

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS



Informe Especializado:

El sector editorial en Brasil



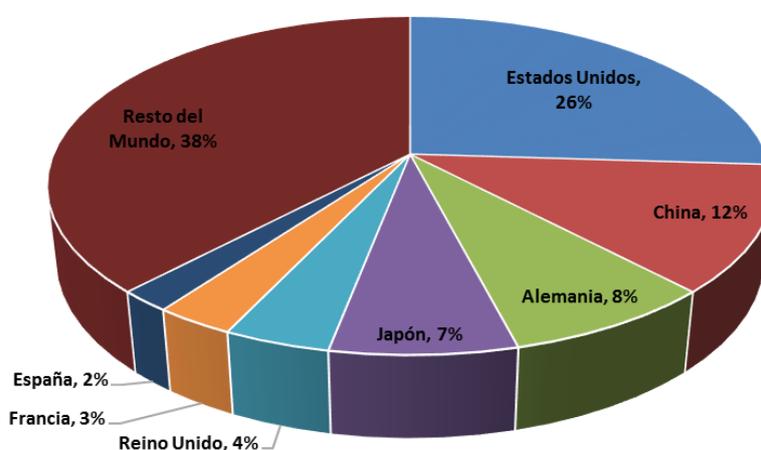
Informe especializado: Editoriales en Brasil

I. Industria editorial en el mundo

Esta industria, es una de las más grandes de las industrias culturales, en sus inicios estuvo concentrada en los mercados de Europa, Norteamérica y algunos mercados de Asia. Sin embargo, en la actualidad las ciudades emergentes han incrementado sus preferencias hacia los libros y lectura de manera considerable.

En el siguiente gráfico se detalla la participación por mercados para la producción de publicaciones, la tendencia sigue siendo preponderantemente asociada a los mercados europeos.

Gráfico N° 1: Participación mundial de producción de editoriales (2013)



Fuente: Annual Report: International Publishers Association
Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperú

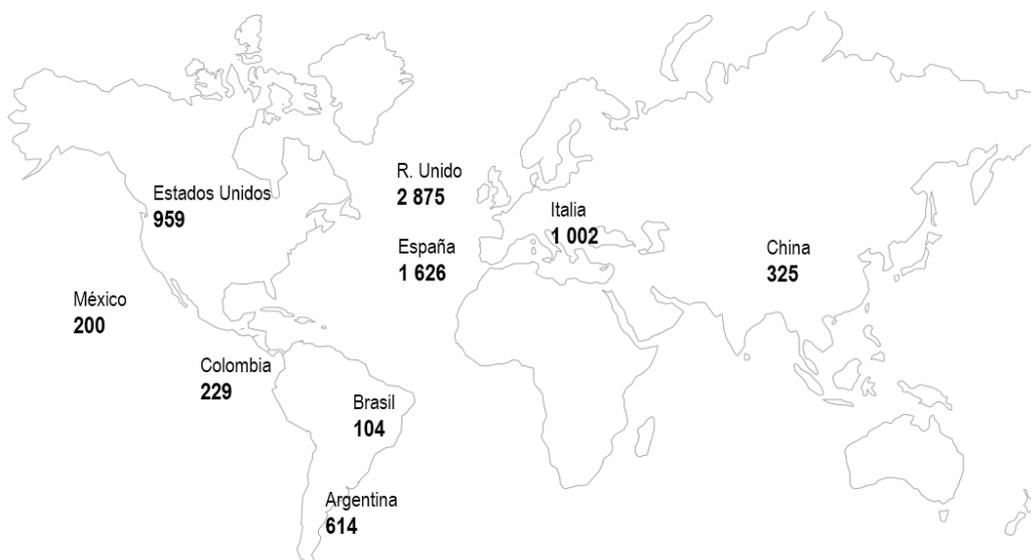
Los denominados países BRIC del que forman parte Brasil, Rusia, India y China, muestran que tanta influencia tiene la globalización en el negocio de los libros en la actualidad, esto reflejado en el crecimiento económico y aparición de la nueva clase económica media, lo que tiene como consecuencia la disponibilidad de recursos para invertir en publicaciones impresas, principalmente libros relacionados a la educación, lo cual los convierte en un potencial de mercado. Para el caso de Rusia, si bien la industria ha presentado un descenso llegando a US\$ 2.3 mil millones de dólares en ventas, la producción no ha sido afectada en cuanto a número de títulos publicados los cuáles se encuentra en alrededor de 120 mil títulos, 7mil menos que los registrados en el 2008.

Al 2014, Estados Unidos cuenta con un valor estimado de US\$ 29 922 millones, China creció 9% superando los US\$ 16 756 millones; Brasil se ubicó en el décimo puesto mundial, México creció en 3%, Colombia 7% y Argentina se ubica en el 25° puesto del ranking de IPA¹.

Las industrias editoriales de mayor valor se concentran en mercados europeos principalmente, como es el caso de Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España, sin embargo sus comportamientos se han reducido. En cuanto a la cantidad de títulos nuevos por cada millón de habitantes por mercados, es el Reino Unido la economía que va delante con 2 875 publicaciones, le sigue España con 1 626 ediciones. A nivel Sudamérica, es importante mencionar a Argentina con 614 nuevos títulos, seguido por Colombia con 229 y Brasil con 104 títulos nuevos.

¹ International Publishers Association
Inteligencia de mercados

Gráfico N° 2: Título nuevos por millón de habitantes (2014) (*)



Fuente: Asociación internacional de editores

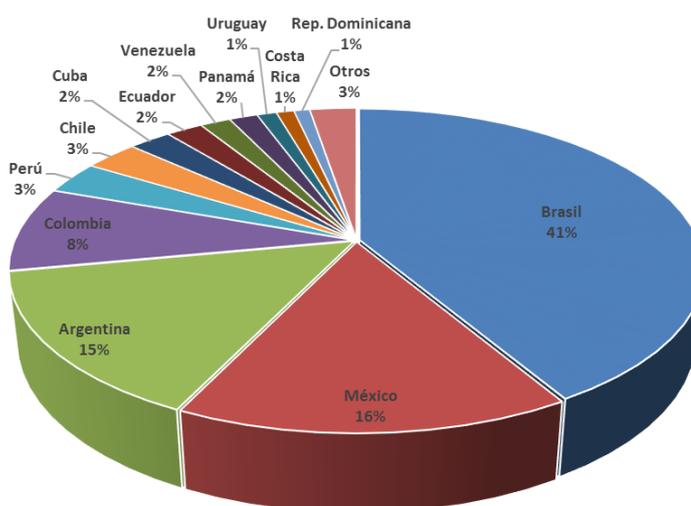
(*) Títulos nuevos: nuevas publicaciones no editadas en años anteriores

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperú

II. Industria editorial en Iberoamérica

Para el 2014, las agencias nacionales de Iberoamérica registraron 304 409 títulos con ISBN ²registrando un crecimiento de 0,7% con respecto al periodo anterior. Los países de América Latina redujeron en 2,8% el volumen de títulos registrados, explicado principalmente por los menores números de títulos registrados por Brasil. En cuanto a la distribución de los títulos registrados el 78% corresponden a publicaciones impresas y 22% a las digitales, si bien tiene una participación menor éstas tuvieron un crecimiento constante, se contabilizaron alrededor de 40 533 títulos explicado principalmente por las editoriales digitales con ISBN de las editoriales universitarias y del sector público.

Gráfico N° 3: Participación a nivel Iberoamérica 2014



Fuente: Agencias nacionales de ISBN

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperu

² International Standard Book Number

Para el 2014, son 3 los mercados que tienen el 72% de la participación a nivel Iberoamérica y corresponden a Brasil, México y Argentina. Sin embargo es importante mencionar que Brasil presentó una contracción de los títulos publicados y para los otros dos mercados sus crecimientos apenas llegan a 0.2% y 1% respectivamente.

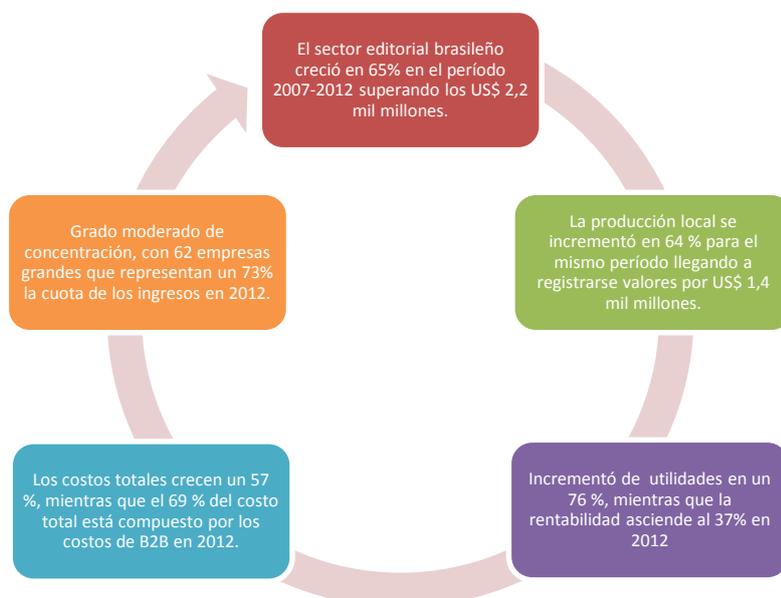
La reducción de los títulos de Brasil, Perú y Chile se contrarrestó con el crecimiento de México, Argentina y Colombia, economías que en total tienen en conjunto el 39% del mercado.

Entre los mercados que mostraron crecimiento pero que sus participaciones son pequeñas aún, se encuentran Honduras, Cuba, El Salvador, Rep. Dominicana, Guatemala, Ecuador, Costa Rica y Panamá, economías que en conjunto representan el 9% del total. El crecimiento de la industria editorial en las economías emergentes responde al incremento de la clase media, que accede al libro para educarse y para entretenerse.

III. Industria editorial en Brasil

En el 2014 Brasil produjo 78 288 títulos con ISBN, reduciéndose en 8.8% con respecto al año anterior, como consecuencia de la desaceleración de la economía brasileña y a las menores compras del sector público siendo las editoriales comerciales las más afectadas.

Gráfico N° 4: El mercado brasileño de las editoriales 2014



Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperu

En los últimos años, Brasil se ha convertido en uno de los destinos preferidos para los actores mundiales de las editoriales, un ejemplo claro es Amazon.com que ha presentado una oferta para participar en los programas del gobierno para la distribución de libros digitales, esto como consecuencia de las acciones del gobierno en entregar más de 600 mil tablets a los docentes, oportunidad que Amazon ha identificado.

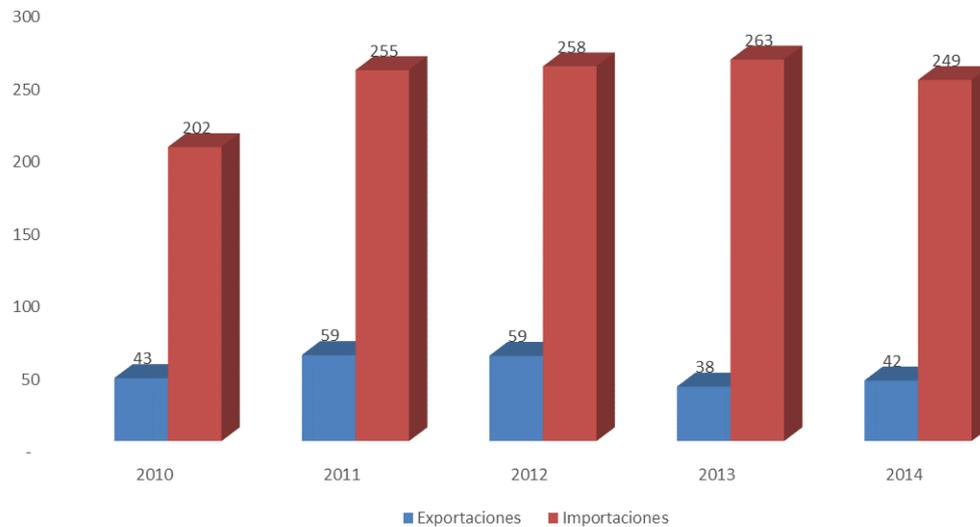
IV. Importaciones brasileñas de editoriales

Las importaciones de editoriales (capítulo 49) ascendieron a US\$ 249 millones 2014 y han mantenido un comportamiento positivo en los últimos 5 años de 5,3%. Sin embargo, en el 2014 se contrajo en un 5,4% con respecto al año anterior, por las menores compras provenientes de México, Uruguay, Alemania, Japón, Singapur y China.

Son 4 los mercados que tienen el 64% de participación como abastecedora de productos editoriales en el Brasil, estos corresponden a China (23%), Estados Unidos (18%), Reino Unido (12%) y Hong Kong (11%), es importante mencionar que las ventas de China hacia Brasil se han reducido en 16,2% en el 2014. El Perú se ubica en el puesto nro. 25 a

nivel internacional y a nivel Sudamérica en 5to lugar después de Argentina, Chile, Colombia y Uruguay, en conjunto la presencia de los mercados de América del Sur tienen una participación conjunta de 5% y en valor de US\$ 12 millones.

Gráfico N° 5: Evolución de las importaciones y exportaciones de editoriales de Brasil (US\$ Millones)



Fuente: Trademap

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperú

V. Importancia del idioma español en Brasil

El 5 de agosto de 2005 se promulgó la ley N° 11.161, llamada “Ley del español”, la cual establece la obligatoriedad para las escuelas de enseñanza media, públicas y privadas, de ofrecer clases de lengua española en sus mallas curriculares, y el carácter opcional de los alumnos de matricularse en las misma. Mientras que para la enseñanza fundamental la medida tiene carácter facultativo a partir del 5° grado, con esta regulación se abrió definitivamente las puertas al idioma español en el mercado brasilero. Las razones de su propuesta obedecen a una serie de factores entre los que se encuentran el hecho de pertenecer al MERCOSUR, el número de hispanohablantes en dicho mercado, el hecho de que Brasil este rodeado de países de lengua española.

Esta ley no reside únicamente en el hecho que el idioma español sea una materia obligatoria en el mercado brasilero, sino que los alumnos de enseñanza media han de cursar obligatoriamente una lengua extranjera y que esta tiene que ser forzosamente el español.

Estructura del sistema educativo brasilero:

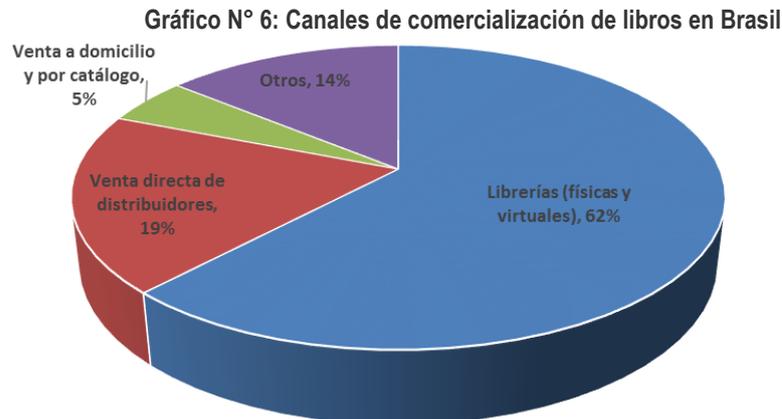
- Educación infantil (de 0 a 5 años), la enseñanza del idioma extranjero en esta etapa no es obligatoria y se limita a los centros patrocinados por instituciones extranjeras, como es el caso del “Colegio español de titularidad mixta Miguel de Cervantes” de Sao Paulo.
- Educación fundamental (de 6 a 14 años): se divide en dos ciclos de ocho cursos cada uno. El ciclo inicial tiene una duración de 5 años y las edades fluctúan entre 7 a 11 años y el ciclo final compuesto por 3 cursos para las edades de 12 a 14 años. Al 2014 existían cerca de 12 mil escuelas de enseñanza fundamental que ofrecían español en cuanto al número de alumnos que estudiaban español en dicho periodo es de 3 171 638.³
- Educación secundaria (de 15 a 17 años): contempla 3 cursos, así mismo existe la educación secundaria técnica que tiene una duración de 4 años dependiendo de la certificación profesional.
- Educación universitaria: conformada por grados y post grados.

³ <http://portal.inep.gov.br/web/guest/inep-espanhol>

VI. Canales de Distribución y Comercialización

Entre las formas de ingresar al mercado brasileiro se encuentran las grandes redes de librerías, que a la vez son importadoras y tienen presencia a nivel nacional como es el caso de Saraiva S/A livreiros editores y Livraia cultura.

Asimismo, es importante mencionar a las casas editoras como: Ática, Moderna, Rocco, Juruá entre otros y para el caso de las librerías se cuenta con: García Cambeiro, Ciencia moderna, Travessa, Martins Fontes. El comercio on line se realiza a través de Visual Books, web que ofrece publicaciones de deporte, informática, negocios y para la enseñanza universitaria.



Fuente: Bookwire

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperu

Las grandes cadenas de librerías, han incrementado de manera constante su cuota de mercado en perjuicio de las pequeñas librerías independientes que no cuentan con las ventajas de estas grandes como economías de escala y optimización de costes de gestión. Por lo que algunas empresas como la plataforma de libros Kobo, pensó en una asociación con Livraria Cultura, que cuenta con 14 tiendas en todo el país y una de las librería online más importantes. Con esta asociación, se incrementará su oferta hasta llegar a cerca de 3 millones de títulos, por lo que esta práctica se convertiría en una de las formas de ingresar al mercado brasileiro.

VII. Precios

El precio promedio por libro creció en 1,7% pasando de US\$ 4.3 en el año 2012 a US\$ 4.4 en 2013. Si se analiza por tipo de línea editorial es importante mencionar los siguientes precios promedios al 2015⁴:

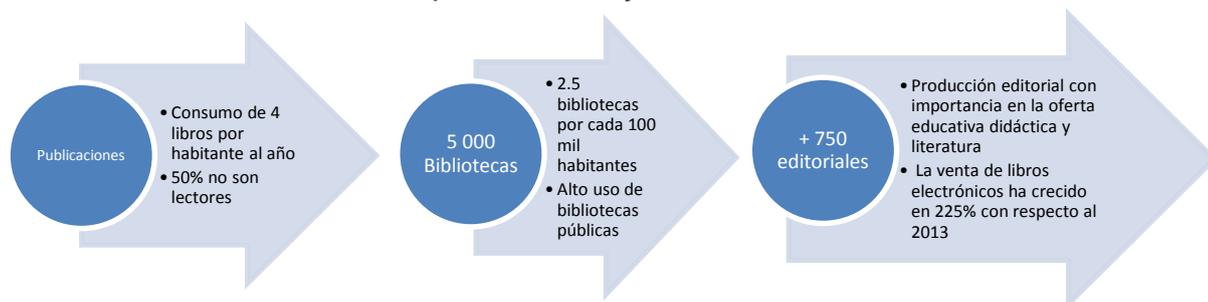
- a) Libros de negocios: US\$ 7
- b) Historia: US\$ 15
- c) Infantiles: US\$ 8
- d) Acción y aventura: US\$
- e) Terror y misterio: US\$ 10
- f) Juveniles: US\$ 8
- g) Literatura: US\$ 11

⁴ <http://www.planetadelivros.com.br/>

VIII. Tendencias de consumo

El enorme impulso que ha generado los índices de lectura y bibliotecas en el Brasil, más ser una de las diez economías más potentes del mundo, el quinto país del mundo por tamaño y población que comprende a la mitad oriental de sub continente sudamericano, más el esfuerzo realizado por los gobiernos en esta última década para adecuar la infraestructura y la competitividad mejorando los estándares e índices de desarrollo humano de su población. Ha logrado que el mercado editorial ubique a la economía brasilera como noveno más grande a nivel mundial por detrás de Italia y España y a la par de mercados asiáticos como Corea del Sur.

Gráfico N° 7: Principales indicadores y tendencias en el mercado del Brasil



Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperu

La empresa editorial L&PM de Brasil, creó el sello Ticket Books que hace que ciertos libros tengan un bono de diez billetes gratis en el metro. Esto incluye que si el usuario lo desee se puede recargar o sencillamente se puede optar por comprar otro libro igual con otros diez viajes gratis. La tecnología RFID permite esto, la innovación reside en que se haya incorporado esta particularidad a los libros y no a smartphones o eReaders.

IX. Actividades de promoción

Tabla N° 1: Información sobre Ferias Especializadas en Brasil

Nombre	Lugar	Duración	Nro. Expositores	Nro. Visitantes	Web
Bienal do Livro	Sao Paulo, Brasil	3 días	469	750 000	http://www.bienaldolivros.com.br/

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperu

X. Exportaciones peruanas

Los envíos de los productos del sector editorial hacia el mercado brasilero ha sido de US\$ 335 mil en el 2014 reduciéndose en 8.2% con respecto al 2013. Al 2015 las ventas a este mercado ascendieron a US\$ 884 mil incrementándose en 166,5%, este incremento está asociado a las mayores ventas de los impresos publicitarios como los catálogos que aumentaron sus exportaciones en US\$ 665 mil

Tabla N° 2: Principales partidas exportadas a Brasil (US\$ Miles)

SUBPARTIDA	DESCRIPCION	2011	2012	2013	2014	2015	Var %. Prom. 15/11	Var %. 15/14	Part. % 2015
4911100000	IMPRESOS PUBLICITARIOS, CATÁLOGOS COMERCIALES Y SIMILARES	8.88	0.50	1.40	164.39	829.82	210.92	404.79	93.91
4901999000	LOS DEMÁS LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, INCLUIDO EN HOJAS SUELTAS, A EXCEPCIÓN DE DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS	3,210.32	365.40	355.13	147.22	25.49	-70.15	-82.69	2.88
4908909000	DEMÁS CALCOMANÍAS	0.00	0.00	0.00	0.00	22.89	-	-	2.59
4901109000	LOS DEMÁS LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES EN HOJAS SUELTAS, INCLUIDO PLEGADAS; A EXCEPCIÓN DE HORÓSCOPOS	0.01	3.02	0.00	12.92	4.66	377.07	-63.91	0.53
4901910000	DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS, INCLUIDO EN FASCÍCULOS	44.33	6.18	2.23	1.81	0.56	-66.50	-69.18	0.06
4911990000	DEMÁS IMPRESOS	0.00	6.90	0.04	0.57	0.25	-	-56.69	0.03
4901101000	HORÓSCOPOS, FOTONOVELAS, TIRAS CÓMICAS O HISTORIETAS	0.55	0.00	0.00	0.00	0.00	-100.00	-	0.00
4901991000	HORÓSCOPOS, FOTONOVELAS, TIRAS CÓMICAS O HISTORIETAS	0.00	0.00	0.00	8.03	0.00	-	-100.00	0.00
4902909000	LOS DEMÁS DIARIOS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS, IMPRESOS, INCLUIDO ILUSTRADOS O CON PUBLICIDAD	0.38	0.04	0.00	0.00	0.00	-100.00	-	0.00
4905910000	MANUFACTURAS CARTOGRÁFICAS EN FORMA DE LIBROS O FOLLETOS	0.00	0.00	0.00	0.08	0.00	-	-100.00	0.00
4909000000	TARJETAS POSTALES IMPRESAS O ILUSTRADAS; TARJETAS IMPRESAS CON FELICITACIONES O COMUNICACIONES PERSONALES	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	-	-100.00	0.00
4910000000	CALENDARIOS DE CUALQUIER CLASE, IMPRESOS, INCLUIDOS LOS TACOS DE CALENDARIO.	1.02	0.15	6.06	0.00	0.00	-100.00	-	0.00
4911910000	ESTAMPAS, GRABADOS Y FOTOGRAFÍAS	0.00	0.09	0.00	0.00	0.00	-	-	0.00
TOTAL		3,265.48	382.28	364.87	335.03	883.67	-27.88	163.76	100.00

Fuente: Sunat.

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados – Promperu

A nivel de empresas, son 4 las que han realizados envíos constantes al mercado brasilero en los últimos 5 años y corresponden a los libros más pequeños del mundo EIRL, empresa editorial el Comercio S.A., Quad Graphics y Gráfica Biblos S.A. Asimismo, al 2014 fueron 20 las compañías que registraron envíos a este mercado, 1 más en comparación con el año anterior, siendo las más importantes Metrocolor S.A. y los libros más pequeños del mundo.

XI. Enlaces de interés

- Instituto Nacional de Estudios y pesquisas educacionales: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/inep-espanhol>
- Planeta de libros: <http://www.planetadelivros.com.br/>
- Asociación Brasileira de editoras universitarias: <http://www.abeu.org.br/farol/abeu/>
- Asociación Brasileira de editores de libros: <http://www.abrelivros.org.br/home/>
- Asociación nacional de librerías: <http://anl.org.br/web/>
- Cámara brasileira del libro: <http://www.cbl.org.br/>
- Liga Brasileira de editoras: <http://libre.org.br/>
- Sindicato nacionales de editores de libros: <http://www.snel.org.br/>
- Visual books: <http://www.visualbooks.com.br/shop/>