccionarios y enciclopedias (Cuadro 4-28) el canal de librerías se estima como el más importante en Argentina, Brasil, Venezuela y Guatemala, mientras que en Honduras, México y Chile lo es la venta directa.

En el caso de los libros didácticos –que representan la mayor porción del mercado en América Latina– las librerías ocupan el primer lugar como canal de comercialización en Colombia, Argentina, Venezuela y México (en este país no se incluye la edición de textos gratuitos del gobierno nacional). La

venta directa por parte de las editoriales ocupa el segundo lugar en Honduras, Guatemala, Ecuador y Chile.

El tercer canal en importancia registrado en este segmento es el de las compras del Estado. Sobre el tema, vale la pena ahondar en algunos factores que están incidiendo notablemente en este campo. Por un lado, las reformas educativas emprendidas por los países de la región determinaron la flexibilización de los currículos y dejaron en el establecimiento educativo la libertad de elección de los textos escolares que pueden utilizar, lo que ha incidido en una ampliación de la oferta de títulos.

La competencia, en ese contexto, entre las empresas editoriales se intensificó, lo que llevó a que se fortaleciera el canal de

venta directa. De igual forma, el Estado viene participando activamente en programas de dotación a las escuelas y colegios (Brasil, México, Chile, Centroamérica)<sup>14</sup>.

En todo caso está claro que las librerías siguen pesando como el principal canal de

compra en el ámbito iberoamericano. En Portugal, seguido de Argentina y luego de España, la librería es el lugar donde la gente prefiere comprar sus libros antes que a través de otros canales. Al menos seis de cada diez libros que se compran en América Latina y España se adquieren en librerías.

CUADRO 4-29  
LUGAR DE LA COMPRA DE LIBROS EN IBEROAMÉRICA

Canal de compra	Portugal	España	Argentina	México	Perú	Brasil	Chile
Librería	90%	74,4%	81%	72,5%	48,6%	57%	63,1%

Fuente: Estudios de comportamiento lector recopilados por CERLALC-SIER

Pasemos al análisis de las ventas a través del canal librería en algunos países del continente.

En Brasil, el país más poblado de América Latina, con cerca de 174 millones de habitantes, los resultados muestran que hubo un aumento de venta en librerías (Cuadro 4-30). De 70 millones de ejemplares vendidos en 2003 se pasó a 75 millones en 2004 (un crecimiento del 6%). Es notorio el desarrollo de la venta directa gracias a las compras del Estado, particularmente de textos escolares y de libros de literatura infantil y juvenil, que alcanzó una cifra de 135 millones de ejemplares adquiridos a través de licitaciones estatales. El canal de venta que le sigue son las distribuidoras, que movilizaron más de 40 millones de ejemplares (6% más que en 2003). Las ventas

de libros por Internet no alcanzan el 1%. Las ventas a bibliotecas también tuvieron, en relación con 2003, un decrecimiento en 2004 de 30.000 ejemplares (5,3%) y la comercialización a través de supermercados tuvo una leve baja (pasó de casi 3 millones de ejemplares en 2003 a 2,3 millones en 2004). El número de ejemplares vendidos en Brasil, según la Cámara del libro de ese país, fue de 289 millones de ejemplares.

En México desde 2001 han decrecido las ventas a través de librerías (ver Cuadro 4-31). En 2001 estas ventas representaban el 30,8% del total y en 2004 el 18,2%. Resalta que dentro de las ventas directas, las compras hechas por el gobierno han tenido ascenso desde 2001. En 2004 representan el 38,3% del total de las ventas de libros en este país. Las ventas a través de distribuidoras han

<sup>14</sup>Este tema se amplía en el capítulo 3 "La edición del estado".



CUADRO 4-30  
EJEMPLARES VENDIDOS EN BRASIL POR CANAL DE COMERCIALIZACIÓN (2002-2004)  
MILLONES

	2002	%	2003	%	2.004	%
Canal largo (Distribuidoras)	44,1	13,8%	37,9	14,8%	40,4	14,0%
Canal Corto	80,6	25,1%	75,1	29,4%	79,2	27,5%
Librerías	71,9	22,4%	70,4	27,5%	75,0	26,0%
Kioskos	1,4	0,4%	0,9	0,4%	0,8	0,3%
Venta conjunta con periódicos	2,7	0,9%	0,1	0,0%	0,1	0,1%
Internet	0,4	0,1%	0,7	0,3%	0,8	0,3%
Supermercado	4,1	1,3%	2,9	1,1%	2,3	0,8%
Canal de Venta directa	196	58,5%	143	55,8%	169	58,5%
Empresas	0,6	0,2%	1,4	0,5%	1,7	0,6%
Marketing Directo	5,3	1,7%	4,7	1,9%	4,3	1,5%
Puerta a puerta	6,9	2,2%	8,5	3,3%	8,6	3,0%
Biblioteca	0,6	0,2%	0,6	0,2%	0,5	0,2%
Ferias del Libro	2,8	0,9%	2,4	0,9%	2,8	1,0%
Escuelas, Colegios	6,2	2,0%	4,0	1,6%	4,3	1,5%
PNLD/PNBE (gobierno)	143,7	44,8%	103,8	40,6%		
PNLD descentralizado (gobierno)	18,5	5,8%	7,1	2,8%	135,1	46,8%
Ventas de saldos	2,7	0,8%	4,2	1,7%		
Otros	8,3	2,6%	5,7	2,3%	11,4	4,0%
<b>Total</b>	<b>321</b>	<b>100,0%</b>	<b>256</b>	<b>100,0%</b>	<b>289</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Cámara Brasileira del Libro, SNEL, CERLALC, SIER.

tenido un crecimiento (19,4%) en 2004 frente al año anterior. Internet como canal de comercialización de libros es todavía muy

débil. En México en 2004 se vendieron 144 millones de ejemplares lo que representa un aumento de 9% frente a 2003.

CUADRO 4-31  
VENTA DE EJEMPLARES MÉXICO 2001-2004. MILLONES

Canales de distribución	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
Canal Corto	38,4	39,3	39,3	31,7	36,7	28,2	37,8	26,2
Librerías	30,1	30,8	29,1	23,5	27,2	20,9	26,2	18,2
Puestos de periódico	0	0,0	–		0,5	0,4	0,6	0,0
Tiendas de autoservicios y departamentales	8,1	8,4	0,1	8,1	8,9	6,9	11,5	8,0
Internet	0,1	0,1	0,1	0,1		0,0	0,01	0,0
Venta Directa	33,3	34,1	59,7	48,2	63,7	49,0	71,7	49,7
Ventas a gobierno	21,3	21,8	43	34,8	47,4	36,4	5,5	38,3
Ventas a escuelas	3,3	3,7	3,2	2,6	2,6	2,0	2,2	1,6
Ventas directas a crédito	3,1	3,2	4,2	3,5	3,7	2,9	4,7	3,3
Expendios propios	2,1	2,2	3,2	2,6	2,6	2,0	2	1,4
Ferias de libros	1,2	1,3	1,6	1,3	15	1,2	1,5	1,0
Ventas a empresas privadas	1	1,1	2,8	2,3	4,6	3,5	3,3	2,3
Ventas a bibliotecas y centros de documentación	0,3	0,3	0,4	0,3	0,1	0,1	0,03	0,0
Correo directo	0,3	0,3	0,1	0,1	–		0,04	0,0
Otros eventos	0,1	0,1	0,9	0,8	0,9	0,8	0,2	1,7
Ventas a asociaciones de padres de familia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,01	0,0
Canal Largo (Distribuidoras)	22,1	22,7	20,9	16,9	24,6	18,9	5	21,2
Otros canales	3,1	3,9	3,8	3,1	5	3,9	4	2,8
<b>Total</b>	<b>97,1</b>	<b>100</b>	<b>124</b>	<b>100</b>	<b>130</b>	<b>100</b>	<b>144,2</b>	<b>100</b>

Fuente: Caniem, Ceralco-Sier  
Cálculo Ceralco

En Colombia las ventas a través de librerías no han tenido un aumento significativo entre 2001 y 2004 (en este último año se vendieron a través de este canal 5 millones de libros). Las ventas por librerías representa

el 26,2% del total (ver Cuadro 4-32). Las escasas ventas al gobierno se han realizado principalmente a través de las llamadas “Vitrinas escolares” y de licitaciones para algunos programas de bibliotecas escolares.

El canal largo (venta a través de distribuidores) sigue ocupando un papel preponderante (30% del total de las ventas) y vende cerca de 4 millones de ejemplares. La venta directa en ferias del libro es un reglón

representativo que le permite a las editoriales comercializar por lo menos 285.000 ejemplares. Colombia en 2004 vendió 19 millones de ejemplares, 12% más que en el 2003.

CUADRO 4-32  
VENTA DE EJEMPLARES COLOMBIA 2001-2004. MILLONES

Canal	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
Canal Corto	8,8	42,7	6,8	41,0	6,5	39	7,8	40
Librerías	6	29,3	4,6	27	4,2	25,2	5	26
Puestos de periódicos/Kioscos	0,1	0,5	0,6	0,4	1,4	0,	1,7	0,0
Tiendas de autoservicios por departamentos y grandes superficies	2,6	12,8	2,1	12,7	2,3	13,8	2,7	14,5
Internet	6,4	0,0	0,02	0,0	0,02	0,0	0,01	0,1
Venta directa	4,9	24,0	4,6	28,2	5	29,7	6,8	35,5
Ferias de libros	0,2	1,1	0,2	1,7	0,2	1,3	0,2	1,5
Ventas a gobierno	2,0	1	0,4	2,5	0,4	2,6	0,7	4,1
Ventas a escuelas, colegios	1,2	6	0,8	5,3	0,9	5,6	0,8	4,4
Ventas a bibliotecas y centros de documentación	0,8	0,4	0,02	0,2	0,7	0,5	0,04	0,2
Ventas a empresas privadas	0,1	0,7	0,6	3,9	0,9	5,9	1,3	6,9
Ventas directas a crédito	1,2	5,9	1,3	7,8	1,0	6,3	0,8	4,6
Correo directo		0,		0,0		0,0		0,0
Clubes de Lectores	0,3	1,5	0,9	0,6	0,1	0,8	0,1	0,6
Expendios propios	1,5	7,3	1,,0	6,2	1,1	6,7	2,5	13,3
Canal Largo	6,7	32,3	4,3	26,4	4,9	29,6	4,2	22,1
Otros no especificados	0,2	1	72	4,4	0,2	1,7	0,2	1,5
<b>Total</b>	<b>20,8</b>	<b>100</b>	<b>16,6</b>	<b>100</b>	<b>16,8</b>	<b>100</b>	<b>19,1</b>	<b>100</b>

Fuente: Cámara Colombiana del Libro

## Distribución de las ventas por canales en España<sup>15</sup>

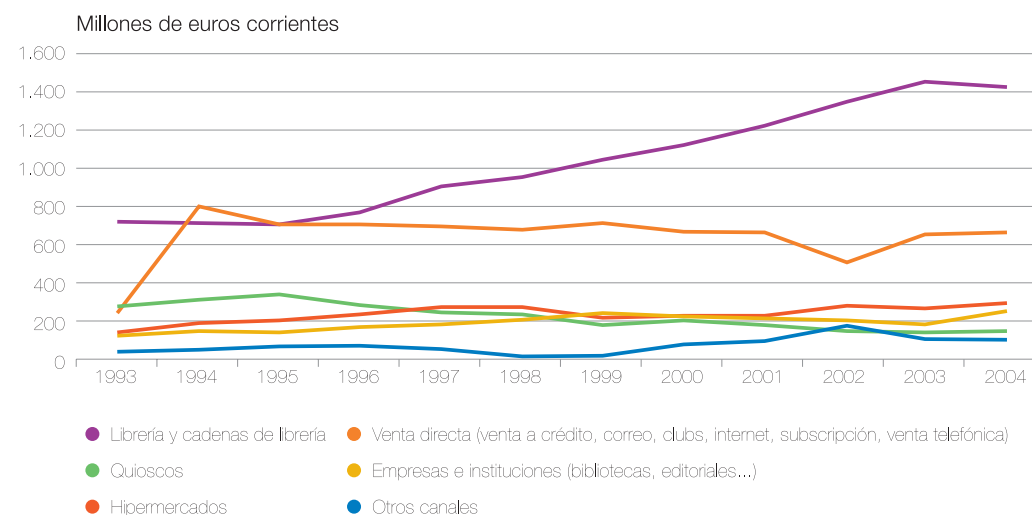
La venta por librerías y cadenas de librerías representa cerca del 50% de las ventas totales de libros en España (que suma alrededor de 2.881 millones de euros) y le sigue la venta a través de hipermercados con 10%. (Ver Cuadro 4-33).

El estudio *El mercado interior de libros en España*, elaborado por la Federación

Española de Gremios Editores de España, indica que el volumen de ventas a través del canal librería ha evolucionado de forma muy positiva hasta el año 2004.

A partir de este año se observa un leve decrecimiento frente al año anterior. En cuanto a venta directa se observa que las ventas a crédito ocupan un llamativo 9%. La comercialización por Internet no ha tenido el éxito que se auguraba a comienzos del 2000. Sólo ocupa 1% del total de ventas de libros.

GRÁFICO 4-3  
VENTAS EN LIBROS POR CANAL DE VENTA EN ESPAÑA (1993-2004)  
(EN MILLONES DE EUROS CORRIENTES)



<sup>15</sup>La información de esta sección ha sido tomada del informe de CEGAL, Mapa de librerías en España, 2005.

Fuente: Federación Española de Gremios Editores de España. Informe Comercio interior del libro en España 2004

CUADRO 4-33

VENTAS EN LIBROS POR CANAL DE VENTA EN ESPAÑA (1999-2004). MILLONES DE EUROS

Canal corto	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
Librerías y cadenas de librerías (1)	1.119,50	44,3	1.223,70	46,9	1.343,70	50,2	1.438,30	51,5	1.416,10	49,1
Librerías	841	33,3	937,1	36,0	1031,1	38,6	1028,6	36,8	998,8	34,7
Cadenas de Librerías	278,5	11,0	286,6	11,0	312,6	11,7	409,6	14,7	417,3	14,5
Hipermercados (2)	220,4	8,7	196,1	7,5	285,6	10,7	272,3	9,8	293,6	10,2
Quioscos	204	8,1	177,9	6,8	147,1	5,5	136,2	4,9	148,2	5,1
Empresas e Instituciones (3)	216,8	8,6	216,9	8,3	178	6,7	160,1	5,7	238,6	8,3
Bibliotecas(4)	18,6	0,7	20,3	0,8	15,4	0,6	17,7	0,6	15,6	0,5
Editoriales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Venta a crédito	379,6	15,0	360,6	13,8	200,6	7,5	325,3	11,7	282,1	9,8
Correo	100	4,0	66,9	2,6	62,8	2,4	61,2	2,2	100,4	3,5
Clubs	132,6	5,2	139,3	5,3	131,5	4,9	130,1	4,7	112,7	3,9
Internet	4	0,2	4,6	0,2	10,9	0,4	11,2	0,4	25,0	0,9
Suscripciones	7,3	0,3	17,4	0,7	15	0,6	32,8	1,2	37,1	1,3
Venta telefónica	47,1	1,9	78,1	3,0	92,5	3,5	90,7	3,3	105,8	3,7
Otros canales	78,9	3,1	104,8	4,0	191,5	7,2	116,9	4,2	106,5	3,7
<b>Total</b>	<b>2.529,00</b>	<b>100</b>	<b>2.606,70</b>	<b>100</b>	<b>2.674,60</b>	<b>100</b>	<b>2.792,60</b>	<b>100</b>	<b>2.881,60</b>	<b>100</b>

Fuente: Federación Española de Gremios Editores de España. Informe Comercio interior del libro en España 2004.

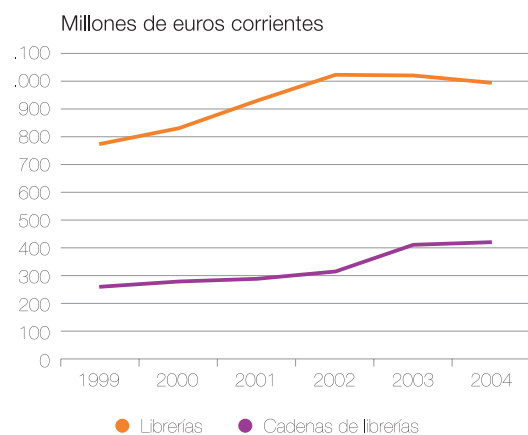
[1] El Corte Inglés, Crisol, FNAC, Casa del Libro y similares, se incluyen dentro de las cadenas de librerías. [2] Dentro de las grandes superficies (desde 2000 hipermercados) se consideran Alcampo, Continente, Pryca y afines.

A continuación se reproducen algunos fragmentos del informe *Mapa de Librerías en España* de CEGAL (Confederación Española de Gremios y Asociación de Librerías).

“Para realizar un análisis más detallado de la cuestión, debe diferenciarse entre librerías y cadenas de librerías (ver también

Gráfica 4-4). Las ventas a través de librerías crecieron hasta el 2002 y, desde entonces, siguen una evolución levemente decreciente. En el caso de las cadenas de librerías, se mantiene sin interrupción una tendencia de crecimiento interanual de las ventas del 1999 al 2004”.

GRÁFICA 4-4  
VENTAS EN LIBROS POR CANAL LIBRERÍA Y  
CADENAS DE LIBRERÍAS EN ESPAÑA  
(1993-2004)  
(EN MILLONES DE EUROS CORRIENTES)



Fuente: Federación Española de Gremios Editores de España.  
Informe Comercio interior del libro en España 2004.

“Ante esta situación hay dos ideas clave que se deben destacar respecto de la evolución reciente del canal librería de España, y sus posibles perspectivas de futuro: por un lado, durante la década de los noventa, el canal librería recuperó una parte muy significativa de su cuota de mercado en España, que había perdido en décadas anteriores (las librerías comercializan actualmente la mitad de las ventas de libros en España, mientras que en 1993 tan sólo representaban una tercera parte del mercado).”

“Por otro lado, la situación actual podría constituir un cambio de la tendencia seguida

en la última década. Esta transformación afectaría sobre todo a las librerías pequeñas, que han perdido cuota de mercado, por lo que habrá que hacer un seguimiento de su futura evolución.”

“Por el contrario, las ventas a través de las cadenas de librerías han seguido una evolución positiva, de forma ininterrumpida. Ello puede ser indicativo de un posible fortalecimiento de las ventas de las cadenas de librerías respecto de las librerías pequeñas durante los próximos años.”

“A pesar de la atomización empresarial que caracteriza el comercio de libros en España, se constata que las librerías grandes y medianas ostentan una cuota de mercado muy relevante del canal librería: cerca del 50% de las ventas de libros se realizaron en 2004 a través del canal librerías. El resto del mercado corresponde a otros canales de comercialización.”

## Principales problemas de las librerías en América Latina y el Caribe

Entre los principales aspectos que afectan al desarrollo y funcionamiento de las librerías en la región, se destacan en orden de importancia la escasez de capital de trabajo, la falta de modernización empresarial, el inadecuado perfil del empresario, la falta de

capacitación de empleados y la competencia de las editoriales.

Los resultados de las encuestas realizadas a las cámaras del libro coinciden en diagnosticar para todos los países los mismos problemas

en la distribución del libro en las provincias (Gráfica 4-5). Los aspectos más sobresalientes son la mala calidad de atención por parte de las editoriales, las dificultades de transporte y el costo de los fletes.

CUADRO 4-34  
PROBLEMÁTICA DE LAS LIBRERÍAS EN AMÉRICA LATINA

Principales problemas de las librerías	Argentina*	Argentina**	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	Honduras	México	Venezuela
Escasez de capital de trabajo		1	2		8	2	1	1	4	4
Falta de modernización empresarial		3	3	1	6		2	2	2	2
Perfil del empresario	7	4	6	2	1		3	3	9	3
Capacitación de empleados	4	5	7	4	9	3	6	4	1	1
Competencia de las editoriales	3		4	7	2		4	5	11	3
Condiciones comerciales en las relaciones con proveedores	5	2	10		10		5	6	5	
Competencia de grandes superficies	6	7	5	5	5		7	12	6	4
Competencia de papelerías	10		11	6				7	7	
Competencia del sector informal	11	6	12	3	7	1		8	8	2
Otros	1	8	13				8		12	
Localización geográfica dentro de la ciudad	8		9	9	4	5		11	3	
Localización geográfica dentro del país	2		8	10	3	4		9	10	
Competencia del Estado	12		1	8				10	13	

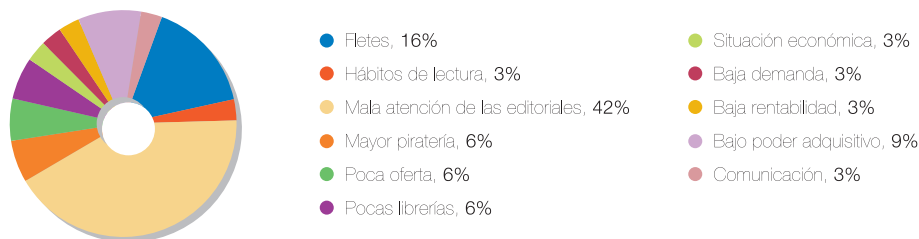
Nota: Lectura del cuadro: cuando aparece un número 1 quiere decir que la Cámara del respectivo país estimó ese problema como el más grave.

Cuando aparece el número 2 quiere decir que es el segundo en importancia para ese país y así sucesivamente.

En Argentina se recibió el formulario de la Cámara Argentina del Libro (\*) En este el problema Otros corresponde a reprografía. Y el de la Cámara Argentina de Papelerías, Librerías y Afines (Capla(\*\*)). En éste el problema Otros corresponde a baja demanda.

Fuente: Cerlalc-Sier

GRÁFICA 4-5  
PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS LIBRERÍAS EN LAS PROVINCIAS

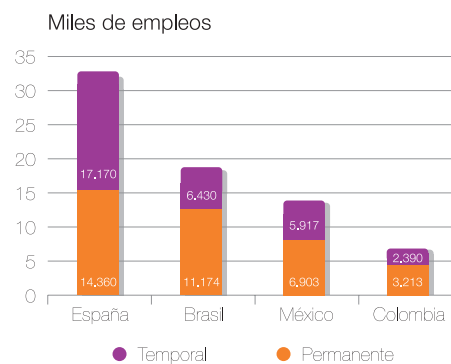


Fuente: Cerialc-Sier

## Empleo

En la siguiente gráfica se aprecia el empleo generado por el subsector editorial en los países donde se cuenta con estudios nacionales. Sumando el empleo permanente con el temporal, en España cerca de 32.000 personas tuvieron algún vínculo laboral con las empresas editoriales agremiadas. En Brasil cerca de 18.000 personas trabajaron en el sector editorial, de las cuales el 63% contaban con un empleo permanente. La participación del empleo permanente en el total del empleo generado es inferior para Colombia, México y España (46%, 54% y 57% respectivamente).

GRÁFICA 4-6  
EMPLEO GENERADO POR EL SECTOR EDITORIAL (2004)



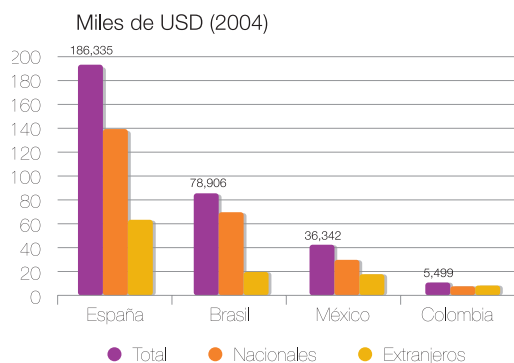
Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia Camara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España Federación de Gremios de Editores de España, Base de datos del Banco Mundial.

Nota: Para España se tomaron los colaboradores externos como empleo temporal



# Derechos de autor

GRÁFICA 4-7  
COMPRA DE DERECHOS AUTORALES



Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro, Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia, Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España, Base de datos del Banco Mundial.

CUADRO 4-35  
PARTICIPACIÓN DE PAGOS DE DERECHO DE AUTOR EN LA FACTURACIÓN (2004)

País	Participación sobre facturación
Brasil	8,5%
México	7,8%
España	5,2%
Colombia	5%

Nota: en España la facturación que se tomó incluye el IVA.

## Publicidad

Las líneas publicitarias en que más invierten las editoriales varía entre países. En Colombia y México el principal medio a través de cual se incentiva la venta del libro son los regalos promocionales (35% y 33%), los catálogos (23% y 14%) y las ferias (11% y 14%). En España se hace principalmente a través de la televisión (30%), los catálogos (28%) y la publicidad en prensa. En contraste, la televisión y la prensa casi no se utilizan como medio de publicidad para los libros ni en México ni Colombia. Otros medios de menor importancia son la radio, Internet y las relaciones públicas.

CUADRO 4-36  
GASTOS EN PUBLICIDAD USD (2004)

Vía	%	%	%
Publicidad en TV	30	1	0
Publicidad en prensa	13	4	2
Publicidad en radio	2	1	1
Ferias	5	14	11
Internet	2	2	1
Catálogos	28	14	23
Regalos Promocionales	11	33	35
Publicidad exterior	2	1	0
Relaciones públicas	6	–	4
Marketing telefónico	–	2	0
Mailing	–	12	0
Otros	1	16	23
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Valor USD</b>	<b>167.557.764</b>	<b>28.925.652</b>	<b>4.943.226</b>

Fuente: Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España

## Cifras cualitativas más recientes

Los procesos de estandarización de la información entre los países de Iberoamérica, así como los métodos de recolección de información dentro de los propios países, tienen como desventaja la necesidad de un

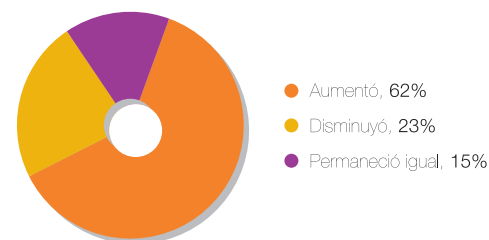
<sup>16</sup>La encuesta de Percepción sobre el clima empresarial editorial es realizada por el CERLALC-SIER entre editores latinoamericanos desde el año 2005, y se aplica cada seis meses a las empresas editoriales que tienen sucursales en los diferentes países de América Latina, y en las principales editoriales nacionales.

proceso de investigación que requiere de un periodo de uno o dos años para llegar a su conclusión. Por este motivo, la información tratada en este capítulo puede manejarse hasta el año 2004.

Para complementar dicha información con datos de mayor actualidad, se presentarán los resultados obtenidos por medio de la encuesta de percepción sobre el clima empresarial en el 2006<sup>16</sup>. En la última medición, con fecha de cierre julio de 2006, se obtuvieron los siguientes resultados:

## Estimación ventas enero-marzo 2006

GRÁFICA 4-8  
VENTAS TOTALES EN MONEDA NACIONAL PARA EL PRIMER TRIMESTRE DE 2006 RESPECTO AL PRIMER TRIMESTRE DE 2005 SEGÚN LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS EDITORIALES



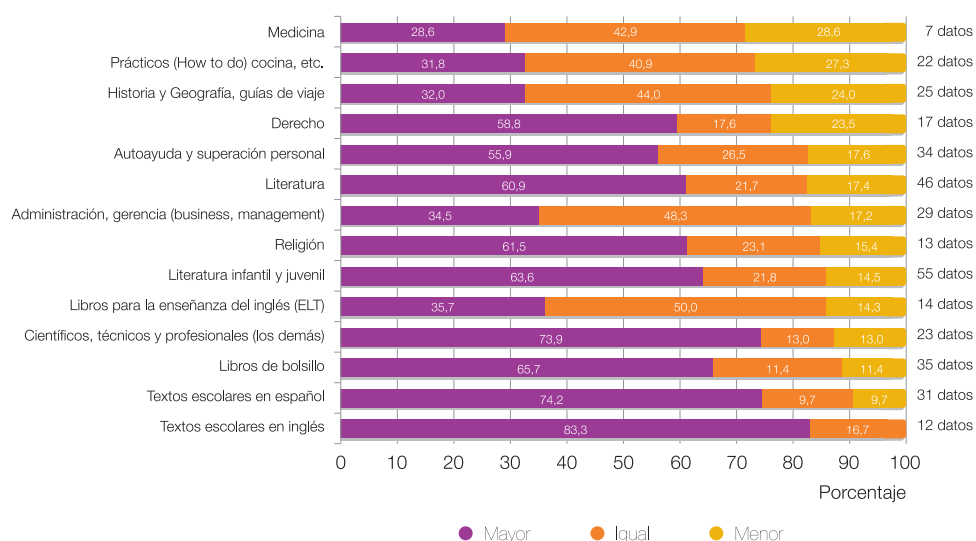
Fuente: Encuestas de opinión SIER, CERLALC. Corte julio 2006

Un porcentaje importante de las 78 empresas encuestadas (62%) afirmó que sus ventas totales en el periodo correspondiente a enero-marzo de 2006 fueron mayores que en el mismo semestre de 2005, y 23% de los encuestados respondió que fueron menores.

## Ventas por segmentos

En el siguiente gráfico se muestra el comportamiento de los diferentes segmentos del mercado en el periodo enero-marzo 2006 respecto al mismo periodo del año anterior.

GRÁFICO 4-9



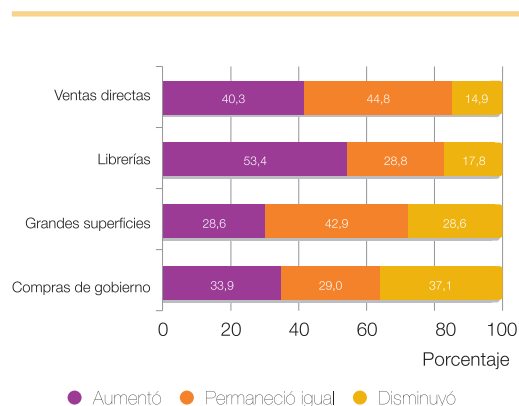
Fuente: Encuestas de opinión SIER, CERLALC. Corte julio 2006

## Canales de comercialización

El canal de ventas más utilizado por las empresas editoriales son las librerías. El 94% de los gerentes encuestados afirmó vender

libros por intermedio de las librerías, 86% realizan ventas directas, 79% vende al gobierno y 81% vende a grandes superficies. En esta medición las compras del gobierno disminuyeron para el 37% de las empresas. En el caso de las librerías aumentaron las compras en 53%.

GRÁFICA 4-10  
COMPARACIÓN DE LAS VENTAS POR  
CANAL DE COMERCIALIZACIÓN EN EL  
TRIMESTRE ENERO-MARZO DE 2006 VS.  
ENERO-MARZO DE 2005



Fuente: Encuestas de opinión. SIER, CERLALC. Corte julio 2006

## Otros estudios Argentina<sup>17</sup>

Actualmente el sector editorial argentino está constituido por un conjunto heterogéneo de empresas: el 80% se concentra en la capital federal y provincia de Buenos Aires. En este grupo se distinguen dos subgrupos: uno mayoritario, integrado por firmas pequeñas –nacionales y extranjeras– y un reducido número de empresas de mayor tamaño, en su mayoría transnacionales.

La Cámara Argentina del Libro (CAL) cuenta en la actualidad con 421 empresas

afiliadas, 48 libreros y 28 distribuidores. 327 editoriales se caracterizan por realizar tiradas cortas y presentar bajos márgenes de rentabilidad por título. La otra entidad de importancia es la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), que tiene 71 socios entre los que también hay editores, distribuidores e importadores y está conformada por las empresas más grandes, en su mayoría transnacionales. Cabe anotar que algunas empresas se encuentran inscritas en ambas entidades.

Una característica que presenta esta industria es que las editoriales y los importadores son quienes fijan el precio de venta al público. Dicho precio es único para todo el país, con contadas excepciones. Este hecho tiene como objeto preservar la existencia de las librerías de menor tamaño al evitar que los canales minoristas con mayor poder de negociación vendan a precios menores que aquéllas. Igualmente se protege así la variedad en la oferta de títulos al permitir que las librerías pequeñas y especializadas puedan subsistir vendiendo al mismo tiempo los libros de rápida salida que venden también las grandes librerías y libros especializados que tienen un ciclo de vida más largo. Esta determinación fue dispuesta en 2001 a través de la llamada Ley de Defensa de la Actividad Librera o de Precio Uniforme de Venta al Público<sup>18</sup>.

En cuanto a la estructura impositiva del sector, cabe destacar que la venta de libros está exenta del pago del impuesto al Valor Agregado (IVA), no así el resto de los

<sup>17</sup>Esta sección se basa en la información incluida en La industria del libro en Argentina. Centro de Estudios para la producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, y dos colaboraciones recibidas por el CERLALC de Fernando Esteves Fros y Octavio Kulesz.

<sup>18</sup>Ley 25.542. Defensa de la actividad librera. 8 de enero 2002. A continuación transcribimos sus dos primeros artículos.

Artículo 1º: Todo editor, importador o representante de libros deberá establecer un precio uniforme de venta al público (PVP) o consumidor final de los libros que edite o importe. Artículo 2º: A los fines de la presente ley se entenderá por consumidor final a la persona física o jurídica que adquiera los libros para su propio uso o los transmita a una persona distinta sin que medie operación comercial. Se considerará importador al depositario principal de los libros de una determinada empresa editorial del exterior. La Secretaría de Comunicación y Cultura arbitrará los medios a fin de llevar un registro de editores, importadores y representantes.

eslabones que intervienen en esta cadena. Esto ocasiona mayores costos a las editoriales en tanto deben asumir como costo los montos que por dicho impuesto pagan sobre sus insumos.

Debido a que los datos oficiales sobre la producción de libros se presentan en forma agregada con la edición de folletos,

partituras, periódicos, revistas y grabaciones, no existen datos oficiales que permitan calcular el tamaño del mercado editorial<sup>19</sup>. Según estimaciones de fuentes sectoriales consultadas, el mercado “editorial argentino factura 975 MM a PVP, es decir, unos 325 MM de dólares, entre librerías, libros editados por los periódicos y otros canales”<sup>20</sup>.

CUADRO 4-37  
EL MERCADO EDITORIAL ARGENTINO POR SEGMENTOS

Segmento	Canal principal	Ejemplares (Millones)	Millones \$ (a PVP)
Educativo castellano	Distribuidores/Colegios	4,35	102
Educativo inglés	Distribuidores/Colegios	1,90	47,50
Interés general	Librerías	15,50	400
Interés general	Quiosco (editoriales)	8,50	75
Placismo	Puerta a puerta	0,50	100
<b>Subtotal</b>		<b>30,75</b>	<b>724,5</b>
Libros c/periódicos	Quiosco	25,00	250
<b>Total</b>		<b>55,75</b>	<b>974,5</b>

Fuente: Fernando Esteves

Adicionalmente, y considerando que las editoriales le hacen a los comercializadores un descuento promedio del 50%, según el caso, el mercado editorial alcanza aproximadamente los 500 millones. También se estima que el Valor Bruto de Producción

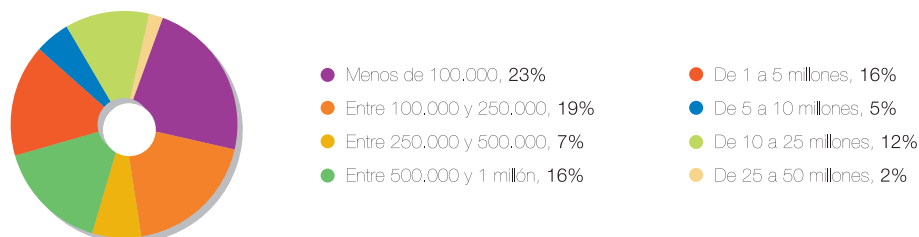
del sector de edición de libros es cercano a los 300 millones de pesos.

El 86% de las empresas que integran el sector facturan menos de 10 millones de pesos, mientras que sólo el 14% superan este monto.

<sup>19</sup>En la actualidad la CAP y la CAL y el CERLALC han sumado esfuerzos para realizar un estudio sobre la producción y comercialización, cuyos resultados se espera estén listos en octubre de 2006.

<sup>20</sup>Ibíd., Esteves Fros.

GRÁFICA 4-11  
DISTRIBUCIÓN DE LA CANTIDAD DE EMPRESAS SEGÚN RANGO DE FACTURACIÓN EN PESOS

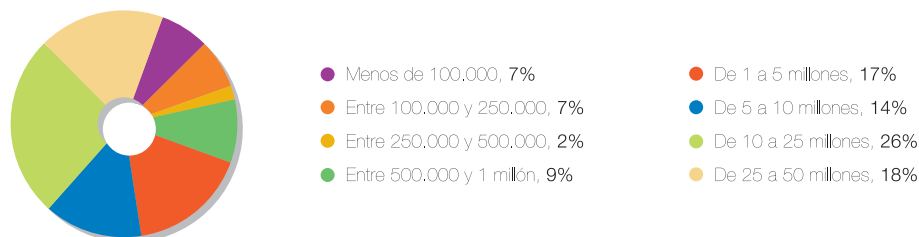


Fuente: En: La industria del libro en Argentina. Centro de Estudios para la producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2005.

Las firmas grandes suelen agrupar a varios sellos editoriales. Las que facturan entre 10 y 50 millones de pesos, concentran cerca de tres cuartas partes del mercado, y aportan el

45% de los títulos publicados. En cambio las que facturan en un rango inferior a 500 mil pesos conforman el 50%. Entre éstas sólo producen el 16% de los títulos.

GRÁFICA 4-12  
DISTRIBUCIÓN DE TÍTULOS SEGÚN RANGO DE FACTURACIÓN EN PESOS



Fuente: En: La industria del libro en Argentina. Centro de Estudios para la producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2005.

Se estima que aproximadamente 7.000 personas trabajan en el sector. La mayoría de los trabajadores se agrupa en empresas grandes con más de 50 empleados. En las

empresas de menos de 10 empleados, que son la que conforman la mayoría del sector (70,7%), trabaja un porcentaje reducido de empleados.

CUADRO 4-38  
EMPLEO POR SECTOR POR RANGOS  
SOBRE TOTAL DE EMPRESAS Y  
TRABAJADORES

Cantidad de trabajadores	% de empresas	% sobre empleo
Menos de 10	70,7	10,7
Entre 10 y 50	12,2	8,7
Entre 50 y 100	14,6	38,9
Más de 100	2,4	41,6

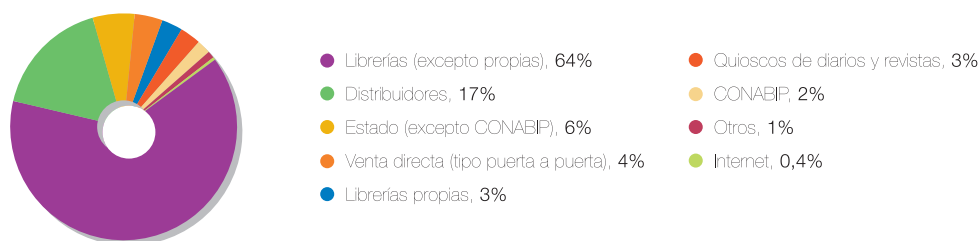
Fuente: En: La industria del libro en Argentina. Centro de Estudios para la producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2005.

En cuanto a los canales de ventas, los comercios minoristas constituyen el principal punto de contacto entre las editoriales y los lectores. A través de las librerías se canaliza el 67% de las ventas editoriales. El 17% es

comercializado por medio de distribuidores, el 8% es adquirido por el Estado (que incluye la venta a la Comisión Nacional de Bibliotecas Públicas) y el resto es distribuido en sitios tales como quioscos, vendedores directos o Internet. “En Argentina hay alrededor de 1.000 puntos de venta de libros en todo el país. De los cuales unos 500 sólo se dedican a la venta de libros. En el área metropolitana (Buenos Aires y alrededores), cuya población equivale a un tercio del total del país, se vende casi el 70% del total.

Entre estos mil puntos de venta (estimados en diez mil en todo el país) no están incluidos los quioscos pero sí los supermercados. Las grandes superficies concentran su oferta en los libros que figuran en los rankings de más vendidos, algunas novedades, libros para chicos (más lúdicos que literarios) y unos cuantos saldos de stock”<sup>21</sup>.

GRÁFICA 4-13  
DISTRIBUCIÓN DE LIBROS POR CANAL SOBRE TOTAL DE EJEMPLARES



Fuente: CEP con base en encuesta. En: La industria del libro en Argentina. Centro de Estudios para la producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2005. Mediana Empresa, 2005.

<sup>21</sup>Ibíd., Esteves, El mercado editorial argentino (2000-2005).

En Argentina, la oferta de nuevos títulos es una estrategia comercial de vital importancia. Las novedades comprenden entre el 80% y el 90% de los títulos publicados, aportan el 41,2% de la facturación del sector y representan entre el 35% y 70% de las ventas de casi la mitad de las firmas. La mayoría de las novedades pertenecen a títulos de Derecho, Astrología, Economía y Negocios.

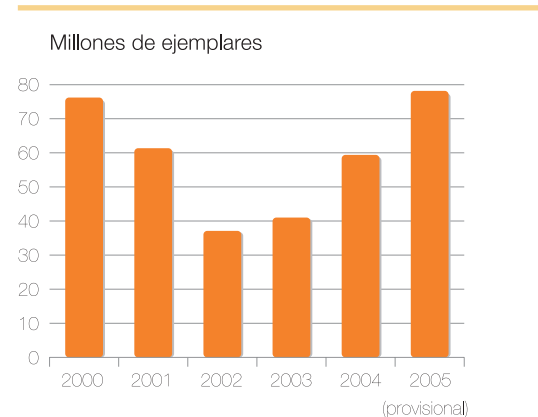
CUADRO 4-39  
PRODUCCIÓN DE LIBROS (EN MILES)\*

Año	Titulos	Ejemplares	Tirada por título
2000	13,2	74.294	5,6
2001	13,4	58.812	4,4
2002	10,0	33.708	3,4
2003	14,4	38.097	2,7
2004	18,5	55.833	3,0

Fuente: CEP en base a CAL. En: La industria del libro en Argentina. Centro de Estudios para la producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2005

\* Nota: Esta información la trabaja la CEP a partir de datos de CAL y no, como en los cuadros anteriores, en base a encuestas.

GRÁFICA 4-14  
CANTIDAD DE EJEMPLARES REGISTRADOS  
2000-2005



CUADRO 4-40  
PARTICIPACIÓN DE LAS NOVEDADES  
EN LA FACTURACIÓN, EN % DE EMPRESAS  
Y EN % DE VENTAS

Participación de las novedades en facturación	% de empresas	% sobre ventas totales
Menos o igual 35%	30,2	8,3
Entre el 35% y el 70%	48,8	28,7
Más del 70%	20,9	4,2
Total	100,0	41,2

Otro aspecto relevante sobre el mercado argentino es la importancia de los autores nacionales en las ventas del sector, que genera el 68,4% de la facturación total. En el 57% de las empresas, los escritores nacionales representan al menos el 80% de sus ventas, y



aportan el 35% de la facturación total. Si se toma en cuenta únicamente el sector de la literatura y temas actuales (ficción y no ficción) el porcentaje asciende al 60%. Adicionalmente, vale la pena resaltar que el mercado del libro de bolsillo en Argentina ha crecido en los últimos años. Actualmente representa el 10% de los ejemplares vendidos en las librerías. En este nicho de mercado son 4 las editoriales que concentran casi la totalidad de la oferta.

CUADRO 4-41  
PARTICIPACIÓN POR RANGOS DE  
FACTURACIÓN DE LOS AUTORES  
ARGENTINOS, EN % DE EMPRESAS  
Y % DE VENTAS

Rangos de facturación	% de empresas	% sobre ventas totales
Menor o igual a 40%	23,8	10,0
Entre el 40% y el 80%	19,0	23,4
Más del 80%	57,1	35,0
Total	100	68,4

Fuente: En: La industria del libro en Argentina. Centro de Estudios para la producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2005

En los años noventa, la industria argentina del libro mostró un importante crecimiento, al pasar de 13 millones en 1991 a 48 millones en 1994. Entre 1994 y 1998 se editaron en promedio 52 millones de libros. Además la rentabilidad del sector creció fuertemente debido a la caída de los salarios.

A pesar del buen desempeño en los años 90, con el inicio de la recesión la situación del sector empeoró. Uno de los factores que agravó la situación fue el aumento en los costos de transporte. Hacia finales de la década la producción en el sector empezó a declinar y en 2001 ya presentaba una caída superior al 20%. En 2002 se produjeron 25 millones de ejemplares menos que en el 2001. Esto representó una reducción del 43% con respecto a este año cuando se editaron 58,8 millones de libros, con un valor en la producción inferior a los 200 millones de pesos.

Al respecto dice Octavio Kulesz:

“A la importación masiva de libros y a la gran concentración que habían caracterizado a la década del noventa se les sumaba una profunda recesión que afectaba toda la industria. A principios de 2002, el tipo de cambio se devaluó abruptamente. La nueva situación trajo aparejados grandes cambios estructurales. A los pocos meses el sector comenzó a dar signos evidentes de reactivación. Las exportaciones pasaron a ocupar un lugar preponderante, los emprendimientos locales prosperaron y creció el consumo de libros. Asimismo, se llevaron adelante numerosas iniciativas estatales—principalmente desde la Subsecretaría de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires—destinadas a acompañar este movimiento. La situación general ha permanecido, hasta hoy, con pocas variaciones de fondo. Sin embargo, hay varios desafíos en el

horizonte. En primer lugar, el actual tipo de cambio comienza a mostrar su lado problemático: el papel, por ejemplo, protagonizó aumentos de precio desconcertantes (insólitamente, hoy cuesta, en dólares, un 20% más que durante los noventa). En segundo lugar, en nuestro país puede percibirse un cierto atraso tecnológico respecto al software utilizado tanto en el armado de los libros como en los sistemas de impresión. En Argentina se cuenta con imprentas digitales profesionales, pero aún se está lejos de España o México en cuanto a la expansión de su uso. Finalmente, hay que admitir que a nuestro país –y a buena parte de Latinoamérica– le falta mucho todavía para convertirse en una figura relevante en el mercado mundial de derechos de autor. En suma, la situación del sector editorial en Argentina es, por lo tanto, más promisorio que durante los años noventa, aunque no faltan grandes retos. Y más que conformarnos con la actual coyuntura, los actores involucrados deberíamos poner todo el acento en la producción de contenidos de calidad<sup>22</sup>.

Durante el 2003 y el 2004 la industria editorial argentina se recuperó nuevamente hasta llegar a una tirada total de 55,8 millones de ejemplares en el 2004 y un aumento acumulado del 86% en el número de títulos entre el 2003 y el 2004. El producto alcanzó los 300 millones de pesos corrientes en el 2004, y en términos de unidades acumuló un aumento del 65,5% entre 2002 y 2004. Ello demuestra que desde

la salida de la crisis económica la industria se recupera a un buen ritmo, aunque el crecimiento de los costos por encima de los precios de venta ha reducido los márgenes de rentabilidad. Esta es la mayor cantidad de los últimos 20 años. En el 2005 se produjeron cerca de 75 millones de ejemplares, de los cuales 56 millones se vendieron en el mercado interno. El resto fue exportado o pasó a formar parte del inventario de las editoriales.

## Chile<sup>23</sup>

En la década de los noventa las ventas de la industria editorial chilena oscilaron entre los 200 y los 120 millones de dólares, se registraron alrededor de tres mil títulos cada año y se publicaron más de ocho millones y medio de ejemplares. No obstante, el dinamismo que caracterizó al sector del libro en Chile en los años noventa se detuvo e inició una fase de estancamiento y deterioro del consumo a partir de 1998. Las importaciones cayeron a partir de este año desde 36 millones de dólares a 20 millones en 2003; la producción nacional de libros no escolares en 2003 fue la más baja del periodo 1992–2003 y las ventas a precio público, calculadas en casi 200 millones de dólares en 1996, cayeron en 2003 a 110 millones de dólares, incluyendo la producción nacional y las importaciones y considerando libros escolares y no escolares.

Los problemas impositivos que ponen en desventaja a Chile frente a los otros países

<sup>22</sup>Octavio Kulesz. El Zorzal Argentino. Artículo enviado al CERLALC, mayo 2005.

<sup>23</sup>Datos del documento Política Nacional del libro y la lectura. Consejo Nacional del Libro y la Lectura.

tienen que ver con el alto monto del impuesto al valor agregado que deben cancelar la industria y los importadores. Este es un caso de excepción en América Latina.

En el caso de los libros importados, que representan alrededor del 70% de los libros que se consumen en el país, el pago anticipado de un IVA del 19% tiene un gran impacto en el mercado del libro pues ese 19% se agrega a los costos financieros de la operación importadora.

En todo caso, la empresa editorial chilena es altamente competitiva a pesar de encontrarse en desventaja con respecto al sector en Iberoamérica. En Chile el precio promedio es de 3,48 dólares.

CUADRO 4-42  
ADQUISICIONES DE TEXTOS ESCOLARES  
2000-2005  
(PRECIOS CONSTANTES 2003)

Año	Inversión total (miles de pesos)	USD
2000	6.997.438	10.119.665
2001	8.702.696	12.585.802
2002	10.995.974	15.902.331
2003	10.525.558	15.222.017
2004	8.200.000	11.858.805
2005	9.933.000	14.365.062

Fuente: Mineduc, Unidad de Currículo y Evaluación, 2005. En: Política nacional del libro y la lectura. Consejo nacional del libro y la lectura

La producción de libros escolares se beneficia de una importante política pública de adquisiciones por parte del Ministerio de Educación, que desde el año 2000 entrega textos escolares gratuitos al 100% de los estudiantes de la educación subvencionada. Aproximadamente 13 millones de textos fueron comprados por el Estado en el 2003.

### Canales de distribución

Las librerías son el principal lugar de acceso a los libros (44%), aunque las compras en la calle mostraron un alarmante aumento del 10% en el 2005.

Muchas librerías se vieron obligadas a cerrar sus puertas debido a la crisis del sector. En 2005 existían 99 librerías, 58 sucursales, y 157 puntos de venta dedicadas exclusivamente al comercio de libros, de las cuales el 42% se encontraban en la región metropolitana, y el 26% en la región de Valparaíso y de los lagos.

La mayoría de las librerías (65%) tenían menos de 5 empleados y sólo el 20% más de 20.

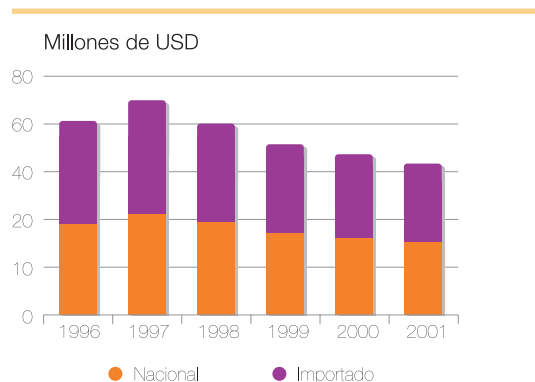
### Perú

Los datos disponibles sobre la industria editorial de este país tienen como base estudios de 1996 y 2001 realizados por la Cámara Peruana del Libro, y un estudio sobre el libro en Perú realizado por Dante Antonioli, que presenta datos principalmente

para los años 2004 y 2005, basados en el registro ISBN.

Según la Cámara Peruana del Libro, el volumen de venta de libros ascendió en el 2001 a 4,8 millones de ejemplares, lo cual representa USD48,55 millones. De esta cantidad, más de la mitad proviene de la producción nacional, la cual a su vez representa un tercio del volumen de ventas. Se estima que para el año 2004 las ventas habrían aumentado a USD69,3 millones.

GRÁFICA 4-15  
VENTAS TOTALES POR ORIGEN DEL LIBRO



Fuente: Cámara Peruana del Libro.

Al clasificar los libros por categorías, el monto total por la venta de textos escolares resulta ser superior a los 30 millones de dólares, lo que representa el 62% del total de ventas. Los libros de interés general y placismo tienen una participación del 21,4% y 16,5%, respectivamente. Los textos

escolares son en su mayoría producción nacional (81,6%). Los libros de placismo son todos importados y los de interés general lo son en un 79%.

La evolución del consumo de libros per cápita disminuyó de 0,26 a 0,18 unidades en un periodo de seis años, entre 1996 y 2001. La producción per cápita, por su parte, cayó de 0,17 a 0,12 durante el mismo periodo. Esta tasa es una de las más bajas de toda Latinoamérica. En el 2005 la CPL y el CERLALC realizaron un levantamiento del universo editor con el propósito de llevar a cabo un estudio actual.

Según el estudio de Antonioli<sup>24</sup>, hace una década las empresas periodísticas incursionaron en la publicación, importación y distribución de libros y fascículos coleccionables. Inicialmente se diseñó como estrategia para incrementar la venta de sus diarios, pero con el tiempo se ha convertido en un negocio de excelente rentabilidad. En la actualidad estas empresas, entre las cuales destacan El Comercio, La República y Correo, El Ojo y El Expreso mantienen altos tirajes muy superiores a los del grupo conformado por las editoriales de interés general y literatura. La temática de los libros lanzados por las empresas periodísticas es variada: incluye desde títulos de historia y geografía, hasta libros de autoayuda y literatura universal.

Entre las dos primeras empresas mencionadas anteriormente publicaron en

<sup>24</sup>Antonioli, Dante. El sector editorial peruano. Un estudio sobre el libro en el Perú: 1995-2005. Antonioli Delucchi editor, 2006.

2005 un total de 335 títulos nuevos. Se estima que entre el 2000 y el 2005, todas las empresas periodísticas tuvieron una oferta total de 39,7 millones de ejemplares, de los cuales 18,8 millones fueron importados, principalmente de Argentina, Chile, Colombia, México y España. El éxito de estas empresas consiste en el bajo precio de los libros y la excelente distribución del producto, que ha utilizado los canales habituales de distribución para los diarios, principalmente quioscos. Estas empresas participan en el mercado con las demás editoriales de interés general y literatura.

Añade Antonioli que las editoriales de investigación y ciencias sociales se hallan conformadas mayoritariamente por asociaciones, fondos del estado y fondos universitarios. Las editoriales de investigación y ciencias sociales realizan un tiraje promedio estimado de 1.100 ejemplares. En interés general y literatura es de 3.250 ejemplares. En ambos casos el promedio es muy inferior al de los diarios que asciende a 26.000 ejemplares.

El estado es otro actor importante en el mercado del libro, a través del ministerio de educación, que es uno de los principales clientes de la industria editorial y gráfica. Esto ha generado cambios en los niveles de precios del mercado y ha hecho que algunas empresas se especialicen en atender las solicitudes del ministerio. Ello hace que reduzcan su oferta editorial y subsistan exclusivamente gracias a las licitaciones y concursos públicos del estado.

CUADRO 4-43  
PERÚ: TIRAJE PROMEDIO ESTIMADO DE LA INDUSTRIA EDITORIAL, 2005

Giro Editorial	Editoriales consultadas	Tiraje promedio estimado
Investigación y ciencias sociales	20	1.100
Interés General y literatura	12	3.250
Interés General (en diarios)	3	26.000
Promedio	35	7.650

Fuente: Antonioli Delucchi, Dante. El sector editorial peruano. Un estudio sobre el libro en el Perú: 1995-2005. 2006

En todo caso, las adquisiciones del Estado han permitido incrementar la oferta de títulos y la cantidad de ejemplares en circulación. Por ejemplo, en el 2004 el presupuesto total del ministerio para la compra de libros fue de 41,8 millones de nuevos soles (aproximadamente USD12,7 millones) para un total de 131 títulos representados en 14,2 millones de ejemplares.

### Comercialización

Los principales canales de distribución de libros en Perú son las librerías y los quioscos.

En el país existen 371 puntos de venta libreros de los cuales 189 están en Lima. En esta ciudad y en el Callao, el 42% de las librerías se ubican, sobre todo, en los

distritos habitados por la población de mayores ingresos. Las 20 librerías más tradicionales del país cuentan con 92 puntos de venta.

Adicionalmente, en los últimos tiempos, se comercializan en tiendas departamentales o grandes almacenes, y a través del comercio electrónico.

CUADRO 4-44  
PERÚ: LIBRERÍAS A NIVEL NACIONAL, 2005

Departamento	Librerías	Población	Habitantes por librería
Arequipa	26	1.140.810	43.877
Cusco	30	1.171.503	39.050
Lima	189	7.819.436	41.373
Piura	23	1.630.772	70.903
Otros	103	14.392.440	139.732
<b>Total</b>	<b>371</b>	<b>26.154.961</b>	<b>70.499</b>

Fuente: Sunat, INEI, Telefónica del Perú, portales institucionales en internet. En: Antonioli Delucci, Danta. El sector editorial peruano. Un estudio sobre el libro en Perú: 1995-2005. 2006

## Portugal<sup>25</sup>

El total del volumen de negocios del sector de la edición en Portugal en 2004 fue de 684.555.095 euros, superior a los 290.318.760 euros de 1998.

Las empresas editoriales portuguesas están agremiadas en dos asociaciones: Asociación Portuguesa de Editores y Libreros (APEL) y la Unión de Editores Portugueses (UEP). El 70% de las empresas están adscritas a la APEL y el 26,2% a la UEP.

## Producción

El número de títulos editados en 2004 fue de 22.952, de los cuales el 57,2% corresponde a la categoría de interés general. Frente a los 9.196 títulos editados en 1998 esto representa un importante incremento del 150% para el periodo.

En cuanto a la cantidad de ejemplares por categoría para el 2004, se contabilizó una cantidad total de 67,3 millones, lo que representa un incremento del 170,3% en el periodo analizado. En este caso los libros didácticos son los que acumulan la mayor cantidad de ejemplares, que fue,

<sup>25</sup>Multidados, Estadística nacional do sector do livro 2004.

CUADRO 4-45  
NÚMERO DE TÍTULOS PRODUCIDOS POR CATEGORÍA 2004

Categoría	Novedades	Reediciones	Reimpresiones	Total
Didáctico	1.934	383	1.890	4.207
Interés Gral.	9.269	1.115	2.745	13.129
Cien. Téc. Prof.	2.762	395	958	4.115
No discriminados	1.463	0	38	1.501
<b>Total</b>	<b>15.428</b>	<b>1.893</b>	<b>5.631</b>	<b>22.952</b>

Fuente: Estadística Nacional do sector do Livro 2004. Multidatos. 2004  
Cálculo CERLALC

CUADRO 4-46  
CANTIDAD DE EJEMPLARES PRODUCIDOS

Categoría	1998		2004	
	Abs.	%	Abs.	%
Didáctico	10.632.418	42,69%	31.737.167	47,15%
Interés Gral	10.951.393	43,97%	27.324.109	40,59%
Cien. Téc. Prof.	2.324.249	9,33%	5.677.678	8,43%
no discriminados	1.000.000	4,01%	2.577.636	3,83%
<b>Total</b>	<b>24.908.060</b>	<b>100%</b>	<b>67.316.590</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estadística Nacional do sector do Livro 2004. Multidatos. 2004

adicionalmente, la categoría de mayor crecimiento, al presentar una variación de casi el 200%.

#### Venta

El número total de ejemplares vendidos durante 2004 fue de 52.710.075 euros

(USD42,4 millones) de los cuales el 22,3% corresponde a libros didácticos. En contraste con las anteriores estadísticas, la facturación total por categoría arroja una distribución muy diferente: el 47,6% sobre el total corresponde a libros de interés general, mientras que los libros de temas didácticos, a pesar de contar con un gran volumen de

CUADRO 4-47  
FACTURACIÓN TOTAL POR TEMÁTICA 2004 (USD)

Categoría	2004			
	Interno	Externo	Total	%
Didáctico	36.425.953.96	20.424.117	69.565.217	9,09%
Interés Gral.	203.004.512.89	90.731.391	364.598.349	47,66%
Cien. Téc. Prof.	41.734.488.03	47.453.148	87.022.904	11,37%
No discriminados	122.327.264.27	78.824.503	243.852.340	31,87%
Total	403.492.219.15	237.433.159	765.038.811	100%

Fuente: Estadística Nacional do sector do Livro 2004. Multidatos. 2004

ejemplares, acumulan tan solo el 9,1% de la facturación total.

De la facturación total en las empresas, el 71,2% corresponde al mercado nacional, y el 28,8% restante a exportaciones. La Unión Europea es el destino más común, seguido por Brasil.

## Venezuela<sup>26</sup>

En Venezuela el universo de agentes editoriales está constituido por 1.060 entidades y personas distribuidas en 175 empresas editoriales, 33 empresas privadas no editoras que editan, 183 fundaciones que editan, y 669 editores y autores independientes o empresas unipersonales. Esta cifra inicial se reduce a un total de 88 empresas si se tienen en cuenta únicamente aquellas cuya principal actividad económica principal es la edición de libros y editan más

de tres títulos al año de manera continua, hecho que las identifica para el CERLALC como editoriales industriales.

Al tomar una muestra de estas 88 empresas se estima que el 59% orientan su producción hacia el mercado nacional, y el 25% restante atienden tanto el mercado nacional como el internacional.

En cuanto al tipo de edición, el 48% de las empresas editan, en mayor volumen, títulos en reimposición, el 27% cuentan con la mayoría en títulos de primera edición, y el otro 15% reediciones. Esta composición es similar a la de otros países latinoamericanos en donde las reimposiciones siempre abarcan el mayor volumen de títulos.

## Ventas

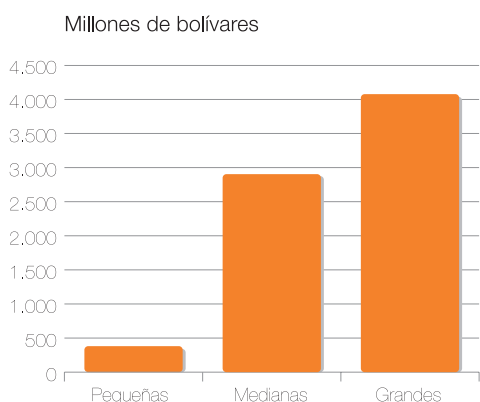
En 2003 el promedio de ventas de las editoriales pequeñas fue de 303.378.602

<sup>26</sup>CAVELIBRO, CEATPRO. Primer Estudio del sector del libro en Venezuela. Venezuela: Cavelibro, 2005. Este estudio fue realizado con la metodología CERLALC.



bolívares (USD0,19 millones), en las medianas el promedio se ubicó en 1.890.252.590 bolívares (USD1,18 millones), y el de las grandes fue de 4.073.220.750 bolívares (USD2,54 millones).

GRÁFICA 4-16  
VENTAS PROMEDIO POR TAMAÑO DE LA EMPRESA. 2003



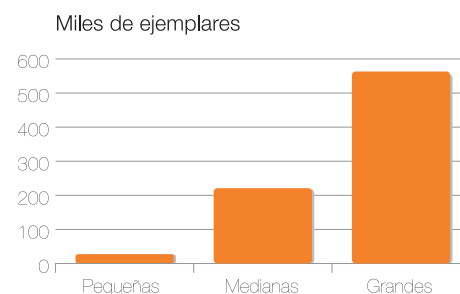
Fuente: Primer estudio del sector del libro en Venezuela. CAVELIBRO, CEATPRO. 2005

Al evaluar el número de ejemplares producidos, los resultados para este mismo año son los siguientes: 24.417 ejemplares en promedio para las empresas pequeñas, 215.133 para las medianas y 565.263 para las grandes.

El número total de títulos vendidos se distribuyen en 72% que corresponde a ediciones propias al mercado nacional, 20% en libros importados, y el 8% restante perteneciente a la venta de ediciones propias

en el exterior. En cuanto a la facturación, el 82% corresponde a ediciones propias al mercado nacional, el 14% a libros importados al mercado nacional, y el 4% a ediciones propias en el exterior.

GRÁFICA 4-17  
CANTIDAD MEDIA DE EJEMPLARES PUBLICADOS POR TAMAÑO DE LA EMPRESA. 2003

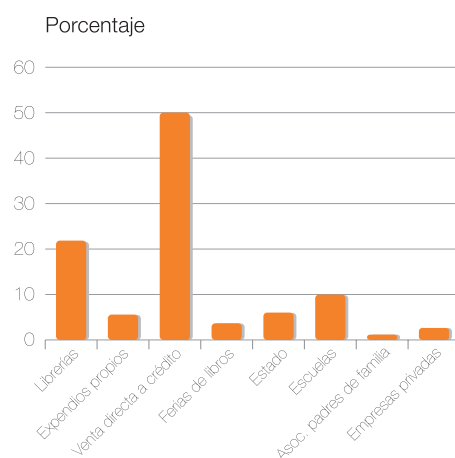


Fuente: Primer estudio del sector del libro en Venezuela. CAVELIBRO, CEATPRO. 2005

El 79% de los ejemplares pertenecientes al rubro de ediciones propias se colocan en el mercado utilizando el canal de las distribuidoras de la empresa, 12% de los ejemplares mediante otras distribuidoras, y el 9% restante usan directamente los canales de comercialización. Al diferenciar los libros importados del total se observa que estos se distribuyen casi en su totalidad a través de la red de distribuidoras propias, y utilizan de manera preponderante los canales de comercialización representados por las grandes superficies, las librerías y las ventas directas a crédito.

El 50% de las ediciones propias corresponden a venta directa a crédito, seguido por el 22% correspondiente a librerías y el 10% de ventas a escuelas. La venta directa de las editoriales a las grandes superficies, el estado, centros de documentación, asociaciones de padres de familia, correo directo, internet, puntos de revistas y periódicos es menos común y corresponde a tan solo una pequeña proporción de las ventas.

GRÁFICA 4-18  
VENTA DE EDICIONES PROPIAS POR  
CANALES DE DISTRIBUCIÓN. 2003

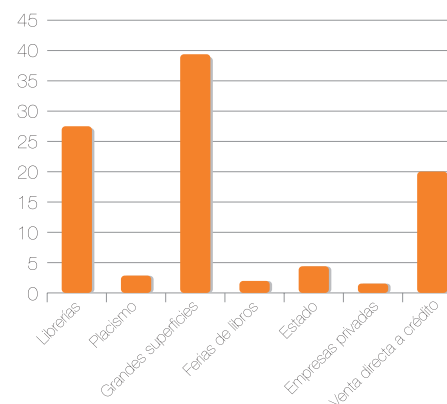


Fuente: Primer estudio del sector del libro en Venezuela.  
CAVELIBRO, CEATPRO. 2005

Para las ediciones importadas según canales de comercialización, el 39% de las ventas totales corresponde a grandes superficies,

seguido por el 28% a librerías y 20% a venta directa a crédito.

GRÁFICA 4-19  
VENTAS DE EDICIONES IMPORTADAS POR  
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN. 2003



Fuente: Primer estudio del sector del libro en Venezuela.  
CAVELIBRO, CEATPRO. 2005

## Empleo

Actualmente, las 88 empresas que forman parte del sector de las editoriales comerciales emplean una cantidad total de 3.327 personas. La mayor cantidad de empleados se encuentran trabajando en empresas grandes que tienen más de 80 trabajadores, las cuales acumulan el 49,1% del total de los empleos.

La Cámara Venezolana del Libro cuenta con 129 afiliados —que representan aproximadamente el 60% de las empresas editoriales— 66 librerías y 14 distribuidores.

CUADRO 4-48  
VENEZUELA: EMPLEOS EN EL ÁMBITO EDITORIAL

Nº. de empleados	% de empresas	Nº. de empresas	Nº. medio de empleados por empresa	Nº. total de empleados
1 a 4	4	4	4	16
5 a 9	18	16	8	128
10 a 14	18	16	13	208
15 a 19	13	11	18	198
20 a 49	17	15	30	450
50 a 79	13	11	63	693
80 a 109	13	11	94	1.034
Más de 110	4	4	150	600
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>88</b>		<b>3.327</b>

Fuente: Primer estudio del sector del libro en Venezuela. CAVELIBRO, CEATPRO. 2005

## Bolivia<sup>27</sup>

En el año 2005 se aplicaron un total de 65 encuestas a cuarenta y siete diferentes agentes editores y a 22 importadores. La metodología es diferente a la del CERLALC dado que incluye en un solo universo a todos los agentes editores sin tener en cuenta si su objeto social principal es la edición y comercialización de libros y los parámetros mínimos de tres títulos por año y 20.000 dólares de facturación. Diez empresas que cumplen los criterios para ser clasificadas como editoriales industriales participaron<sup>28</sup>.

Con esa advertencia se presentan los cuadros que aproximan al panorama de las actividades editoriales más que a la edición del sector editorial boliviano. Y al sector importador de libros de ese país.

Como se aprecia en el siguiente cuadro, la mayoría de los agentes editores son pequeños en su actividad editorial: 33 (72% del total), se encuentran en un rango de producción entre 1 y 10.000 ejemplares y son en su mayoría empresas unipersonales u ONG. Únicamente 6 producen más de 100.000 ejemplares, entre las cuales 2 son sociedades anónimas y otra es una entidad estatal.

<sup>27</sup>Estudio realizado por la Universidad Mayor de San Andrés para la Cámara Boliviana del Libro.  
<sup>28</sup>CERLALC. Metodologías para estudios.

CUADRO 4-49  
EMPRESAS EDITORIALES

Cantidad total de ejemplares editados en 2004	Empresa S.R.L.	Empresa S.A.	Empresa Unipersonal	ONG	Universidad	Entidad Estatal	Otro	Total
Ninguno	0	0	1	0	0	0	0	1
De 1 a 1.000	1	1	3	1	0	1	0	7
1.001 a 10.000	1	0	12	8	1	2	1	25
10.001 a 100.000	4	0	2	0	0	1	0	7
100.001 a 1.000.000	1	2	0	0	0	0	1	4
Más de 1.000.000.	0	0	0	0	0	1	1	2
NS/NR	0	0	0	0	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>47</b>

Fuente: Encuesta "Estudio del Libro 2004" realizada en CBL / Julio-2005

### Producción

La producción de títulos para el año 2004 ascendió a 904 novedades de un total con reimpressiones y reediciones de 1.305 y la cantidad total de ejemplares fue de 14.646.600.

Casi la totalidad de libros en ejemplares son producidos por dos empresas grandes, el 72% del total de la producción nacional. La mayoría de temas editados en el país son didácticos o están dirigidos a la población universitaria, y el resto de la producción se divide entre literatura, ensayos, y libros infantiles y otros.

La mayoría de las novedades y las reimpressiones son de textos escolares, mientras que las reediciones corresponden más que todo a títulos de interés general.

El mismo análisis para el número de ejemplares deja ver unos resultados similares a los obtenidos con los títulos, y confirma la importancia del subsector didáctico en la producción editorial boliviana. La mayoría de las reimpressiones corresponden a textos escolares.

En total, de los 14,6 millones de ejemplares producidos en el país 13,6 corresponden a este subsector.

CUADRO 4-50  
NÚMEROS DE TÍTULOS PRODUCIDOS SEGÚN TEMAS 2004

Temas	1ª Edición	Reedición	Reimpresión	Total
Textos Escolares	273	20	245	538
Textos Universitarios	63	8	7	78
Literatura	92	1	6	99
Interés General	65	45	46	156
Ensayos	14	0	0	14
Infantiles	129	4	4	137
Otros	268	4	11	283
<b>Total</b>	<b>904</b>	<b>82</b>	<b>319</b>	<b>1.305</b>

Fuente: Encuesta "Estudio del Libro 2004" realizada en CBL / Julio-2005

CUADRO 4-51  
NÚMERO DE EJEMPLARES EDITADOS SEGÚN TEMAS 2004

Temas	1ª Edición	Reedición	Reimpresión	Total
Textos Escolares	8.935.250	20.000	4.725.000	13.680.250
Textos Universitarios	30.300	5.000	4.000	39.300
Literatura	64.600	500	17.500	82.600
Interés General	134.100	217.750	205.000	556.850
Ensayos	21.500	0	3.000	24.500
Infantiles	6.500	0	10.000	16.500
Otros	242.100	1.000	3.500	246.600
<b>Total</b>	<b>9.434.350</b>	<b>244.250</b>	<b>4.968.000</b>	<b>14.646.600</b>

Fuente: Encuesta "Estudio del Libro 2004" realizada en CBL / Julio-2005

Durante el año 2004, 1.096 personas trabajaron en las empresas con actividades de edición; 487, es decir el 44,4%, trabajaron directamente en las empresas, mientras que 440 (40,1%) lo hicieron indirectamente y 169 (15,4%) eventualmente.

CUADRO 4-52  
NÚMERO DE PERSONAS EMPLEADAS EN EL  
SECTOR EDITORIAL 2004

Tipo de trabajo	Número de personas	Porcentaje [%]
Directamente	487	44,4
Indirectamente	440	40,1
Eventualmente	169	15,4
<b>Total</b>	<b>1.096</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta "Estudio del Libro 2004" realizada en CBL/Julio-2005

CUADRO 4.53  
VENTAS DE EDITORIALES Y EMPRESAS EDITORAS-IMPORTADORAS DE ACUERDO AL CANAL  
EN LA GESTIÓN 2004

Canales	Editoriales en (bs.)	%	Editoras-importadoras	%
Ventas por mayor	6.555.030	65,6	3.347.707	55,2
Ventas por menor	1.508.786	15,1	2.569.071	42,3
Ferías	201.260	2,0	130.960	2,2
Colegios directamente	1.505.640	15,1	0	0,0
Universidades directamente	217.507	2,2	0	0,0
Promotores	0	0,0	20.000	0,3
<b>Total</b>	<b>9.988.223</b>	<b>100,0</b>	<b>6.067.738</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta "Estudio del Libro 2004" realizada en CBL/Julio-2005

## Canales de distribución

Las ventas al por mayor son el canal de distribución más importante tanto para las empresas editoriales como para aquellas que se dedican a editar e importar libros; en el primer caso, representan el 65,5% de las ventas totales y en el segundo, el 55,2%. El segundo canal de distribución a nivel de importancia es el de las ventas al por menor; representa el 15,1% para las editoriales, y el 42,3% para las editoras-importadoras.

## Estadísticas otros países

Con estos breves resúmenes de las investigaciones más recientes que complementan la información aportada por las realizadas por las cámaras del libro y la Federación de Editores de España con una

metodología común, se pretende incentivar a todos los países restantes de la región a abordar sus estudios nacionales. Sólo así se tendrá una visión más completa de la edición y comercialización de la producción industrial de la región.



## La edición universitaria en iberoamérica

La participación de las universidades en el mundo editorial siempre se ha dado desde hace décadas de manera moderada, pero en los tres últimos años se observa un incremento representativo del número de títulos publicados, en ciencias sociales y puras. Visible es que hay un mejoramiento en su divulgación, aunque más en las esferas locales que a nivel nacional o internacional. En algunos países de la región tiene un peso relevante. Y la región cuenta con editoriales universitarias emblemáticas en cada país. El presente capítulo hace un somero balance de las universidades que registran actividad editorial en América Latina con algunas menciones al ámbito español.



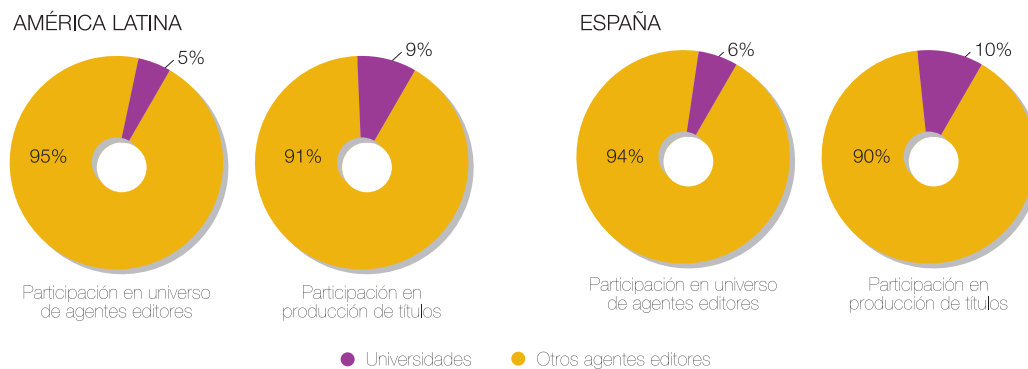


En América Latina, la edición universitaria en el 2005 representa el 5% de la actividad editorial de la región. 665 universidades realizan actividades editoriales y producen el 9,3% de las novedades.

En España constituyen el 6,2% de las empresas que editan y el aporte al rubro de novedades asciende al 10,4%<sup>1</sup>. Para el caso

de España, 48 universidades han constituido una alianza, la Asociación Española de Editoriales Universitarias (AEUE), que presenta un catálogo conjunto en Internet. Las 48 universidades miembros resaltan el panorama elocuente de las dinámicas que caracterizan a esta área de la difusión del saber.

GRÁFICA 5-1



Fuente: Agencias Nacionales ISBN-CERLALC-Sier, 2004

<sup>1</sup>La información editorial universitaria de España se toma de "La labor de los servicios de publicaciones de las universidades", publicado en Delibros, No. 197/abril de 2006, sobre el estudio Comercio interior de las editoriales universitarias en España, Madrid, 2003.

CUADRO 5-1  
NUMERO DE UNIVERSIDADES QUE  
REGISTRAN TÍTULOS (2004)

País	Editores	%
Argentina	72	13,0
Bolivia	6	1,1
Brasil	162	29,2
Chile	47	8,5
Colombia	107	19,3
Costa Rica	18	3,2
Cuba	10	1,8
Ecuador	16	2,9
El Salvador	6	1,1
Guatemala	2	0,4
Honduras	5	0,9
México *	15	2,7
Nicaragua	8	1,4
Panamá	4	0,7
Paraguay	5	0,9
Perú	33	6,0
República Dominicana	6	1,1
Venezuela	32	5,8
<b>Total América Latina</b>	<b>554</b>	<b>100</b>
España	64	100

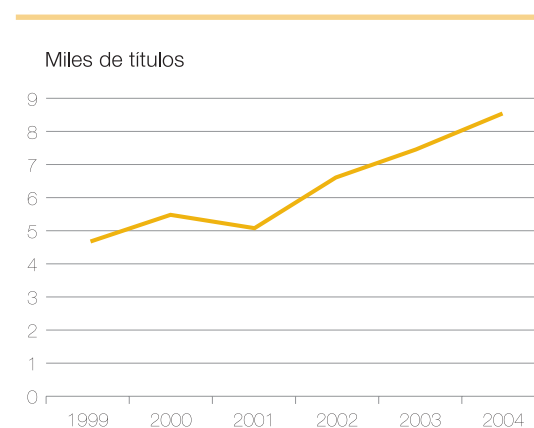
Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc-Sier

\* Estimamos que México cuenta con una producción editorial universitaria muy superior a la registrada por la Agencia y que por problemas de atrasos en digitación no se ha logrado una mejor cobertura del universo en cuestión. Agencia Española del ISBN.

## Registro de títulos por las universidades

En la gráfica 5-2 vemos un claro aumento anual en el total de títulos registrados por las universidades. Entre los años 1999 y 2004 el registro de títulos por parte de las universidades se incrementa en un 61,7%.

GRÁFICA 5-2  
SERIE HISTÓRICA DE TÍTULOS  
REGISTRADOS POR LAS UNIVERSIDADES  
DE AMÉRICA LATINA



Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Sier

En el cuadro 5-2 se observa la tendencia de cada uno de los países que forman parte de este estudio. El registro de títulos por parte de las universidades ha aumentado en los últimos 6 años en los países de América Latina y en España.

CUADRO 5- 2  
TÍTULOS REGISTRADOS POR UNIVERSIDADES EN LAS AGENCIAS NACIONALES  
ISBN (1999-2004)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Variación	
							%	2003-2004
Argentina	630	733	770	688	820	1.201	14	46,5
Bolivia	5	3	19	15	30	18	0,2	-40
Brasil	1.321	1.501	1.749	1.913	2.040	2.911	34	42,7
Chile	295	296	288	330	397	398	4,6	0,3
Colombia	779	957	911	1.375	1.270	1.412	16,5	11,2
Costa Rica	212	113	126	349	270	228	2,7	-15,6
Cuba	30	129	128	161	181	40	0,5	-77,9
Ecuador	27	41	50	46	88	174	2	97,7
El Salvador	4	10	13	27	49	40	0,5	-18,4
Guatemala	35	32	31	48	26	27	0,3	3,8
Honduras	2	4	5	9	15	22	0,3	46,7
México	720	628	261	920	1.605	1.321	15,4	-17,7
Nicaragua	11	10	8	18	24	31	0,4	29,2
Panamá	23	46	27	22	28	20	0,2	-28,6
Paraguay	3	1	3	10	5	6	0,1	20
Perú	119	462	213	258	343	299	3,5	-12,8
República Dominicana	4	36	48	42	34	46	0,5	35,3
Venezuela	398	361	380	375	239	376	4,4	57,3
<b>Total América Latina</b>	<b>4.618</b>	<b>5.363</b>	<b>5.030</b>	<b>6.606</b>	<b>7.464</b>	<b>8.570</b>	<b>100</b>	<b>14,8</b>
España	-	-	-	-	3.798	-	100	

Fuente: Agencias Nacionales ISBN. Cerlalc, Sier

Nota: Los datos de México para el 2003 y 2004 corresponden a las estadísticas del Depósito Legal Biblioteca Nacional de México. Los datos de España son de 2003.

Las estadísticas presentadas sobre registro de títulos de las universidades presentan una limitación: es común que las universidades

coediten con otras empresas y editoriales y la universidad no sea la encargada del registro del título en el sistema ISBN.

## Los contenidos de los libros publicados por las editoriales universitarias

Una primera aproximación a la publicación universitaria latinoamericana por contenidos se registra en los cuadros 5-3 y 5-4, según la clasificación Dewey<sup>2</sup>. Ante todo, es importante ver la participación relativa de cada contenido en el total de producción y no sólo las magnitudes de producción.

En el cuadro 5-3 se presenta la cantidad de títulos registrados por las universidades para las diferentes categorías temáticas.

Si se comparan los datos de este cuadro con el registro por categoría temática del resto de los agentes editores que registran libros en el sistema ISBN, como se muestra en el cuadro 5-4, las estadísticas confirman que las categorías temáticas como las ciencias puras, ciencias sociales y sus subcategorías como economía y educación son más relevantes para la edición universitaria. En todas las áreas temáticas antes señaladas, la tasa de publicación universitaria por títulos duplica a la del resto de editores. En el siguiente cuadro se puede ver, por ejemplo, que la categoría ciencias puras participa en la edición universitaria en 7,3% sobre el total de títulos publicados, mientras que el resto de editores de dicha área temática sólo

participan en 3,3%. Categorías temáticas como las ciencias sociales, la educación y la literatura son de gran importancia en la edición universitaria de los países de Latinoamérica y del Caribe.

En Latinoamérica, una parte del mercado de libros científicos, técnicos y profesionales la ocupan las universidades. Las editoriales industriales que han incursionado en este segmento del mercado generalmente lo hacen con libros importados editados en sus casas matrices, traducidos e impresos en las sedes regionales y, por lo tanto, no cuentan con registro ISBN local.

El promedio del tiraje de los libros producidos en América Latina varía entre los 300 y 700 ejemplares por tiraje. En España, según el cuadro 5-5, entre 500 y 1.000 ejemplares.

La preponderancia de la publicación de títulos de ciencias sociales por parte de las universidades parece un fenómeno común a los países iberoamericanos. Según el estudio de Leandro de Sagastizábal<sup>3</sup>, las áreas del saber cubiertas por las ediciones universitarias argentinas corresponden mayoritariamente a las de las ciencias sociales, con alrededor de 54% del total de los 3.086 títulos editados entre 1999 y 2002. Como contrapartida, sólo el 7,4% son títulos del área de las ciencias exactas y naturales y alrededor del 8,6% tratan sobre tecnología y ciencias aplicadas<sup>4</sup>.

Debe tenerse en cuenta que además de los docentes altamente cualificados que tiene

<sup>2</sup>De las diez grandes categorías en las que se divide este sistema de clasificación, se han desagregado aquellas que tienen una mayor producción en América Latina y en el Caribe.

<sup>3</sup>Incluido en Las editoriales universitarias en América Latina.

<sup>4</sup>De Sagastizábal, Leandro: Informe sobre la situación y perspectivas de las Editoriales universitarias en Argentina, IES/2002/ED/PI/7 Unesco. Diciembre 2002. p., 9.

CUADRO 5- 3

TÍTULOS REGISTRADOS POR LAS UNIVERSIDADES DE AMÉRICA LATINA POR CATEGORÍA TEMÁTICA (2002-2004)

	2002	2003	2004	Variación 2003-2004
Administración. Gestión empresarial. Organizaciones. Contabilidad	176	157	156	-0,60%
Agricultura. Ganadería. Pesca. Acuicultura	212	128	158	23,40%
Artes, recreación y deportes	298	323	277	-14,20%
Astrología, ocultismo, quirología, esoterismo y parapsicología	12	11	21	90,90%
Ciencias puras	482	405	412	1,70%
Ciencias sociales*	809	736	780	6,00%
Computación. Programación. Informática	15	20	14	-30,00%
Derecho. Leyes. Jurisprudencia	386	379	337	-11,10%
Economía	314	245	241	-1,60%
Educación**	681	646	706	9,30%
Filosofía	198	201	261	29,90%
Generalidades***	97	78	83	6,40%
Geografía e historia. Guías de viaje	471	399	456	14,30%
Lenguas. Lingüística	168	147	181	23,10%
Literatura	849	646	658	1,90%
Literatura infantil y juvenil	16	15	8	-46,70%
Medicina	189	171	193	12,90%
Psicología	107	123	106	-13,80%
Religión	120	127	214	68,50%
Tecnología y Ciencias aplicadas****	255	238	219	-8,00%
Textos para primaria	49	48	58	20,80%
Textos para secundaria	53	49	69	40,80%
<b>Total</b>	<b>5.957</b>	<b>5.292</b>	<b>5.608</b>	<b>6,00%</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Sier

\* sin economía; derecho; Leyes, jurisprudencia sin educación.

\*\*sin textos escolares.

\*\*\*sin computación, programación, informática.

\*\*\*\*sin agricultura, ganadería, pesca, acuicultura; sin medicina.

CUADRO 5-4  
TÍTULOS REGISTRADOS POR LAS UNIVERSIDADES DE AMÉRICA LATINA Y TÍTULOS REGISTRADOS POR TODOS LOS AGENTES EDITORES (2004)

Materia	Universidades	%	Otros editores	%
Administración. Gestión empresarial. Organizaciones. Contabilidad	156	2,80	1.173	1,80
Agricultura. Ganadería. Pesca. Acuicultura	158	2,80	1.008	1,60
Artes, recreación y deportes	277	4,90	3.284	5,10
Astrología, ocultismo, quirología, esotéricos y parapsicología	21	0,40	1.157	1,80
Ciencias puras	412	7,30	2.095	3,30
Ciencias sociales*	780	13,90	5.083	7,90
Computación. Programación. Informática	14	0,20	145	0,20
Derecho. Leyes. Jurisprudencia	337	6,00	5.454	8,50
Economía	241	4,30	1.317	2,00
Educación **	706	12,60	4.586	7,10
Filosofía	261	4,70	2.145	3,30
Generalidades ***	83	1,50	625	1,00
Geografía e historia.	456	8,10	3.274	5,10
Lenguas. Lingüística	181	3,20	1.338	2,10
Literatura	658	11,70	13.474	20,90
Literatura infantil y juvenil	8	0,10	2.496	3,90
Medicina	193	3,40	1.847	2,90
Psicología	106	1,90	1.402	2,20
Religión	214	3,80	5.091	7,90
Tecnología y Ciencias aplicadas ****	219	3,90	1.806	2,80
Textos para primaria	58	1,00	4.357	6,80
Textos para secundaria	69	1,20	1.264	2,00
<b>Total</b>	<b>5.608</b>	<b>100,00</b>	<b>64.421</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc, Base Junio 2005.

\* sin economía; derecho; Leyes, jurisprudencia sin educación.

\*\*sin textos escolares.

\*\*\*sin computación, programación, informática.

\*\*\*\*sin agricultura, ganadería, pesca, acuicultura; sin medicina.

CUADRO 5-5  
PORCENTAJE DE PUBLICACIONES POR GRANDES ÁREAS EN ESPAÑA

Materia	Porcentaje	Tiraje (promedio de ejemplares)
Ciencias sociales, humanidades	67,1	500
Títulos científicos, técnicos	25,3	700
Creación literaria	2,2	1,06
Divulgación	2,4	500
Otros	3	500

Fuente: AEUE

toda facultad universitaria, la investigación en campos de las ciencias aplicadas requiere adicionalmente de equipos de instalaciones y de una inversión constante en recursos. La disminución de libros de estas disciplinas puede deberse, según De Sagastizábal, a que en las dos últimas décadas, “profesionales, estudiosos e investigadores del área de las ciencias formales, naturales y exactas han privilegiado la circulación de la información a través de publicaciones periódicas y online”<sup>5</sup>. Es posible que, por su forma de evolucionar, los estudios concernientes a las ciencias puras requieran de formatos más ágiles como las revistas o los portales de las páginas web que pueden actualizarse con frecuencia.

## Número de ejemplares registrados por las universidades

El cuadro 5-6 ofrece una idea estimada del volumen de producción editorial de las universidades de los países latinoamericanos y de España. En el cuadro aparece la información sobre ejemplares para la oferta nacional en el periodo indicado de manera discriminada por países. En cuanto a la oferta externa, el dato presentado en este cuadro muestra cómo la producción de libros en las universidades latinoamericanas no está orientada para su exportación.

<sup>5</sup>Ibíd., p. 10.

CUADRO 5-6  
EJEMPLARES REGISTRADOS POR LAS UNIVERSIDADES

País	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Participación 2004	Variación 2003-2004
Bolivia	2.750	1.100	12.300	9.500	16.700	7.550	0,30%	-54,80%
Chile	234.791	182.000	190.810	210.695	366.935	285.636	10,80%	-22,20%
Colombia	480.541	734.407	595.325	749.395	703.456	912.972	34,60%	29,80%
Costa Rica	237.800	108.400	84.726	329.727	266.609	174.570	6,60%	-34,50%
Cuba	28.670	73.765	67.885	97.315	231.807	101.328	3,80%	-56,30%
Ecuador	14.150	28.150	32.000	42.780	61.450	157.560	6,00%	156,40%
El Salvador	2.700	16.100	18.400	18.400	46.900	42.300	1,60%	-9,80%
Guatemala	50.350	29.500	40.825	71.475	19.700	39.700	1,50%	101,50%
Honduras	3.800	24.050	5.220	7.300	13.350	6.770	0,30%	-49,30%
Nicaragua	9.000	8.300	8.150	11.850	13.850	25.750	1,00%	85,90%
Panamá	11.800	23.502	11.250	9.650	11.748	6.600	0,30%	-43,80%
Paraguay	1.050	300	1.000	ND	ND	ND	ND	ND
Perú	40.750	245.100	232.239	158.039	220.902	187.024	7,10%	-15,30%
Rep. Dominicana	4.000	41.300	51.000	35.400	31.500	46.500	1,80%	47,60%
Venezuela	504.784	365.900	369.640	348.346	152.050	643.260	24,40%	323,10%
<b>Total de ejemplares América Latina</b>	<b>1.626.936</b>	<b>1.881.874</b>	<b>1.720.770</b>	<b>2.099.872</b>	<b>2.156.957</b>	<b>2.637.520</b>	<b>100,00%</b>	<b>22,30%</b>
<b>Total de ejemplares oferta externa de A.L.</b>	<b>27.551</b>	<b>48.650</b>	<b>33.775</b>	<b>52.075</b>	<b>50.499</b>	<b>63.471</b>		
España					2.226.458			

Fuente: Latinoamérica Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc-Sier,  
España AEUE (incluye reimpressiones, estimadas en 10%)



## Registro de títulos por las universidades según soporte

El papel es el principal soporte utilizado por las universidades en América Latina tal como lo hace, en general, la industria editorial en la producción de libros. Vale la pena resaltar

cómo a partir del 2003 se registran ya publicaciones en Internet.

Las publicaciones de libros en internet aunque son escasas entre las universidades, presentan una tasa de participación importante si se comparan con la del resto de los editores.

Una gran parte de las universidades tienen puntos de venta propios dentro del recinto universitario.

CUADRO 5-7  
REGISTRO DE TÍTULOS DE LAS UNIVERSIDADES DE AMÉRICA LATINA  
POR TIPO DE PRESENTACIÓN

	2002	2003	2004	Cambio 2003-2004
Papel	5.988	5.505	6.782	23,20%
CD-ROM	163	211	191	-9,50%
Internet	1	18	20	11,10%
Vídeo	4	9	1	-88,90%
Total	6.156	5.743	6.994	21,80%

Fuente: Agencias Nacionales ISBN-Cerlalc-Sier

## La reprografía y piratería de libros académicos en América Latina

La actividad editorial en el seno de las universidades –como todas las otras dedicadas a la generación de bienes culturales– sufre y es víctima de la piratería y la reprografía.

Tal vez más que en ningún otro ámbito, en la universidad los derechos a la información y a la educación entran en conflicto con los derechos morales del autor y los derechos patrimoniales sobre las obras de creación intelectual, tanto del autor como de la editorial<sup>6</sup>. Y a este conflicto de intereses habría que sumarle que el perjuicio producto de la piratería (en sentido genérico, incluyendo todas las variantes que afectan a los distintos soportes) repercute sobre la

<sup>6</sup>Caballero Leal, J. L. Derecho de autor para autores, México, FCE, Cerlalc, 2004, (Libros sobre Libros), pp. 13-18.

diversidad cultural de la comunidad, distorsiona el funcionamiento normal del mercado y genera una grave evasión tributaria, lo que ocasiona un sincero daño sobre el patrimonio del estado.

Son numerosos los grupos que respaldan la circulación si no irrestricta de los materiales de estudio, al menos su acceso a un precio mucho más razonable para la población que estudia o que desea formarse. La preparación universitaria en esta región es producto de la educación estatal, gratuita. La mayor parte de la matrícula estudiantil transita los pasillos de las universidades públicas. Y en este contexto prospera, peligrosa e injustamente, un discurso que justifica la reprografía como un medio posible y aceptado para acceder a la información académica y como remedio ante las aparentes prácticas comerciales abusivas de los editores, que encarnan en la creencia colectiva de que el empresario se enriquece desmedidamente a costa de los consumidores.

Con este panorama colabora el hecho de que el estudiante que compra fotocopias<sup>7</sup> persigue como fin su educación y no lo guía el ánimo de lucro. El comercio que le facilita y vende las fotocopias, que sí persigue el lucro y lo obtiene en detrimento de los derechos y riesgos asumidos por otros, aparece en el imaginario social como quien está brindando un servicio a los estudiantes y no como quien delinque de forma sistemática.

Los factores que intervienen en esta práctica consuetudinaria y establecida son numerosos.

Por supuesto, el económico es fundamental. En la Argentina, algunos de los textos que forman parte de la bibliografía obligatoria de los cursos de grado de la carrera de Medicina, en la Universidad de Buenos Aires (UBA), cuestan entre \$300 y \$400<sup>8</sup>, el equivalente a la mitad de un ingreso promedio de un trabajador.

En algunas otras carreras, como las dependientes de la Facultad de Filosofía y Letras, también de la Universidad de Buenos Aires, una bibliografía obligatoria para una materia cuatrimestral demanda entre 25 y 40 libros. Libros que no serán leídos en su totalidad, de los que se requieren sólo uno, dos o tres capítulos. El alumno, aún aquel en condiciones económicas de adquirir ese volumen de publicaciones, tiene que estar imbuido de una profunda voluntad para no ceder a la posibilidad de comprar por pocos pesos las fotocopias de las páginas concretas que debe leer. Queda para otra circunstancia y para otro tipo de estudio el análisis de las implicaciones pedagógicas de esta práctica que privilegia el acceso fragmentario a la obra de los autores<sup>9</sup>.

Gonzalo Arboleda Palacio<sup>10</sup> diferencia la piratería del libro de la reprografía ilegal, que consiste en la copia parcial o total de un libro mediante una fotocopidora y que se constituye en el mayor flagelo para la producción editorial universitaria, pues para dedicarse a la reprografía ilegal sólo se requiere de un equipo para obtener fotocopias. La materia prima que será fotocopiada la provee la biblioteca, el

<sup>7</sup>También llamadas xerox, fotoduplicaciones, copias fotostáticas.

<sup>8</sup>Equivalentes a 100 y 131 dólares respectivamente, según cotización del 28/10/05.

<sup>9</sup>P. Carlino, *Escribir, leer y aprender en la universidad*. Bs.As., Fondo de Cultura Económica, 2005. En este libro, la autora asegura que el acceso a los textos académicos a través de fotocopias –casi exclusivamente–, sin que los materiales sean leídos en el contexto de un corpus, sin elementos paratextuales de apoyo, sin siquiera a veces el nombre del autor, contribuye enormemente a que el lector no pueda luego ubicarse dentro de lo que lee, y, obviamente, a que no pueda tener una comprensión eficaz de ello.

<sup>10</sup>Arboleda Palacio, G., «La piratería en Colombia: una mirada exploratoria al mercado ilegal del libro», en *Pensar el Libro* [boletín electrónico en línea]. Julio 2005, Edición 02, Bogotá, CERLALC. Ver:

[http://www.Cerlalc.org/Revista\\_Pirateria/editorial.htm](http://www.Cerlalc.org/Revista_Pirateria/editorial.htm) (fecha de consulta: 10 de octubre de 2005).

docente o algún particular. En cambio, el “pirata” difícilmente se interesa en los libros científico-técnico-profesionales. Suele concentrarse especialmente en los libros que tienen una gran demanda, como las novelas y best sellers.

## Los nichos de mercado

En algunos países las universidades focalizan la edición sólo hacia sus estudiantes, otras usan con éxito Internet para divulgar sus catálogos, otras –muy pocas– han fortalecido la distribución hasta convertir sus títulos en objeto de consulta internacional. En esta franja del mercado del libro académico hay un evidente espacio para explotar las particularidades regionales y locales.

Los países latinoamericanos, en promedio, tienen una tasa de estudiantes universitarios que no pasa del 10%, pero que tiende a ir en aumento. En la actualidad se han certificado cincuenta mil campos de saber distintos en educación superior.

Es claro que dentro del ámbito de la edición en Iberoamérica, el fragmento que ocupan las ediciones universitarias no es despreciable. Pero su presente, y sobre todo su perspectiva, requiere de medidas urgentes de diverso

nivel, orden y gestión. Las universidades tienen dentro de sus tareas centrales –y así lo señalan la mayoría en su misión institucional– producir nuevo conocimiento a través de la investigación sostenida de sus docentes. Esta tarea–habrá que insistir en ello–no es lateral o eventual. Supone por parte del Estado, en el caso de las universidades públicas, y de los directivos propietarios, en el caso de las privadas, un esfuerzo sostenido de apoyo económico, logística eficiente, planes acompañados por procesos de seguimiento y evaluación y, sobre todo, recursos humanos altamente cualificados que faciliten el alcance de esas metas.

Como ha señalado Antonio Furió, ex director a la Asociación de Editoriales Universitarias de España (AEUE), “las publicaciones universitarias editan libros imprescindibles para el avance del conocimiento en general y la difusión de la cultura, cuya publicación no siempre puede ser asumida por las editoriales comerciales, más sometidas a los mandatos del mercado”.

Los países pertenecientes a la órbita iberoamericana, en su conjunto, requieren de nuevos trabajos e investigaciones producidos por sus intelectuales que les permitan participar activamente en la sociedad del conocimiento.





## Comercio internacional del libro en iberoamérica

En este capítulo se puede apreciar la creciente pujanza que está viviendo el mundo del libro en el comercio internacional iberoamericano. Los acuerdos de Florencia y Nairobi para la libre circulación del libro, y a su vez economías que crecen, así sea de manera leve en los últimos años, han permitido que los editores de España y América Latina valoren las oportunidades del entorno y arriesguen capitales en el dinámico mundo de los bienes culturales.



## Referencia al comercio mundial y comercio del libro

En los últimos años los bienes culturales han presentado un importante crecimiento en el campo del comercio internacional, según el documento *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003* de la UNESCO<sup>1</sup>. Se estima que las industrias culturales y creativas conforman cerca del 7% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y que la cuantía de sus importaciones y exportaciones prácticamente se duplicó entre los años 1994 y 2002 al pasar de 39,9 a 59,2 billones de dólares.

Hasta ahora, la mayor parte del mercado está restringida a un número limitado de países de altos niveles de ingresos, los cuales son los mayores productores y consumidores de bienes culturales. En 2003, la Unión Europea ocupó la posición líder en la exportación de bienes culturales con el 51,8% del total. Le siguen Asia con una participación del 20,6% y Norteamérica con el 25%. Aunque los países de América Latina y el Caribe

mejoraron su mercado al ganar un punto porcentual entre 1994 y 2002, su participación sigue siendo baja alcanzando un moderado 3%.

A las mercancías culturales las acompañan particularidades esenciales que las diferencian de cualquier otra. Al ser bienes culturales, contienen en sí rasgos y características propias de sus autores, verbigracia, el idioma.

Dentro de los bienes culturales, los impresos ocupan el segundo lugar en la lista (30%), después de las grabaciones musicales (31%). Dentro de esta categoría, el libro, uno de los bienes culturales más tradicionales, representa por sí solo el 19,1% del comercio internacional total, correspondiente a 11,3 billones de dólares en el 2002. Cabe anotar que la tasa de crecimiento del comercio de libros fue sustancialmente más alta para los países en vías de desarrollo en comparación con aquéllos de altos ingresos para el periodo 1994-2004.

Los libros se editan, por lo general, para mercados y nichos específicos circunscritos a áreas geográficas o geopolíticas con idiomas comunes. Sin embargo, dentro de la

<sup>1</sup>UNESCO, Institute for statistics. *International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003*. UNESCO-IES, Montreal, 2005.

segmentación del mercado, la publicación en idiomas diferentes a la lengua nativa, es una característica que permite la incursión en grupos poblacionales particulares e incluso la incursión en mercados internacionales que permiten ampliar el tamaño del mercado. Esto se logra a partir de la traducción de textos, bien sea para traspasar fronteras idiomáticas por fuera del territorio nacional—comercio internacional— o dentro del territorio nacional para penetrar mercados lingüísticos minoritarios.

Además de las fronteras lingüísticas, en la edición existe el problema de los modismos y regionalismos que implican adaptaciones del contenido de los libros. Como política editorial, usualmente, dichas adaptaciones se hacen principalmente para títulos de literatura infantil y juvenil. En los demás títulos, los editores buscan aproximarse a un español de uso más generalizado para todos los lectores. En la práctica, son los correctores de estilo quienes hacen los ajustes correspondientes en ediciones realizadas para diferentes países.

Aunque generalmente el flujo del comercio del libro se da en áreas geográficas o geopolíticas donde se habla un idioma común, los libros publicados en inglés podrían ser una excepción. El inglés es un idioma de gran aceptación en muchos países del mundo, y una gran proporción de artículos científicos y técnicos publicados en el mundo se encuentran escritos o han sido traducidos a esa lengua. Lo anterior explica en buena parte por qué una porción

importante de las exportaciones de los Estados Unidos a países con idiomas oficiales diferentes al inglés se da en el campo de las publicaciones científicas, técnicas y profesionales, así como en textos escolares. El inglés, además de atender necesidades de formación o de capacitación, es un idioma que se habla como segunda lengua en muchos países, especialmente en los europeos. En 2004, la Unión Europea fue la receptora del 21% de las exportaciones norteamericanas de libros, aunque el principal mercado de los Estados Unidos son todos los países de habla inglesa, primordialmente Canadá con el 45%, Inglaterra con el 15% y Australia con el 5%. Lo mismo le sucede a Inglaterra, que exporta a países de habla inglesa como Estados Unidos, Australia, Irlanda y Sudáfrica. Por su parte, Latinoamérica realizó importaciones de los Estados Unidos equivalentes al 24,3% de sus importaciones totales en 2004.

Algo similar ocurre con el español que, además de los 322 millones de hablantes como primera lengua, cuenta con cerca de 60 millones de hablantes como segunda lengua en el mundo<sup>2</sup>. Un reciente censo muestra que los latinos representan el 13% de la población total en los Estados Unidos y el 35% de este grupo son menores de 18 años. Para 2003 se estimó que uno de cada cinco niños de los Estados Unidos era hispano. Adicionalmente, el español es el idioma más escogido como segunda lengua de los niños en las escuelas de este país.

<sup>2</sup>Según Ethnologue (www.ethnologue.com).



Finalmente, es importante reseñar que el comercio iberoamericano de libros en idiomas diferentes al del país y al inglés generalmente está dirigido a atender las necesidades de las colonias de emigrantes, los colegios bilingües –importadores regulares de libros de texto y literatura– las élites culturales y los editores de otros países. Otra posible explicación a este fenómeno tiene que ver con la contratación de servicios de impresión tal y como se verá a continuación.

El comercio exterior de libros tiene su origen en dos fuentes: las exportaciones realizadas por los editores y las exportaciones realizadas por las industrias gráficas.

En cuanto a las exportaciones realizadas por los editores de libros que editan y producen en sus respectivos países o a través de sus agentes exportadores, se realizan a precio de venta editorial e incluyen márgenes de utilidad diferentes. Ello depende de si el destinatario es una casa editorial establecida en un país con representación directa de sus matrices, una distribuidora comercializadora que tiene la representación exclusiva de los sellos editoriales, una distribuidora comercial de cualquier fondo, sin exclusividad, que importa libros, o una librería u otro detallista que importa para su comercialización en sus propios puntos o en puntos de terceros.

En cuanto a las exportaciones realizadas por las industrias gráficas –al atender los pedidos que les formulan editores de otros países para

producir físicamente el libro y realizar servicios de impresión por encargo– se exportan a precios de impresión que cuestan en promedio hasta de un tercio del precio de venta editorial.

En un contexto global los servicios de impresión se ofrecen en todos los países del mundo, con menor o mayor grado de desarrollo tecnológico, dado que esta es una industria ampliamente establecida.

Sin embargo, son muy pocos los países del mundo que han desarrollado una experticia exportadora y una logística de entrega que permita el suministro de los libros en los tiempos requeridos por el editor.

Algunos países de Asia como Singapur y China son proveedores de servicios de impresión. En América Latina son exportadores de este servicio México, Colombia, Chile y Perú, mientras que en Europa lo son España, Italia, Inglaterra y Alemania.

Ya sea que se exporte o importe el libro, éste sigue un procedimiento similar para fines de trámites aduaneros. En tal sentido, el sistema arancelario por lo general no lo discrimina. La información sobre las exportaciones e importaciones del libro presentada en esta primera parte del capítulo corresponde a la partida arancelaria 4901, denominada libros, folletos e impresos similares –incluso en hojas sueltas– que contiene, además de productos editoriales, los mismos impresos por la industria gráfica. En este sentido, la partida circunscribe, por

ejemplo, algunos folletos y directorios. En los casos en que se cuenta con otras fuentes de información sobre el comercio del libro (o en los que se puede consultar los manifiestos de importación), como España, Colombia, México y Brasil, se puede establecer una distinción de las exportaciones de contenido editorial de las de contenido gráfico.

## Comercio del libro en Iberoamérica

El comercio internacional de libros ha estado amparado por los Convenios Internacionales de Florencia (1950) y Nairobi (1976) para la libre circulación de los bienes culturales y aunque solo seis países de la región se han adherido a estos tratados, en la práctica todos han operado bajo esquemas de libre circulación y arancel cero para el libro, con escasas excepciones. Esto ha sucedido gracias a las decisiones políticas nacionales y por los acuerdos firmados en el marco de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), ahora ALADI<sup>3</sup>.

Sin embargo, el comercio del libro en la región se ha desarrollado a causa del flujo existente de las exportaciones de España a Latinoamérica en libros de contenido editorial (puesto que las exportaciones de servicios gráficos han sido mínimas para la manufactura de libros entre Latinoamérica y España y viceversa). También estimuladas por

el comercio intrarregional latinoamericano, tanto de exportaciones editoriales como de servicios gráficos, y por las exportaciones editoriales de los Estados Unidos a la región. De igual modo debido al avance de la industria gráfica latinoamericana y el envío de sus productos a ese país y por las exportaciones de algunos libros de contenido editorial que se han realizado a pequeña escala.

Los factores que más han incidido en el fortalecimiento del comercio exterior del libro son:

- El español como idioma común y el inglés como una lengua fomentada en la región.
- La evolución de las tasas de cambio.
- El grado de desarrollo de las industrias editoriales y gráficas locales.
- La decisión de las empresas editoriales de establecer subsidiarias en otros países, donde además de la actividad importadora, editan o imprimen. Este aspecto trae como consecuencia la disminución de las exportaciones del país sede principal de la editorial y el aumento de las exportaciones del país sede de la subsidiaria que edita o imprime. Las principales editoriales tienen hoy subsidiarias que editan o imprimen en algunos países de América Latina. Grupos editoriales franceses, alemanes, ingleses y norteamericanos realizan hoy inversiones tanto en España como en América Latina.

<sup>3</sup>Ver [www.cerlalc.org/leyes](http://www.cerlalc.org/leyes).

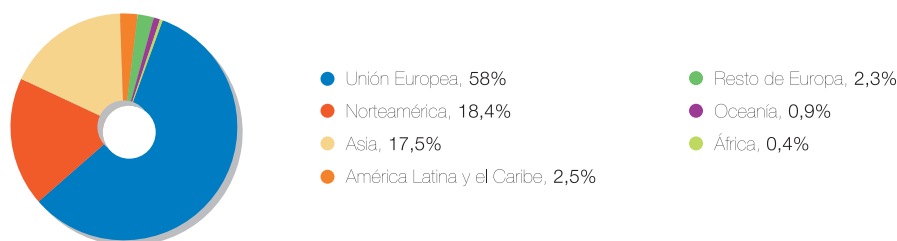
## Exportaciones de libros en Iberoamérica

Europa es la región que exporta la mayor cantidad de libros en el mundo, con un porcentaje del 58% correspondiente a los países pertenecientes a la Unión Europea y el otro 2,3% al resto de Europa. Le siguen en nivel de importancia Norteamérica y Asia, con participaciones correspondientes al 18,4% y 17,5%. En el caso de América del Norte, la mayor participación corresponde a los Estados Unidos con

15,1% del total de las exportaciones mundiales mientras que Canadá representa el 3,3%. En Asia, la mayoría de las exportaciones las realiza China con el 9,8%, aunque cabe anotar que gran parte proviene del territorio peninsular de Hong Kong (6,4%). Un gran porcentaje de las exportaciones chinas radica en la venta de servicios de impresión. El resto de las regiones, es decir, América Latina y el Caribe, Oceanía y África, suman el 3,8% del total de las exportaciones.

Si se suman las exportaciones iberoamericanas del libro éstas ascendieron en el 2004 a 1.232 millones de dólares.

GRÁFICA 6-1  
PARTICIPACIÓN DE LAS DIFERENTES REGIONES EN LAS EXPORTACIONES MUNDIALES DEL LIBRO (2004)



Fuente: Base de Datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.  
ALADI para Venezuela

Para el 2004, el valor de las exportaciones a nivel mundial ascendió a 13.624 millones de dólares. Se reporta un incremento de 10,3% con respecto al año anterior correspondiente a 1.269 millones de dólares. Los tres

primeros países con mayor volumen de exportación fueron Reino Unido, Estados Unidos y Alemania, los cuales representaron el 44% de las exportaciones a nivel mundial por un total de 5.926 millones de dólares.

CUADRO 6-1  
PARTICIPACIÓN MUNDIAL DE LAS EXPORTACIONES DEL LIBRO 2003 - 2004.  
MILLONES DE DÓLARES

<b>País</b>	<b>2003</b>	<b>%</b>	<b>2004</b>	<b>%</b>
Reino Unido	2.064	16,7	2.378	17,5
Estados Unidos	2.013	16,3	2.061	15,1
Alemania	1.344	10,9	1.487	10,9
China	1.095	8,9	1.332	9,8
España	748	6,1	865	6,3
Francia	669	5,4	737	5,4
Italia	596	4,8	611	4,5
Canadá	412	3,3	443	3,3
Bélgica	374	3,0	429	3,1
Singapur	378	3,1	427	3,1
Holanda	304	2,5	374	2,7
Federación Rusa	227	1,8	213	1,6
Suiza	152	1,2	189	1,4
Irlanda	231	1,9	147	1,1
Dinamarca	113	0,9	130	1,0
México	119	1,0	125	0,9
Polonia	85	0,7	115	0,8
Colombia	95	0,8	113	0,8
República Checa	96	0,8	112	0,8
Otros	1.239	10,0	1.335	9,8
<b>Total general</b>	<b>12.355</b>	<b>100</b>	<b>13.624</b>	<b>100</b>

Fuentes: Base de Datos de las Naciones Unidas, COMTRADE  
ALADI para Venezuela

De Iberoamérica, España aparece en un cuarto lugar con el 6,3%, y México y Colombia participan con el 0,9% y el 0,8%, respectivamente.

Cabe anotar que 11 de los 20 países con mayor participación en el mercado exportador mundial pertenecen a la Unión Europea. Estos once países suman el 54,1% de las exportaciones totales.

Las exportaciones totales de libros en Iberoamérica fueron de 1.231,8 millones de dólares en el 2004; 891,5 millones corresponden a España y Portugal, mientras que la suma total de las exportaciones de América Latina y el Caribe alcanza algo más de una tercera parte de este valor por un total de 340,2 millones.

México y Colombia suman entre ambos el 70% de las exportaciones regionales.

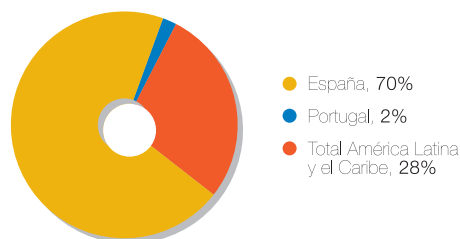
Perú ha mostrado una expansión vertiginosa de sus ventas a otros países en los últimos años debido a la venta de servicios de impresión de libros. Ha pasado de alcanzar exportaciones por un valor de 3,6 millones de dólares en 1999 –correspondientes al 1,1% de las exportaciones totales de libros en América Latina y el Caribe para ese año– a un total de 19,5 millones de dólares para el 2004, correspondientes al 5,8%.

El descenso de Argentina fue producto de la crisis económica vivida a finales de los años 90, pero los editores han revertido la tendencia y recuperado el crecimiento gracias a sus catálogos editoriales y a la tasa

de cambio favorable. Por su parte Chile, que también exporta servicios gráficos, vio afectada su demanda externa en los últimos años. Uruguay presenta un subregistro en las exportaciones de la posición arancelaria 4901 (correspondiente a libros) en las fuentes consultadas.

De las exportaciones totales realizadas por Iberoamérica en 2004, 70% fueron realizadas por España, 28% por América Latina y el restante 2% por Portugal.

GRÁFICA 6-2  
PARTICIPACIÓN DE ESPAÑA, PORTUGAL Y AMÉRICA LATINA EN EL TOTAL DE EXPORTACIONES DEL LIBRO DE IBEROAMÉRICA (2004)



Fuente: Cuadro 6-2

Como muestra el gráfico 6-3, a nivel general, el valor de las exportaciones en América Latina y el Caribe ha recuperado los niveles de 2001, mientras que las de España aumentaron en 34% entre 1999 y 2004, y las de Portugal disminuyeron en el último año en 11,5%

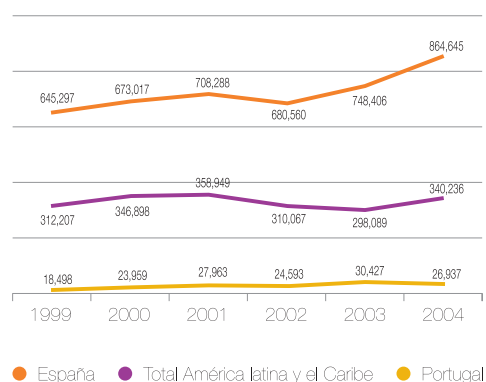
CUADRO 6-2  
EXPORTACIONES DEL LIBRO REALIZADAS POR IBEROAMÉRICA (2000-2004)  
MILES DE DÓLARES FOB

Países	2000	2001	2002	2003	2004	2004 %	% Cambio 2003-2004
México	123.105	119.548	119.244	118.739	124.888	36,7	5,2
Colombia	93.261	107.878	89.960	94.659	113.209	33,3	19,6
Argentina	49.286	44.117	33.047	27.545	31.454	9,2	14,2
Chile	40.875	38.234	17.165	10.741	10.761	3,2	0,2
Perú	11.347	19.872	19.462	16.043	19.567	5,8	22,0
Brasil	9.458	11.356	11.595	14.094	20.543	6,0	45,8
Costa Rica	6.327	5.656	6.803	4.803	6.099	1,8	27,0
Venezuela	5.361	1.897	4.631	2.253	1.745	0,5	-22,5
Guatemala	2.187	3.800	2.014	2.104	2.570	0,8	22,2
El Salvador	1.378	1.154	2.685	2.844	3.057	0,9	7,5
Ecuador	2.106	2.234	694	989	1.707	0,5	72,6
República Dominicana	1.062	1.460	1.289	1.759	530	0,2	-69,9
Paraguay	642	668	793	391	1.376	0,4	252,0
Bolivia	212	358	287	190	299	0,1	57,4
Nicaragua	26	559	183	307	211	0,1	-31,4
Honduras	47	115	86	388	508	0,1	-
Uruguay	172	41	78	93	1.710	0,5	1738,5
Panamá	46	2	51	147	0,4	0,01	-99,7
<b>Total América Latina y el Caribe</b>	<b>346.898</b>	<b>358.949</b>	<b>310.067</b>	<b>298.089</b>	<b>340.236</b>	<b>100</b>	<b>14,1</b>
Portugal	23.959	27.963	24.593	30.427	26.937	-	-11
España	673.017	708.288	680.560	748.406	864.645	-	16
<b>Total Iberoamérica</b>	<b>1.043.874</b>	<b>1.095.200</b>	<b>1.015.220</b>	<b>1.076.921</b>	<b>1.231.817</b>	<b>-</b>	<b>14</b>

<sup>4</sup>De acuerdo con la información reportada por Uruguay, sus exportaciones de libros no representaron en el 2004 más del 0,04% en el mercado de América Latina. Esta información está muy lejana de lo que realmente exporta Uruguay en la posición 4901. Para estimar un valor más aproximado de las exportaciones uruguayas, se recurrió a las cifras de lo que importan todos los países desde Uruguay. Como resultado de este ejercicio se estima que las exportaciones uruguayas en 2004 fueron de USD \$4.757.000 (valor CIF). Este valor incluye el comercio de directorios telefónicos. En el caso de Cuba se realizó el mismo ejercicio: se estima que las exportaciones cubanas a Venezuela, sobre todo, en 2004 fueron de USD\$347,000 (valor CIF).

Fuentes: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE; ALADI; SIECA; SIAVI; CEI-RD para República Dominicana. Cuba no disponible<sup>4</sup>.

GRÁFICA 6-3  
EXPORTACIONES DE LIBROS DE  
IBEROAMÉRICA (1999-2004).  
MILES DE DÓLARES FOB



Fuente: Cuadro 6-2

## Destino de las exportaciones de Iberoamérica

En este apartado se analiza el destino de las exportaciones realizadas por América Latina y España. El gráfico 6-4 muestra los principales destinos de las exportaciones de España que representan el 70% de las exportaciones iberoamericanas y los destinos de las exportaciones latinoamericanas que lo hacen en 26%. Se observa que España exporta mayoritariamente a Europa (64%) y a América Latina (27,3%). Por su lado, las exportaciones latinoamericanas del libro son

mayoritariamente intrarregionales (44,3% a países de ALADI, 16,3% a Centroamérica y 5,8% al Caribe).

Para el 2004 los principales destinos intrarregionales fueron México, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela. La participación de Estados Unidos como destino exportador de América Latina es cada vez mayor: ha pasado del 20,2% en 1999, al 27,48% en 2004. Los otros destinos de mayor importancia son México y Venezuela con porcentajes correspondientes al 11,81% y 7,59%. Entre los tres son receptores del 47% del total de las exportaciones.

Las exportaciones latinoamericanas de libros a Estados Unidos comprenden textos para la enseñanza del español, libros para las comunidades hispanohablantes y un porcentaje destinado a las universidades u otras instituciones de educación superior donde se estudia la lengua española o se realizan estudios e investigaciones sobre América Latina<sup>5</sup>.

El mercado europeo pesa poco y ha decrecido en los últimos años, pese a la revaluación del euro. La región prácticamente no exporta productos editoriales a España, aunque varios de los autores latinoamericanos han sido editados por la industria editorial española.

El análisis por subregiones arroja que en el 2004 un 44,3% de las exportaciones latinoamericanas se dirigieron hacia países pertenecientes a ALADI. De éstas, 16,28% hacia la zona centroamericana y 5,8% al

<sup>5</sup>Nudelman, Ricardo. Desequilibrio en el comercio de libros entre América Latina y España. Conferencia presentada en el Congreso Iberoamericano de Editores, Bogotá, 2005.

CUADRO 6-3

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE AMÉRICA LATINA. MILES DE DÓLARES FOB. (2000-2004)

	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
México	36.933	10,7	42.902	12,0	37.073	12,0	36.132	12,2	40.125	11,8
Chile	15.284	4,4	13.967	3,9	10.780	3,5	18.202	6,1	15.484	4,6
Ecuador	9.407	2,7	14.002	3,9	14.046	4,5	16.048	5,4	18.224	5,4
Perú	9.895	2,9	9.467	2,6	10.724	3,5	11.713	4,0	16.405	4,8
Venezuela	26.497	7,7	31.183	8,7	24.906	8,1	11.633	3,9	25.777	7,6
Colombia	12.113	3,5	11.842	3,3	13.359	4,3	9.555	3,2	9.251	2,7
Brasil	40.378	11,7	40.944	11,5	27.928	9,0	8.736	2,9	7.427	2,2
Argentina	27.416	7,9	21.888	6,1	5.381	1,7	6.148	2,1	8.730	2,6
Uruguay	9.757	2,8	10.141	2,8	6.353	2,1	3.309	1,1	4.023	1,2
Bolivia	3.462	1,0	3.278	0,9	2.361	0,8	1.991	0,7	3.818	1,1
Paraguay	5.505	1,6	3.760	1,1	1.170	0,4	1.198	0,4	1.219	0,4
Subtotal ALADI	196.647	56,9	203.374	56,9	154.081	49,9	124.665	42,1	150.482	44,3
Guatemala	10.141	2,9	11.444	3,2	10.464	3,4	10.581	3,6	13.443	4,0
Panamá	7.809	2,3	10.240	2,9	8.781	2,8	9.430	3,2	14.362	4,2
El Salvador	5.798	1,7	8.337	2,3	9.902	3,2	8.422	2,8	9.367	2,8
Costa Rica	8.385	2,4	8.558	2,4	6.679	2,2	6.745	2,3	7.134	2,1
Honduras	3.499	1,0	5.367	1,5	4.789	1,6	5.009	1,7	5.821	1,7
Nicaragua	3.281	0,9	5.210	1,5	5.624	1,8	4.925	1,7	5.180	1,5



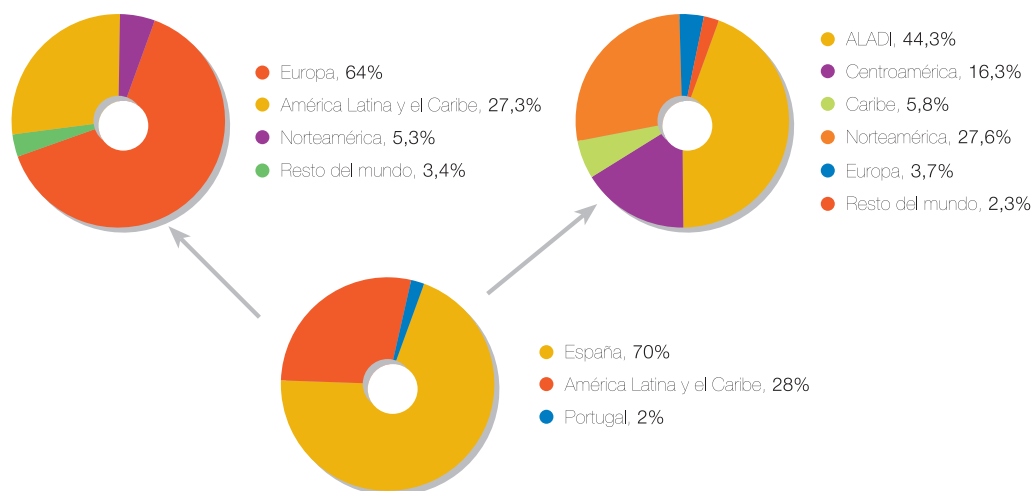
	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%
Subtotal Centroamérica	38.913	11,3	49.156	13,8	46.239	15,0	45.112	15,2	55.306	16,3
Puerto Rico	13.339	3,9	11.222	3,1	11.121	3,6	15.063	5,1	9.469	2,8
República Dominicana	8.749	2,5	9.055	2,5	9.539	3,1	7.034	2,4	5.667	1,7
Cuba	2.121	0,6	789	0,2	1.801	0,6	2.093	0,7	2.117	0,6
Jamaica	2.574	0,7	1.641	0,5	1.628	0,5	1.541	0,5	1.425	0,4
Santa Lucía	6	0,0	2	0,0	1	0,0	99	0,0	157	0,1
<b>Belice</b>	116	0,0	108	0,0	122	0,0	89	0,0	-	0,0
Antillas Holandesas	49	0,0	47	0,0	27	0,0	37	0,0	218	0,1
Aruba	45	0,0	53	0,0	45	0,0	36	0,0	37	0,0
Trinidad Y Tobago	35	0,0	24	0,0	27	0,0	28	0,0	30	0,0
Resto Caribe	37	0,0	149	0,0	65	0,0	30	0,0	666	0,2
Subtotal Caribe	27.071	7,8	23.090	6,5	24.376	7,9	26.050	8,8	19.786	5,8
Subtotal América Latina	262.631	75,9	275.620	77,1	224.696	72,8	195.828	66,1	225.477	66,4
Estados Unidos	70.017	20,2	65.081	18,2	69.202	22,4	83.241	28,1	93.359	27,5
España	8.146	2,4	8.809	2,5	7.209	2,3	6.844	2,3	7.634	2,2
Resto del Mundo	5.042	1,5	7.976	2,2	7.621	2,5	10.418	3,5	13.234	3,9
<b>Total</b>	<b>345.836</b>	<b>100,0</b>	<b>357.487</b>	<b>100,0</b>	<b>308.728</b>	<b>100,0</b>	<b>296.331</b>	<b>100,0</b>	<b>339.705</b>	<b>100,0</b>

Fuentes: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE; ALADI; SIECA; SIAVI; CEI-RD para República Dominicana.

Notas: Cuba no disponible 2003 y 2004. No se incluyen los destinos de las exportaciones de República Dominicana.

Cálculos CERLALC

GRÁFICA 6-4  
DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE IBEROAMÉRICA (2004)



Fuentes: Cuadros 6-2 y 6-3

Caribe. Las exportaciones hacia Centroamérica tienden a aumentar año tras año, mientras que las exportaciones hacia ALADI han descendido con respecto a los años anteriores. Las exportaciones hacia Argentina y Brasil han disminuido debido, sobre todo, a los problemas económicos que han vivido estos países.

Por su lado, España exporta mayoritariamente a países de la Unión Europea hacia donde dirigió el 61% de las exportaciones de libros en 2004. Estas exportaciones han venido aumentando gracias a la incorporación de nuevos países a la Unión Europea y están representadas mayoritariamente por

coleccionables que de encargan a las editoriales españolas. Reino Unido, Francia, Portugal y Alemania son los principales receptores de estas exportaciones (15,8%, 14,4%, 8,1% y 7,1% respectivamente).

Las exportaciones hacia América Latina han disminuido en los últimos años y en 2004 representaron un 27,3% (principalmente libros en español). Entre los países latinoamericanos resalta México como principal destino (13,3%). Cabe notar que el monto de las exportaciones hacia América Latina depende directamente de la relación euro-dólar. En la medida en que se fortalece

el euro frente al dólar las exportaciones hacia América Latina disminuyen<sup>6</sup>. Un 4,8% de las exportaciones de libros españolas tienen como destino Estados Unidos y son mayoritariamente libros en español para atender el mercado de los hispanos que viven en Norteamérica.

CUADRO 6-4  
DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE ESPAÑA (2004) USD FOB

País	Valor USD	%
Argentina	21.477	2,5
Bolivia	2.017	0,2
Brasil	11.220	1,3
Chile	11.499	1,3
Colombia	15.022	1,7
Ecuador	8.229	1,0
México	114.772	13,3
Paraguay	1.028	0,1
Perú	7.190	0,8
Uruguay	3.040	0,4
Venezuela	13.654	1,6
Subtotal ALADI	209.148	24,2
Costa Rica	3.903	0,5
El Salvador	5.769	0,7
Guatemala	5.698	0,7
Honduras	2.833	0,3
Nicaragua	2.285	0,3
Panamá	2.206	0,3
Subtotal Centroamérica	22.693	2,6
Subtotal Caribe	4.623	0,5
Total América Latina y el Caribe	236.465	27,3

País	Valor US\$	%
Estados Unidos	41.443	4,8
Canadá	4.236	0,5
Total África	17.166	2,0
Total Asia	8.410	1,0
Resto de Europa	25.933	3,0
Reino Unido	136.904	15,8
Francia	124.231	14,4
Portugal	76.519	8,8
Italia	70.163	8,1
Alemania	61.472	7,1
Resto Unión Europea	58.099	6,7
Total Unión Europea	527.387	61,0
Total Oceanía	3.542	0,4
No especificado	64	0,0
Total	864.645	100,0

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE

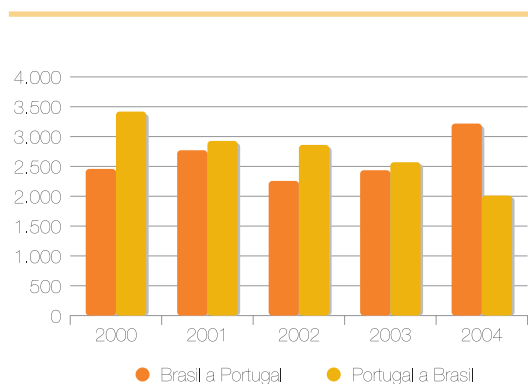
Al discriminar Brasil del resto de Latinoamérica, el porcentaje de sus exportaciones con destino a los países de ALADI es de 45,6%, Centroamérica supone el 17,1% y las exportaciones hacia Norteamérica son del orden del 26,9%. En cuanto a las exportaciones portuguesas, estas se dirigen mayoritariamente a países africanos de habla portuguesa como Angola y Mozambique (22,2% y 15,3%).

El factor idiomático hace que el comercio del libro entre Brasil y Portugal tenga un flujo continuo aunque no se aprecia en cuantías altas. Las exportaciones de Brasil a Portugal se han mantenido en un rango

<sup>6</sup>Sobre la disminución de las exportaciones hacia América Latina, Antonio María Ávila (Director Ejecutivo de la FGEE) y Sergio Porto afirman: "La fuerte apreciación del euro ha sido posiblemente el factor que más ha influido en la disminución de las exportaciones, ya que ha tenido un severo impacto en la capacidad de compra de los países latinoamericanos. Prácticamente todos ellos han importado menos con respecto a años pasados. Brasil, México, Colombia o Ecuador se vieron afectados por este hecho y redujeron sus importaciones entre 20% y 60%, al margen de la propia situación de crisis económica y política que viven algunos de estos países". Ávila, Antonio María y Porto, Sergio. "El sector exterior del libro en España en 2003". En: Boletín económico, ICE No 2802. 19-25 abril 2004.

entre los 2,2 y los 2,7 millones de dólares a excepción de 2004 cuando se registraron exportaciones por valor total de 3,2 millones de dólares (15,6% de sus exportaciones totales). En cambio, las exportaciones de Portugal hacia Brasil han disminuido de manera paulatina en estos mismos años: se registra un valor total de 1,9 millones de dólares para el año 2004 (7,2% de sus exportaciones totales).

GRÁFICA 6-5  
EXPORTACIONES ENTRE BRASIL Y  
PORTUGAL (MILES DE DÓLARES FOB).  
2000-2004



Fuentes: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE; ALADI

## Participación del libro en las exportaciones totales

CUADRO 6-5  
PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE  
LIBROS SOBRE LAS EXPORTACIONES  
TOTALES DEL PAÍS (2003-2004)

País	2003 %	2004 %
España	1,59	1,58
Colombia	0,72	0,68
El Salvador	0,23	0,21
Perú	0,18	0,16
Costa Rica	0,08	0,10
Argentina	0,10	0,09
Guatemala	0,08	0,09
Paraguay	0,06	0,08
Portugal	0,10	0,08
México	0,07	0,07
Uruguay	0,00	0,06
Chile	0,06	0,03
Honduras	0,03	0,03
Nicaragua	0,05	0,03
Ecuador	0,02	0,02
Brasil	0,02	0,02
Bolivia	0,02	0,01
Venezuela	0,01	0,01
Panamá	0,02	0,001

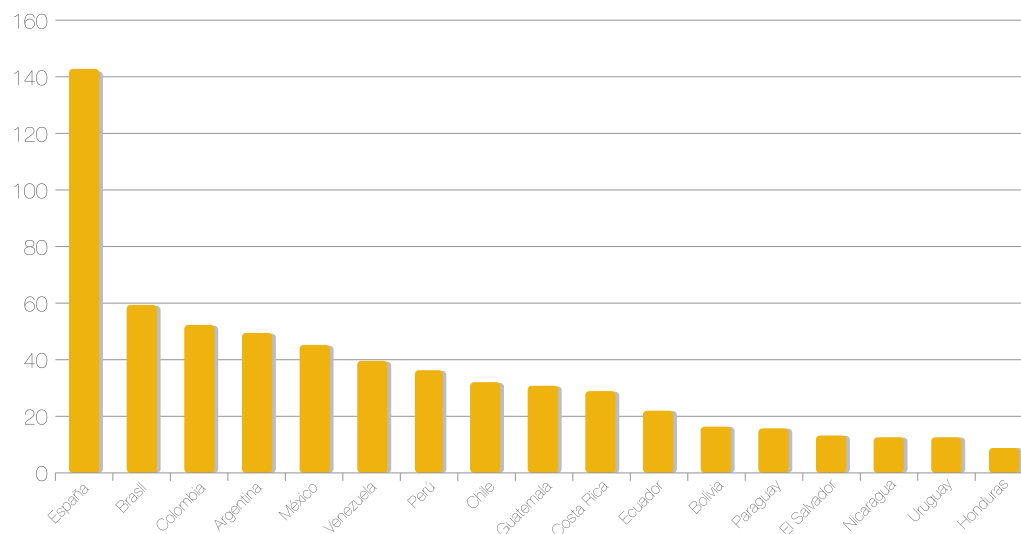
Fuentes: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE  
Cálculos CERLALC

La participación de las exportaciones de libros sobre las exportaciones totales de cada uno de los países demuestra la importancia relativa de este bien cultural con respecto a los otros que conforman la canasta exportadora. Con excepción de España que supera el 1% en los años 2003 y 2004 y Colombia en donde el porcentaje corresponde al 0,68%, en los otros países el aporte a las exportaciones totales es prácticamente nulo.

## Cantidad de países a los que Iberoamérica exporta libros

Otro indicador que puede dar cuenta de la importancia de un país en el mercado mundial del libro es el número de países a los cuales exporta libros. Buenos ejemplos de esto son España, Argentina y Colombia, los cuales tienen una industrial editorial bien desarrollada, acompañada de una reconocida infraestructura gráfica. El país que exporta libros a mayor cantidad de destinos es España, con un total de 142. Colombia y

GRÁFICA 6-6  
CANTIDAD DE PAÍSES A LOS QUE EXPORTA LIBROS (2004)



Fuentes: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE . Cálculos CERLALC

Argentina exportan a 52 y 48 países, respectivamente. Las otras naciones latinoamericanas se encuentran dentro de un rango que no supera los treinta países.

Dos casos especiales son Portugal y Brasil. El motivo por el cual Portugal exporta libros a 58 países se debe al factor idiomático y a la cobertura y divulgación de sus autores, dado que aunque los volúmenes no son altos el país exporta libros a 26 países de Europa, a 10 de África y 10 de Asia en donde el portugués no es necesariamente el idioma oficial (con excepción de Angola y Mozambique adonde van a parar la mayoría de sus exportaciones en el continente africano). Brasil también exporta a 21 países de Latinoamérica y el Caribe, y a 10 países africanos en donde se habla el portugués.

## Índice de presencia del país exportador

Para el análisis de las exportaciones se construyó un indicador denominado *Índice de presencia del país exportador de libros* (IPEX). Este estima la posición que ocupa en promedio cada país exportador dentro de las importaciones que realizan los países de destino, según los mercados analizados. El valor 1 significa que es el primer exportador de libros a ese país, el indicador 23 quiere decir que no realiza exportaciones a ese lugar.

Cuanto más pequeño es el IPEX de un país, sus libros se exportan a mayor número de países de la región que los de los otros países.

Al tratarse de una medida que calcula promedios simples no necesariamente significa que sea el mayor exportador de la región en valores. En este sentido, el IPEX resulta ser un indicador de gran utilidad para medir los flujos comerciales entre diferentes regiones y grupos de países.

El índice de presencia (ver Cuadro 6-6) muestra que el principal exportador de libros de Iberoamérica es España (1,38), le siguen Colombia (3,19) y México (4,05). España es el primer o segundo proveedor de libros importados en todos los países excepto para Panamá. Colombia también cuenta con una buena presencia en todos los países al estar entre el primer y el quinto proveedor en la mayoría de los casos y ser el primer exportador a Perú, Ecuador y Panamá. También México se halla en el primer y el octavo lugar exportador: es el primer exportador a Guatemala, República Dominicana, España y Estados Unidos.

Con respecto al año anterior, Argentina, Guatemala y Uruguay mejoraron sus índices de presencia en una o dos posiciones, mientras Costa Rica y Salvador hicieron lo contrario. Los demás países tuvieron una presencia constante.

## Exportaciones de contenido editorial

Como se ha mencionado, las cifras de comercio del libro presentadas hasta el momento tienen la limitación de no distinguir

CUADRO 6-6  
ÍNDICE DE PRESENCIA (2004)

Destino	España	Colombia	México	Argentina	Brasil	Perú	Chile	Venezuela	Guatemala	Ecuador	Costa Rica	Bolivia	Paraguay	El Salvador	Uruguay	Portugal	Nicaragua	Honduras
Argentina	1	3	4		5	6	2	7	13	11	12	9	8	23	10	14	23	23
Bolivia	1	3	6	2	7	4	9	10	5	8	23		12	23	11	23	23	23
Brasil	1	7	8	2		9	6	10	11	23	23	12	5	23	4	3	23	23
Chile	1	3	5	4	7	2		9	23	6	23	12	23	23	10	11	8	23
Colombia	1		2	3	6	4	8	5	10	7	12	9	23	11	13	23	23	14
Ecuador	2	1	4	5	7	3	6	11	9		23	10	8	12	23	23	13	23
México	1	2		3	5	4	6	10	7	9	15	14	11	8	23	23	12	13
Paraguay	1	7	4	2	6	11	3	9	23	10	23	8		23	5	23	23	23
Perú	2	1	3	4	6		5	10	11	7	9	8	23	23	12	23	23	23
Uruguay	1	3	5	2	6	9	4	8	23	10	23	23	7	23		23	23	23
Venezuela	2	1	3	4	6	7	5		10	23	11	8	23	23	23	9	23	23
Costa Rica	1	3	2	4	5	6	8	10	11	14		23	13	9	23	15	12	7
El Salvador	1	3	2	6	9	8	11	12	5	14	4	23	10		23	23	13	7
Guatemala	2	3	1	6	7	5	8	23		11	9	13	14	4	23	23	12	10
Honduras	1	5	2	8	7	10	23	9	4	11	6	23	23	3	23	23	23	
Nicaragua	1	3	2	8	9	23	5	23	7	10	4	23	23	6	23	23		11
Panamá	3	1	2	5	8	7	6	9	10	13	4	14	15	11	12	17	16	23
Cuba	1	3	4	8	5	2	23	9	6	23	7	23	23	23	23	23	23	23
República Dominicana	2	3	1	6	8	4	10	7	12	13	5	23	11	9	23	23	23	23
España		4	1	2	5	7	6	8	12	9	23	11	23	23	10	3	13	23
Estados Unidos	2	3	1	7	4	5	6	12	14	9	8	15	17	16	10	11	18	13
Portugal	1	5	23	3	2	23	23	4	23	23	23	23	23	23	23		23	23
Promedio	1,38	3,19	4,05	4,48	6,19	7,57	8,71	10,24	11,86	12,57	13,81	15,57	16,10	16,29	16,67	18,19	18,71	18,90

Fuentes: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE  
Cálculos CERLALC

CUADRO 6-7

EJEMPLARES EXPORTADOS, EJEMPLARES PRODUCIDOS Y FACTURACIÓN (US\$)

		2000	2001	2002	2003	2004
Brasil	Producidos	329.519.650	331.100.000	338.700.000	299.400.000	320.094.027
	Exportados	3.291.164	1.300.000	2.030.000	2.830.000	3.193.334
	Exp/Pro	1,0%	0,4%	0,6%	0,9%	1,0%
	Facturación	2.638.488	5.466.292	5.425.000	5.480.000	5.743.040
Colombia	Producidos	26.483.559	30.336.392	23.619.746	26.979.481	35.736.779
	Exportados	10.559.331	14.368.234	11.393.078	13.926.512	15.920.360
	Exp/Pro	39,9%	47,4%	48,2%	51,6%	44,5%
	Facturación	28.087.243	\$35.643.564	24.230.450	26.897.029	35.011.157
México	Producidos	97.805.581	98.798.394	102.784.578	91.136.609	101.401.325
	Exportados	10.210.540	9.254.494	8.523.896	7.707.442	7.144.669
	Exp/Pro	10,4%	9,4%	8,3%	8,5%	7,0%
	Facturación	48.340.650	40.353.568	38.238.892	30.793.459	52.056.384
España	Producidos	261.510.989	260.447.377	275.635.409	278.066.196	310.583.165
	Exportados	118.512.000	132.515.000	89.707.000	62.485.125	59.874.463
	Exp/Pro	45,3%	50,9%	32,5%	22,5%	19,3%
	Facturación	334.347.145	376.679.499	318.656.604	345.877.966	380.250.932

Fuente: Produção e vendas do setor editorial brasileiro. Câmara Brasileira do Livro; Actividad editorial libros. Cámara Nacional de la Industria Mexicana; Estadísticas del libro en Colombia. Cámara Colombiana del Libro; Comercio interior del libro en España. Federación de Gremios de Editores de España. Comercio exterior del libro. FEDECALI

en ellas cuánto corresponde a comercio de contenido editorial y cuánto corresponde a manufacturas de libros encargadas por editores de otros países. Para superar estas limitaciones, las Cámaras del Libro de Brasil, Colombia y México y la Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI) realizan estudios anuales sobre el sector editorial que permiten

distinguir las exportaciones de contenido editorial de las de contenido gráfico y, adicionalmente, permiten clasificar las exportaciones de contenido editorial por área temática. Estos estudios tienen la limitación de que la información con la que cuentan es la reportada voluntariamente por las empresas que exportan libros y, por lo tanto, no siempre



corresponden al 100% del universo exportador. Por ejemplo, se calcula que las cifras de exportaciones de libros reportadas en los estudios sobre Comercio Exterior de FEDECALI en España corresponden al 70% de las exportaciones totales<sup>7</sup>.

El cuadro 6-6 está elaborado con información de las exportaciones de contenido editorial. Se comparan ejemplares producidos, exportados y la facturación de esas exportaciones para Brasil, Colombia, México y España. Un 44,5% del total de ejemplares de libros producidos en Colombia en 2004 fueron exportados, lo que es un indicador claro de la importancia de la exportación para el sector editorial

colombiano<sup>8</sup>. De la misma manera, el 22,5% de los ejemplares producidos en España en el 2004 fueron enviados a otros países.

Las exportaciones de contenido editorial son discriminadas por categorías temáticas en los estudios de Colombia, México y España.

La literatura es la categoría temática más exportada por las empresas editoriales colombianas. Le siguen las generalidades que, para el caso colombiano, son fuertes por las enciclopedias, diccionarios y colecciones. Cabe anotar que estas exportaciones son realizadas principalmente a distribuidores internacionales y sucursales que son los encargados de comercializarlas en cada país.

CUADRO 6-8  
EXPORTACIÓN DE EDITORES COLOMBIANOS POR MATERIAS (EJEMPLARES)

	2003	%	2004	%
Literatura	4.506.818	32,4%	6.173.653	38,8%
Generalidades	3.220.152	23,1	3.071.878	19,3
Religión	1.698.612	12,2	2.475.816	15,6
Textos Escolares	2.376.612	17,1	2.444.649	15,4
Tecnología, Ciencias Aplicadas	932.852	6,7	861.496	5,4
Ciencias Sociales	639.848	4,6	482.133	3,0
Ciencias Puras	30.604	0,2	225.890	1,4
Filosofía, Psicología	171.388	1,2	72.402	0,5
Historia y Geografía	292.744	2,1	63.288	0,4
Artes, Recreación y Deportes	46.204	0,3	42.401	0,3
Lingüística	13.682	0,1	6.755	0,04
<b>Total</b>	<b>13.929.516</b>	<b>100</b>	<b>15.920.360</b>	<b>100</b>

Fuentes: Cámara Colombiana del Libro, Estadísticas del libro en Colombia

<sup>7</sup>En [www.fedecali.es](http://www.fedecali.es)

<sup>8</sup>Cabe anotar que la cifra de ejemplares exportados no corresponde necesariamente a los producidos en ese mismo año. Los ejemplares exportados pueden corresponder a la producción de años anteriores.

Los datos presentados en la siguiente tabla corresponden a las exportaciones mexicanas: ejemplares de ediciones nacionales más los ejemplares reexportados. En el 2004, México exportó un total de 10.925.203 ejemplares, de los cuales 7.144.699 corresponden a ediciones nacionales y los restantes 3.780.534 ejemplares corresponden reexportaciones (ediciones que han sido previamente importadas)<sup>9</sup>.

La categoría temática correspondiente a Lenguas es la más exportada por las empresas editoriales mexicanas. Esto se explica por la producción de libros en inglés. Le siguen tecnología y ciencias aplicadas que, en su mayoría, están representadas por libros de administración, gestión empresarial, contabilidad y organización (984.487 ejemplares).

CUADRO 6-9  
EXPORTACIÓN DE EDITORES MEXICANOS POR MATERIAS 2004 (EJEMPLARES)

Clasificación temática	2003	%	2004	%
Lenguas	3.985.659	36,5	3.471.160	31,8
Tecnología y ciencias aplicadas	796.595	7,3	1.980.085	18,1
Educación básica	1.190.806	10,9	1.306.726	12,0
Literatura Infantil	947.392	8,7	738.296	6,8
Filosofía y psicología	540.249	5,0	636.971	5,8
Literatura	1.416.044	13,0	554.473	5,1
Ciencias puras	194.010	1,8	511.396	4,7
Ciencias sociales	400.456	3,7	437.402	4,0
Generalidades	197.051	1,8	208.723	1,9
Arte, cultura y deportes	170.825	1,6	139.997	1,3
Religión	213.825	2,0	134.709	1,2
Literatura Juvenil	92.128	0,8	99.906	0,9
Geografía e historia	49.660	0,5	30.129	0,3
Otros	715.307	6,6	675.229	6,2
<b>Total</b>	<b>10.910.007</b>	<b>100</b>	<b>10.925.203</b>	<b>100</b>

<sup>9</sup>Las cifras del cuadro 6-7 no incluyen las reexportaciones, las del cuadro 6-9 sí las incluyen.

Fuentes: CANIEM, Actividad Editorial. Libros. 2003  
CANIEM, Actividad Editorial. Libros. 2003

CUADRO 6-10

EXPORTACIÓN DE EDITORES ESPAÑOLES POR MATERIAS Y REGIONES 2004 (EJEMPLARES)

	América Latina	%	Unión Europea	%	Estados Unidos	%	Resto del mundo	%	Total	%
Generalidades	7.659.182	28,9	2.688.386	9,3	887.424	32,5	358.621	20,1	11.593.614	19,4
Filosofía	1.223.706	4,6	224.297	0,8	95.373	3,5	9.411	0,5	1.552.787	2,6
Religión Teología	2.846.026	10,7	88.954	0,3	537.777	19,7	481.797	27,0	3.954.554	6,6
Sociología, Estadística	194.687	0,7	6.532	0,0	16.782	0,6	7.645	0,4	225.646	0,4
Ciencias políticas	151.160	0,6	2.659	0,0	2.837	0,1	931	0,1	157.587	0,3
Derecho	63.048	0,2	2.797	0,0	2.980	0,1	608	0,0	69.433	0,1
Arte y ciencia militar	255.867	1,0	3.151.512	10,9	42.895	1,6	2.562	0,1	3.452.836	5,8
Enseñanza, Educación	1.602.907	6,0	607.514	2,1	55.207	2,0	40.413	2,3	2.306.041	3,9
Comercio, Comunicaciones, Transporte	29.195	0,1	783	0,0	117	0,0	77	0,0	30.172	0,1
Etnología	361.821	1,4	270.076	0,9	9.912	0,4	1.073	0,1	642.882	1,1
Lingüística, Filología	843.999	3,2	926.256	3,2	51.725	1,9	135.868	7,6	1.957.848	3,3
Matemáticas	60.842	0,2	70	0,0	11.575	0,4	54	0,0	72.541	0,1
Ciencias naturales	698.065	2,6	507.411	1,8	53.225	1,9	3.236	0,2	1.261.937	2,1
Ciencias medicas	988.999	3,7	1.553.499	5,4	119.029	4,4	52.787	3,0	2.714.314	4,5
Ingeniería, Tecnología	1.129.008	4,3	8.351.447	29,0	26.726	1,0	322.860	18,1	9.830.041	16,4
Agricultura, Ganadería, Caza y pesca	464.329	1,8	83.386	0,3	12.034	0,4	202	0,0	559.951	0,9
Economía domestica	248.824	0,9	370.601	1,3	13.277	0,5	9.579	0,5	642.281	1,1
Organización	292.163	1,1	5.014	0,0	1.998	0,1	2.038	0,1	301.213	0,5
Bellas artes	1.186.813	4,5	4.232.587	14,7	113.588	4,2	85.521	4,8	5.618.509	9,4
Pasatiempos, Juegos, Deportes	1.048.114	4,0	1.801.406	6,2	8.032	0,3	6.201	0,3	2.863.753	4,8
Literatura	4.161.395	15,7	796.364	2,8	597.386	21,9	49.636	2,8	5.604.781	9,4
Geografía, Viajes	236.798	0,9	270.189	0,9	14.717	0,5	21.781	1,2	543.485	0,9
Historia, Biografías	772.685	2,9	2.893.130	10,0	58.140	2,1	194.300	10,9	3.918.255	6,5
<b>Total</b>	<b>26.519.633</b>	<b>100,0</b>	<b>28.834.870</b>	<b>100,0</b>	<b>2.732.756</b>	<b>100,0</b>	<b>1.787.201</b>	<b>100,0</b>	<b>59.874.463</b>	<b>100,0</b>
Participación regional %	44,3%	-	48,2%	-	4,6%	-	3,0%	-	100,0%	-

Fuentes: FEDECALI, Comercio Exterior del libro 1990-2002. FEDECALI, Comercio Exterior del libro 2003. FEDECALI, Comercio Exterior del libro 2004

Las exportaciones españolas de libros de contenido editorial en ejemplares, además de estar discriminadas por materias, se separan por regiones. En el cuadro precedente se observa cómo la mayoría de los ejemplares exportados por las editoriales desde España hacia Estados Unidos y América Latina corresponde a libros de generalidades (32,5% y 28,9%, respectivamente). Por otro lado, la mayoría de las exportaciones españolas hacia la Unión Europea corresponde a libros de ingeniería y tecnología.

Adicionalmente, en el estudio de FEDECALI se discriminan las exportaciones de contenido editorial por países. El país latinoamericano al que España más libros exporta es México, el cual representó el

20,6% de las exportaciones en el 2004. Le siguen Argentina, Colombia y Chile, que tienen participaciones muy por debajo del primero. Las exportaciones de contenido editorial de España a América Latina constituyen el 41,3% del total, porcentaje muy superior al 27,3% resultante si se tienen en cuenta las exportaciones tanto gráficas como editoriales (el total de la partida 4.901). Según el mismo estudio de FEDECALI, las exportaciones de productos editoriales y gráficos españolas a Latinoamérica fueron de 135,2 millones de euros. Si se considera que las exportaciones de productos editoriales para ese mismo año fueron de 129,9 millones de euros, se puede afirmar que la gran mayoría de exportaciones españolas de libros a América Latina corresponden a contenido editorial.

CUADRO 6-11

EXPORTACIONES DE LIBROS DEL SECTOR EDITORIAL ESPAÑOL A AMÉRICA LATINA Y AL RESTO DEL MUNDO (MILLONES DE EUROS CIF)

País	2000	2001	2002	2003	2004	Porcentaje del Total (2004)
México	72,9	89,6	97,1	76,1	64,6	20,6
Argentina	49	39,5	4,4	6	11	3,5
Colombia	13,8	15,7	16,8	10,5	8,8	2,8
Chile	11,9	11,3	10,6	7	6,6	2,1
Venezuela	17,2	25,1	17,3	4,2	6,1	1,9
Ecuador	3,9	8,9	10,6	6,5	5,4	1,7
Perú	5,5	6,8	6	5,5	4,1	1,3
El Salvador	2,8	3,7	3,9	3,7	4	1,3
Puerto Rico	8,2	5,3	4,4	4,1	3,6	1,1
Guatemala	3,1	3,7	4,6	3,2	3,5	1,1
Brasil	10	13,1	8,1	3,4	3	1,0
Costa Rica	4,2	3,9	3,8	3,9	2,4	0,8
Uruguay	3,3	2,8	2,8	1,7	1,9	0,6
Rep. Dominicana	2	2,4	3,6	3,2	1,8	0,6
Bolivia	1,9	1,6	2	0,9	1,3	0,4
Panamá	1,9	1,4	1,3	1,7	1	0,3
Paraguay	0,9	1,4	1,3	0,8	0,8	0,3
<b>Subtotal América Latina</b>	<b>212,5</b>	<b>236,2</b>	<b>198,6</b>	<b>142,4</b>	<b>129,9</b>	<b>41,3</b>
Estados Unidos	15,5	12,3	14,6	13,8	13	4,1
<b>Subtotal</b>	<b>228</b>	<b>248,5</b>	<b>213,2</b>	<b>156,2</b>	<b>142,9</b>	<b>45,5</b>
Resto de países	141,1	172,3	124,6	149,9	171,3	54,5
<b>Total</b>	<b>369,1</b>	<b>420,8</b>	<b>337,8</b>	<b>306,1</b>	<b>314,2</b>	<b>100</b>

Fuentes: FEDECALI, Comercio Exterior del libro 1990-2002

FEDECALI, Comercio Exterior del libro 2003

FEDECALI, Comercio Exterior del libro 2004

## Las exportaciones de servicios gráficos

La empresa Carvajal S.A. de Colombia fue pionera en la venta de servicios gráficos de la región para la impresión de libros y desde hace más de tres décadas exporta libros encargados por editores de diferentes países y manufacturados en sus plantas en Colombia. En la actualidad, a través de su empresa de impresión Cargraphics S.A., también tiene plantas propias en España, Brasil y México.

Bertelsmann de Alemania (con su división Arvato) tiene su planta de impresión de libros y revistas para América Latina desde hace dos décadas en Colombia, en sociedad con la Casa Editorial El Tiempo. Otras empresas colombianas, Panamericana Formas e Impresos S.A., Imprelibros S.A., Tecar S.A., Asociación Editorial Nueva Semilla, OP Gráficas, Prensa Moderna S.A., Impresores Ingeniería Gráfica, D'vinni Editorial, Editorial Nomos, Editorial Linotipia Bolívar y Legis S.A., son proveedoras reconocidas en el mercado latinoamericano de impresión de libros. Para el 2003, el total de exportaciones de libros de la industria gráfica colombiana fue de 48 millones de dólares<sup>10</sup>.

En los últimos años, el mercado gráfico de América Latina se ha modificado con inversiones canadienses y norteamericanas. La empresa canadiense Quebecor World adquirió plantas en México, Colombia, Perú,

Brasil, Chile y Argentina para atender los mercados locales de impresión y las exportaciones. La empresa norteamericana R.R Donnelley se estableció en México, Brasil, Chile y Argentina. Por su parte, Transcontinental Printing de Canadá lo hizo en México.

En Centroamérica las empresas costarricenses Lil y Trejos Hermanos y Litografía Van Color de Guatemala exportan libros por encargo. En Ecuador, la Imprenta Mariscal concurre a la venta de servicios gráficos para el exterior; Artes Gráficas Rioplatense y Mundial S.A. lo hacen desde Argentina, Lord Cochrane, Morgan Internacional desde Chile y Grafitec S.A. desde Paraguay.

Según el estudio de FEDECALI, se calcula que las exportaciones de servicios gráficos en el 2004 fueron de 87 millones de euros, es decir, el 22% de sus exportaciones totales de libros. Son los países de la Unión Europea los principales receptores de estas exportaciones.

Como se anotó anteriormente, en la región no se llevan registros oficiales de la exportación gráfica de libros por lo que resulta complicado estimar qué porcentaje de las exportaciones de libros de América Latina corresponde a servicios gráficos. En un estudio que realiza anualmente la revista Artes Gráficas<sup>11</sup>, se presentan las siguientes cifras sobre las exportaciones del sector gráfico de América Latina en el 2004.

<sup>10</sup>Según la Cámara Colombiana del libro, basados en información del DANE sobre las exportaciones realizadas por las empresas gráficas colombianas de la partida 4901 y la subpartida 4903000000. Fuente: Estadísticas del libro en Colombia, 2003.

<sup>11</sup>Castellanos, Juan Gonzalo. "50 Grandes impresores de libros y revistas en América Latina".

Disponible en:  
[http://www.artesgraficas.com/pragma/documenta/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/INFORMES\\_ESP/ECIALES/doc\\_42476\\_HTML.htm?idDocumento=42476](http://www.artesgraficas.com/pragma/documenta/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/INFORMES_ESP/ECIALES/doc_42476_HTML.htm?idDocumento=42476)

CUADRO 6-12

EXPORTACIONES DE LIBROS DE ALGUNOS IMPRESORES DE AMÉRICA LATINA 2004 (USD)

País	Empresa	Exportaciones de libros
Argentina	Artes Gráficas Rioplatenses	1.000.000
Argentina	Mundial S.A.	214.760
Brasil	Bandeirantes Industria Gráfica	140.000
Brasil	Gráfica y Editora Posigraf S.A.	403.139
Brasil	Moore Brasil Ltda.	3.993.000
Paraguay	Grafitec S.A.	10.000
Chile	Morgan-Quilicura	3.000.000
Chile	Quebecor World Chile	2.100.000
Colombia	Cargraphics S.A.	14.851.900
Colombia	D'vinni	6.868.000
Colombia	Editorial Nomos	218.000
Colombia	Grupo OP Gráficas	2.026.000
Colombia	Legis S.A.	78.750
Colombia	Panamericana Formas e Impresos	7.000.000
Colombia	Prensa Moderna Impresores	1.085.000
Colombia	Printer Colombiana S.A.	18.600.000
Colombia	Quebecor World Bogotá	12.326.000
Ecuador	Grupo Imprenta Mariscal	300.000
Perú	Corporación Gráfica Navarrete	187.000
Perú*	Quebecor World Perú	13.439.000
Guatemala	Litografía Van Color	400.000
México	Litografía Van Color S.A.	1.250.000
México	Offset Santiago	167.024
<b>Total</b>		<b>89.657.573</b>

Fuente: Artes Gráficas

\* Dato publicado en: Delucchi, Dante. El sector editorial peruano.

# Importaciones del libro

CUADRO 6-13  
PARTICIPACIÓN MUNDIAL DE LAS IMPORTACIONES DEL LIBRO 2003 Y 2004

País	2003	%	2004	%
Estados Unidos	1.940	16,2	2.127	15,8
Reino Unido	1.232	10,3	1.448	10,8
Canadá	1.070	8,9	1.131	8,4
Francia	668	5,6	777	5,8
Alemania	689	5,8	763	5,7
China, Hong Kong SAR	440	3,7	526	3,9
Suiza	465	3,9	525	3,9
Austria	319	2,7	481	3,6
Bélgica	400	3,3	471	3,5
Australia	360	3,0	407	3,0
México	395	3,3	395	2,9
Japón	321	2,7	308	2,3
Holanda	265	2,2	307	2,3
España	223	1,9	249	1,8
Singapur	208	1,7	236	1,8
Italia	190	1,6	217	1,6
Irlanda	160	1,3	193	1,4
Suecia	151	1,3	170	1,3
África del Sur	123	1,0	167	1,2
Resto de países	2.347	19,6	2.570	19,1
<b>Total general</b>	<b>11.967</b>	<b>100</b>	<b>13.469</b>	<b>100</b>

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE



A nivel mundial, los principales importadores de libros son Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Francia y Alemania. Entre los cinco concentran el 46,5% del total. Al igual que en el caso de las exportaciones, la Unión Europea tiene una presencia fuerte con 10 de los 20 países con mayor cantidad de importaciones. Los países pertenecientes a esta región importaron 3.066,2 millones de dólares en el año 2003 y 3.629,4 millones en 2004, correspondientes al 27% de la suma total para este último año. Por su parte los países de habla inglesa sumaron el 36,4% de las importaciones, mientras que los únicos países hispanohablantes con relevancia en el mercado mundial del libro como importadores fueron México y España que representan conjuntamente el 4,7%.

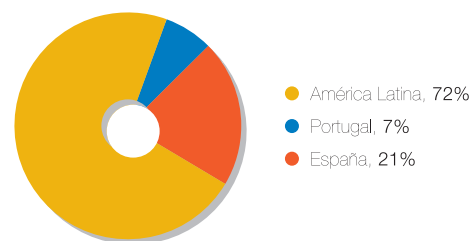
## Importaciones del libro de Iberoamérica

En 2004 Iberoamérica importó 1.180 millones de dólares en libros de los cuales el 72% corresponden a importaciones realizadas por América Latina. España participa con 21%, mientras que Portugal lo hace con el 7%.

México es el país de Iberoamérica que más importa libros. Ha mantenido sus importaciones en 2004 en una cifra cercana a los 395 millones de dólares. Esta cifra representa el 46,7% de las importaciones totales de libros realizadas por América Latina. Los países de mayor crecimiento entre los años 2003 y 2004 fueron

Argentina, que presentó un vigoroso aumento del 74% y Bolivia, en donde las importaciones aumentaron el 31%. Venezuela mantiene su nivel histórico de importaciones. El valor de las importaciones del Brasil descendió de manera considerable a lo largo de los años que forman parte de la muestra, pasando de 119 millones de dólares en 1999 a 54,8 millones en 2004, en gran medida porque dejó de imprimir libros en el extranjero. El país que presentó un mayor descenso fue Paraguay con una variación negativa del 22,7%. Colombia aún no recupera el mercado interno del libro y la tasa de cambio **devaluada** ha encarecido las importaciones, motivo por el cual las importaciones han decrecido año tras año, aunque levemente.

GRÁFICA 6-7  
PARTICIPACIÓN DE AMÉRICA LATINA,  
ESPAÑA Y PORTUGAL EN EL TOTAL DE LAS  
IMPORTACIONES DEL LIBRO REALIZADAS  
POR IBEROAMÉRICA



Fuente: Cuadro 6-14

La importación total de libros en América Latina, que había crecido a tasas importantes como sucedió al pasar de 747 millones de dólares en 1995 a 996 millones en 2000, con un incremento del 29%, registró decrecimientos entre los años 2000 y 2003 causados por las menores importaciones de libros realizadas por Brasil y Argentina. La región importó libros por 998 millones de dólares en 2001 y presentó una reducción del 13% para el año 2002, además de una nueva caída del 5% para el 2003, con respecto al año anterior. En 2004 las importaciones empezaron a recuperarse nuevamente.

Aumentaron en 2% con respecto al 2003. Las importaciones de Argentina han aumentado en el 2005 en vista de la mejor situación económica del país.

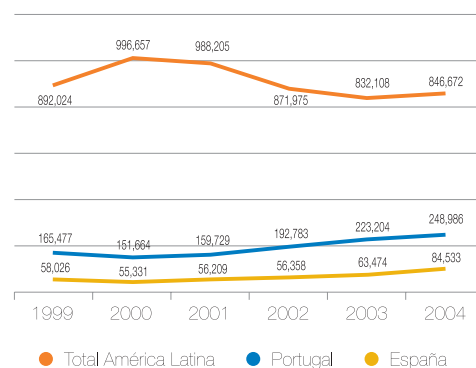
Los mercados de Centroamérica y Ecuador han sido dinámicos tanto por las licitaciones como por los crecimientos registrados. Es importante señalar que en Uruguay, pese a registrar oficialmente un promedio muy bajo de importaciones, las cifras de mercado son susceptiblemente más altas<sup>12</sup>.

Las importaciones totales para Iberoamérica presentan un patrón fluctuante a lo largo de estos cinco años al alcanzar en 2003 la cifra más baja, por un valor de 1.118 millones de dólares y la más alta en el 2001 con un total de 1.226 millones.

En España las importaciones han venido incrementándose de manera constante al alcanzar la cifra de 249 millones de dólares para el 2004, mientras que las de Portugal

—que habían crecido a un ritmo inferior a las españolas— registraron un notable incremento del 33% entre los años 2003 y 2004.

GRÁFICA 6-8  
IMPORTACIONES DE LIBROS DE AMÉRICA LATINA (1999-2004). MILES DE DÓLARES CIF



Fuente: Cuadro 6-14

## Origen de las importaciones de Iberoamérica

El gráfico 6-9 muestra el origen de las importaciones del libro de España (21% del total de las importaciones iberoamericanas) y el origen de las importaciones latinoamericanas (72% del total). Se observa que España, al igual que ocurre con las exportaciones, importa libros mayoritariamente de la Unión Europea (71,7%). Por su lado, la importación de libros en América Latina, España y Estados Unidos se da así: 39,2%, 29,1% y 24,6%, respectivamente.

<sup>12</sup>En el cuadro se aprecia cómo, de acuerdo con la información reportada por Uruguay, sus importaciones de libros representan el 0,02% del total de América Latina. Esta información está muy lejana de lo que realmente importa Uruguay en libros. Una de las razones por las que ocurre este subregistro es la no obligatoriedad de documentación o trámite dada la exoneración total de impuestos a la importación de libros. En el caso uruguayo, los libros se importan principalmente desde Argentina. Igualmente la importación por sacos postales se encuentra exenta de registro. Por tal motivo, para calcular un valor más aproximado de las importaciones uruguayas, se recurrió a las exportaciones de libros que reportan todos los países a Uruguay. Como resultado de este ejercicio se estima que las importaciones uruguayas fueron de USD \$10.128.325 para el 2002 y de USD \$5.959.353 para 2003 (Valor FOB). Con estos cálculos, la participación de Uruguay en las importaciones totales del libro sería del 1.1% y de 0.7% en 2002 y 2003, respectivamente. Un porcentaje de estas importaciones corresponde a libros manufacturados por encargo en otros países.

CUADRO 6-14

IMPORTACIONES DE LIBROS DE IBEROAMÉRICA (2000-2004). MILES DE DÓLARES CIF

País	2000	2001	2002	2003	2004	2004	Variación 2003-2004
México	415.335	400.639	405.386	395.425	395.042	46,7	-0,1
Venezuela	70.640	88.018	66.944	77.994	67.580	8,0	-13,4
Brasil	125.218	118.625	90.138	60.254	54.829	6,5	-9,0
Argentina	142.877	121.007	24.232	25.640	44.601	5,3	74,0
Ecuador	17.274	30.912	42.883	39.210	42.927	5,1	9,5
Chile	40.150	39.060	33.601	37.057	40.895	4,8	10,4
Colombia	42.143	43.867	45.761	37.568	35.840	4,2	-4,6
Perú	30.793	28.921	32.019	31.633	35.559	4,2	12,4
Guatemala	24.136	26.532	29.332	30.384	32.934	3,9	8,4
El Salvador	20.547	18.648	23.917	23.336	24.352	2,9	4,4
Costa Rica	21.806	23.481	20.994	20.867	19.623	2,3	-6,0
Panamá	15.066	13.542	14.926	16.135	15.000	1,8	-7,0
Honduras	8.359	12.445	16.372	12.604	13.425	1,6	6,5
Nicaragua	7.564	7.741	14.973	11.927	11.320	1,3	-5,1
Bolivia	6.961	7.836	6.700	6.384	8.367	1,0	31,1
Paraguay	7.352	6.250	3.502	5.428	4.197	0,5	-22,7
Uruguay	436	681	295	262	181	0,2	-30,9
Subtotal	996.657	988.205	871.975	832.108	846.672	100,0	1,8
República Dominicana	17.071	16.089	-	-	-	-	-
Cuba	5.355	17.024	-	-	-	-	-
Total América Latina y el Caribe	1.019.083	1.021.318	871.975	832.108	846.672	-	1,8
Portugal	55.331	56.209	56.358	63.474	84.533	-	33,2
España	151.664	159.729	192.783	223.204	248.986	-	11,6
Total Iberoamérica	1.226.077	1.237.256	1.121.117	1.118.785	1.180.191	-	5,5

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas COMTRADE; ALADI, SIECA, SIAVI; Paraguay 2003 Aduana de Paraguay; Panamá 2004 promedio de los últimos 4 años.

CUADRO 6-15  
 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE LIBROS REALIZADAS  
 POR AMÉRICA LATINA 2001-2004 (MILES DE DÓLARES CIF)

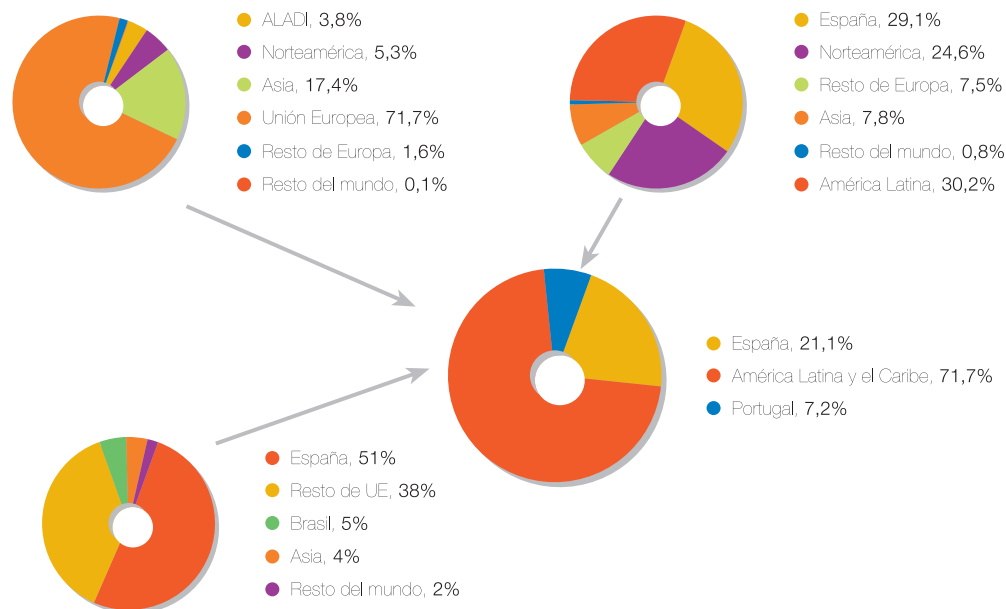
<b>País</b>	<b>2001</b>	<b>%</b>	<b>2002</b>	<b>%</b>	<b>2003</b>	<b>%</b>	<b>2004</b>	<b>%</b>
España	328.203	33,2	282.802	33,0	241.459	29,7	241.606	29,1
EE.UU.	265.769	26,9	225.261	26,3	203.655	25,0	202.088	24,3
Reino Unido	40.092	4,1	30.808	3,6	26.515	3,3	26.810	3,2
Canadá	7.268	0,7	4.289	0,5	2.089	0,3	2.708	0,3
<b>Subtotal habla inglesa</b>	<b>313.129</b>	<b>31,7</b>	<b>260.358</b>	<b>30,4</b>	<b>232.259</b>	<b>28,5</b>	<b>231.606</b>	<b>27,8</b>
China Hong Kong	21.697	2,2	21.905	2,6	34.012	4,2	33.736	4,1
Japón	6.910	0,7	8.722	1,0	6.743	0,8	4.010	0,5
Italia	9.779	1,0	6.833	0,8	6.762	0,8	7.469	0,9
Francia	9.163	0,9	7.584	0,9	6.643	0,8	7.731	0,9
Alemania	8.789	0,9	6.059	0,7	5.782	0,7	7.535	0,9
Resto del mundo	32.051	3,2	38.145	4,5	40.217	4,9	46.776	5,6
<b>Subtotal otras zonas idiomáticas</b>	<b>88.389</b>	<b>8,9</b>	<b>89.248</b>	<b>10,4</b>	<b>100.159</b>	<b>12,3</b>	<b>107.257</b>	<b>12,9</b>
Colombia	106.215	10,7	86.005	10,0	83.967	10,3	105.623	12,7
México	57.399	5,8	47.155	5,5	39.153	4,8	41.998	5,0
Argentina	29.277	3,0	26.032	3,0	25.727	3,2	29.902	3,6
Cuba	98	0,0	13	0,0	50.505	6,2	25.707	3,1
Perú	11.750	1,2	15.106	1,8	8.835	1,1	14.590	1,8

<b>País</b>	<b>2001</b>	<b>%</b>	<b>2002</b>	<b>%</b>	<b>2003</b>	<b>%</b>	<b>2004</b>	<b>%</b>
Chile	20.540	2,1	13.415	1,6	7.049	0,9	7.870	0,9
Uruguay	15.572	1,6	14.788	1,7	7.554	0,9	5.081	0,6
Panamá	2.119	0,2	9.054	1,1	4.686	0,6	4.598	0,6
Costa Rica	2.428	0,2	1.433	0,2	2.179	0,3	3.343	0,4
El Salvador	720	0,1	1.856	0,2	56	0,0	1.789	0,2
Venezuela	1.772	0,2	890	0,1	1.139	0,1	807	0,1
Guatemala	1.544	0,2	1.441	0,2	699	0,1	803	0,1
Ecuador	512	0,1	279	0,0	383	0,0	650	0,1
Honduras	86	0,0	327	0,0	345	0,0	502	0,1
República Dominicana	132	0,0	1.391	0,2	430	0,1	431	0,1
Paraguay	572	0,1	276	0,0	339	0,0	393	0,0
Puerto Rico	459	0,0	158	0,0	337	0,0	222	0,0
Bolivia	159	0,0	183	0,0	56	0,0	80	0,0
<b>Subtotal América Latina hispanoparlante</b>	<b>251.354</b>	<b>25,4</b>	<b>219.802</b>	<b>25,6</b>	<b>233.439</b>	<b>28,7</b>	<b>244.388</b>	<b>29,4</b>
Brasil	7.130	0,7	7.530	0,9	6.760	0,8	6.815	0,8
<b>Total</b>	<b>988.205</b>	<b>100,0</b>	<b>857.049</b>	<b>100,0</b>	<b>814.076</b>	<b>100,0</b>	<b>831.672</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas COMTRADE; ALADI. SIECA, SIAMI; Paraguay 2003 Aduana de Paraguay; Panamá 2004 promedio de los últimos 4 años.

Nota: 2003 sin el origen de las importaciones realizadas por Honduras y Paraguay.  
2004 sin el origen de las importaciones realizadas por Panamá.

GRÁFICA 6-9  
ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES REALIZADAS POR IBEROAMÉRICA (2004)



Fuente: Cuadro 6-15

La mayoría de las importaciones hechas por los países de América Latina hispanoparlante provienen de España y Estados Unidos. En el caso de España, las importaciones correspondieron al 29,1% para el 2004. Este porcentaje es ligeramente inferior al de los años anteriores. Las de Estados Unidos correspondieron al 24,3% para el 2004. Esto significó un descenso en la participación total respecto a años anteriores al igual que en España. Los otros dos países de habla inglesa desde los cuales América Latina

importa libros son el Reino Unido y Canadá. Sin embargo, su contribución es marginal frente al total de las importaciones de libros en este idioma.

En América Latina, Colombia es el país del cual se importan más libros en la zona. Contribuye con el 12,8% del total de las importaciones hechas desde los otros países. Le siguen México con el 4,7% y Argentina con el 3,6%. El resto de países tienen una participación menor dentro del comercio intrarregional.

CUADRO 6-16  
ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES  
REALIZADAS POR ESPAÑA. MILES DE  
DÓLARES CIF 2004

País	2004	%
Argentina	3.676	1,5
Bolivia	22	0,0
Brasil	839	0,3
Chile	316	0,1
Colombia	1.423	0,6
Ecuador	71	0,0
México	2.698	1,1
Paraguay	2	0,0
Perú	157	0,1
Uruguay	25	0,0
Venezuela	165	0,1
<b>Total Aladi</b>	<b>9.392</b>	<b>3,8</b>
<b>Total América Latina</b>	<b>9.507</b>	<b>3,8</b>
Canadá	230	0,1
Estados Unidos	13.035	5,2
Norte América	13.264	5,3
África	64	0,0
Asia	43.216	17,4
Resto de Europa	4.051	1,6
Reino Unido	65.769	26,4
Alemania	42.813	17,2
Francia	27.255	10,9
Holanda	24.043	9,7
Italia	10.241	4,1
Resto de Unión Europea	8.493	3,4
Unión Europea	178.615	71,7
Oceanía	262	0,1
<b>Total general</b>	<b>248.986</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE

Por su lado, la mayoría de las importaciones de libros realizadas por España provienen de la Unión Europea, las cuales suman el 71,1%. Estas importaciones provienen principalmente de Reino Unido, Alemania y Francia que participan en un 26,4%, 17,2% y 10,9%. Las siguientes regiones de las que España importa libros son Asia y Norteamérica con el 17,4% y el 5,3% respectivamente, mientras que el aporte latinoamericano es mayoritariamente de los países de ALADI, aunque es notoriamente bajo en vista de que representa tan solo el 3,8%.

Al discriminar Brasil del resto de países latinoamericanos, las importaciones más relevantes de libros provienen de Estados Unidos, España y Reino Unido que pasan a ser el 23,3%, 19,7% y 19,2% respectivamente, mientras que de los países ALADI proviene el 12,8%. En cuanto a Portugal, el 51% de sus importaciones provienen de España, y el 38,4% del resto de países de la Unión Europea.

## Participación de los libros en las importaciones totales

Un indicador para medir la importancia relativa del libro en el comercio exterior de un país se obtiene al comparar las importaciones de libros con las importaciones totales. En 2004, como ejemplo, para América Latina, el 17,6% corresponde a equipos eléctricos y electrónicos, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, mientras que las importaciones de libros superan el 0,22%.

CUADRO 6-17  
PARTICIPACIÓN DE LOS LIBROS EN LAS IMPORTACIONES TOTALES DEL PAÍS

País	% 2000	% 2001	% 2002	% 2003	% 2004
Panamá	0,45	0,45	0,49	0,52	N.D.
Ecuador	0,35	0,46	0,67	0,60	0,55
Nicaragua	0,38	0,40	0,83	0,65	0,51
El Salvador	0,36	0,31	0,61	0,53	0,50
Venezuela	0,36	0,41	0,57	0,93	0,46
Bolivia	0,33	0,40	0,38	0,38	0,44
Guatemala	0,45	0,50	0,47	0,45	0,42
Perú	0,32	0,31	0,43	0,37	0,35
Honduras	0,25	0,42	0,53	0,40	0,30
Costa Rica	0,30	0,32	0,30	0,28	0,25
Colombia	0,29	0,28	0,36	0,27	0,21
México	0,22	0,22	0,24	0,23	0,20
Argentina	0,44	0,42	0,27	0,19	0,19
Chile	0,19	0,19	0,22	0,21	0,18
Paraguay	0,22	0,20	0,21	0,19	0,14
España	0,10	0,10	0,12	0,11	0,10
Brasil	0,17	0,16	0,18	0,12	0,08
Portugal	0,05	0,05	0,04	0,04	0,05
Uruguay	0,01	0,02	0,02	0,01	0,01

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE  
Cálculos CERLALC

La participación de la importación de libros en el total de las importaciones del país fue más alta para Ecuador, Nicaragua, El Salvador, Venezuela, Bolivia y Guatemala. Ello indica que estos países tienen una mayor propensión a importar libros que otros países de la región, en relación con las importaciones de otros productos. En el caso

específico de Argentina, gran editor de libros, el alto índice de importación que se puede observar durante el 2000 y 2001 se debe a la tradición lectora de esta nación. La disminución de las importaciones de este país durante el periodo 2002-2004, se debe a la crisis económica que afectó a la mayoría de sus sectores económicos. En Perú,



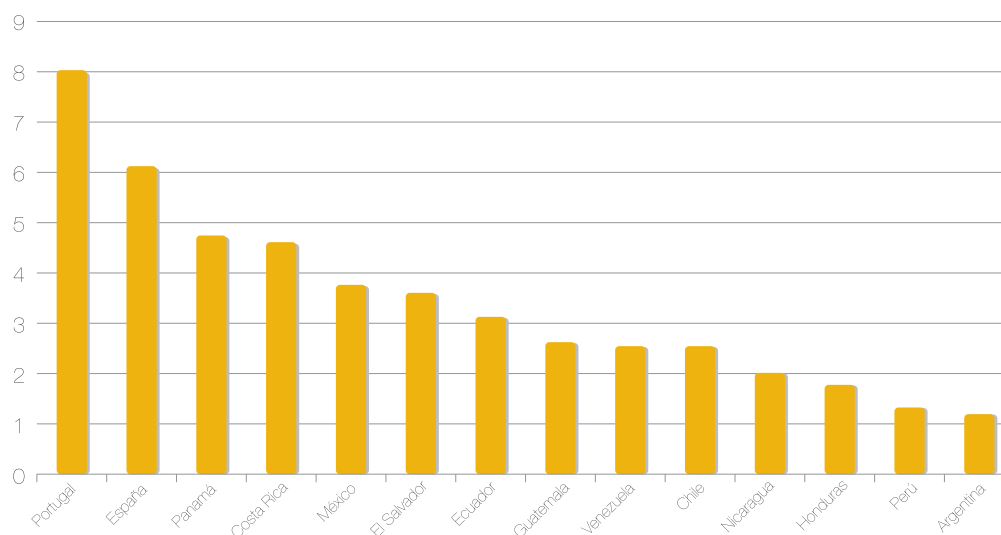
Honduras, Costa Rica, Colombia y México, las tasas son medias; mientras que las tasas de España, Brasil, Portugal y Uruguay son las más bajas.

Brasil importa pocos libros con relación a su economía y población. Tiene una de las tasas más baja de este grupo de países con el 0,08%. Lo anterior tiene su explicación en el factor idiomático. La industria editorial portuguesa es pequeña con relación a la brasilera y exporta poco a Latinoamérica.

## Importaciones de libros per cápita

El análisis del valor de las importaciones de libros en términos per cápita arroja cifras relativamente bajas para todos los países iberoamericanos. Portugal tiene las importaciones per cápita más altas de la región (8 dólares por habitante) y España alrededor de los 6 dólares. Los dos países son los únicos cuyas importaciones per cápita han crecido constantemente en los últimos años. Por su parte, Nicaragua evidencia un incremento significativo de las importaciones

GRÁFICA 6-10  
IMPORTACIONES DE LIBROS POR HABITANTE (DÓLARES)



Fuente: Cuadro 6-18

CUADRO 6-18  
IMPORTACIONES POR HABITANTE DE LIBROS (DÓLARES)

País	2000	2001	2002	2003	2004
Portugal	5,35	5,41	5,4	6,06	8,03
España	3,79	3,98	4,8	5,55	6,18
Panamá	5,11	4,51	4,88	5,18	n,d
Costa Rica	5,42	5,71	5,13	5,01	4,62
México	4,2	3,98	3,94	3,74	3,77
El Salvador	3,27	2,92	3,67	3,52	3,6
Ecuador	1,37	2,4	3,27	2,77	3,16
Guatemala	2,12	2,27	2,45	2,47	2,61
Venezuela	2,92	3,57	2,67	3,05	2,6
Chile	2,64	2,54	2,16	2,1	2,56
Nicaragua	1,49	1,49	2,49	2,17	2,01
Honduras	1,29	1,87	2,4	1,8	1,83
Perú	1,19	1,1	1,2	1,16	1,3
Argentina	3,86	3,23	0,64	0,67	1,15
Bolivia	0,84	0,92	0,76	0,71	0,91
Colombia	1	1,02	1,04	0,84	0,79
Paraguay	1,34	1,11	0,61	0,89	0,69
Brasil	0,73	0,69	0,51	0,35	0,31
Uruguay	0,13	0,2	0,09	0,08	0,05

Fuentes: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE; Base de datos del Banco Mundial  
Cálculos CERLALC

para el periodo 2002-2003 con respecto a los años anteriores, producto de las licitaciones de textos escolares.

En Argentina, donde los hábitos lectores y de consumo de libros han sido tradicionalmente

los más altos en Latinoamérica, las importaciones per cápita estaban alrededor de los 3,5 dólares, pero en 2002 pasaron a estar por debajo de un dólar, debido a la crisis interna y a la fuerte devaluación de su

moneda. México tiene una de las industrias editoriales más desarrolladas de Latinoamérica y, aún así, las tasas de importación son relativamente altas. Costa Rica tiene la segunda tasa más alta per cápita de importaciones de libros y aun cuando tiene una industria editorial en desarrollo, el mercado se abastece fundamentalmente de las importaciones. En Colombia y en Perú las importaciones de libros per cápita son más bajas, y se encuentran alrededor de un dólar, en parte debido a que el poder adquisitivo per cápita es también menor. Otros factores que influyen en esas cifras son el hecho de que la industria editorial colombiana es altamente competitiva y aunque esté orientada en gran medida hacia las exportaciones, provee bien al mercado local. En el caso de Perú, en vista de que la industria editorial está en desarrollo, podría pensarse que los hábitos lectores aun son bajos. Para el resto de los países las cifras se han mantenido constantes, o han disminuido levemente. El caso panameño incluye en este indicador –que parece alto– las importaciones para ser reexportadas a otros países.

## Cantidad de países de los que se importan libros

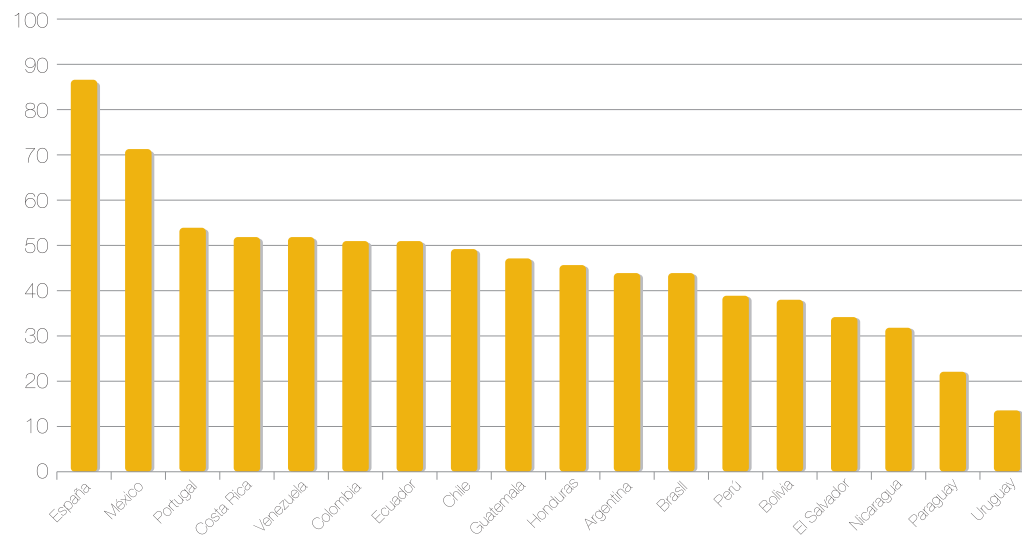
España y México son los países iberoamericanos que importan libros de una mayor cantidad de otros. 87 países realizan sus exportaciones hacia España, mientras que para México la cifra es de 71. En los países latinoamericanos y del Caribe el comercio es

más que todo intrarregional. La mayoría de los países de esta zona realizan importaciones de la totalidad de los países del ALADI, Estados Unidos y España junto con algunos países de Europa, principalmente del Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, y de Asia, principalmente de los proveedores de imprenta: China –incluidos Hong Kong y Macao–, Japón, Corea y Tailandia.

El origen de la mayoría de las importaciones de España y Portugal son el resto de países europeos, especialmente aquellos que conforman la Unión Europea. España también realiza escasas importaciones de todos los países de América Latina y el Caribe, aunque por menor valor que las de Europa, mientras que Portugal importa libros principalmente de Brasil.

Por ser los Estados Unidos un importante proveedor de libros, especialmente con destino a Latinoamérica, se presenta de manera discriminada el tipo de importaciones que provienen de ese país. La clasificación se lleva a 10 dígitos en los Estados Unidos lo que permite un análisis más detallado. De un total de 147 millones de dólares que exportó Estados Unidos a Iberoamérica en libros en el 2004, 130 millones tuvieron como destino Latinoamérica hispanoparlante, 10 a España, 7 a Brasil y 1 a Portugal. Como se aprecia, dentro de los libros con clasificación específica, el 45% corresponde a libros científicos, técnicos y profesionales y a textos escolares con destino a las universidades y a la enseñanza del inglés, respectivamente.

GRÁFICA 6-11  
CANTIDAD DE PAÍSES DE DONDE SE IMPORTA (2004)



Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, COMTRADE.  
Cálculos CERLALC. Cuba no aparece en las fuentes consultadas

CUADRO 6-19  
 EXPORTACIONES DE LIBROS, FOLLETOS Y SIMILARES DE LOS ESTADOS UNIDOS  
 A IBEROAMÉRICA (2004)

Posición arancelaria 4901		2004	%
100000	Libros impresos folletos, prospectos e impresos similares en hojas sueltas incluso plegadas	31.969	21,60
990050	Libros técnicos, científicos y profesionales	26.650	18,00
990010	Libros de texto	24.593	16,60
990093	Material impreso no especificado que contiene 49 o más páginas de cada uno excepto las cubiertas	20.293	13,70
990040	Biblias, testamentos y otros libros religiosos	16.868	11,40
	990030 Directorios	6.959	4,70
990092	Material impreso no especificado de 5 a 48 páginas	6.194	4,20
990075	Libros para estantería (stak soze paperbound books)	4.191	2,80
910040	Enciclopedias y fascículos	2.690	1,80
990055	Libros de arte e ilustrados impresos en hojas sueltas	2.225	1,50
990091	Material impreso no especificado con no más de cuatro páginas cada uno exceptuando las cubiertas	1.884	1,30
990070	Libros de tapa dura	1.527	1,00
990020	Periódicos, diarios y revistas encuadernados en sustratos diferentes al papel. Set de periódicos y revistas encuadernadas con una cubierta	911	0,60
910020	Diccionarios	786	0,50
	<b>Total general</b>	<b>147.740</b>	<b>100</b>

## Balanza comercial del libro

Para finalizar este capítulo sobre comercio exterior, se registra información estadística sobre la balanza comercial de Iberoamérica con el mundo, y la de América Latina con los Estados Unidos y con España. Después se hace un análisis de la balanza comercial relativa.

La balanza comercial promedio de los últimos cinco años para América Latina es deficitaria en 578 millones, aunque el valor del déficit ha disminuido de año en año. Esto ocurre debido al descenso de las importaciones de libros por parte de la región, causado por los cambios en las coyunturas macroeconómicas y no debido al aumento de las exportaciones de libros editados en el continente. Aunque sí se debe anotar que ha aumentado la exportación de

libros manufacturados para los editores norteamericanos.

Todos los países latinoamericanos tienen una balanza comercial negativa, excepto Colombia, donde es positiva, Uruguay en cuyo caso fue positiva para el 2004, Argentina en 2002 y 2003, y Chile en 1999 y 2000. La diferencia entre exportaciones e importaciones para toda Latinoamérica en el año 2004 fue de -507 millones de dólares. México es el país que tiene el valor más negativo, con un promedio de -269 millones de dólares para los seis años.

En Portugal la balanza comercial fue negativa para todos los años, mientras que la de España fue positiva con un total de 615,6 millones de dólares para el año 2004. La balanza comercial de toda Iberoamérica resultó ser positiva para este mismo año debido precisamente al aporte de España, pero negativa en los años anteriores.

## CUADRO 6-20

## BALANZA COMERCIAL DEL LIBRO EN IBEROAMÉRICA (2000-2004) MILES DE DÓLARES

País	2000	2001	2002	2003	2004
Argentina	-93.591	-76.890	8.815	1.905	-13.147
Bolivia	-6.749	-7.478	-6.413	-6.194	-8.068
Brasil	-115.760	-107.269	-78.543	-46.160	-34.286
Chile	725	-826	-16.436	-26.316	-30.134
Colombia	51.118	64.011	44.199	57.091	77.369
Costa Rica	-15.479	-17.825	-14.191	-16.064	-13.524
Ecuador	-15.168	-28.678	-42.189	-38.221	-41.220
El Salvador	-19.169	-17.494	-21.232	-20.492	-21.295
Guatemala	-21.949	-22.732	-27.318	-28.280	-30.364
Honduras	-8.312	-12.330	-16.286	-12.216	-12.917
México	-292.230	-281.091	-286.142	-276.686	-270.154
Nicaragua	-7.538	-7.182	-14.790	-11.620	-11.109
Panamá	-15.020	-13.540	-14.875	-15.988	-15.000
Paraguay	-6.710	-5.582	-2.709	-5.037	-2.821
Perú	-19.446	-9.049	-12.557	-15.590	-15.992
Uruguay	-264	-640	-217	-169	1.529
Venezuela	-65.279	-86.121	-62.313	-75.741	-65.835
América Latina	-650.821	-630.716	-563.197	-535.778	-506.967
Portugal	-31.372	-28.246	-31.765	-33.047	-57.595
España	521.354	548.559	487.777	525.202	615.658
<b>Total Iberoamérica</b>	<b>-160.839</b>	<b>-110.403</b>	<b>-107.185</b>	<b>-43.623</b>	<b>51.096</b>

Fuente: Cuadro 6-2, Cuadro 6-14

Cálculos CERLALC

## Balanza comercial con España y Estados Unidos

La balanza comercial entre Latinoamérica y España es favorable a España con un total de 234 millones de dólares. El país que tiene la balanza comercial más negativa tanto con España como con Estados Unidos es México, lo que explica el 53% del balance negativo latinoamericano con España y el 68,4% con los Estados Unidos. En toda Iberoamérica los únicos países que tienen balanzas comerciales positivas con Estados Unidos son Colombia y España. De hecho, la gran diferencia entre las balanzas comerciales de América Latina e Iberoamérica con Estados Unidos se debe más que todo al aporte positivo de 28,4 millones de dólares que hace España a la balanza comercial iberoamericana. En el caso de Uruguay la balanza comercial positiva se debe a los problemas de medición que fueron explicados anteriormente.

CUADRO 6-21  
BALANZA COMERCIAL CON ESPAÑA Y  
ESTADOS UNIDOS 2004

Destino	España	EE.UU.
México	-124.564.958	-74.437.786
Argentina	-19.884.329	-3.454.626
Colombia	-12.901.675	6.422.551
Chile	-12.042.663	-3.115.555
Venezuela	-10.764.000	-2.884.000
Brasil	-10.304.514	-4.667.959
Ecuador	-9.693.175	-3.762.444
El Salvador	-7.733.123	-5.648.421
Perú	-7.641.943	-1.777.223
Guatemala	-4.391.161	-6.119.724
Costa Rica	-4.309.355	-3.570.381
Nicaragua	-3.573.173	-1.648.248
Honduras	-3.130.854	-3.175.963
Bolivia	-1.893.220	-861.285
Paraguay	-1.152.988	-372.243
Uruguay	9.110	344.205
Total América Latina	-233.972.021	-108.729.102
Portugal	-40.226.016	-1.251.218
España		28.408.271
<b>Total general</b>	<b>-274.198.037</b>	<b>-81.572.049</b>

Fuente: Base de datos Naciones Unidas, COMTRADE  
Cálculos CERIALC



## Balanza comercial relativa

El índice de balanza comercial relativa (ICBR) mide la participación de la balanza comercial de un determinado sector en el comercio de ese sector ( $ICBR = (X_i - M_i) / (X_i + M_i)$ ). El índice se ubica entre  $-1$  y  $1$ , y si  $ICBR > 0$ , el producto se considera competitivo.

La balanza comercial relativa para el año 2004 fue positiva solamente para Colombia y España.

CUADRO 6-22  
BALANZA COMERCIAL RELATIVA 2004

<b>País</b>	<b>Balanza Comercial</b>
España	0,55
Colombia	0,52
Argentina	-0,17
Perú	-0,29
Brasil	-0,45
Paraguay	-0,51
México	-0,52
Portugal	-0,52
Costa Rica	-0,53
Chile	-0,58
El Salvador	-0,78
Guatemala	-0,86
Ecuador	-0,92
Bolivia	-0,93
Honduras	-0,93
Venezuela	-0,95
Nicaragua	-0,96
América Latina	-0,43
Iberoamérica	0,02

Fuente: Base de datos Naciones Unidas. COMTRADE  
Cálculos CERLALC



# 7



## Hábitos de lectura y consumo de libros en iberoamérica

La cadena del libro tiene su destinatario principal en el lector y él constituye la justificación de todo el proceso. América Latina y España han tenido cambios sustanciales en las dos últimas décadas con respecto al surgimiento de lectores y a la generación de compradores de libros. Estos han aumentado —puede ser que no en el porcentaje deseado— y es visible que más personas leen y el libro es percibido no solo como un bien de consumo necesario sino deseable.

Muchos son los obstáculos por enfrentar, pero ello no debe desanimar a los editores iberoamericanos. Al contrario, la tarea es convertir amenazas en oportunidades.



En los últimos cinco años se empezó a registrar en Iberoamérica un cambio importante en la percepción de los gobiernos y de los gremios del libro en torno a la vigencia de investigaciones cuantitativas sobre la lectura. Este cambio podría tener su origen, entre otras cosas, en la necesidad de encontrar elementos y datos que permitan hacer seguimiento a la evolución del ecosistema del libro y a los impactos que tienen las políticas de fomento a la lectura sobre la oferta y la demanda del libro. Sin publicaciones no hay lectores y sin educación no se hubiesen podido superar los altos grados de analfabetismo básico, que aun están alrededor del 9% en América Latina y que desde luego imposibilitan el acceso a la lectura y al libro.

Los estados latinoamericanos –unos más que otros– han realizado inversiones en dotación de textos escolares y libros de literatura infantil y juvenil para los colegios públicos y de diverso tipo de obras para las bibliotecas públicas. Por su parte, los editores han producido diversidad de títulos para los diferentes segmentos del mercado, estimulando la narrativa de autores latinoamericanos y, aunque mucho menos,

también a los investigadores técnico-científicos de la región. Conocer el comportamiento lector de un país contribuye a comprender cómo se han materializado las políticas y esfuerzos de gobiernos y editores.

En 2001, Olivier Donnat, Eduardo de Freitas y Guy Frank, expertos europeos, prepararon para la comunidad europea un manual para la elaboración de encuestas de medición del comportamiento de los lectores, publicado por el Centro Nacional del Libro de Grecia. En este documento se argumenta la importancia de “la cuantificación de los fenómenos estudiados”, pero también se reconocen los límites de los resultados obtenidos a través de esta metodología. No se puede perder de vista que una aproximación científica a la realidad debe utilizar un método pertinente al objeto que se quiere estudiar. Por ello –por más exactos y comprobables que sean los resultados de una evaluación cuantitativa– siempre deben complementarse con multiplicidad de puntos de vista y encontrar otros recursos pertinentes para analizar un fenómeno complejo como la lectura.

Una práctica cultural como la lectura ofrece retos únicos para su medición. La lectura es un ejercicio que acerca a los individuos a su pasado y les permite entrar en contacto con otros miles de lectores alrededor del globo. Es una creencia casi generalizada en todas las culturas el situar la lectura como herramienta fundamental para el desarrollo de la mente, facilita y acelera los procesos de aprendizaje y estimula la imaginación. Por ello el fomento de la lectura es uno de los ejes más importantes de los currículos escolares, pero también de las políticas de educación de las naciones de todo el mundo.

Medir la lectura en términos concretos y comparables permite apreciar el avance que han tenido los programas de educación de los gobiernos, la efectividad de las estrategias que se han implementado para fomentar la lectura desde los primeros grados de escolarización y los programas de fomento a la lectura inscritos en los Planes Nacionales de lectura, con el fin de incorporar también la población no escolarizada que es un porcentaje alto de los encuestados y que constituye una tipología de lector en las encuestas. La realización de un sondeo puramente cuantitativo, también nos permite entender de qué manera la lectura tiene importancia en la vida diaria de las personas.

El CERLALC ha señalado que la investigación sobre la lectura es un campo muy amplio que abarca alfabetización, dificultades y trastornos de la lectura, evaluación de la competencia lectora, entre

otros. La evaluación del comportamiento lector es uno más de los aspectos que constituyen el objeto de conocimiento de la investigación sobre la lectura. Si bien la evaluación del comportamiento lector apunta a investigar apenas una de las variables, la evolución de los resultados permite hacer un monitoreo de los avances de los planes y programas de lectura y de los impactos que estos tienen sobre la población. Así mismo, permite contar con indicadores cuantitativos, que resultan muy útiles para orientar los planes y las políticas nacionales de lectura y bibliotecas, así como las políticas editoriales<sup>1</sup>.

La implementación a nivel regional de una metodología común facilitaría la comparación histórica de los indicadores del comportamiento lector para poner a disposición de los diversos gobiernos y los actores del universo del libro información útil para el delineamiento de políticas para la lectura y estrategias de producción y venta. También identificar las tipologías de los lectores y el conocimiento de sus comportamientos de lectura brinda información valiosa para el desarrollo de los mercados editoriales.

Al día de hoy, sin embargo, hay una falta de mecanismos de evaluación del impacto de las acciones implementadas en las comunidades, ya sea a nivel local, nacional o subregional. Sólo algunas de las iniciativas que trabajan por la lectura, cuentan con indicadores que permiten conocer los logros o desaciertos en el sector y orientan la toma de las decisiones

<sup>1</sup>Subdirección de Lectura y Escritura, CERLALC. La investigación sobre la lectura: su importancia para el CERLALC. 2005 Documento no publicado.

CUADRO 7-1  
TIPOS DE LECTURA

	Colombia		Inglaterra
	Qué lee habitualmente		Si tuviera que escoger, con cuáles de los siguientes materiales de lectura se quedaría
	2000	2005*	2002
Libros impresos	48,2%	40,7%	56%
Internet	4,9%	11,8%	n.p
Navega en Internet por diversión/ ocio	n.p	n.p	6%
Revistas	26,2%	26,2%	n.p
Revistas impresas/virtuales	n.p	n.p	12%
Periódicos impresos/virtuales	n.p	n.p	27%
Diarios o periódicos	31,1%	27,2%	n.p

Nota: no pregunta (n.p)

\* Colombia dará a conocer los resultados de sus nuevas mediciones, igual que México, en el último trimestre de 2006

pertinentes y la reformulación de estrategias, según las necesidades que se identifiquen en los planes.

Con el conocimiento y comparación de experiencias ajenas en el mismo terreno, se podrán entonces afinar las estrategias nacionales y se tendrá un conocimiento de mayor precisión sobre las tendencias del comportamiento lector.

Por el momento, sin que se haya aplicado una metodología común y mientras se tienen resultados estadísticos homogéneos para la región sobre el comportamiento lector, es de gran utilidad referenciar algunas de las experiencias realizadas hasta ahora en

Iberoamérica para la elaboración del presente capítulo<sup>2</sup>. Las experiencias han sido producto del esfuerzo común: unas veces del sector privado editorial, otras entidades gubernamentales y aún otras del esfuerzo conjunto de alianzas interinstitucionales entre gobierno y sector privado, camino que encontramos como el más adecuado para este tipo de mediciones y estudios por su dimensión y complejidad.

Aunque los campos de los estudios consultados y los años de la información no siempre son iguales –en parte porque la metodología común no ha sido aplicada todavía– en el presente análisis se

<sup>2</sup>Ver anexo 1.

construyeron cuadros comparativos sobre comportamiento lector y consumo de libros en Iberoamérica, con el ánimo de generar una primera aproximación sobre la situación de la región.

Es un deber advertir que este tipo de estudios y comparaciones ganan en utilidad y poder explicativo cuando son realizados con una metodología común y aplicados periódicamente durante varios años, pues sólo de esta forma se puede tener información confiable sobre las tendencias del comportamiento lector y las políticas que lo fomentan<sup>3</sup>.

Un tema complejo para futuras mediciones del hábito lector es el impacto de Internet en los hábitos. Por ejemplo, Inglaterra, en la medición de 2002, ya hace referencia a la lectura de revistas y periódicos en formato digital e impreso señalando los tipos de lectura en lo que se refiere a revistas y periódicos en la misma categoría para lo impreso y virtual. En Colombia, los datos actuales pueden ser sustancialmente distintos a los observados en 2000, cuando solamente un 5% estaba leyendo en Internet. La nueva medición arrojará datos diferentes al incorporar una mayor población con acceso a internet.

Los estudios en cada país abordan diferentes aspectos de la población lectora y tipos de lectura diferentes. Para fines del presente capítulo trataremos algunos de los aspectos de hábitos de lectura y consumo de libros.

## Lectura de Libros

Los hábitos de lectura de una población trascienden a la lectura de libros, como la lectura de diarios, periódicos y revistas y otros medios. Sin embargo, el presente análisis está enfocado sólo sobre el comportamiento lector de libros.

Para empezar es importante aclarar que los países que se reseñan en este capítulo recurrieron a diferentes metodologías para establecer la población lectora y no lectora y la frecuencia con la que leían libros. Con el ánimo de hacer comparables las diferentes metodologías, se estableció como población lectora las personas que leían frecuente (todos los días o una o dos veces por semana) u ocasionalmente (las personas que leen una vez al mes, al trimestre o al año). La población no lectora es la población que no lee casi nunca o nunca, o no se leyó ningún libro en el año.

Los países que tiene una mayor participación lectora de libros en el total de la población encuestada son Argentina (72%), México (60%), Uruguay (57%), Perú (55,2%), Brasil (55%) y España (54,1%), que cuentan con una población superior al 50% que por lo menos se leyó un libro en el año. La población lectora de Colombia (45%), Portugal (41%) y Chile (40%), está por debajo de la mitad de la población.

<sup>3</sup>El CERALC viene trabajando en la construcción de una metodología común para la región. En 2005, dentro del programa Ilimita, convocó a expertos de Brasil, Colombia, México y Venezuela y en 2006 las subdirecciones de Libro y desarrollo y la de Lectura y escritura han avanzado en el tema para una convocatoria iberoamericana en el 2007.



CUADRO 7-2  
POBLACIÓN QUE LEE LIBROS \* (PORCENTAJE)

	México	Colombia	Perú	Brasil	Chile	Uruguay	Argentina	Portugal	España
Población lectora de libros (%)	60	48,20	55,20	55	40	57	72	41	57,1
Rango de edad (mayores de)	15	12	12	14	15	16	18	15	14
Población total (millones)	104	44,2	27,2	181	16	3,4	38	10,4	42,1
Índice de educación*	0,85	0,86	0,88	0,89	0,91	0,94	0,96	0,97	0,97
PIB per Cápita (PPA en USD)	9.168	6.702	5.260	7.790	10.274	8.280	12.106	18.126	22.931

Nota: Para Perú y Brasil es sobre población alfabetizada. \* Naciones Unidas, Informe sobre Desarrollo Humano 2005, PNUD. El índice educativo, mide el progreso relativo de un país en materia de alfabetización de adultos y matrícula bruta combinada de primaria, secundaria y terciaria.

## Frecuencia de lectura

La frecuencia de lectura de libros busca indagar por la periodicidad con la que la población lee. Es decir, si lee todos los días, algunos días a la semana, alguna vez al mes, al trimestre o al año, o si casi nunca o nunca lee libros. La frecuencia con la que leen las personas, que leyeron uno a varios libros al año, es fundamental para determinar si la población lectora es frecuente u ocasional.

Existe una mayor población de lectores frecuentes en Argentina (39%). La proporción de lectores ocasionales es mayor en Brasil (36%). Argentina es el país que tiene la más baja población no lectora de los tres países (28%).

En virtud a la diferente metodología desarrollada en el caso español –que pregunta por la lectura de libros en tiempo libre– sus datos para el análisis no se incluyen en el

cuadro 7-3, sino aparte en el 7-4. La población encuestada se divide en dos grandes grupos, la población lectora (57,1%) y la población no lectora (42,9%). Esta última es la que nunca (27,9%) o casi nunca (15%) lee libros. La población lectora está dividida en dos: los lectores frecuentes (41,1%), que leen todos o casi todos los días (24,2%) o una o dos veces por semana (16,9%) y los lectores ocasionales, que leen libros alguna vez al mes (11,1%) o al trimestre (4,9%).

En el caso de Argentina, la metodología empleada para determinar la población lectora y las frecuencias de lectura, está ligada con una unidad mínima de lectura, que se definió como lectura continua durante 10 a 20 minutos. Esta metodología posibilitó establecer una escala para diferenciar la lectura sistémica (todos o casi todos los días), habitual, (algunos días por semana), esporádica (de vez en cuando), y la no lectura. Los resultados obtenidos fueron que

CUADRO 7-3  
FRECUENCIA DE LA LECTURA DE LIBROS

País	Pregunta	Todos o casi todos los días (Sistémica)	Una o dos veces por semana (Habitual)	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Alguna vez al año/ De vez en cuando (Esporádica)	Casi nunca/ Rara Vez	Nunca
		Frecuente		Ocasional			Población no lectora (%)	
		Población lectora (%)						
Brasil	Frecuencia de lectura	10	9	6	9	21	45	
Argentina	Frecuencia de Lectura	21	18				33	28
Portugal	c. El ultimo libro Leído fue:	21		20			1,8	57
México	¿Cuántos libros ha leído este año?	60			40			
Uruguay	b. Frecuencia con que se leen libros:	57			14	29		
Colombia	Población que lee y no lee	45			52			
Chile	a. Lectura en los últimos doce meses (sí o no)	40			60			

Nota: a. En Chile no se incluye la lectura de manuales o textos escolares, b. En Uruguay preguntan si lee varios libros o alguno al año (57%) o no lee casi (14%) o nunca (29%), c. En Portugal preguntan por los libros leídos hace menos de un mes (21%), menos de un año (20%), más de un año (1,8) y no lee libros (57%).

CUADRO 7-4  
ESPAÑA: ¿SUELE USTED LEER LIBROS EN SU TIEMPO LIBRE?

	Frecuencia	Categoría	Porcentaje	Agrupación	
Todos o casi todos los días	Frecuentes	Población Lectora	24,20%	41,10%	57,10%
Una o dos veces por semana			16,90%		
Alguna vez al mes	Ocasionales		11,10%	16,00%	
Alguna vez al trimestre			4,90%		
Casi nunca	No lectores	Población no lectora	15,00%	42,90%	42,90%

el 47% de la población lee diariamente, al menos 15 a 20 minutos de manera continua.

Para los brasileros la población lectora está definida como la persona que se leyó por lo menos un libro en los últimos tres meses<sup>4</sup>. Esta población es el 30% de la población alfabetizada por encima de los 14 años.

Respecto a la frecuencia con la que se lee, el 66% de los brasileros tiene una baja frecuencia de lectura de libros, lee esporádicamente el 21% y nunca lee o lo hace rara vez el 45%.

En Chile, Uruguay y México, la frecuencia está determinada por la actividad de lectura en los últimos doce meses (población lectora) y los que nunca leen (población no lectora). En Chile, el 39,7% de la población encuestada contestó que se leyó un libro en los últimos doce meses el restante 60,3% no se leyó ningún libro en este periodo; cabe aclarar que no se incluyen textos o manuales de estudio.

En Uruguay, en el estudio se establecieron dos grupos, el de lectores, conformado por las personas que leen varios o algún libro al año, y los no lectores, que casi nunca o nunca leen un libro. En el estudio se analiza la frecuencia con la que se leen libros discriminando por la pertenencia de la gente a la capital o al interior del país. Los resultados obtenidos son que en la capital el 57% hace parte de la población lectora y el 43% de la no lectora. En el interior esta relación se invierte y el 63% es no lectora y el 39% sí lo es.

En Colombia, la muestra se toma de las personas mayores de 12 años (población en edad de trabajar PET) y preferiblemente de las zonas urbanas, población que está conformada por 13.023.964 de personas de las que el 45% lee libros.

## Tipología de lectores

Al analizar el tipo de población que lee libros por país, se encuentran resultados similares en las características socioeconómicas, educativas, de género y de edad, que determinan mayores frecuencias por la lectura de libros. El cuadro 7-5 compara las características poblacionales que se destacaron por presentar mayores frecuencias respecto a otras características.

En el cuadro 7-5 se señalan con una X las características de la población lectora que presenta una mayor frecuencia por país. En los países que no tienen X en alguna categoría, es porque en el estudio no fueron incluidas dichas variables (o no existe una diferencia significativa por variable).

Para la mayoría de los países es más frecuente que la población lectora tenga una mayor participación de mujeres que de hombres. Sin embargo para algunos países, si bien esta diferencia existe, no es significativa.

Respecto a la edad, se puede observar que las personas que están en el rango de edad de los 14 a los 25 años tienen una mayor participación en la población lectora de su país –jóvenes–. Este fenómeno se puede

<sup>4</sup>La encuesta de Brasil sobre el Comportamiento Lector indaga por los últimos tres meses.

CUADRO 7-5  
TIPOLOGÍA DEL LECTOR DE LIBROS

Variable	Portugal	España	Chile	Argentina	Uruguay	Perú	Brasil	Colombia
<b>Sexo</b>								
Hombre								
Mujer	x	x		x	x	x		x
<b>Nivel Educativo</b>								
Bajo								
Medio		x		x		x		
Alto	x	x	x	x	x		x	x
<b>Edad</b>								
Joven		x	x	x	x		x	x
Adulto	x					x		
Mayor	x			x			x	
<b>Actividad</b>								
Estudiante		x					x	x
Ama de Casa								
Desempleado								
Ocupado			x					
Empleador							x	
Jubilado								
<b>Población</b>								
Grande - Urbana	x	x		x	x	x	x	x
Pequeña - Rural								

Nota: En Perú la tipología del lector está determinada por las personas que se leyeron un libro en los últimos tres meses (35.3%).

explicar por el contacto cercano que tiene este rango de edad con los libros por el deber escolar o universitario.

En términos generales se encuentra que a medida que aumenta el rango de edad la

participación en la población lectora va disminuyendo. Sin embargo se encuentra que en la población mayor de 65 años, que dispone de mayor tiempo para lectura, la población lectora vuelve a aumentar. En el

caso de Argentina y Perú la participación de la población mayor de 64 años es relevante.

El nivel educativo de la población es un determinante básico en la población lectora. La población que tiene los niveles más altos de escolaridad tiene una mayor participación dentro de dicha población. La correlación entre educación y frecuencia de lectura es directa: a mayor nivel educativo, mayor frecuencia de lectura.

El nivel socioeconómico es otra variable determinante porque al igual que el nivel educativo tiene una correlación directa con la frecuencia de la población lectora: a mayor nivel socioeconómico, mayor frecuencia y participación en la población lectora. Para todos los países las frecuencias de participación más altas son las del nivel socioeconómico alto.

En cuanto a la actividad a la que se dedique la población lectora, no hay una única categoría que se pueda generalizar para todos los países. Sin embargo, el ser estudiante constituye uno de los indicativos para contar con una mayor participación en la población lectora. Esto se puede explicar porque la población en el rango de edad de 14 a 25 años, generalmente, está estudiando.

Finalmente, respecto al tamaño poblacional en el lugar que habitan los encuestados que se declaran lectores, las ciudades capitales, urbanas y de más de 10.000 habitantes, tienen una mayor participación de población lectora que ciudades de baja densidad poblacional y rural.

En cuanto a la tipología del lector por el nivel de ingresos socioeconómicos encontramos que la población que pertenece

CUADRO 7-6  
TIPOLOGÍA DEL LECTOR POR NIVEL SOCIOECONÓMICO (PORCENTAJE)

	a. Portugal	b. España	c. Argentina	d. Uruguay	e. Perú	f. Brasil
Nivel Socioeconómico						
Bajo	17,7	23,0	18,0	53,3	48,0	
Medio	51,0	41,1	38,0	38,0		37,0
Alto	80,0	67,4	50,0	55,0	63,6	60,0

a. Portugal: datos sobre la población lectora

b. En España, datos sobre la población frecuente

c. En Argentina se pregunta por el interés en la lectura de libros

d. En Uruguay, datos sobre la población que se leyó varios libros al año

e. En Perú, datos sobre la población lectora

f. En Brasil, datos sobre la población lectora

al nivel socioeconómico alto presenta mayores porcentajes de población lectora. Sin embargo, si bien la participación de lectores en nivel socioeconómico medio y bajo es menor, el volumen de población es mucho mayor que en la población que está en el nivel socioeconómico alto. Por ejemplo, el 60% de la población que pertenece al nivel socioeconómico alto en Brasil, es lectora. Dicha población está compuesta por 3,6 millones de habitantes, mientras que el 48% de la población que pertenece al nivel socioeconómico bajo y lee, representa 14,6 millones de personas.

Con el fin de entrar a precisar un poco más sobre la tipología de los lectores en cada uno de los países, a continuación se hará una breve descripción.

En Portugal, el porcentaje de lectores de libros es mayor en las localidades urbanas, en especial en Lisboa y Oporto, donde el 51% y el 50%, respectivamente de la población lee libros. El 80% de las personas que pertenecen a un nivel socioeconómico alto y el 91% que tiene educación superior lee libros. Respecto a la lectura por género, el 49% de las mujeres lee libros.

En España, la población lectora que lee frecuentemente se caracteriza principalmente por pertenecer a los grupos de jóvenes de 14 a 24 años, que tienen estudios secundarios o universitarios, estudiantes y de clase alta y media alta, del sexo femenino y que viven en ciudades que tienen más de un millón de habitantes. En el caso de la población no

lectora, la frecuencia aumenta a medida que aumenta la edad de la población: las personas que tienen más de 65 años tienen el porcentaje más alto de no lectoras (68,9%). La población de menos nivel educativo y de ingresos más bajos se encuentra, mayoritariamente, entre la población no lectora.

En Chile<sup>5</sup> la población ocupada presenta una mayor propensión a la lectura. En el caso de las mujeres ocupadas y amas de casa, no presentan comportamientos diferenciados. Según el estado civil los casados leen más. En el grupo de edad que se concentra la mayoría de los lectores es en el de jóvenes. A medida que aumenta el grado de escolaridad aumentan los lectores. Las personas que tienen estudios universitarios leen más que aquéllas que no los tienen. El factor socioeconómico influye directamente: a mayor ingreso la población lee más.

En Argentina el interés por la lectura de libros es mayor en las mujeres (40%) que en los hombres (24%). Discriminada por nivel socioeconómico el interés por la lectura aumenta a mayor nivel socioeconómico: en el nivel alto, el 50% de la población tiene mucho interés por la lectura de libros, en el nivel medio al 38% le interesa mucho y en el nivel bajo al 23%. En cuanto a la edad, para todos los rangos de edad, el interés por la lectura de libros no tiene diferencias significativas.

En Uruguay, la población lee más en la capital que en el interior. En la capital las

<sup>5</sup>Encuesta Nacional de Lectura y Consumo de Libros, Cámara Chilena del libro, Instituto Nacional de Estadística de Chile, 1999.

mujeres leen más que los hombres, 62% y 51%, respectivamente, mientras que en el interior no hay una diferencia significativa cuando se discrimina por género: 40% y 39%. Al discriminar por edades se encuentra que en la capital los que más leen son los jóvenes (61%) y los mayores de 60 años (60%). Esta relación se invierte en el interior donde los que más leen son los de edades medias (41%), mientras que los jóvenes (38%) y los mayores (38%) son los que menos leen. Existe una diferencia notoria entre los jóvenes de la capital y del interior: los jóvenes del interior –en relación con los de la capital– aparecen en el rango con 23% menos de población lectora.

En Perú la población de jóvenes (83,9%), empleadores (69,2%) y estudiantes (85,3%) presenta los niveles de frecuencia de lectura más altos de toda la población. Al discriminar por nivel socioeconómico el 63,6% de la población de nivel alto lee mientras que el 53,3% del nivel socioeconómico bajo lo hace. El 80,9% de los encuestados declaró que los libros que se había leído en los últimos tres meses eran propios, de los cuales el 66,8% dijo que eran originales (no piratas).

Los lectores de Brasil que se leyeron por lo menos un libro en los últimos cuatro meses son denominados lectores efectivos. Estos lectores son el 30% de la población alfabetizada por encima de los 14 años. Principalmente se caracterizan por no tener diferencia significativa de la población lectora

entre hombres (12,7%) y mujeres (13,3%). A medida que aumentan los rangos de edad desciende la población lectora. Esta relación se invierte cuando se discrimina por nivel educativo y de ingresos: a mayor nivel educativo y de ingresos la población lectora es mayor. El 63% de las personas que tienen educación superior son lectoras; esta participación disminuye a 38% en las personas que tienen un nivel medio de estudios. En el caso del nivel socioeconómico ocurre lo mismo: el 60% de la población que pertenece al nivel alto es lectora, mientras que en el nivel medio la población lectora es el 37%.

En Brasil la población no lectora asciende en la medida en que aumenta la edad (el 40% de las personas de más de 40 años no leen), tienen menor nivel de escolaridad (36% de la población que está entre quinto y octavo no leen) y aumenta en la medida en la que disminuye el nivel socioeconómico (el 39% de la población que tiene un nivel socioeconómico bajo no lee). No existe una diferencia significativa en la población no lectora por género (no leen el 51% de las mujeres y el 50% de los hombres).

En Colombia, del total de la población económicamente activa (PET), el 45% lee libros. De esta población el 45% son hombres y el 55% son mujeres. El rango de edad que tiene una mayor población lectora de libros es el de 12 a 17 años, 72%, mientras que en la población de más de 64 años la población lectora representa el 29,1%.

## Motivos de lectura en la población lectora

El principal motivo de lectura de la población lectora es el gusto, razón que está asociada con leer por entretenimiento. La segunda razón por la que se lee es por deber, ya sea por estudios o por trabajo.

En Portugal, el 91% de la población lectora lee por gusto, el 21% por deber escolar y el 13% por deber profesional. El 90% de la población lectora lee libros diferentes a los textos escolares y los libros técnicos.

En Argentina, del 55% que leyó por lo menos un libro al año, 30% lo hace por obligaciones de trabajo, 18% por estudio mientras que el 69% restante lo hace por placer en los momentos de tiempo libre. Las mujeres, las personas mayores de 60 años y las personas que pertenecen a un nivel socioeconómico bajo, presentan una mayor frecuencia de hábito lector por gusto, 75%, 91% y 74%, respectivamente. En las personas que leen por estudio se destacan los hombres, la población entre 18 y 25 años, y sin mayor diferencia con el resto de niveles socioeconómicos, el estrato medio. El 64% de los argentinos elige los libros por propia iniciativa, el 19% por información de otros (46% consulta a familiares o amigos y 39% a docentes).

En España, para el periodo 2003-2005, el motivo de lectura mayoritariamente es el entretenimiento (el promedio para los tres

años es de 90,7%), seguido por el estudio (6,3%). Si se observa el motivo de lectura por edad, el 73,6% de la población que está entre los 14 y 24 años lee mayoritariamente por entretenimiento, seguido por estudio con el 26,4%. La participación de motivación de lectura por entretenimiento frente a por estudio, asciende directamente con el aumento de edad de un año a otro.

En México los principales motivos para leer un libro son porque le atrae leer el tema (68,8%), por recomendación de un amigo (27,3%), por entretenimiento (27,2%), le atrae el título (26,6%) o por deber escolar (22,1%).

Respecto a los principales motivos para no leer los más recurrentes son: no tener dinero para comprar libros y la falta de hábitos de lectura.

La falta de tiempo es la principal razón por la que los españoles, argentinos, y brasileros no leen: 61,7%, 25% y 39%, respectivamente. En Colombia la principal razón para no leer es la falta de hábitos de lectura (40,1%), seguido por la falta de tiempo (22,6%).

No tener dinero para comprar libros es un obstáculo para leer en el 16,7% de los colombianos, en el 15% de los argentinos y en el 11% de los brasileros.

El principal motivo por el que los brasileros no leen es por la falta de tiempo (39%). Otras razones son: la falta de interés (18%), la falta de paciencia (17%), la preferencia por otro tipo de entretenimientos (17%). El 11% dice no tener dinero para comprar libros, el



CUADRO 7-7  
PRINCIPALES OBSTÁCULOS PARA LA LECTURA DE LIBROS (PORCENTAJES)

	Colombia	Brasil	España	Argentina
	¿Cuál cree usted que es el motivo por el cual la gente no lee libros?	¿Cuáles son principales razones por las cuales no lee (libros)?	¿A qué se debe que no lea (libros) con mayor frecuencia?	Razones de No lectura de libros
Falta de tiempo	22,6	39	61,7	25
Falta de hábitos de lectura o de interés/ No le gusta leer *	40,1	23	12,6*	9
Falta de dinero para comprar libros	16,7	11	n.p	15
Tiene otras preferencias	5,1	17	26,7	n.p
Preferencia por las revistas, los periódicos e Internet	7,5			n.p
Dificultad para entender palabras o frases/ lee con dificultad, caso no sabe leer*	n.p	10	n.p	n.p
Falta de bibliotecas cercanas	1,7	n.p	n.p	n.p
Falta de ejemplo/ falta de costumbre*/ No le interesa	6,3	5*	n.p	34
Motivos de vista, salud, etc.	n.p	n.p	n.p	9
Pereza, falta de paciencia/ Falta de concentración	n.p	17	n.p	5
Prefiere otros métodos para obtener conocimiento	n.p	8	n.p	n.p
Otros	n.p	8	11,2	3

Nota: no preguntan (n.p.)

10% tiene dificultad para entender palabras, el 8% prefiere obtener información por otros medios y el 5% no lee por falta de costumbre. Al discriminar por el nivel de ingresos, 6,5 millones brasileños con un nivel

socioeconómico bajo declaran que no tienen dinero para adquirir un libro. En el nivel alto, la principal razón para no leer es porque prefiere otro medio de entretenimiento (30%), seguido por la falta de tiempo (29%).

De modo congruente con la razón de no leer por falta de tiempo, el principal facilitador para leer sería tener más tiempo (24%), seguido por el lanzamiento de títulos de mayor interés (15%) o si los libros fueran más baratos (12%). Al discriminar por nivel de ingresos, el valor de los libros facilitaría la lectura en mayor proporción en la población de nivel bajo (14% y 11% en nivel alto), el tener una biblioteca cerca también facilitaría la lectura de libros en el nivel bajo (5%), mientras que en el nivel alto no tiene mayor importancia (1%).

Los lectores españoles, sin importar el sexo y la edad, no leen con mayor frecuencia principalmente por falta de tiempo (61,7%). Otras razones son por emplear su tiempo en otros entretenimientos (26,7%), porque no les gusta leer (12,6%) y por otros motivos (11,2%). Al discriminar la pregunta por sexo, la principal razón, para las mujeres es la falta de tiempo (67,6%), mientras que para los hombres, además de esta razón, tiene una participación importante el preferir emplear su tiempo en otras actividades de entretenimiento (33,5%).

## Hábitos de lectura

Los hábitos de lectura reflejan el comportamiento del lector en cuanto a número de libros leídos, materias que prefiere leer, idioma en el que normalmente lee y motivos por los cuales lee.

## Intensidad lectora: número de libros leídos y tiempo dedicado a la lectura

Dos de los indicadores para conocer la intensidad lectora son el número de libros leídos y el tiempo dedicado a la lectura de libros. La mayoría de los países preguntan por los libros leídos en el año. Sin embargo Brasil y Perú preguntan por los libros leídos en el último trimestre.

Entre los países que están en el cuadro 7-8, los portugueses tienen el mayor número de libros leídos en el año. Los portugueses se leen 8,5 libros al año, seguidos por los españoles que se leen 7,7, los argentinos 3,2 y los mexicanos 2,5. En Brasil y Perú –preguntados por el número de libros leídos en el último trimestre– el número de libros leídos en promedio en Brasil es mayor que el de Perú: 3,3 y 2,2, respectivamente.

A medida que aumenta el rango de número de libros leídos, el porcentaje de participación de la población de Portugal y España aumenta respecto a la participación de Argentina y México, quienes tienen mayor presencia en el rango de uno a cinco libros.

En el rango de cinco a diez libros, la participación de Portugal aumenta (12%), mientras que disminuye la de México (8,1%). Argentina en el rango de cinco a diez, participa con el 12%, mientras España en el rango de cinco a ocho participa con 15%.

En el rango de más de diez libros leídos, la participación de Portugal (8%) es menor. España (16%) tiene la mayor participación en el rango de más de 9 libros. En México y Argentina, la población que lee más de diez libros es menos de la mitad de la población que lee más de 10 libros en los países europeos.

Al analizar detalladamente la intensidad lectora, dentro de cada uno de los países, existen diferencias significativas determinadas por variables como el sexo, el nivel de estudio, el nivel socioeconómico, en el número de libros leídos y en la cantidad de tiempo dedicada a la lectura.

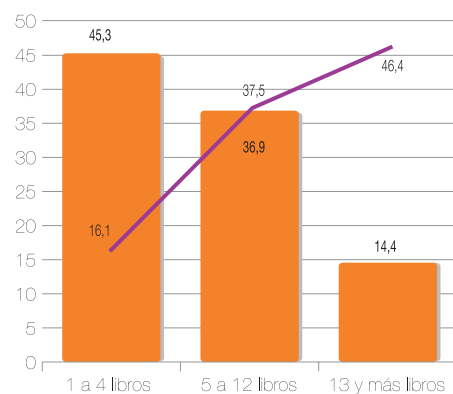
En Portugal el promedio de la población que se declara lectora lee 8,5 libros por año. En promedio, los portugueses dedican 4 horas a la semana a la lectura de libros. El 62% de la población lectora dedica al menos 3 horas a la semana a leer un libro, y se caracteriza por ser lectores de menos de 30 años de clase alta y con educación superior.

En España la media de libros leídos al año es de 7,7 (esta media cambia a 13 libros en la población que declara leer todos o casi todos los días). En promedio las horas dedicadas a la semana son 5,4. El número de horas aumenta con el nivel de educación de los lectores. La población que tiene hasta primaria lee en promedio 4,7 horas semanales, mientras que los que realizaron estudios universitarios leen 6,5 horas semanales.

Un análisis interesante realizado en el estudio español *Hábitos de lectura y compra de*

*libros 2005* fue la distribución de los lectores según la intensidad lectora. Los resultados obtenidos fueron que el 46,4% del total de libros leídos en el último año son leídos por el 14,4% de los lectores, que leen más de 13 libros al año, mientras que el 16,1% del total de libros leídos (en el año) los lee el 45,3% de los que se declaran lectores, que leen de 1 a 4 libros. Esto implica que existe una amplia población lectora (45,3%) que lee pocos libros al año frente a una pequeña población (14,4%), que lee muchos libros al año.

GRÁFICA 7-1  
DISTRIBUCIÓN DE LECTORES POR EL  
NÚMERO DE LIBROS LEÍDOS EN EL AÑO



Fuente: Hábitos de Lectura y compra de Libros 2005. Informe Metodológico y de Resultados. Precisa Reserch, Federación de Gremios de Editores de España. Con el patrocinio del Ministerio de Cultura: Dirección General de Libros, Archivos y bibliotecas

En Argentina, del total de entrevistados, el 8% leyó más de 10 libros el último año, entre

CUADRO 7-8  
NÚMERO DE LIBROS LEÍDOS (PORCENTAJE)

	En el último año			En el último trimestre		
	Portugal Número de libros leídos por año	España Número de libros enteros leídos en un año (a)	Argentina Cantidad de libros leídos en el último año	México ¿Cuántos libros ha leído este año?	Perú ¿Cuántos libros se leyó aproximada/ en los últimos tres meses?	Brasil Número de libros leídos en el último trimestre (b)
Ninguno	56	38,10	45	39,90	24,40	n.d
Uno	6,16	6	35	13,60	35,30	30
Dos		22		13,70	19,80	24
Tres	12			18,10	9,40	18
Cuatro		15	12		4,40	9
Cinco					6,70	7
Seis	12			8,10		8
Siete						
Ocho						
Nueve		7				
Diez						
Once	6		8	6,60		
Doce						

5 y 10 el 12%, y entre 1 y 4 el 35%. Cerca de la mitad de la población (45%) argentina no lee ningún libro.

Al discriminar por nivel socioeconómico, el nivel alto presenta el mayor porcentaje de número de libros leídos en el año (más de 10 y entre 5 y 10), que coincide con su mayor

interés por la lectura de libros (32%). Los resultados del nivel bajo también son consistentes con su interés: el 49% no se leyó ningún libro y el 40% entre 1 y 4. En términos generales, la media porcentual tiende a que sin importar el género, la edad, y el nivel socioeconómico, en Argentina se

	En el último año				En el último trimestre	
	Portugal Número de libros leídos por año	España Número de libros enteros leídos en un año (a)	Argentina Cantidad de libros leídos en el último año	México ¿Cuántos libros ha leído este año?	Perú ¿Cuántos libros se leyó aproximada/ en los últimos tres meses?	Brasil Número de libros leídos en el último trimestre (b)
Trece	6	3	8	6,60	6,70	8
Catorce						
Quince						
Dieciséis		3				
Diecisiete						
Dieciocho						
Diecinueve						
Veinte						
Más de veinte	2	2				
De treinta a 100		1				
Promedio de libros leídos	8,5	7,7	3,2	2,5	2,2	3,3
Índice de Educación	0,97	0,97	0,96	0,85	0,88	0,89
Ingresos per capita	18.126	22.931	12.106	9.168	5.260	7.790

Nota: Los valores de la media de libros leídos para Argentina, México y Perú son cálculos del CERLALCO<sup>6</sup>. a. Libros completos. b. Libros completos e incompletos.

lee entre 1 y 4 libros al año. Esta población corresponde al 41%.

En México se encontró que el 39,9% no se leyó ningún libro ese año, el 27% se leyó de 1 a 2 libros, el 18,1% de tres a cinco, el 8,1% de seis a diez y el 6,6% se leyó más de 11 libros en el año. No existe una diferencia

significativa entre el número de libros leídos por género. Para ambos sexos el 40% no leyó ningún libro. La diferencia está en que las mujeres leen más de dos a cinco libros, mientras que los hombres leen más de 10 libros. La edad es inversamente proporcional al número de libros leídos: el 63,9% de las

<sup>6</sup>Argentina, México y Perú, no hacen este cálculo. Por esta razón se realizó un promedio ponderado del promedio del rango de número leídos por la participación poblacional para cada rango de número de libros leídos, y así obtener la media de los libros y compararla con el resto de países.

personas de más de 55 años no se ha leído ningún libro, mientras que la mayor concentración de tres a cinco libros se encuentra en el rango de edad de 15 a 17 años (52,1%).

El porcentaje de población que lee más de 10 libros al año presenta una variación muy pequeña, lo que implica que los lectores asiduos son independientes de la edad.

El grado de escolaridad y el nivel de ingresos son determinantes para haber leído un libro. Aproximadamente el 85% de la población que no tiene ningún nivel de escolaridad no se leyó ningún libro, el restante 15% se leyó al menos uno. Este fenómeno disminuye considerablemente en la medida que aumenta el nivel educativo. En las personas que cuentan con un nivel educativo medio y alto el porcentaje que leyó al menos un libro aumenta considerablemente a 78,3% y 87,2% respectivamente. El porcentaje más alto de personas que leyeron más de 6 libros se halla en la población que cuenta con nivel universitario o superior, aproximadamente el 25%.

En cuanto al nivel de ingresos, aproximadamente el 75% de los mexicanos que pertenecen a un nivel socioeconómico bajo (perciben menos de un salario mínimo) no lee ningún libro, mientras que de las personas que pertenecen a un nivel socioeconómico medio (reciben de 3 a 5 salarios) no leen un libro el 30%. El 10% de los que pertenecen a un nivel socioeconómico alto (reciben más de 10 salarios) no leen. Las personas de nivel alto

son los que mayor porcentaje de lectores tienen del rango de seis a diez libros leídos en el año.

En cuanto a la ocupación de los encuestados, los estudiantes son los que más leen (sólo aproximadamente el 8% no lee ningún libro), mientras que este porcentaje en los trabajadores aumenta al 42%. De los no trabajadores, el 45%, y más de la mitad de las amas de casa, no se leyó ningún libro el año pasado. No hay diferencia significativa por ocupaciones en la gente que lee más de 10 libros: para trabajadores y no trabajadores es de 7,3%, para estudiantes de 7,2% y para amas de casa de 4,5%.

En Brasil, los lectores que dijeron haber leído un libro en el último trimestre, en promedio leen un libro al mes y 3,33 en el trimestre. El 30% de los encuestados se leyó un libro en el último trimestre, el 24% se leyó dos, el 18% tres, el 9% cuatro y más de 5 libros el 19%. A la pregunta de si actualmente —el día de la entrevista— estaba leyendo un libro, el 53% contestó que no. El 75% actualmente estaba leyendo un libro, el 15% dos, el 6% lee tres libros y el 2% más de cinco. Este 2% es mayoritariamente población que tiene un nivel educativo alto.

## Materias leídas

La literatura o alguno de sus géneros literarios (novela, cuento, poesía, teatro, ensayo) son los temas preferidos y con mayor frecuencia leídos. De los géneros

literarios el de mayor frecuencia de lectura es la novela y el cuento.

Aparentemente la preferencia por géneros literarios, como la poesía en Uruguay, es mucho mayor que en España. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el diseño de la pregunta en Uruguay, Argentina, Portugal,

México y Brasil posibilita las respuestas múltiples, es decir que no suma el 100%. Pese a que no es posible hacer la comparación entre países, es factible gracias al porcentaje –que indica la frecuencia– saber la preferencia de cada país por un tema o por otro. Cada país preguntó por temas diferentes. En el

CUADRO 7-9  
CONTENIDO TEMÁTICO DE LOS LIBROS LEÍDOS

	Portugal <sup>a</sup>	Uruguay	México	Brasil	Argentina	Chile <sup>b</sup>	España
	Preferencias por las categorías temáticas de los libros	¿Qué tipo de libros lee más?	¿Me podría decir de qué tipo eran los libros que se leyó?	Principales categorías de los libros leídos en los últimos 30 días	¿Qué tipo de género lee más?	Lectura de libros	¿De qué materia es el último libro leído?
Literatura	51%			29%		56,3%	80,1%
Novelas y Cuentos	36%	59%	53%		73%	52%	72,4%
Ensayo	3%	34%			22%		4,8%
Poesía	12%	15%	12%		54%	4%	1,8%
Teatro					7%		1%
Religión	13%	7%	13%	38%	42%		
Ciencias Sociales	5%	21%	53%	36%	58%	12%	10,8%
Ciencias Puras*	16%		23%	14%	49%	8%	
Infantil y Juvenil				4%	38%		3,4%
Artes	5%	4%		1%	26%		
Generalidades	44%	18%	41%	35%	65%	9%	3,7%
Otros	19%	6%				15%	1,1%
<b>Total</b>						<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nota: Para todos los países con excepción de Chile y España, la opción de respuesta era múltiple. Por este motivo no suma el 100%.

\*Incluyen libros de ciencias Aplicadas. a. Portugal: Hábitos de Leitura, um Inquérito à População Portuguesa. 1995. b. Encuesta Nacional de Lectura y Consumo de Libros, Cámara Chilena del libro, Instituto Nacional de Estadística de Chile, 1999.

cuadro 7-9 se establece una estandarización temática y su respectiva agrupación.

Las ciencias sociales, puras y aplicadas, para la mayoría de países tienen mayor relevancia, principalmente por la lectura relacionada con el colegio y la universidad. Dentro de las generalidades, los libros de autoayuda son los más leídos, especialmente por mujeres y personas de nivel socioeconómico medio y alto.

Los libros religiosos son frecuentemente leídos en los países latinoamericanos, especialmente en Brasil, donde el 38% de la población que se declara lectora de libros, lee sobre temas religiosos. El 19% de esta población lee la Biblia.

Los chilenos leen principalmente novelas (46,6%) o libros de autoayuda (8,6%). Los libros de historia, biografías y cuentos tienen una participación entre el 6,5% y el 5,6%. Los libros de ciencia, poesía y tecnología entre 4,2% y 3,4%. Al discriminar las preferencias por género, tanto hombres como mujeres leen novelas. Sin embargo, las mujeres leen con mayor frecuencia este género literario, 54,5% y 38,5%, respectivamente. Las mujeres leen más libros de autoayuda (11,8%) y los hombres historia (9,6%). En el resto de materias los hombres leen más que las mujeres, a excepción de poesía (el 5,2% de las mujeres lee poesía frente al 2,4% de los hombres).

Los lectores españoles leen mayoritariamente literatura. 8 de cada 10 libros leídos en el último año, son de este género. De los

géneros literarios, la novela y el cuento obtienen la mayor frecuencia en el rango de último libro leído: 72,4%. Los géneros novelísticos preferidos por los lectores son la intriga (43,7%) y la historia (42,1%) y los menos preferidos son las novelas románticas (34,3%) y de terror (25,9%).

En cuanto al idioma de lectura habitual de los españoles, el 94,9% de los lectores lee en español y el restante 5,1% lee en otros idiomas, de los cuales el 4,5% lee en idiomas autonómicos: catalán (3,9%), euskera (0,2%), valenciano (0,2%), gallego (0,2%) y el restante 0,6% en otros idiomas: inglés (0,3%), francés (0,1%), otros (0,2%). Estos resultados son congruentes con los resultados obtenidos en la pregunta: “¿En qué lengua está escrito el último libro leído?”, a la que el 94,3% de los lectores contesta que fue en castellano, seguido por catalán e inglés, 2,9% y 1,1%, respectivamente.

El género literario más leído por los argentinos es la novela y el cuento (66%). El tema preferido de lectura es la historia (73%), seguido por Humanidades y ciencias sociales (58%) y literatura-ficción (50%).

En México, la novela y la historia son los temas preferidos por los lectores de ese país. El 36,2% y 33,6%, respectivamente, de los lectores declaró preferir ese tema. El 23% de los lectores prefiere leer libros científicos o técnicos, el 19,5% libros de superación personal, el 16,3% cuentos. Entre 13% y 11% prefiere leer libros de religión, poesía y biografías.



El 59% de la población lectora en Uruguay lo que más lee son novelas y cuentos. La preferencia por este tipo de lectura es independiente del sexo, la edad, el nivel de estudios y el nivel de ingresos. El 34% de los lectores prefiriere leer ensayos–estudios. Este tipo de libros tiene mayor frecuencia en los hombres (45%), en las personas que tienen un nivel de educación superior, y un nivel de ingresos alto. El 21% lee biografías, memorias o testimonio. La tipología del lector de estos temas es igual al anterior, con la diferencia de que la frecuencia de personas de secundaria aumenta (22%). El ítem siguiente con mayor frecuencia de lectura es la poesía–teatro: 15%; las mujeres leen más este género literario que los hombres: 19% y 11% respectivamente. El resto de tipo de lectura como la jardinería, cocina, manualidades, salud, autoayuda, humor, religión, arte, cine, fotografía, por la especificidad de sus temas tienen una frecuencia entre 9% y 4%.

En Brasil la encuesta indagó sobre lo leído en los últimos treinta días. El 38% contestó que lee sobre temas religiosos y que el 18% lee sólo la Biblia. El segundo tema más leído en ese período es la literatura (29%). La religión y la literatura adulta son los temas preferidos por los brasileros sin importar el género, el nivel educativo o el nivel socioeconómico. Sin embargo, según estas variables hay temas más preferidos que otros. Al discriminar por géneros las mujeres tienen mayor frecuencia en la lectura de la Biblia (45% mujeres, 31% hombres). Los libros de terror, aventura y literatura son más leídos por los hombres.

Al discriminar por edad y por nivel socioeconómico, la preferencia por temas religiosos aumenta con la edad y a medida que el nivel socioeconómico disminuye. El 54% de las personas de más de 40 años y de nivel socioeconómico bajo prefieren este tema. La literatura adulta es preferida por personas que están en los menores rangos de edad (de 14 a 19, 43%, y de 20 a 29, 31%) y pertenecen al nivel socioeconómico alto (40%).

## Acceso al libro

Con el fin de aumentar las referencias comparativas de América Latina y los países europeos respecto al acceso del libro, en el presente análisis se incluye a Inglaterra<sup>7</sup>.

Las personas acceden a los libros de diferentes formas. Generalmente se da por compra (escogencia directa) o por un tercero que compra el libro para regalarlo. El acceder a libros no sólo está determinado por los ingresos. El interés por la lectura incentiva a los lectores a establecer mecanismos de acceso al libro al margen de su poder adquisitivo. El préstamo de libros es una de las principales fuentes de acceso, bien sea porque es facilitador para quienes no tienen el dinero para acceder al libro comprándolo o porque es una práctica de uso social entre miembros de la familia, la pareja o los amigos.

El acceso a libros por fotocopias es menos usual. Inclusive en países como Inglaterra,

<sup>7</sup>Reading habits of individuals and Couples, vol 1. Book Marketing Limited 2002.

Argentina y España no lo contemplan como una forma de acceso. Es posible que esto suceda por las fuertes sanciones a quienes reproduzcan de manera ilegal y atenten contra los derechos de autor.

En términos generales, la principal fuente de acceso en todos los países es por compra, porque son libros propios o porque son un regalo. Si bien hay países que diferencian estas tres modalidades de acceso al libros, hay quienes unifican dichas modalidades en si son libros propios (Colombia, Inglaterra, Chile). En países como España, Argentina, México y Brasil, que coinciden en tener los ingresos per cápita más elevados, respecto a los países del cuadro 7-9 la compra es la principal fuente de acceso al libro.

El préstamo de libros entre las parejas, particulares, amigos o parientes es la segunda forma más frecuente de acceso al libro, especialmente en España (22%), Argentina (33%) e Inglaterra (29%). En el caso de Uruguay es la principal fuente de acceso (47%).

El acceso al libro por préstamo en biblioteca o sala de lectura no es frecuente si se compara con las otras formas de acceso. Inglaterra (11,3%), Brasil (8,0%), Argentina (7,0%) y Colombia (6,9%) tienen las participaciones más altas. En México (5,5%), Chile (2,5%) y España (3,5%) el uso de las bibliotecas para acceder al libro es menor.

De los países que preguntan por la fotocopia como fuente de acceso, el 3,0% de la población en Uruguay accede por este

medio a los libros, en Colombia el 2,6%, en Brasil el 1% y en México el 0,4%. Se conoce por diversos estudios que el acceso al libro por medio de fotocopias se da principalmente en los universitarios, quienes sacan fotocopia de textos de estudio.

Los lectores españoles, en 2005, accedían a los libros principalmente a través de la compra (47,3%), que se da principalmente por encima de la media, en los menores de 54 años. Seguido, el préstamo (22,1%) y el regalo (19,4%) son las fuentes de acceso al libro más frecuentes en menores de 44 años. El 3,5% que accedió al libro por préstamo bibliotecario está, principalmente, en el rango de edad de los 14 a 25 años. El 7,5% accedió porque los libros están en el hogar. En España se encontró que a mayores niveles de estudio el porcentaje de compra aumenta, mientras el de préstamo disminuye.

En Brasil las personas que compran libros (49%) se caracterizan por tener educación superior (60%) y pertenecer al nivel socioeconómico alto (64%). Las personas que accedieron al libro por medio de un regalo (19%) se encuentran entre primero y octavo nivel de estudios (54%), pertenecen al nivel socioeconómico bajo y medio (52%). El préstamo de un amigo (15%) es más frecuente en personas de estudios medios. El acceder al libro en bibliotecas (8%) es más frecuente en personas que están en el rango de educación de primero a octavo (18%) y pertenecen al nivel socioeconómico bajo (9%). Sin embargo la diferencia no es significativa con el nivel alto (6%).

CUADRO 7-10  
ACCESO AL LIBRO

País	Preguntas	a. Comprados b. Libros propios c. Regalo	Fotocopiados	Alquilado en una biblioteca/ prestado por biblioteca o sala de lectura	Préstamo de particulares/ amigos/ familiares	Otro
Colombia		71,6%	2,6%	6,9%	18,5%	n.p
Brasil	Principales formas de acceso al libro leído actualmente	a. 48% c. 19%	1%	8%	15%	5*%
Chile	Acceso a los libros	31%	n.p	2,5%	n.p	n.p
México	¿Los libros que leyó fueron en su mayor parte?	a. 72,7% b. 6,8%	0,4%	5,5%	14,5%	1%
Uruguay	¿Cómo obtuvo el último libro que usted se leyó?	a. 31% b. 16%	3%	n.p	47,0%	3%
Argentina	Vía de acceso a los libros	a. 48% c. 6%	n.p	7%	33%	6%
Perú	Los libros en su mayoría son: (originales)	a. 69,4% b. 80,9%	n.p	n.p	n.p	n.p
España	¿Cómo llegó a sus manos el último libro leído?	a. 47,3% b. 7,5%	n.p	3,5%	22,1%	7,5%
Inglaterra		55,7%	n.p	11,3%	29,3%	3,7%

Nota: \* En Brasil: libros regalados en la escuela. No pregunta (n.p)

En este país, se contempla el acceso al libro por regalo de las escuelas (4%) o de la empresa (1%). La población que accede al libro por regalo de la escuela está constituida, principalmente, por estudiantes de primero a cuarto de primaria (5%) y pertenecen a nivel socioeconómico bajo (9%). En el caso del acceso por fotocopias (1%), este fenómeno se

da principalmente en personas de educación superior (1%) y que pertenecen a los niveles socioeconómicos más altos (2%).

En Argentina, el 48% compran los libros, al 24% se los prestan familiares, amigos o compañeros de estudio, el 9% accede al libro porque lo compró algún miembro de la familia, el 7% los piden prestados a una

biblioteca, al 6% se los regalan y el restante 6% tenía los libros en la casa hacía tiempo.

El acceso al libro por compra tiene una mayor frecuencia en los niveles socioeconómicos alto y medio. En el nivel bajo es más frecuente pedir prestados los libros (35%) y después comprarlos (32%). El acceso al libro por biblioteca, no tiene una diferenciación significativa por nivel socioeconómico.

En México, sin importar la edad, sexo, nivel de educación, de ingresos o de ocupación, la población mexicana compra libros (72,7%). Las personas que acceden a los libros por medio de bibliotecas o salas de lectura son con mayor frecuencia los jóvenes de 15 a 17 años (10%), estudiantes (12,2%) y de nivel socioeconómico bajo (8,8%). Después de la compra, el préstamo es la forma de acceso más frecuente en la población que pertenece al nivel socioeconómico bajo (20%). Los regalos son más frecuentes en los mayores de 55 años (8,3%) y en los jubilados (12,2%). Fotocopiar los libros es más frecuente en la población de 23 y 30 años, estudiantes (0,5%) y de nivel socioeconómico alto y medio (0,9%).

En Uruguay, la compra de libros es más frecuente en hombres (37%), en personas mayores de 59 años (35%), con un nivel de estudio superior (37%) y nivel de ingresos altos (48%). El préstamo es la manera más frecuente de acceder a un libro, sin importar el sexo, la edad, el nivel de estudios o de ingresos. Sin embargo es más frecuente que

se dé en los jóvenes de 16 a 29 años (52%) y en la población que tiene nivel de ingresos bajo (55%). El acceso por regalo es frecuente en las mujeres (17%), en personas mayores de 59 años (24%) y en personas que tienen un nivel de ingresos alto (23%).

En particular, en Perú el 69,4% declaró que compra libros nuevos y originales. Y el 80,9% que los libros que leyó son principalmente propios, de los cuales el 66,8% son originales. Esto implica que existe un 19% que obtuvo el libro en una reproducción ilegal, fotocopiado o a través de reprografía.

En Chile<sup>8</sup>, el 31% accede al libro por medio de la compra, el 2,5% recurre a las bibliotecas y los lectores de los 15 a los 17 años acceden frecuentemente al libro por fotocopias.

En Colombia, la rotación de préstamo entre particulares aumenta en la medida en la que disminuye el nivel socioeconómico. El 22% del nivel bajo se presta los libros, el 19% del nivel medio y el 8% del nivel alto. En cuanto al acceso al libro por medio de fotocopias, 152.372 colombianos leen sólo libros en fotocopias. De esta población, el 32% no estudia y el 68% son estudiantes.

## Compra de libros

Si bien la compra es la principal fuente de acceso al libro, la población que compra libros tiene una participación menor respecto al total de la población lectora, para los países latinoamericanos. En el caso de España y

<sup>8</sup>Encuesta Nacional de Lectura y Consumo de Libros, Cámara Chilena del libro, Instituto Nacional de Estadística de Chile, 1999.

Portugal la población que compra es mayor que la población lectora (ver cuadro 7-11). Esto se puede explicar porque hay personas que compran no siendo lectores, es decir, se compra libros para los hijos o para terceros.

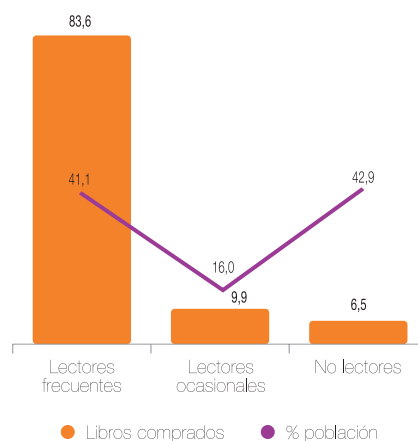
En países como Argentina, Perú y Brasil entre el 32% y 35% de la población lectora no compra libros. La no compra de libros está determinada por el nivel de ingresos de las personas, antes que por niveles de educación. El índice de educación, calculado por Naciones Unidas<sup>9</sup>, no es significativamente distinto entre países europeos como España (0,97), Portugal (0,97) y Alemania (0,96) y Argentina (0,96). Sin embargo, el PIB per cápita de los países europeos, en promedio de 22.758 dólares, dobla el de Argentina, 12.106 dólares, lo que explica que la población compradora de Argentina sea menor a la de los países europeos teniendo una población lectora mayor. Sumado a los menores ingresos que percibe la población, el 54% de los argentinos dice que los libros están caros<sup>10</sup>.

De los países latinoamericanos que aparecen en el cuadro, México tiene el porcentaje de población compradora de libros más grande (43,2%). Colombia, Perú y Brasil, tienen una población compradora de libros aproximadamente del 20%. A pesar de que para los tres países el porcentaje de la población compradora es similar, la media en la compra de libros en Brasil (5,6) es más alta que en Perú (3) y Colombia (2,2). Esto implica que los compradores de Brasil compran más. Este fenómeno se presenta

también entre España y Alemania, quienes tienen una población compradora similar (56%), pero la media de libros comprados es mayor en España (12) que en Alemania (7,5).

A continuación se presenta un resumen sobre el comportamiento de los compradores por país, de la frecuencia con la que compran, los temas y su motivo de compra.

GRÁFICO 7-2  
LIBROS COMPRADOS EN EL AÑO, SEGÚN FRECUENCIA DE LECTURA (NO DE TEXTO)



Fuente: Hábitos de Lectura y compra de Libros 2005. Informe Metodológico y de Resultados. Precisa Reserch, Federación de Gremios de Editores de España. Con el patrocinio del Ministerio de Cultura: Dirección General de Libros, Archivos y bibliotecas Base: total entrevistas población.

En Portugal, el 67% de la población compradora de libros adquirió su último libro hace menos de un año, el 25% hace

<sup>9</sup> Ver nota al pie No 4.

<sup>10</sup> Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro. Catterberg y Asociados. Ministerio de la Educación de la Nación, agosto de 2001.

menos de un mes y el 7% hace más de un año. En promedio compran 8 libros por año. En España, la media de libros comprados en 2005 es de 12 libros. El 56,4% de los entrevistados ha comprado al menos un libro en el año. De estos el 29,8% compró libros diferentes al texto escolar, el 10,9% compró libros de texto y el 15,6% de ambos.

El gráfico 7-2 muestra la distribución de compra de libros en la población lectora y la no lectora. El 41,1% de la población que lee frecuentemente adquiere el 83,6% de los libros; la población no lectora (42,9%) compra el 6,5% de los libros, posiblemente para hijos o terceros.

Las fuentes de referencia más consultadas por los españoles, a la hora de comprar un libro, fueron los amigos, conocido o familiar (58,5%), seguido por lo que pueden ver o preguntar en las librerías o quioscos (33,6%), la compra por impulso (23,5%) y las reseñas que se encuentran en periódicos y revistas (20,3%). Las fuentes menos consultadas son Internet (4,3%) –aunque presentó un crecimiento de 78,3% respecto al año anterior– y las bibliotecas (1,1%).

El 31% de los chilenos compra libros. De esta población de compradores el 12,1% compra libros nuevos y el 7,8% los compra usados. Las principales razones de compra para los chilenos son la relevancia del tema (32,79%) y las obligaciones escolares (28,39%).

En Brasil, en promedio en el último año, los compradores de libros adquirieron 5,6 libros.

La mayor parte de los libros comprados son no-didácticos. En promedio se compran 5,9 libros por año. En el caso de los didácticos en promedio se compran 5,32 libros por año.

## Número de libros comprados

Al comparar la media de libros comprados con la media de libros leídos, en España, México, Perú y Brasil se compran más libros de los que se leen. La diferencia es notoria en España donde, en promedio, se leen 7,7 y se compran 12 libros al año. En países como Portugal y Argentina, la media de libros leídos es mayor a la media de libros comprados. Sin embargo esta diferencia no es significativa.

La población compradora de libros se concentra, principalmente, en la compra de uno a cinco libros para todos los países. Al igual que como sucede con el número de libros leídos, a medida que aumenta el rango de número de libros comprados, el porcentaje de participación de la población de Portugal y España aumenta respecto de la participación de los países latinoamericanos. Este fenómeno, evidente en el promedio de libros comprados al año, implica que los compradores de los países europeos compran el doble que los compradores latinoamericanos, teniendo en cuenta que el porcentaje de población compradora no es el doble. Esto se explica principalmente por la brecha existente en los ingresos.

En Perú, de la población que compró libros en el último trimestre, el 87,40% adquirió menos de 5 libros, el 8,2% entre 5 y 9, y el 4,4% 10 ó más libros.

En México, el 54,4% de los encuestados no compró ningún libro en el año, el 13,9% compró uno o dos libros, el 10,6% de tres a cuatro, el 10,9% de cinco a ocho y el 8,1% más de ocho.

En Argentina, el 7% de los compradores es considerado como comprador intensivo de libros, es decir, que compró más de 10 libros el último año. El 10%, comprador habitual: compró entre 5 y 10 libros; el 23% compró entre 1 y 4 y el 60%, no compró ningún libro.

Al utilizar la definición de comprador intensivo, España es el país con la población más alta (22%), seguido por Portugal (12,2%), México (8,1%) y Argentina (7%).

CUADRO 7-11  
NÚMERO DE LIBROS COMPRADOS (TOTAL DE LA POBLACIÓN)

	México ¿Cuántos libros ha comprado este año?	Colombia <sup>c</sup> Libros comprados en el último año	Perú <sup>a</sup> Cantidad de libros comprados en el último trimestre	Brasil <sup>b</sup> Compra media de libros por año	Argentina Cantidad de libros comprados el último año	Alemania Libros comprados en el último año	Portugal Número de libros comprados por año	España Libros comprados en el último año
Ninguno	55,4%	79%	77%		60%		54,3%	43,7%
Uno	13,9%		20,1%				6,4%	
Dos								20,3%
Tres	10,6%				23%		8,7%	
Cuatro								
Cinco							6,4%	
Seis			1,9%					
Siete	10,9%				10%		8,7%	13,1%
Ocho								
Nueve								
Diez								
Once					7%			
Doce	8,1%		1%					
Trece								

CUADRO 7-11  
NÚMERO DE LIBROS COMPRADOS (TOTAL DE LA POBLACIÓN) (continuación)

	México ¿Cuántos libros ha comprado este año?	Colombia <sup>c</sup> Libros comprados en el último año	Perú <sup>a</sup> Cantidad de libros comprados en el último trimestre	Brasil <sup>b</sup> Compra media de libros por año	Argentina Cantidad de libros comprados el último año	Alemania Libros comprados en el último año	Portugal Número de libros comprados por año	España Libros comprados en el último año
Catorce					7%			
Quince							6,9%	15,2%
Dieciseis								
Diecisiete								
Dieciocho								
Diecinueve								
Veinte								
Más de Veinte							2,7%	7,7%
Cincuenta								
Más de cincuenta							0,5%	
Media de los libros comprados (por compradores)	6	5,2	3	5,6	5	7,4	8	12
Media de libros leídos en el año	2,5	2,2	2,2	3,3	3,2		8,5	7,7
Población que compró un libro	43,5%	21%	23%	20%	40%	56%	46%	56,3%
Población lectora	60%	48,2%	55,2%	55%	72%		44%	54%
Pob. lectora que no compra libros	-17%	-27,2%	-32%	-35%	-32%	56%	2%	2%
PIB per cápita (PPA en US\$)	9.168	6.702	5.260	7.790	12.106	27.756	18.126	22.391
Índice de educación	0,85	0,86	0,88	0,89	0,96	0,96	0,97	0,97
GINI	54,6	57,6	49,8	59,3	52,2	28,3	38,5	32,5

Nota: a. La compra de libros en el Perú es de 3 libros en el trimestre. b. En Brasil, se reporta la media de libros didácticos (5.9) y no didácticos (5.3) en el año y se calcula el promedio. c. En Colombia se realizó respecto a la población en edad de trabajar (13.623.964 para el año 2000). La variable ninguno incluye la población no lectora y la población que no compró ningún libro de los que se declaró lector.



## Tipología del comprador

La tipología del comprador es, entre países, aun más homogénea que la de los lectores de libros. El comprador de libros se caracteriza por tener un nivel de educación superior, un nivel de ingresos alto, vivir en una población urbana, al igual que el lector. La diferencia entre comprador y lector radica principalmente en el rango de edad. El lector de libros es más frecuente en el rango de los 15 a los 25 (joven), mientras que el comprador es mayor de 25 y menor de 60 (adulto). Esto se halla directamente correlacionado con el nivel de ingresos que percibe el comprador.

En Portugal los compradores que se encuentran por encima de la media nacional viven en áreas urbanas, especialmente en Lisboa (55%). Son mujeres (52%), tienen educación superior (88%) y pertenecen al nivel socioeconómico alto (81%).

En Argentina, al igual que en el resto de países, la compra está claramente correlacionada con el nivel socioeconómico. Mientras que en el nivel socioeconómico alto el 15% no compró ningún libro, en el nivel socioeconómico bajo la población de no compradores es del 70%.

La frecuencia de compra de libros está determinada por el nivel de ingresos. El 41% de la población que tiene un nivel socioeconómico alto, en promedio, compra más de 10 libros al año. Los hombres presentaron una menor frecuencia en la

compra de libros al igual que los mayores de 60 años y las personas que pertenecen a un nivel socioeconómico bajo.

En México, no existe una diferencia significativa por género. Al igual que el número de libros leídos por año, el nivel de estudio y de ingresos es determinante en la compra. A menor nivel de escolaridad es mayor el porcentaje de personas que no compraron ningún libro el último año. Este fenómeno es evidente en las personas que no tienen ningún estudio: 54,7%. En la población que tiene estudios universitarios o más, los no compradores son el 17,2%.

Las personas que están en los últimos cursos del colegio o tienen estudios técnicos, en promedio compran más frecuentemente entre 1 y 7 libros (57%). Las personas con estudios superiores compran, con mayor frecuencia, más de ocho libros en el año (28,4%).

Esta relación directa entre escolaridad y número de libros comprados el último año se repite con el nivel socioeconómico. El 42,4% de las personas de nivel socioeconómico bajo no compra ningún libro; en cambio el 36,7% del nivel alto adquirió más de ocho.

En México los jubilados (41,8%) y las amas de casa son los que menos compran libros (38,8%). Los estudiantes, en promedio, compran más de 9 libros en el año (15,5%).

En Perú, la principal razón de compra está asociada al deber escolar o universitario (48,9%). Al igual que en México, no existe

CUADRO 7-12  
TIPOLOGÍA DEL COMPRADOR DE LIBROS

Variable	Portugal	España	Chile	Argentina	Perú	Brasil	México	Colombia
<b>Sexo</b>								
Hombre								
Mujer	x			x	x		x	x
<b>Nivel Educativo</b>								
Bajo								
Medio					x			
Alto	x		x	x		x	x	
<b>Nivel Socioeconómico</b>								
Bajo								
Medio								x
Alto	x		x	x		x	x	
<b>Edad</b>								
Joven	x			x	x			
Adulto	x		x	x	x	x		x
Mayor								
<b>Actividad</b>								
Estudiante							x	
Ama de Casa								
Desempleado								
Ocupado								
Empleador								
Jubilado								
<b>Población</b>								
Grande	x		x					x
Pequeña								

una diferencia significativa en la compra entre hombres y mujeres. La población que compró libros en los últimos tres meses, son principalmente estudiantes o trabajadores (38,7%), personas que pertenecen a un nivel socioeconómico alto (38,6%) y tienen un nivel de estudios superior (48%).

En Brasil, la población compradora se caracteriza por ser, preferentemente, mayor de 40 años, hombre, con estudios superiores y pertenecer al nivel socioeconómico alto.

El perfil del comprador colombiano está estrechamente ligado al ingreso y al grado de educación del jefe del hogar. También es un determinante importante de compra de libros el número de hijos que se encuentran estudiando en el hogar: el 53,6% de los hogares colombianos tienen hijos estudiando (Encuesta continua de hogares, 2000). Es importante resaltar, que se encontró que cuando el hábito de la lectura se adquiere por iniciativa propia hay una mayor propensión al consumo, al igual que cuando se tienen mayor nivel de ingresos y hay una mayor tenencia de libros en el hogar.

## Canales de compra

La librería es el tipo de almacén minorista más frecuentado para la compra de libros. En Portugal (90%), Argentina (81%), España (74,4) y México (72,5%), más del 70% de la población de compradores va a una librería para adquirir un libro. En países como Chile (63,1%), Brasil (57%) y Perú (48,6%), aunque

en menor participación, las librerías son el principal lugar de compra.

Existe una estrecha relación entre el número de habitantes por punto de venta de librerías y el porcentaje de la población que compra en librerías. Cuanto mayor número de puntos de ventas por habitante existe en un país, el porcentaje de la población que compra en librerías es más alto. Esta relación lógica se ve claramente relacionada con las cifras. En España hay 9.814 habitantes por librería con 90% de compradores. En Brasil hay 178.726 personas por punto de venta con 57% de compradores.

La tipología del comprador de libros en librerías es coincidente con la tipología del comprador y del lector, que están principalmente determinados por el nivel de estudios y de ingresos.

Los grandes almacenes, tiendas de autoservicio (hipermercados, Carrefour, etc. o grandes superficies) tienen una significativa participación en la compra en Portugal (35%) y en España (33%). Le siguen los círculos de lectores. En los países latinoamericanos no existe un lugar de compra destacado después de las librerías, excepto para Chile donde la compra en la calle tiene una participación del 22,6%.

La feria del libro es de gran importancia como lugar de compra en Portugal: el 23% de los compradores adquiere libros en este lugar. Entre los países latinoamericanos, Argentina (6,1%) y México (7,1%), tienen la frecuencia más alta por compra en ferias del libro.

CUADRO 7-13  
LUGAR DE LAS COMPRAS DE LIBROS (SOBRE LA BASE DE LOS COMPRADORES)

	Portugal	España	Argentina	México	Perú	Brasil	Chile
		¿Cuál es su lugar habitual de compra?	Frecuencia de compra de libros según punto de venta:	¿En dónde acostumbra comprarlos?	Dónde compra sus libros	Lugar donde compró el último libro	Dónde compra los libros
Librería	90%	74,4%	81%	72,5%	48,6%	57%	63,1%
Grandes almacenes*	35%	33%	6%	4,1%	n.p	2%	n.p
Cadena de librerías	n.p	12,1%	n.p	n.p	n.p	n.p	n.p
Librería de libros de segunda	n.p	n.p	n.p	1,5%	n.p	5%	n.p
Librerías escolares/Colegio/AMPA/Centro de estudios	n.p	0,1%	n.p	3%	n.p	3%	n.p
Editorial (Puntos de venta)	n.p	1%	n.p	n.p	n.p	n.p	n.p
Puesto de revistas/quiosco	n.p	5,7%	8%	4,3%	n.p	8%	8,1%
Círculo de lectores/club del libro	9%	15,6%	2%	n.p	n.p	3%	n.p
Vendedor ambulante/buhonero/calle**	n.p	n.p	8%	6,8%	n.p	n.p	22,6%**
Vendedor puerta a puerta	3%	0,8%	n.p	n.p	n.p	7%	n.p
Feria del Libro	26%	3,7%	7%	6,1%	n.p	3%	n.p
Internet	1%	0,8%	1%	n.p	n.p	2%	n.p
Otros	4%	0,4%	7%	1,7%		3%	
Puntos de venta	n.d	4.280	800	1.450	371	1.015	250
Habitantes por punto de venta	n.d	9.814	47.506	70.546	73.212	178.726	63.804
Población que compró un libro	46%	56,3%	40%	43,5%	23%	20%	
Población lectora	44%	54%	72%	60%	55,2%	55%	40%
Participación % del consumo del 20% más rico	45,5	40,3	56,4	59,1	53,2	63,2	62,2
Participación % del consumo del 20% más pobre	5,8	7,5	3,1	3,1	2,9	2,4	3,3

Nota: \*tiendas de auto servicio, hipermercado, Carrefour, etc.

En España, como se dijo anteriormente, el lugar habitual de compra son las librerías (74,4%), seguido por hipermercados, grandes almacenes, club de libros y cadenas de librerías, que tienen una participación similar (entre 12% y 17%). Tanto los libros de texto como los de no texto son comprados en librerías: 54,3% y 71,1%, respectivamente. Los libros de no texto, además de ser comprados en librerías, son adquiridos en clubes de libro (12,3%).

En Argentina se clasifican las librerías: librerías a la calle, librerías en centros comerciales y café librerías. De estos tres tipos de librerías, las que están ubicadas en la calle son las más utilizadas por los compradores (65%), seguidas por las ubicadas en centros comerciales (10%) y el café librería (6%).

En Perú, el 48,9% de los peruanos que compran libros lo hacen en las librerías. La población que compra en librerías se caracteriza por tener un nivel de estudios alto (61,9%), un nivel socioeconómico alto (56,8%), y tener más de 59 años (56,3%).

En Brasil, la compra en puestos de periódico (8%), en iglesias (8%), mediante vendedores puerta a puerta (7%) y en sitios de libros usados (5%), tiene mucha más importancia que para el resto de países. A medida que aumenta el nivel socioeconómico aumenta la compra en librerías. El 73% de compradores que pertenecen a un nivel socioeconómico alto compra en dicho lugar, mientras el 34% del nivel bajo lo hace. La compra en Iglesias o a través de vendedores puerta a puerta, es inversamente proporcional al nivel de

ingresos: disminuye a medida que aumenta el nivel socioeconómico.

## Tenencia de libros en los hogares

El estudio comparativo de tenencia de libros, por país, es complejo dado que el nivel de desagregación es diferente en cada caso.

El número de libros en los hogares es un indicador del acervo bibliográfico disponible en bibliotecas particulares. Indica también la capacidad y motivación de invertir en libros por uno o el conjunto de miembros que conforman el hogar. En términos generales, y en los países con información disponible, se encuentra una relación entre el índice de educación, el ingreso per cápita y el ingreso de los hogares con la tenencia de libros. Una aproximación sobre el tema indicaría que a medida que aumenta el Producto Interno Bruto de un país, con una distribución equitativa del ingreso, más hogares poseen más de cien libros<sup>11</sup>.

El 53% de los hogares españoles, el 63% de los portugueses, el 68% de los argentinos, el 77% de los uruguayos, el 78% de los mexicanos, 85% de los peruanos y el 89% de los colombianos, tiene menos de 100 libros por hogar. En los países de menor inequidad del ingreso existe un número mayor de hogares que posee en sus bibliotecas más de cien libros. Por ejemplo, España tiene una desigualdad del ingreso de 32,5 y el 38,1%

<sup>11</sup>Se escogió arbitrariamente esta unidad para fines comparativos.

CUADRO 7-14  
TENENCIA DE LIBROS EN LOS HOGARES

	México	Colombia	Perú Cantidad de libros que hay en casa	Brasil Tenencia de libros	Uruguay ¿Cuántos libros tiene en su casa aproximada/?	Argentina Cantidad de libros que posee en su casa	Portugal Presencia de libros en el hogar	España ¿Cuántos libros tiene en su hogar
Ninguno	12%	8,40%	n.p	14%	n.p	n.p	18%	n.p
Cinco	11,80%	45,80%	85,90%	33%	27%	24%	21%	3,10%
Diez	15,40%							
Veinte	15,20%			20%				7,40%
Veinticinco	23,80%				33%			20,80%
Más de veinticinco		19,80%		17%		26%	22%	
Cincuenta								
Más de cincuenta	12,30%	24,10%		9%	17%	18%	20%	22,10%
Cien								
Más de cien	9,50%	1,80%	13,20%	6%	12%	12%	12%	17,60%
Ciento cincuenta								
Doscientos								
Más de doscientos						8%	4%	13,90%
Doscientos cincuenta								
Trescientos								
Más de trescientos						10%	3%	

de los hogares tiene más de 100 libros. En el otro extremo, Colombia tiene una desigualdad del ingreso de 57,6 y tan solo el 1,8% de los hogares tiene más de cien libros. El caso argentino ilustra un comportamiento lector más acentuado a pesar de la inequidad en la distribución del ingreso.

En España existe una relación directa entre la dotación de libros en el hogar y si el lector es frecuente, ocasional o no lector. Los lectores frecuentes tiene una mayor dotación de libros (36,4% tiene más de 200 libros), mientras que los lectores ocasionales tienen una baja dotación

	México	Colombia	Perú	Brasil	Uruguay	Argentina	Portugal	España
	¿Cuántos libros tiene en su casa?		Cantidad de libros que hay en casa	Tenencia de libros	¿Cuántos libros tiene en su casa aproximada/?	Cantidad de libros que posee en su casa	Presencia de libros en el hogar	¿Cuántos libros tiene en su hogar
Quinientos						10%	3%	13,90%
Más de quinientos			0,90%	1%	3%		2%	6,60%
Mil								
Más de mil							1%	
PIB per cápita (PPA en USD)	9.168	6.702	5.260	7.790	8.280	12.106	18.126	22.391
Índice de educación	0,85	0,86	0,88	0,89	0,94	0,96	0,97	0,97
Participación % del consumo del 20% más rico	59,1	61,8	53,2	63,2	50,1	56,4	45,5	40,3
Participación % del consumo del 20% más pobre	3,1	2,7	2,9	2,4	4,8	3,1	5,8	7,5
GINI	54,6	57,6	49,8	59,3	44,6	52,2	38,5	32,5

Nota: El rango del equipamiento de libros en los hogares son cálculos del CERLALC. En Chile no se consideran los libros de texto.

(70,9% tiene menos de 100 libros). Esta distinción de posesión de libros es claramente diferente por ingresos, el 40,5% del nivel socioeconómico alto y medio tiene más de 200 libros, mientras que el 66,3% del nivel socioeconómico bajo tiene hasta 100 libros.

En México, el 12% de la población encuestada no tiene ningún libro en su casa. Este fenómeno es más frecuente en los encuestados que no tienen ninguna escolaridad (87%), pertenecen a un nivel socioeconómico bajo (66,1%), es ama de casa (53,4%) o tiene más de 56 años (63,9%).

En Brasil, el 53% de la población tiene entre 5 y 25 libros. Mientras el 14% no posee ningún libro y el 7% posee el 58% de los libros.

Como se planteó al comienzo de este capítulo, con el cual se cierra la presentación del panorama de la edición en Iberoamérica y que concluye con una visión sobre los lectores –ellos son quienes le dan sentido a la producción editorial y a la creación intelectual– medir la lectura en términos concretos y comparables permite apreciar el avance que han tenido los programas de educación de los gobiernos, la efectividad de las estrategias que se han implementado para fomentar la lectura desde los primeros grados

de escolarización y los programas de fomento a la lectura inscritos en los Planes Nacionales de lectura. En el campo empresarial, identificar las tipologías de los lectores y el conocimiento de sus hábitos de lectura brinda información valiosa para el desarrollo de los mercados editoriales. El CERLALC dentro de sus objetivos y tareas deberá estimular entre los países miembros estudios con una metodología que permita homogenizar conceptos, estandarizar lo estandarizable y facilitar su comparación, al tiempo que deberá señalar los alcances y limitaciones de las encuestas cuantitativas del comportamiento lector en los países de la región.



Anexos



# Anexo 1

## ESTUDIOS SOBRE COMPORTAMIENTO LECTOR EN IBEROAMÉRICA

País	Año	Nombre del Estudio	Realizadores y Patrocinadores
Portugal	1995	Portugal: "Hábitos de Leitura, um Inquérito à População Portuguesa"	
	2005	Estudio de hábitos de Leitura e compra de livros	AC Nilsen, Quantum. Asociación Portuguesa de Editores y Libreros, APEL.
España	2005	Hábitos de Lectura y compra de Libros 2005. Informe Metodológico y de Resultados.	Precisa Reserch, Federación de Gremios de Editores de España. Con el patrocinio del Ministerio de Cultura: Dirección General de Libros, Archivos y Bibliotecas.
Chile	1999	Encuesta Nacional de Lectura y Consumo de Libros, 1999.	Cámara Chilena del Libro, Instituto Nacional de Estadística de Chile.
	2004	Encuesta sobre consumo cultural y uso del tiempo libre.	Instituto Nacional de Estadísticas Chile - INE. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - CNCA, Gobierno de Chile.
Argentina	2001	Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro.	Catterberg y Asociados. Ministerio de la Educación de la Nación.
México	2004	Encuesta Nacional de prácticas y consumo culturales.	Unidad de estudios sobre la opinión del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA)
Uruguay	2002	Imaginaris y consumo cultural. Primer Informe Nacional sobre consumo y comportamiento cultural.	Hugo Achurar, Sandra Rapetti, Susana Dominzain, Rosario Radakavich. Universidad de la Republica de Uruguay, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos. Ediciones Trilce
Perú	2004	Hábitos de Lectura y ciudadanía informada en la población peruana	Instituto de Investigaciones Económicas y Social. Biblioteca Nacional de Perú. Resumen ejecutivo.
Brasil	2000	Retrato de Lectura en Brasil.	Cámara del Libro de Brasil. Abrelibros. Bracelpa. Sindicato nacional de editores de libros. Franceschini.
Colombia	2005	Hábitos de Lectura y consumo de Libros en Colombia.	DANE, Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, CERLALC, Fundalectura, Cámara Colombiana del Libro.
Alemania	2003	Buch und Buchzahlen in Zahlen	Borsenverein des Deutschen Buchhandels
Inglaterra	2002	A Reading habits of individuals and Couples, vol. 1	Book Marketing Limited 2002

## Anexo 2

### IVA AL LIBRO EN IBEROAMÉRICA (%) 2006

País	IVA
Argentina	Exento
Colombia	Exento
Perú	Exento
Bolivia	0%
Brasil	0%
Costa Rica	0%
Cuba	0%
Ecuador	0%
Honduras	0%
México	0%
Nicaragua	0%
Panamá	0%
Uruguay	0%
Venezuela	0%
España	4%
Portugal	5%
Paraguay	10%
Guatemala	12%
República Dominicana	12%
El Salvador	13%
Chile	18%

Fuente: Legislaciones nacionales, Cámaras del Libro, UIE

## Anexo 3

### Leyes vigentes del libro en Iberoamérica

- **Argentina:** Ley 25441 de 2001.
  - Ley nacional 25.446 del fomento del libro y la lectura. 25 de julio de 2001.
  - Decreto 932/2001 de 25 de julio de 2001 por el cual se dice: “Obsérvanse, en el Proyecto de ley registrado bajo el N° 25.446, del Fomento del Libro y la Lectura, los artículos 11, 12 y 16 del Capítulo IV y el artículo 26 del Capítulo VI”.
  - Ley 25.542 de defensa de la actividad librera. Del 8 de enero de 2002.
  - Ley 22.399 del ISBN del 11 de febrero de 1981.
- **Brasil:** Ley 10753 de octubre de 2003, donde se instituye una política nacional del libro.
- **Colombia:** Ley 98 de 1993.
- **Costa Rica:** Ley 7874 de Exoneración de Impuestos y Control de Precios de 1999.
- **Chile:** Ley 19.227 de 1993.
- **Ecuador:** Ley 71 de 1987. Se modifica y aprueba la 47 del 2006.
- **El Salvador:** Decreto 808, de la Ley del Libro de 1994.

- España: Ley 9 de 1975, el Real Decreto 484 de 1990, sobre precio fijo del libro, y el Real Decreto del 2 de agosto de 1996.
- Guatemala: Ley de Fomento del Libro de 1999.
- México: Se aprueba la ley en mayo del 2006 que incluye las condiciones para que se puedan tener los beneficios fiscales que se determine.
- Paraguay: Ley 24 de 1991.
- Perú: con la Ley 28086 de 2003.
- Uruguay: Ley 15913 de 1987.
- Venezuela: Ley del 18 de abril de 1997.



# Bibliografía





- AC Nilsen, Quantum Asociación Potuguesa de Editores y Libreros APEL. *Estudo de hábitos de Leitura e compra de livros*, 2005.
- Antonioli Delucchi, Dante. *El sector editorial peruano, un estudio sobre el libro en el Perú: 1995-2005*, Dante Antonioli Delucchi Editor, Lima, 2006.
- Ardila, Rosalba y Uribe, Richard, *Metodología para la realización de estudios estadísticos del libro*. Bogotá: CERLALC, 2002.
- Avila, Antonio María. “El comercio interior del libro en 2004, Rigidez de la demanda” En: *Boletín Económico del ICE, ICE*, octubre 2005.
- Ávila, Antonio María y Porto, Sergio. “El sector exterior del libro en España en 2003”. En: *Boletín económico, ICE No 2802*. 19-25 abril 2004.
- Cámara Argentina del Libro, Cámara Argentina de papelerías, librería y afines, Dirección de bibliotecas del Gobierno de la ciudad de Buenos Aires. *Estudio sobre hábitos de Lectura*. Síntesis del informe final, Agosto de 1998.
- Câmara Brasileira do livro. Supervisora General: Marta Oliveira. *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*. 1999.
  - *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*. 2000.
  - *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*. 2001.
- *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*. 2002.
- *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*. 2003.
- Câmara Brasileira do livro, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas FIPE. *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*. 2004.
- Câmara Brasileira do livro, Franceschini. Abrelibros. Bracelpa. Sindicato nacional de editores de libros. *Retrato de Lectura en Brasil*, 2000.
- Cámara Chilena del Libro, Instituto Nacional de Estadística de Chile. *Encuesta Nacional de Lectura y Consumo de Libros*, 1999.
- Cámara Nacional de la Industria Mexicana (CANIEM). *Actividad editorial libros*. 2000.
  - *Actividad editorial libros*. 2001
  - *Actividad editorial libros*. 2002.
  - *Actividad editorial libros*. 2003.
  - *Actividad editorial libros*. 2004.
- Cámara Colombiana del Libro. *Estadísticas del libro en Colombia 2000*. Bogotá: Cámara Colombiana del Libro, 2001.
  - *Estadísticas del libro en Colombia 2001*. Bogotá: Cámara Colombiana del Libro, 2002.
  - *Estadísticas del libro en Colombia 2002*. Bogotá: Cámara Colombiana del Libro, 2003.
  - *Estadísticas del libro en Colombia 2003*.

- Bogotá: Cámara Colombiana del Libro, 2004
- *Estadísticas del libro en Colombia 2004*. Bogotá: Cámara Colombiana del Libro, 2005
  - Cámara Chilena del Libro. ISBN, Investigador: Jaime Pizarro, *Informe estadístico 2003*. Cámara Chilena del Libro, Santiago de Chile, 2004.
  - Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo Pichincha, Investigador: Patricio MENA, *El libro en el Ecuador: Estadísticas y datos del ISBN*. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro, 2004.
  - Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo Pichincha, Investigador: Patricio MENA, *El libro en el Ecuador 2004: Estadísticas y datos del ISBN*. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro, 2005.
  - Castellanos, Gonzalo y Méndez Alicia. *50 Grandes impresores de libros y revistas en América Latina en 2004*. En: (Consultado el 16 de agosto de 2006).
  - Catterberg y Asociados. Ministerio de la Educación de la Nación. *Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro*, Agosto de 2001.
  - CAVELIBRO, CEATPRO. *Primer Estudio del sector del libro en Venezuela*. Venezuela: Cavelibro, 2005.
  - CEGAL. *Mapa de librerías en España*, 2005. 2006.
  - DANE, CERLALC, Fundalectura. Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura. *Hábitos de Lectura y consumo de Libros en Colombia*. 2001.
  - Federación de Gremios de Editores de España, Precisa Research. *Comercio Interior del libro en España 2001*, Madrid, 2002.
    - *Comercio Interior del libro en España 2002*, Madrid, 2003.
    - *Comercio Interior del libro en España 2003*, Madrid, 2004.
    - *Comercio Interior del libro en España 2004*, Madrid, 2005.
    - *Marco del sector editorial en España Año 2000*.
  - Federación Española de Cámaras del Libro, *Comercio Exterior del Libro 1990-2002*, fedecali: Madrid, 2003.
    - *Comercio Exterior del Libro 2003*, fedecali: Madrid, 2004.
    - *Comercio Exterior del Libro 2004*, fedecali: Madrid, 2005. Multidados. Estadística Nacional do Sector do Livro 2004.
  - Federación de Gremios de Editores de España, Precisa Research. *Hábitos de Lectura y compra de Libros 2005*. Informe Metodológico y de Resultados. 2005.
  - Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales. Biblioteca Nacional de Perú. *Hábitos de Lectura y ciudadanía informada en la población peruana-2004*. Resumen ejecutivo, 2004.
  - Instituto Nacional de Estadísticas Chile, INE. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - CNCA, Gobierno de Chile.

*Encuesta sobre consumo cultural y uso del tiempo libre. Julio de 2004.*

- Multidados. *Estadística Nacional do Sector do Livro 2004*. Portugal.
- Oviedo, Alejandro. “*Reseñas de los tomos de la Biblioteca Básica Temática (CONAC)*” Universidad de los Andes de Venezuela. Disponible en: (Consultada el 16 de agosto de 2006).
- Rama, Claudio, et al. *Las editoriales universitarias en América Latina. IESALC - CERLALC*. Bogotá, 2006.
- Sá, Fabio; Kornis, George. *A economia da cadeia produtiva do livro*. Río de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Economico e Social, 2005.
  - *Reporte International Flows of Selected Culltural Goods 1980-1998*, Paris: Instituto de Estadísticas, 2000.
  - *Reporte International Flows of Selected Culltural Goods 1994-2003*, Montreal: Instituto de Estadísticas, 2005.
- Uribe, Richard. *Programas, compras oficiales y dotación de textos escolares en América Latina*. Bogotá, CERLALC. 2006.
- Uribe, Richard. *Producción y comercio internacional del libro. Diagnóstico estadístico*. Bogotá, CERLALC. 2005.
- Uribe, Richard. *Estudio de canales de comercialización del libro en América Latina y el Caribe*. Bogotá: CERLALC, FEDECALI, 2003.
- Unidad de Estudios sobre la Opinión del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, Consejo Nacional para la Cultura y las artes (CONACULTA). *Encuesta Nacional de prácticas y consumo culturales*. Distrito Federal de México, 2004.
- Velasco, Jorge. “Políticas públicas de los textos escolares en México”. En: *V Congreso Interamericano de Editores. La ampliación de mercados del libro: estrategias empresariales y políticas públicas*. Bogotá, 17 al 19 de abril de 2004.