
Estudio de Mercado Servicio Editoriales en Colombia

Noviembre 2012

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Bogotá

pro|CHILE

Estudio de mercado servicio Editorial en mercado Colombia

1.1 CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO

- 49.01.10.90. Los demás libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas.
- 49.01.91.00. Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.
- 49.01.99.00. Los demás.

1.2 CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO COLOMBIANO

- 49.01.10.90.00. Los demás libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas.
- 49.01.91.00.00. Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.
- 49.01.99.90.00. Los demás.

2. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

Según lo dispuesto en el Artículo 7 de la Ley sobre democratización y fomento del libro colombiano::

“ARTÍCULO 7o. La importación de papeles destinada a la edición y fabricación en el país, de libros, revistas, folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural, será libre y exenta de toda clase de derechos arancelarios, paraarancelarios, tasas, contribuciones o restricciones aduaneras de cualquier índole. La autoridad respectiva podrá exigir la exhibición de los libros, revistas, folletos o coleccionables seriados que hayan sido producidos con los insumos importados de que trata esta Ley.

PARÁGRAFO. La importación de originales, fotografías, grabados, ilustraciones, cartones, planchas y tintas litográficas, películas procesadas cuando sean parte de un contrato internacional para libros destinados a la edición y fabricación en el país de libros, revistas y folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural, estarán sujetos al arancel mínimo común.

En caso de que éste desaparezca se aplicará a las materias primas relacionadas anteriormente la misma exención aplicada al papel. En ningún caso se podrán establecer gravámenes para-arancelarios a las anteriores materias primas.

Fuente: Arancel Armonizado de Colombia Editorial Legis

49.01.99.90.00. Los demás.

GRAVAMEN	CAN		ALADI							CARICOM
	Bolivia Ecuador Venezuela	Perú	G-3 MÉXICO	Chile	Cuba	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: Arancel Armonizado de Colombia Editorial Legis

2.4 OTROS IMPUESTOS:

Un resumen del tratamiento impositivo es el siguiente.

EXENCIÓN DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA A EMPRESAS EDITORIALES	ARTÍCULO 21 LEY 98 DE 1993 MODIFICADO POR EL ARTÍCULO 44 DE LA LEY 1379 DE 2010
EXENCIÓN IVA	ARTÍCULO 23 DE LA LEY 98 DE 1993
EXENCIÓN DE IMPUESTOS SOBRE RENTA DERECHOS DE AUTOR	ARTÍCULO 28 DE LA LEY 98 DE 1993
ARANCELES	ARTÍCULO 7 DE LA LEY 98 DE 1993

Fuente: Cámara Col. del libro

2.5 REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

- Registro importación del Ministerio de Comercio
- Descripción Mínima: Requisitos exigidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en cuanto a la presentación del producto, con el fin de homogeneizar las mercancías y los trámites. Para las partidas arancelarias aquí mencionadas se requiere establecer el nombre comercial del producto.

Entidad: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

www.mincomercio.gov.co

3. ESTADÍSTICAS

3.1. IMPORTACIONES ULTIMOS TRES AÑOS DISPONIBLES

49.01.10.90.0. Los demás libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas

País Origen	VALOR CIF (US\$)					
	2010	%	2011	%	2012 (ene-sep)	%
ESTADOS UNIDOS	2.211.954	44,8	1.257.516	30,3	727.123	20,4
GRECIA	0	0,0	492.127	11,9	696.211	19,5
BRASIL	246.023	5,0	505.040	12,2	409.841	11,5
MEXICO	147.578	3,0	293.763	7,1	365.911	10,2
ESPANA	199.249	4,0	273.902	6,6	305.506	8,6
CHINA	980.635	19,9	177.641	4,3	239.546	6,7
ALEMANIA	0	0,0	58.608	1,4	223.339	6,3
ITALIA	159.931	3,2	163.324	3,9	133.401	3,7
REINO UNIDO	0	0,0	0	0,0	130.847	3,7
HONG KONG	0	0,0	158.468	3,8	115.530	3,2
CHILE	47.355	1,0	30.420	0,7	1.769	0,0
COREA (SUR) REPUBLICA DE	60.565	1,2	0	0,0	0	0,0
EL SALVADOR	150.357	3,0	0	0,0	0	0,0
PANAMA	200.527	4,1	0	0,0	0	0,0
ARGENTINA	281.212	5,7	548.493	13,2		0,0
OTROS	4.685.386	94,9	3.959.302	95,4	3.349.024	93,7
TOTAL	4.937.003	100	4.150.010	100	3.572.913	100

Fuente: www.sicex.com

49.01.91.00.0. Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos

País Origen	VALOR CIF (US\$)					
	2010	%	2011	%	2012 (ene-sep)	%
CHINA	779.033	18,6	386.105	17,1	468.938	42,0
MEXICO	627.503	15,0	423.567	18,7	264.455	23,7
ESPANA	461.181	11,0	418.951	18,5	250.769	22,5
ESTADOS UNIDOS	94.002	2,2	76.250	3,4	41.354	3,7
ARGENTINA	40.077	1,0	63.189	2,8	19.682	1,8
THAILANDIA	0	0,0	0	0,0	14.733	1,3
CHILE	1.803.201	43,0	5.093	0,2	9.535	0,9
HONG KONG	0	0,0	35.071	1,6	7.556	0,7
PANAMA	0	0,0	0	0,0	6.503	0,6
ECUADOR	11.876	0,3	56.241	2,5	0	0,0
INDONESIA	0	0,0	33.449	1,5	0	0,0
JAPON	0	0,0	27.862	1,2	0	0,0
PERU	193.051	4,6	602.837	26,7	0	0,0
REINO UNIDO	70.445	1,7	0	0,0	0	0,0
URUGUAY	95.732	2,3	0	0,0	0	0,0
OTROS	19.757	0,5	130.907	5,8	32.706	2,9
TOTAL	4.195.860	100	2.259.523	100	1.116.232	100

Fuente: www.sicex.com

49.01.99.90.0. Los demás.

País Origen	VALOR CIF (US\$)					
	2010	%	2011	%	2012 (ene-sep)	%
ESPANA	17.863.658	29,5	18.521.597	26,8	12.363.202	24,9
ESTADOS UNIDOS	12.395.996	20,5	14.332.759	20,7	9.644.450	19,4
MEXICO	7.893.368	13,0	8.175.832	11,8	6.477.596	13,1
CHINA	3.203.497	5,3	6.091.379	8,8	6.280.220	12,7
REINO UNIDO	1.678.192	2,8	2.494.380	3,6	2.662.711	5,4
PERU	2.383.811	3,9	2.403.938	3,5	2.474.193	5,0
FRANCIA	0	0,0	0	0,0	1.498.700	3,0
BRASIL	1.420.503	2,3	1.453.002	2,1	1.429.222	2,9
ARGENTINA	1.743.330	2,9	1.653.254	2,4	1.252.005	2,5
COLOMBIA	0	0,0	0	0,0	1.097.954	2,2
ALEMANIA	1.618.739	2,7	0	0,0	0	0,0
CHILE	2.483.363	4,1	5.554.940	8,0	0	0,0
PANAMA	0	0,0	1.142.299	1,7	0	0,0
OTROS	7.816.699	12,9	7.310.067	10,6	4.444.579	9,0
TOTAL	60.501.155	100	69.133.446	100	49.624.833	100

Fuente: www.sicex.com

3.4. Precios y márgenes comerciales¹

En el sector editorial se multiplican los precios por factores que permiten a los canales de distribución obtener una cierta rentabilidad y cumplir con el objetivo de hacer asequible el libro al consumidor para su compra. Los factores difieren según la línea editorial y atienden las expectativas de rotación y del producto y su temporalidad. Debe tenerse en cuenta que cuando un canal importa también amplía los factores para la fijación del precio al público.

En Colombia no existe un precio único para el consumidor, aunque las editoriales fijan un precio público de referencia. Los factores multiplicadores más altos se dan en el canal de las ventas a crédito y ventas puerta a puerta, en donde se incluyen amplios plazos de crédito para su cancelación en cuotas.

En el mercado del libro los márgenes con los que se opera están en función de los descuentos que se reciben del canal de comercialización inmediatamente anterior. Cuantificando dichos descuentos se obtienen los márgenes comerciales. Si se dividen los libros en cuatro grandes subsectores, los márgenes con los que operan los distintos canales de comercialización son aproximadamente los siguientes:

LIBROS DE LIBRERÍA

- Distribuidor: recibe del editor, tanto nacional como internacional, descuentos del 50% al 60%.
- Librería: recibe del distribuidor descuentos del 35% al 40%.

FASCICULOS

- Distribuidoras Unidas (única distribuidora de fascículos): recibe los fascículos de los editores con descuentos del 40% al 50%.
- Puntos de Venta: reciben descuentos del 20% al 30% de Distribuidoras Unidas.

LIBROS DE TEXTO

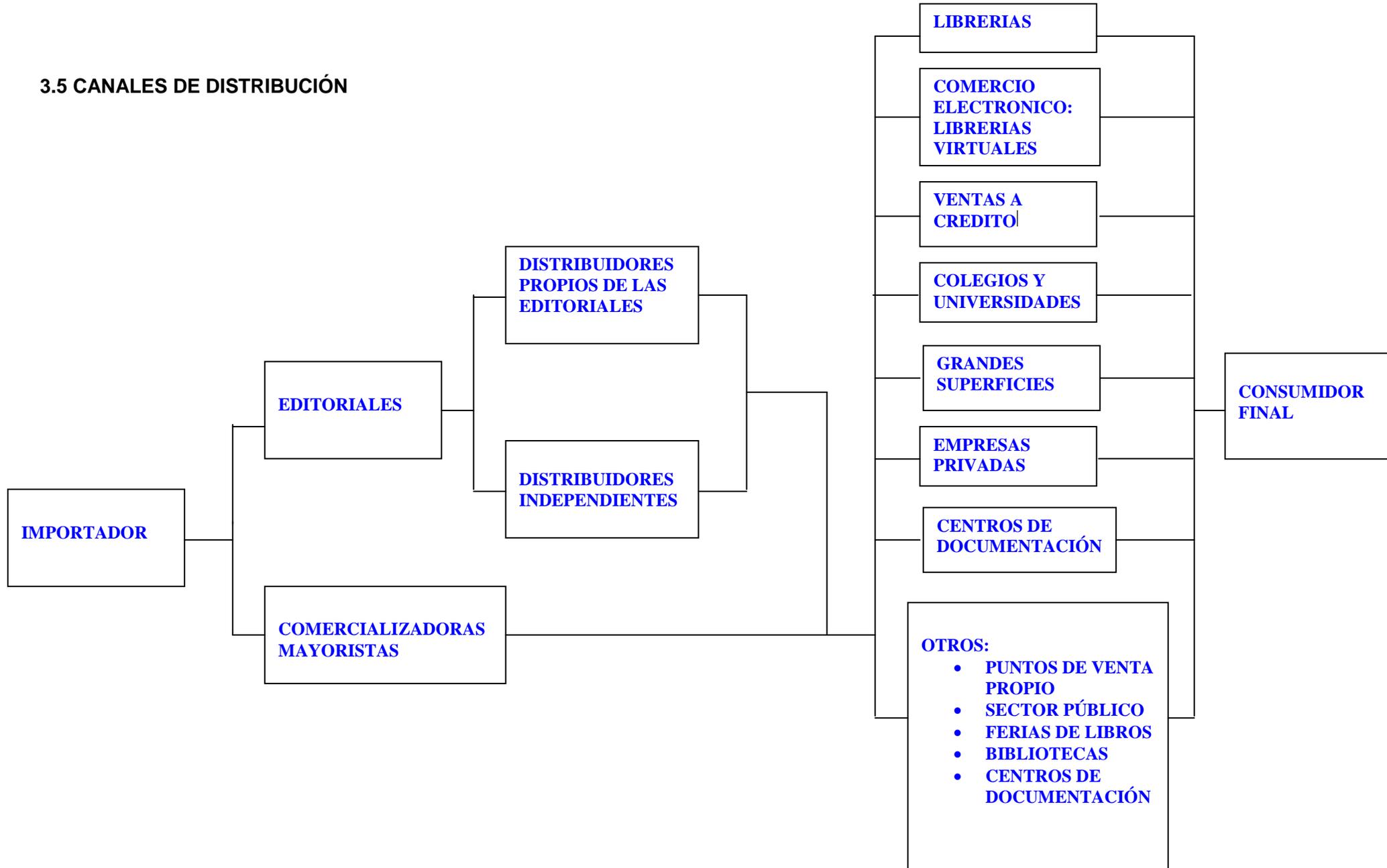
- Editor: entrega al punto de venta los ejemplares con un promedio de descuentos del 25% al 40% (su margen aproximado es del 15%-20%).

ENCICLOPEDIAS, DICCIONARIOS Y OBRAS DE REFERENCIA

- Ventas a crédito y ventas puerta a puerta: recibe del editor descuentos del 70% al 85%.
- Distribuidores: reciben descuentos de los que venden a crédito y puerta a puerta del 60% al 80%.

¹ ICEX. "El Sector Editorial en Colombia". Pág.21.

3.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN



4. COMPETENCIA

4.1. Descripción de la industria editorial colombiana

La industria editorial colombiana es una industria madura, la cual está compuesta por un alto número de empresas, las cuales ejercen una fuerte competencia interna. Dentro de las empresas se pueden identificar tres tipos:

1. **Las empresas editoras:** Son aquellas empresas que únicamente se dedican a la edición de libros, dejando la distribución y comercialización de estos a comercializadoras y distribuidoras independientes. Debido a que son muy pequeñas y no cuentan con la capacidad para la distribución de sus publicaciones.

2. **Empresas Distribuidoras:** Son las empresas que se encargan de la comercialización y distribución de las publicaciones de las empresas editoras, en dos modalidades: a) bajo un régimen de exclusividad y b) mediante la distribución de varias editoriales. Un gran número de este tipo de empresas distribuye publicaciones nacionales como extranjeras. El mercado está compuesto por pequeñas y grandes distribuidoras, con una gran participación en el mercado, manejando un alto volumen y variedad de publicaciones.

3. **Empresas Editoras- Distribuidoras:** Son las empresas editoras que comercializan sus propias publicaciones. A través de sus departamentos de ventas, estas en algunos casos realizan la comercialización de los ejemplares de otras editoras de carácter nacional como extranjero bajo el régimen de exclusividad.

Este tipo de empresas se caracterizan por: ser de gran tamaño, con un potente departamento de ventas, tener una gran participación en el mercado y una imagen corporativa posicionada a nivel nacional.

4.2. LA OFERTA

4.2.1 Producción Nacional

La metodología para hallar la producción editorial nacional, está dada por el número de ejemplares editados por primera vez, a lo que se le debe incluir el número de reediciones y las reimpressiones.

El sistema ISBN² registra la totalidad de títulos de editados por primera vez y los de reedición. La producción de las reimpressiones se calcula mediante la realización de encuestas a la industria editorial nacional.

La producción total del sector editorial colombiano según las cifras más recientes de la Cámara Colombiana del Libro, ascendió en 2010 a 36.991.956 de unidades, con la participación del formato en papel del 96.6%, lo que representó un aumento del 2.2 % en

²El International Standard Book Number ISBN es un sistema internacional de numeración que identifica cada título impreso y digital de acuerdo con su procedencia (región, país o área idiomática) y número del editor. Está conformado por trece dígitos precedidos por las siglas ISBN. En <http://www.camlibro.com.co/>

relación al año inmediatamente anterior, seguido por el formato en CD Room y el DVD con un 2.8%. Los video libros, audio libros e Internet registraron participaciones inferiores al 1%.

En cuanto a la producción por subsectores en 2010, el subsector que más registró publicaciones fue el de interés general con una producción de 18'186.948 unidades cifra que represento el 49.2% de la producción total, a este subsector lo siguió el didáctico con una participación de 11'598.879 unidades que representaron el 31.4% de la producción. El subsector de la religión que lo sigue registro una producción de 3'814.916 unidades equivalentes al 10.35 % de la producción total,. En ultimo lugar se ubicó el subsector científico y técnico con 3'391.213 unidades que representaron el 9.2% de la producción nacional total..

4.2.2. Producción extranjera.

Tradicionalmente en Colombia han operado editoriales españolas, que llevan largo tiempo en el mercado y que tienen filiales posicionadas en el territorio nacional. Cabe destacar que las relaciones comerciales entre Colombia y España son las más dinámicas del sector.

Entre las editoriales españolas con presencia en el país algunas de las más representativas son: Editorial Planeta, Editorial Santillana, Grijalbo Mondadori, Ediciones B, Ediciones Urano.

Estas empresas se caracterizan por imprimir sus obras en Colombia, debido a que los costos de producción son más baratos en el país en comparación a España y a otros países de la región.

La editorial Pearson, de gran reconocimiento mundial por su sello editorial 'Penguin Books' está presente en Colombia, con obras de interés general y libros didácticos. Otra de las importantes editoriales internacionales con presencia en Colombia es la americana Mc Grawhill especializada en publicaciones universitarias.

4.2.3. Servicios editoriales.

Según la Cámara Colombiana del Libro, los servicios editoriales se presentan como un sector activo, gracias a la alta calidad de los procesos, así como, de las profesiones que intervienen en la cadena de producción. Motivo por el cual Colombia se ha convertido en un destino atractivo para la contratación de servicios editoriales y de impresión.

Cabe resaltar que la exportación e importación de servicios editoriales actualmente no se contabiliza como tal, lo que se registra es la exportación e importación de un bien final (libro, material impreso, etc.) en donde va incluido el servicio editorial. Razón por la cual no se tienen estadísticas de la participación de este tipo de servicios, entre los que se encuentran los servicios de traducción, corrección de estilo, levantamiento de texto, diagramación y encuadernación.

Algunas cuantas empresas del sector han incursionado en la promoción y exportación del servicio editorial por modo 1 (suministro transfronterizo), sin embargo este sigue fuertemente ligado a la exportación del bien que lo materializa.

Según lo reportado por la Cámara Colombiana del Libro, individualizar y separar los servicios editoriales propiamente dichos del material impreso, eliminaría los costos de logística y contribuiría a la competitividad del sector.

Por tal motivo, la Cámara Colombiana del Libro adelanta esfuerzos orientados a promocionar y desligar los servicios de la cadena editorial del material impreso, especialmente en libros de texto y, con el objeto de promover el desarrollo del sector de manera independiente, aprovechando así las ventajas inherentes al mismo dado su carácter de intangible.

4.2.4. La piratería como una barrera comercial y de inversión.

Si bien no existen datos recientes de la incidencia de la piratería en la industria del libro en Colombia, consideramos relevante hacer mención de los resultados mostrados en el 2007 en un estudio realizado por Fedesarrollo para la Cámara Colombiana del Libro, en el cual se menciona lo siguiente:“.... El valor estimado de perdidas en ventas por piratería editorial asciende a US\$ 86 millones anuales..... esta suma equivale a 19,2% del total de ventas por las empresas editoriales en el 2004 (según información de la encuesta de la CCL). En cuanto al número total de libros piratas en 2004, la Cámara Colombiana del Libro señala que asciende a 5.5 millones de ejemplares al considerar los tres tipos de piratería ya mencionados.”³

4.2.5. Normatividad del Sector Editorial

La Ley N° 98 de diciembre 22 de 1993 “Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano”, es la referencia legal del sector editorial. Esta Ley regula el marco general del mercado editorial, el suministro de materias primas y la producción, la comercialización y promoción de libros, los aspectos fiscales e impositivos y los derechos de autor.

A los artículos anteriormente mencionados como el 20 y el 21 sobre las preferencias arancelarias y tributarias de las que goza el sector, cabe igualmente destacar el artículo 18, este establece que “Las empresas editoras, distribuidoras y librerías, que reinviertan total o parcialmente su renta exclusivamente en el desarrollo de su propia actividad empresarial o en el establecimiento de otras empresas de estos rubros, tendrán derecho a un crédito tributario por reinversión equivalente al 30% del monto reinvertido, de acuerdo a ley. La reinversión sólo podrá realizarse en bienes y servicios exclusivos para los fines editoriales, libreros y gráficos que correspondan a sus actividades”

4.2.6. Industria Gráfica

³ La piratería Editorial en Colombia; medición, factores explicativos y estrategias de acción; 2007

La producción estimada para 2011 de la industria gráfica nacional se aproxima a los 1.150 millones de dólares. Esta expectativa se debe a la revaluación que vivió Colombia durante los últimos tres años la que permitió a los empresarios de la industria gráfica adquirir maquinaria de alta tecnología a mejores y más asequibles precios.

Los equipos que llegaron a las imprentas del país fueron: rotativas para la impresión de libros y revistas; Tecnología CPT (computer to play) para la impresión; y tecnologías de información variable EQ para la impresión digital. Las marcas que más se están importando son Hewlwt Packard, Xerox y Epson.

Esta industria alcanzó entre el 2003 y el 2011 un promedio de producción de 1,8 billones de pesos por año y atiende la demanda de países como Venezuela, Ecuador, Perú, y parte de Centroamérica. Las empresas gráficas de Colombia están a la vanguardia en tecnología, y se caracterizan por la alta calidad de sus productos y por la rapidez en la entrega. Los sectores que reportan mayores utilidades son los de empaques y libros

4.3. LA DEMANDA

4.3.1. Perfil del consumidor

Las estadísticas sobre el perfil del consumidor colombiano de libros corresponde (se incluyen citas textuales) a la Encuesta Continua de Hogares⁴ realizada por el DANE del módulo sobre los Hábitos de lectura y consumo de libros en el cuarto trimestre de 2005, disponible en Internet⁵

Algunos datos relevantes

- Las mujeres leen más libros que los hombres: 56,5% frente a 43,5%.
- El 37% de las personas encuestadas respondieron que leen libros.
- El 21% de las personas encuestadas respondieron que leen revistas.
- El 24 % de las personas encuestadas respondieron que leen periódicos.
- La proporción de personas encuestadas que afirma leer revistas pasó de 26,2% en el año 2000 a 27,2% en 2005.

⁴ La población objetivo para el Módulo Hábitos de lectura fueron las personas con 12 años y más en las zonas urbanas y el área rural que, en el total nacional, corresponden a cerca de 33 millones 851 mil personas (75,5% de la población total del país).

⁵ **Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y consumo de libros en Colombia.** En: http://www.cerlalc.org/redplanes/boletin_redplanes2/imagenes/documentos/4_Habitos_lectura_Colombia.pdf

- La proporción de personas encuestadas que afirma leer periódicos pasó de 31,2% en el año 2000 a 32% en 2005.
- Aumentó la proporción de personas encuestadas que afirma leer en Internet (de 4,9% en el año 2000 a 11,9% en 2005).
- El número promedio de libros leídos por los colombianos se redujo en un 25%. Entre la población que afirmó leer habitualmente, el número de libros por año pasó de 6 en el año 2000 a 4,5 en el 2005.
- Para toda la población en edad de trabajar (PET), en las once ciudades comparables entre los años 2000 y 2005, esa cifra pasó de 2,4 libros leídos por año a 1,6.
- El tiempo dedicado a la lectura por gusto o entretenimiento cayó 9 minutos entre 2000 y 2005. Es decir, de 43 a 32 minutos en promedio cada día.

¿Con qué fin compran libros los colombianos?

Los resultados de la encuesta revelaron que 23 de cada 100 personas mayores de 12 años compraron al menos un libro en 2005. Bogotá es la ciudad donde los lectores habituales compran más libros, con 5,3 libros en promedio por lector. El 28% de las personas que compraron libros en Bogotá durante el último año anterior a la encuesta lo hizo en librerías. El gasto promedio en libros fue de \$168.000 anuales (superior a la cifra de 2000, que fue de \$160.000). En Bogotá, los principales motivos para comprar libros tuvieron que ver con requisitos escolares y universitarios (35%) y la necesidad de adquirir conocimientos (30,8%). Sólo un 16,6% mencionó la lectura por entretenimiento como una razón para comprar libros. En cuanto a los libros comprados por familia, Montería, Bogotá, Pasto y Cali, cuentan con los índices más altos.

En 2005, los principales tres motivos para comprar libros fueron:

- Para atender requerimientos escolares y/o universitarios, con una frecuencia de respuesta de 37,4% de los encuestados que afirmaron leer habitualmente en el país.
- Para adquirir conocimientos, con una frecuencia de respuesta de 32,9% de los encuestados que afirmaron leer habitualmente en el país.
- En tercer lugar aparece la lectura por entretenimiento o gusto con una frecuencia respuesta de 16,2% de los encuestados que afirmaron leer habitualmente.

La lectura en Internet

- Entre 2000 y 2005, la lectura habitual en Internet creció en un 144% entre todos los encuestados y creció en un 152% entre la población lectora (se tomaron en cuenta las 11 ciudades comparables): Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali, Bucaramanga, Manizales, Pasto, Pereira, Cúcuta, Ibagué y Montería.
- Con respecto a la población mayor de 12 años, la proporción de lectores habituales de libros disminuyó 7,6 puntos porcentuales entre 2000 y 2005 (al pasar de 48,3% a 40,7%), mientras que el porcentaje de lectores habituales de Internet creció 7 puntos porcentuales (pasó de 4,9% a 11,9%).
- En 2005, los colombianos dedicaron, en promedio al día, 3,5 horas a la lectura en Internet.
- En 2005, los colombianos dedicaron, en promedio al día, 32 minutos a la lectura de libros por gusto o entretenimiento.
- Los jóvenes leen en Internet para estudiar, conversar (“chat”) y para entretenerse. Al aumentar la edad se cambian los objetivos de la lectura en Internet: las personas entre 25 y 55 años lo hacen para obtener información relacionada con su trabajo (80% de los encuestados que afirman leer habitualmente por este medio) y para actualizarse (56,5%).
- Cuando se cruzan los motivos de la lectura en Internet con los “lugares” donde se realiza aparece en primer lugar de importancia “el hogar” con 53%, seguido por el “café Internet” (43%), el lugar de estudio (21%), el sitio de trabajo (18%) y la casa de familiares y amigos (9%).
- Medellín es la ciudad donde las personas dedican más tiempo a la lectura en Internet: con un promedio de 4,49 horas de lectura de lunes a viernes. En las otras doce ciudades encuestadas ese promedio es de 2,53 horas de lectura de lunes a viernes.

Lectura de revistas, periódicos y otros materiales impresos

- La comparación entre las cifras de 2000 y de 2005 concluye que la lectura de revistas y periódicos se mantuvo casi inmóvil en sus índices.
- El 73% de los colombianos no lee revistas, el 68,5% no lee periódicos y el 59% no lee libros.
- Los hombres leen más periódicos que las mujeres (53,3% frente a 46,5%).
- Las mujeres leen más revistas que los hombres: 59,9% frente a 40,1%.

- En el área rural, la participación de los hombres en la lectura de periódicos es de 56,8% con respecto al 43,2% de las mujeres.
- El 21,2% del total de la población estudiantil lee revistas y el 18,1% lee diarios o periódicos.
- El 22,1% de los encuestados que afirmaron leer habitualmente en Internet lee periódicos.
- El 17,9% de los encuestados que afirmaron leer habitualmente en Internet lee revistas.

Asistencia y uso de los servicios de las bibliotecas

- En el consolidado de las 13 áreas metropolitanas que fueron cubiertas por la encuesta, el 19,6% de los encuestados asistió a bibliotecas.
- En las zonas rurales, el 10% de los encuestados asistió a bibliotecas.
- Pasto, Montería y Medellín son las ciudades con una mayor asistencia a bibliotecas (alrededor del 23% de los mayores de 12 años y cerca de la mitad entre los lectores efectivos de libros).
- Las bibliotecas más visitadas del país son las públicas (44% de los encuestados). Los mayores niveles de asistencia están en: Bogotá, Cali, Ibagué, Medellín y Villavicencio.
- Las bibliotecas escolares tienen mayor proporción de usuarios en las tres ciudades de la Costa Atlántica incluidas en la encuesta (Barranquilla, Cartagena y Montería).

¿Cómo son los lectores de las ciudades de Colombia?

- Aunque existe una gran participación de lectores entre la clase media, hay una mayor propensión a la lectura por parte de las personas que pertenecen a la clase alta y de la población cuya actividad principal es el estudio.
- Los lectores más jóvenes son los de Cartagena y Cúcuta (28 años en promedio) y los de mayor edad (34 años en promedio) son los de Cali.
- Quienes leyeron una mayor cantidad de libros (5,5 libros en promedio por lector) están en Cartagena y los que menos leyeron (3,2 libros por lector) están en Barranquilla.
- La lectura más frecuente entre quienes leyeron libros en el último año (en las 13 ciudades encuestadas) es la literatura (35% de los casos).

- En esas mismas ciudades, en el grupo de personas de 18 a 24 años es más frecuente la lectura de libros de estudio. La excepción es Bogotá, donde es más usual la lectura de literatura, más por gusto o por entretenimiento que por exigencia académica.
- Entre las personas de 25 a 55 años de Cali, Cartagena, Ibagué, Montería, Pasto y Villavicencio lo que más se lee es literatura científica o técnica. En el resto de las ciudades, predomina la literatura.
- Las personas mayores de 55 años de la Costa Atlántica, Bucaramanga, Cali, Pereira y Villavicencio leen con más regularidad libros religiosos, por oposición a las demás ciudades donde la literatura vuelve a ser más frecuente.

La lectura de los niños de 5 a 11 años

- El 38% de los hogares colombianos tienen niños entre 5 y 11 años. Esto quiere decir que hay 4.335.728 hogares con niños de estas edades en el país.
- En el 40% de esos hogares no se lee con los niños de forma compartida.
- Según los resultados de la encuesta, al 63% de los niños del país les gusta que les lean.
- El 61,3% de ellos prefieren que quien les lea sea la madre. Al padre lo prefieren en el 12,6% de los casos, mientras que el 12,3% de los niños prefiere a otros familiares. Los maestros son preferidos en el 9,1% de los casos a nivel nacional.
- En las zonas rurales el 16% de los niños prefieren que quien les lea sea el maestro.
- En el 50% de los hogares con niños donde nunca se lee, no hay libros, o declaran tener cinco libros o menos.
- En el 41% de los hogares encuestados (2.737.261) los niños no tienen libros o tienen máximo cinco libros, lo que contrasta con la preferencia del lugar de lectura, que en el 90% de los niños encuestados es el hogar.
- El 90% de los niños encuestados prefieren como lugar de lectura el hogar.

4.4 OPINIÓN DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE EL POTENCIAL QUE TIENE EL PRODUCTO

Durante la reciente versión de la Feria Internacional del Libro de Bogotá, fue palpable el interés de los diferentes actores que intervienen en la comercialización, por conocer las propuestas chilenas.

Esta Oficina considera que teniendo en cuenta el desarrollo del sector en Colombia, el potencial de crecimiento, la ubicación estratégica de este país y la especialización que ha alcanzado en cierto tipo de productos (libros infantiles, cuadernos), las posibilidades de negocios son amplias, especialmente para el tema de servicios. Adicional a los puntos mencionados anteriormente, podemos anotar los siguientes:

- **Crecimiento de la Economía:** La economía colombiana muestra síntomas de recuperación, impulsada por un mayor dinamismo en los sectores de la construcción y de las exportaciones. Para el presente año se tiene previsto que la economía crezca por encima del 6%, mientras que la inflación se espera que esté entre el 3% y el 4%.
- **Fuerte revaluación del peso colombiano:** Por otra parte el peso colombiano ha sufrido una revaluación, situación que favorece la importaciones, debido a factores muy particulares como el ingreso una gran cantidad de dólares a través de las remesas que envían los colombianos que viven en el exterior, la creciente inversión extranjera y los préstamos que obtiene el gobierno para cubrir el déficit fiscal.
- **Ley que incentiva al sector del libro:** La industria del libro se ve ampliamente incentivada para su desarrollo, a través de la mencionada Ley del Libro la cual entrega beneficios para toda la cadena de distribución desde el productor hasta el consumidor final, a través de la exoneración tributaria y líneas de crédito especiales para los fabricantes locales.
- **Alta sensibilidad del consumidor a los precios:** De acuerdo a la información entregada por la Cámara Colombiana del Libro, el comportamiento del consumo tiene una relación directa con el buen funcionamiento de la economía. Teniendo en cuenta lo anotado anteriormente, consideramos que las condiciones actuales de la economía, favorecen la importación de libros, o la instalación de compañías editoriales, así como la prestación de servicios para el sector.

Como aspectos que merecen atención por la incidencia negativa que puede tener sobre la oferta de Chile, podemos mencionar los siguientes:

- **País competitivo en la prestación de servicios de impresión:** Como se ha señalado anteriormente, Colombia ha sufrido un proceso de revaluación importante durante los dos últimos años, aspecto que ha sido aprovechado por las compañías impresoras locales para adquirir tecnología de punta. A ello se suma la disponibilidad de capital humano calificado, el cual representa un costo menor comparado con un profesional o técnico, de las mismas características, en un país como España. La suma de la tecnología y del personal capacitado hace de Colombia un país a la vanguardia de servicios de impresión, dada la calidad de los procesos y los bajos tiempos de entrega.
- **Los altos índices de piratería:** aunque no es un factor que afecta de manera exclusiva la prestación de servicios editoriales chilenos esta incide de manera

negativa en las oportunidades de negocios que se puedan presentar, debido a que esta actividad se aprecia como un desincentivo para la importación y comercialización de obras literarias de gran reconocimiento mundial o comúnmente denominadas *best sellers*, ya que pese a los esfuerzos institucionales por erradicar la problemática, factores como los bajos precios y la gran calidad de la impresión hacen de la piratería un negocio rentable en el país y por consiguiente difícil de eliminar.

4.5 SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA DESARROLLAR EL MERCADO PARA EL PRODUCTO CHILENO.

Las favorables condiciones de la economía colombiana en los últimos años, ha permitido un incremento del consumo en los hogares colombianos y por lo tanto del consumo de libros entre otro tipo de bienes, hecho que ha tenido una incidencia positiva sobre el sector editorial.

Teniendo en cuenta que Colombia es un país con una gran tradición literaria y es poseedor de una industria editorial desarrollada, con una apreciable participación de editoriales nacionales como extranjeras, el mercado de los servicios aplicables al sector resulta atractivo, pero al mismo tiempo muy competitivo.

Por lo tanto y teniendo en cuenta la competitividad de Colombia en la prestación de servicios editoriales y de impresión, lo que esta Oficina propone a las empresas chilenas oferentes, consiste en la implementación de una estrategia de posicionamiento, basada en la oferta de un amplio portafolio de opciones para el sector.

En este aspecto consideramos importante que se realice una visita al mercado por parte de empresas interesadas, para detectar necesidades técnicas específicas que permitan conocer con mayor detalle oportunidades.

Adicionalmente, se deben tener presentes aspectos como: i) la calidad, no solo en lo referente a la presentación, sino también en el contenido, ii) precios ajustados a la realidad colombiana, iii) una adecuada promoción en eventos que ofrecen una amplia plataforma para hacer nuevos negocios como es el caso de la Feria Internacional del Libro de Bogotá, una de las más reconocidas a nivel mundial.

Otro evento en el que se podría participar es el de las licitaciones públicas anuales, como la Vitrina Pedagógica organizada por la Secretaría de Educación Distrital de Bogotá con la colaboración de la Cámara Colombiana del Libro (CCL) y la Fundación para el fomento de la Lectura, Fundalectura. En la que durante una semana las Instituciones Educativas Distritales (IED) tienen un espacio y un punto de encuentro con la oferta editorial para los grados 0 a 11, en donde los representantes de estas seleccionan de forma autónoma textos escolares y libros de referencia y consulta de acuerdo con el Programa Educativo Institucional (PEI) o sus necesidades específicas.

Por otra parte, a la hora de buscar un distribuidor local se debe hacer con el debido cuidado de contactar a uno con la suficiente experiencia y conocimiento del mercado, y poseedor de una gran imagen corporativa. En este aspecto los contactos de la Oficina Comercial pueden ser aprovechados para establecer las características de un distribuidor local y de esta forma minimizar el riesgo en la exportación hacia este país.

5. FERIAS

FERIA DEL LIBRO DE BOGOTÁ Segunda quincena de abril
www.feriadellibro.com

VITRINAS PEDAGÓGICAS Varias al año
www.fundalectura.org

6. ENTIDADES RELEVANTES

- Ministerio de Educación www.mineducacion.gov.co
- Cámara Colombiana del Libro www.camlibro.com.co
- Fundación para el Fomento de la Lectura www.fundalectura.org
- Asociación Col. de la Industria Gráfica www.andigraf.com.co
- Asoc. Nal. de Anunciantes www.andacol.com