



El mercado editorial en Brasil

ICEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en São Paulo

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

19 de julio de 2018
São Paulo

Este estudio ha sido realizado por
Aitor Falcó Parra

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en São Paulo

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



El presente estudio de mercado tiene por objeto analizar el mercado editorial en Brasil, el cual posee peculiaridades que trataremos de desglosar.

La República Federal de Brasil, dividida en 26 Estados y el Distrito Federal de Brasilia, tiene una población de 207 millones de habitantes, lo que le convierte en el mercado más grande de América del Sur, con aproximadamente la mitad de la población total de la región. La población se concentra en la región Sureste con un 43% de la población del país. La mayor concentración se da en el estado de São Paulo con más de 40 millones de habitantes, especialmente en el área metropolitana de São Paulo, que con 22 millones de habitantes suele ser considerada la tercera mayor urbe del mundo.

Brasil es el mayor mercado de América Latina, aglutina el 40% de la riqueza de la región, con un PIB anual de 2,118 billones de Dólares.

El incremento de la renta conlleva un incremento del gasto en ocio y productos como libros; sin embargo la situación actual, con dos años seguidos de contracción económica del 3% y una inflación del 10%, llevó a que los índices de confianza de los consumidores y el comercio alcanzaran mínimos históricos a lo largo de 2017, con una leve mejoría durante 2018 y 2019. Durante estos años la moneda perdió un 35% de su valor.

El mercado editorial brasileño cuenta aproximadamente con 105 millones de lectores, y facturó en 2016 5.269 millones de Reales, con un gasto per cápita de 22,43 Reales, lo que nos deja el gasto anual por lector en 41,58 Reales. En 2017, el sector editorial presentó una caída nominal del 1,95%, lo que significa un descenso real del 4,76%, considerando la variación del IPC del 2,95% en el período. Las ventas al mercado del sector presentan un crecimiento nominal del 2,03% con respecto al año 2016, que en términos reales significa una caída del 0,89%.

A la hora de analizar el mercado editorial en Brasil, se suelen clasificar los libros en cuatro categorías: didácticos, obras generales, religiosos y CTP (que engloba los libros científicos, técnicos y profesionales).

El mercado brasileño es netamente importador de material editorial, en particular de libros técnicos (CTP). Por ello, cabe destacar que el peso de las importaciones en la facturación anual representa aproximadamente un 10% sobre la facturación anual, aunque estas compras se han reducido en 24 millones de Dólares en el último año. Esta reducción en el nivel de compras internacionales ha repercutido en que el peso de las importaciones en las ventas totales disminuya.

Los principales países de origen para las importaciones de material editorial son China, Estados Unidos, Hong Kong, Reino Unido, y España que ocupa la quinta posición, que con casi 14 millones de dólares de valor triplica las importaciones de Japón, sexto en el ranking de importaciones. Los cinco primeros de esta lista representan el 76% de las importaciones de material editorial en 2017. Mientras que Reino Unido vende cada unidad a un precio medio de



20,22 dólares y Estados Unidos a 12,31 dólares, España se sitúa en 5,95 dólares y China y Hong Kong en torno a los 5 dólares, haciendo de los países asiáticos los principales competidores de España al trabajar un segmento con un menor precio medio.

Las ventas de libros crecieron menos que el PIB durante los años de expansión económica del país ya que las clases sociales que se vieron más beneficiadas por este boom económico eran menos proclives a comprar material editorial que no fuese didáctico. Ninguna de las cuatro categorías de libros tuvo un desempeño parejo a la evolución de la economía como un todo. La actual crisis económica se ha dejado notar en todas de las categorías, sin embargo son las obras generales y los libros didácticos los que más la han acusado.

Los libros didácticos representan un 35% de las ventas en el país, las obras generales un 27%, libros técnicos un 27% y las englobadas en la categoría de religioso un 13%. Es importante tener en cuenta que el gobierno es el principal cliente del sector editorial en Brasil, aproximadamente el 50% de las ventas de material editorial didáctico es comprado por el gobierno. Sin embargo, los programas de compras son flexibles, y en épocas de crisis se pueden recortar los gastos, especialmente en los libros de otras categorías como obras generales, que es la segunda categoría más comprada por el gobierno.

El incremento de la escolarización en las últimas décadas ha llevado a que un 56% de la población se considere lectora actualmente en Brasil ya que ha aumentado el gusto por la lectura y el deseo de actualizar los conocimientos. La principal forma de acceso a los libros de cerca de la mitad de los lectores es a través del préstamo de familiares, bibliotecas u otros locales y parte considerable de los lectores brasileños declaran no haber comprado nunca un libro. Conforme aumenta el nivel de educación y de renta mayor es la proporción de compradores de libros. La región sudeste, que engloba la mayor parte de población y renta del país, es la que tiene un mayor índice de lectores, llegando a un 61%.

El formato digital se encuentra mucho menos popularizado en Brasil que en otros mercados desarrollados. La mayoría de la población no conoce el libro en formato digital, y de los que lo conocen solo uno de cada cuatro ha leído un libro, o parte de un libro, en este formato. Los dispositivos más utilizados para la lectura de los libros digitales son; los smartphones, con un 56%; el ordenador, con un 49%; las tabletas o iPads, con un 18%; y los lectores digitales, como Kindle, Kobo y Lev, con un 5%. Esta preferencia de dispositivos se plasma también en el porcentaje de lectores que declaran haber pagado por ese material, puesto que el 85% del material editorial en formato digital se consume sin pagar, y solo el 15% es de pago.

La carga impositiva no supone un problema para el material editorial proveniente del exterior en Brasil. Actualmente, y de forma sostenida en el tiempo, los productos editoriales tienen un impuesto a la importación del 0%, no compitiendo en desventaja con los productos que pudieran proceder de otros integrantes del Mercosur, como sucede con otros productos. Adicionalmente están exentos de pagar impuesto de productos industrializados (IPI) y contribuciones sociales, por

lo que la carga impositiva se limita al impuesto de circulación de mercancías y servicios (ICMS) similar al IVA español, que depende de cada estado, pero por lo general supone una tasa del 18%.

A lo largo de estos 10 años hay una caída acentuada en el precio promedio del libro vendido al mercado. Al comparar los valores de 2006 con los verificados en 2017, se observa una reducción del 36% en el sector como un todo, siendo la caída más fuerte en la categoría de Obras Generales, donde alcanza cerca del 44%. Esto significa que, en general, las editoriales han intentado ofrecer al público obras menos costosas y más accesibles.

El sector editorial, de la mano de la cultura, es uno de los sectores donde más extendida está la marca España. Existen diversos factores que explican esto: Brasil comparte frontera con siete países de habla hispana, la creación de Mercosur y el incremento de las relaciones comerciales con esos países, la obligatoriedad de la oferta del español en la escuela secundaria y el éxito de la música y literatura hispana, y la simpatía que despierta España entre la población brasileña. Existen diversas empresas editoriales españolas arraigadas en Brasil como Altaya, Del Prado, Santillana, Planeta o SM.

La venta de libros se realiza principalmente por dos canales, la venta directa de libros al gobierno o la venta directa en librerías. Existen distintos tipos de agentes que realizan la venta de libros como librerías, supermercados, clubs de libro, venta puerta a puerta e incluso iglesias. Sin embargo son las librerías las que representan un mayor volumen, el 53% de las ventas de libros. Entre las cadenas de librerías destacan dos por encima del resto, Livraria Cultura y Saraiva, las dos cadenas más importantes con gran cantidad de establecimientos a lo largo del país. Además de las webs de las cadenas tradicionales de librerías, existen webs que comercializan de forma exclusiva online y vienen ganando volumen de facturación año a año.

La no existencia de aranceles facilita el comercio de productos importados y los requisitos de etiquetado y trámites de importación solamente suponen un leve contratiempo. La única barrera que podemos considerar como tal es la Ley compra Brasil, la cual da preferencia a los productos de procedencia nacional al participar en un concurso público, y hay que tenerlo en cuenta si se pretende vender al gobierno, que como sabemos es un importante cliente en el sector editorial.

Las perspectivas para el mercado editorial brasileño son positivas, dado el acceso al ocio para una mayor parte de la población y la mayor escolarización. Sin embargo, la situación económica actual, la peor en los últimos diez años, ha enfriado las previsiones. El impacto de los formatos digitales ha sido menor de lo esperado en Brasil, aunque las editoriales están trabajando para cambiar eso. El mercado brasileño, pese a la marcha actual de su economía y la incertidumbre política, sigue siendo una gran opción de futuro. El incremento de la renta y la escolarización junto con la existencia de una población joven hacen de Brasil un mercado interesante para el mercado editorial. La cultura española además tiene un fuerte tirón y la influencia de Mercosur ayuda a popularizar el aprendizaje del español.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

