

LA DISTRIBUCIÓN DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA

CERLALC-Richard Uribe

Septiembre de 2006

Las dificultades que enfrenta la distribución de libros en América Latina es quizás uno de los problemas más mencionados y frecuentes de la cadena productiva del libro y, a su vez, uno de los menos estudiados. Tal vez la carencia de información estadística en el pasado sobre la propia producción editorial y ventas en América Latina fuese la principal causa sobre la falencia de estudios en la materia. Hoy, aunque hemos avanzado notablemente en estas áreas, estamos lejos de tener el mapa completo de la región. Hemos realizado un documento el panorama de la edición en Iberoamérica-el espacio del libro-con las estadísticas regionales más recientes disponibles, cuyos resultados daremos a conocer en conjunto con el Ministerio de Cultura de España, el GIE y la FGEE en el Congreso Iberoamericano de Editores próximo a iniciarse.

Sobre la distribución en sí, sin embargo seguimos con pocos datos. Sobre las dificultades de la distribución de libros en América Latina se ha dicho que están estrechamente relacionados con la extensa geografía del continente, la concentración de la comercialización en las grandes urbes, la carencia de librerías en muchos territorios y provincias y aún en lugares populosos de las grandes ciudades y la escasa demanda explicada por ingresos per cápita bajos y una población que no se caracteriza propiamente por la fortaleza de sus hábitos lectores. Por otro lado, la gran masa de producción editorial en la región-los textos escolares-en los principales países se moviliza a través de licitaciones oficiales que plantea la venta directa de la editorial a las entidades educativas oficiales-cuya distribución es más una tarea de logística de movilización y transporte que de generación de valor y que para su realización en algunos países participan hasta los ejércitos nacionales para acceder a las zonas más selváticas.

Hemos aceptado esta honrosa invitación que nos formula Fandé como un compromiso para realizar el estudio de la distribución en América Latina y avanzar en el camino que iniciaron Ustedes desde el año pasado con las reflexiones sobre la vigencia y problemática de la distribución en la región.

Aunque pareciese inoficioso ante un auditorio como este, iniciaré la conferencia con una breve aproximación conceptual a la distribución y a los distribuidores. Luego abordaré algunos datos de la producción y el comercio del libro en América Latina para tener una

dimensión de los volúmenes de libros que deberían ser objeto de distribución. Finalmente, apoyados en la colaboración de algunos de los distribuidores de América Latina que, dicho sea de paso, se comprometieron a colaborar con información para elaborar un diagnóstico más completo, se harán algunos comentarios sobre la situación de la distribución.

Cuando hablamos de distribución nos referimos, tal y como está definido por la Real Academia de la Lengua, “al reparto de un producto a los locales que debe comercializarse” por empresas cuyo objetivo social es propiamente la distribución y específicamente de productos editoriales de diversos y diferentes fondos a cualquier establecimiento de ventas al detal donde se vendan libros y revistas sean librerías, grandes superficies, papelerías, bazares, tiendas de ocasión, quioscos, etc

También partimos del supuesto que, si bien podría argumentarse que para que un libro sea distribuido en los puntos de venta no son imprescindibles las labores de una distribuidora independiente, las ventajas de este tipo de empresas son valiosas, especialmente a los pequeños y medianos editores. A continuación enumeraré tan solo las más evidentes y que conocemos todos pero nunca sobra repetirlas.

1. En primer lugar los costos de transacción. Tanto editoriales como librerías reducen la cantidad de transacciones en la medida en que un editor se puede entender con una sola distribuidora (en caso de tener exclusividad) o con unas pocas para distribuir los libros en una gran cantidad de puntos de venta en vez de tener que relacionarse directamente con un gran número de puntos de venta. De igual manera, las librerías y demás puntos de venta se tienen que relacionar con un número reducido de distribuidores (en vez de numerosas editoriales) que los surten de los libros que necesitan. Esto resulta mucho más práctico y reduce costos en la medida en que se manejan menos cuentas al mes (menos papel de facturas, menos personal encargado de las relaciones).

2. Se le abren oportunidades tanto a librerías como a editoriales. La labor de las distribuidoras le permite a las editoriales distribuir sus libros en más puntos de venta alrededor del país e, incluso, en el exterior. Por otro lado, los librerías pueden escoger entre más libros (los catálogos que ofrecen las distribuidoras) De esta manera, la labor de las distribuidoras aumenta la diversidad de la oferta bibliográfica de las librerías y se llevan más libros a más puntos de venta que, de otra manera, muy posiblemente no llegarían. Se fortalece la bibliodiversidad y la sostenibilidad de las pequeñas y medianas editoriales.

3. En la medida en que las distribuidoras reúnan la comercialización de libros de varios fondos editoriales estas pueden llegar a concentrar información valiosa sobre el mercado del libro. Las distribuidoras tienen información sobre las tendencias de pedidos (tanto de tipo de libros como cantidad de ejemplares) ventas de cada uno de los puntos de venta a los que mueve libros. Esto beneficia tanto a libreros como editoriales ya que minimiza las devoluciones: el historial de pedidos y ventas de las librerías sirve para tener una mejor idea de cuantos ejemplares se venden habitualmente de los diferentes segmentos del mercado editorial y, por lo tanto, solo se movilizan los necesarios reduciendo así los costos de las devoluciones. Por otro lado, la información que concentran las distribuidoras puede ser de gran interés para realizar estudios de mercado que contribuyan a un mejor conocimiento del sector editorial.

En un sinopsis sobre el futuro de la edición en Europa, Antonio Mas Esteve sintetizó bien el tema así:

- *Un sistema de gestión que le permita hacer una prospección continua del mercado
- *Una cobertura amplia del mercado, prospectando nuevos puntos de venta y alcanzando todos los posibles o convenientes.
- *Una política y mecánica de almacenes eficaz
- *Una política de proveedores y de productos coherente con el área del mercado que abarque.

Ante unos presupuestos conceptuales tan prepositivos como los anteriores la pregunta que emerge en América latina es ¿Qué es lo que ha pasado en los países latinoamericanos para que no hubiesen distribuidoras fuertes consolidadas que manejasen una porcion relevante o mayoritaria de las ventas editoriales?

Una de las hipótesis que se sigue sosteniendo es el tamaño de los mercados. Hecho que en un pasado y aun hoy en algunos países, llevó a que fuesen primero las mismas librerías las que se encargaran de importar libros no solamente para surtir sus vitrinas sino para distribuir en otras librerías puntos de venta. Esto ocurre generalmente en los países que tienen menor desarrollo de su industria editorial dónde la distribución la realizan principalmente, representantes de las principales editoriales-distribuidores y librerías –distribuidoras.

Por otro lado, en América Latina es muy común que ante la ausencia de grandes distribuidores fuesen después las principales editoriales las que se dediquen a la distribución

de sus propios fondos y, en algunos casos, también a distribuir libros de otras editoriales. Con el fortalecimiento de la producción local de las editoriales españolas en algunos países de la región, esta tendencia se acentuó más y con la importación de los libros de las casas matrices para su distribución se trascendió los mercados locales para incursionar en los países vecinos como todos conocemos.

Inclusive se realizaron alianzas entre grandes editoriales para que unas u otras les distribuyeran sus fondos en regiones específicas de Latinoamérica.

Los distribuidores independientes no llegan a cuotas de mercado superiores al 30%.

Sólo en Cuba por su sistema de organización económico el 100% de la distribución está a cargo de dos empresas distribuidoras oficiales que atienden los 300 puntos de venta librerías del país.

En América latina tenemos 1.520 editoriales, con producción superior a tres títulos anuales, la inmensa mayoría pequeñas y medianas.

Estimado de las editoriales industriales en Ibero América y participación en total de agentes editores		
País	Estimación de editores industriales	% en total de agentes editores
Argentina	267	17.6%
Bolivia	18	1.2%
Brasil	510	33.6%
Chile	66	4.3%
Colombia	94	6.2%
Costa Rica	23	1.5%
Cuba	25	1.6%
Ecuador	33	2.2%
El Salvador	18	1.2%
Guatemala	15	1.0%
Honduras	12	0.8%
México	216	14.2%
Nicaragua	13	0.9%
Panamá	15	1.0%
Paraguay	20	1.3%
Perú	56	3.7%
Rep. Dominicana	24	1.6%
Uruguay	23	1.5%
Venezuela	72	4.7%
<i>Total región</i>	<i>1,520</i>	<i>100%</i>

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

Las editoriales industriales identificadas de países hispanohablantes latinoamericanos¹ registraron en el sistema ISBN (sin contar México) cerca de 19.000 novedades en el 2005, un 37.6% de los títulos registrados por el total de los agentes editores. Una cifra similar a la de España, que según cálculos de la FGEE se acerca de las 20.000 novedades y reediciones por las empresas editoriales para el mercado. En América Latina, puede observarse cómo en los últimos 4 años hay una clara tendencia hacia el aumento de títulos registrados lo que se traduce en la necesidad de distribuir más títulos.

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%
República Dominicana	314	391	254	395	44,7%
Uruguay	371	483	245	385	32,3%
Venezuela	522	478	768	1.074	28,8%
Total general	14.990	17.166	17.826	18.944	37,6%

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

Las Cámaras del Libro de Brasil, Colombia y México realizan anualmente estudios sobre el sector editorial y ofrecen cifras sobre la producción editorial nacional tanto en títulos como en ejemplares de libros de primera edición, reediciones y, a diferencia de la información registrada en el ISBN, incluyen también las reimpresiones.

¹ Se pudieron estandarizar 750 de las 794 estimadas para América Latina hispanoparlante (sin México)

Producción de Títulos (incluye reimpresiones) 2000-2004					
	2000	2001	2002	2003	2004
Brasil	45.111	40.900	39.800	35.590	34.858
Colombia	8.066	7.318	8.175	7.469	8.214
México	16.003	15.138	15.542	15.233	14.726

La producción de esos títulos asciende a 456 millones de ejemplares

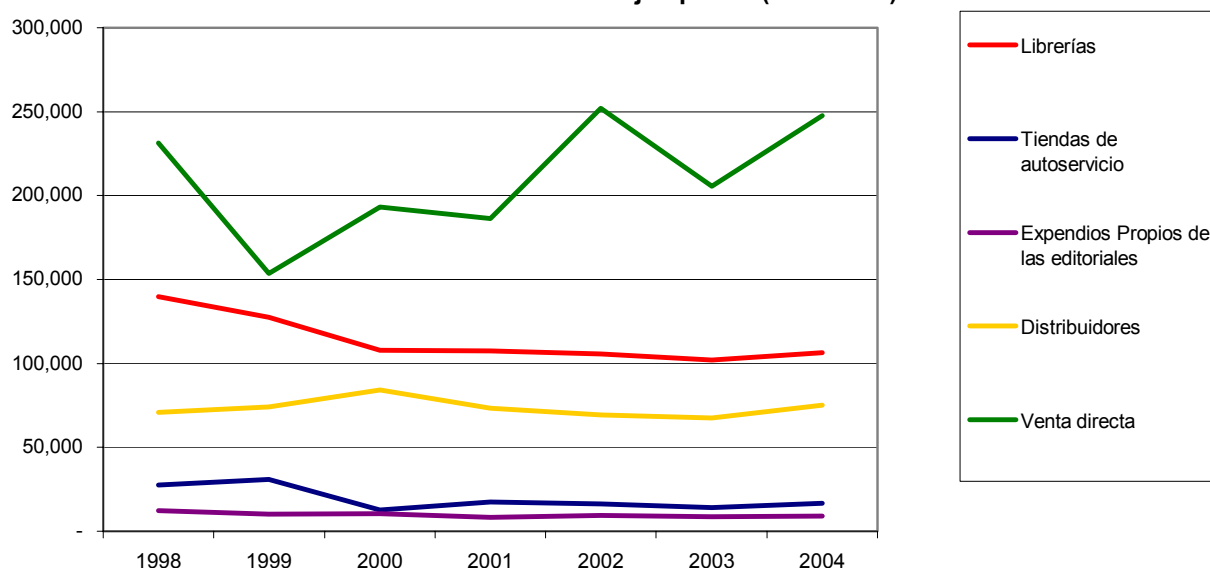
Producción total ejemplares de libros 2000-2004					
	2000	2001	2002	2003	2004
Brasil	329.519.650	331.100.000	338.700.000	299.400.000	320.094.027
Colombia	26.483.559	30.336.392	23.619.746	26.979.481	35.736.779
México	97.805.581	98.798.394	102.784.578	91.136.609	101.401.323

Cifras que darían cuenta de grandes volúmenes para la distribución. Veamos en detalle Algunos series actualizadas hasta el 2004 para una mejor comprensión.

Las librerías es uno de los principales canales y si bien registra una alarmante disminución de la cantidad de libros vendidos entre 1998 y el 2003, en el año 2004 se revierte la tendencia con un aumento del 4%. Las ventas a través de los distribuidores se han mantenido estables, aunque representan sólo entre el 22% y 25% de las ventas totales. Las grandes superficies (almacenes de cadena, supermercados) tienen una menor participación.

La mayor cantidad de ejemplares que se vende directamente a los gobiernos, en los países con programas masivos de dotación de textos escolares, tal como ocurre en el Brasil dónde el Fondo Nacional de Desarrollo de la Educación (FNDE) anualmente hace compras a las editoriales para el Programa Nacional del Libro Didáctico (PNLD) y el Programa Nacional de Bibliotecas Escolares (PNBE). Y ahora en México para los textos de secundaria .Hacen que sea la venta directa el principal canal en los tres países.El 71% de los ejemplares vendidos al gobierno en el 2004, corresponde a las compras del gobierno brasilero en los tres países. Los expendios propios de las editoriales (librerías de las editoriales) tienen una significativa presencia en México y Colombia, en este último país, en los segmentos de libros jurídicos y religiosos.

Brasil, Colombia, México: Venta de ejemplares por los canales de comercialización Miles de ejemplares (1998-2004)



Al discriminar esta información entre Brasil, Colombia y México se puede observar que el volumen de ventas que se canaliza a través de los distribuidores es del 15.2% en Brasil, 19.5% en México y el 25.4% en Colombia. 20 % en promedio para el periodo estudiado en los tres países.

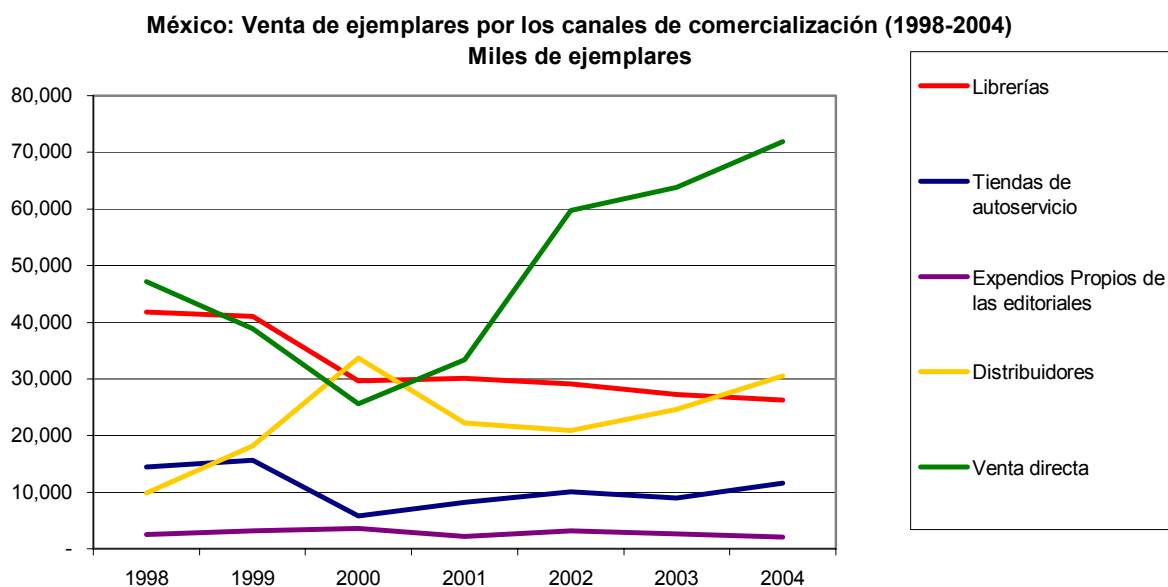
Distribución del libro según canales en México, Brasil y Colombia (Promedio del periodo 1998-2004)

CANAL	México	Colombia	Brasil
Canal Corto (detallistas)	36.9%	44.7%	27.9%
-Librerías	27.4%	30.6%	25.1%
-Quioscos	0.4%	0.3%	0.7%
-Tiendas de autoservicios	9.1%	13.8%	2.0%
-Internet	0.1%	0.0%	0.2%
Canal Venta Directa	41.4%	27.7%	52.3%
Canal Largo (distribuidores)	19.5%	25.4%	15.2%
Otros canales no especificados	2.3%	2.2%	6.2%
Total	100%	100%	100%

A continuación se verá las series de ventas de ejemplares por canal de comercialización y por país.

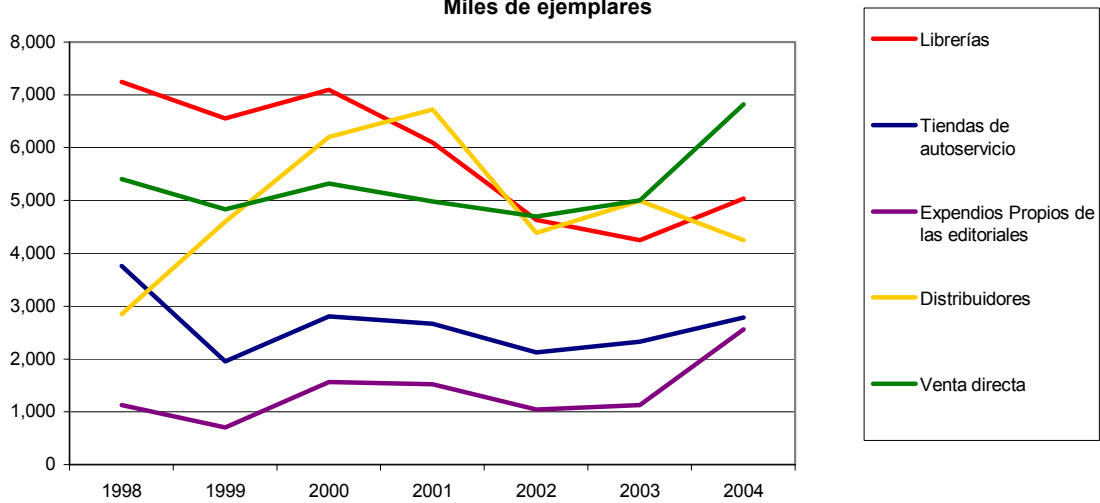
En México se presenta en el año 2000 una disminución significativa de la participación de las ventas por el canal librero y simultanea mente en ese mismo año un incremento de las ventas a través de los distribuidores que en ese año llegaron a representar el 37%.del mercado A

partir de ese año las librerías pierden dramáticamente participación y las ventas directas la ganan y su comportamiento está directamente relacionado con el programa de dotación de textos escolares para secundaria (Las ventas al gobierno se han incrementado hasta llegar al 38.3% en el 2004).



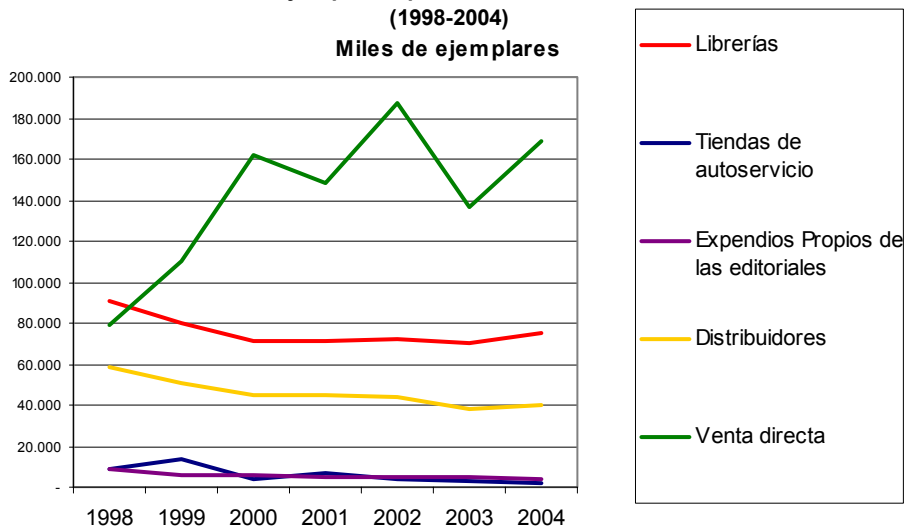
En el caso colombiano, los detallistas que representan el 44,7% en promedio en el periodo 1998-2004, ha perdido 11 puntos porcentuales de participación. Aunque también la tendencia se revierte en el 2004. Los distribuidores han mantenido su participación entre un 25% y un 30%. En el siguiente gráfico se observa cómo las distribuidoras se fortalecieron entre el 1999 y el 2001 periodo en que algunas editoriales especialmente de habla inglesa dejaron de editar en el país sus propios fondos. (Oxford, Pearson, Mc Graw-hill). En los últimos años no han tenido un comportamiento estable, en el 2002 disminuyeron sus ventas, en el 2003 tuvieron un leve repunte y en el 2004 volvieron a disminuir. Las librerías presentan como en México una tendencia a disminuir su participación. En Colombia los expendios propios, son muy significativos, especialmente para la venta de títulos jurídicos y religiosos. Las ventas directas se han mantenido estables con tendencia al crecimiento a lo largo del periodo analizado.

Colombia: Venta de ejemplares por los canales de comercialización (1998-2004)
Miles de ejemplares



En Brasil como se aprecia en el siguiente cuadro, las tendencias difieren de las registradas por los dos países anteriores. El canal distribuidor disminuyó su participación en el 2000 pero a partir de allí ha estado estable. El canal librero mantiene su participación. (Es de anotar que en los colegios existen kioscos o librerías de ellos o en concesiones a los cuales les venden los editores y que estadísticamente se llevan como librerías porque tienen un registro). Las ventas directas de las editoriales son sustantivamente más altas y volátiles dado que las compras del Gobierno en textos y libros para los programas PNLD (programa Nacional del Libro Didáctico) y PNBE (programa Nacional de bibliotecas escolares) en Brasil son mayores que en los demás países. La venta en las grandes superficies es menor.

Brasil: Venta de ejemplares por los canales de comercialización (1998-2004)
Miles de ejemplares



LA RELACIÓN ENTRE LA ESTRUCTURA DE USO DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y LAS COMPRAS DEL GOBIERNO

Las necesidades del sistema escolar determinan en cierta medida la producción y el desarrollo editorial del continente latinoamericano.

En el caso de México la edición e impresión de textos gratuitos y materiales didácticos esta a cargo de un organismo descentralizado llamado Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito. Esta organización en conjunto con la Secretaria de Educación Pública diseña los textos gratuitos y realiza todo en sus instalaciones, encargándose de la distribución de los libros y materiales producidos.

La distribución de los textos y materiales se inicia en enero de cada año con el apoyo de las Secretarías de la Defensa y Marina, la Procuraduría General de la República, los gobiernos estatales, las presidencias municipales, organizaciones civiles y los padres de familia. Los libros se reparten en dos almacenes de la Comisión, que distribuyen los materiales a almacenes centrales en los diferentes estados del país, en donde las autoridades educativas se encargan de entregar a los diferentes planteles educativos en junio, antes de que inicie el año escolar.

En el último ciclo escolar la Comisión Nacional de Libros de texto Gratuito distribuyó 121 millones 100 mil libros de texto y materiales didácticos gratuitos en preescolar y primaria, 19 millones 700 mil textos en secundaria, 9 millones 300 mil textos en telesecundaria, un millón 200 mil ejemplares para la educación indígena traducidos a 55 variantes de 33 lenguas y 7 millones 300 mil libros con 41 millones 400 mil publicaciones de apoyo para los maestros. Para esta labor el gobierno contó con la ayuda de 3,650 vehículos de carga, 18,200 camionetas, 17 helicópteros y avionetas y 25 embarcaciones.

En Brasil, mediante el Programa Nacional del Libro Didáctico (PNLD) del Gobierno Federal, se distribuyen gratuitamente libros para los grados 1 a 8 de las escuelas públicas. El mecanismo utilizado se basa en la libre participación de las editoriales, que ofrecen cierto número de títulos didácticos y la libre opción de los profesores, quienes por medio de Internet seleccionan los títulos que consideren apropiado para el proyecto pedagógico. En este orden, El Fondo Nacional de Desarrollo de la Educación (FNDE) es el encargado de responder a los

pedidos y por lo tanto el responsable de la distribución de los textos a las escuelas en conjunto con la empresa brasilera de Correos y Telégrafos.

Vale la pena recordar que los libros didácticos en Brasil representan más del 50% de los ingresos y ventas de las editoriales, por lo que el uso de los canales varía dependiendo de las compras del gobierno y las editoriales privadas, que venden sus libros a un precio promedio superior.

En Chile se continúa con el proceso de elección de textos escolares por el Ministerio de Educación a todos los colegios oficiales.

Para este proceso, 16 importantes editoriales se presentaron en la licitación con cerca de seis propuestas diferentes. La distribución en la cual los Departamentos Provinciales de Educación (DEPROV) y los Departamentos de Educación Municipal fueron intermediarios o centros de distribución, atendió a 632 establecimientos subvencionados en forma directa.

Colombia, por su parte, no presenta compras de los gobiernos en los últimos años, únicamente se registran compras en pocos de los municipios o departamentos y en Bogotá a través de las vitrinas pedagógicas que consolidan los pedidos a través de una entidad Fundalectura, un porcentaje importante de las compras las distribuye una sola compañía contratada para ello.

Como hemos mencionado anteriormente, en el caso de México los ejemplares de textos de la Secretaría de Educación no se contabilizan en las ventas del sector privado, por lo que sería útil contabilizar un caso hipotético en donde no existan compras del Estado.

Participación de canales de comercialización sin las compras del Estado. Ejercicio Hipotético

CANAL	México	Colombia	Brasil
Canal Corto	54%	53%	46%
-Librerías	42%	40%	40%
-Quioscos	1%	0%	1%
-Grandes superficies	11%	13%	5%
Canal Largo (Distribuidoras)	28%	25%	25%
Venta Directa	13%	22%	15%
Ventas no especificadas	5%	0%	14%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Cálculos propios con los datos de ventas de ejemplares por canales en las Cámaras del Libro

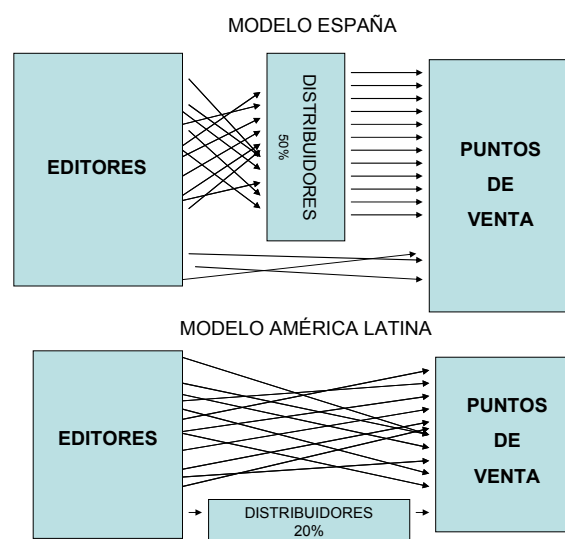
Se hace evidente que si no se tienen en cuenta las compras del gobierno la participación de la venta directa disminuye y la distribución independiente adquiere importancia.

Como se observó al inicio, las ventas de ejemplares por distribuidores de libros representan, para los países de América Latina que cuentan con estudios nacionales una participación que oscila entre el 15% y el 25%. El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y las embajadas de los diferentes países latinoamericanos aportan otros datos.

En Panamá, casi siempre son las propias librerías las que contactan a las editoriales. No existen distribuidoras independientes; el caso que más se asemeja es la Distribuidora Lewis, que distribuye y edita libros. En República Dominicana, al igual que en casi todos los países de América Latina, las propias librerías o editoriales son las distribuidoras al por mayor o al detal. En Ecuador la distribución esta en el 21%. Dante Antollini, en su estudio sobre el mercado editorial peruano afirma que hay varios esquemas de distribución del libro en el Perú. Resalto lo que el denomina- la distribución cerrada- La incursión de las empresas periodísticas del Perú en el mercado editorial permite que los libros editados por estas empresas sean distribuidos de la misma manera en que distribuyen los diarios, lo que les ha permitido llegar a casi todo el territorio nacional. Son cerradas en el sentido que no aceptan publicaciones de otras editoriales.

Existen tres empresas distribuidoras importantes de libros y publicaciones que en la práctica llegan a casi todo el Perú y abastecen a librerías, supermercados y quioscos y no cuentan con puntos de venta propios.

A continuación se muestra de forma gráfica las diferencias entre el modelo de distribución español y el que predomina en América Latina.



Hemos consultado vía correo electrónico la opinión de algunas distribuidoras de libros en América Latina el mes pasado sobre los principales problemas que enfrentan y, las razones que explican su relativamente baja participación de la distribución en las ventas del mercado editorial. Y las respuestas se agrupan así:

Los distribuidores nacionales tienen que importar en firme y, en esos casos, no pueden competir con las transnacionales que entregan sus libros en consignación. Existe la percepción de que las distribuidoras no hacen un trabajo al 100% al tener que manejar los fondos de varias casas editoriales no le prestan atención a sus clientes. Las ventas al gobierno, las grandes cadenas de librerías y los supermercados tienen una muy alta participación en las ventas generales de la industria. Falta de organización de las principales ciudades de distribución. Y hay Escasez de librerías. O las principales librerías importan

No hay nada nuevo y reconfirma los diagnósticos

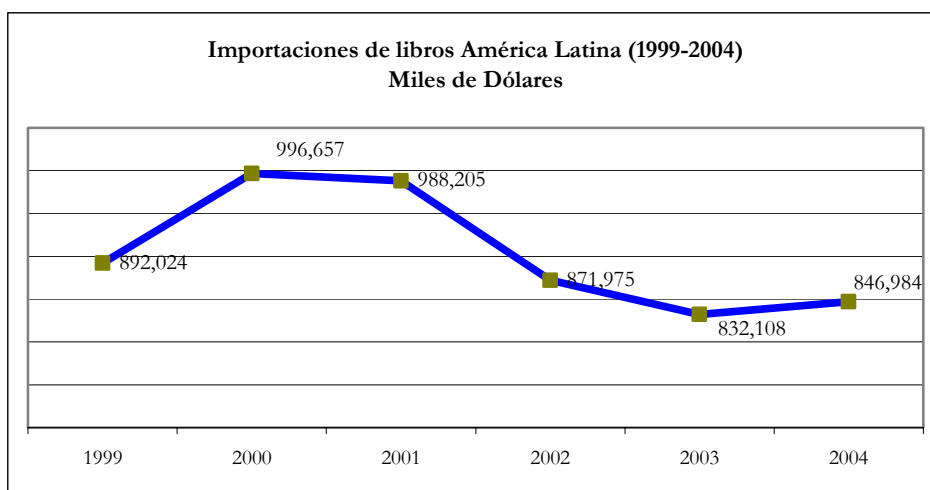
Para estudiar más a fondo la situación de las distribuidoras en América Latina nos hemos propuesto, tal y como lo viene haciendo FANDE, realizar investigaciones mediante encuestas directas a las empresas distribuidoras. Para este propósito, hemos estudiado cuidadosamente el formulario que aplica FANDE y lo hemos adaptado al caso Latinoamericano. El proyecto consiste en solicitar a los distribuidores más importantes de cada país contesten el formulario que será colocado en internet. El formulario y los procedimientos serán muy similares al que en la actualidad se encuentra en internet para realizar investigaciones sobre el sector editorial en diferentes países.

A continuación se hará un breve repaso del formulario que aplicaremos para los estudios sobre distribución comparándolo con el formulario de FANDE.(Anexo)

Solo les mostrare rápidamente los procesos de estandarización que hemos hecho. En un futuro podríamos incorporar sus sistemas de información. Un análisis mas técnico en detalle lo haremos con FANDE

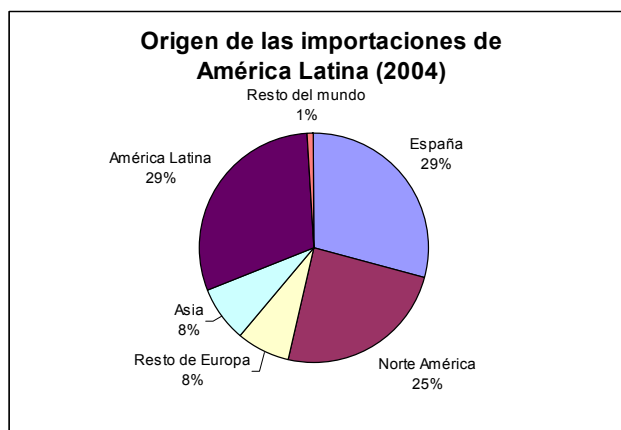
Para complementar el panorama daré brevemente si el tiempo me lo permite un mirada al Comercio exterior y al mapeo de librerías y una reflexión final

El volumen de las importaciones realizadas por América Latina se aproxima a los 850 millones de dólares en el 2004 revirtiendo la tendencia decreciente que se venía presentando desde el año 2000 Una parte corresponde a la importación de libros por encargo a imprentas, que no se debe tener en los valores de distribución de libros, dado que ya se tiene en las ventas locales

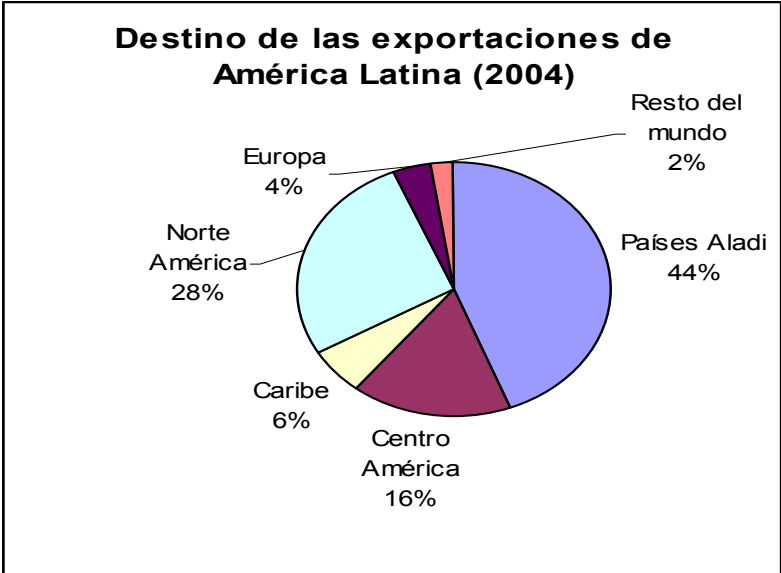
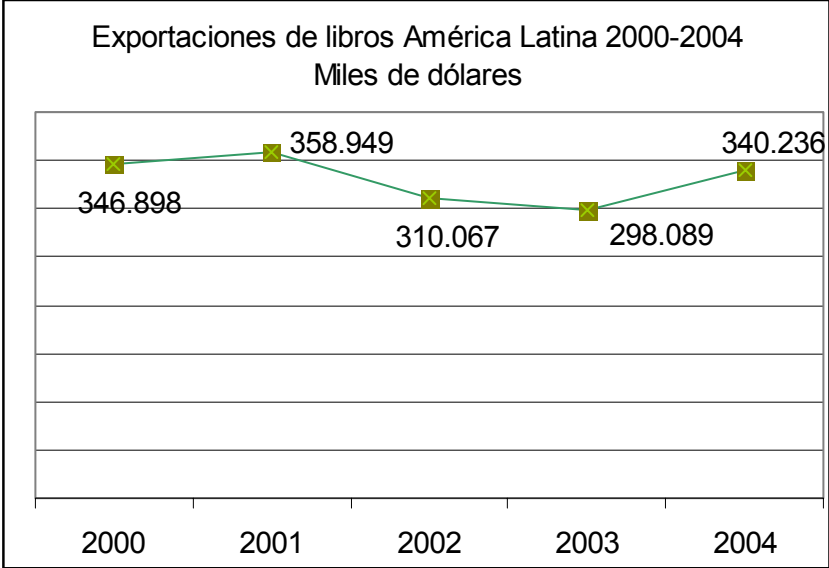


Al discriminar los 850 millones de dólares importados en el 2004 por los lugares de origen, se observa que un 29% de los libros importados provienen de países latinoamericanos, otro 29% de España, un 25% de Norte América, un 8% del resto de países de Europa y otro 8%

de Asia. Los altos niveles de concentración de las importaciones de libros en España y Norteamérica (mayoritariamente Estados Unidos) están claramente definidos por las cuencas idiomáticas de nuestra región y por inglés como segunda lengua de enseñanza en la región. En cuanto a las importaciones intrarregionales es decir, provenientes de América Latina, Colombia es el principal origen y representa cerca del 12.7% de las importaciones latinoamericanas de libros.



Por el lado de la exportación, América Latina exportó en el 2005 cerca de 340 millones de libros y aumentó sus exportaciones en un 14% respecto al año anterior. Cabe anotar que un porcentaje importante de estas exportaciones son de servicios de impresión (hemos estimado las mismas en un tercio) y que, por lo tanto no pueden ser valoradas para la distribución de contenidos editoriales como ya advertí antes en el flujo de las importaciones. Los impresores exportan en la mayoría de los casos, hoy en día puerta a puerta estos libros a los almacenes de los editores.



En el cuadro siguiente vemos como los países vecinos participan entre un 30% y UN 70% lo que también explica la carencia de distribuidoras internacionales. Faltaría profundizar en esta situación dado que no se han realizado investigaciones sobre si los distribuidores juegan un papel importante en las exportaciones o no del continente.

Participación de los 2 principales destinos de las exportaciones de los países latinoamericanos

País	1er destino	%	2do destino	%	Total
Argentina	México	23,5%	Chile	11,5%	35,0%
Bolivia	Perú	29,8%	Estados Unidos	20,1%	49,9%
Brasil	Portugal	15,6%	México	7,2%	22,8%
Chile	Argentina	24,6%	Perú	12,6%	37,3%
Colombia	México	22,3%	Venezuela	14,5%	36,8%
Costa Rica	Jamaica	20,5%	Nicaragua	14,9%	35,4%
Ecuador	Chile	17,9%	Colombia	16,9%	34,8%
El Salvador	Honduras	46,3%	Guatemala	46,3%	76,6%
Guatemala	Honduras	31,9%	El Salvador	26,0%	57,9%
México	Venezuela	5,4%	Guatemala	4,8%	10,2%
Nicaragua	México	41,3%	Chile	32,0%	73,4%
Paraguay	Brasil	70,9%	Argentina	8,3%	79,2%
Perú	Chile	24,1%	México	18,8%	42,9%
Venezuela	Colombia	32,8%	Argentina	10,0%	42,8%

LIBRERÍAS

Uno de los grandes problemas de la distribución del libro en América Latina que, además fue reseñado por algunos distribuidores, es la escasez de puntos de venta. Las redes latinoamericanas de librerías de venta son deficientes y, por lo general, están concentradas en grandes ciudades. El cuadro siguiente es diciente. Mientras que en España tenemos una librería por cada 10.000 habitantes en los países estudiados con mayor cobertura se llega a los 18000 en promedio y en los mercados grandes a 75000 habitantes por librería muy lejos del promedio español.

Universo de librerías en algunos países de América Latina - España 2005

Países	Número de librerías	Número de puntos de venta de las librerías	Habitantes por librería
Brasil	633	1.015	179.000
Colombia	355	564	78.000
México	545	1.261	81.000
Costa Rica	231	249	17.000
Perú	-----	371	73.000
Chile	99	157	64.000
Argentina	-----	800	48.000
Venezuela		1.326	19.000
<i>Total librerías América Latina</i>		5.743	
España		4.280	10.000

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.

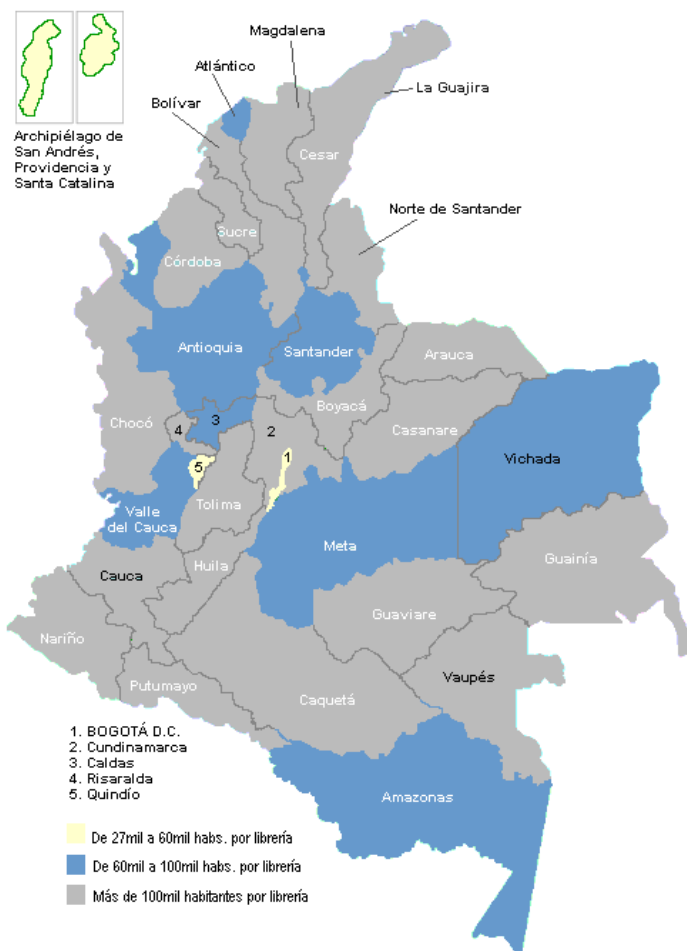
La de España del *Mapa de librerías*, Cegal, 2006.

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

Un detalle del estudio de mapeo que estamos realizando para entender mejor el problema. Colombia cuenta con un total de 355 librerías que, al sumarle las sucursales, pasan a ser un total de 583 puntos de venta alrededor del país. El 44% de estos puntos de venta se concentran en Bogotá, el 10% en Medellín y el 8% en Cali. Su distribución geográfica en los diferentes departamentos se puede observar en el siguiente mapa.



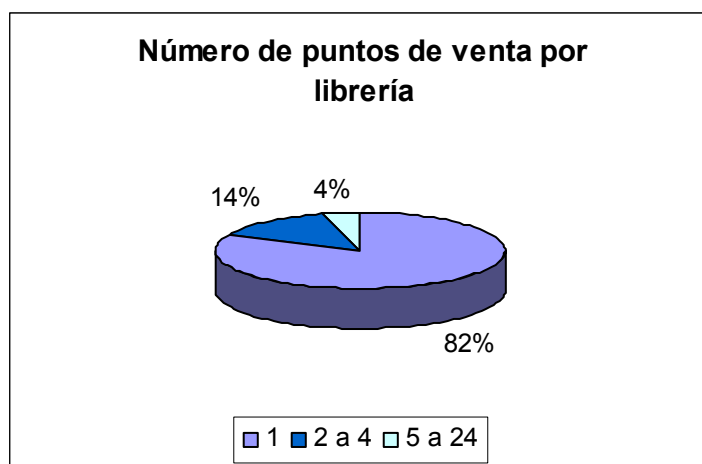
Colombia tiene varios departamentos grandes en extensión pero con bajas densidades de población. Por esta razón, se realizó el siguiente mapa en donde se muestra el número de habitantes por librería.



Las librerías que cuentan con un único punto de venta tienden a disminuir su participación en el universo librero, dándole paso cada vez más a cadenas de librerías.

Librerías	2003	%	2005	2005%
1 punto de venta	320	86.7%	297	81.8%
2 a 4 puntos de venta	35	9.5%	51	14.0%
5 a 24 (27) puntos de venta	14	3.8%	15	4.1%
Total	369	100.0%	363	100.0%

Puntos de venta	2003	%	2005	%
1 puntos de venta	320	56.4%	297	50.9%
2 a 4 puntos de venta	86	15.2%	117	20.1%
5 a 24(27) puntos de venta	161	28.4%	169	29.0%
Total	567	100.0%	583	100.0%



La pocas cadenas representan un área significativa del espacio de exhibición

Puntos de venta	Area total en M2 2003	%	Area total en M2 2005	%	Area promedio en M2
1	13426	24.2%	12029	23.3%	40.5
2 a 4	8573	15.5%	10241	19.8%	87.5
5 a 24	33440	60.3%	29355	56.9%	173.7
Total	55439	100.0%	51625	100.0%	

La participación de las librerías generales en el total del universo librero se mantiene estable y la tendencia de algunas librerías es hacia la especialización; son menos las librerías generales con especialización y más las librerías especializadas.

Tipología de las librerías

Tipo de Librería	2002	2004
Librerías generales	36%	35%
Librerías generales con especialización	21%	19%
Librerías especializadas	34%	38%
Librerías-papelerías	9%	9%
Total	338	100.00

INTERNET Y EL FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN

En el campo de la distribución, las nuevas tecnologías, entre ellas Internet, van a cambiar de manera sustancial los sistemas de distribución física de mercancías que hasta ahora se han venido utilizando

La cadena de valor compite ahora contra el cliente que desencadena el proceso de producción y la entrega justo a tiempo., aunque sea todavía muy incipiente.

ACCESO A INTERNET

Para el 2006, Internet alcanzó los mil veintidós millones de usuarios, y se prevé que en diez años, la cantidad de navegantes de la Red aumente a dos mil millones. Para la industria, todas estas personas se han convertido en consumidores potenciales de todos los bienes que producen y que cada vez se encuentran con mayor abundancia en la Red, entre ellos, los libros.

Como muestra la tabla siguiente, en la actualidad se presenta una mayor penetración de Internet en Norte América y Australia, aunque debido a la mayor cantidad de población que se encuentra en esta zona (el 56.4% de la población mundial), el 35.6% de usuarios se encuentran en Asia.

En Europa y América Latina, los índices de penetración alcanzan el 36.1% y el 14.4% respectivamente. Esta última ha tenido un crecimiento del 342.5% en los últimos cinco años. Cifra que muestra uno de los crecimientos más altos en número de usuarios junto con Medio Oriente (454.2%) y África (423.9%).

USO MUNDIAL DE INTERNET Y ESTADISTICAS SOBRE POBLACION

Region	Población	Población	Uso de Internet	%población	Uso	Crecimiento
	(2006 Est.)	% Mundial	Última información		% mundo	2000-2005
Africa	915,210,928	14.1%	23,649,000	2.6%	2.3%	423.9%
Asia	3,667,774,066	56.4%	364,270,713	9.9%	35.6%	218.7%
Europa	807,289,020	12.4%	291,600,898	36.1%	28.5%	177.5%
Medio Oriente	190,084,161	2.9%	18,203,500	9.6%	1.8%	454.2%
Norte América	331,473,276	5.1%	227,303,680	68.6%	22.2%	110.3%
América Latina y el Caribe	553,908,632	8.5%	79,962,809	14.4%	7.8%	342.5%
Oceania / Australia	33,956,977	0.5%	17,872,707	52.6%	1.7%	134.6%
Total Mundo	6,499,697,060	100.0%	1,022,863,307	15.7%	100.0%	183.4%

En América, discriminando por regiones, se observa que la zona en donde existe mayor penetración de Internet es la correspondiente a los países hispanohablantes de Suramérica con un 16% sobre la población total.

Brasil por su parte, cuenta con una penetración del 14.1%. La región con mayor crecimiento en el uso de Internet en los últimos años fue el Caribe, con un 670.7%, mientras que la región suramericana, incluido Brasil creció un 289%.

Usuarios de Internet y estadísticas de población para Centro, Sur América y el Caribe

AMERICA	Poblacion	% Pob.	Usuarios de Internet	% Población	%Uso	Crecimiento uso
	(2006 Est.)	America	Últimos datos	(Penetración)	America	(2000-2005)
Centro América	144,550,714	26.10%	20,021,900	13.9%	25.0%	522.3%
Sur América (- Brasil)	185,833,384	33.55%	29,729,500	16.00%	37.2%	n/a %
Brasil	184,284,898	33.27%	25,900,000	14.1%	32.4%	418.0%
El Caribe	39,239,636	7.08%	4,298,409	10.95%	5.4%	670.7%
SUB-TOTAL	553,908,632	100.00%	79,962,809	14.44%	100.0%	342.50%

AMERICA	Población	% Pob.	Usuarios de internet	%Población	%Uso	Crecimiento uso
	(2006 Est.)	America	Últimos datos	(Penetración)	America	(2000-2005)
Sur América (+Brasil)	370,118,282	66.82%	55,629,500	15.0%	69.57%	289.20%

La comparación entre las cifras de penetración a Internet y el número de compradores cibernéticos en algunos países latinoamericanos permite ver el potencial que existe en Internet para la venta de libros.

Para un total de ocho países entre los que se encuentran Colombia, Argentina, México, Chile, Ecuador, Venezuela, Perú y Puerto Rico, existen 46.5 millones de usuarios de Internet. De esta cantidad, 3.25 millones compran cualquier artículo por internet, y de estos 3.25 millones solo 97 mil compran libros. Lo anterior quiere decir que solo 3% de las personas que compran artículos por Internet, compran libros,

Teniendo en cuenta las expectativas de una mayor penetración de internet en todos los países en los próximos años es de esperar que los actores del sector adopten las estrategias de marketing que ayuden a ampliar el tamaño de la población lectora, que son los potenciales compradores de libros. Mas aún si se sabe que los estudios sobre hábitos de lectura para una cantidad significativa de países han mostrado que existe una correlación positiva entre el uso de Internet y la lectura de libros. O entre los lectores fuertes y la lectura en Internet y la compra por este medio. Algunas cifras preliminares fueron aportadas por el director del área respectiva del Grupo Norma

Mercado del comercio electrónico en América Latina.

País	% penetración	# Internautas	# compradores internet	#compradores libros	Mercado 2006
Colombia	7,8%	4.739.000	331.730	9.952	439.950
Argentina	26,4%	10.000.000	700.000	21.000	928.359
México	16,2%	16.995.400	1.189.678	35.690	1.577.784
Chile	9,7%	5.600.000	392.000	11.760	519.881
Ecuador	5,3%	624.600	43.722	1.312	57.985
Venezuela	12,0%	3.040.000	212.800	6.384	282.221
Perú	16,0%	4.570.000	319.900	9.597	424.260
Pto Rico	25,2%	1.000.000	70.000	2.100	92.836
Total		46.569.000	3.259.830	97.795	4.323.277

Según estudios realizados por VISA, se espera que haya un crecimiento anual de compradores electrónicos cercano al 40%. Eso quiere decir que se espera de dentro de cinco años, en los 8 países mencionados anteriormente, existan 17.3 millones de compradores electrónicos, cifra nada despreciable gracias a la cual podrían verse beneficiados autores, editores, distribuidores.

Quiero terminar con una reflexión del Kloter ¿Qué diferencia existe entre la Vieja y la Nueva Economía para las empresas?

La Vieja Economía está basada en el modelo de producción y ventas, en inventario. Este modelo está sujeto a errores y perjuicios porque no siempre hay rotación y los productos se quedan. La solución que la Nueva Economía tiene para ese problema es perfeccionar la percepción del mercado y establecer una reacción más rápida. En otras palabras, estar preparado para recibir los estímulos de los consumidores y disminuir el tiempo de respuesta. Dice Kloter. Lo que sabemos sin embargo es que en América latina y en el mundo editorial de la gran mayoría de nuestras empresas, estamos lejos de ese modelo. Cierto es que impresión por demanda ha avanzado y que un 6% de la publicaciones por título son ya en medio diferentes al papel. Pero el núcleo sigue siendo el libro en papel. Y no hemos resuelto las carencias de la distribución. Quisiera que estudiáramos juntos como hacer mas efectivo aun el modelo actual de la distribución. Además de un diagnóstico estadístico será viable plantear las siguientes preguntas: ¿Vía estímulos fiscales? ¿Será factible plantearnos un modelo asociativo con inversión mixta, es decir con aportes oficiales e inversionistas privados que permita la distribución a lo largo de las provincias? ¿Empresa multinacional? ¿Inversionistas de las dos orillas? ¿Valdría la pena hacer un estudio de prefactibilidad? Muchas Gracias