

Circulación y difusión del libro en Chile

Catastro de Librerías 2017

Editores de Chile



Editores de Chile

CIRCULACIÓN Y DIFUSIÓN
DEL LIBRO EN CHILE

Circulación y difusión del libro en Chile

Catastro de Librerías 2017

**Circulación y difusión del libro en Chile.
Catastro de Librerías 2017**

ISBN 978-956-8494-01-8

© Asociación de Editores Independientes,
Universitarios y Autónomos de Chile
www.editoresdechile.cl

Director investigación: Rodrigo Fuentes
Coordinadora investigación: Alejandra Peña
Diseño: Verónica Vélez

Impreso en Copygraph Impresiones
Santiago de Chile
Abril, 2018



Contenido

Introducción	9		
1 Resumen Ejecutivo	11		
2 Entrevistas agentes relevantes del mundo del libro	13		
2.1 Metodología	13		
2.2 Acceso al Libro en Chile	16		
2.3 Origen del Libro	18		
2.4 Compras y relación con los proveedores	19		
2.5 Asociatividad de las librerías	20		
2.6 Libro Digital	21		
2.7 Precio del Libro	21		
2.8 Presencia del libro en los medios	22		
3 Catastro puntos de acceso al libro	23		
3.1 Metodología	23		
3.2 Guía Librerías en Chile	25		
3.3 Puntos de venta supermercados	26		
3.4 Bibliotecas	27		
3.5 Puntos de Acceso al Libro	28		
4 Análisis Espacial y Georreferenciación de los Puntos de Venta	31		
4.1 Análisis Regional	31		
4.2 Análisis región Metropolitana	34		
5 Encuesta a Librerías en Chile	39		
5.1 Metodología	39		
5.2 Instrumento aplicado	41		
5.3 Resultados Estudio Librerías	42		
		6 Precio del Libro en Chile	57
		6.1 Precio del libro de acuerdo con percepción del librero encuestado	57
		6.2 Precio del libro de acuerdo con el estudio de registros de ISBN	58
		6.3 Precio del libro de acuerdo con precios de librerías	65
		6.4 Resumen Precio del Libro en Chile	66
		7 Presencia del Libro en Medios de Prensa Escrita	67
		7.1 Presencia del libro en medios de prensa de circulación nacional	68
		7.2 Presencia del libro en medios de prensa de circulación Regional	69
		7.3 Presencia General del Libro en Medios Chilenos	69
		7.4 Entrevistas a medios de prensa en Chile	74
		8 Taller Diagnóstico de Situación Librerías Independientes	77
		8.1 Taller de Diagnóstico, Modelo de Negocio Librero	78
		8.2 Taller de Diagnóstico, FODA Librero	81
		9 Matriz Causa – Efecto	85
		9.1 Problemas Indiferentes de las librerías	88
		9.2 Problemas Activos de las librerías	88
		9.3 Problemas Críticos de las librerías	89
		9.4 Problemas Pasivos de las librerías	89
		Investigadores	91

Introducción

El Estado de Chile mediante su Política Nacional de la Lectura y el Libro, reconoce la importancia de la lectura como un derecho de todos y todas, es por esto que debe ser garantizado el acceso a estos a lo largo de Chile y sin ningún tipo de discriminación de tipo económico, por raza, etnia, género, credo, u otros. Esta política tiene el afán de reforzar la Ley del Libro promulgada el año 1993.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, publicó el año 2014 el estudio Mapeo de las Industrias Creativas en Chile, el cual tuvo por principal objetivo caracterizar y dimensionar las industrias creativas en el país, una de ellas el arte Editorial.

Esta radiografía de la industria editorial pone especial énfasis en las problemáticas que hoy en día enfrenta la creación, publicación, comercialización y difusión de un libro, como por ejemplo el pequeño mercado lector, lo cual no permite la existencia de grandes volúmenes de tiraje de un libro, el impuesto al valor agregado (IVA) no diferenciado, es decir que el libro sea tratado como un objeto económico y mercantilista como cualquier otro bien de consumo, dejando de lado el valor cultural y simbólico que este aporta a una sociedad. Por otra parte, una gran cantidad de los libros comercializados no son de origen nacional, ni producidos en Chile, sino que son títulos importados, lo que afecta adicionalmente a la industria editorial nacional.

Una de las etapas fundamentales que genera el vínculo entre la creación de un libro y la lectura de este, es la distribución, comercialización y difusión de los títulos especialmente a nivel nacional. Es, por tanto, el único espacio destinado a generar la mayor cantidad de puntos de contacto entre el bien y quien hace uso de este.

1 Resumen Ejecutivo

Si bien en Chile existían estudios que habían intentado determinar un número de puntos de acceso a los libros, estos no habían podido establecer con claridad el real acceso territorial que tiene una persona a la oferta de libros existentes.

Paralelamente se consideró indispensable poder contar con información respecto del precio promedio del libro en Chile, y establecer la diferencia entre los libros importados y libros chilenos, que permitan evaluar el acceso a los libros desde una perspectiva económica.

Durante el año 2017 Editores de Chile encargó y desarrollo un estudio específico denominado “Estudio de Circulación y Difusión del Libro Chileno”, el que fue apoyado por el CNCA, mediante el Fondo del Libro y la Lectura 2017, en su línea de Investigación. Este estudio se sustentó en cuatro pilares fundamentales relacionados con el entendimiento del ecosistema del libro mediante entrevistas en profundidad a actores claves, un taller de diagnóstico de la situación de las librerías independientes y la identificación de las principales problemáticas en la comercialización y difusión del libro chileno; el estudio del precio del libro en Chile; el conocimiento de los puntos de acceso al libro -tanto de compra como gratuitos-, mediante un catastro y encuesta de librerías en 36 ciudades de Chile; y el estudio de la presencia de los libros en los medios de comunicación escrita.

A lo largo de este trabajo se determinó el acceso que existe actualmente en Chile a los libros, y a su vez se pudo identificar tanto la presencia como acceso que existe en torno al libro nacional, basado en aspectos como el precio del libro, acceso territorial, facilidad de compra y/o adquisición, entre otros.

Los principales resultados de esta investigación de más de un año se resumen en la edición del presente libro.

La totalidad del estudio se encuentra a disposición de los interesados en www.libreriasdechile.cl, espacio que busca apoyar el fortalecimiento de la industria del libro nacional.

El “Estudio de Circulación y Difusión del Libro Chileno” liderado por los Editores Independientes de Chile buscó determinar el acceso que existe actualmente en Chile a los libros, de forma general y a su vez poder identificar tanto la presencia como acceso que existe en torno al **libro nacional**, basado en aspectos como el precio del libro, acceso territorial, facilidad de compra y/o adquisición, entre otros. Dado lo anterior es que el estudio se sustenta en cuatro pilares fundamentales relacionados con: entendimiento del **ecosistema del libro mediante actores claves**, el estudio del **precio del libro en Chile**, el conocimiento de los **puntos de acceso al libro** (tanto de compra como gratuitos), y **presencia de los libros en los medios**.

- **Ecosistema del Libro:** este elemento considera entrevistas de pauta semiestructurada a 30 actores claves del mundo del libro, con el fin de poder determinar posturas en torno a políticas relativas al libro en Chile, el fomento a la industria nacional, grados de asociatividad dentro de la industria, entre otros.
- **Puntos de Acceso al Libro:** consideró tanto de la alternativa pagada (librerías y supermercados) como un análisis de alternativas gratuitas de acceso al libro (bibliotecas), donde fueron identificados un total de 583 puntos de acceso en 36 ciudades de Chile. Para ello se trabajó en tres dimensiones, considerando un catastro actualizado propiamente tal de puntos de venta del libro; la aplicación de una encuesta estructurada a librerías; entrevistas a agentes Dibam y un diagnóstico de la situación de las librerías independientes. Lo anterior con el fin de poder identificar los principales factores de funcionamiento de estos,

2 Entrevistas agentes relevantes mundo del libro

cómo se relacionan con la comunidad y nivel de asociatividad que alcanzan con las editoriales y/o autores.

Librerías	Supermercados	Bibliotecas
355	38	190

- **Precio del libro en Chile:** Mediante diversas metodologías se estudió el precio del libro que circula en el mercado nacional, para ello se estudiaron las estadísticas de registro de ISBN en Chile, los precios de una muestra de libros en librerías y la encuesta tomada en librerías en 36 ciudades del país.

	Precio Promedio del libro chileno	Precio Promedio del Libro Importado
Percepción de los Libreros	\$10.955	\$15.717
Estudio de ISBN (2016)	\$11.541	
Precios de Librerías	\$11.139	\$16.603

- **Presencia de Libros en los medios de comunicación:** este análisis tuvo por objetivo determinar el espacio que se da al libro y en particular al libro chileno en distintos medios de comunicación **escritos** y de **circulación nacional** (El Mercurio, La Tercera, Las Últimas Noticias, The Clinic) y **medios regionales** (La Estrella de Arica, El Mercurio de Antofagasta, El Mercurio de Valparaíso, El Sur de Concepción, El Pingüino de Punta Arenas) durante **un año**.

Adicionalmente, en el marco del estudio, se llevó a cabo un taller participativo de diagnóstico de situación de librerías independientes en que participaron 35 libreros provenientes del norte y sur de Chile, lo que complementó una análisis de problemáticas en torno a la circulación y difusión del libro en Chile.

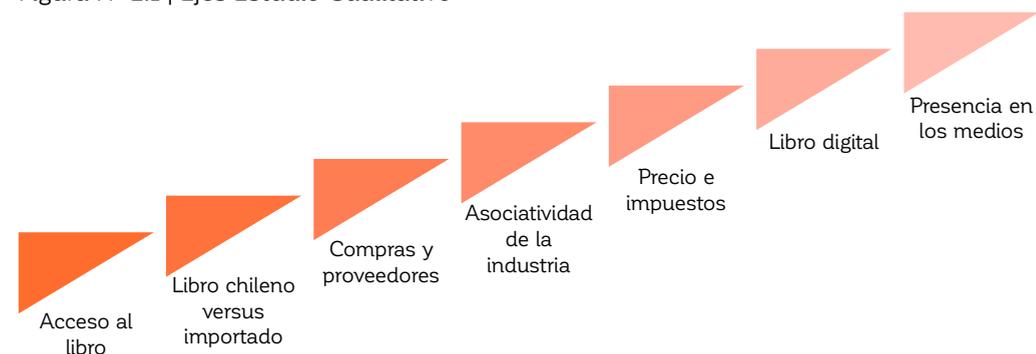
La totalidad del estudio se encuentra a disposición de los interesados en www.libreriasdechile.cl

2.1 Metodología

Dentro de las actividades que consideró el estudio, se encuentra la realización de entrevistas en profundidad de pauta semiestructurada, a diversos agentes claves y de interés dentro del mundo del libro, con el fin de poder recopilar diferentes opiniones relativas a los ejes fundamentales dentro del circuito que recorre un libro, desde su creación hasta dejarlo en el punto de acceso para los usuarios, ya sea gratuito o pagado.

Así es como se buscó llegar a los distintos agentes, relacionados con los escritores, editoriales, libreros, bibliotecas, medios de comunicación, y el organismo gubernamental que rige las políticas públicas en torno al libro y la lectura, de esta manera tener una visión global sobre siete ejes fundamentales.

Figura N° 2.1 | Ejes Estudio Cualitativo



Fuente: Elaboración Propia, 2018.

- **Acceso al libro:** analizar todo lo relativo al acceso que tienen los usuarios y compradores a un libro, diferenciando acceso gratuito versus pagado, cobertura existente en la actualidad a nivel nacional en torno a la cantidad de libros por región, factores clave de determinación de la localización, centralización de los espacios de acceso a los libros, y las dificultades propias de llegar a regiones con los libros hasta el punto final de venta.
- **Origen del libro:** en cuanto al tipo de libro, según su origen, ya sea este chileno o extranjero, se buscó abordar las diferencias que pueden existir entre uno u otro, la relevancia o no de diferenciarlos, comprender los espacios que existentes en la actualidad para fomentar la industria de libros nacional y cómo, o más bien, reacciona el mismo mercado ante estos dos tipos de libros.
- **Compras y proveedores:** en este punto fueron consultados acerca de la relación que cada una de las partes tiene con su proveedor directo, es decir, comprender sobre el modelo de negocio que impera en el funcionamiento tanto de las editoriales, como librero, y desde el punto de vista gubernamental desde las bibliotecas.
- **Asociatividad de la industria:** comprender la existencia de asociatividad dentro de la industria, en primer lugar, comprender la asociatividad de lo ya existente en torno a escritores, editores u otros, y al mismo tiempo poder determinar la asociatividad existente desde los libreros y cómo aquello favorece o complejiza el funcionamiento de la industria.
- **Precio e impuestos al libro:** se buscó recopilar opiniones acerca del precio del libro en Chile, cuánto este tema influye en la cantidad de libros vendidos, en el tipo de libros. Y desde luego determinar si el impuesto al valor agregado es o no un factor determinante en el fomento a la lectura, o al menos a la compra de libros, que se pretende impulsar.
- **Libro digital:** comprender cómo los nuevos formatos de lectura se comienzan a impulsar, cómo reacciona la industria ante los nuevos formatos y desafíos que estos mismos plantean, tanto para quien los produce como para los usuarios o compradores de libros. En el caso del libro digital, se buscó determinar si efectivamente es un elemento clave que debiese tomar mayor protagonismo dentro de los próximos años.
- **Presencia en los medios:** analizar el espacio que actualmente los libros tienen en los medios de comunicación, sobre todo en prensa escrita, los factores que determinan que se entregue el espacio o no, y desde luego cómo llega este mensaje al lector.

Es importante señalar que todas las opiniones emitidas en las entrevistas realizadas son desde un punto de vista profesional ajustada al ámbito de trabajo de cada uno de los agentes relevantes entrevistados, según su experiencia y los desarrollos que ven en la actualidad en torno al libro y las instancias de acceso al libro, por tanto, no pretenden ser una conclusión final de un estudio como este, sino más bien fueron consideradas como lineamientos generales para sentar las bases de los análisis cuantitativos realizados posteriormente.

El estudio cualitativo con agentes relevantes de la industria contempló un total de 30 entrevistas, las cuales se agruparon en los siguientes grupos de interés, quienes entregaron su opinión acerca de los temas mencionados anteriormente, y con quienes se pretendió abarcar la mayor cantidad de organismos y agentes relevantes tanto desde la perspectiva pública como privada, relacionados con los libros en Chile.

Es por ello que se buscó llegar a los organismos gubernamentales relevantes al libro, tales como el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, Bibliotecas Regionales, diversos programas bibliotecarios, tales como Bibliotecas Carcelarias, Bibliometro, Biblioteca Pública Digital, Fundación la Fuente, Centros de Recursos para el Aprendizaje (CRA).

En cuanto a la creación y edición de los libros se entrevistó a diversos editores chilenos tanto independientes, universitarios, y grupos editoriales de presencia internacional, Cámara Chilena del Libro, Asociación de Escritores.

Con el fin de comprender el circuito completo que recorre un libro hasta llegar a las librerías, se entrevistó a libreros independientes y cadenas, portal de venta de libros por internet, con el fin de comprender las nuevas formas de distribución de los libros, y finalmente los supermercados Jumbo como los únicos puntos de venta de libro existentes actualmente en supermercados de gran superficie.

Figura N° 2.2 | Actores Claves. Entrevistas en Profundidad



Fuente: Elaboración Propia, 2018.

A partir de lo anterior las principales conclusiones respecto a cada tema abordados se presentan a continuación¹:

2.2 Acceso al Libro en Chile

Desde todos los organismos e instituciones entrevistadas coinciden con la visión acerca del acceso al libro que existe actualmente en Chile, el cual al menos desde el punto de vista privado se reconoce como dispar y excesivamente segregado, es decir, la cantidad de librerías actualmente no son suficientes para entregar una oferta suficiente. Los indicadores en Chile, en cuanto a librerías según población están muy por debajo de los estándares mundiales, e incluso, latinoamericanos, como es el caso de Buenos Aires o Ciudad de México si se quisiera utilizar un parámetro de comparación.

Dado la geografía de Chile, la distribución y comercialización de los libros presenta ciertas dificultades y con ello, impulsar la apertura de más librerías se vuelve complejo, pese a que se reconoce a la librería como un pilar fundamental de acceso al libro, dado que este se vuelve el proveedor de la lectura a largo plazo en el hogar. A partir de esto, se entiende que la cobertura hoy por hoy es deficiente, y que incluso las ciudades que más cantidad de librerías tienen, tales como, Santiago, estas están concentradas en ciertos barrios y comunas donde residen los estratos socioeconómicos medios altos, por tanto, genera un efecto de desigualdad del acceso a los libros.

Dentro del acceso al libro como tema relevante, esto no solo implica la existencia de una librería, sino que también la existencia de factores que impulsen el buen funcionamiento de estas, como por ejemplo contar una modernización en cuanto a los sistemas administrativos con los que cuenta, propiciar la venta de libros fuera de los canales tradicionales, impulsando sus páginas web, como puntos de venta y al mismo tiempo, información acerca de la librería, muestra del catálogo, promoción, etcétera. Otro factor relevante es considerar la formación librera como tal, una manera de mejorar el acceso al libro, desde el punto de vista pagado, tiene que ver con mejorar las condiciones de compra para el usuario, es

¹ CNCA, Paula Larráin. Subdirección SNBP, Gonzalo Oyarzún. Coordinaciones Regionales DIBAM. Bibliotecas Carcelarias, Miguel Rivera. Bibliometro, Ángela Salazar. BP Digital, Salvador Young. Biblioteca de Santiago, Marcela Valdés. Fundación La Fuente, Claudio Aravena. CRA, Christian Anwandter. Editores Independientes de Chile, Paulo Slachevsky. FURIA, Marcelo Montecinos. Cámara del Libro, Jaime Pizarro. Ocho Libros Editores, María José Thomas. JC Sáez Editor, Juan Carlos Sáez. Editorial Catalonia, Arturo Infante. Editorial Universitaria, Rodrigo Meza. Penguin Random House, Hernán Rosso. SECH, Roberto Rivera. Liberalia, Sergio Toledo. Feria Chilena del Libro, Francisco Fajardo. Buscalibre, Boris Kraizel. Supermercados Jumbo, Catalina Jano. La Tercera, Javier García. El Mercurio, María Teresa Cárdenas. Observatorio del Libro, Bernardo Subercaseaux.

decir comprender el rol librero, y que este se convierta en un agente activo dentro de la venta del libro, como un buen conocedor y por ende recomendador de libros, que tenga conocimiento sobre la literatura que comercializa la librería y haga del proceso de compra más fácil y amigable. Recuperar el oficio librero, y dejar atrás el concepto de pasador de libros.

Diferente es la situación que enfrentan las bibliotecas, entendidas como puntos de acceso gratuito a los libros, y es que en el caso de estas instituciones la cobertura es nacional gracias a los convenios que sostiene la DIBAM con los municipios, por lo que hoy en día logran dar cobertura y entregar una oferta estandarizada en cada comuna a nivel nacional, salvo tres de ellas que actualmente no cuentan con convenio.

Lo anterior se apoya con las bibliotecas regionales, junto con los programas bibliotecarios tales como Bibliometro, Biblioteca Pública Digital, Bibliotecas Carcelarias, las cuales entregan a nivel nacional mayor cobertura territorial, y nuevos formatos en los que se pueda acceder a un libro. Si bien en términos de cobertura se han realizado grandes esfuerzos, los cuales se han visto retribuidos en la cobertura nacional alcanzada, hoy en día el desafío se encuentra en poder mejorar los indicadores de préstamos y potenciar las instancias mediadoras que fomenten la lectura.

Cabe destacar que junto con los esfuerzos que se han realizado para tener una cobertura global desde el punto de vista de las bibliotecas, esto ha venido de la mano de una modernización en cuanto a infraestructuras, con programas gubernamentales de mejoras en la infraestructura, y al mismo tiempo una modernización en cuanto a la atención y disposición de la biblioteca hacia el usuario. Si hace no pocos años, el centro de una biblioteca eran los libros, por tanto se mantenían físicamente alejados de los usuarios por razones de seguridad, en los últimos años se ha buscado de vuelta ese paradigma, y poner en el centro del funcionamiento de la biblioteca al usuario, donde se escuchan sus necesidades, y se espera generar en las bibliotecas más que solo espacios de lectura, sino más bien espacios de culturización y aprendizaje, apoyados por el programa de BiblioRedes que busca prestar un servicio a la comunidad en cuanto a la alfabetización digital y al mismo tiempo, ser un espacio de extensión cultural, combinando actividades literarias con otro tipo de demostraciones artísticas dentro del mismo espacio.

Al mismo tiempo, otro elemento que ha impulsado la cobertura de acceso al libro a nivel nacional ha sido la incorporación de los Centros de Recursos para el Aprendizaje (CRA) en los colegios públicos en todo Chile. Actualmente la cobertura alcanza un 95%.

2.3 Origen del Libro

Al consultar sobre el origen del libro, se ha tratado de convenir un criterio que sea capaz de distinguir la diferencia entre un libro de procedencia chilena versus un libro importado, este sin duda ha sido un tema que lleva años generando un profundo debate con el fin de poder determinar qué es un libro chileno y los criterios que lo definen.

Desde el mundo público y los organismos gubernamentales asociados, se ha enfatizado en generar instancias de diálogo donde sentar las bases para el libro chileno, que en un análisis muy simplificado puede ser entendido como todo libro inscrito en la Cámara del Libro, y que por lo tanto cuente con un ISBN de prefijo 956, sin embargo, este criterio no es suficiente, ya que obvia otros elementos paralelos como nacionalidad o lugar de residencia del autor, origen o casa matriz de la editorial que edita dicho título, contenido del libro, es decir, que por ejemplo el tema central del libro sea sobre Chile. Si bien las definiciones han sido algo imprecisas en cuanto a aunar criterios presenta una dificultad, todas las políticas públicas apuntan a poder tener un resultado final que permita fomentar las compras públicas en torno al libro chileno, es decir, en un futuro eventualmente establecer una cuota para la compra de libro chileno por parte del Estado.

Si bien existe una clara separación de los libros chilenos versus importados según el prefijo que estos tengan, es decir todo lo que no sea 956 es extranjero, la discusión se ha centrado en poder determinar los subconjuntos de tipos de libros dentro del prefijo chileno, es decir poder determinar los factores anteriormente mencionados como chilenos o no con el fin de profundizar en el análisis, medidas y políticas públicas a concretar con esta información.

Desde los organismos públicos se coloca énfasis en la necesidad de generar leyes y políticas públicas que permitan la mayor flexibilidad posible en cuanto a una definición, con estar en permanente búsqueda de variedad y mejoras del catálogo que ellos como bibliotecas principalmente, pueden ofrecer a los usuarios. Al mismo tiempo, el hecho de fomentar el libro de origen chileno permite a las regiones acceder a contenidos asociados a la comunidad, de esta manera generar un sentido aún mayor de pertenencia del lugar donde se emplaza la biblioteca. Todo lo anterior con el principal objetivo de potenciar la industria del libro nacional y todos los actores involucrados en la cadena de distribución.

En cuanto a la visión que tienen las librerías, si bien reconocen la existencia de libros de origen chileno, en comparación a los libros de origen extranjero o importado, en general para las librerías

asociadas a una cadena nacional, este no es un tema relevante, para favorecer o perjudicar uno u otro tipo de libros, para ellos son todos iguales y no existe ninguna diferenciación al momento de ofrecerlos a los clientes, o al menos no por este criterio. En el caso tanto de las vitrinas como la distribución de la sala de venta se relaciona más con las novedades, más vendidos y según la temporada del año, esto a su vez por coincidencia podría mostrar una tendencia hacia un tipo de libro más que otro, sin embargo, no responde a una lógica de selección según origen del libro.

2.4 Compras y relación con los proveedores

En cuanto a las compras y la relación con los proveedores, desde el ámbito público, particularmente en el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y DIBAM se encuentra estandarizada la forma y procesos que hay que llevar a cabo para la adquisición de los libros. Actualmente cuentan con un presupuesto determinado por biblioteca, que considera una parte de uso estandarizado a nivel nacional, es decir los mismo títulos base para todas las bibliotecas a nivel nacional, al mismo tiempo, el resto del presupuesto considera una autonomía de compra a las bibliotecas de forma individualizadas, las cuales pueden gestionarlo, en cuanto a la elección de forma autónoma o bien solicitar algún tipo de asesoría desde la misma coordinación regional, aunque siempre es este último organismo quien ejecuta la compra.

Cabe destacar, que actualmente todas las compras de las bibliotecas tanto regionales, municipales en convenio DIBAM, y otros programas como Bibliotecas Carcelarias, Biblioteca Pública Digital, Bibliometro, compran de forma centralizada, a través del portal de ChileCompra, con el fin de poder dar la mayor transparencia y seriedad al proceso, se adquiere en base a los títulos requeridos, stock, plazos de entrega, donde deben quedar totalmente clarificado el proceso completo de compra.

A su vez los proveedores presentes en dicho portal son principalmente editoriales inscritas en ChileCompra, distribuidores y algunas librerías, quienes se excusan a no dar mayor énfasis a este tipo de venta ya que son poco competitivos en cuanto al precio, dado que las editoriales generalmente venden a precio de lista, por tanto, no hay un efecto diferenciador en ese aspecto.

Dada la burocracia del sistema de compra y adquisición de los libros, en general la tarea de seleccionar y finalmente comprar los libros ocurre un par de veces al año en promedio, por lo que muchas veces las bibliotecas enfrentan una problemática de temporalidad de la oferta del catálogo, es decir, un libro que puede estar siendo una novedad y estar entre los más vendidos hoy, con pro-

moción en los medios de comunicación y de gran atingencia, generalmente las bibliotecas deben esperar meses para que pueda finalmente estar en sus estanterías.

En cuanto a las librerías de cadena la relación con sus proveedores ya sean editoriales o distribuidores es fluida, donde indican que todas tienen la posibilidad de comercializar sus libros en sus dependencias, sin embargo, la gestión comercial propiamente tal es centralizada en la casa matriz y no por local o sucursal. Por su parte las librerías independientes, en principio no tienen problemas de acceso a los catálogos tanto de grandes grupos editoriales como de las más pequeñas, donde existe una mayor incidencia de editoriales independientes en las librerías del mismo tipo, dado que pueden ser más especializadas, en comparación a lo general en cuanto a temática que pueden llegar a ser las cadenas con presencia a nivel nacional, sin embargo pueden existir restricciones comerciales por crédito, acceso restringido geográficamente dado las distancias chilenas y la limitada gestión de promoción de catálogos de editores a librerías.

2.5 Asociatividad de Librerías

Desde todos los ámbitos de estudio en este apartado cualitativo, se menciona la falta de asociatividad existente de manera preponderante en los librereros, dado que no existe ninguna agrupación que los reúna o coordine, a diferencia de otros gremios dentro de la industria, tales como los editores, que por el contrario presenta una gran cantidad de asociaciones y los escritores.

La falta de asociatividad les impide manejar información general que pueda ser de ayuda para un funcionamiento estandarizado, que brinde herramientas de apoyo en gestión comercial, o les permita agruparse para buscar instancias de políticas públicas o fondos gubernamentales que les permitan impulsar su negocio.

Si bien en el caso de los fondos gubernamentales de apoyo a la gestión librera, estos existen, desde el mismo organismo estatal comentan que en reiteradas ocasiones estos no son utilizados adecuadamente, o simplemente las postulaciones quedan desiertas, esto se debe al desconocimiento tanto de la existencia de estos como lo familiarizados que pueden estar con este sistema de apoyo.

Al mismo tiempo la generación asociatividad librera podría permitir establecer una formación formal de los librereros, con estándares certificados de manera transversal a todo tipo de librerías, dado que se nota una falta de fortalecimiento del oficio librero en sí.

2.6 Libro Digital

En torno al libro digital, se reconoce la existencia de una correlación directa que indica que los mayores lectores de libro digital son al mismo tiempo los mayores compradores de libros físicos. La existencia de esta premisa derribaría el mito que el libro digital es en sí mismo un sustituto directo del libro en papel, y con ello la posibilidad de que las librerías disminuyan dado el formato de venta, se puede asociar más bien a un producto totalmente complementario.

Desde los organismos públicos relacionados con las bibliotecas reconocen la existencia del libro digital como un nuevo formato, necesario y que permite hacer crecer la industria, es por lo mismo que se ha impulsado cada vez con más fuerza la Biblioteca Pública Digital.

El libro digital es una solución concreta al mejoramiento de la cobertura, se estima que el 84% de la población tiene acceso a un teléfono inteligente, y cada uno de esos puede contener al menos un libro digital.

Al mismo tiempo se relaciona directamente con el fomento de la bibliodiversidad, ya no visto solo desde una mirada local como país, sino que global, es decir el libro digital entrega la posibilidad real de derribar barreras geográficas y acceder a contenidos producidos en Chile desde cualquier parte de mundo.

Junto con lo anterior se puede destacar que el formato podría disminuir la posibilidad de piratería de los libros, en términos muy concretos. Como producto, es ecológico, cómodo de transportar, tiene costos más bajos, lo que impacta directamente en el precio, generando una mayor posibilidad de acceso y un formato que puede acomodarse visualmente a las necesidades del lector.

Las librerías no tienen hoy una manera directa de comercializar este tipo de libros, dado que los libros digitales se encuentran actualmente en portales de gran prestigio y que llevan ventaja en la comercialización de este formato. Sin embargo, no descartan buscar alternativas que pudiesen generar una comercialización combinada en formato, pese a que insisten en que no lo ven como una competencia de gran incidencia para ellos.

2.7 Precio del Libro

En cuanto al precio de libro en Chile, en términos generales existe consenso en que rebajar el Impuesto al Valor Agregado al libro no sería en sí mismo un impulsor directo sobre una mayor compra, esto dado que se ha comprobado empíricamente que dando

descuentos de un 20% dentro de las librerías la venta de los libros no aumenta de manera acelerada y directa, sino que un cambio significativo se observa a partir de un 40% o 50% en adelante. Por tanto, se reconoce que el fomento lector no viene de la mano de disminuir en sí mismo el precio, sino más bien debe estar asociado a otro tipo de prácticas y políticas gubernamentales.

Si bien se cree que, eliminar el impuesto a la venta de libros es un elemento importante desde el punto de vista de políticas públicas, dado el valor cultural que tiene un libro como objeto, y que no debiese ser tratado bajo las mismas condiciones que un producto de transacción tradicional, no está comprobado que los usuarios de una librería comprarían más cantidad de libros.

Una consecuencia muy probable de la erradicación del impuesto al libro sería que el mercado se autorregule de manera automática y que, al poco tiempo, los precios suban nuevamente dado el efecto de costo que tiene esta situación para las editoriales que a su vez sí deben pagar IVA a sus respectivos proveedores, además de que la predisposición de pago de los consumidores ya considera dicho factor.

2.8 Presencia de los libros en los medios

Actualmente la percepción que se tiene acerca del espacio que ocupan los libros en los medios de prensa, especialmente escrita (que fue el objeto de estudio) es que la presencia es muy baja, donde no se le da la relevancia que tienen otras temáticas de “entretenimiento” tales como deporte, cultura o espectáculos.

Por otra parte, desde los medios de prensa escrita reconocen como un factor relevante de la baja presencia de los libros en comparación con otros temas dentro de un diario, la falta de espacio que se genera dada la contingencia de otro tipo de información. Pese a lo anterior, buscan dar espacios especiales, por ejemplo los fines de semana, donde la circulación es mayor por tanto el nivel de penetración en los lectores es mayor también.

Las publicaciones que realizan se basan principalmente en la información que las editoriales les envían, con resúmenes y comentarios de los libros más vendidos, por lo general se basan en el ranking de los más vendidos de un grupo de librerías para generar sus propios rankings que publican. Se menciona como un punto deficitario la pérdida de críticos literarios, lo que trae consigo una desprofesionalización de lo que significa publicar un libro en un determinado medio, es decir, se entrega el espacio, pero no se pone especial cuidado o énfasis en el contenido relativo a la publicación.

3 Catastro puntos de acceso al libro

Tal como se ha mencionado en este informe, el estudio tuvo como principal objetivo determinar la oferta espacial del acceso al libro chileno en las principales ciudades a nivel nacional, para ello, uno de los ejes fundamentales del presente trabajo se relaciona con realizar un catastro a nivel nacional, de los canales de comercialización del libro, tomando como principal foco de estudio las librerías chilenas.

El catastro permitió generar una guía de puntos de venta a nivel nacional, en la cual se pudiera encontrar información de contacto y a su vez poder determinar el funcionamiento espacial dentro de cada ciudad de estas unidades.

3.1 Metodología

Esta fase de elaboración del catastro tomó alrededor de seis semanas, las cuales consideraron dos etapas de trabajo diferenciadas y consecutivas, la primera tuvo relación con el levantamiento de información secundaria, con el fin de poder obtener datos acerca de las librerías a nivel nacional de las principales ciudades en Chile, para ello se realizó una solicitud a los miembros pertenecientes a la agrupación de Editores de Chile, con el fin de que fueran ellos mismos quienes pudieran facilitar un listado con sus respectivos clientes, para de esta manera lograr tener un primer listado de librerías a visitar. Al mismo tiempo se hizo uso de un listado público disponible en la Cámara Chilena del Libro, donde se pueden filtrar por región los puntos de venta de libros a nivel nacional. Este listado data del año 2012, por lo que, si bien fue un buen punto de partida, este no estaba suficientemente actuali-

zado. Sin perjuicio de lo anterior, esta información sentó las bases para la confección de un primer listado de puntos de venta. Finalmente, de forma complementaria se recurrió la información disponible en internet para poder obtener nuevos puntos de venta por cada ciudad a visitar.

Si bien inicialmente la propuesta de trabajo era visitar 27 ciudades del país, finalmente se abarcó 36 ciudades a nivel nacional. Por temas de logística, tiempo y costos, en este estudio no se contemplaba llegar a todas las ciudades de Chile, sin embargo, se buscó mantener representatividad, es por ello que se visitaron las 16 regiones de Chile², y en cada una de ellas se catastraron puntos de venta de libros en las ciudades de mayor tamaño. Cabe señalar que las ciudades visitadas involucran al 64% de la población nacional.

Tabla N° 3.1 | Población Ciudades del Estudio

Ciudad	Población	Ciudad	Población
Arica	221.364	Linares	93.602
Iquique	229.843	Chillán	215.646
Antofagasta	361.873	Concepción - Talcahuano	507.131
Calama	165.731	Los Ángeles	202.331
San Pedro de Atacama	10.996	Temuco	358.541
Copiapó	153.937	La Unión	38.036
Coquimbo - La Serena	448.784	Pucón	28.523
Ovalle	111.272	Villarrica	55.478
Valparaíso - Viña del Mar	673.055	Valdivia	171.382
Los Andes	66.708	Osorno	161.460
Limache	46.121	Puerto Montt - Puerto Varas	324.465
Santiago	5.551.878	Castro	43.807
Rancagua	294.279	Coyhaique	57.818
Curicó	149.136	Puerto Natales	21.447
Talca	220.357	Cabo de Hornos	2.063
Constitución	46.068	Punta Arenas	131.592
Total Población Estudio	11.164.724		

Fuente: Resultados Censo 2017, INE.

² Considera la nueva región de Ñuble que entrará en vigor en septiembre del 2018.

Es así como finalmente se llegó a un total de 355 puntos de venta detectados, existentes en las 36 ciudades mencionadas anteriormente y que constituyen el catastro actualizado de punto de ventas y librerías de Chile, tal como se mencionó en el capítulo anterior.

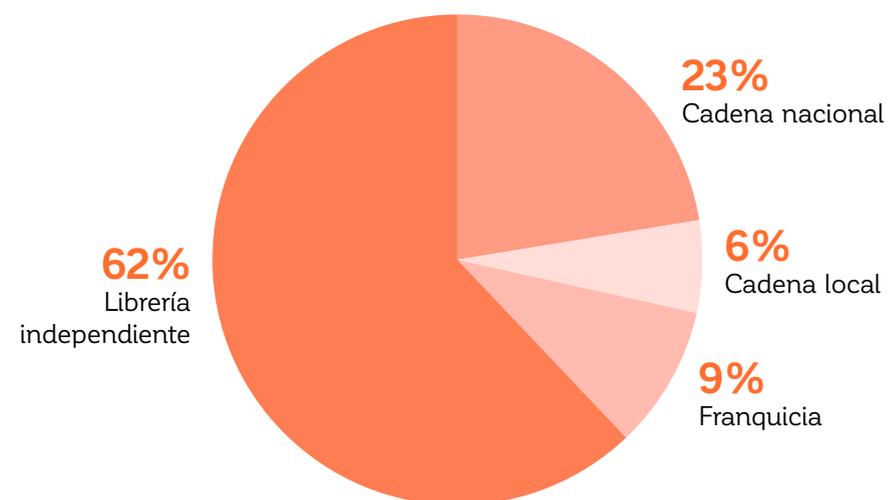
3.2 Guía Librerías en Chile

3.2.1 Análisis de Librerías Detectadas

Con las librerías detectadas se confeccionó un listado, que considera los datos de contacto, dirección, ciudad, región, y se caracterizó según el tipo de librería, es decir, si esta tiene un funcionamiento como cadena de presencia a nivel nacional, cadena de menor tamaño y cobertura, franquicia o librería independiente.

De esta manera se puede observar que el 63% de las librerías detectadas son librerías de funcionamiento independiente, el 23% de los punto de venta detectados pertenecen a una cadena de presencia nacional y con diez locales o más, un 9% de las librerías pertenecen a una franquicia, en este caso, la única franquicia de librería existente en Chile corresponde a las Qué Leo, finalmente un 5% de las librerías pertenecen a una cadena local, que se consideró como una cadena de menos de diez locales, los cuales pueden estar dentro de una misma ciudad o distribuidos en no más de tres ciudades de Chile.

Gráfico N° 3.1 | Tipo de Librerías



Fuente: Elaboración Propia, 2018.

3.2.2 Catastro Librerías en Chile

En el informe general se desglosa el listado de las 355 librerías catastradas a nivel nacional, por región al 31 de diciembre del 2017. Esta información se entrega por cada ciudad visitada.

Complementario a este informe estará disponible la base de datos en la página web www.editoresdechile.cl y www.libreriasdechile.cl

Tabla N° 3.2 | Desglose Tipo de Librería por Región

Región	Cadena Presencia Nacional	Cadena Presencia Local	Franquicia	Librería Independiente	Total general
Arica y Parinacota	-	-	1	5	6
Tarapacá	2	-	-	3	5
Antofagasta	3	-	1	5	9
Atacama	1	-	1	2	4
Coquimbo	4	2	-	9	15
Valparaíso	5	-	3	23	31
Metropolitana	43	14	17	110	184
O'Higgins	2	-	1	3	6
Maule	2	-	1	12	15
Ñuble	1	-	1	1	3
Biobío	9	1	1	14	25
Araucanía	3	-	2	7	12
Los Ríos	2	-	2	3	7
Los Lagos	3	4	1	7	15
Aysén	1	-	-	2	3
Magallanes	-	-	1	14	15
Total	81	19	33	222	355

Fuente: Elaboración Propia, 2018

3.3 Puntos de Venta Supermercados

Se estudiaron los supermercados de formato hiper a nivel nacional, encontrándose que la única cadena que comercializa libros es Jumbo, aunque no en la totalidad de sus locales. En efecto, 38 salas de venta de la cadena comercializan libros de los 48 locales³.

³ A la fecha del estudio se encuentra pronto a la apertura el local de la ciudad de Arica.

Tabla N° 3.3 | Supermercados que Comercializan Libros por Región

Región	Ciudad	Supermercado
Tarapacá	Iquique	1
Antofagasta	Calama	1
	Antofagasta	2
Atacama	Copiapó	1
Coquimbo	La Serena	1
Valparaíso	Valparaíso	1
	Viña del Mar	1
	Los Andes	1
Metropolitana	Santiago	17
O'Higgins	Rancagua	1
Maule	Curicó	1
	Talca	2
Biobío	Chillán	1
	Concepción	2
	Los Ángeles	1
Araucanía	Temuco	1
Los Ríos	Valdivia	1
Los Lagos	Osorno	1
	Puerto Montt	1
Total		38

Fuente: Elaboración Propia, 2018

3.4 Bibliotecas

Para cada una de las 36 ciudades visitadas y estudiadas se determinó el número de bibliotecas públicas en operación.

Tabla N° 3.4 | Bibliotecas Públicas por Región

Región	Cantidad de Ciudades	Cantidad Bibliotecas Públicas	Bibliotecas Carcelarias	Bibliometro	Total
Arica y Parinacota	1	2	1	0	3
Tarapacá	1	4	1	0	5
Antofagasta	3	7	0	0	7
Atacama	1	2	1	0	3

Región	Cantidad de Ciudades	Cantidad Bibliotecas Públicas	Bibliotecas Carcelarias	Bibliometro	Total
Coquimbo	3	8	2	0	10
Valparaíso	4	9	3	0	12
Metropolitana	1	59	4	23	86
O'Higgins	1	3	1	0	4
Maule	4	8	3	0	11
Ñuble	1	2	0	0	2
Biobío	3	9	0	0	9
Araucanía	3	5	0	0	5
Los Ríos	2	5	1	0	6
Los Lagos	4	9	2	0	11
Aysén	1	6	1	0	7
Magallanes	3	8	1	0	9
Total	36	146	21	23	190

Fuente: Elaboración Propia, 2018

3.5 Puntos de acceso al libro

El trabajo de campo detectó un total de 583 puntos de acceso al libro, ya sea de forma gratuita como pagada, de los cuales 393 puntos corresponden a puntos de venta de libros en 36 ciudades de Chile. Para estas mismas ciudades se detectaron los puntos de acceso gratuitos, que contemplan bibliotecas públicas, bibliotecas carcelarias y Bibliometro.

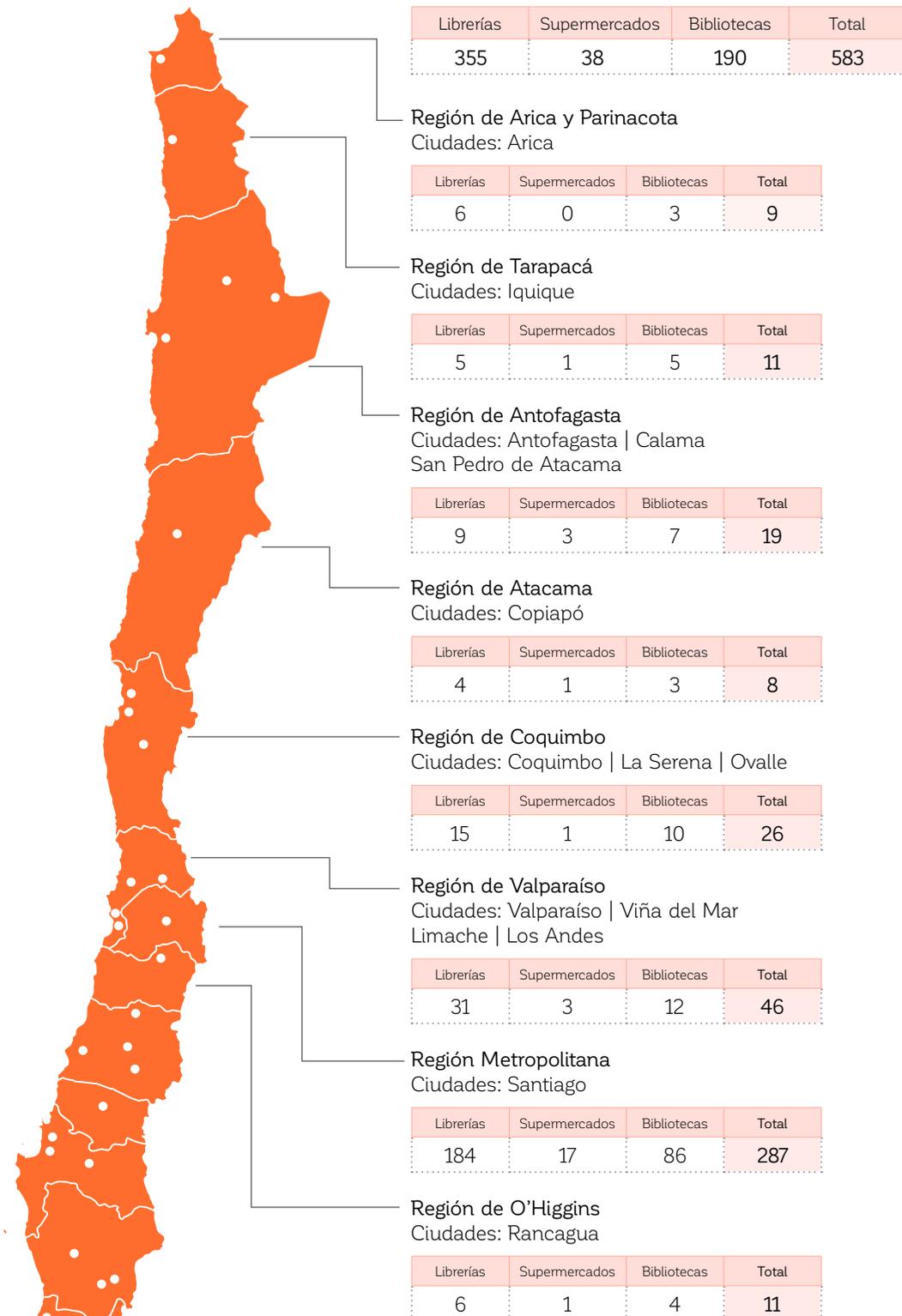
No se han considerado bibliotecas que no forman parte del Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas.

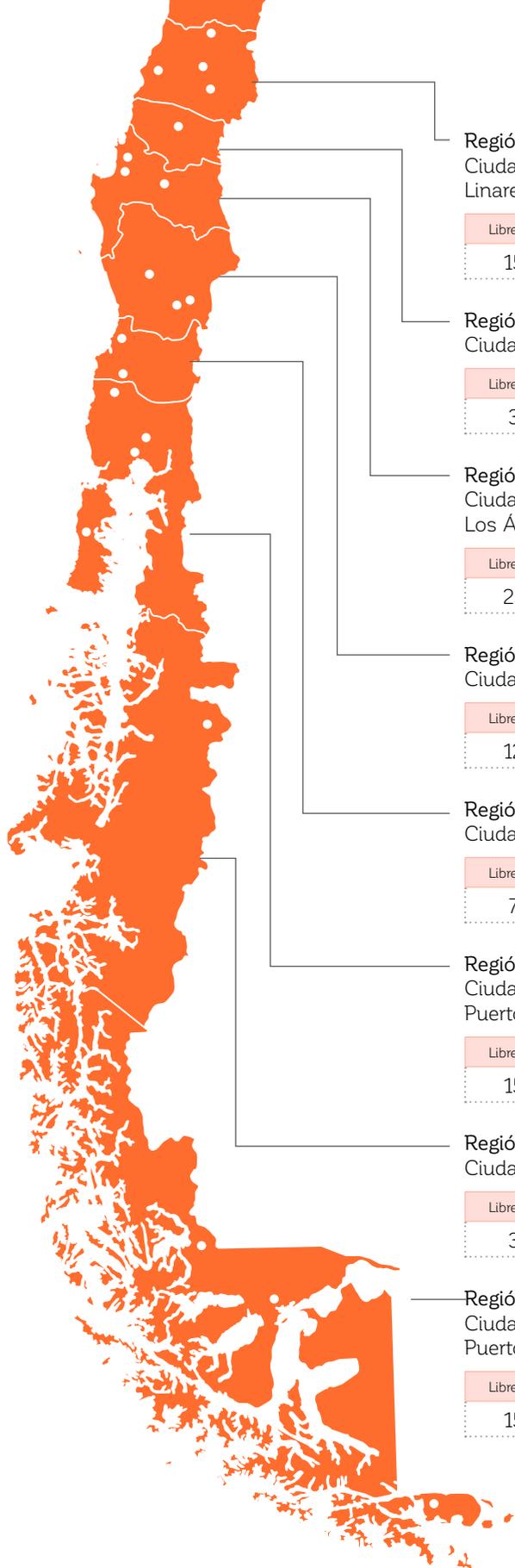
Tabla N° 3.5 | Distribución Tipo Punto de Acceso al Libro

Tipo de Punto	Ciudades de Regiones	Ciudad de Santiago	Total
Librerías	171	184	355
Supermercados	21	17	38
Bibliotecas Públicas	87	59	146
Bibliotecas Carcelarias	17	4	21
Bibliometro	0	23	23
Total	296	287	583

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Puntos de acceso al libro por región





Región del Maule
Ciudades: Curicó | Talca | Constitución
Linares

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
15	3	11	29

Región del Ñuble
Ciudades: Chillán

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
3	1	2	6

Región del Biobío
Ciudades: Concepción | Talcahuano
Los Ángeles

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
25	3	9	37

Región de La Araucanía
Ciudades: Temuco | Pucón | Villarrica

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
12	1	5	18

Región de Los Ríos
Ciudades: Valdivia | La Unión

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
7	1	6	14

Región de Los Lagos
Ciudades: Osorno | Puerto Varas
Puerto Montt | Castro

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
15	2	11	28

Región de Aysén
Ciudades: Coyhaique

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
3	0	7	10

Región de Magallanes
Ciudades: Puerto Natales | Punta Arenas
Puerto Williams

Librerías	Supermercados	Bibliotecas	Total
15	0	9	24

4 Análisis espacial y georreferenciación de los puntos de venta

El análisis espacial del presente estudio abarca información y antecedentes para las ciudades indicadas de los diversos puntos de acceso al libro para la población, librerías, bibliotecas públicas y supermercados que comercializan libros. Se muestra el análisis por ciudad complementado con los grupos socioeconómicos y población según datos del Instituto Nacional de Estadísticas.

Para cada ciudad visitada se indica en una cartografía la localización de los puntos de acceso al libro en la ciudad, donde se puede identificar el emplazamiento sobre el grupo socioeconómico de la zona. El que se cruza con isócronas a 250, 500 y 1.000 metros a la redonda, lo que permite dimensionar la población directamente impactada según estratos socioeconómicos y distancia. Lo anterior no considera la población flotante de cada ciudad.

Por último, cabe señalar que la información aquí desglosada y detallada, estará disponible junto con la información del estudio.

4.1 Análisis regional

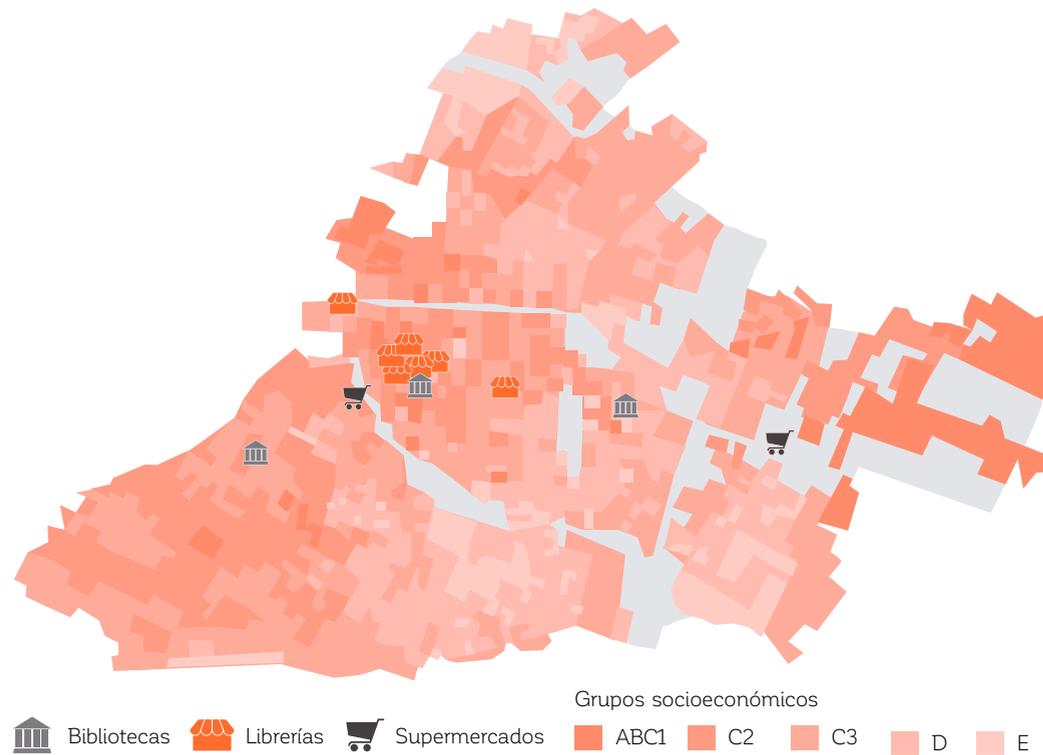
El capítulo III ya estableció el catastro de puntos de acceso a libro, tanto como puntos de venta como los puntos de acceso gratuito al libro. Como ejemplo a continuación se muestra una de las ciudades georreferenciadas donde se indica librerías, bibliotecas y supermercados que comercializan libros.

Talca - Región del Maule

En la cartografía respectiva, se muestra un patrón concentrado de distribución que involucra a las librerías, emplazándose en el sector poniente de esta ciudad. Los supermercados y las bibliotecas manifiestan un patrón disperso de ubicación espacial, estando alejados a grandes distancias entre sí, y en el caso de estas últimas, se manifiesta una de ellas fuera de las manzanas de este centro urbano.

Aludiendo al acceso, las librerías alcanzan a las manzanas de mayor poder adquisitivo, siendo los grupos ABC1 y C2, en menor medida al grupo C3 y con muy poca influencia en el grupo D. En cambio, Las bibliotecas abarcan a los grupos C2 y C3 mayoritariamente, y minoritariamente a los grupos D y E. Los supermercados consolidan su influencia en los grupos C2 y C3, aunque en un caso solo pueden ejercer influencia desde los 500 metros, como se puede ver en la cartografía alusiva.

Cartografía 4.1 | Mapa de localización de puntos de acceso al libro, Talca



Fuente: Elaboración propia, 2018

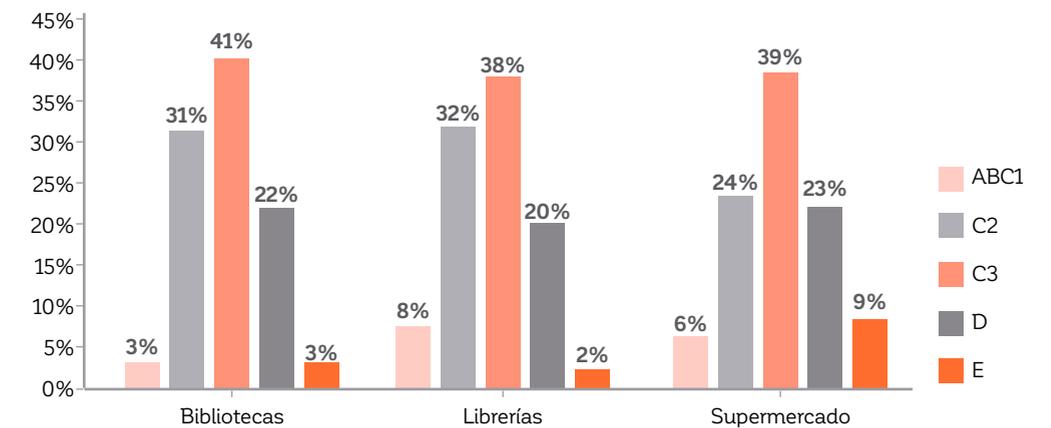
Tabla 4.1 | Población Abastecida por GSE

Lugar/Grupo SE	ABC1	C2	C3	D	E	Total general
Bibliotecas	794	7.469	9.605	5.245	599	23.712
Librerías	612	2.579	3.046	1.614	185	8.036
Supermercado	783	2.942	4.833	2.806	1.091	12.455
Total general	2.189	12.990	17.484	9.665	1.875	44.203

Fuente: Elaboración Propia, 2018.

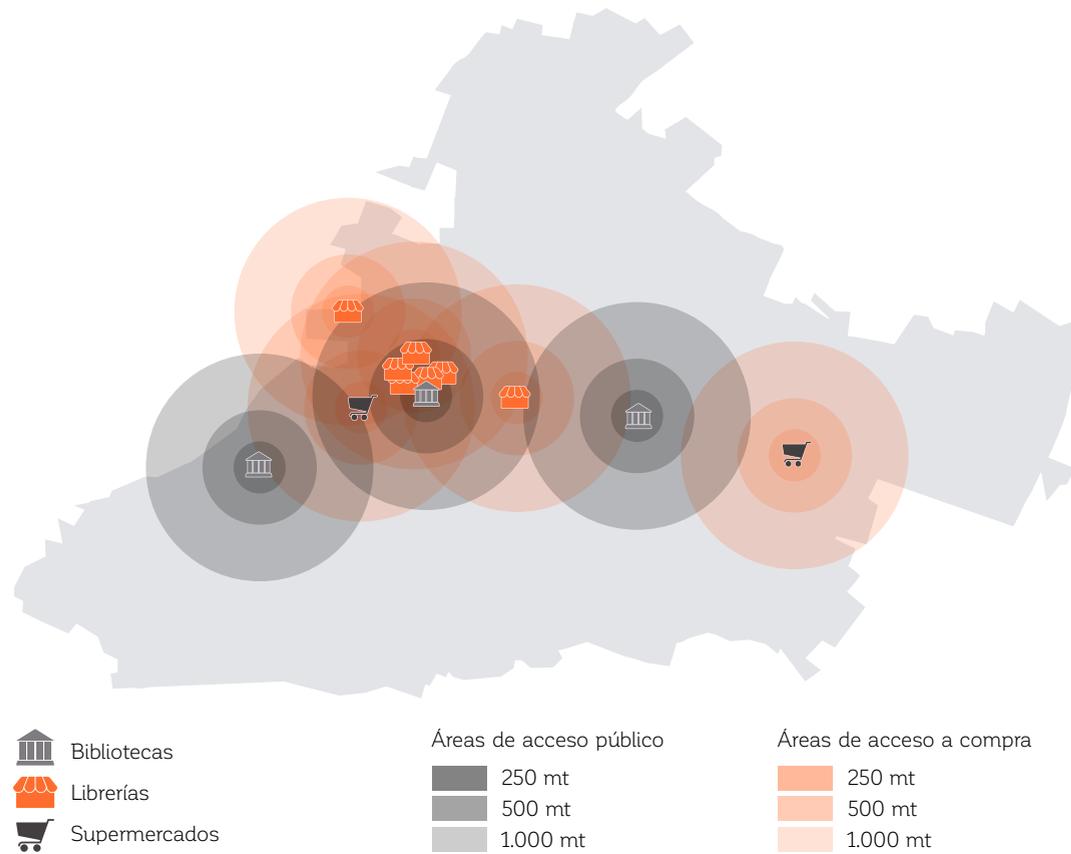
La oferta de libros en las librerías y supermercados junto al acceso público de la ciudad de Talca abastece a una población de 44.203 personas segmentados en grupos socioeconómicos, en la distribución porcentual podemos observar cómo el sector C3 abarca un eminente porcentaje del total general en sus respectivos medios, con un 41% en las bibliotecas, un 38% en las librerías y un 39% en los supermercados. Los grupos C2 y D ocupan la segunda y tercera posición en las Bibliotecas, librerías y supermercados, con un 31% y 22%, equivalente a 7.469 y 5.245 personas para las bibliotecas, un 32% y 20%, igual a 2.579 y 1.614 personas en las librerías y en los supermercados con un 24% y 23% con 2.942 y 2.806 personas. Por último, la cuarta posición de las bibliotecas lo poseen los grupos ABC1 y E, con un 3%, de similar forma los sectores ABC1 y E de las librerías se muestran con un 8% y 2% y los supermercados toman a los sectores E y ABC1 como 4° y 5° lugar, con un 9% y 6% respectivo.

Gráfico 4.1 | Distribución porcentual de la población abastecida por GSE, Talca



Fuente: Elaboración Propia, 2018.

Cartografía 4.2 | Mapa de Acceso según Distancias, Talca



Fuente: Elaboración propia, 2018

4.2 Análisis Región Metropolitana

Se realizó un análisis similar a cada una de las ciudades de regiones. En el área metropolitana de Santiago se pueden observar relaciones socioeconómicas con la localización de puntos de ventas de libros y bibliotecas públicas de la ciudad de Santiago.

Las bibliotecas públicas siguen un patrón heterogéneo de localización a lo largo de la ciudad, estas se encuentran separadas unas de otras para poder cumplir un criterio de área de cobertura para toda la población.

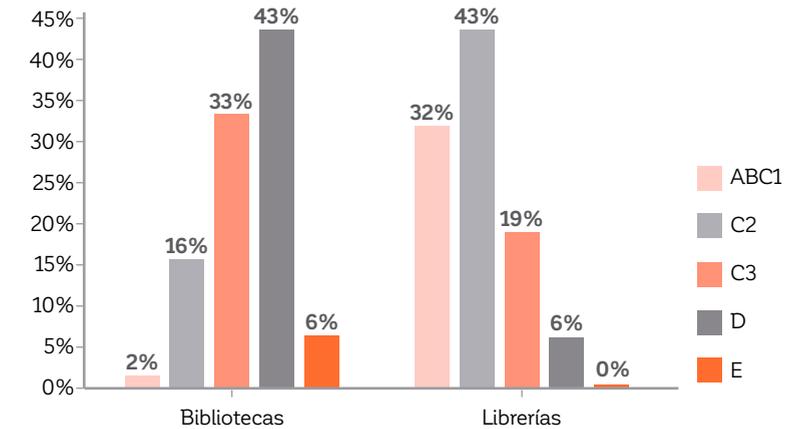
Por otro lado, las librerías y supermercados siguen un patrón económico de instalación, las librerías se concentran en su mayoría en el cono de alta renta de la ciudad, ya que buscan los sectores

más acomodados y con capacidad de compra. Si comparamos el tipo de población abastecida, las librerías apuntan claramente a sectores más acomodados de la sociedad siendo más de un 70% de su cobertura población ABC1 y C2, mientras que el sector C3 no alcanza el 20% de la población abastecida, a lo que debiese agregarse la población flotante de las zonas más comerciales. El sector más pobre de la ciudad simplemente tiene un acceso marginal o no significativo al mercado del libro.

Situación distinta es la que ocurre con las bibliotecas que concentran su población en los sectores C3 y D con más del 70% de la cobertura.

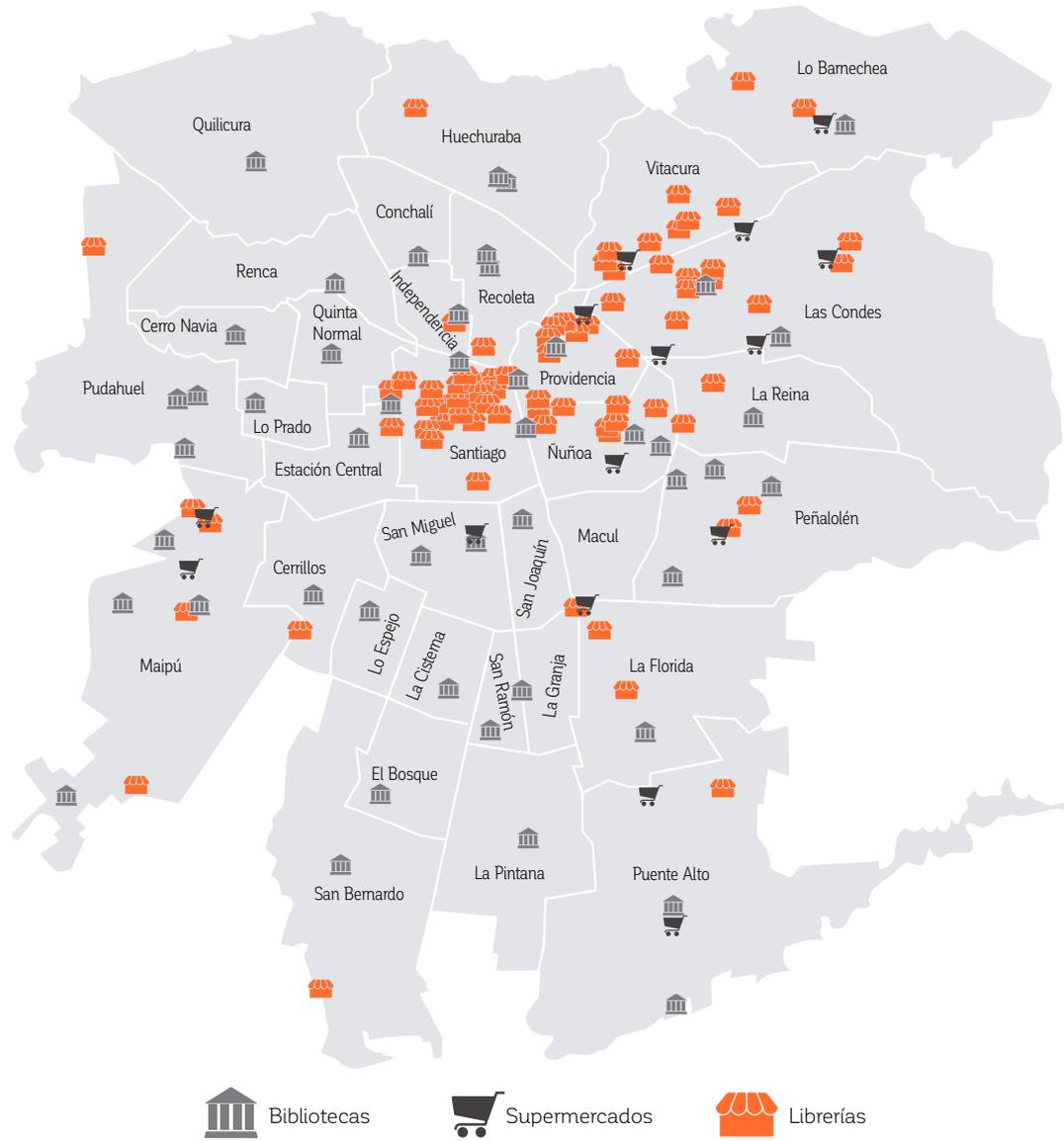
Es importante señalar que este análisis solo considera la población residente, y no la población flotante. Al considerar la población flotante, la localización de las librerías está en correlación con los trabajos y la masa laboral de la ciudad de Santiago, que se traslada hacia el centro y el sector oriente a comunas como Providencia y Las Condes, por lo tanto, la cobertura del acceso al mercado librero se dispara considerando este factor.

Grafico 4.2 | Distribución Acceso Público y Privado de Santiago



Fuente: Elaboración propia

Cartografía 4.3 | Localización de librerías, supermercados y bibliotecas públicas del Gran Santiago



Fuente: Elaboración propia

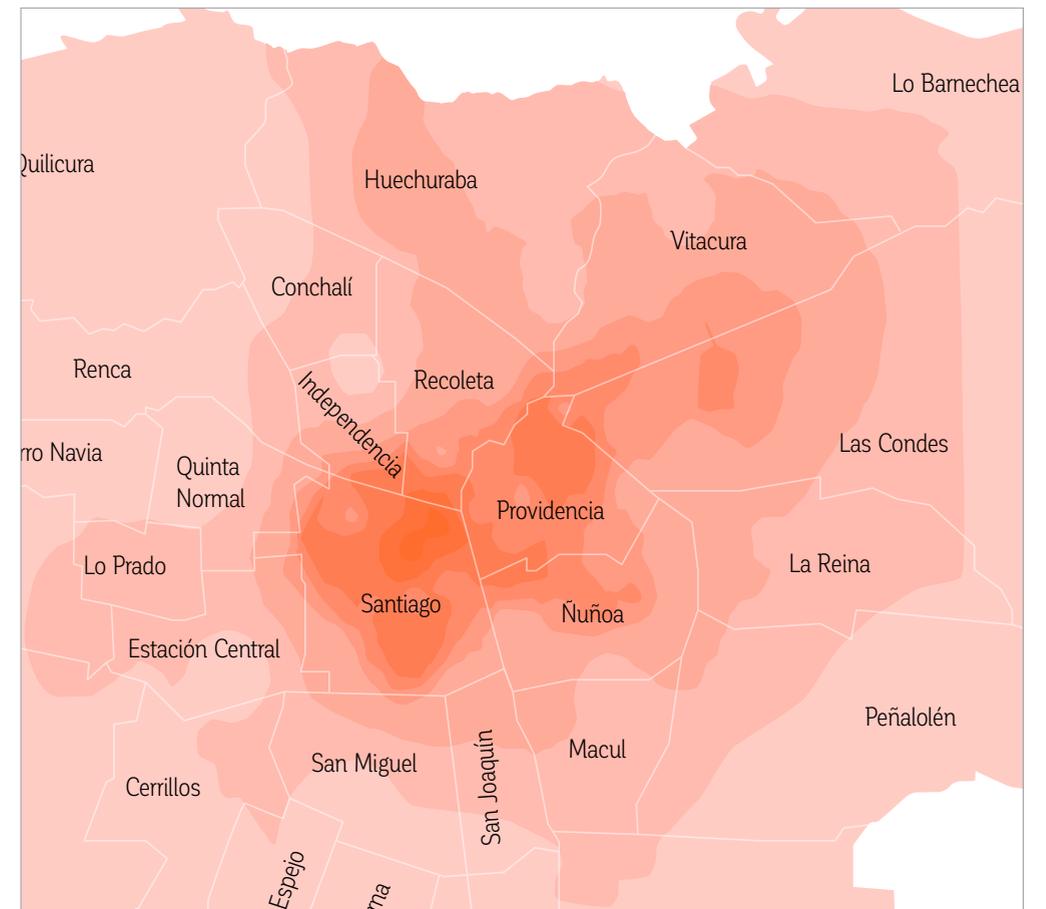
Si se establece una relación lineal de cobertura entre las librerías, vemos que existen áreas más abastecidas, estas tienen relación con los flujos poblacionales de la ciudad de Santiago, concentrándose en las comunas de Santiago Centro, Providencia, Las Condes y Nuñoa.

En la comuna de Santiago es posible encontrar zonas que tienen menos de 100 metros de distancia entre librerías (barrio San Diego), que resultan ser verdaderos hot spot del mercado del libro.

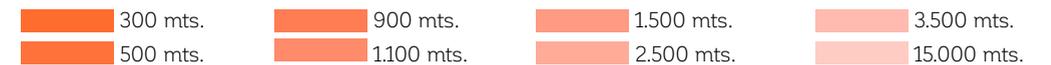
En sectores de Providencia es posible encontrar zonas de 300 metros entre librerías, situación similar en Las Condes, pero con mayor distancia de cobertura.

En las zonas lejanas al centro la dispersión de las librerías hace aumentar la distancia entre ellas, llegando a establecer 15 kilómetros de distancia para acceder a la librería más cercana.

Cartografía 4.4 | Concentración de Librerías del Gran Santiago



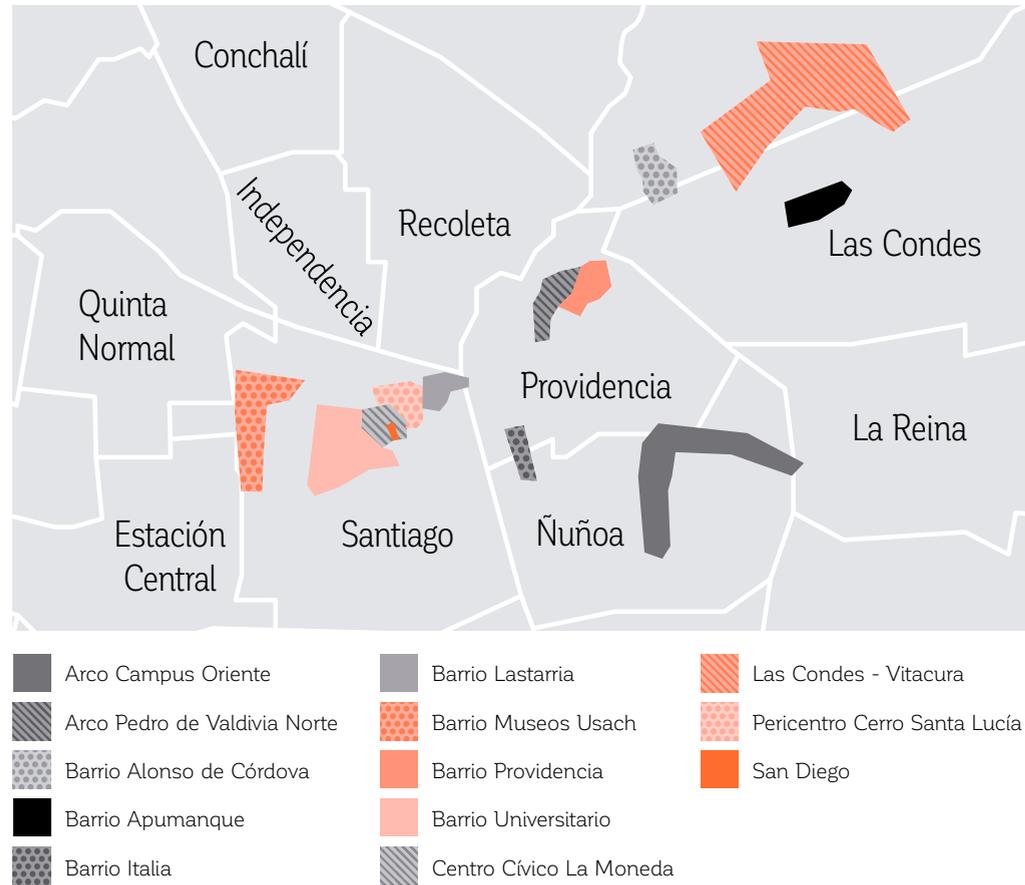
Distancia lineal entre librerías



Fuente: Elaboración Propia, 2018.

Paralelamente se identificaron los barrios libreros de la ciudad de Santiago, en función de la proximidad de las librerías y la concentración poblacional. En la siguiente cartografía se identifican los principales barrios detectados en la ciudad de Santiago.

Cartografía 4.5 | Barrios Libreros del Gran Santiago



Fuente: Elaboración Propia, 2018.

5 Encuesta a Librerías en Chile

En este capítulo se abordarán los principales resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a las librerías detectadas en el catastro realizado y presentado en el capítulo anterior.

A continuación, se encuentra una descripción de la metodología utilizada para la aplicación de la encuesta tomada de manera presencial, la elaboración del instrumento y finalmente las principales conclusiones de la fase de terreno.

5.1 Metodología

A partir del catastro realizado, donde se detectaron un total de 355 librerías a nivel nacional, en las ciudades mencionadas anteriormente, se visitaron la totalidad de los puntos detectados mediante un despliegue de doce encuestadores en todo Chile.

Finalmente se obtuvo un nivel de respuesta de la encuesta de un 75% en promedio, es decir 266 librerías a nivel nacional respondieron satisfactoriamente el instrumento aplicado por los encuestadores. A continuación, se puede observar el desglose de porcentaje de respuesta por cada ciudad visitada en terreno.

Tabla N° 5.1 | Porcentaje de Respuesta de la Encuesta

Ciudades	Cantidad de Librerías Detectadas	Cantidad de Librerías Encuestadas	% Librerías Encuestadas
Arica	6	5	83%
Iquique	5	4	80%

Ciudades	Cantidad de Librerías Detectadas	Cantidad de Librerías Encuestadas	% Librerías Encuestadas
Antofagasta	6	6	100%
Calama	2	1	50%
San Pedro de Atacama	1	1	100%
Copiapó	4	3	75%
Coquimbo	4	3	75%
La Serena	10	10	100%
Ovalle	1	1	100%
Valparaíso	11	11	100%
Viña del Mar	18	17	94%
Los Andes	1	1	100%
Limache	1	1	100%
Santiago	184	127	69%
Rancagua	6	4	67%
Curicó	3	2	67%
Talca	7	6	86%
Constitución	3	3	100%
Linares	2	1	50%
Chillán	3	2	67%
Concepción	16	9	56%
Talcahuano	4	2	50%
Los Ángeles	5	4	80%
Temuco	8	3	38%
La Unión	1	1	100%
Villarrica	2	2	100%
Pucón	2	2	100%
Valdivia	6	4	67%
Osorno	3	2	67%
Puerto Montt	8	7	88%
Puerto Varas	2	2	100%
Castro	2	2	100%
Coyhaique	3	2	67%
Puerto Williams	3	3	100%
Puerto Natales	2	2	100%
Punta Arenas	10	10	100%
TOTAL	355	266	75%

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Las 90 librerías restantes fueron visitadas, sin embargo, se negaron a responder el instrumento aplicado, argumentando la falta de interés de participar en el estudio, bien que no les parecía pertinente ni relevante la información que se esperaba pudiesen entregar o no se encontró el encargado de local que autorizara las respuestas.

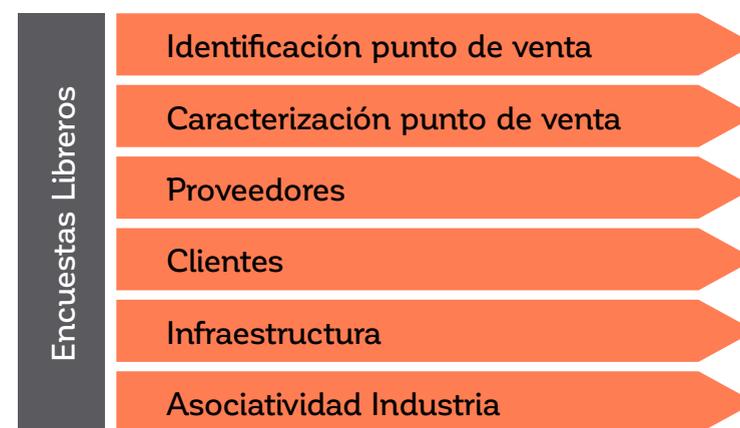
Finalmente, cabe destacar que para el presente estudio se consideró cada uno de los puntos de venta o librerías, es decir en el caso de las cadenas fueron catastrados y encuestadas todos los locales, y no se trabajaron como una sola unidad de funcionamiento.

5.2 Instrumento aplicado

El instrumento aplicado corresponde a una encuesta estructurada. Este fue construido para llevar a cabo los posteriores análisis y a partir de una serie de conversaciones con diversos agentes relevantes en el mundo del libro, con el fin de intentar abordar la mayor cantidad de variables destacadas para posteriormente realizar un análisis cuyos resultados sean significativos y relevantes para todos los actores involucrados en el funcionamiento de una librería.

Para lo anterior es que se estructuró una encuesta con seis ejes centrales por abordar y que buscaban poder llevar a cabo un análisis de manera transversal en torno a las librerías.

Figura N° 5.1 | Ejes Centrales Encuestas Libreros



Fuente: Elaboración Propia, 2018

5.3 Resultados Estudio Librerías

En este apartado del estudio se hace referencia en primera instancia a un breve análisis a partir del levantamiento de información disponible que se realizó con las 355 librerías detectadas. Posteriormente se entregan los resultados finales de la encuesta aplicada a las librerías, pero solo considerando las 266 librerías que respondieron el instrumento.

A partir de levantamiento de información realizado tras la aplicación de la encuesta se obtuvieron resultados que corresponden a los ejes mencionados anteriormente y abordados en el siguiente resumen con los principales resultados:

Tal como se mencionó en el apartado anterior, a partir del levantamiento de información secundaria se obtuvo un listado de 355 librerías detectadas existentes en las 36 ciudades que contempló el estudio, de ellas el 75% dieron respuesta a la encuesta aplicada.

Identificación Punto de Venta

En el primer eje **Identificación del Punto de Venta** se solicitaron datos generales y de contacto del punto de venta, tales como nombre de la librería, dirección, comuna, ciudad, región, teléfono, días y horarios de atención y página web.

Tabla N° 5.2 | Distribución de las Encuestas por Región

Región	Cantidad de Librerías Encuestadas	%
Arica y Parinacota	5	2%
Tarapacá	4	2%
Antofagasta	8	3%
Atacama	3	1%
Coquimbo	14	5%
Valparaíso	30	11%
Metropolitana	127	48%
O'Higgins	4	2%
Maule	12	5%
Ñuble	2	1%
Biobío	16	6%
Araucanía	7	3%
Los Ríos	5	2%
Los Lagos	13	5%

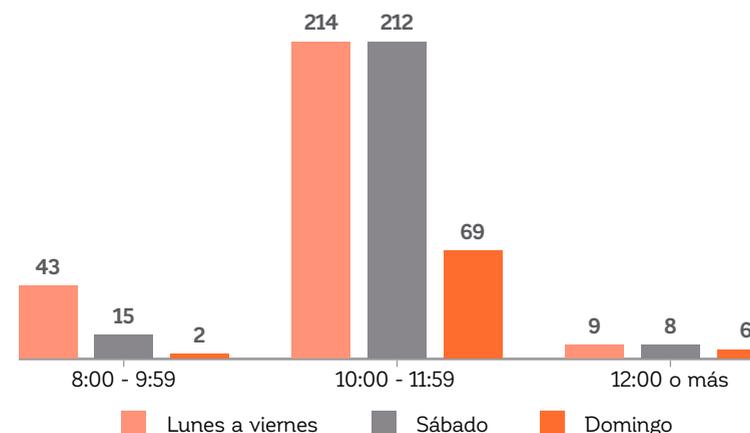
Región	Cantidad de Librerías Encuestadas	%
Aysén	2	1%
Magallanes	14	5%
Total	266	100%

Fuente: Elaboración Propia, 2018

En cuanto a los horarios de funcionamiento de las librerías encuestadas, se puede mencionar que la totalidad de las librerías funcionan al menos de lunes a viernes, donde el 80% de estas tienen un horario de apertura entre las 10:00 - 12:00 del día. Un 88% de las librerías abren los sábados, donde se mantiene en su mayoría el mismo horario de apertura mencionado anteriormente. Finalmente, un 29% de las librerías abren los domingos, y mantienen el mismo horario de apertura.

Tal como se puede observar en el gráfico, para todos los días de funcionamiento el horario de apertura más frecuente se encuentra entre las diez de la mañana y las doce del día.

Gráfico N° 5.1 | Distribución Horarios Apertura Librerías

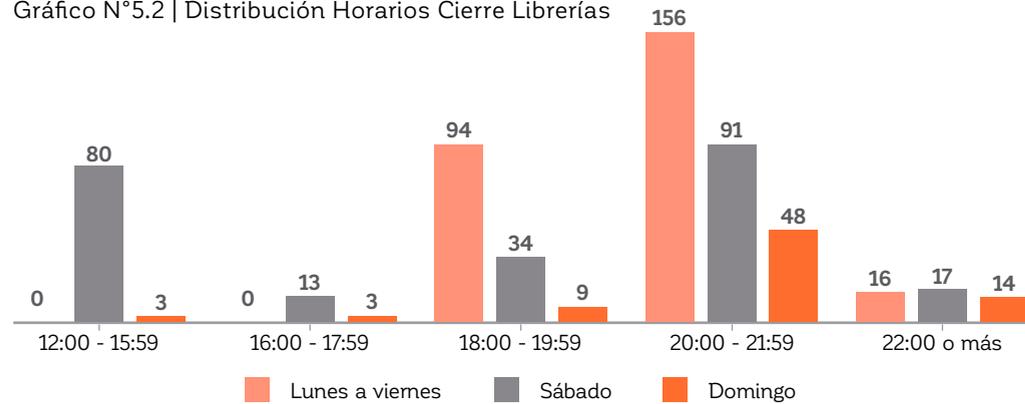


Fuente: Elaboración Propia, 2018

Los horarios de cierre de las librerías encuestadas presentan una mayor concentración de cierre en el intervalo de las 20:00 y 21:50 horas. Del total de las librerías encuestadas, y tal como se mencionó anteriormente se saben todas funcionan al menos de lunes a viernes, el 59% de ellas cierran en el intervalo de horario más frecuente. A su vez el horario de cierre de las librerías más

frecuente para aquellas que funcionan los sábados se concentra entre las 12:00 – 15:59 horas y las 20:00 – 21:50 horas, con un 34% y 39% respectivamente. Finalmente, el domingo presenta con mayor frecuencia el mismo horario de cierre que los otros días de funcionamiento.

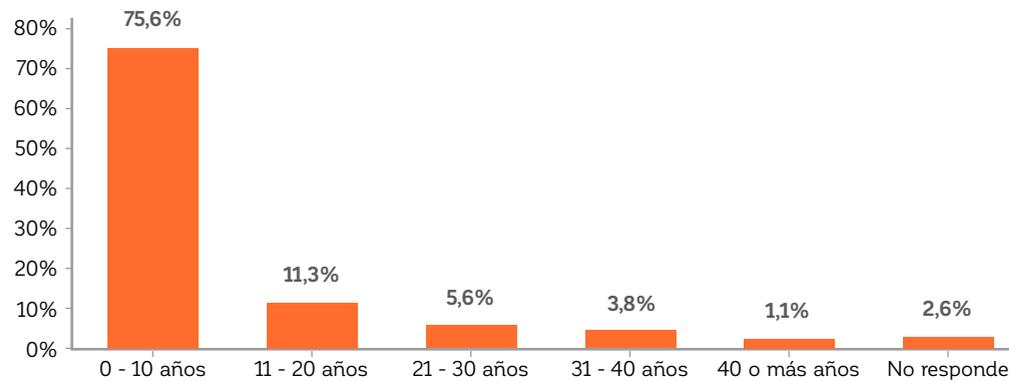
Gráfico N°5.2 | Distribución Horarios Cierre Librerías



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Quienes respondieron la encuesta, el 75,6% presenta no más de diez años de antigüedad en su cargo.

Gráfico N°5.3 | Antigüedad en el Cargo

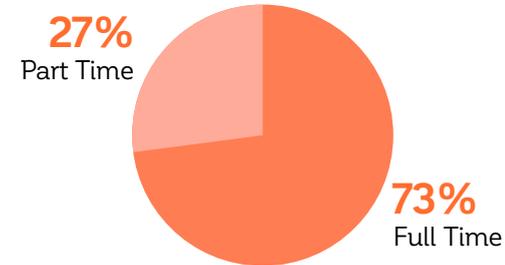


Fuente: Elaboración Propia, 2018

Las librerías encuestadas a nivel nacional presentan un total de 1.188 trabajadores, esta cantidad considera a los dueños de librerías que se desempeñan al mismo tiempo como trabajadores de esta o más bien la reconocen como su principal fuente laboral. A partir de lo anterior se obtuvo que el 73% del total de trabajadores

asociados a las librerías lo hacen en jornada laboral completa, el 27% restante se desempeña por turnos de media jornada o convenidos con la administración.

Gráfico N° 5.4 | Tipo Jornadas Laborales



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Ante la consulta por el tipo de local en que se emplaza la librería el 77% de los encuestados indicó que el local es arrendado, esto se traduce en una falta de flexibilidad administrativa financiera, dado que en general el negocio de los libreros mantiene costos fijos elevados, los cuales generan un mayor riesgo en el funcionamiento y permanencia en el tiempo de las librerías.

Esta proporción se mantiene constante tanto para las librerías ubicadas en la Región Metropolitana como para el resto de las regiones de Chile.

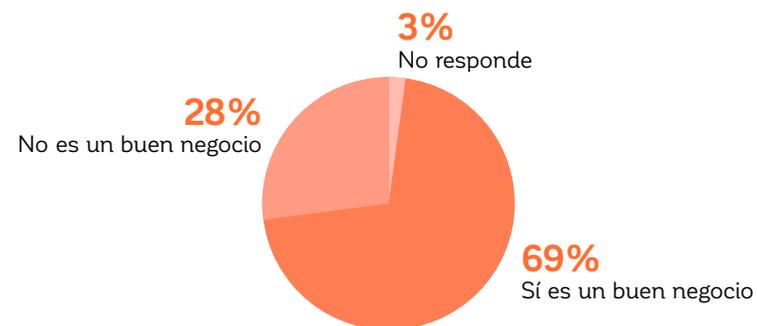
En cuanto al sistema de pago que tienen las librerías, se consultó particularmente si contaban con sistema de pago Transbank, con el fin de poder comprender el nivel de adaptabilidad de los puntos de venta a dar alternativas de pago. Cabe destacar que se buscaba comprender facilidades en cuanto a medio de pagos, no a plazos de pago.

Dado lo anterior se puede observar que el 92% de las librerías cuenta actualmente con sistema de pago Transbank.

La última pregunta de este eje de la encuesta pretendía consultar por la percepción del librero en cuanto a si consideraba que el tener una librería era o no un buen negocio, teniendo por objetivo comprender la autosuficiencia de una librería como empresa, y no niveles de rentabilidad o márgenes de la librería en particular.

El resultado arrojó que un 69% de los libreros encuestados consideraba que este si era un buen negocio, pese a las dificultades que tiene arraigado este tipo de empresas, ya sea por costos, falta de clientes, márgenes, dificultades de negociación con los proveedores, entre otros.

Gráfico N° 5.5 | Percepción Negocio Librero



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Si se desglosa la misma pregunta, pero diferenciando la respuesta entre los librereros en regiones y la Región Metropolitana, la percepción en la Región Metropolitana indica que consideran en mayor cuantía que es un buen negocio tener una librería, en comparación con los librereros de regiones.

Lo anterior se complementa con los antecedentes levantados en el taller participativo con librereros (capítulo 8), en que uno de los principales elementos de problemática del negocio librero correspondería a los costos logísticos a regiones. A su vez al ser el volumen de población en región menor, la demanda por libros también es más baja, por ello se percibe como un negocio más difícil de llevar a cabo.

Tabla N° 5.3 | Percepción Negocio desglosado

	Sí	No
Región Metropolitana	78%	22%
Regiones	64%	36%

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Si este análisis se realiza solo considerando las librerías de tipo cadena con presencia nacional, se acentúa mucho más el efecto de considerar que tener una librería es un buen negocio, ya que el 95% de los encuestados respondió que tener una librería si es un buen negocio. Al ser una estructura más formal de empresa se percibe con mejor rentabilidad.

En contraparte, un 67% de los encuestados relacionados con una librería independiente indica que tener una librería es un buen negocio.

Caracterización Punto de Venta

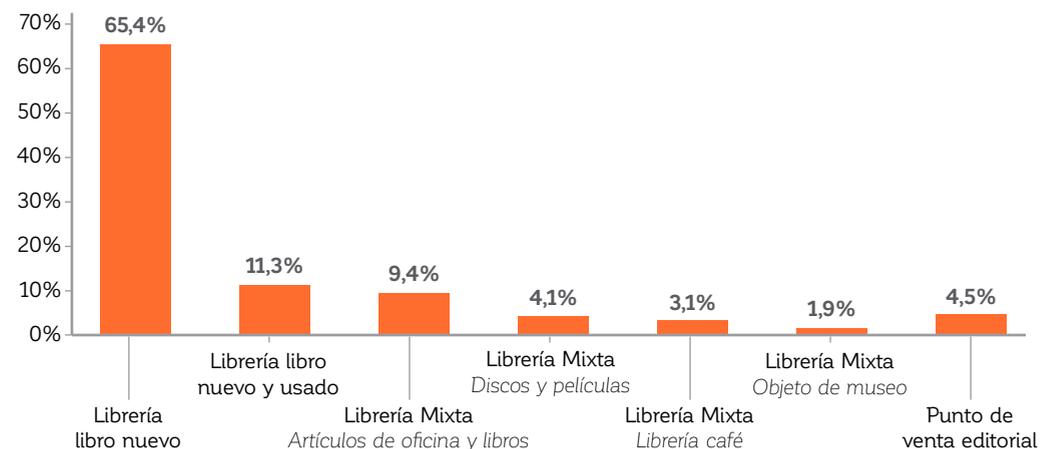
El segundo eje estudiado tuvo que ver con una breve **Caracterización de los Puntos de Venta** encuestados, donde se consultó sobre la tipología temática y forma de venta de la librería.

Para definir la tipología del punto de venta, se estableció el criterio que fueran puntos de venta de una variedad de libros, es decir no se consideraron como puntos de venta aquellos lugares que, por ejemplo, comercializaran solo un título, y que este tuviera más relación con ser un accesorio de una temática más amplia.

Dado lo anterior, el objetivo estuvo enfocado en encontrar puntos de venta de libros nuevos, también existía la alternativa que fuera una mezcla con libro usado, pero manteniendo el criterio que la mayor parte de la oferta correspondiera a libro nuevo. O bien, también podía corresponder a un punto de venta mixto, es decir que los libros fueran comercializados con otro tipo de productos relacionados manteniendo siempre el mismo criterio, que los libros tuviera un espacio dedicado y visible dentro del local.

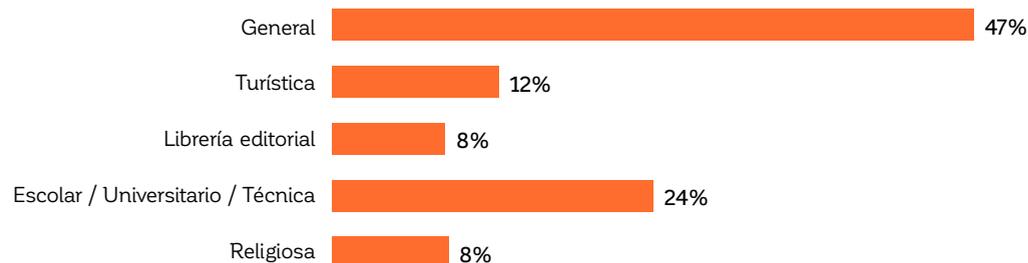
De los puntos de venta encuestados el 90,5% corresponde a librerías de libro nuevo, un 16,8% corresponde a comercialización de libros nuevos y usados, el 13,2% librería mixta con artículos de oficina. Cabe destacar en este último tipo de librería, que estos puntos de venta no consideran librerías de artículos de oficina y escolares, tales como Lápiz López, Librería Nacional o similares, sino que se refiere a librerías de venta de libros, que como elemento secundario de comercialización presentaban algún tipo de artículo de oficina.

Gráfico N° 5.6 | Tipo de librería



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Gráfico N° 5.7 | Temática del Punto de Venta



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Respecto de la mecánica de compra a los proveedores se puede observar que mayoritariamente las librerías se abastecen de manera directa desde las editoriales, lo que explica la fuerte labor de distribución que en la actualidad poseen las editoriales.

Lo anterior hace suponer que las librerías están asumiendo una estructura mayor de apalancamiento operativo, dada la mayor cantidad de proveedores al tener que negociar de manera individual con cada editorial, por cuanto deben realizar múltiples gestiones para el movimiento de la mercadería, lo que podría mejorarse si existiera una mayor agrupación de distribución y logística de las editoriales.

Tabla N° 5.4 | Distribución Compra Librerías

Tipo de Proveedor	Porcentaje de Compra Directa
Editorial	47%
Distribuidor nacional	28%
Distribuidor extranjero	14%
Autores	11%

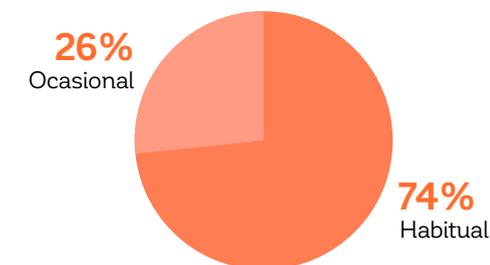
Fuente: Elaboración Propia, 2018

Cientes

En este eje se dio principal énfasis al análisis del **Ciente de las Librerías**, estilo de compra, caracterización del cliente, estacionalidad de compra, montos de compra y cantidad de libros promedio por cada compra realizada. Complementariamente se buscó establecer el precio promedio de los libros vendidos en la librería, es decir el precio final que el cliente debe pagar por adquirir un libro, es importante considerar que, para este análisis final, fue consultada la percepción del librero.

En cuanto al tipo de cliente que compra en las librerías, el 74% de los encuestados lo clasificaría como un cliente de tipo habitual, el 26% restante lo describe como un cliente ocasional.

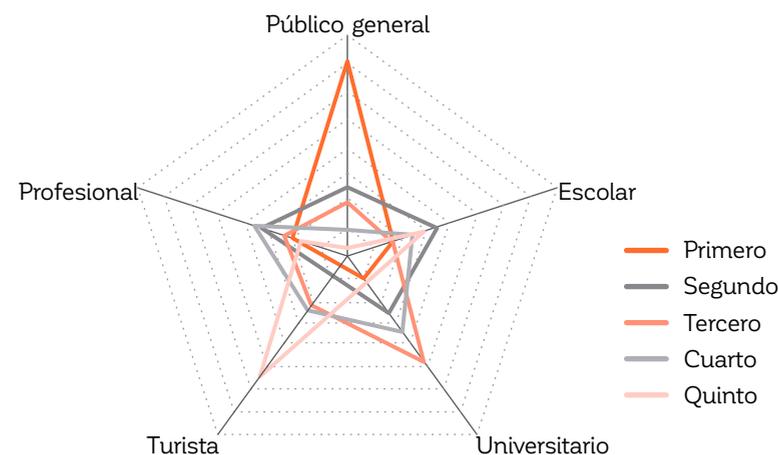
Gráfico N° 5.8 | Frecuencia del Cliente



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Al solicitar caracterizar los clientes que compraban en las librerías, se les pidió a los encuestados que elaboraran un ranking de mayor a menor frecuencia de compra dentro de sus librerías, el resultado arrojó que un 54% de los encuestados mencionó como público general su principal comprador, luego en segundo lugar ubicaron al estudiante escolar, que si bien podía no ser el mismo estudiante quien compra dentro de la librería, la venta estaba claramente dirigida a ese segmento, en tercer lugar se ubican los estudiantes universitarios con un 36% de las preferencias, en cuarto lugar profesional en búsqueda de literatura técnica y finalmente turistas.

Gráfico N° 5.9 | Tipo de clientes



Fuente: Elaboración Propia, 2018

En cuanto a la forma en que compra el cliente que ingresa a las librerías, se consultó acerca de la motivación en la compra, para comprender la relevancia del librero, no solo como un vendedor de productos, sino que como un inductor y recomendador del libro, con el fin de comprender la relevancia que tiene el oficio librero como un entendido en libros y lectura.

Según lo anterior, los encuestados señalaron que la proporción entre que el cliente tiene clara su compra y entra a la librería con una idea determinada versus que escoge en el punto de venta asesorado por el librero, era de un 64% en el caso de comprar algo predeterminado y un 36% escoge en la librería.

Gráfico N° 5.10 | Tipo de compra del Cliente

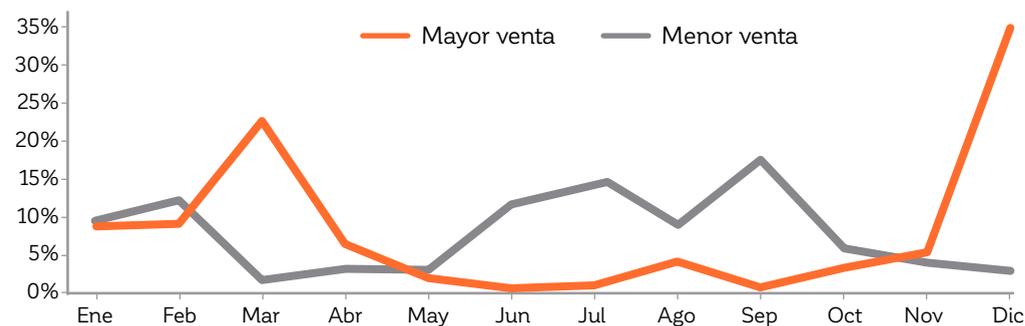


Fuente: Elaboración Propia, 2018

En cuanto a la temporalidad de las ventas de la librería, se solicitó indicar los dos meses que presentaban mayores ventas y los dos meses que presentaban menores ventas en la librería durante el año.

En el caso de las mayores ventas estas se concentraron en el mes de marzo y diciembre, ambas temporadas muy características por el inicio del año escolar y universitario y navidad. En contraparte los meses que presentan las ventas más bajas en promedio corresponden a los meses de julio y septiembre.

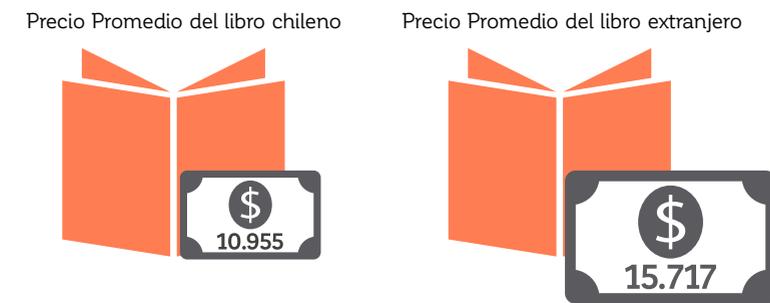
Gráfico N° 5.11 | Distribución Venta por Meses



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Finalmente se consultó al librero la percepción del precio del libro, se solicitó poder diferenciar el precio para un libro de origen nacional o chileno versus un libro importado o de origen extranjero, los libreros determinaron que en promedio el precio del libro chileno bordea los \$10.995.- y el libro extranjero \$15.717.-

Tabla N° 5.5 | Percepción Librero del Precio del Libro



Fuente: Elaboración Propia, 2018

Infraestructura

El apartado de **Infraestructura** dentro de la encuesta pretendía poder caracterizar el espacio físico de las librerías, por tanto, aborda temas como metraje cuadrado del espacio, estado de la librería, atractivo de localización, stock que manejan, cantidad de títulos disponibles en promedio, inversiones que permitiría mejorar la gestión de la librería y determinar las principales editoriales con las que trabajan.

A nivel nacional el promedio de espacio en el que se emplaza una librería corresponde a 78 metros cuadrados. El 36% de las librerías cuentan entre 5 a 30 metros cuadrados de espacio.

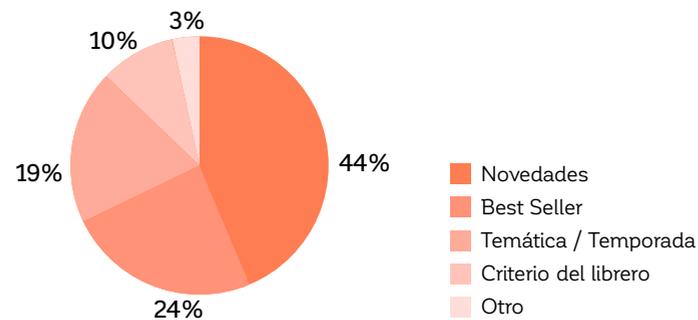
Tabla N° 5.6 | Distribución m² Librerías

Metros Cuadrados	Cantidad	%
5 - 30 m²	95	36%
31 - 60 m²	75	28%
61 - 100 m²	52	20%
101 - 150 m²	20	8%
151 - 300 m²	16	6%
Más de 300 m²	8	3%
Total	266	100%

Fuente: Elaboración propia, 2018

En cuanto al criterio que el librero utiliza para ubicar los libros en la vitrina de la librería, el que presenta mayor frecuencia entre las respuestas indicadas se relaciona con las novedades, libros nuevos que envían las editoriales o distribuidores, que han sido lanzados hace poco y por tanto se les otorga un espacio privilegiado con el fin que se encuentren visibles para los clientes que ingresen. En segundo lugar, se encuentra que los títulos sean best seller, por tanto, que lleven semanas siendo de los más vendidos de la librería. Con un 24% de las preferencias tiene que ver con un factor de la temática relacionada con la época del año, en marzo por ejemplo le dan un mayor espacio en la vitrina a títulos relacionados con lo que podría ser lectura complementaria escolar.

Gráfico N° 5.12 | Criterio de la Vitrina



Fuente: Elaboración propia, 2018

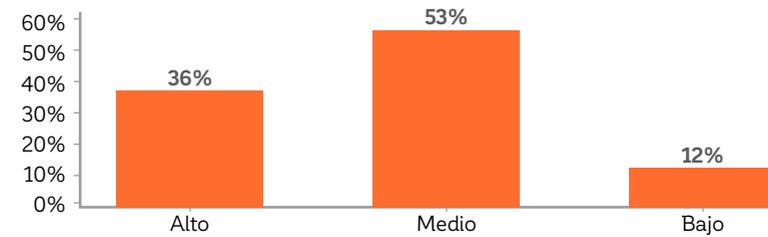
Al ser consultados sobre la cantidad de ejemplares que manejan las librerías, el resultado arrojó que en promedio las librerías manejan 7.961 ejemplares en la sala de venta, por su parte en promedio manejan una bodega de alrededor de 3.563 ejemplares. Manteniendo una proporción de 70% de los libros en la sala de ventas y el 30% en bodega.

El promedio de títulos que mantienen las librerías bordea los 6.000 títulos.

En cuanto al atractivo de localización estos se clasificaron alto, el cual consideraba que la librería se emplazara en un espacio de alta visibilidad y afluencia de público, por ejemplo, paseos en el centro de la ciudad, centros comerciales u otros. En el caso de atractivo medio, se relacionaban con calles de tránsito medio, pero que aun así mantenían buena visibilidad para el cliente. Finalmente, una localización de atractivo bajo, hacía referencia que la librería presenta una mayor dificultad para ser encontrada o divisada, por tanto, se puede asociar a que se encuentre, por ejemplo, dentro de una galería o un símil.

Dado lo anterior es que se obtuvo que el 53% de las librerías encuestadas se encuentra emplazada en una localización de atractivo medio, por otra parte, el 36% de las librerías se tiene un atractivo de localización alta. Finalmente, el 12% de las librerías encuestadas se encuentran en una localización de atractivo bajo.

Gráfico N° 5.13 | Atractivo Localización Librerías



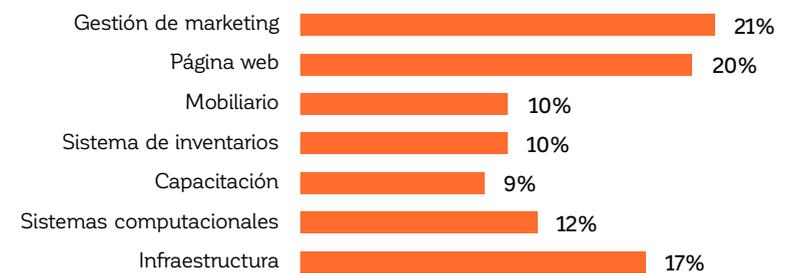
Fuente: Elaboración propia, 2018

Al ser consultados por inversiones que permitirían una mejora en la gestión de la librería, Inversiones que ayudarían a mejorar la gestión de la librería, mejorar la gestión de marketing junto con realizar mayores gestiones con la página web son las que resultan más frecuentes, principalmente debido a que se relaciona un mejoramiento de estas variables con un impacto directo en las ventas.

Las mejoras en infraestructura y sistemas computacionales que mejoren la gestión administrativa de la librería se encuentran en tercer y cuarto lugar de preferencia respectivamente.

Otro factor que se mencionó en la categoría de otros fue invertir en la compra de vehículos, lo cual mencionaban, les podía ayudar a realizar más actividades fuera de la librería y de esta forma tener nuevas alternativas de ventas.

Gráfico N° 5.14 | Inversiones para Mejoras de la Librería



Fuente: Elaboración propia, 2018

Al observar la vitrina de las librerías, el encuestador debió indicar las editoriales cuyos libros se encontraban presentes en las vitrinas, dado esto es que este apartado de instrumento tuvo por objetivo determinar la frecuencia de editoriales en las vitrinas y no determinar la cantidad de títulos con que dicha editorial estaba presente en la vitrina de una determinada librería, dado lo anterior es que el resultado arroja presencia y no cobertura de las editoriales.

A partir de lo anterior se hizo un análisis con las 24 editoriales con mayor presencia en las vitrinas de las librerías a nivel nacional, considerando como criterio de selección que las editoriales se encontraran presentes en 20 o más vitrinas de librerías. El resultado arrojó una fuerte presencia de las editoriales nacionales tal como se puede observar en el gráfico N° 5.15, un 70% de las editoriales con mayor presencia en vitrinas corresponde a una editorial de origen nacional.

Gráfico N° 5.15 | Presencia de las Principales Editoriales en Vitrina

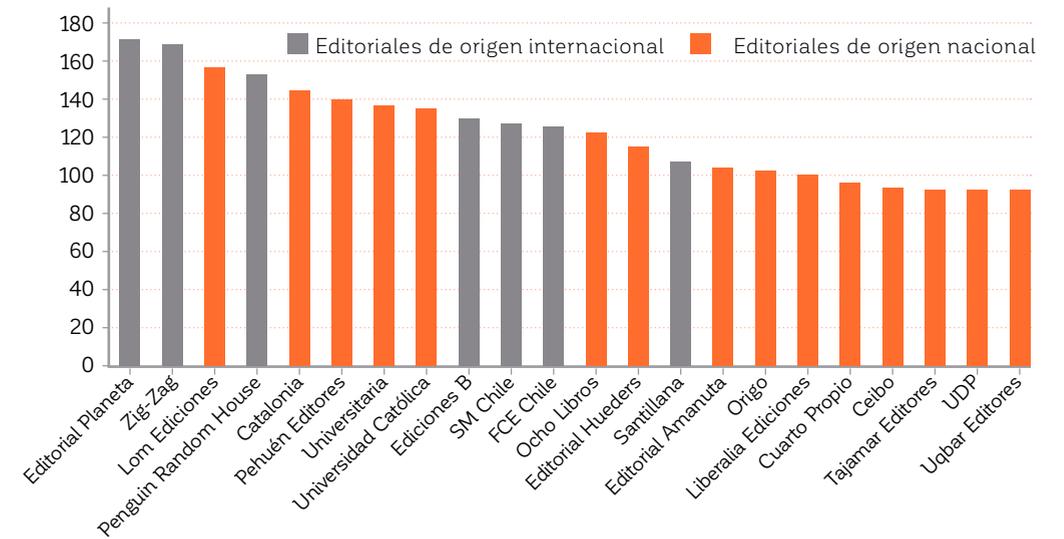


Fuente: Elaboración propia, 2018

Una vez que el encuestador observó la vitrina de la librería, el librero fue consultado acerca de la presencia de editoriales dentro de su catálogo, quienes en general respondieron en base a su percepción y no a la estadística de gestión de la librería. Por ello se les consultó respecto de la presencia de títulos de las 85 editoriales que más editaron libros el 2016 según el informe de ISBN de la Cámara Chilena del Libro. Los resultados indicaron que 22 de estas editoriales están presentes en más de 90 puntos de venta. De estas 22 editoriales, quince corresponden a editoriales nacionales, sin embargo, los primeros lugares están concentrados en editoriales internacionales.

Este resultado no determina la amplitud del catálogo disponible en los puntos de venta, sino que es un reflejo de la presencia de las diversas editoriales en las librerías.

Gráfico N° 5.16 | Presencia de las Principales Editoriales en Librerías



Fuente: Elaboración propia, 2018

Tabla N° 5.7 | Presencia de las Editoriales en Librerías

Editorial	Cantidad	Editorial	Cantidad
Editorial Planeta	170	Santillana	107
Zig-Zag	168	Editorial Amanuta	103
Lom Ediciones	155	Origo	101
Penguin Random House	152	Liberalia Ediciones	99
Catalonia	143	Cuarto Propio	95
Pehuén Editores	138	Ceibo	93
Universitaria	135	Tajamar Editores	92
Universidad Católica	134	UDP	92
Ediciones B	129	Uqbar Editores	91
SM Chile	127	Jurídica de Chile	84
FCE Chile	124	Instituto Geográfico Militar	78
Ocho Libros Editores	120	Red Internacional del Libro	75
Editorial Hueders	114	Ediciones Universidad de Valparaíso	72

6 Precio del Libro en Chile

Editorial	Canti- dad	Editorial	Canti- dad
Ediciones Ekaré Sur	70	Universidad del Desarrollo	28
Ediciones Universitarias de la UCV	70	Ediciones Universidad Austral de Chile	27
Vicens Vives	69	Amapola Editores Limitada	23
Universidad de Chile	69	Universidad de La Frontera	23
Pontificia Universidad Católica de Chile	69	Ediciones Universidad de Concepción	23
Kactus Foto Digital	63	CREA Editores	22
Editorial Forja	61	Feria Chilena del Libro	22
Ediciones Metales Pesados	61	Universidad de Playa Ancha	20
Alquimia Ediciones	61	Bravo y Allende Editores	17
Lolita Editores	60	Nlibros SpA	16
JC Sáez Editor	57	Simplemente Editores	15
Ediciones Tácitas	53	Ediciones Cal y Canto	14
Universidad Alberto Hurtado	51	Editorial Rapanui Press	13
Galileo Libros	46	Mythica Ediciones	12
Mago Editores	44	UTSM	12
Planeta Sostenible	43	Ediciones Universidad San Sebastián	12
Aún Creemos en los Sueños	43	Ediciones Universidad Bío Bío	12
Recrea Libros	38	Ediciones Aguila Azul	11
Editorial Cuneta	38	Universidad de Magallanes	11
Universidad Finis Terrae	37	Universidad de La Serena	10
Chancacazo Publicaciones	35	Universidad Tecnológica Metropolitana	9
Universidad de Talca	34	Universidad de Los Lagos	9
Pía Sociedad de San Pablo	33	Universidad de Tarapacá	8
Universidad Andrés Bello	33	Universidad Católica del Maule	8
Universidad de Santiago de Chile	32	Ediciones UCN	7
Das Kapital Ediciones Ltda.	30	Edición Digital S.A.	6
Legal Publishing Chile	28	UCSC	5
Editorial Nueva Patris	28	Universidad de Las Américas	4
FLACSO	28	Fundación Piedra de Molino	2

Fuente: Elaboración propia, 2018

Este capítulo se centra en conocer el precio del libro en Chile. Para ello se realizaron tres estudios complementarios. En primer lugar, se indica el resultado de la encuesta tomada en 266 librerías a lo largo de Chile, respecto de la pregunta referente a la percepción del precio de los libros en la librería; en segunda instancia se estudió el registro de ISBN que administra la Cámara Chilena del Libro; finalmente se analizó información de listas de precio de libros de venta al público de librerías.

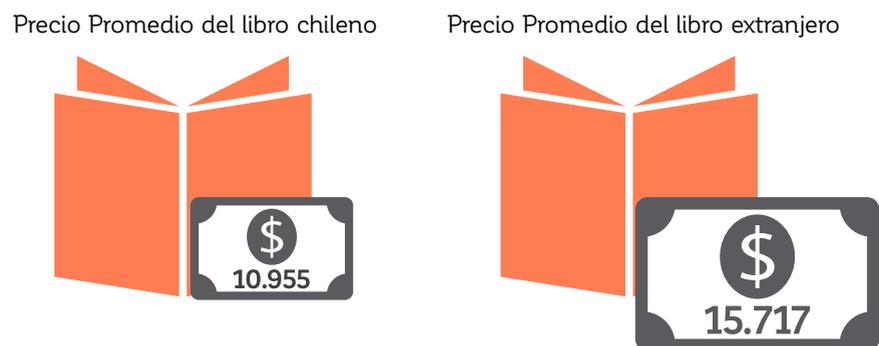
Toda la información de precios que se señala en este capítulo, se indica como el precio con IVA incluido, por cuanto es el precio que los clientes finales perciben.

6.1 Precio del libro de acuerdo con percepción del librero encuestado

Como se describió en el capítulo IV, durante el trabajo de campo, se aplicó una encuesta estructurada directa a la totalidad de las librerías contactadas, de las cuales 266 librerías contestaron dicha encuesta a lo largo de Chile. Las preguntas 4.5, 4.6, 4.7 y 4.8 abordaron temáticas de valor promedio de la boleta de venta y precios promedio del libro IVA incluido tanto para el libro chileno como importado.

De las 266 encuestas efectivamente aplicadas a librerías, los entrevistados debían responder su percepción respecto de los precios promedios de los libros. Los libreros entregaron 239 respuestas para el precio promedio del libro nacional y 233 respuestas para el precio promedio del libro de origen extranjero.

Figura N° 6.1 | Precios del Libro (percepción del librero)



Fuente: Encuesta a Libreros, Estudio de Circulación y Difusión del Libro en Chile, 2017. Editores de Chile

Si bien se obtuvo un valor de venta para los libros nacionales e importados, son una respuesta de percepción del librero o librera encuestado, por ello más que el valor absoluto de cada uno, lo importante es la visión comparativa entre uno y otro.

Así puede observarse que los libreros perciben que los libros extranjeros que circulan en el territorio nacional son un 43% más caros que los libros de origen nacional. Si se realiza este análisis de manera similar, pero considerando las regiones sur, la percepción de diferencial de precio disminuye a un 29%, básicamente porque los libreros encuestados indicaban que los fletes no se cobraban por las editoriales de origen extranjero y normalmente sí se cobra por parte de las editoriales nacionales.

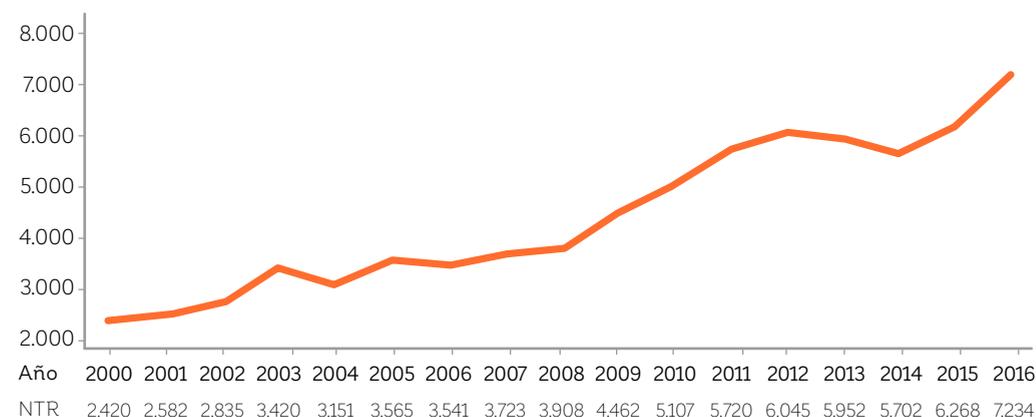
Al consultarles a los libreros encuestados por el valor promedio de cada boleta, en 243 respuestas efectivas se obtuvo que la boleta promedio es \$14.856 con IVA.

6.2 Precio del libro de acuerdo con el estudio de registros de ISBN

Como es de público conocimiento, es normativa general registrar toda publicación a nivel mundial con el identificador único denominado ISBN (International Standard Book Number).

A continuación, se muestra el registro de ISBN 2000 - 2016, donde se observa que en quince años casi se ha triplicado la producción nacional.

Gráfico N° 6.1 Número de Títulos Registrados (NTR), Prefijo 956 Período 2000 - 2016



Fuente: Informe Estadístico 2016, Agencia Chilena ISBN

Esta mirada general incluye la totalidad de registros, incorporando entre otros, textos escolares, libros electrónicos, colecciones, autoediciones, traducciones, registros sin precio, folletos, fascículos, libros Braille, mapas y reediciones.

Al revisar la producción nacional del año 2016 segmentada según afiliación de las editoriales, se observa que cuatro agrupaciones concentran la mayor cantidad de registros realizados en Chile. Destaca que la mayor producción nacional corresponde a Editores de Chile.

Tabla N° 6.1 | Ranking de Producción Nacional según Afiliación de las Editoriales, año 2016

	Editoriales	Porcentaje	Títulos Registrados
Cámara Chilena del Libro A.G.	28	16,84%	1.218
Editores de Chile	54	18,41%	1.332
Cooperativa Editores de la Furia	39	2,97%	215
Corporación del Libro y la Lectura	16	17,57%	1.271

Fuente: Informe Estadístico 2016, Agencia Chilena ISBN

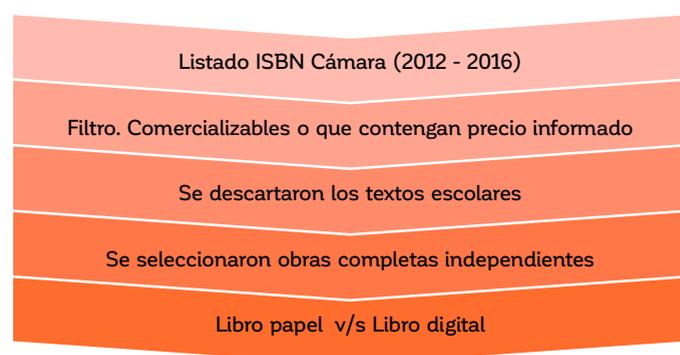
A esta agrupación realizada, se puede incorporar el dato que 43 universidades registraron 862 publicaciones, las que en alguna medida a su vez podrían estar afiliadas a alguna organización formal del libro.

6.2.1 Análisis de las bases de datos 2012 - 2016 de registro de ISBN

La Agencia Chilena ISBN, proporcionó las bases de datos de los registros de los años 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016, con los cuales se procedió a homogeneizar y limpiar las distintas bases para obtener un listado depurado que permitirá realizar el análisis que se muestra en este apartado⁴.

Al disponer de cada listado por año, se procesaron estandarizando la información y generando los filtros pertinentes para su análisis, seleccionando y trabajando con los campos adecuados.

Figura N° 6.2 | Esquema de procesamiento de información ISBN



Fuente: Elaboración propia

Al realizar los filtros indicados para cada año se llegó a una totalidad de registros de 15.158, tanto en papel como digital. Es decir, se utilizó en promedio el 49% del total de la información registrada en los últimos cinco años en la agencia de ISBN que alcanzó a 31.195 registros. A los filtros mencionados se incorporó un último elemento diferenciador que fue si la obra es folleto, mapas, fascículos o braille, se llega a la siguiente tabla que indica la base de datos depurada para realizar el análisis anual:

⁴ Estos listados contienen información respecto del título de la obra inscrita, el ISBN asignado de acuerdo a cada editorial que tiene su respectivo registro, el nombre de la editorial que registra, su naturaleza jurídica, el RUT de la sociedad o persona titular de la inscripción, el sello que puede ser distinto de la empresa que registra, la materia de la obra, el idioma, la ciudad de edición, la fecha de lanzamiento, si es un libro impreso o digital, tipo de empaste, tipo de papel del libro y su gramaje, tipo de impresión, número de páginas del libro, si será un producto comercializable o no, el número de ejemplares a publicar, el precio en moneda local que se registra (se entiende que es con IVA), si es pertinente el precio en dólares, el autor y la nacionalidad del mismo.

Tabla N° 6.2 | Filtro de Registros inscritos por año

	2012	2013	2014	2015	2016
Títulos Inscritos	6.044	5.951	5.700	6.268	7.232
Filtro de Comercialización y Precio	2.373	3.402	2.097	2.301	2.528
Filtro Texto Escolar y Preescolar	926	331	339	438	365
Filtro Obras Completas e independientes	317	87	166	150	217
Folleto, Mapas, Fascículos, Braille	14	3	40	52	38
Listado Base Depurado	2.414	2.128	3.058	3.327	4.084

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Agencia Chilena ISBN

Desde la base depurada se realizó la separación de libros en papel y libros en formato digital registrados. A su vez se realizó la separación de títulos registrados por editoriales de origen chileno y editoriales con origen extranjero. De la tabla siguiente se desprende que, de la totalidad de títulos inscritos en los últimos cinco años, el 80% de ellos fueron inscritos por editoriales o instituciones de origen nacional.

Tabla N° 6.3 | Libros Registrados por año en Chile

	2012	2013	2014	2015	2016
Listado Base Depurado	2.414	2.128	3.058	3.327	4.084
Registros Libro en Papel	2.141	1.846	2.673	2.989	3.153
Editorial Nacional	1.691	1.573	2.168	2.246	2.524
Editorial Extranjera	450	273	505	743	629
Registros Libro Digital	273	282	385	338	931

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Agencia Chilena ISBN

La cantidad de títulos registrados en los últimos cinco años ha crecido un 20% en total, para el mismo periodo se puede observar que los títulos registrados en formato papel han aumentado un 47%.

Al estudiar los cinco años indicados se obtiene la evolución del precio promedio del libro chileno, bajo el registro del prefijo ISBN 956 implica que el precio promedio del libro en Chile es de \$11.159 para el año 2016. En la tabla siguiente se muestra los datos del resultado del precio promedio del libro chileno por cada año de registro a precios de cada año, donde se observa que el precio nominal ha aumentado levemente en los últimos cinco años.

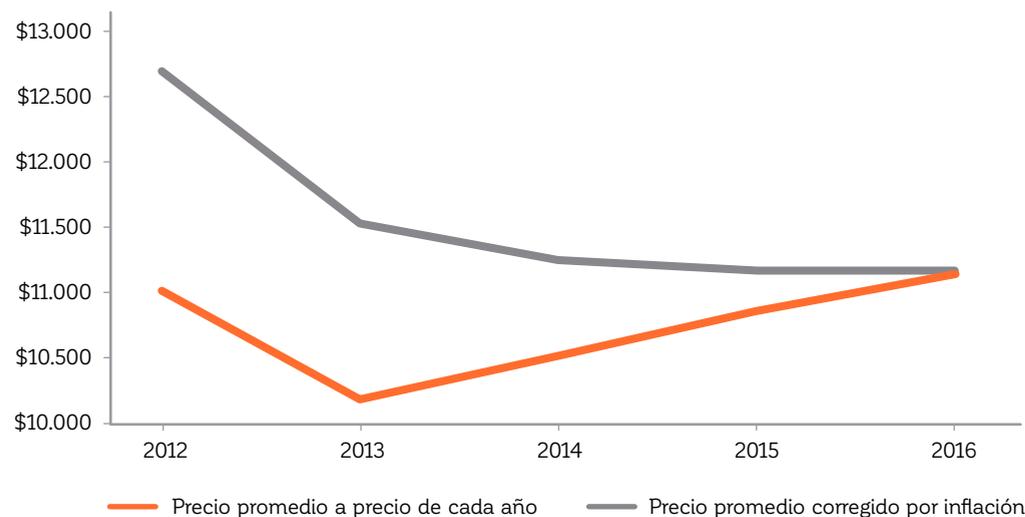
Tabla N° 6.4 | Precio promedio del libro según registros ISBN, Precios por año

	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad de registros libro en papel	2.141	1.846	2.673	2.989	3.153
Precio promedio a precios de cada año	\$11.012	\$10.203	\$10.524	\$10.863	\$11.159
Precio Promedio corregido por Inflación	\$12.703	\$11.533	\$11.259	\$11.168	\$11.159

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Agencia Chilena ISBN

Como puede observarse el precio de cada año fue corregido por inflación a precios 2016. Y si bien sería la forma correcta de analizarlo, también es poco frecuente que las editoriales corrijan por inflación los precios, especialmente si los libros se encuentran bajo la modalidad de venta suspensiva y además es muy sabido que las librerías no cuentan con un sistema de gestión de venta único que facilite las actualizaciones de precio, especialmente las librerías independientes.

Gráfico N° 6.2 | Precio del libro: Nominal versus Real – 2012 - 2016

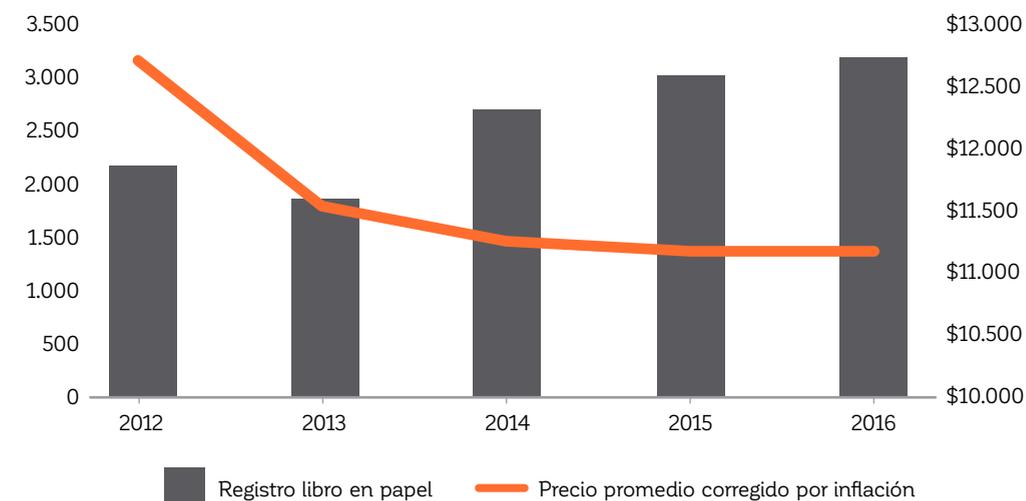


Fuente: Elaboración propia a partir de datos Agencia Chilena ISBN

Al revisar el valor deflactado a precios homogéneos del año 2016, se observa que el precio promedio del libro desarrollado en Chile ha disminuido un 12% en los últimos cinco años. Si se observa el siguiente gráfico: se muestra de manera conjunta la evolución del precio real de los libros (línea naranja) y la evolución de títulos

registrados. Como puede observarse, la cantidad de títulos ha aumentado 47% en cinco años (columnas celestes), mientras que el precio real tiende a la baja.

Gráfico N° 6.3 | Evolución de Cantidad de Registros y Precio Promedio del Libro en Chile corregido por inflación (ISBN)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos Agencia Chilena ISBN

Tabla N° 6.5 | Comparación de ISBN inscritos y Precios según editorial de origen

ISBN Editorial Chilena	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad de Registros Desarrollados por Editoriales Chilenas	1.691	1.573	2.168	2.246	2.524
Precio Promedio	\$11.769	\$10.398	\$10.750	\$11.583	\$11.541
Cantidad de Registros Desarrollados por Editoriales Extranjeras	450	273	505	743	629
Precio Promedio	\$8.166	\$9.079	\$9.552	\$8.684	\$9.625

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Agencia Chilena ISBN

Paralelamente se entrega a continuación el análisis similar al anterior, pero para los libros digitales inscritos. Donde la conclusión principal es que se destaca que desde el año 2012 al 2016 el crecimiento en libros digitales inscritos alcanzó un 241%, conclusión esperable dado el mayor nivel de desarrollo y uso de la tecnología por parte de editores y lectores.

Tabla N° 6.6 | ISBN inscritos y Precios Libro Digital (a precios de cada año)

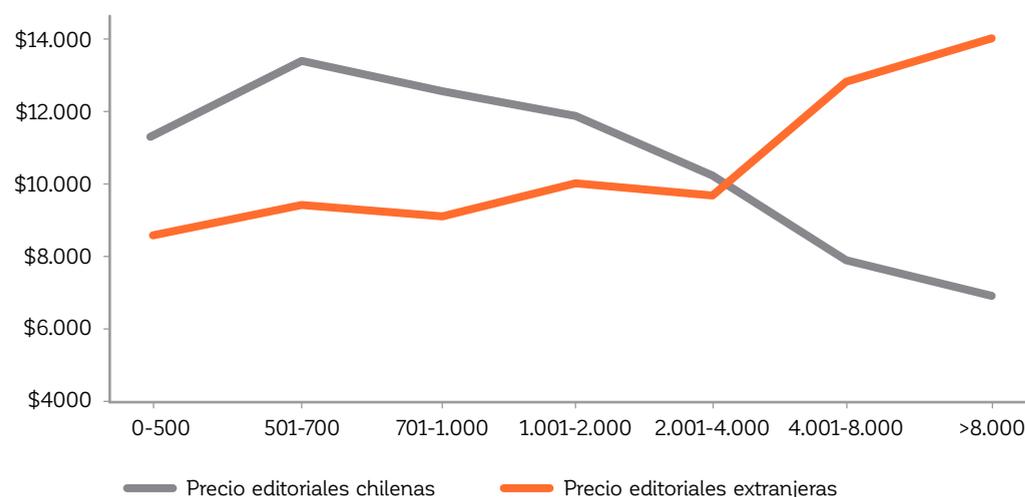
	2012	2013	2014	2015	2016
Registros Libro Digital	273	282	385	338	931
Precio Promedio a precio de cada año	\$ 7.341	\$ 7.674	\$ 6.759	\$ 6.971	\$ 7.357
Precio Promedio corregido por Inflación	\$ 8.468	\$ 8.674	\$ 7.231	\$ 7.167	\$ 7.357

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Agencia Chilena ISBN

6.2.2 Precio versus Producción

De la revisión anterior se observa que el precio promedio de libros producidos por editoriales nacionales es un 17% superior que el precio promedio de las editoriales extranjeras, sin embargo, al realizar la estructura de producción de las obras, para el año 2016 el 81% de los libros inscritos fueron de origen de una editorial nacional. Estos títulos tienen una marcada tendencia de niveles de menor volumen de producción que los registros de empresas de origen extranjero. Al realizar el análisis por tramo de producción se logra desarrollar el gráfico siguiente, donde se destaca que la producción chilena a medida que aumenta su volumen de producción muestra proporcionalmente un menor valor de comercialización respecto del precio de las editoriales extranjeras.

Gráfico N° 6.4 | Precios Ediciones Editoriales Chilenas v/s Ediciones Editoriales Extranjeras (según tiraje)



Fuente: Agencia Chilena ISBN, 2016

6.3 Precio del libro de acuerdo con precios de librerías

Un grupo de librerías proporcionó listados de títulos que a la fecha de consulta cuentan con stock en el punto de venta y que son librerías tradicionales que tienen como vocación única la venta de libros y no se consideraron listas de precios de locales con otras dedicaciones complementarias como cafés, museos, librerías de artículos u otros. Se recopiló un total de 19.285 registros, luego de limpiar los antecedentes duplicados o diversas ediciones del mismo título. Esta cantidad de ISBN es bastante representativa de la realidad nacional, por cuanto de la encuesta tomada se levantó la información de 239 librerías que indicaron que en promedio cada local de librería en el país dispone de 6.093 títulos para la comercialización al público.

Tabla N° 6.7 | Muestra de títulos en comercialización en librerías y su Precio

	Cantidad de Títulos	Precio Promedio del libro (CON IVA)	%
Libros de Origen Chileno	10.520	\$11.139	54,6%
Editorial Chilena	8.151	\$11.303	
Editorial Extranjera	2.369	\$10.577	
Libros Importados	8.765	\$16.603	45,4%
Editorial Chilena	164	\$14.945	
Editorial Extranjera	8.601	\$16.635	
Total general	19.285	\$13.623	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por librerías, 2017.

Los listados obtenidos indican el precio lista de los títulos en los puntos de venta y no consideran descuentos o promociones que se realizan en cada librería. El 55% de los libros en comercialización son de origen nacional. El precio promedio de los libros en librerías es \$13.623. Si se realiza la separación entre los libros de origen nacional y extranjeros, el precio promedio en librerías del libro desarrollado en Chile es \$11.139, mientras que el libro importado tiene un precio promedio de \$16.603. Es decir, el precio promedio del libro importado comercializado en librerías es un 49% más caro que el libro desarrollado localmente.

Figura N° 6.3 | Precios del Libro (en librerías de Chile)



Fuente: Antecedentes aportados por listados de precios de librerías de Chile 2017

6.4 Resumen Precio del Libro en Chile

Se puede concluir que el precio promedio del libro chileno se mueve en el rango \$10.955 a \$11.541, mientras que el libro importado se mueve en un promedio de \$15.717 a \$16.603.

Tabla N° 6.8 | Precio del Libro en Chile

	Precio Promedio del libro Chileno	Precio Promedio del libro Importado
Percepción de los Libreros	\$10.955	\$15.717
Estudio de ISBN (2016)	\$11.541	
Precios de Librerías	\$11.139	\$16.603

Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta de Circulación del Libro Chileno, Listados de ISBN Agencia Chilena de ISBN, Listas de precios de librerías, 2017.

Cabe señalar que una parte de los libros inscritos en el registro ISBN no necesariamente son editados y explica la variación respecto del precio promedio en librerías. A su vez, existen ediciones financiadas por diversos concursos que se editan sin participar posteriormente del circuito de librerías, o son editados directamente para el proyecto CRA, o a su vez una buena parte de las microeditoriales chilenas tienen formas diferentes de comercializar sus libros o incluso solamente lo hacen de manera directa al lector.

7 Presencia del Libro en Medios de Prensa Escrita

El estudio de circulación y difusión del libro en Chile consideró un estudio transversal respecto de la presencia o importancia en medios de prensa, con el propósito de establecer los niveles de difusión del libro, importado y/o chileno. Este análisis tuvo por objetivo determinar el espacio que se da al libro y en particular al libro chileno en distintos medios de comunicación escritos de circulación nacional y medios regionales.

Figura N° 7.1 | Medios de Prensa Estudiados. Circulación Nacional y Regional



Fuente: Elaboración propia

Las fechas de estudio fueron desde el **4 de julio de 2016 al 9 de julio de 2017**, se revisaron semana por medio los siete días de la semana, lográndose una muestra total de 77.825 páginas de medios de prensa escrita en Chile, lo que equivale para un año a 155.650 páginas publicadas. Posteriormente los resultados se extrapolaron para un año y es como se muestra a continuación el análisis de los medios de prensa escrita.

7.1 Presencia del libro en medios de prensa de circulación nacional

Se analizaron a lo largo de un año cinco medios de prensa escrita de circulación nacional, El Mercurio, La Tercera, Las Últimas Noticias, The Clinic y La Segunda. Se revisó la totalidad de páginas de la edición diaria o semanal de cada uno y se registró en una planilla, la cantidad de páginas del total del periodo y sus publicaciones complementarias. No se consideraron insertos publicitarios o informativos que no fueran parte de la estructura editorial.

Por cada mención, noticia, comentario de libro, referencia u otro, se midió el espacio proporcional de la página y ello se acumuló en el total de resultado de cada periódico. Por lo tanto, se obtuvo el total páginas del medio en un año, la cantidad de páginas totales que asignaron a noticias referente a los libros, y luego esa proporción se revisó para cada título de libro mencionado si era un libro de editorial chilena, de editorial con origen internacional o un ISBN chileno, pero de editorial internacional, con lo cual se clasificó la información en tres tipos de libros diferentes.

Al revisar la prensa, se obtuvo que menos del 1% del contenido de la prensa escrita se relaciona con publicaciones referentes al libro. Es común no tener una sección dedicada al libro durante todos los días, y más bien es parte de secciones culturales. Genéricamente, en la comparación de los medios de circulación nacional analizados, la mayor cantidad de páginas destinadas a noticias, menciones, críticas o recomendaciones de libros es El Mercurio con 224 páginas en un año, en buena medida explicada por la sección Revista de Libros del Cuerpo Artes y Letras que se publica semanalmente los días domingo, sin embargo, proporcionalmente The Clinic es el medio que destina mayor porción de la publicación a los libros, que circula semanalmente.

Si se analiza la distribución del tipo de libro que está presente en las menciones de medios de prensa escrita, el 49,1% de las menciones corresponde a libros de factura nacional desarrollados por alguna editorial u organización local, lo que llega al 71,1% si se considera los títulos desarrollados en el país por editoriales de origen extranjero. Así se observa que un tercio de las menciones

de prensa de circulación nacional corresponde a obras de origen internacional. A su vez, si se realiza el análisis comparando desarrollos de editoriales u organizaciones chilenas versus editoriales extranjeras se obtiene un equilibrio entre ellas, en la presencia de prensa de circulación nacional.

No se han considerado medios de prensa digital propiamente tal, por cuanto su dinamismo no permitía revisar una comparativa histórica y su estudio se debe orientar en tiempo real.

7.2 Presencia del libro en medios de prensa de circulación regional

De manera paralela al estudio de la prensa de circulación nacional, se analizaron siguiendo los mismos criterios metodológicos, un año de publicaciones de los medios regionales La Estrella de Arica, El Mercurio de Antofagasta, El Mercurio de Valparaíso, El Sur de Concepción, El Llanquihue de Puerto Montt y El Pingüino de Punta Arenas. Se revisó digitalmente la edición diaria de cada medio obteniendo un total de 68.534 páginas impresas revisadas.

Proporcionalmente, los medios de prensa regional destinan un 0,4% del total de la edición diaria al libro, un poco menos de la mitad que la que los medios de circulación nacional muestran. Las cifras de distribución de las menciones respecto del origen del libro son similares a la caracterización de los medios de circulación nacional, sin embargo, proporcionalmente se le da menos espacio al libro importado, y si bien se podría pensar que los medios regionales destaquen especialmente las publicaciones locales de la zona de lectoría, no se aprecia especialmente una preferencia mayoritaria por ello.

7.3 Presencia General del Libro en Medios Chilenos

Para efectos del presente estudio se analizó once medios de prensa escritos, tanto de circulación nacional como regional. Ello totalizó 155.650 páginas revisadas. Esto permite concluir que la prensa escrita destina en conjunto al libro un 0,7% de las páginas totales publicadas en sus distintos circuitos, temáticas o secciones. Lo anterior sin considerar sus portales complementarios de información que podrían mantener otro volumen de información referente al libro. La prensa de circulación nacional destina proporcionalmente más espacio al libro que la prensa regional.

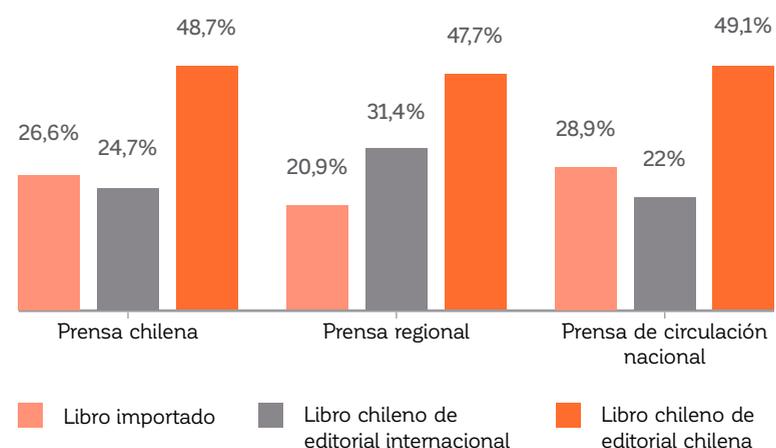
Tabla N° 7.1 | Resumen de Información Recopilada de medios de circulación Nacional y Regional

	Total de Páginas Diario	Presencia General del Libro		Editorial Extranjera		Editorial Nacional
		Páginas	Porcentaje	Páginas con presencia información libro importado	Páginas con libro chileno de editorial internacional	Páginas con presencia información libro chileno
La Tercera	22.660	193	0,85%	106,52	28,5	58
La Segunda	11.228	100,5	0,90%	8	24,0	68,5
LUN	21.560	115,5	0,54%	5,5	24,5	85,5
El Mercurio	28.852	224,4	0,78%	64,6	71,8	88
The Clinic	2.816	122,5	4,35%	34	17,5	71
La Estrella de Arica	10.808	44	0,41%	8	14	22
El Mercurio de Antofagasta	11.264	70	0,64%	18	22	30
El Mercurio de Valparaíso	11.096	62	0,56%	12	30	20
El Sur de Concepción	9.342	50	0,54%	10	14	26
El Llanquihue de Puerto Montt	10.904	44	0,40%	8	10	26
El Pingüino de Punta Arenas	15.120	36	0,24%	8	6	22
Totales	155.650	1.062	0,7%	282,62	262,3	517

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión diaria de los medios indicados

A su vez de la totalidad de espacio que destinan los diversos medios analizados a comentar, promocionar o recomendar libros, se puede observar que el 48,7% del espacio es abordado con títulos de editoriales de origen chileno, mientras que un 26,6% del espacio fue con información de obras inscritas en la Agencia Chilena de ISBN por parte de editoriales extranjeras y con oficinas en Chile. Si se consolida la producción nacional de los libros inscritos en Chile con prefijo 956, implica que están presentes en el 73,4% del espacio dedicado al libro en medios de prensa nacional, y un 26,6% de las menciones corresponde a libros importados.

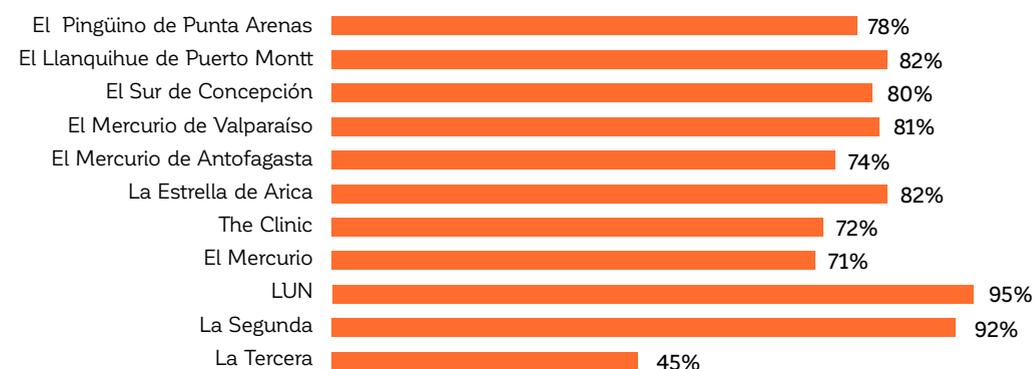
Gráfico N° 7.1 | Menciones de Libros en la Prensa Nacional



Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión diaria de los medios indicados

Si se consolida todo tipo de libro desarrollado en Chile, sin importar el origen de la empresa que edite la obra, diez de los once medios estudiados muestran un alto porcentaje de menciones de títulos de prefijo 956. Por el contrario, La Tercera se caracteriza por destinar la mayor parte de sus menciones (55%) a comentar libros importados.

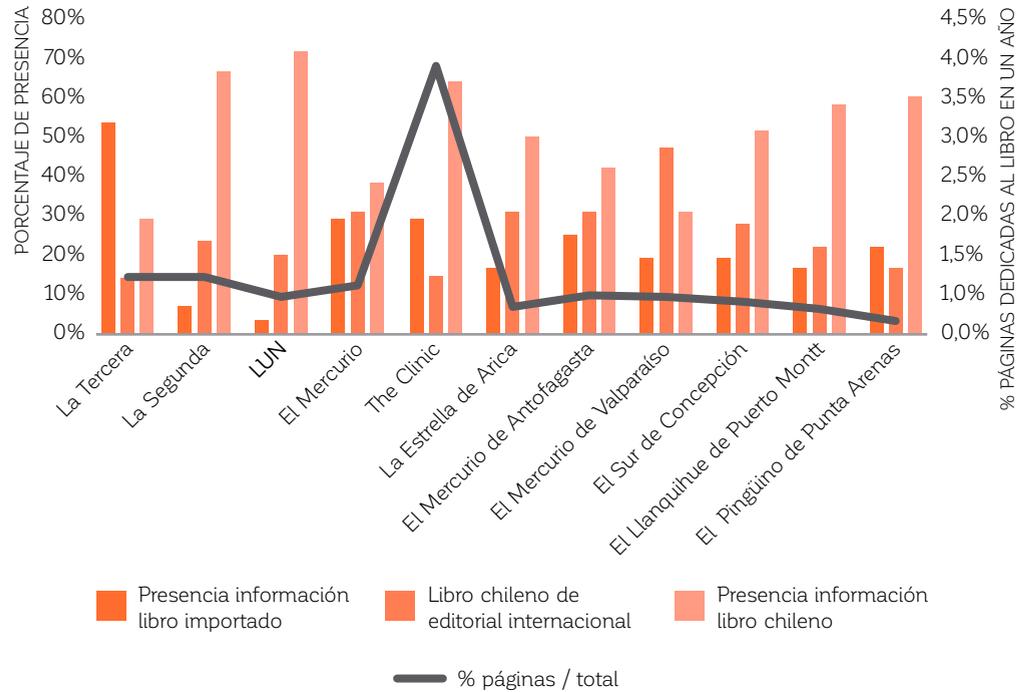
Gráfico N° 7.2 | Porcentaje de Menciones de Libros producidos en Chile en la Prensa Nacional Escrita



Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión diaria de los medios indicados

Si se mide la relación de presencia de libros chilenos y mayor porcentaje de las páginas destinadas a los libros, The Clinic es el medio que destaca prioritariamente en esa lectura.

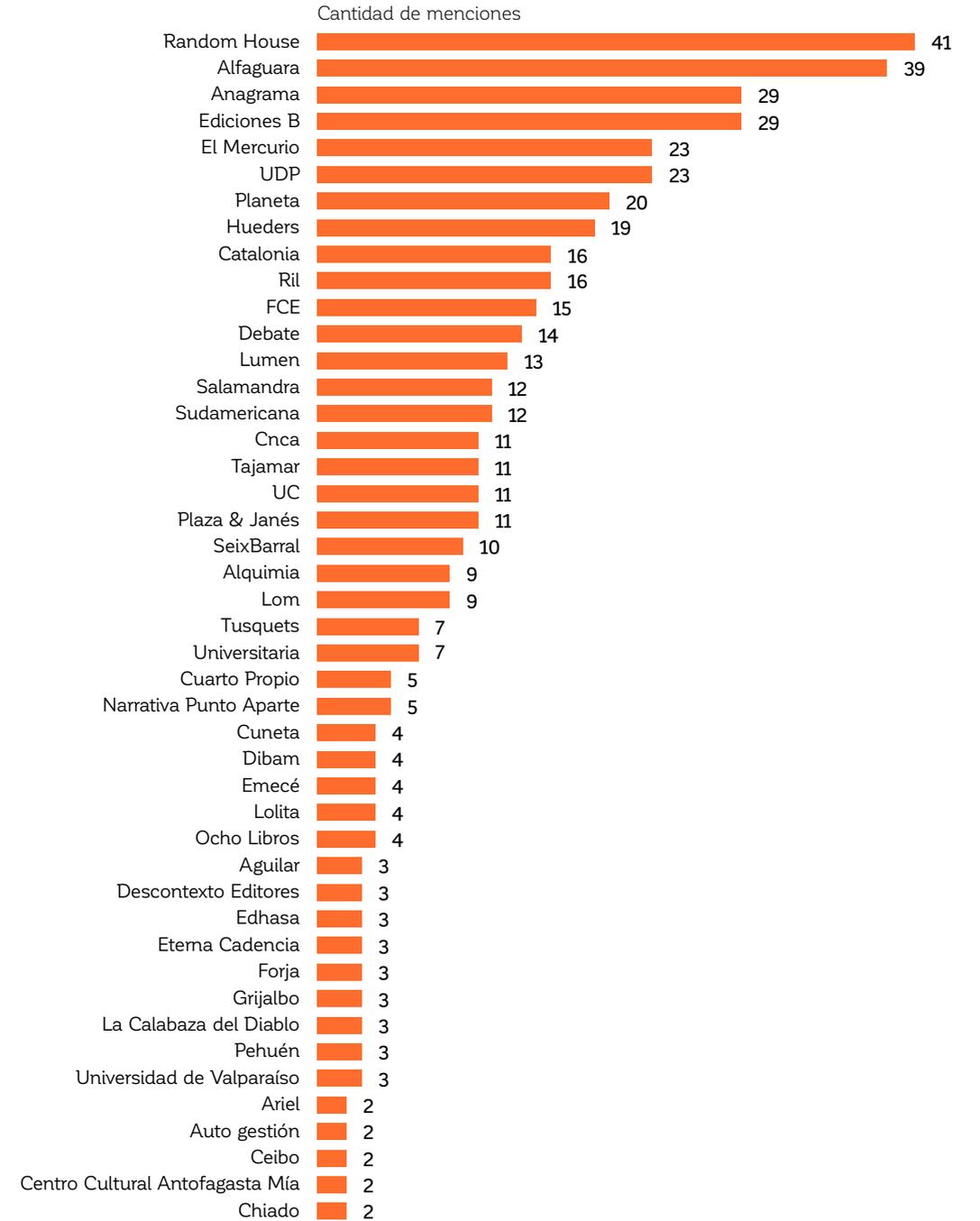
Gráfico N° 7.3 | % de Menciones de Libros por tipo versus % páginas con mención de libros de la Prensa Nacional



Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión diaria de los medios indicados

Si se realiza la medición de las menciones y su nivel de repetición en los medios de prensa, la muestra alcanzó a 772 menciones totales distribuidas en 265 casas editoriales. El grupo Random House lidera la presencia en medios de prensa. De estas menciones, el 50% está concentrado en las primeras 23 editoriales, en el siguiente orden: Random, Alfaguara, Ediciones B, Anagrama, El Mercurio, UDP, Planeta, Hueders, Catalonia, RIL, Debate, Lumen, Sudamericana, Salamandra, Tajamar, FCE, SeixBarral, CNCA, Plaza & Janés, Alquimia, Universitaria, Tusquets y LOM.

Gráfico N° 7.4 | Presencia de las editoriales en Medios de Prensa escritos a nivel nacional



	Cantidad de menciones
Crítica	2
Das Kapital	2
De Bolsillo	2
Duomo	2
Estruendomundo	2
Fiordo	2
Kindberg	2
La Pollera	2
Letra Capital	2
Libros de Mentira	2
Mal Paso	2
Metales Pesados	2
Mujer Rota	2
Municipalidad de Santiago	2
Nube de Tinta	2
Overol	2
Oximoron	2
Paidos	2
Reservoir Books	2
Suma de Letras	2
Tanner	2
Taurus	2
Universidad de Concepción	2
Visor	2

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión diaria de los medios indicados.

7.4 Entrevistas a medios de prensa en Chile

Durante el desarrollo del estudio se tomó contacto con los periodistas encargados de las secciones o comentarios de libros de El Mercurio María Teresa Cárdenas, subdirectora de Artes y Letras, y de La Tercera, Javier García.

Al respecto, la principal forma de trabajo de estas secciones de prensa es la información que proveen activamente las editoriales. Es decir, el grueso del trabajo de acceso a las novedades nacionales o importadas corresponde al trabajo que pueda fluir desde la casa editorial. Ello explica, por ejemplo, la presencia de las obras del grupo Penguin en los medios de prensa, ya que disponen de un equipo de cuatro periodistas encargados del manejo comunicacional de los distintos sellos. En contraposición, los entrevistados destacan las diferencias de dedicación por parte de las editoriales locales, ya que no gestionan la entrega de información de manera oportuna o no lo realizan de manera periódica con las novedades, en muchos casos dado que los sellos de menor tamaño no disponen del personal dedicado a esta labor. Lo anterior, por parte de los medios es complementado con la recopilación de información

en ferias, autores, contactos editoriales o información de tendencias internacionales, que se cruzan con la contingencia local.

Si bien existen periodistas dedicados a libros en ambos medios, no es poco común que de acuerdo a las temáticas los libros sean derivados. Por ejemplo, en el caso de La Tercera se redistribuye transversalmente hacia las secciones Tendencia, Actualidad o Ciencia, u otro pertinente. Paralelamente El Mercurio tiene cinco críticos estables, dos de poesía y tres de narrativa. Con el tiempo ha sucedido que hay menos espacio para comentarios y más publicaciones por parte de las editoriales, por eso la selección se vuelve mucho más estricta. Se da un tratamiento similar tanto a libros chilenos como extranjeros, los libros chilenos de literatura, ficción, poesía como cuento y novela todos son revisados por críticos.

Realizan revisión de la literatura nacional, como forma más estricta de trabajo, mientras que la literatura internacional se le dedica menos atención. Sin embargo, se debe recordar que precisamente las grandes editoriales tienen mayor personal dedicado a la promoción de las obras tanto desarrolladas localmente como las importadas. A su vez prestan importancia a los anuncios de novedades semestrales y su seguimiento a lo largo del año, de acuerdo con la información proporcionada por las editoriales o autores que entreguen dicha información.

Ambos entrevistados destacaron la importancia de que los demás medios mantengan una política editorial de fomento en cuanto la crítica literaria, pero no se ve necesariamente como algo sistemático, excepto LUN. Ya que se exhibe un bajo nivel de presencia de este tipo de secciones. Se coincide en indicar que no existe algún tema vetado para comentarios de libros, o indicación respecto de esta línea. Constantemente velan por comentar los libros de mayor calidad editorial y/o de importancia al público lector del medio escrito.

Los diversos medios asociados, en el caso de El Mercurio, LUN y La Segunda, y en el caso de La Tercera, con La Cuarta y La Hora funcionan de manera individual, especialmente porque su lector objetivo es diferente, por lo tanto cualquier contacto de promoción de obras debe ser en paralelo en diversos medios, aunque pertenezcan al mismo conglomerado económico.

8 Taller Diagnóstico de Situación Librerías Independientes

Actualmente no existe información adecuada que permita establecer una relación correcta entre los canales de distribución existentes del libro a nivel nacional y las características demográficas y socioeconómicas de las personas que tienen acceso inmediato o preferente a la lectura.

A partir de lo anterior es que se llevaron a cabo dos actividades cualitativas de tipo exploratoria con librereros y librereras de todo Chile, en primera instancia un focus group, donde se generó un encuentro de participación en el que se entregó la posibilidad de discusión e identificación de un diagnóstico de la situación actual de funcionamiento de las librerías en Chile. Luego, un segundo encuentro con el mismo grupo de librereros y librereras, donde se presentaron las principales conclusiones obtenidas en la primera actividad.

El objetivo del focus group fue identificar y explorar principales factores críticos de funcionamiento del proceso de comercialización y difusión del libro en Chile, como contexto para levantar información de valor con respecto a la opinión que tienen los librereros del funcionamiento actual de las librerías, relación con editoriales, tanto nacionales como internacionales, modelo de negocio y asociatividad de librereros. Específicamente se buscó:

- a) Caracterizar la librería como punto de venta de libros.
- b) Identificar percepción respecto del modelo de negocio de las librerías.
- c) Explorar expectativas del funcionamiento ideal de una librería.

d) Determinar nivel de asociatividad de la industria, en particular de los libreros.

La metodología de trabajo se desarrolló en dos talleres con 35 libreros independientes provenientes del norte y sur de Chile, junto a libreros de la zona central de país, todos ellos a su vez se encontraban participando del Plan Nacional de Capacitación a Libreros, apoyado por InnovaChile Corfo. El primer taller fue en el marco de la feria del libro FILSA 2017 en la Estación Mapocho, mientras que el segundo se desarrolló en la Librería GAM, donde se sociabilizó el resultado de avance de este estudio con los participantes.

8.1 Taller de Diagnóstico, Modelo de Negocio Librero

Como se mencionó anteriormente, en el marco de FILSA 2017 se desarrolló un taller de trabajo participativo para buscar la generalización del modelo de negocio librero en Chile utilizando como base la matriz del modelo de negocio CANVAS⁵, ajustado para la experiencia del librero. Para ello inicialmente se explicó la metodología, y posteriormente los libreros se dividieron en grupos para trabajar. Debieron describir el proceso de funcionamiento de una librería, identificando principales segmentos de clientes, propuestas de valor, relaciones con los clientes, canales de comercialización, actividades, recursos y socios claves, y así poder determinar bases de trabajo para el desarrollo de modelos de negocios de las librerías en Chile.

Un modelo de negocio es una representación lógica de la forma como un negocio es desarrollado, permitiendo la visualización de los principales componentes que permiten que este cree y capture valor de forma sustentable, dado esto es que responde a tres preguntas fundamentales base que debiese preguntarse cualquier emprendedor para implementar bien un negocio, en primer lugar se encuentra el Quién, es decir determinar el segmento específico al que estará enfocado el trabajo, conocer sus necesidades, y potencial de mercado. En segundo lugar, se encuentra el Qué, este asocia específicamente cuál es la propuesta de valor al cliente. Finalmente se encuentra el Cómo, que asocia cómo se materializaría toda la estrategia definida, en base a estructuras de costos, fuentes de ingresos, actividades y asociaciones claves, entre otras.

⁵ Generación de Modelos de Negocios, Osterwalder

Figura N° 8.1 | Fundamentos de un Modelo de Negocios



Fuente: Elaboración propia, en base a apuntes de Nicole Pinaud, Profesora Emprendimiento FEN-Universidad de Chile.

En la gran mayoría de los casos en que se pretende emprender un proyecto, estos factores no son debidamente estudiados, esto dado principalmente por la urgencia y prioridad que se le da a la operación misma de cualquier negocio, dejando de lado herramientas que por básicas y sencillas que parezcan se vuelven fundamentales para clarificar el panorama de funcionamiento y permiten optimizar la toma de decisiones posteriores.

Es por ello que en el caso de los libreros, se buscó poder entregar las herramientas necesarias para que fueran ellos mismos quienes determinaran los elementos claves del modelo de negocio de una librería, de esta forma poder determinar el valor agregado que son capaces de ofrecer a sus clientes, identificando claramente capacidades y asociaciones necesarias para crear, comercializar y entregar el valor agregado deseado, de esta forma poder hacer del negocio librero uno sostenible y perdurable en el tiempo.

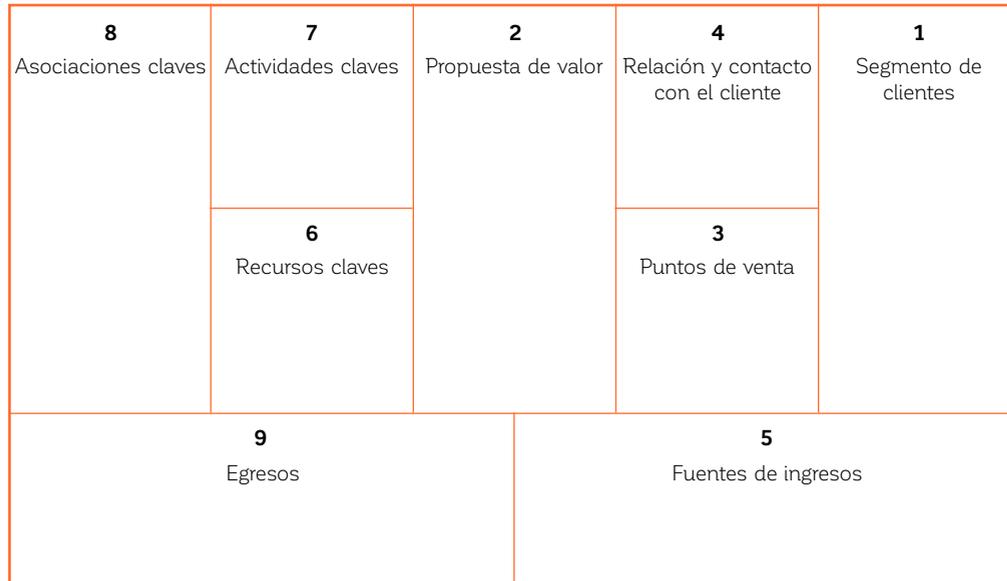
Así, en cuatro grupos de trabajo, se desarrolló la actividad donde trabajaron sobre un lienzo participativo que permitió interactuar en las temáticas de:

- Segmento de clientes
- Propuesta de Valor
- Puntos de Venta
- Relación y contacto con el cliente
- Fuentes de Ingreso
- Recursos Claves
- Actividades Claves
- Asociaciones Clave
- Egresos
- Inversiones

Esta metodología de trabajo para estudiar o definir modelos de negocios se ajustó a un lienzo aplicable a libreros chilenos, el cual fue abordado en cuatro grupos de trabajo compuesto entre ocho

y diez integrantes en el que compartieron opiniones y experiencia entre ellos, con el fin de poder entregar mejoras y diferentes perspectivas al trabajo realizado.

Figura N° 8.2 | Lienzo de Modelo de Negocio CANVAS Aplicado a Librerías Chilenas



Fuente: Elaboración propia en base a The Business Model Canvas, Osterwalder. Lienzo Participativo utilizado en Taller con Libreros.

De lo anterior se esperaba que los libreros pudieran realizar un diagnóstico de situación, en el cual se identificaron aspectos generales para cada elemento que se interactuó. Resumidamente:

- Segmento de Clientes:** Si bien se entiende un cliente general de librerías, se caracteriza una amplitud en lectura cuando se habla del cliente librero. Por ejemplo, segmentos LGTBQ, Gente con mascotas, adulto mayor, público de semana versus del barrio en fin de semana.
- Propuesta de Valor:** Se identificaron elementos que crean valor para los diversos segmentos de mercado específico. descuentos corporativos, horarios especiales de atención, cuentacuentos, edición independiente chilena, lanzamientos y firmas, librerías temáticas, catálogo y vendedores especializados, wifi, recomendaciones de libros, entre otros.

- Puntos de Venta y relación y contacto con el cliente:** Si bien en general se define la librería propiamente tal, se amplía a portales web, eventos especiales o lanzamientos, ventas itinerantes hacia otras localidades pequeñas. Con contactos vías redes sociales, radios locales o ferias.
- Fuentes de Ingresos:** Principalmente la venta de libros a clientes generales, complementados con objetos y souvenir, juegos didácticos, cafeterías, ventas corporativas, carpas liquidadoras o proyectos docentes que vinculen los libros y/o la librería.
- Recursos Claves:** Como activos más importantes para el funcionamiento de una librería se identificaron, el local y su infraestructura, la posibilidad de una librería móvil, los libreros de profesión, y complementos como cafeterías, junto a un buen mix de productos.
- Actividades Claves:** Asociadas a las propuestas de valor identificadas, se identificaron capacitaciones específicas para fortalecer la calidad del librero, horarios diferidos, interactividad en el local, con cuenta cuentos, firmas de autores o lanzamientos, así como participar de exposiciones y ferias a lo que se incluyen tertulias o tocatas. A lo anterior se suma el manejo de redes sociales.
- Asociaciones claves:** Identificaron red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de una librería, por ejemplo, editoriales, distribuidores, festivales culturales, colegios, municipios, bibliotecas en el ámbito de la fidelización de clientes.
- Estructura de Gastos:** La estructura de puesta en marcha identificó como elementos claves, los arriendos, la mano de obra, el costo de los libros, los fletes, junto a gastos administrativos y de tecnología. Mención específica implica la compra en firme de libros versus la consignación, por cuanto tiene un potente efecto sobre la necesidad de capital de trabajo de las librerías.

8.2 Taller de Diagnóstico, FODA Librero

Posterior a la primera fase de trabajo en grupos, se realizó un trabajo plenario con todos los participantes del taller para determinar el análisis de diagnóstico de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del sector librero independiente, para diagnosticar el funcionamiento actual del sector a través del FODA LIBRERO.

Análisis Interno:

Debilidades: Los libreros y librerías que participaron del taller, indicaron elementos generales que forman parte de las típicas debilidades de las pequeñas librerías independientes, como la falta de formación, especialmente en gestión administrativa, financiera, técnica y logística, dado que normalmente la motivación de ins-

talar una librería está asociada a “su amor” por los libros más que una visión de negocios. En el origen, normalmente los libreros tienen una formación de áreas ajenas a la gestión.

Fortalezas: El eje central de la fortaleza general de cualquier librería es el librero o librera, independiente de su formación administrativa y en función de ello, la capacidad concreta de ser un buen curador de catálogo de acuerdo al segmento de trabajo, lo que se fortalece precisamente porque en las librerías independientes normalmente sus dueños participan activamente de la gestión diaria.

Análisis Externo:

Amenazas: Los libreros identificaron amenazas del entorno respecto de sus negocios, con un claro enfoque en la situación editorial nacional, donde la concentración y el poder de negociación, especialmente de las grandes editoriales, afectan considerablemente el rubro librero. Lo que se acentúa si se incluye en el análisis el segmento de los textos escolares y la competencia desleal que se genera año tras año.

Oportunidades: Sin duda los elementos claves de oportunidad de desarrollo de las librerías en el mercado local se centran en la posibilidad concreta de generar mecanismos concretos de asociatividad como segmento de la industria del libro y las posibilidades concretas de ser actores relevantes en políticas públicas, donde no han estado presentes. A su vez el bajo índice de librerías que muestra el país, respecto de la realidad internacional, debiese reflejarse en búsquedas de nuevos modelos de negocios.

Figura N° 8.3 | FODA Librero

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Selección del catálogo • Diversidad del catálogo • Información sobre novedades • Gestión Cultural • La industria del libro está muy definida (a diferencia de otras economías creativas) • Estandarización del Precio (también puede ser una amenaza) • Atención de los dueños • Relación libro-librero-lector • Atención del librero
-------------------	---

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos, capacitaciones • Asociatividad • Postulaciones • Ferias • Generación de nuevos modelos de negocios (primera generación de libreros con la opción de asociarse) • Instancias participativas para colaboraciones en conjunto (relaciones de cooperación entrega más poder de negociación, asociarse y asociarse bien) • Existen muy pocas librerías
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Formación • Conocimiento • Robos internos • Falta de tecnología (software) • Falta de visión de negocio (“el amor al arte”) • Falta de profesionalismo del ecosistema • Localización (región y ubicación) • Capacitaciones • Gestión financiera • No tener formación de administración
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Sujetos a catálogo internacional • Robos • Pago de los envíos • Daño de la mercadería • Ser bodega de las editoriales • Asimetría entre las librerías grandes y chicas (cadenas e independientes) • Formas de pago • Descuentos • Ventas de supermercados • Ventas exclusivas • Temporadas escolares (ventas directas de editoriales a colegios) • Competidores • Concentración editorial

Fuente: Taller participativo con libreros, octubre 2017 | Estación Mapocho.

9 Matriz Causa Efecto

El objetivo de llevar a cabo este análisis de tipo cualitativo fue precisar la información recabada en las entrevistas en profundidad, a través de las encuestas y finalmente lo diagnosticado en el Taller Librero realizado con un grupo de librerías de todo Chile, de esta forma poder precisar tanto la relación como la influencia existente entre las diversas problemáticas en torno a la circulación y difusión del libro en Chile.

Los pasos metodológicos para el análisis de las problemáticas fueron los siguientes:

Se identificaron y numeraron los principales problemas asociados al funcionamiento de las librerías. Esta lluvia de ideas fue obtenida a partir de las entrevistas con los actores claves de la industria del libro, especialmente en comercialización y difusión de libros, encuestas aplicadas y taller librero desarrollado.

- Se confeccionó un listado de 29 problemas donde se identificaron el enunciado, las variables estratégicas, la descripción, la tendencia y la fuente de los datos.
- Se construyó una matriz Vester para identificar causas y efectos localizando ambos ejes de la matriz y con ello reconociendo la naturaleza de los problemas detectados.
- Cabe destacar que, dentro de la metodología desarrollada, se busca establecer relaciones entre las problemáticas identificadas, asociándolas como directas e indirectas y pretendiendo determinar el grado de influencia de un problema sobre el otro.

Las problemáticas detectadas fueron las siguientes:

Tabla N° 9.1 | Descripción Problemáticas Detectadas

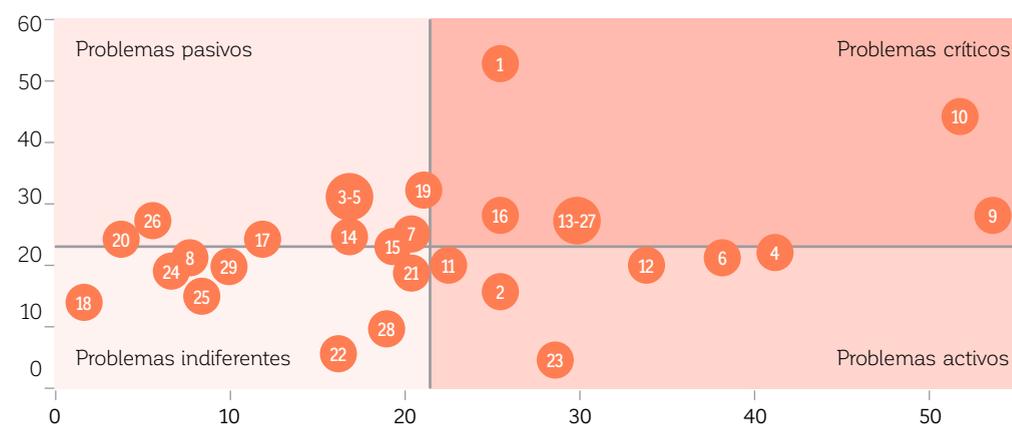
Nro	Problemáticas	Descripción
1	Cantidad de Librerías	Poca cantidad de librerías existentes en Chile
2	Robos externos	Robos perpetrados por personas externas al funcionamiento operativo/comercial de la librería.
3	Librerías no venden por compras públicas	Las librerías no venden en los portales públicos tales como ChileCompra.
4	Falta de asociatividad de los libreros	No existe una asociación que agrupe a los libreros.
5	Otros formatos de venta	Existe una baja tasa de uso de otros formatos de venta, como la página web.
6	Falta de formación de los libreros	No existen instancias de formación y profesionalización del oficio librero.
7	Falta de tecnología de la administración	Muchas librerías no cuentan con sistemas de inventarios ajustados a las necesidades del negocio o simplemente no cuentan con uno.
8	Robos Internos	Robos perpetrados por personas internas al funcionamiento de la librería.
9	Falta de visión de negocio de los libreros	No ver en la librería la necesidad que sea en si misma un buen negocio, entendiéndose como buen negocio que pueda sustentarse en el largo plazo.
10	Gestión comercial	Falta de gestión comercial especializada que tenga una visión permanente de la industria y las necesidades de sus clientes y lectores.
11	Sistemas computacionales	Falta de sistemas computacionales o uso de tecnologías para el funcionamiento cotidiano de la librería, redes sociales, correos electrónicos corporativos, entre otros.
12	Falta de formación en la administración	Falta de profesionalización en temas administrativos de las librerías.
13	Dispersión Geográfica	La localización de las librerías es alejada una de otras, muestra un alto nivel de dispersión lo que dificulta la relación entre ellos, y el acceso a los usuarios.
14	Infraestructura	Infraestructura que requiera mejoras, para un funcionamiento óptimo de la librería que permita entregar un mejor servicio y experiencia al cliente.
15	Costo arriendo	El alto apalancamiento operativo que tienen las librerías dado en parte por los altos costos de arriendos, esto aumenta el riesgo de funcionamiento.
16	Tamaño de las Librerías	Las librerías son pequeñas y manejan bajas cantidades de títulos y ejemplares.
17	Transporte y distribución de los libros	Costos de distribución y transporte muy altos, y que muchas veces deben cubrir los mismos libreros.
18	Daño en la mercadería	Manejo de los daños de la mercadería que se producen al interior de las librerías.
19	Asimetría de negociación librerías cadenas vs independientes	Dificultad de las librerías independientes para mantener un poder de negociación con los proveedores en comparación con las librerías pertenecientes a grandes cadenas.
20	Venta en supermercados	Existencia de venta de libros en supermercados como un nuevo competidor de la industria.
21	Venta directa de las editoriales	Existencia de la venta directa de las editoriales al consumidor final, que se salta al librero, por tanto, lo transforma en un competidor directo.

Nro	Problemáticas	Descripción
22	Bajo margen de los textos escolares	La problemática dada por esta línea de productos, dado que muchas veces no es conveniente comercializarlo sin embargo se ven presionados por la demanda existente.
23	Concentración editorial	Al existir una gran concentración editorial se dificulta la negociación con estos grupos de interés y al mismo tiempo disminuye la oferta en catálogo.
24	Relación con los autores	Falta de relación entre las librerías y los autores para actividades que impulsen instancias de mediación y fortalecimiento de la industria.
25	Falta de comercialización de libros digitales	Dificultad para comercializar libros en formato digital.
26	Ferias de feria	La existencia de las ferias como un competidor directo de las librerías, dado que es otro formato de venta directa de las editoriales.
27	No postulan a proyectos gubernamentales	Falta de postulación a los fondos disponibles para el fortalecimiento de las librerías.
28	No legislación de precio fijo	Existe evidencia internacional que establecer la política de precios fijos mejora la competitividad.
29	Falta de relación entre librerías y medios	Baja relación entre las librerías y los medios de comunicación, lo que impide dar a conocer más instancias de acceso a la lectura.

Fuente: Elaboración Propia, 2018

A continuación, se presenta la representación gráfica obtenida a partir de la asociación que se estableció según grado de influencia entre una problemática y otras. Tal como se puede observar existen cuatro cuadrantes: problemas indiferentes, problemas activos, problemas críticos y problemas pasivos.

Gráfico N° 9.1 | Matriz Causa Efecto Funcionamiento Librero



Fuente: Elaboración Propia, 2018

9.1 Problemas Indiferentes de las Librerías

Corresponden a aquellos problemas que no necesariamente están derivados del problema central o crítico, ni que tengan relación con los problemas activos. En ese sentido entre los problemas relevantes de mencionar se encuentran robos internos, un costo de arriendo muy alto, la falta de legislación de precios fijos.

Tabla N° 9.2 | Identificación Problemas Indiferentes

Nro	Problemáticas
8	Robos Internos
15	Costo arriendo
18	Daño en la mercadería
21	Venta directa de las editoriales
22	Bajo margen de los textos escolares
24	Relación con los autores
25	Falta de comercialización de libros digitales
28	No legislación de precio fijo
29	Falta de relación entre librerías y medios

Fuente: Elaboración Propia, 2018

9.2 Problemas Activos de las Librerías

Corresponden a los problemas basales que corresponden a las causas directa de los problemas críticos de las librerías, dentro de los problemas más relevantes se encuentra la falta de asociatividad de los libreros y la falta de instancias de formación de los libreros. Estos dos problemas tienen una incidencia directa en la existencia de los problemas críticos.

Tabla N° 9.3 | Identificación Problemas Activos

Nro	Problemáticas
2	Robos externos
4	Falta de asociatividad de los libreros
6	Falta de formación de los libreros
11	Sistemas computacionales
12	Falta de formación en la administración
23	Concentración editorial

Fuente: Elaboración Propia, 2018

9.3 Problemas Activos de las Librerías

Se refiere a aquellos problemas derivados de los problemas activos, por tanto, son los problemas centrales de las librerías. Corresponden a las causas que generan las principales externalidades negativas de las librerías e inciden de forma directa en el funcionamiento de las librerías. En esta categoría se encuentra como el más crítico la poca cantidad de librerías, y es que esto disminuye la posibilidad de fortalecer el rubro, por otra parte está la falta de visión de negocio desde el punto de vista de los libreros, lo que muchas veces impide tomar decisiones con el foco en un modelo de negocio librero que les permita funcionar con foco en una continua mejora.

Tabla N° 9.4 | Identificación Problemas Críticos

Nro	Problemáticas
1	Cantidad de Librerías
9	Falta de visión de negocio de los libreros
10	Gestión comercial
13	Dispersión Geográfica
16	Tamaño de las Librerías
19	Asimetría de negociación librerías cadenas vs independientes
27	No postulan a proyectos gubernamentales

Fuente: Elaboración Propia, 2018

9.4 Problemas Pasivos de las Librerías

Corresponden a los efectos pasivos derivados de la existencia de los problemas críticos y los problemas activos o causales. Estos no tienen gran influencia sobre el resto de los problemas identificados, destacan que las librerías no estén enfocadas en el buscar nuevos canales de comercialización de sus productos.

Tabla N° 9.5 | Identificación Problemas Pasivos

Nro	Problemáticas
3	Librerías no venden por compras públicas
5	Venta otros formatos (página web)
7	Falta de tecnología de la administración: sistema de inventarios
14	Infraestructura
17	Transporte y distribución de los libros

Nro	Problemáticas
20	Venta en supermercados
26	Ferías de feria

Fuente: Elaboración Propia, 2018

Una vez resueltos los problemas críticos, o al menos mitigarlos, entonces los problemas pasivos generados como consecuencia desaparecen también, por tanto, son estos los reales indicadores al momento de medir la eficiencia de políticas públicas.

Editores de Chile
Marzo 2018

Investigadores

Alejandra Peña Méndez

Ingeniera Comercial de la Universidad Diego Portales, máster en Marketing Aplicado en la Universidad Finis Terrae, con especialidad en análisis de mercados y marketing. Se ha desempeñado como analista de datos en distintas consultoras, con un enfoque principalmente a dar explicación a resultados por medio de datos cuantitativos, generación de estadísticas, brechas comparativas, preparación y evaluación de proyectos asociados a distintas compañías. Complementariamente, su especialidad se ha centrado en el trabajo de terreno respecto del levantamiento de datos, entrevistas en profundidad y observación de mercado. Ayudante de cátedra de Investigación de Mercado, Marketing I, Taller de Análisis de Empresas y Evaluación de Proyectos en diversas casas de estudio. El año 2016 cursó una pasantía en la Universidad de Georgetown, Washington DC. en la temática de Innovation and Management. Actualmente realiza pasantía en Negocios Internacionales en ZIBAT Institute, Dinamarca.

Rodrigo Fuentes Díaz

Ingeniero Comercial y MBA - Finanzas de la Universidad de Chile. Actualmente se desempeña como director del Programa de Emprendimiento y Administración de Empresas de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Director de editorial Edición Digital e imprenta Copygraph, y Consultor Senior de Proyectos en Sapag & Sapag Consultores con experiencia en el área de Evaluación de Proyectos, valorización y venta de empresas, estudios de mercado, renegociación de pasivos, proce-

ses de tarificación sanitaria y eléctrica, asesorías en la gestión de empresas y auditorías en el ámbito nacional e internacional. Consultor CONICYT – FONDEF – CORFO. Responsable directo de evaluaciones de mercado y financieras solicitadas por Conicyt-Corfo-Banco Mundial. Profesor Universitario de Evaluación de proyectos y Emprendimiento.

Equipo complementario en terreno

Viviana Catalán	Investigadora: Levantamiento Estudio Cualitativo
Julio Covarrubia	Análisis Espacial y Georreferenciación
Valentina Bermúdez	Levantamiento Información Medios de Prensa
Camila Díaz	Encuestadora
Hernán Durán	Encuestador
Fernando Salinas	Encuestador
Ariel Valdivia	Encuestador
Bastián Valdivia	Encuestador
Tamara Ramos	Encuestador
Fernanda Peña	Encuestadora
Valentina Barnert	Encuestadora
Miguel Galleguillos	Encuestador
Pamela Domínguez	Encuestadora
Mauricio Osorio	Encuestador
Maximiliano Ormazábal	Encuestador
Samuel Mardones	Encuestador
Soledad Acevedo	Encuestadora
Ámbar Labraña	Encuestadora
Trinidad García	Encuestadora
Fernanda Pizarro	Encuestadora
Joaquín González	Encuestador