



**INFORME EJECUTIVO DE FERIAS  
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA 2013**

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Carla Cecilia Rojas Hinostraza	15/12/2013

## Índice

I.	Resumen Ejecutivo .....	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	3
3.1	Nombre Oficial .....	3
3.2	Tipo de Feria .....	3
3.3	Sector .....	3
3.4	Fecha .....	3
3.5	Edición.....	3
3.6	Frecuencia.....	3
3.7	Lugar de Celebración.....	3
3.8	Horario de la Feria .....	3
3.9	Precio de la Entrada .....	3
3.10	Organizador .....	4
3.11	Superficie .....	4
3.12	Número de Asistentes.....;Error! Marcador no definido.	4
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	4
3.14	Productos Presentados en la Feria .....	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General .....	4
IV.	Información Comercial .....	5
4.1	Panorama del Mercado .....	5
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales.....	5
4.3	Nuevas Tendencias .....	6
4.4	Nuevas Tecnologías.....	6
V.	Participación Peruana .....	6
5.1	Expositores Nacionales .....	6
5.2	Actividades de Promoción .....	7
5.3	Resultados .....	7
5.3.1	Cuantitativos .....	7
5.3.2	Cualitativos.....	7
5.4	Comentarios de la Competencia.....	7
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	7
VI.	Directorio de Contactos .....	8
VII.	Conclusiones.....	8
VIII.	Recomendaciones .....	8
IX.	Anexos .....	9

 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 3 DE 10

## I. Resumen Ejecutivo

La Feria Internacional del Libro de Guadalajara es la reunión editorial más importante de Iberoamérica.

Fue fundada hace 28 años por la Universidad de Guadalajara, es una feria que combina los negocios para profesionales así como la participación del público general.

Durante los nueve días de la Feria, se llevan a cabo conferencias, talleres y presentaciones de libros. Sin embargo, los días profesionales son los únicos

Promperú participa por segunda vez con un stand de 102m<sup>2</sup> y 25 editoriales peruanas, consolidando la imagen sector editorial peruano en México, el principal mercado para las exportaciones de libro peruanas.

## II. Antecedentes y Justificación

La FIL Guadalajara es la feria especializada más importante de Iberoamérica. Durante los nueve días de duración, se llevan a cabo presentaciones de libros, actividades culturales como exhibiciones y conciertos de música.

La importancia de la FIL radica en los negocios que se generan pues es visitada por distribuidores, librerías y editoriales de toda Latinoamérica, España y Estados Unidos. Asimismo, más de 500 bibliotecarios americanos visitan la feria haciendo sus pedidos de libros académicos para todo el año, lo que resulta muy interesante para países como Perú que tiene una temática cultural muy valorada en el exterior.

Promperú, como parte de su Plan Estratégico 2012-2014, consideró importante lograr una participación bajo la imagen de la marca país, y contando con las editoriales para aprovechar las oportunidades comerciales generadas de este evento.

En tal sentido, se participó por primera vez el 2012, con un stand de 60m<sup>2</sup>, obteniendo excelentes resultados no solo económicos sino también en relación a la imagen del sector editorial peruano en México y Estados Unidos. Por ello, en esta oportunidad, y con el respaldo de las editoriales peruanas y la Cámara Peruana del Libro, se apostó por un stand de 102 m<sup>2</sup> en el que participaron 25 empresas.

## III. Ficha Técnica de la Feria

<b>3.1</b>	<b>Nombre Oficial</b> Feria Internacional del Libro de Guadalajara
<b>3.2</b>	<b>Tipo de Feria</b> Internacional
<b>3.3</b>	<b>Sector</b> Servicios - Editorial
<b>3.4</b>	<b>Fecha</b> Del 30 de noviembre al 08 de diciembre
<b>3.5</b>	<b>Edición</b> XXVII
<b>3.6</b>	<b>Frecuencia</b> Anual
<b>3.7</b>	<b>Lugar de Celebración</b> Guadalajara, México
<b>3.8</b>	<b>Horario de la Feria</b> De 09h a 21:00h
<b>3.9</b>	<b>Precio de la Entrada</b> Expositores tienen derecho a credencial sin costo Precio de Venta Público General: 3 dólares

3.10 Organizador  
Universidad de Guadalajara

3.11 Superficie  
34,000 metros cuadrados

750,987 asistentes  
1,932 expositores

3.12 Fecha de Próxima Edición  
29 de noviembre-07 de diciembre 2014

3.13 Servicios Presentados en la Feria  
La oferta editorial peruana consistía en lo siguiente:  
Libros físicos de los géneros: infantil, académico y científico, técnicos y profesionales y de interés general  
Servicios editoriales  
Derechos de Autor

3.14 Datos Estadísticos de la Feria en General

Actividad	2012	2013
<b>Público asistente</b>	701,857	750,987
<b>Editoriales</b>	1,928	1,932
<b>Países representados en editoriales</b>	44	43
<b>Profesionales del libro</b>	20,363	20,386
<b>Agentes literarios</b>	256	297
<b>Empresas que participaron en el Salón de Derechos</b>	122	120
<b>Asistentes a FIL Niños</b>	157,355	159,825
<b>Actividades de FIL Joven</b>	127	129
<b>Medios</b>	495	552
<b>Representantes de medios acreditados</b>	1,958	2,283
<b>Presentaciones de libros organizadas en la FIL</b>	550	552
<b>Foros literarios</b>	60	62
<b>Foros académicos</b>	20	21
<b>Actividades artísticas y musicales</b>	128	93
<b>Actividades para profesionales</b>	139	139
<b>Premios y homenajes</b>	14	14

<b>Patrocinadores y auspiciantes</b>	62	63
<b>Páginas vistas en el sitio web durante los nueve días de FIL</b>	4'750,602	4'005,404

**IV. Información Comercial**

**4.1 Panorama del Mercado**

México es el principal destino de exportaciones de libros peruanos (21% del total de exportaciones).

Los libros más demandados son los infantiles, técnicos y profesionales.

Si bien, es un país con bajos índices de lectura, similares al Perú en México se lee menos de 2 libros por año, en los últimos años el gobierno mexicano ha propuesto políticas gubernamentales para incentivar la lectura, lo que ha derivado en un incremento sustancial de la demanda de libros de texto, didácticos e infantiles en general.

Para ingresar al mercado mexicano se debe buscar una relación de confianza vía un distribuidor o, como es el caso de algunas editoriales, tener representantes en el mercado mexicano, algunas opciones a considerar son las siguientes:

**Red de Distribución y Comercialización**

- **Venta Directa al Cliente Final:** Presenta ventajas como el ahorro de las comisiones de los intermediarios. Se debe manejar volúmenes grandes para que el costo de transporte no encarezca los productos. Adicionalmente, se debe asumir los costos de la operación de importación.
- **Representante o Agente de Ventas:** Posee conocimiento del mercado, ventas, requisitos de importación y transporte. Es importante considerar que la Ley Federal del Trabajo establece que toda persona que realice ventas bajo supervisión directa, se considerará empleado por la persona para la cual realiza las ventas, independientemente de la nacionalidad o residencia del empleador.
- **Importadores y Distribuidores:** El vendedor extranjero no tiene capacidad de control del precio de venta final, políticas de comercialización o prácticas comerciales por parte del distribuidor.
- **Tiendas de Autoservicio – Supermercados:** En el 2011 se cuenta con 37 cadenas de autoservicio y un total de 4,592 tiendas. Este segmento está liderado por Wal-Mart con 1,634 tiendas. Otros grupos comerciales son Controladora Comercial Mexicana, Soriana y Chedraui (compró Carrefour). Estas 4 empresas representan el 80% del sector.
- **Tiendas por Departamentos o Grandes Almacenes:** Existen 17 cadenas con 1,647 tiendas. El sector está controlado por dos grandes cadenas: Palacio de Hierro, con 17 tiendas y Liverpool, líder en distribución departamental que tiene una cuota de mercado del 45% con sus 85 tiendas departamentales (la mayoría operan bajo el nombre de Liverpool y 23 como Fábricas de Francia).
- **Tiendas especializadas:** Incluyen a distribuidores de muebles, farmacias, electrodomésticos, tiendas de alimentación: 48 cadenas con 23,992 tiendas
- **Internet:** Se constituye cada vez más como un canal de distribución debido al crecimiento del volumen de ventas del comercio online.
- En cuanto a las oportunidades del sector editorial peruano en México se han identificado las siguientes:}
  - Temas: Contenidos de Interés General: Ficción: Narrativa (novelas, cuentos) y poesía; No Ficción: Humanidades y Ciencias Sociales, Autoayuda, Superación Personal, Salud, Turismo y Gastronomía. Literatura Infantil.
  - Libro Digital: Libros de contenido técnico, científico y profesional.
  - Licitaciones Públicas: Libros de Texto – Sector Educativo

**4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales**

Se llevó a cabo una reunión con una empresa distribuidora americana de libros en español.

Este distribuidor recomendó a varios de sus clientes (bibliotecas universitarias y públicas) visitar el stand peruano, lo que ha representado una orden de compra por más de 100 libros.

Asimismo, se ha acordado estandarizar un formato tipo “ficha técnica” para enviarle información sobre los libros que sean publicados periódicamente. Está interesado en llevar a cabo un proyecto de Centro de Distribución de libros peruanos en Estados Unidos, utilizando canales como Amazon, distribución a bibliotecas y librerías americanas.

La participación en Guadalajara representa una gran oportunidad para el sector de libros académicos, universitarios y técnicos debido al interés de parte de Bibliotecas americanas por los libros de temática peruana.

#### 4.3 Nuevas Tendencias

- En cuanto a las principales tendencias del sector editorial recogidas durante la FIL Guadalajara tenemos las siguientes:
  - ✓ Apesta de los mercados del libro en español por el formato digital
  - ✓ Precios de venta de ebooks más dinámicos y competitivos.
  - ✓ Lectura digital a través de la nube (vía suscripción): se tomó conocimiento de diversas iniciativas del libro en español que ofrecen la posibilidad de leer libros en la nube, tales como la plataforma de suscripción Nubico (nacida de la colaboración entre la editorial Planeta y Telefónica), 24symbols, Reedig o la empresa colombiana El Libro Total. El precio promedio es de unos 12 dólares al mes. El cliente final puede leer desde cualquier dispositivo, todos los libros que desee sin necesidad de descargarlos y puede guardar comentarios en una 'nube' virtual, donde otros usuarios también dejan los suyos e incluso crean redes de afinidades.

#### 4.4 Nuevas Tecnologías


No se registraron nuevas tecnologías

### V. Participación Peruana

#### 5.1 Expositores Nacionales

Las empresas que conformaron la delegación peruana fueron las siguientes:

1. AEROLINEAS EDITORIALES S.A.C. (pequeña empresa) libros de literatura para jóvenes y adultos
2. EDICIONES PEISA S.A.C. (pequeña empresa) libros de literatura infantil y para adultos, libros ilustrados sobre antropología, sociología e historial del Perú
3. EDITORIAL SEPTIEMBRE (empresa mediana) libros y fascículos sobre gastronomía, infantiles, literatura.
4. INSTITUTO DE ESTUDIOS PERUANOS – IEP (ONG con actividad editorial) libros y ensayos académicos de los principales investigadores peruanos sobre antropología, arqueología, sociología
5. LOS LIBROS MÁS PEQUEÑOS DEL MUNDO E.I.R.L. (pequeña empresa) libros en miniatura de interés general
6. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU FONDO EDITORIAL: (universidad sin fines de lucro): libros académicos sobre derecho, historia, antropología y literatura.
7. UNIVERSIDAD DE LIMA: (mediana empresa): libros académicos sobre empresa y ciencias de la comunicación.
8. UNIVERSIDAD RICARDO PALMA: (universidad sin fines de lucro): libros sobre historia, arquitectura y literatura.
9. CENTAURO EDITORES S.A.C. (pequeña empresa): libros infantiles y libros de texto escolar
10. DISTRIBUIDORA GRAFICA: (empresa mediana): libros infantiles y de consulta.
11. EDITORIAL DIDÁCTICA S.A.C.: (pequeña empresa): libros infantiles y de consulta
12. EDITORIAL PLANETA PERU S.A.(empresa mediana): libros de literatura e interés general
13. EDITORIAL SAN MARCOS E.I.R.L.(pequeña empresa) libros de literatura infantil y para adultos, libros de texto escolar
14. EMPRESA EDITORA MACRO E.I.R.L.: (pequeña empresa): libros técnicos y profesionales, de idiomas e interés general.
15. GRUPO EDITORIAL CAJA NEGRA: (pequeña empresa) libros de literatura físicos y digitales
16. LA CASA DEL LIBRO VIEJO E.I.R.L.: (pequeña empresa) libros de historia, empresariales y gastronomía
17. POLIFONIA EDITORES: (pequeña empresa) libros infantiles y álbumes ilustrados para niños
18. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS: (empresa mediana): libros académicos sobre literatura, liderazgo, marketing, psicología.
19. UNIVERSIDAD INCA GARCILAZO DE LA VEGA: (mediana empresa) libros académicos sobre literatura, historia y derecho
20. MALABARES (pequeña empresa): libros sobre literatura infantil y juvenil

 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO FO-INF-005 VERSIÓN 02 PÁG. 7 DE 10
<p>21. ASOCIACION SIGUE TU CAMINO: (pequeña empresa) libros infantiles y de consulta</p> <p>22. UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS (universidad sin fines de lucro) libros académicos sobre ciencias sociales</p> <p>23. FUNDACION PARA LA LITERATURA PERUANA: asociación sin fines de lucro que promueve a autores peruanos a través de editoriales independientes. Su objetivo de participación fue captar fondos para programas de traducción de libros peruanos en varios idiomas. Está conformada por el fundador del grupo universitario Cibertec/UPC, y cuenta con importantes autores como Alonso Cueto y Fernando Ampuero entre su Consejo Consultor.</p> <p>24. CAMARA PERUANA DEL LIBRO: el gremio representó los títulos de algunas editoriales asociadas, sobretodo de literatura y gastronomía.</p> <p>25. Ediciones CI (pequeña empresa): novelas románticas y guiones para televisión</p>		
<p><b>5.2 Actividades de Promoción</b></p> <p><b>Stand con exhibición de libros, de acuerdo a cada editorial</b></p> <p>Se organizó un programa de presentaciones de libros y autores en el stand peruano</p> <p>Se realizó un coctel con gastronomía peruana y una presentación de bailes típicos peruanos</p>		
<p><b>5.3 Resultados</b></p>		
<p><b>5.3.1 Cuantitativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En cuanto a los resultados económicos de la participación peruana, se generaron negocios por el monto de US\$ 4'5 millones de dólares correspondientes principalmente a la venta de libros físicos y en menor medida a la venta de derechos de autor y coediciones. Los géneros más vendidos fueron literatura infantil y gastronomía seguidos de libros académicos y literatura. En cuanto al perfil de los compradores internacionales, los principales compradores de libros al por mayor fueron las bibliotecas públicas de Estados Unidos y los Fondos Universitarios de Ecuador y Colombia. Los acuerdos de coedición se cerraron principalmente con editoriales europeas. Los principales acuerdos de distribución se realizaron con distribuidoras mexicanas. Finalmente, quienes compraron derechos fueron las editoriales mexicanas.</li> <li>• En total se llevaron a cabo 450 citas de negocio.</li> </ul>		
<p><b>5.3.2 Cualitativos</b></p> <p>Con respecto a los datos cualitativos, los resultados fueron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El 100% de los expositores manifestó que gracias a la feria cumplieron sus objetivos planteados.</li> <li>- El 100% de los exhibidores peruanos considera a la feria como una herramienta muy buena para conseguir nuevos contactos.</li> <li>- El 100% de empresas exhibidoras peruanas piensa participar en la próxima edición del evento.</li> </ul>		
<p><b>5.4 Comentarios de la Competencia</b></p> <p>Al ser la Feria más importante en Iberoamérica, los países invierten en sus presentaciones. Resalta el caso de Argentina, quien será invitado de honor en la próxima edición, y Colombia, ambos con stands de 200m<sup>2</sup> y comitivas conformadas por más de 25 empresas editoriales. En el caso de Colombia, también participan imprentas. Ambos países desarrollan un programa nutrido de actividades en sus respectivos stands, convocan prensa e incluso realizan lanzamientos internacionales de las obras de sus autores más reconocidos.</p> <p>Otros casos como el de Ecuador, aprovechan el espacio de su stand y lo complementan con oferta de artesanías y joyas.</p> <p>Sin embargo, la estrategia más interesante se vió de parte de los stand de países de Centro América, los que envían su catálogo actualizado de libros a los bibliotecarios americanos, quienes realizan sus pedidos antes del inicio de la feria, asegurando así la venta de sus libros.</p>		
<p><b>5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria</b></p>		

Se realizó un programa de presentaciones de libros y autores en el Stand de Perú, aprovechando que las editoriales viajaron con sus autores más representativos.

#### VI. Directorio de Contactos

Documentos adjuntos.

#### VII. Conclusiones

- Siendo la segunda vez que Perú participa en la FIL Guadalajara, se logró captar la atención de los profesionales quienes junto con los organizadores del evento, felicitaron a la delegación por la presencia del stand y calidad de los libros. En tal sentido, se cumplió con el objetivo de promocionar la oferta exportable de libros peruanos.
- En cuanto a los resultados económicos de la participación peruana, se generaron negocios por el monto de US\$ 4'500 mil dólares correspondientes principalmente a la venta de libros físicos y en menor medida a la venta de derechos de autor y coediciones. Los géneros más vendidos fueron literatura infantil y gastronomía seguidos de libros académicos y literatura. En cuanto al perfil de los compradores internacionales, los principales compradores de libros al por mayor fueron las bibliotecas públicas de Estados Unidos y los Fondos Universitarios de Ecuador y Colombia. Los acuerdos de coedición se cerraron principalmente con editoriales europeas. Los principales acuerdos de distribución se realizaron con distribuidoras mexicanas. Finalmente, quienes compraron derechos fueron las editoriales mexicanas.
- La FIL Guadalajara es la más importante del sector editorial a nivel iberoamericano. Atrae la atención de profesionales y líderes de la industria editorial por lo que resulta importante estar presente. Las editoriales peruanas han realizado importantes contactos con editoriales y universidades que se han mostrado interesadas en sus libros, en total se llevaron a cabo 450 citas de negocio.
- Se cumplió con el objetivo de establecer relaciones con instituciones ligadas al fomento del libro digital que puedan brindar capacitación y asistencia técnica a las empresas editoriales peruanas. En tal sentido, se ha solicitado el envío de propuestas para ser evaluadas por parte de Promperu.
- Finalmente, se cumplió con el objetivo de identificar potenciales compradores del sector editorial para la Rueda de Negocios que se desarrolla en el marco del "Perú Service Summit". Entre ellos, se encuentran algunos bibliotecarios y distribuidores de estados Unidos. Asimismo, hemos identificado importantes editoriales que distribuyen libros físicos y online. Adicionalmente contamos con Catálogo de Expositores de la Feria (aproximadamente 1,928 expositores y la Base de Datos de Profesionales que asistieron a la Jornada Profesional).

#### VIII. Recomendaciones

- Participar en la próxima edición de la Feria del libro de Guadalajara manteniendo un espacio de 102m<sup>2</sup>, el que resulta conveniente para la exhibición de libros peruanos, así como para incluir espacios comunes que permitan llevar a cabo presentaciones de autores y libros, entre otras actividades.
- Si bien el Perú estuvo ubicado cerca al área de negociaciones, las empresas han solicitado que de ser posible, nos ubiquemos más cerca a la puerta principal de ingreso al Pabellón Internacional. En este espacio se encuentran los stands de Colombia, Argentina, España y Alemania, los que reciben gran afluencia de visitantes. En tal sentido, se recomienda realizar las gestiones necesarias para la reubicación del stand.
- Recomendamos que el diseño del stand considere gráficas relacionadas al sector editorial y no sólo imágenes representativas del Perú. En tal sentido, sería oportuno trabajar con el área de audiovisuales y la Dirección de Imagen, una propuesta para el sector editorial en las Ferias Internacionales.
- En cuanto a la decoración del stand en general, se debe tener cuidado con la combinación de colores pues en un espacio tan amplio es necesario tener una propuesta más llamativa y variada. Sobre los estantes de exhibición, éstos deben ser más bajos (que permitan a la persona mirar los libros de frente), más ligeros y con menor profundidad permitiendo que los libros resalten.
- Como estrategia de venta, las editoriales deben tener una lista de precios para venta al público así como los descuentos que se aplicarían a los distribuidores mayoristas. Adicionalmente, es necesario un catálogo de derechos o fichas técnicas independientes de sus libros. El documento debe contener título, foto de la portada, autor, breve reseña del contenido, código ISBN, encuadernación, tamaño, precio y comentarios de medios



especializados sobre el autor. Asimismo, se debe indicar si el libro está disponible en formato digital. Estas fichas son las que se entregan en caso de que algún comprador se muestre interesado.

- Se recomienda que en el próximo evento el comisionado también llegue un día antes del inicio de la feria para supervisar la construcción del stand y tener capacidad de reacción frente a cualquier inconveniente con el contratista.
- Contratar un PR que asegure la promoción en medios y participación en las actividades organizadas por la delegación peruana. Asimismo, se recomienda hacer un trabajo de difusión en medios locales sobre los logros alcanzados en la FIL.
- Se recomienda fomentar la participación de editoriales con publicaciones infantiles y gastronómicas, pues son altamente demandados.
- Se recomienda complementar la participación peruana de editoriales con empresas del sector gráfico (imprentas) pues existe gran interés por parte de editoriales extranjeras de imprimir en el Perú. No obstante, se debe trabajar en un servicio gráfico de alta calidad y que sea integral, a modo de diferenciar nuestros servicios de los ofrecidos por empresas chinas.
- Finalmente, es recomendable que las empresas que publican libros de gastronomía e infantiles, tengan en cuenta que los libros de gran formato, tanto por el peso como por las medidas, no se ajustan al tamaño estándar que manejan las librerías americanas. Es por ello que se adquieren pocos ejemplares de cada libro ilustrado. Se recomienda por tanto, que las editoriales publiquen este tipo de libros en formatos regulares que puedan ser más fácilmente comercializados.

### IX. Anexos

Fotos del Stand de Perú en FIL Guadalajara 2013



Presentaciones de libros – Stand de Perú



Stand de Perú



Inauguración FIL, con presencia de los presidentes de México e Israel



Israel, país invitado de honor



Visita de Mario Vargas Llosa al Stand de Perú