

# El sector editorial en Córdoba || 2013

Subsecretaría de Cultura

**Con la colaboración de:**

Huma Rosas

Patricia Camuñas

Agustina Monserrat

INTENDENTE DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA  
**Dr. Ramón Javier Mestre**  
VICEINTENDENTE DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA  
**Dr. Marcelo A. Cossar**

SECRETARIO DE GOBIERNO, PARTICIPACIÓN  
CIUDADANA Y DESARROLLO SOCIAL  
**Dr. Héctor Javier Bee Sellares**

SECRETARIO GENERAL  
**Sr. Manuel Alberto Giménez**

SECRETARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS  
**Cr. Víctor Hugo Romero**

SECRETARIO DE SALUD  
**Dr. Gabriel Esteban Acevedo**

SECRETARIA DE AMBIENTE  
**Ing. Gabriela Faustinelli**

SECRETARIO DE TRANSPORTE  
**Lic. César Alejandro Ferreyra**

SECRETARIO DE CULTURA  
**Lic. Francisco Tomás Marchiaro**

SECRETARIA DE EDUCACIÓN  
**Mgter. Brenda Lis Austin**

SECRETARIO DE CONTROL FISCALIZACIÓN Y CONVIVENCIA CIUDADANA  
**Sr. José María Fernandez**

SECRETARIO DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO  
**Arq. Juan Domingo Giunta**

SECRETARIO DE INFRAESTRUCTURA  
**Arq. Héctor José Di Forte**

ASESOR LETRADO  
**Dr. Marcelo Rodríguez Aranciva**

ADMINISTRADOR GENERAL DE LA JUSTICIA ADMINISTRATIVA MUNICIPAL DE FALTAS  
**Dr. Ramón Ortega**

SECRETARIO PRIVADO  
**Sr. Mariano Font**

SUBSECRETARIO DE LEGAL Y TÉCNICA  
**Dr. Luis Diego Frossasco**

INTENDENTE DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA  
**DR. RAMÓN JAVIER MESTRE**

SECRETARIO DE CULTURA  
**LIC. FRANCISCO TOMÁS MARCHIARO**

SUBSECRETARIA DE CULTURA  
**LIC. PAULA GABRIELA BEAULIEU**

COLABORACIÓN EN TRABAJO DE CAMPO

*Julieta Ceccon*

*Gala Gnavi*

*Florencia Tarquino*

*Jeremías Souza*

*Pilar Hermida*

## INDICE

### **PRIMERA PARTE.**

**Introducción al sector editorial 2013.....7**

**Análisis e interpretación de los datos. Editoriales independientes 2013.....8**

**Análisis e interpretación de los datos. Editoriales públicas 2013.....9**

### **SEGUNDA PARTE.**

**Introducción Feria del Libro 2013.....17**

**Balance general.....35**

**El público de la Feria del Libro 2013.....42**

**Algunas consideraciones finales.....74**

**Conclusiones.....75**

**Anexos.....76**

## **PRIMERA PARTE**

## **INTRODUCCIÓN AL SECTOR EDITORIAL 2013**

¿Cómo evolucionaron las editoriales independientes y públicas en el último año? ¿Se han producido cambios en la composición de sus equipos de trabajo, en el volumen de edición de títulos, de impresión de ejemplares? ¿Han cambiado sus formas de promoción, distribución y comercialización respecto del año 2012? Éstas fueron algunas de las preguntas que nos motivaron desde la Subsecretaría de Cultura a establecer un nuevo contacto con las editoriales de la ciudad en 2013.

Para ello nos dimos a la tarea de construir un nuevo instrumento de recolección de datos que nos permitiera dar respuesta a las preguntas antes formuladas. A partir de la encuesta 2013 a las editoriales públicas e independientes de la ciudad de Córdoba buscamos cumplimentar con los siguientes objetivos de trabajo:

- Actualizar la información sobre qué producen las editoriales en la ciudad estableciendo el impacto que tiene la actividad en la economía local.
- Actualizar información sobre mecanismos de promoción y difusión utilizados por las editoriales cordobesas.
- Determinar cuál ha sido el balance entre costos e ingresos que han debido afrontar las editoriales locales en el último año.
- Determinar si ha habido cambios en las formas de distribución y comercialización de las editoriales de la ciudad, respecto del 2012.
- Conocer las dificultades del desarrollo y sostenibilidad de cada editorial cordobesa en particular.
- Determinar el nivel de participación de las editoriales locales en la Feria del Libro 2012.
- Conocer la percepción de las editoriales locales sobre los aspectos generales de la Feria del Libro 2012 y los cambios introducidos en la misma.
- Conocer las propuestas del sector editorial local para la Feria del Libro 2013.

Durante el mes de junio de 2013 se llevó a cabo el presente relevamiento, previa actualización de la base de datos de las editoriales locales. La encuesta se estructuró a partir de ocho temas, a saber:

- Datos de la editorial
- Catálogo
- Promoción
- Costos e ingresos
- Distribución y comercialización
- Dificultades
- Participación en la Feria del Libro 2012
- Percepción sobre la Feria del Libro 2012

Las preguntas formuladas fueron cerradas *-de elecciones múltiples y dicotómicas-* y abiertas *-de opinión-*. Cabe destacar que no se tomó una muestra, sino que se abordó al total de editoriales locales tanto públicas como privadas.

### **Lista de Editoriales Públicas de Córdoba. 2013.**

1. Llanto de mudo	14. Raiz de dos	26. El Apuntador
2. Alción Editora	15. Postales Japonesas	27. Editorial Buena Vista
3. Comunicarte	16. Textos de Cartón	28. Ferreyra Editor
4. Caballo Negro Editora	17. Pan comido Ediciones	29. Ediciones del Corredor Austral
5. Ediciones Recovecos	18. Ediciones Argos	30. La tía producciones
6. Viento de fondo	19. DocumentA/Escénicas	31. Universitas. Ed. Científica Universitaria
7. Editorial Nudista	20. Ciprés	32. Sol Rojo Editora
8. Babel Editorial	21. Ediciones de la Magnolia	33. Narvaja Editor

9. Editorial Huellas	22. Editorial Maternidad y Espiritu	34. Marcos Lerner Editora Córdoba
10. El Emporio	23. Ediciones del Cíclope	35. QUO VADIS
11. Ediciones del Boulevard	24. Calesita Park	36. Casa de las tejas Editora
12. Editorial Brujas	25. Antiplan Ediciones Primarias	38. Fojas Cero Editora
13. Sol Rojo Editora		

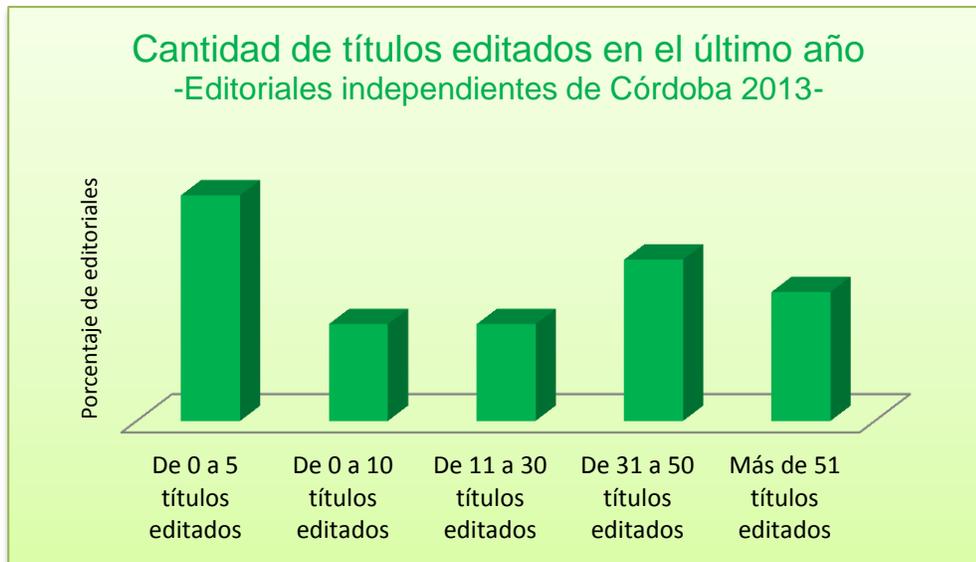
De esas editoriales respondieron la encuesta 22, es decir, el 57% de las mismas. El instrumento utilizado para el presente relevamiento se encuentra adjunto al final del informe. Los datos relevados serán detallados a continuación.

## **ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS. EDITORIALES INDEPENDIENTES 2013.**

### **Características de las editoriales independientes de Córdoba**

En principio diremos que las editoriales independientes de Córdoba se componen de **equipos de trabajo** de 1 a 10 personas. Los miembros del equipo de trabajo pueden estar en relación de dependencia a la editorial como así también trabajando en forma independiente o externa a la editorial. La totalidad de personas empleadas en cualquiera de estas modalidades suma 83 personas.

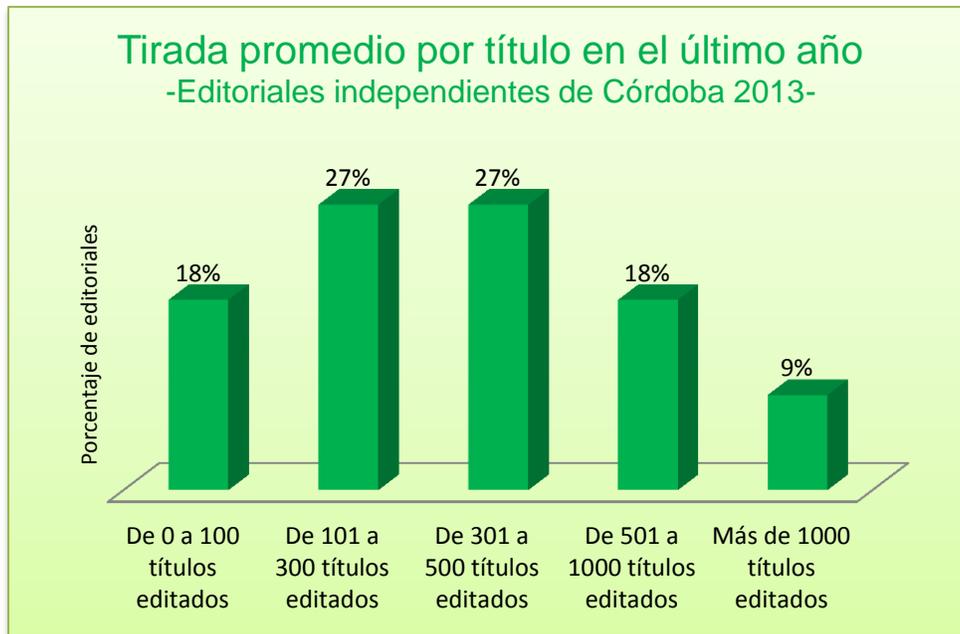
En cuanto al **catálogo**, las editoriales independientes relevadas han mostrado variabilidad en la **cantidad de títulos editados** en el último año.



Como se observa, casi la mitad de la muestra revela haber editado menos de 10 títulos el último año. Se evidencia también una gran disparidad en la cantidad de títulos editados por cada editorial.

La **cantidad total de escritores que publicaron** fueron 996 autores. Si se adiciona este valor a la cantidad de empleados en los equipos editoriales, comenzamos a aproximarnos a un valor significativo de personas empleadas en forma directa en la actividad editorial.

Por otra parte, el **tiraje promedio por título** se distribuyó de la siguiente manera:



Observamos que la mayor parte de las editoriales cordobesas imprime entre 101 y 500 ejemplares.

Siguiendo con la caracterización de las editoriales independientes mostraremos a continuación cuáles son los géneros que más se publica:



Como se puede observar, los géneros más editados son la narrativa, seguida de la poesía y los ensayos.

En cuanto a las **traducciones**, las encuestas revelaron un bajo porcentaje de editoriales que traduce sus títulos.



De ese 23% de editoriales que traducen sus títulos, éstos son insignificantes respecto al total de títulos lanzados al mercado. Por su parte la editorial El Apuntador tradujo el único libro

que editó en el último año (100%), y Viento de Fondo tradujo uno de los dos libros que editó en el último año (50%). Lo graficamos a continuación.

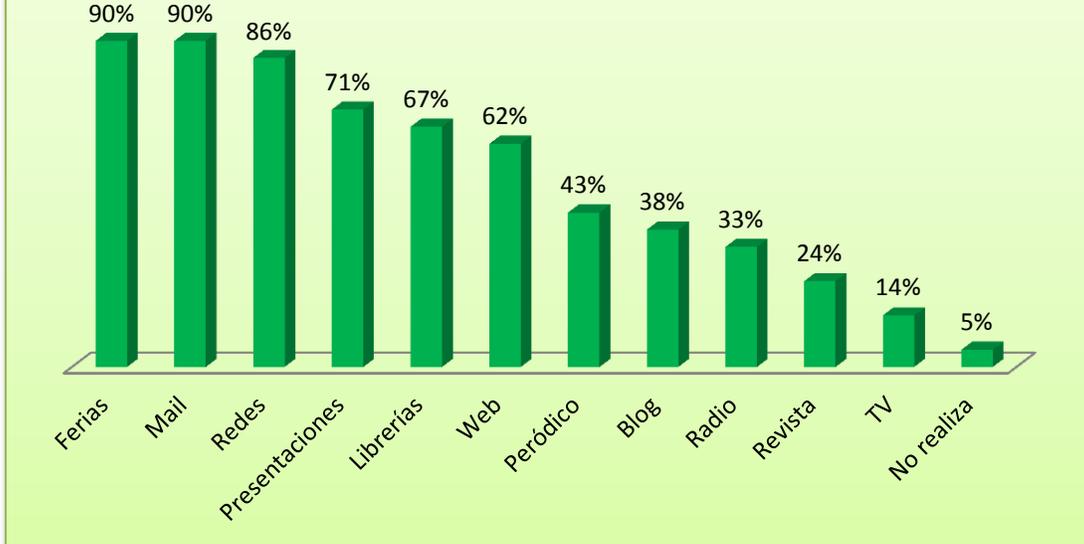


Con respecto a la **cantidad de presentaciones de libros** que se llevaron a cabo en el último año se muestra que la mayoría (36%) ha organizado hasta 5 presentaciones.



Veremos a continuación las preferencias en las **formas de promoción y difusión** de las editoriales independientes para dar a conocer sus productos.

### Canales de promoción y difusión más utilizados por las editoriales independientes de Córdoba para dar a conocer sus productos. -2013-



Las ferias, los mails y las redes sociales son las formas que prefieren las editoriales independientes para dar a conocer sus productos. Los medios menos elegidos son los masivos (periódicos, radios, revistas y TV), posiblemente por los costos elevados que implican. Solo el 18% de las editoriales relevadas incorporaron nuevos canales de promoción a los que utilizaban el año pasado y en todos los casos se manifestó que es la red social, especialmente Facebook, ese nuevo canal de difusión implementado.

Por otro lado, el 81% de las editoriales relevadas participan de ferias de libros, tanto en Córdoba como en otras provincias y, en algunos casos, otros países.

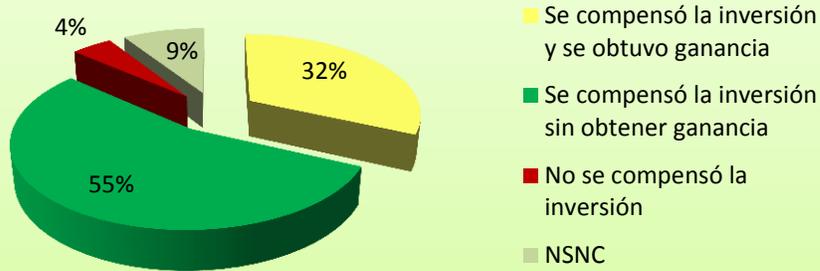


En el siguiente gráfico se muestran las **Ferias de libros en las que más han participado** las editoriales independientes relevadas. Descontando la de Buenos Aires, todas ellas pertenecen a la provincia de Córdoba.



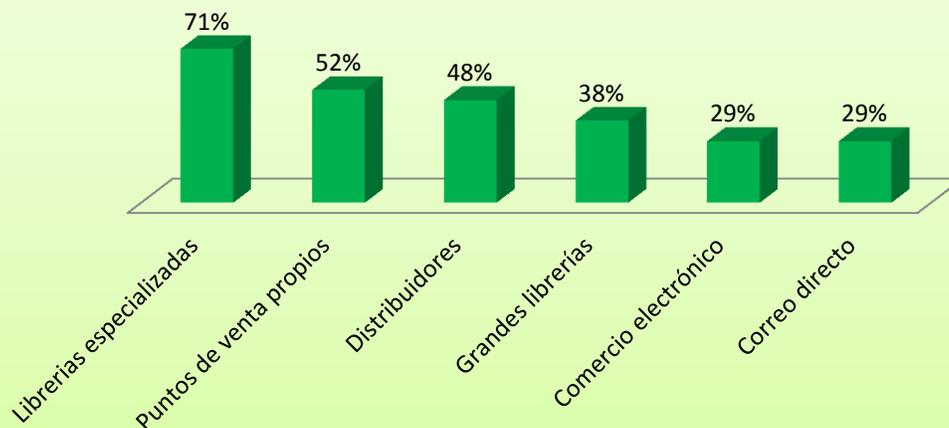
En cuanto a la relación **costos - ingresos** en el último año, según los datos brindados por los responsables de las editoriales, la mayoría de ellas apenas compensaron la inversión realizada sin obtener ganancia. El 29% además de compensar la inversión obtuvieron ganancia. Solo el 4% dijo que no compensó la inversión.

### Balance de costos e ingresos de editoriales independientes de Córdoba en el último año. -2013-



Por otro lado, la mayoría de las editoriales manifestó conservar las mismas formas de **distribución y comercialización** del año pasado. Solo el 27% de las editoriales relevadas hicieron cambios en este sentido indicando que añadieron mayor cantidad de librerías y distribuidoras, en unos casos, y que optaron por canales de distribución no convencionales, en otros casos. Las formas más frecuentes de distribución y comercialización son:

### Formas más frecuentes de distribución y comercialización de editoriales independientes en Córdoba. -2013-



Las dificultades más recurrentes por las que atraviesan las editoriales independientes están expuestas en el siguiente gráfico:

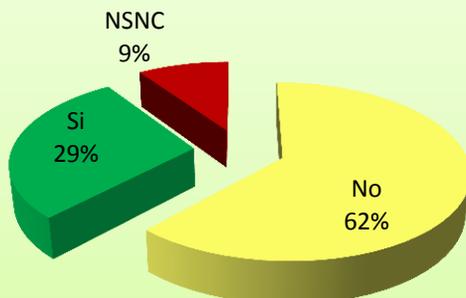


### Feria del Libro 2012

Veremos a continuación las formas de participación y percepción de las editoriales independientes respecto de la Feria del Libro 2012.

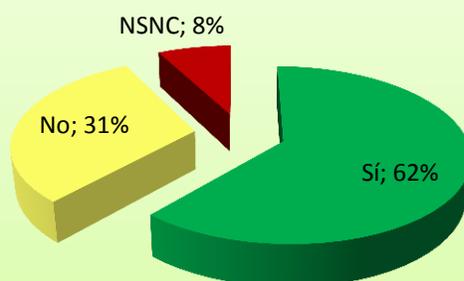
Comenzaremos exponiendo el porcentaje de editoriales relevadas que **participaron en la organización de la Feria del año pasado.**

### Porcentaje de participación de las editoriales independientes en la organización de la Feria del Libro 2012 -2013-



Se observa que la mayoría de las editoriales encuestadas no participaron en la organización. Sin embargo, de las que no participaron, el 62% de ellas estarían interesadas en participar en próximas ediciones del evento.

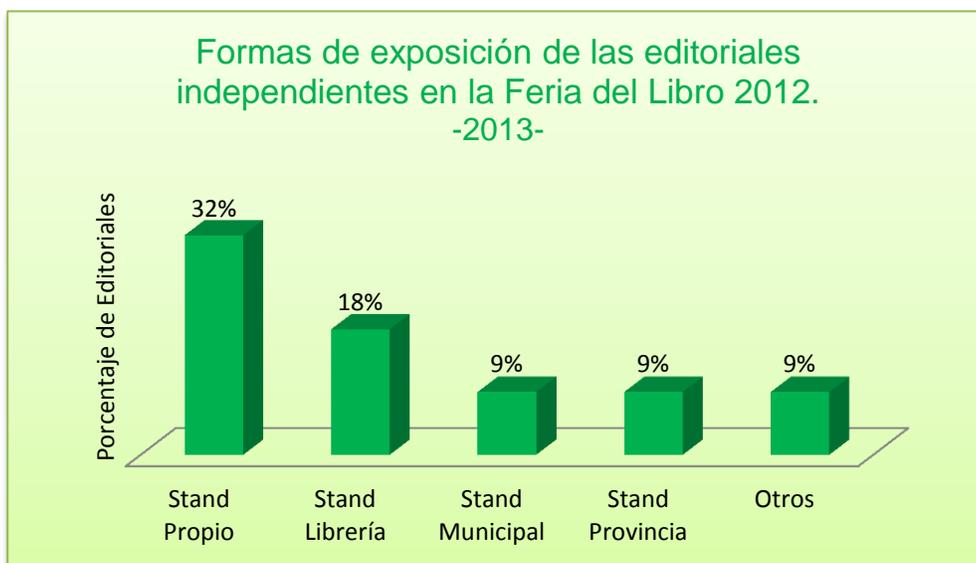
### Cantidad de editoriales independientes que estarían interesados en participar en la Feria del Libro 2013 y no participaron de la Feria del año pasado.



En cuanto a la **participación como expositor** la proporción se invierte siendo el 77% de las editoriales relevadas las que han participado en esa modalidad.



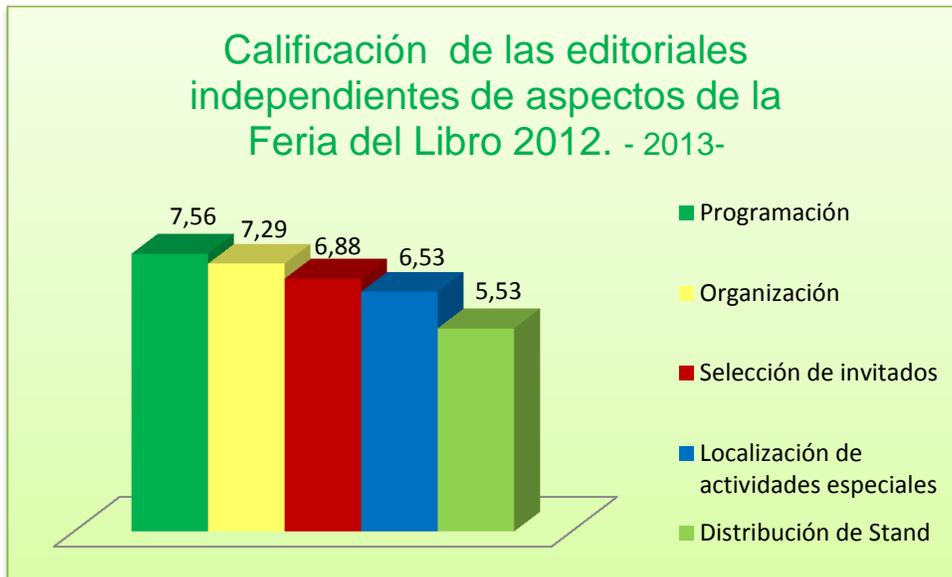
La **forma de exposición** de esas editoriales ha sido variable como se observa en el siguiente gráfico:



La mayoría lo hizo a través de un stand propio o el de una librería. Sólo el 9% de las editoriales relevadas hicieron uso del stand municipal para exponer sus productos.

En cuanto a la **percepción sobre la Feria del Libro 2012** las editoriales calificaron del 1 al 10 algunos aspectos de la misma. A continuación observaremos el promedio de las puntuaciones:

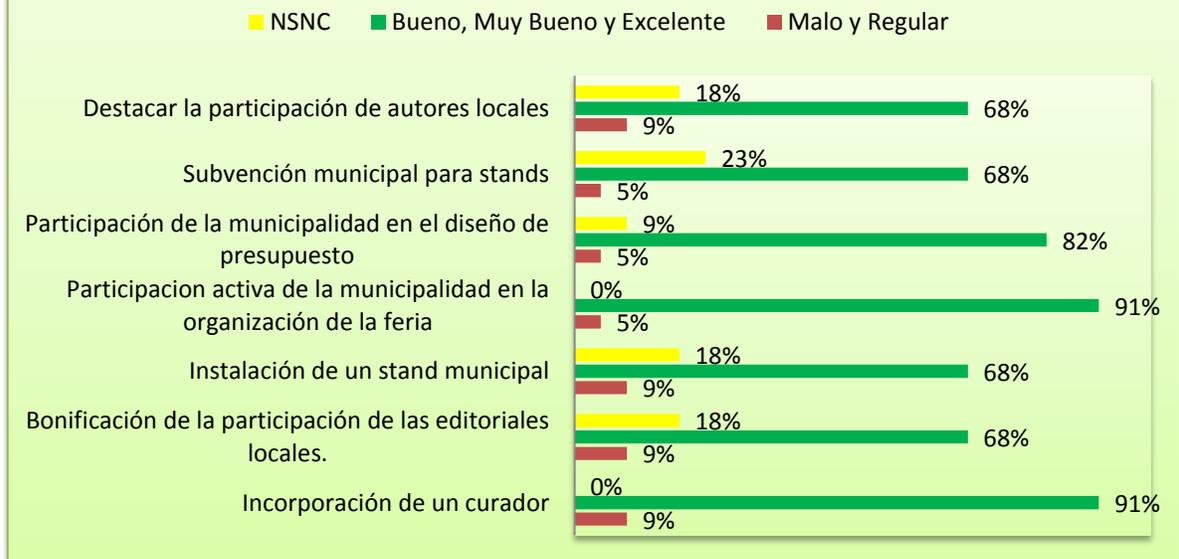
### Calificación de las editoriales independientes de aspectos de la Feria del Libro 2012. - 2013-



Es importante destacar que, en relación a la **distribución de stands**, las calificaciones fueron notoriamente bajas. Desde alguna editorial se puntualizó en los comentarios que la distribución de stands fue “pésima”, que no se respetó lo hablado en las reuniones previas al evento donde se había pedido expresamente que no se colocaran “salderos” junto a editoriales independientes. Desde otra editorial se comentó “Hay que democratizar el acceso de los editores a los stands mejor ubicados. Debe percibirse claramente la producción local para que la feria tenga identidad propia.”

Respecto de los **cambios introducidos en la Feria del Libro 2012** se relevó que las medidas mejor calificadas fueron la intervención de la municipalidad en la organización de la Feria, y en el diseño de presupuesto, como así también la incorporación de un curador. La subvención municipal para los stands de editoriales independientes es una política desconocida por el 23% de las editoriales relevadas lo cual es un dato muy significativo si tenemos en cuenta que constituye una medida importante desde el punto de vista político-estatal y económico. El stand municipal y la bonificación a la participación de las editoriales locales son cambios que tampoco han tenido visibilidad para algunas editoriales locales.

## Percepción de las editoriales independientes de Córdoba sobre los cambios introducidos en la Feria del Libro 2012. -2013-



### Propuestas de las editoriales independientes de Córdoba para la Feria del Libro 2013

En cuanto a la Feria en general se mencionó:

- “**Definir correctamente** si se busca realizar una feria regional o internacional. Las estrategias son distintas para la puesta en escena de una y otra.”
- “Crear un **stand de información** al visitante donde existan planos con los distintos stands.”
- “**Promocionar mejor las actividades** en medios audiovisuales e incluso en la plaza con cartelería en gigantografía y folletos.”
- “Posible **reubicación de la feria**”.

- “Que los lugares de las **presentaciones estén todos próximos al predio** de la feria y tengan lugar para discapacitados.”
- “Generar una **“programación atractiva para niños y jóvenes lectores.”**”
- “Sumar **música al cierre de cada noche.**”

**Con respecto a la estimulación a la producción local:**

- **“Gratuidad o mayor descuento** en carpa de editores de Córdoba”.
- “**Mejorar** la condición económica en cuanto al **costo de stand**, para que sea más accesible nuestra participación.”
- “**Aumentar el apoyo a las nuevas editoriales** que no puedan pagar para estar presentes y, aunque no puedan estar, que no dejen de participar en los eventos.”
- “Pienso que debería haber un **espacio exclusivo y gratuito** que promocióne y comercialice el sector editorial cordobés. Es el único modo de llegar a un público extenso, ya que principalmente podemos vender libros en un circuito especializado y reducido de lectores, familiarizado a la literatura local.”
- “A la Feria del Libro de 2013 se le debe agregar **mayores patrocinios o sponsor**, para poder conseguirles a las editoriales CORDOBESAS una **mejor bonificación de sus stand**. (...) Porque si bien el interés de las editoriales es promover a sus autores, la pata comercial es muy importante, ya que todos los gatos salen de las arcas de los dueños de las editoriales, que son los que apuestan a permanecer en el mercado y, salir hecho o perder, solo empobrece a la editorial, a nadie más, ya que el 95% o más, de las editoriales cordobesas no tiene ningún tipo de subsidio. (...) Se podría hacer como hacen en otras Ferias, como por ejemplo la de Catamarca: ellos al costo del stand lo parten en dos, si la editorial quiere puede entregar el 50% en efectivo y el otro 50% en libros para sus bibliotecas. De esa manera se achica el costo y se logra tener un mayor acceso a los lectores, porque dichos ejemplares van a colegios, escuelas, bibliotecas, etc.”.
- “Cuando hube de desempeñarme como funcionario del gobierno provincial (2003/06) canalicé un subsidio **en aporte para disminuir el costo de la Carpa de Editoriales cordobesas**. Se lo dejo como propuesta.”

- “Evaluar los **costos de traslado, comida y hotel de las editoriales del interior.**”
- “**Disminuir** la cantidad de **salderos.**”
- “Mejor **ubicación de stands** de las editoriales locales.”
- “Se podría articular de alguna manera que **las grandes librerías tengan en sus anaqueles algún porcentaje de LIBROS DE EDITORIALES CORDOBESAS.**”
- Crear el “**día del libro de Córdoba** dentro de la Feria con descuentos y actividades”.
- Organizar **actividades sobre autores y/o edición** en Córdoba.
- “Trasparentar el ‘Premio Burnichon’”.
- “**Mayor fomento a los autores cordobeses.**”

### **Lista de Editoriales Públicas de Córdoba. 2013.**

1. Editorial Universitaria (Universidad Nacional de Córdoba)	3. Ediciones Letras Biblioteca Córdoba	5. EDUCC (Editorial Universidad Católica de Córdoba)
2. Eduvim (Universidad Nacional de Villa María)	4. La Sofía Cartonera	

De estas cinco editoriales solventadas con fondos públicos, respondieron la encuesta cuatro, es decir, el 80% del universo total.

### **ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS. EDITORIALES PÚBLICAS 2013.**

#### **Características de las editoriales públicas de Córdoba**

Dentro de las editoriales públicas relevadas existen grandes diferencias en la composición de sus equipos de trabajo y producción. Por este motivo resulta importante resaltar algunos aspectos en forma individual. La Universidad Católica de Córdoba (UCC), por ejemplo, presenta un **equipo de trabajo** de tan solo **3 personas** mientras que la de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) está compuesta por el doble, es decir, **6 personas**. En relación a La Sofía Cartonera y Eduvim la cantidad de miembros en sus equipos de trabajo ascienden a **17 y 22 personas** respectivamente. El total de personas empleadas en estas editoriales es 48.

En cuanto a la **cantidad de títulos editados en el último año** observamos que fueron en el caso de la Universidad Católica de Córdoba y La Sofía Cartonera 20 y 21 respectivamente. Si relacionamos este dato con la cantidad de miembros por equipo de trabajo podremos concluir que la Universidad Católica de Córdoba ha realizado una gran producción en el último año. La UNC, por su parte, ha editado 72 títulos y Eduvim 203. Ambas editoriales han tenido una alta producción el último año. Con respecto a la **tirada promedio de estos títulos en el último año**, salvo la UCC que imprimió 150 libros, las demás lo hicieron entre 500 y 700 libros.

En relación a los **autores publicados en el último año** por las editoriales públicas, la suma de todos ellos es de 392 autores. Si a esa cifra añadimos el número de personas empleadas en los

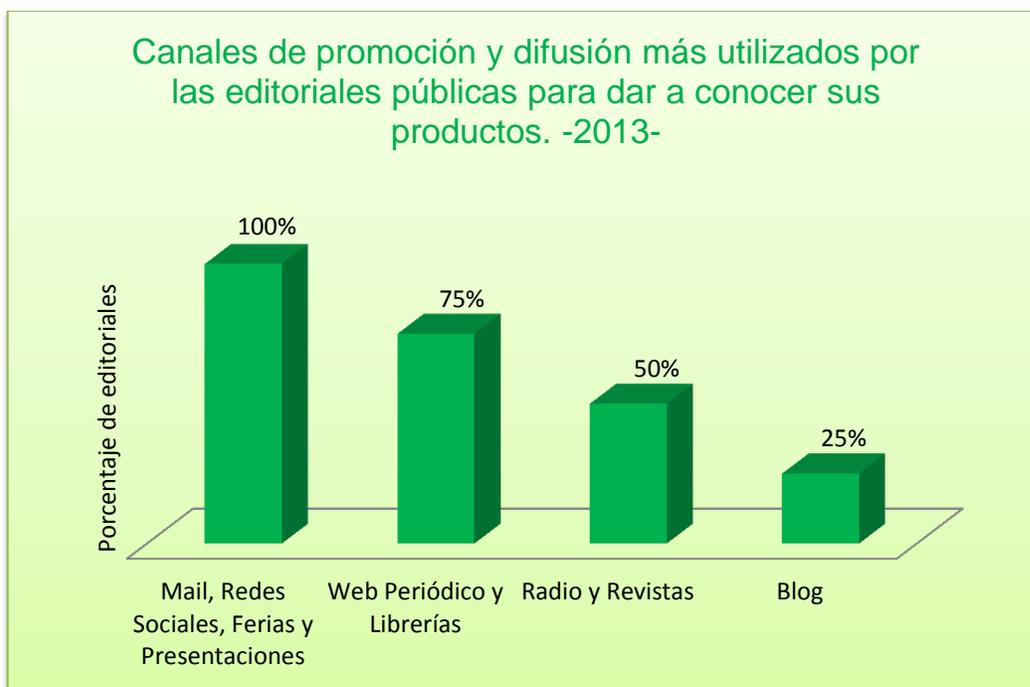
equipos de las editoriales públicas tenemos un total de 440 personas que trabajan en forma directa en el sector editorial.

Los **géneros que producen las editoriales públicas** son: científicos, académicos, técnicos, teatro, narrativa, teoría literaria y poesía. Cabe destacar que estos datos corresponden al 50% de las editoriales relevadas, el otro 50% no respondió la pregunta.

Solo la editorial Eduvim ha realizado **traducciones en el último año**, específicamente de 10 títulos.

En lo referente a las **presentaciones realizadas en el último año**, el 25% de las editoriales relevadas realizaron sólo una presentación mientras que el 75% presentó de 8 a 20 libros.

En cuanto a los **canales de promoción y difusión** utilizados por las editoriales públicas relevadas son mayormente utilizados el mail, las redes sociales, las ferias y las presentaciones para dar a conocer sus productos. El 75% de los casos eligen web, periódico y librerías como forma de promoción. El 50% relevado elige radio y revistas. Solo una editorial (Eduvim) promociona sus productos a través de un blog y ninguna de las editoriales públicas relevadas utiliza la televisión como forma de difusión. Es importante mencionar que el 75% de los casos ha incorporado nuevas formas de difusión en el último año a saber, plataformas on line, redes y un programa de radio que se escucha en internet.



En relación a las **Ferias más visitadas en el último año por las editoriales públicas relevadas** encontramos que todas ellas participaron de la Feria del Libro 2012, el 75% lo hicieron de la Feria del Libro de Bs. As., y el 50% de las Ferias de Mar del Plata y Guadalajara (México). Otras ferias mencionadas fueron a nivel provincial: La Granja, Rio VI, Festival de Literatura de Córdoba, Libros Son, Feria de las Artes de la Cañada de Córdoba; y a nivel internacional las ferias de DF y Xochimilco en México, la de Bogotá (Colombia), la de Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) y la de Frankfurt (Alemania).



En cuanto a los **costos e ingresos en el último año**, las editoriales relevadas mostraron diferencias a saber: la UCC no compensó la inversión realizada, la UNC si la compensó aunque no obtuvo ganancia y Eduvim no compensó la inversión en unos casos, compensó la inversión y tuvo ganancias en otros casos.

El 75% de los casos relevados, mencionan haber modificado los **canales de distribución y comercialización en el último año**, aunque sólo el 50% expresa cuáles son esos canales. En el caso de la UNC, han abierto más librerías y, en el caso de Eduvim poseen distribución propia en Capital Federal con oficina comercial y depósito en Bs. As..

Por último, **las dificultades que más afectan a las editoriales públicas relevadas para el desarrollo y la sostenibilidad de su editorial** son la Falta de Políticas Públicas, el Costo de los Stands en la Feria del Libro y la Falta de Profesionalización del sector.

## Feria del Libro 2012

Sólo el 25% de las editoriales públicas relevadas participó de la **organización de la Feria del Libro 2012**. Sin embargo, todas las editoriales relevadas manifestaron que estarían interesadas en participar de la organización de la Feria del Libro de este año.



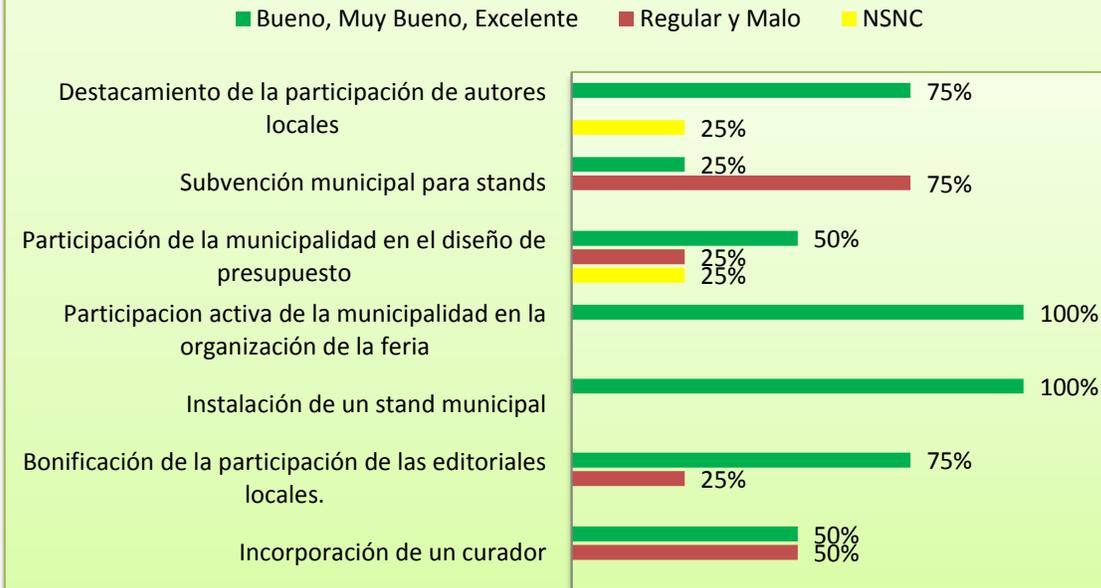
Por otra parte, todas las editoriales relevadas **participaron como expositores en la Feria del año pasado** y la forma de exposición fue en **stand propio** en el 75% de los casos. La Sofía Cartonera participó dentro del stand de la UNC.

Indagando sobre la percepción que se ha tenido sobre la Feria del Libro de Córdoba del año pasado, pudimos relevar que solo dos aspectos estarían medianamente aprobados por las editoriales públicas relevadas. Estos aspectos serían la **organización** con 6,5 puntos promedio y la **localización de actividades especiales** con 6 puntos. Programación, distribución de stand y selección de invitados fueron los aspectos de menor puntuación.



Con respecto a los cambios introducidos en la Feria del Libro de Córdoba 2012, los que han tenido mejores calificaciones por parte de las editoriales públicas relevadas fueron la **participación activa de la municipalidad en la organización de la Feria y la instalación del Stand Municipal**, seguido de estos la Bonificación a la Participación de las Editoriales Locales y el Destacar la Participación de Autores Locales han sido bien calificadas por las editoriales relevadas. El 50% de los casos calificó en forma positiva la Participación de la Municipalidad en el Diseño del Presupuesto y la Incorporación de un Curador, aunque esta última medida también fue calificada negativamente por otro 50% de editoriales. **La subvención municipal para los stands** fue la peor calificada por la mayoría de las editoriales públicas relevadas.

## Percepción de las editoriales públicas de Córdoba sobre los cambios introducidos en la Feria del Libro del año pasado. -2013-



### Propuestas de las editoriales públicas de Córdoba para la Feria del Libro 2013

En cuanto a la Feria en general se mencionó:

- “Más **invitados** escritores de literatura **de otras provincias argentinas** para generar un verdadero intercambio y diálogo sobre estéticas y problemas literarios actuales.”  
“Establecer una posible ciudad del interior como "**Localidad invitada de honor**", para que vengan con sus instituciones, que se sientan honrados e incluidos.”
- “**Menos comercio de editoriales de saldo** y más preocupación por el objeto libro, como producto cultural y como producto que posibilita un cambio social.”  
“**Evitar la participación de salderos** y de stands con productos que nada tienen que ver con el libro.”

- “Mejorar la **programación.**”
- “Es importante que desde la organización de la Feria se piense en políticas proactivas que incentiven la **participación de distintos sectores** que intervienen en el ecosistema del libro. Pensar un día para estos actores del sector, a) Bibliotecarios, b) Bibliotecarios Universitarios, c) Libreros del interior, d) grupos literarios del interior de la provincia.”
- “Organizar una **jornada para las bibliotecas municipales** y todo su personal con Editores de la ciudad o invitados para ponerlos en interacción con los productores, que se piense de qué modo es posible construir campañas de la formación de lectores, campañas de lectura con colegios que visitan la feria.”
- “Tener un **plan de trabajo con los editores-libreros de literatura infantil** para que los chicos de los colegios que van esos días a la feria no sean una bandada de pibes pasando por los stands arrasando con papeles de publicidad, marcadores, etc. Que los niños no sean solo la variable de un paseo escolar.”
- “Es necesario **darle a la Feria mucha difusión en los medios** aclarando que la feria tendrá menos días, se puede hacer acuerdo con los medios de comunicación para que se regalen bonos de descuentos (y no libros) para que vayan a comprar a la Feria y patrocinar así la visita. El lema es llevar gente con incentivos extra.”
- “Posibilitar la existencia de una **feria de libro permanente** que con un cronograma anual recorra barrios y colegios en zonas periféricas alejadas del centro de la ciudad, que posibilite una verdadera difusión de la literatura y de los libros.”
- “Exigir a los editores que tengan **stands propios** que realicen descuentos según la ley.”

**Con respecto a la estimulación a la producción local:**

- “**Apoyar** a las **editoriales independientes** de Córdoba, que son muy buenas.”

- **“Bajar los costos de los stands.”**
- **“Que se proporcionen espacios específicos para editoriales de nuestras características.”**
- **Incentivar a los libreros poderosos de la ciudad** que van a seguir ocupando importantes lugares en la Feria del Libro tengan la obligación de exhibir un 25% - 30% de la producción local de libros.

## Segunda Parte

## Introducción Feria del Libro 2013

Como todos los años en el mes de septiembre, se llevó a cabo la Feria del Libro en la Plaza San Martín. Este año, la vigésimo octava edición, se llevó a cabo entre los días 4 y 18 de setiembre bajo el lema “**Hacia 30 años de Democracia**”.

Desde 2012, el Estado Municipal a través de la Secretaría de Cultura decidió participar activamente en la organización y producción de la feria del libro. Con renovado esfuerzo la directa participación del municipio en la edición 2013, ha respondido tanto a dar cumplimiento a la ordenanza 11.579 -que establece su realización anual en la Plaza San Martín- como a la decisión política de estimular el crecimiento del sector del libro, no sólo por su importancia económica y sus efectos multiplicadores: el estímulo a la creación intelectual y artística y el prestigio que le significa a la ciudad; sino porque el libro dignifica al ciudadano y ayuda a fortalecer la democracia, tal como lo manifestara el presidente Raúl Alfonsín en 1984.

Además de la **participación activa en la organización y producción de contenidos de la Feria**, esta gestión tomó como acciones concretas **asegurar la permanencia de las editoriales locales mediante bonificaciones y optimizar la duración de la Feria**, de lo cual resultó una mayor presencia de pequeños y medianos emprendedores. Asimismo, **se contribuyó al diseño presupuestario general de la Feria y a destacar la convocatoria de autores locales y nacionales, sosteniendo así las mismas condiciones de participación**.

En conjunto con las instituciones integrantes de la Comisión de la Feria -Sociedad Argentina de Escritores (SADE), Universidad Nacional de Córdoba, Gobierno de la Provincia de Córdoba y Cámara de Librerías, Papelerías y Afines del Centro de la República (CALIPACER)-, **se convocó a un curador**, en esta ocasión al sociólogo y semiólogo **Héctor Schmucler**, quien fue el encargado de coordinar el **ciclo** que conceptualiza el lema “**Pensar la Democracia**”.

Por otra parte se re-editaron los **ciclos “30 años de Democracia mirados a través del cine”**, coordinado por Alejandro Cozza y “**Poesía y Democracia**” coordinado por Carlos Surghi. A su vez, se sumaron los ciclos “**UNC – 400 años**” y “**Democratización de la Palabra**” coordinados por Guillermo Vázquez, y “**Mujeres de Palabras**” coordinado por Fernanda Pérez Gaudio.

La revelación de la Feria del Libro 2013 fue el **Espacio Antena** dedicado a libros, revistas y fanzines contemporáneos. Desde este lugar de convergencia de editoriales independientes y experimentales, locales y nacionales, se propuso el diálogo en torno a la edición contemporánea y la sinergia entre editores independientes y nuevos públicos.

Las actividades programadas a través de los siete ciclos contaron con *charlas, intercambios, presentaciones de libros, debates y conferencias* que se focalizaron en diferentes géneros, áreas científicas, culturales y de pensamiento desde una perspectiva abierta y plural.

También integraron la programación los **Clásicos del Cabildo**:

- **Música entre Letras**, programado por los cuerpos estables de la ciudad: Coro Municipal de Jóvenes, Academia de Música, Banda Sinfónica y Ensamble Municipal.
- **Obra de teatro “El loro de la vecina”**, homenaje a Efraín Bischoff con dos funciones en el Centro Cultural General Paz.

Como actividades culturales anexas a la Feria, se llevó a cabo **“Noche de Libros”** y deambuló por la ciudad el **“Arma de Instrucción Masiva”**. La primera fue una actividad propuesta para el día martes 17 de septiembre, justo antes de la finalización del evento. Noche de Libros no estuvo incluida en la grilla de actividades ya que se pensó como una sorpresa para el cierre de la edición. La idea de esta actividad incluyó la prolongación del horario de atención en las carpas de exposición y venta hasta las 12 de la noche y la participación de grupos de animación como el Cuarteto del Amor y Circo Da Vinci. En cuanto al Arma de Instrucción Masiva, durante varios días estuvo desplazándose por diversos lugares de la ciudad un tanque de guerra devenido en biblioteca ambulatoria que recolectó libros regalados y los ofreció en zonas periféricas a la ciudad.

## Balance general

### ACTIVIDADES Y PÚBLICO

A continuación se detalla por cada ciclo la cantidad de actividades y de público participante.

Ciclo	Cantidad de actividades	Período de realización	Lugar	Cantidad público asistente
Pensar la Democracia	8 mesas	5 al 14	Patio Mayor del Cabildo	1.870
Antena	9 talleres	5 al 7	Patio Menor del Cabildo	278
	16 charlas	12 al 14		845
UNC – 400	10 mesas	6 al 14	Museo San Alberto	245
Poesía y Democracia	16 actividades	6, 7, 13, 14	Museo Genaro Pérez	430
Cine y Democracia	9 funciones	11 al 13	Cine Club Municipal	558
Mujeres de Palabras	5 charlas	12 al 15	Patio Mayor– Sala 2 del Cabildo	700
Democratización de la Palabra	5 mesas	5 al 9	Museo San Alberto Cripta Jesuítica	210
Clásicos del Cabildo– Música entre Letras	6 conciertos	5, 6, 12 al 15	Escalinatas Obispo Mercadillo – Patio Mayor del Cabildo	850
Obra Teatral “El loro de la vecina”	2 funciones	14 y 15	Centro Cultural General Paz	215

**Total: 6.201 asistentes en 86 actividades programadas**

En esta edición de la Feria del Libro se recibieron, a través de la convocatoria abierta, 300 propuestas de actividades y fueron seleccionadas por la Comisión organizadora más de 200. El criterio de selección establecido fue dar prioridad a aquellas propuestas que tuvieran relación con el lema de la feria y, en segunda medida, la fecha de realización dentro del marco de la feria y los

espacios disponibles. A continuación se muestra el total de asistentes por tipo de programación y las instituciones que presentaron las propuestas seleccionadas.

Tipo de programación	Cantidad de Actividades	Cantidad de asistentes
Programación infantil	27	700
Adhesiones	2	s/d
Programación adultos	227	8.680

**Total: 9.380 asistentes en 285 actividades programadas por convocatoria**

Tipo de Institución	Cantidad
Editoriales	30
Asociaciones	18
Entidades Académicas	9
Instituciones literarias, de derechos humanos y sindicatos	8
Otras	14

**Total: 79 instituciones presentaron las actividades programadas por convocatoria.**

Por otra parte, es difícil establecer con certeza la cantidad de visitantes que circulan en las carpas de la Feria tratándose de espacios de acceso gratuito a los cual los ciudadanos pueden ingresar libremente y en reiteradas oportunidades durante los 15 días de duración de la feria. Sin embargo, se estima que en esta edición concurrieron **310.000 visitantes**.

### **CARPAS Y EXPOSITORES**

En cuanto a la infraestructura, las carpas dispuestas en la plaza San Martín tuvieron una modificación consistente en un esfuerzo por mejorar tanto la disposición de los expositores como proporcionar un espacio más confortable con menor impacto ecológico. A este efecto se incrementaron los paños de cristal lo que permitió contar con iluminación natural y, de esta forma, disminuir el consumo energético. Los bloques de stands en las carpas se separaron con islas y se agregaron puertas laterales para generar corrientes de aire que permitieron una mejor ventilación y favorecieron la circulación del público. También se incorporó un cielo raso que

generó una cámara de aire entre éste y el techo de la carpa lo que posibilitó una disminución de la temperatura de la misma. No obstante, la extraordinaria condición climática registrada en los primeros días de la Feria fue un acontecimiento de difícil previsión. Por otra parte, el re-diseño de la localización de los stands facilitó la disposición para los expositores y los visitantes, pues se sumaron carpas anexas que posibilitaron se sumaran más expositores este año.

Año	Total m <sup>2</sup> carpas	m <sup>2</sup> carpa disponible a expositores	Cantidad de expositores	sponsors
2012	1.773 m <sup>2</sup>	1.097,5 m <sup>2</sup>	65 expositores	3 marcas
2013	2.559 m <sup>2</sup>	1.243 m <sup>2</sup>	83 expositores	6 marcas

### VENTA DE LIBROS

A continuación se presenta un cuadro comparativo 2012-2013 de la estimación de ventas de libros y facturación en la Feria. No se contemplaron en 2013 las ventas del bar ubicado en carpa de Rosario de Santa Fe ni tampoco los stands de expositores institucionales. Cabe destacar que la Feria 2012 tuvo una duración total de 20 días y la del 2013 de 15 días. Esta información fue obtenida mediante un relevamiento realizado en el transcurso del último día de Feria a cada expositor, lo que se combinó con la observación del comportamiento de los visitantes (aumento/disminución de visitas según días y horarios - actitud de búsqueda/compra de libros) y consulta en diferentes días y horarios a informantes claves (empleados, personal de asistencia permanente en las carpas). Los datos que exhibimos en este cuadro son estimados dado que el relevamiento realizado no tuvo carácter obligatorio: el 92% de los expositores facilitó la información solicitada. Asimismo, se debe considerar que la mayoría de los expositores en la feria no utiliza sistema informatizado de manejo de stock y ventas.

	2012			2013		
	Cantidad	Estimación Libros vendidos	Estimación de ventas en \$	Cantidad	Estimación Libros vendidos	Estimación de ventas en \$
Librerías	30	76.440	4.043.700	31	57.918	3.868.922
Editoriales	30	25.095	1.191.925	43	20.564	1.172.148
Otras	5	2.250	100.500	9	3.652	195.747
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>103.785</b>	<b>5.336.125</b>	<b>83</b>	<b>82.134</b>	<b>5.236.817</b>

- **ESPACIO ANTENA** -Venta de libros de las editoriales participantes.

Como ya se mencionó anteriormente, este espacio que funcionó en el Patio Menor del Cabildo de jueves a sábado, es decir 6 días de la Feria, dispuso también stands para que las editoriales participantes, además de mostrar sus producciones, pudieran ofrecerlas a la venta al público. Los participantes fueron editoriales independientes que presentaron propuestas inéditas a las que habitualmente encuentran los visitantes en los stands de los expositores en las carpas, y con precios de libros que iban de \$ 10 (como los ofrecidos por La Sofía Cartonera) a \$70.

Cantidad de editoriales	Libros vendidos	Estimación de ventas en \$
23	506	17.885

- **Los libros más vendidos.**

La consulta a los expositores sobre los autores, los libros infantiles y los géneros más vendidos en la feria del libro 2013 arrojaron los resultados expuestos en la siguiente tabla. Cabe mencionar que los listados no muestran orden de importancia, sino los libros más destacados según lo informado por los expositores.

Autores más vendidos	
Che Guevara	Andrea Marinelli
Pilar Sordo	Laura Devetach
Fontanarrosa	Juan Kronfuss
Gustavo Janut	Margarita Maine
Doña Petrona	Reyna Carranza
Eduardo Meglioli	Fernanda Pérez
Chanti	Ceferino Reato
E.L. James	Manuela Centeno
Libros Infantiles más vendidos	

Cuentos de Terror para Franco	Mi Primer Libro de Historias de la Biblia
Vivimos en el País de Nunca Más	Dragonboluz
Origami y Rimas	Disney
Princesas	Gaturro
Casi Ángeles	Aventuritas de la Biblia
El Principito	Humor de Niño
Un Recreo para Leer	Pepe Astronauta
<b>Géneros más vendidos</b>	
Humor	Autoayuda, psicología
Derechos Humanos	Títulos Universitarios
Novela histórica	Hogar, arquitectura, diseño, cocina
Historia	Mandala
Ensayos (política, historia, economía)	Religión

### **INGRESOS Y EGRESOS DE LA FERIA DEL LIBRO 2013**

Desde la edición 2012 de la Feria del libro la comisión organizadora, principalmente los tres integrantes que representan las instituciones públicas, han intervenido en la consideración de los costos que se originan con la producción de las carpas y la organización de las actividades. Éstos abarcan desde el pago de viáticos a los invitados de otros lugares como el equipamiento de los espacios donde éstas se realizan (técnica, sillas, limpieza, guardias de sala, seguridad, entre otros). El costo total de la Feria se solventa con los ingresos que provienen de la venta de stands y sponsors, una mínima contribución que realizan quienes organizan las actividades seleccionadas por convocatoria, y el aporte de la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Córdoba.

Asimismo, la decisión de la entidades públicas de promover una más variada oferta de autores, títulos y editoriales ha implicado para esta edición la decisión de incrementar sólo en un 10% el valor del metro cuadrado, lo que está lejos del incremento en el último año del costo de vida. Sobre este valor se mantuvieron los descuentos a los socios de la CALIPACER y la bonificación del 30% a las editoriales independientes que ofrece la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Córdoba.

<b>INGRESOS EN PESOS</b>	
Venta de stand ( Total de m <sup>2</sup> vendidos: 1.243   Valor del m <sup>2</sup> : \$ 1.100)	1.367.300,0
Venta de publicidad y sponsors	134.400,0
Derecho de uso de salas	19.900,0
Aporte de la Municipalidad de Córdoba 2013	221.534,4
<b>TOTAL</b>	<b>1.743.134,4</b>
<b>EGRESOS EN PESOS</b>	
<b>Gastos de personal y administración (*)</b>	<b>118.500,0</b>
Personal	38.500,0
Administración	80.000,0
<b>Comunicación</b>	<b>131.400,0</b>
<b>Producción de carpas</b>	<b>932.362,6</b>
Alquileres	752.620,0
Servicios de limpieza, transporte, seguridad y otros	157.742,6
Honorarios	22.000,0
<b>Premios y Bonificaciones</b>	<b>279.553,0</b>
Premio Burnichon	7.000,0
Premios y apoyos varios	6.000,0
Bonificación de la Municipalidad de Córdoba a las editoriales locales (30%), descuentos socios Calipacer y comisiones por venta de stands y sponsors	266.553,0
<b>Programación</b>	<b>281.318,8</b>
Pasajes y viáticos invitados	165.318,8
Honorarios Curador y coordinadores	75.000,0
Inauguración de la Feria	25.000,0

Noche de los Libros

16.000,0

**TOTAL 1.743.134,4**

(\*) Estas erogaciones corresponden a personal contratado y gastos de administración exclusivamente para la realización de la Feria. En dicho importe no está computado el trabajo del personal municipal ni de las otras instituciones afectadas a la organización y realización de la Feria.

## El público de la Feria del Libro

Tal como el año pasado, en esta edición de la Feria del Libro se llevó a cabo un relevamiento sobre el público que pasó por las carpas y las actividades propuestas en el marco de la misma. El objetivo fue ***definir el perfil de estas personas estableciendo una comparación con los visitantes del año pasado***. Utilizando la encuesta como técnica de recolección de datos se consultó sobre:

- Características demográficas como *edad, género, nivel de estudio y situación laboral*.
- Asistencia regular o esporádica al evento.
- Modos a través de los cuales se enteraron del mismo.
- Nivel de asistencia y preferencias sobre las actividades propuestas.
- Decisión sobre la compra de libros.
- Percepción y valoración sobre la Feria.
- Modificaciones y propuestas para ediciones futuras.
- Hábitos de lectura: *dedicación de tiempo a esta actividad, frecuencia de lectura, material de lectura preferido, motivos y factores que influyen en la lectura, cantidad de libros leídos y lectura digital*.

A diferencia de la edición anterior, cuando el estudio se realizó sólo entre los visitantes a las carpas, en 2013 se incluyó a los asistentes a las actividades programadas. Esto último amplía información sobre el perfil del público de la Feria lo cual aporta mayor representatividad a la muestra. Este relevamiento es de gran importancia ya que se constituye en un instrumento valioso a la hora de evaluar los resultados de esta Feria y poder contar con elementos concretos para la planificación de la próxima edición, lo cual permitirá obtener resultados aún mejores que los de este año.

Antes de presentar los resultados del relevamiento, expondremos algunos trabajos antecedentes que nos posibilitarán contextualizar y analizar con más elementos los datos arrojados por las encuestas al público de la Feria.

## ANTECEDENTES

### 1. TRABAJO DE RECOPIACIÓN REALIZADO POR EL CERLALC (Centro Regional para el fomento del Libro en América Latina y el Caribe). Noviembre de 2012.

**-Resultados de estudios independientes realizados en 11 países: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, México, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela en diferentes períodos de 2000 a 2012-.**

- **Argentina es el segundo país con mayor porcentaje de lectores (70%) luego de Chile**, que presenta un 80% de lectores. Comparativamente, México y Perú presentan los valores más bajos: 27% y 35% respectivamente.
- **Las motivaciones de lectura son, en el caso de nuestro país, el placer o gusto representado con el 79%**. Comparte esta principal motivación con España (86%). La lectura de este dato es que se trataría entonces de **lectores asiduos** contrapuestos a los lectores esporádicos. La **actualización cultural y conocimiento** es la segunda motivación de los lectores argentinos con el 69%.
- **Argentina y España son los países que poseen la mayor tasa de lectura como uso del tiempo libre con el 66% y 58% respectivamente.**
- En cuanto a los materiales de lectura **Argentina presenta el porcentaje más elevado de lectura de libros específicamente con el 70%**, seguido de Chile y Uruguay con el mismo valor: 51%. **La lectura de revistas también es encabezada por nuestro país con el 67%** de la población lectora. Brasil y Uruguay secundan la lectura de revistas con el 42 % y 40% respectivamente. En relación con la **lectura de diarios, nuevamente Argentina es quien arroja el mayor porcentaje de lectores con el 89% de los encuestados**. Por debajo le sigue España con el 61% de los casos.
- Sobre el **promedio de libros leídos por año**, Chile presentó 5,4 libros promedio por año y **Argentina 4,6**. En tanto Brasil reportó 4 libros promedio por habitante. El país que encabeza esta lista es España con 10,3 libros mientras que Colombia y México presentan los indicadores más bajos (2,2 y 2,9 libros promedio por persona respectivamente).
- En relación a las **formas de acceso al libro, el 69% de los argentinos que leen los compran**.
- El 13% de los lectores en nuestro país recurre a Internet para leer libros.

## 2. ENCUESTA REALIZADA POR EL CONSEJO NACIONAL DE LECTURA SOBRE HÁBITOS DE LECTURA DE LOS ARGENTINOS. octubre-noviembre de 2011.

Universidad 3 de Febrero y SInCA (Sistema de Información Cultural Argentina).

Realizada en Muestra de 3.568 casos residentes de localidades del país con más de 30.000 habitantes.

- En la actualidad, **el 90% de las personas lee como mínimo un cuarto de hora**. El 6% de los que no leen ahora lo hicieron en algún momento de sus vidas y tan sólo el 4% dice que no es ni nunca fue lector.
- En cuanto a la **frecuencia de lectura quienes leen todos o casi todos los días constituyen el 53% y los que lo hacen algunos días por semana el 32%**. Por su parte, los lectores de menos de un día por semana son el 5% de los casos.
- Los nuevos formatos digitales han hecho que se incremente la cantidad de lectores en estos nuevos soportes. De esta manera se registró un **incremento de lectores de diarios y libros digitales en los últimos diez años**. En cuanto a las revistas digitales el número de lectores cayó levemente.
- Sin embargo, también se registró un incremento en la compra de diarios y libros. **La compra de libros digitales es muy marginal, sólo el 1% de los lectores**.
- Uno de los aspectos que revela la encuesta es que **la lectura digital y la de diarios, libros y revistas en papel se refuerzan mutuamente**, es decir, aquellos que atraviesan el umbral de la lectura, sea a partir del papel o de la PC, tienden a leer en ambos soportes.
- En cuanto a la edad de los lectores, **entre los 18 y los 60 años la cantidad de lectores es bastante similar. La población mayor de 60 años lee menos**, independientemente del formato de lectura. **La PC, para esta población es casi inexistente. En cambio la juventud es la que más utiliza este medio: 73%. El grupo siguiente, de 26 a 40 años, disminuye la lectura digital al 62%. Y entre los de 41 a 60 años al 41%**.
- La lectura sistemática del diario es un hábito en lento desuso. La tasa de población que lee el diario entre cinco y siete días, declina de generación en generación. En tanto, la frecuencia de lectura de libros es levemente mayor entre los 26 y los 40 años (16 %) que

en los demás grupos etáreos (entre 11% y 12%). Sobre la PC se arrojó que el 68% de los menores de 26 años leen con una frecuencia de entre cinco y siete días. Un condicionante de esta variable es la dificultad económica y de salud de los diferentes estratos.

- Con respecto a la condición socio económica, el estudio reveló que entre los niveles socioeconómicos medios y altos, la lectura es casi universal: 96% y 99%. En el nivel más bajo, disminuye al 83%. En relación a la lectura de revistas casi no hay diferencias en sectores medios y altos, y apenas cae en los más bajos. Con respecto al libro tampoco se observan grandes diferencias entre porcentajes de lectores de nivel alto y medio pero sí una importante variación con el nivel bajo (28%). La misma tendencia se da en la lectura digital: es importante en los sectores medios (63%) y altos (77%) y muy poco habitual en el sector bajo (16%). También se encontraron variaciones en la frecuencia de lectura de libros y PC según nivel socioeconómico. Al mismo tiempo, los problemas de vista y monetarios en los niveles socioeconómicos bajos tienen un fuerte impacto en la disminución de lectura de libros pero disminuyen conforme sube el nivel.
- **Razones que motivan la lectura.** Entre los encuestados que se reconocen lectores, **el 76% dice que lo hace por la necesidad de estar informado y el 47% por el placer de la lectura.** Luego se reconoce como estímulo las ganas de aprender cosas nuevas con un 36% y la costumbre de hacerlo con un 25%. Resulta un dato más que llamativo que sólo el 20% menciona leer por motivos de estudio y el 15% por cuestiones laborales. En el caso de los libros, los lectores afirman que los leen por placer en un 84%. Es importante, además, la mención a “aprender cosas nuevas” y a “ampliar la cultura general”, que llegan al 70%. Por último, un 44% admite leer por costumbre, un 35% por razones de estudio y un 29% por trabajo.
- Razones que no motivan la lectura. Entre quienes prefieren no leer diarios, revistas o libros, se rastrearon los motivos de la decisión. La mayoría la alcanzó el desinterés en el hábito, aunque también se mencionó significativamente a las dificultades económicas y los problemas de salud para leer (específicamente, de visión). Un 35% señaló que no lee por falta de tiempo o porque ya no estudia. De esto se desprende que algunos incentivos para revertir los hábitos de lectura podrían ser, tener mayor tiempo libre, que los libros

cuesten menos, tener mayor tranquilidad para concentrarse y solucionar problemas de vista.

- En cuanto a los temas de interés, en el caso de las revistas, un 32% de los lectores prefiere las de información general, un 20% las de espectáculos, un 18% las femeninas y un 16% las de moda, cocina y manualidades. Para cerrar el grupo temático de revistas más leídas, las deportivas alcanzan el 12% de menciones. **Los lectores de libros, prefieren los cuentos y las novelas (entre el 55% y el 60%) y en menor medida los textos escolares y las biografías (entre el 42% y el 55%). Poesía, historietas, textos científicos y ensayos tienen menos aceptación.** Por su parte, para terminar, los usuarios de internet indican como lecturas en pantalla más importantes el correo electrónico (74% de ellos se conecta para leer mails), los diarios y noticias (61%) y las redes sociales (42% frecuentemente y 17% de vez en cuando). Los libros, revistas y textos laborales muestran bajos índices de lectura. Los libros son leídos frecuentemente por el 11% y de vez en cuando por el 23%, mientras que las revistas se leen entre el 8% y el 24%, respectivamente.
- Un estudio previo, realizado entre el 2004 y el 2006 por la Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación, revela que **son las mujeres más que los hombres las que poseen hábitos de lectura.**

### **3. ENCUESTA REALIZADA POR LA SECRETARÍA DE CULTURA DE LA MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA. Septiembre de 2012. Muestra de 689 visitantes de las carpas de la Feria del Libro 2012.**

- Los visitantes de la Feria del Libro 2012 **fueron mayoritariamente mujeres (65,1%), de entre 21 y 40 años (53%).** Del porcentaje representado por **hombres el 54% estuvieron comprendidos por la franja etaria de 21 a 40 años.**
- En cuanto a los hábitos de lectura, el **91% de los visitantes lee habitualmente.**
- **Los géneros preferidos** se distribuyeron de la siguiente manera: **Narrativa (34%), Autoayuda (22%), Comic (14%) y Educativo (12%).**
- **Respecto de la compra de libros, el 40% de los casos relevados compraron, es decir 4 de cada 10 personas.** Mientras tanto, el 18% de los encuestados aún no lo había decidido, el 10% no compró, y el **30% no compró ni iba a comprar.** Se estimó que

aquellos que no compraron fueron desalentados por los precios altos y por no conocer autores locales quienes a través de pequeñas editoriales colocaron sus publicaciones a precios accesibles.

- Sobre la **percepción de la Feria se valoró positivamente a la misma especialmente en cuanto a la organización** (8 a 10 puntos en un 85% de los casos) **y la programación** (8 a 10 puntos en un 78,5% de los encuestados).

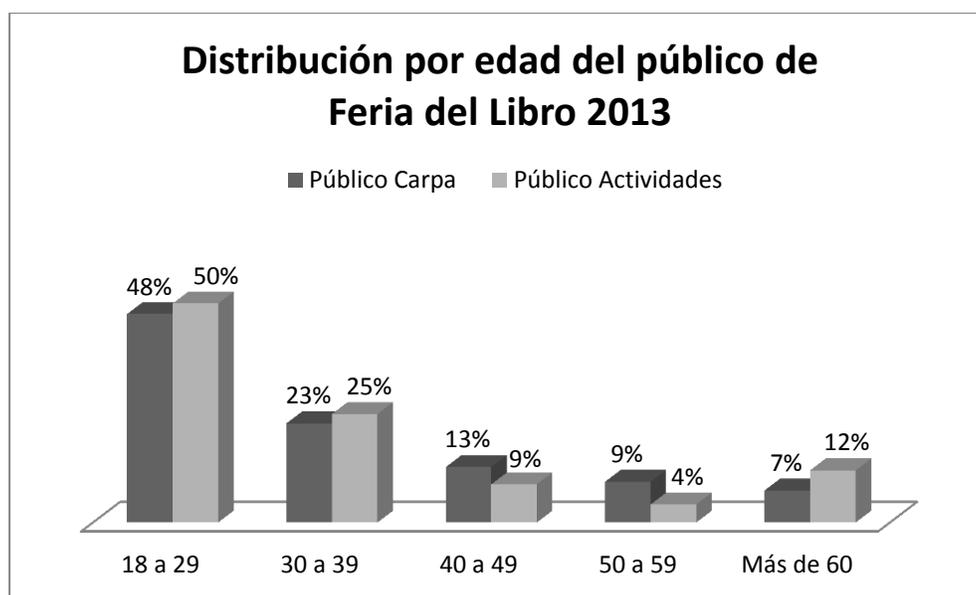
## MARCO METODOLÓGICO.

Ficha Técnica	
<b>Tipo de estudio realizado</b>	Descriptivo.
<b>Técnica de recolección de datos</b>	Encuesta.
<b>Instrumento de recolección de datos</b>	Cuestionario estructurado a partir de 2 ejes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Feria del libro 2013</li> <li>- Hábitos de lectura</li> </ul>
<b>Tipo de preguntas</b>	Cerradas <i>-de elecciones múltiples y dicotómicas-</i> y abiertas <i>-de opinión-</i> .
<b>Diseño del relevamiento</b>	Casos tomados de las actividades de la feria y casos tomados de las carpas de exposición y venta durante los 15 días de la feria (del 4 al 18 de septiembre) en los horarios de la mañana, tarde y tarde-noche de los días de semana y fines de semana en función de la variación de público esperado. Al interior de cada conglomerado la muestra fue aleatoria simple (al azar).
<b>Definición de las unidades de análisis</b>	Visitantes de la Feria del Libro de Córdoba 2013 mayores de 18 años.
<b>Total a relevar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En las actividades: 182 casos. (Contemplando un nivel de confianza del 98% y un margen de error de +- 0,6 sobre un universo estimado de 4.500 personas esperadas).</li> <li>- En las carpas: 282 casos. (Contemplando un nivel de confianza del 98% y un margen de error de +- 0,6 sobre un universo estimado de 250.000 personas esperadas).</li> </ul>
<b>Fecha de realización del trabajo de campo</b>	Del 4 al 18 de septiembre de 2013.

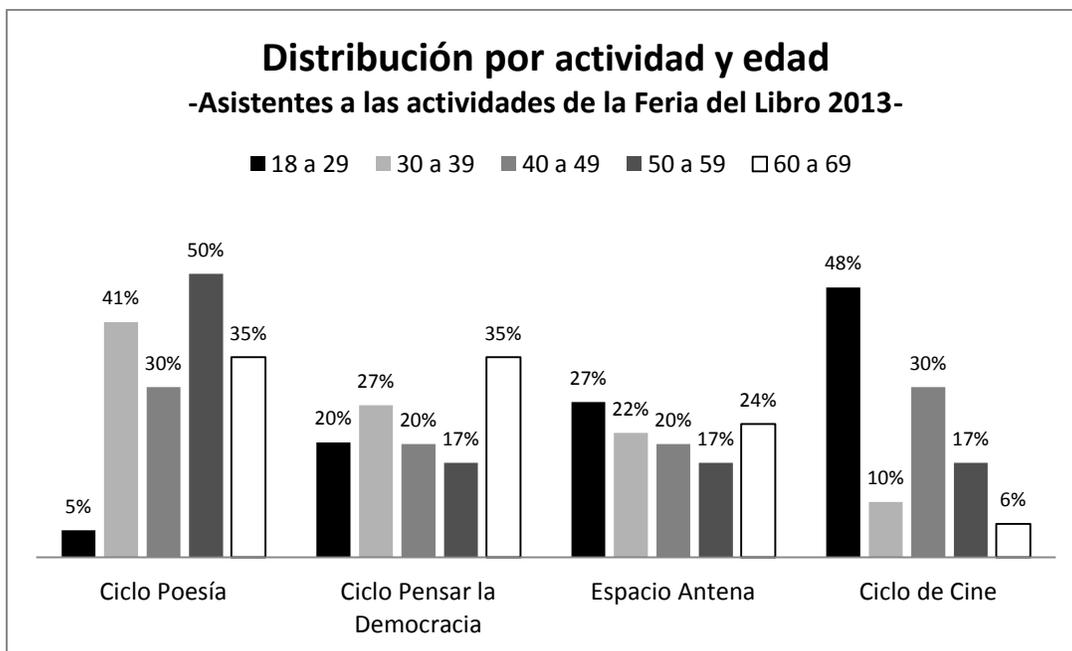
## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.

### ¿Quiénes son los visitantes de la Feria del Libro?

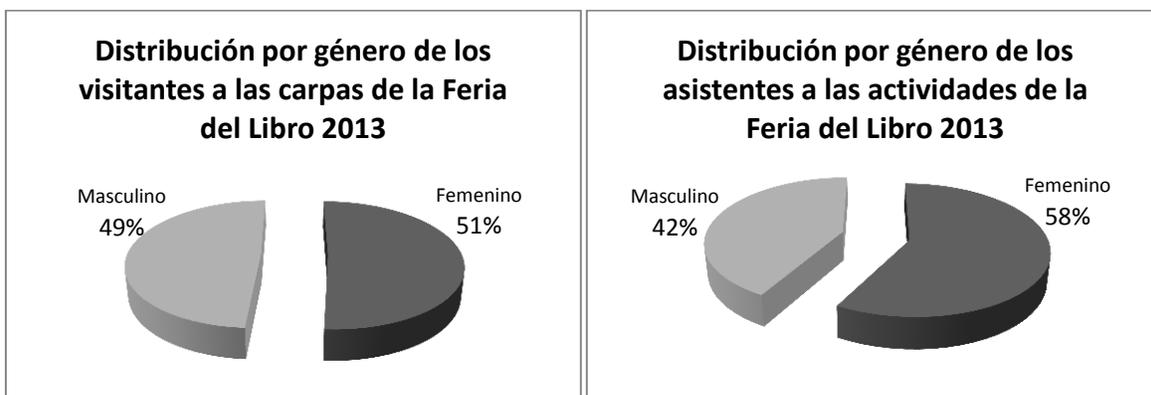
Según los datos relevados en las encuestas realizadas a visitantes de la Feria del Libro 2013 pudimos constatar que **se trata de personas jóvenes de entre 18 y 39 años**. Si comparamos estos datos con los obtenidos en el relevamiento 2012 comprobamos que la Feria del Libro sigue siendo un evento al cual asisten mayoritariamente personas de esa franja etárea.



Centrándonos en el público de las actividades pudimos reconocer cómo se distribuye el mismo según edad y actividad específica. En el ciclo Pensar la Democracia y el espacio Antena la distribución por edad fue bastante pareja. En cambio el ciclo de cine fue más concurrido por personas de entre 18 y 29 años. En tanto, en el ciclo de poesía se manifestó una baja asistencia de público joven de entre 18 y 29 años.

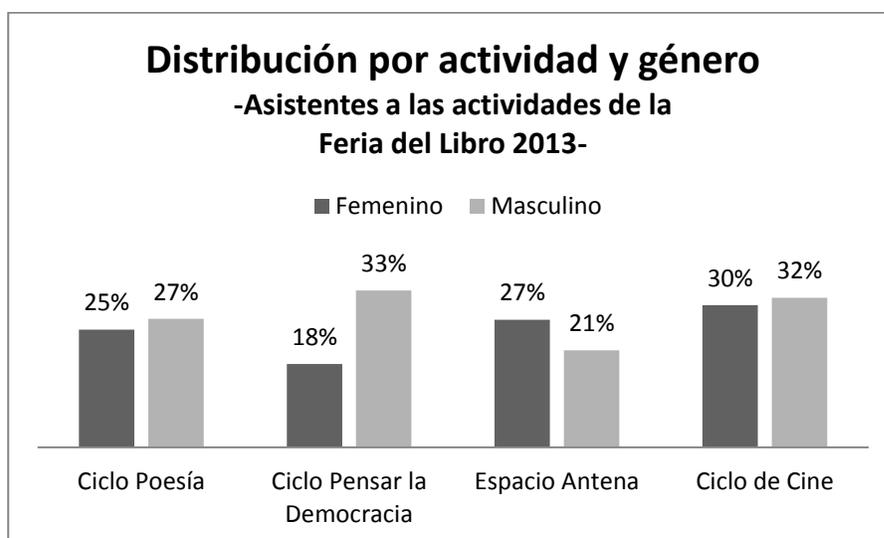


Respecto al género de los asistentes, el año pasado visitaron la Feria más mujeres que hombres. La proporción en aquella oportunidad fue de 65,1% y 34,9% respectivamente. Este año se incrementó la participación de hombres equilibrándose con las mujeres de manera pareja. Esto se visibilizó mejor en las carpas que en las actividades donde la proporción de mujeres fue levemente mayor a la de hombres.



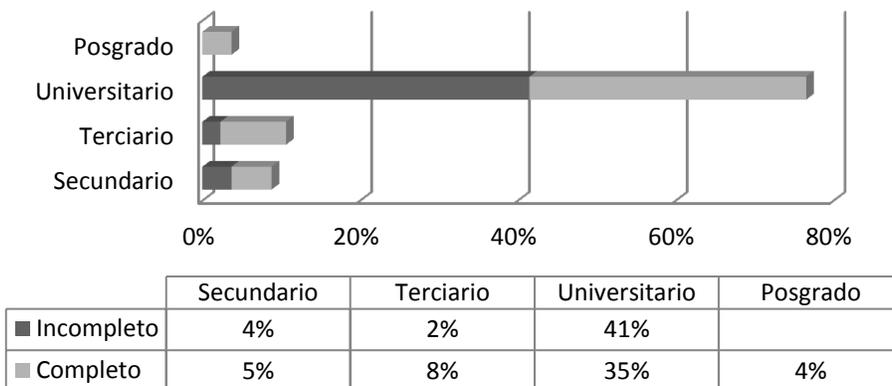
Nuevamente haciendo foco en las actividades quisimos observar cómo se distribuían los asistentes a las mismas en función de esta variable en cada propuesta.

Comprobamos, como lo muestra el gráfico a continuación que la distribución por género y actividad en particular también ha sido equilibrada.



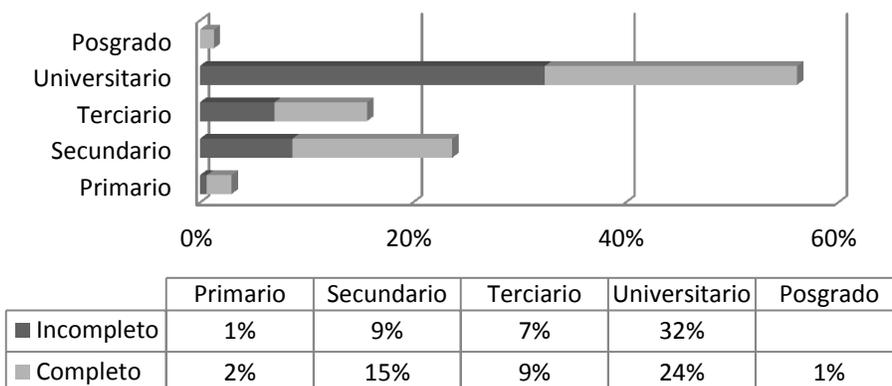
Se destaca un **mayor nivel de instrucción entre el público de las actividades que el de las carpas**: el 90% de los casos relevados terminaron o estaban cursando estudios superiores al nivel secundario, esto es terciarios, universitarios o de posgrado. A su vez, no se registraron casos que tuvieran cubierto solamente el nivel primario. También se manifestó que el 52% de los casos sigue estudiando. Teniendo en cuenta que el 47% reveló tener estudios incompletos en diferentes niveles podemos inferir que solo el 5% ya no estudia.

### Estudios cursados por los asistentes a las actividades de la Feria del Libro 2013



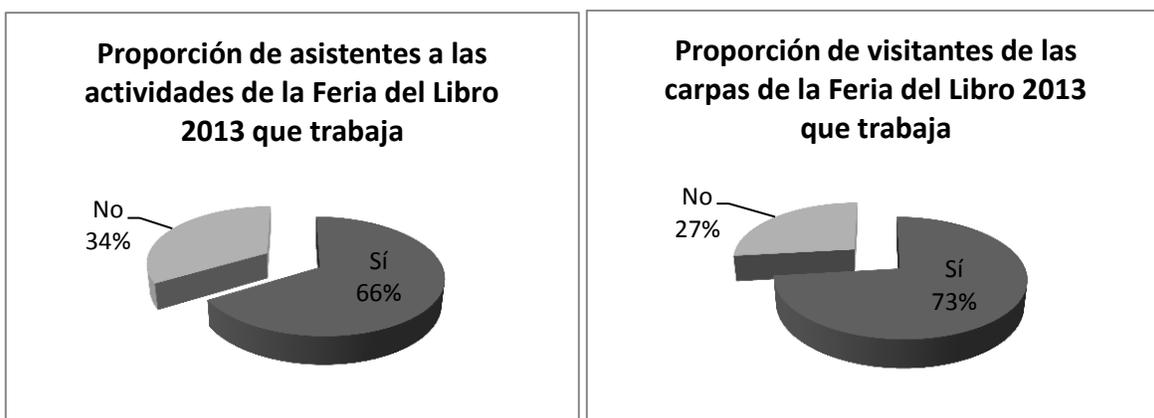
En contraste con los asistentes a las actividades encontramos que el público de las carpas presenta menor proporción en el nivel de estudios superiores al secundario (73%) y, en cambio, un aumento en este último nivel (24%). Aparece también el dato de visitantes con primario completo e incompleto que es inexistente en los casos relevados sobre el público de las actividades. Por otra parte, el 47% expuso que continúa estudiando con lo cual, en contraste con el 49% que tiene estudios incompletos, se desprende que un 2% ya no estudia.

### Estudios cursados por los visitantes a las carpas de la Feria del Libro 2013



No obstante la diferencia entre un público y otro, es importante destacar **que las personas que visitan la Feria tienen en general un elevado nivel de instrucción.**

Con respecto a quienes **trabajan**, se reveló que en las carpas hay más trabajadores que en las actividades. Tal vez esto tenga relación con el porcentaje de estudiantes del público de las actividades, levemente superior al de las carpas: posiblemente algunas de las personas que estudian se dedican exclusivamente a esto. Entre la porción de personas que manifestaron no trabajar se encontraron (además de estudiantes) amas de casa y jubilados.

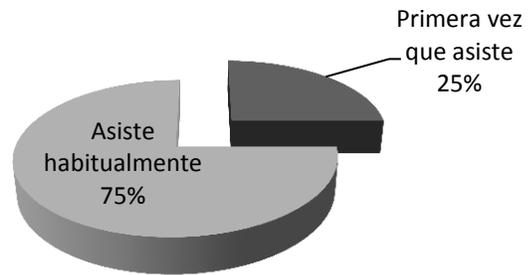


### Sobre la Feria del Libro 2013

- **Asistencia a la Feria**

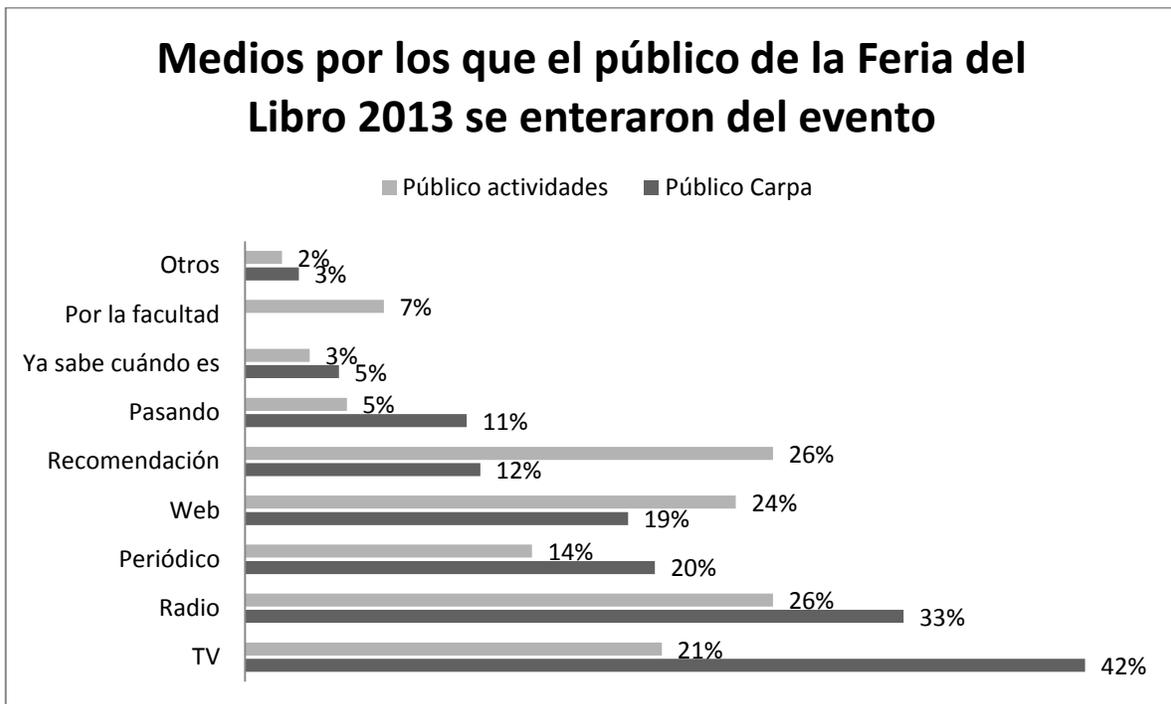
Teniendo en cuenta que la Feria del Libro es uno de los eventos culturales más importantes de la ciudad, es significativo reconocer los nuevos visitantes, es decir, las personas que se acercan a visitar los stands de expositores o participar de las actividades, por primera vez. Ellas están representadas por el 25% de los casos relevados tanto en las actividades como en las carpas. Asimismo **se evidencia que la mayoría de los visitantes forman parte de un público fiel al evento o, al menos, que suele frecuentarlo.**

## Participación del público de la Feria del Libro 2013



- **Medios por los que se informan de la Feria.**

El público de las actividades de la Feria y de las carpas se ha enterado del evento por variados canales de comunicación. Lo interesante es observar cuán distintos son los medios seleccionados en cada grupo (carpa y actividades). Por ejemplo, el caso de los visitantes de las carpas los medios más frecuentes por los que se informaron del evento fueron TV y radio. Mientras que en el caso de los asistentes a las actividades se enteraron en mayor medida por radio, recomendación de terceros y web.



- **Preferencia de actividades y nivel de participación en las mismas.**

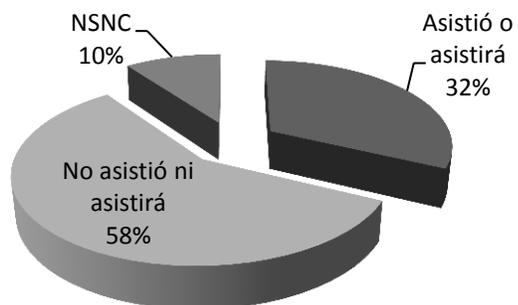
El 75% de los casos relevados en las carpas de la Feria **prefieren la exposición y adquisición de libros a otras actividades enmarcadas en el evento**. Este dato no llama la atención si tenemos en cuenta que la visita a la carpa es la actividad casi obligada y símbolo de la Feria. La elección respecto a las demás actividades se ve reflejada en bajos porcentajes lo cual hace pensar en **dos razones: la falta de motivación a la participación de otras propuestas o la falta de conocimiento sobre las mismas**. En efecto, al momento de relevar acerca de la percepción sobre aspectos de la Feria como por ejemplo sobre la

selección de invitados a las mesas y conferencias, muchas personas no sabían qué responder. Al mismo tiempo cuando se consultó sobre qué modificaciones introducirían a la Feria, se destacó la necesidad de información sobre las actividades anexas.



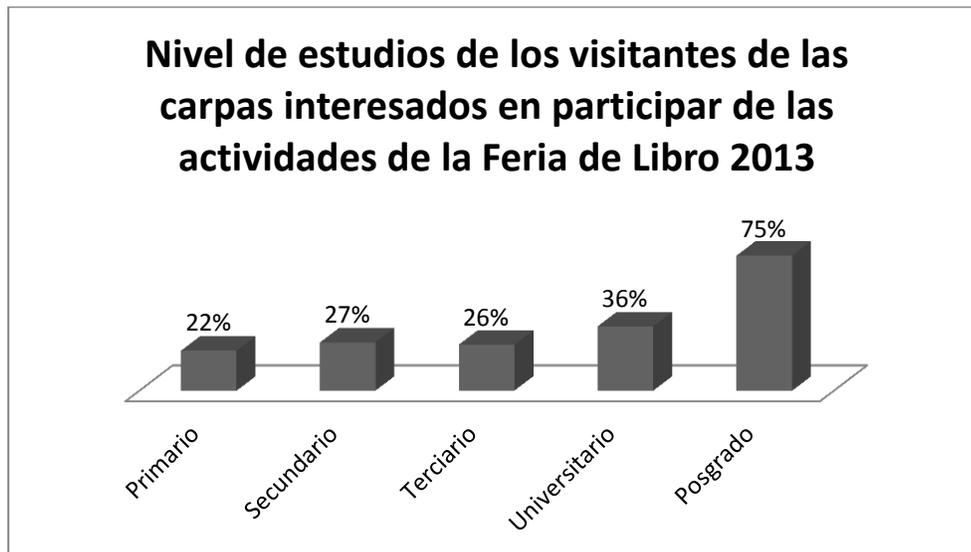
Cabe destacar que casi el **60% de los casos relevados en las carpas dijeron que no asistieron ni tenían pensado asistir a las actividades especiales de la Feria**, lo cual nos lleva a ratificar la hipótesis de la falta de motivación como una de las razones del evento no las elige.

**Asistencia de los visitantes de las carpas a las actividades propuestas en la Feria del Libro 2013**



- **Perfil del público interesado en las actividades.**

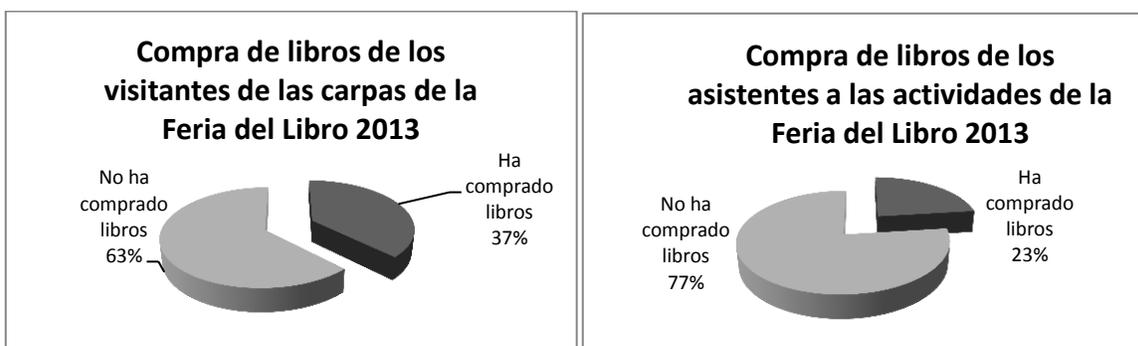
Ahora bien, focalizándonos en el 32% de los casos que sí asistieron o tienen pensado asistir a las actividades, quisimos saber cuál es el **perfil del público interesado en ellas**. En este punto pudimos corroborar que, si bien no se trata de personas de una franja etaria en particular ni de un género específico (la distribución por edad y género es pareja), sí encontramos que se trataría de **personas de un nivel de instrucción alto**: 63% de los casos son estudiantes universitarios o han terminado este nivel; el 13% de los casos cursan o terminaron el nivel terciario; y el 3% tiene nivel de posgrado. De los casos con nivel secundario y primario -completo o incompleto- (22%) la mayor proporción corresponde a trabajadores (que no estudian).





- **Comportamiento de compra de libros.**

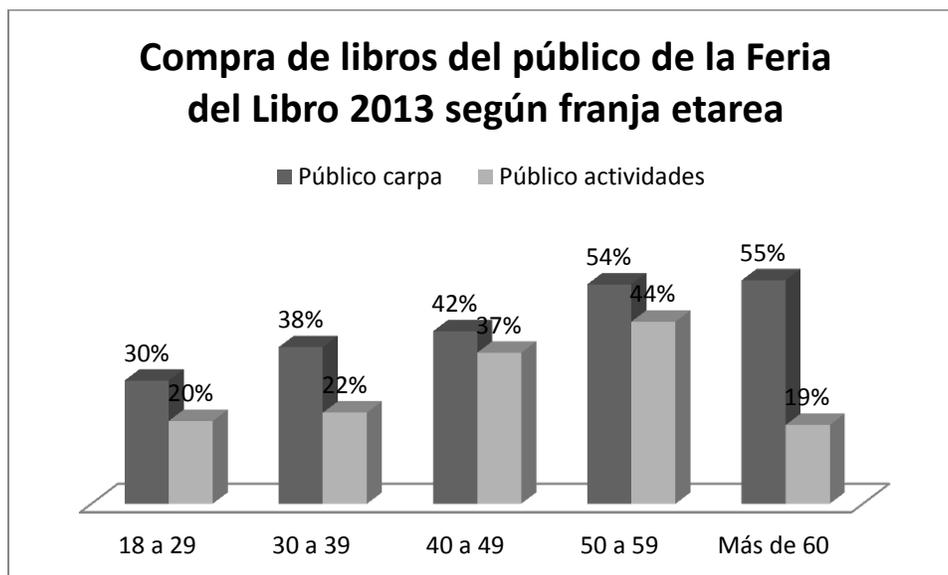
Respecto al comportamiento de compra de libros durante la Feria, se evidenció una leve caída respecto al año pasado: mientras en aquella edición 4 de cada 10 personas compraron libros, este año entre 3 y 4 de cada 10 personas que circulaban por las carpas lo hicieron. Inferior es la cantidad de libros comprados en el caso del público asistente a las actividades de la Feria (entre 2 y 3 de cada 10 personas). Es importante tener en cuenta que, el año pasado los visitantes pusieron de manifiesto que la decisión de no comprar libros estaba supeditada a los elevados precios de los mismos. Aducimos en esta edición que esta variable no se ha modificado y agregamos también, como otro posible motivo de falta de compra, la escasez de novedades.



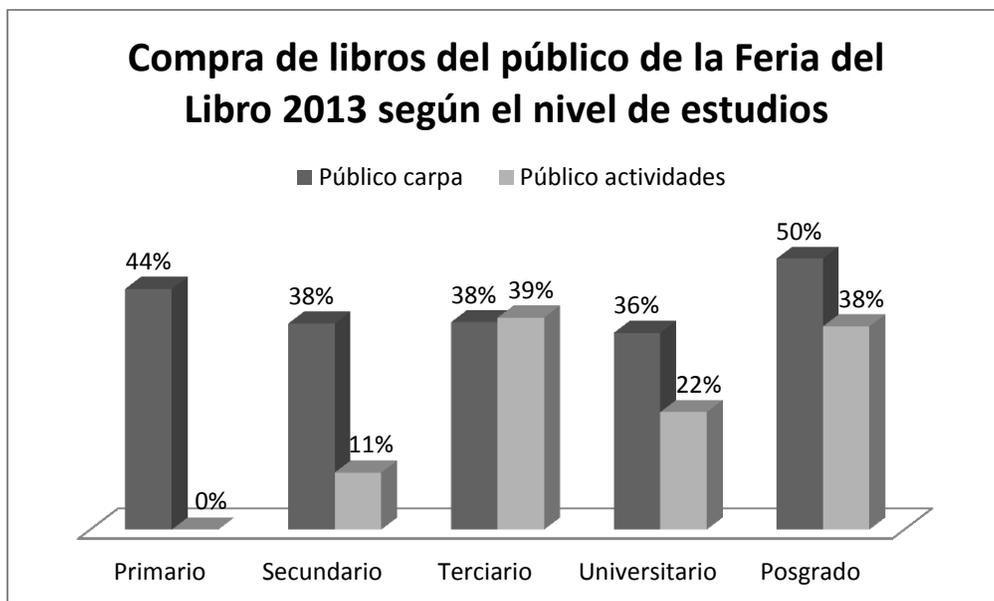
Analizando específicamente el 37% de los visitantes de las carpas que compraron libros destacamos que prefirieron los géneros **narrativa** (31%), **infantil** (16%) y **autoayuda** (11%).

- **Perfil del comprador**

En un intento por delimitar el perfil del comprador, observamos que en el caso de los visitantes de las carpas, **el comportamiento de compra tiene relación con la edad: mientras más joven es la persona menos compra, mientras mayor es más compra.** Casi lo mismo sucede con el público de las actividades a excepción de las personas mayores a 60 años que fueron las que menos libros compraron.



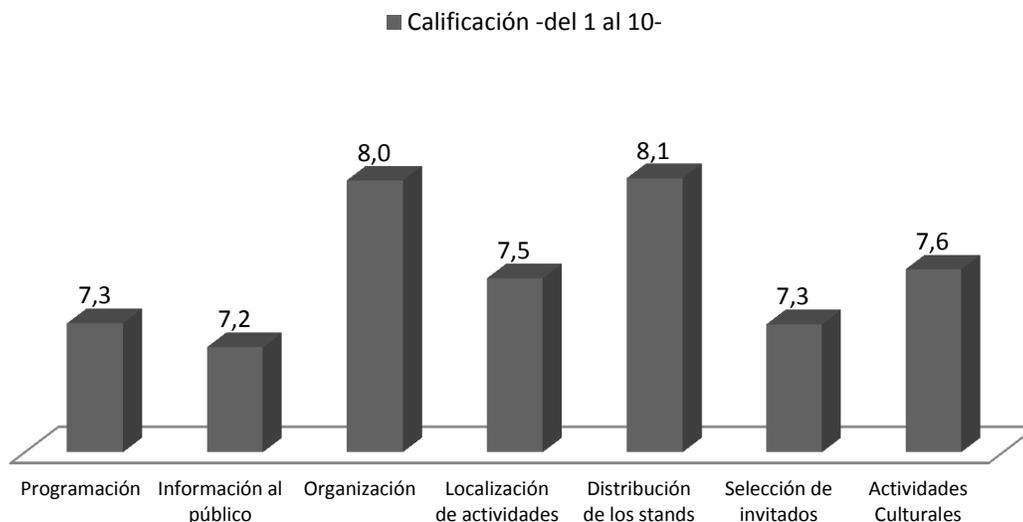
En cuanto al **género** no se presentaron grandes diferencias entre compradoras femeninas y compradores masculinos: en las carpas las compradoras estuvieron representadas por el 53% y los compradores por el 47%, en tanto en las actividades las compradoras correspondieron al 54% y los compradores al 46%. Por otro lado, respecto del **nivel de instrucción**, tanto el público de las carpas como el de las actividades con nivel de posgrado compraron más: entre 4 y 5 de cada 10 personas que asistieron a las actividades compraron y 5 de cada 10 personas que visitaron las carpas también lo hicieron. Otro dato llamativo es la compra en las carpas de personas con nivel primario de estudios: entre 4 y 5 de cada 10 de ellos compraron libros.



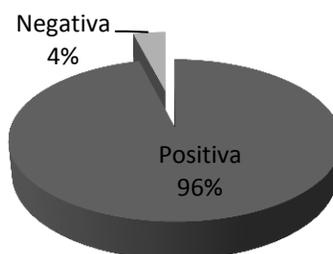
- **Percepción sobre la Feria.**

En la edición 2012 de la Feria del Libro, la percepción del público sobre aspectos como la organización y programación del evento fueron positivos. En esta oportunidad, se consultó además sobre otros aspectos puntuales solicitándose los valoraran del 1 al 10, siendo 1 muy mal y 10 muy bien. También se pidió un balance general del evento. En ambos casos encontramos que la **percepción es positiva**: las puntuaciones asignadas a diferentes aspectos de la Feria fueron calificadas mayoritariamente con entre 7 y 10 puntos.

## Percepción de los visitantes de las carpas sobre aspectos de la Feria del Libro 2013



## Percepción de los visitantes de las carpas sobre la Feria del Libro 2013 en general



No obstante el reconocimiento positivo de los diferentes aspectos de la Feria, es importante resaltar que **el 45% de público de las carpas mencionó que sí modificaría algo del evento**. Entre lo más mencionado en este sentido fue:

<b>Mayor confort en carpas</b>	<b>38%</b>
<b>Más información al público, difusión y señalización</b>	<b>24%</b>
Más variedad de stands y novedades	11%
Mejores Precios	8%

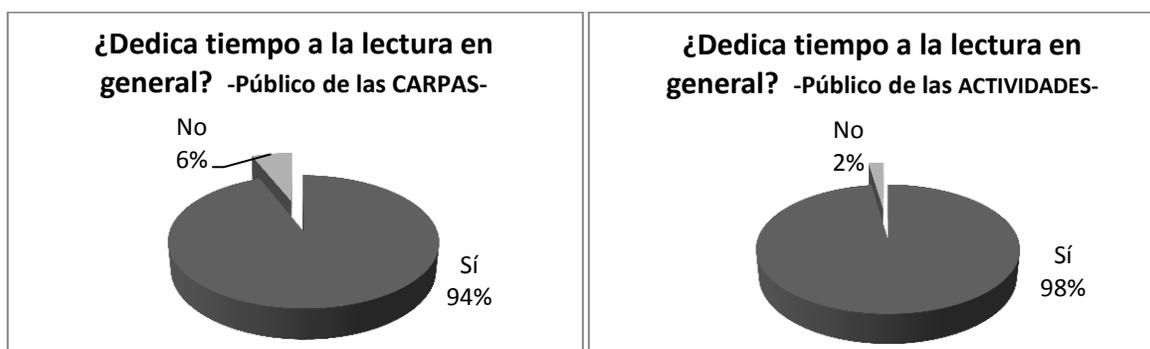
Como se observa, la modificación más frecuente como propuesta de cambio tiene que ver con el ***bajo confort de las carpas*** en cuanto a la ***falta de espacio, de ventilación/calefacción según el clima y de livings de lectura***. Otro aspecto señalado mayoritariamente es la ***necesidad de mayor información al público por parte de los expositores, mayor difusión de actividades por parte de la comisión organizadora, y señalización de la distribución de la Feria en las carpas***. Algunos resaltaron también que podría haber ***mayor variedad de stands y novedades***, que "siempre es lo mismo". Un pequeño porcentaje señaló la ***necesidad de mejorar los precios de los libros***. Otros cambios propuestos por algunas personas incluyeron:

- Darle espacio a editoriales pequeñas y del interior.
- Mayor seguridad.
- Organizar actividades dentro de las carpas.
- Facilitar la búsqueda de libros.
- Separar los stands por rubro.
- Poner baños químicos.

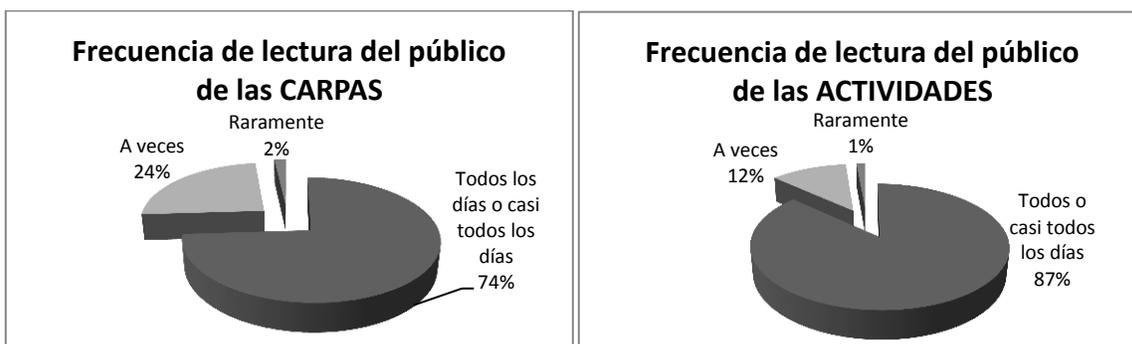
### Hábitos de lectura

- **Lectura y frecuencia**

En primer lugar se destaca, a la luz de los resultados, que **el público de la Feria del libro dedica tiempo a la lectura en general, ya sea de libros, diarios o revistas**. El año pasado, ante la misma pregunta el 91% de los visitantes dijeron que leían habitualmente. Este año la proporción se vio incrementada en un 3% para el público de la carpa y un 7% respecto del público de las actividades especiales.



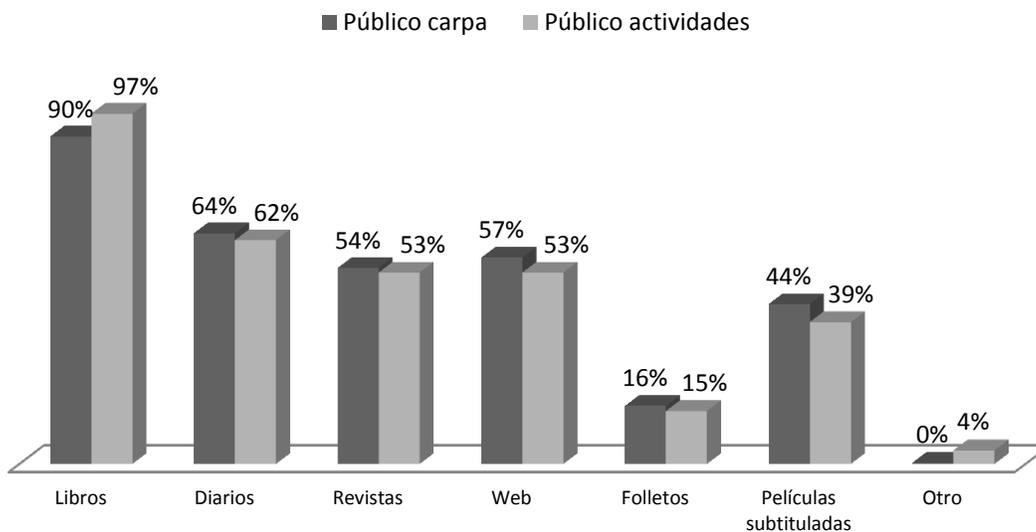
Pero no solamente el público de la Feria es lector sino que, además, **tiene un hábito relacionado a la frecuencia de lectura, en tanto amplios porcentajes entre el público de las carpas y de las actividades leen todos o casi todos los días.** Entre ambos públicos encontramos una diferencia de 13% que coloca a los asistentes a las actividades como lectores que dedican más tiempo a la lectura que los visitantes de las carpas. Lo mismo ocurre con quienes leen a veces: el 12% representa al público de las actividades y 12% más al de las carpas. Lo valioso de esta información, más allá de las sutiles distinciones entre uno y otro público, es que, en líneas generales, **el público de la Feria además de leer lo hace con cierta asiduidad.**



- **Material preferido de lectura**

**El público que visita la Feria prefiere leer libros a otros soportes,** en segundo lugar aparecen los diarios, las revistas y las páginas web como materiales elegidos. Entre uno y otro público (carpa y actividades) no se presentan diferencias destacables.

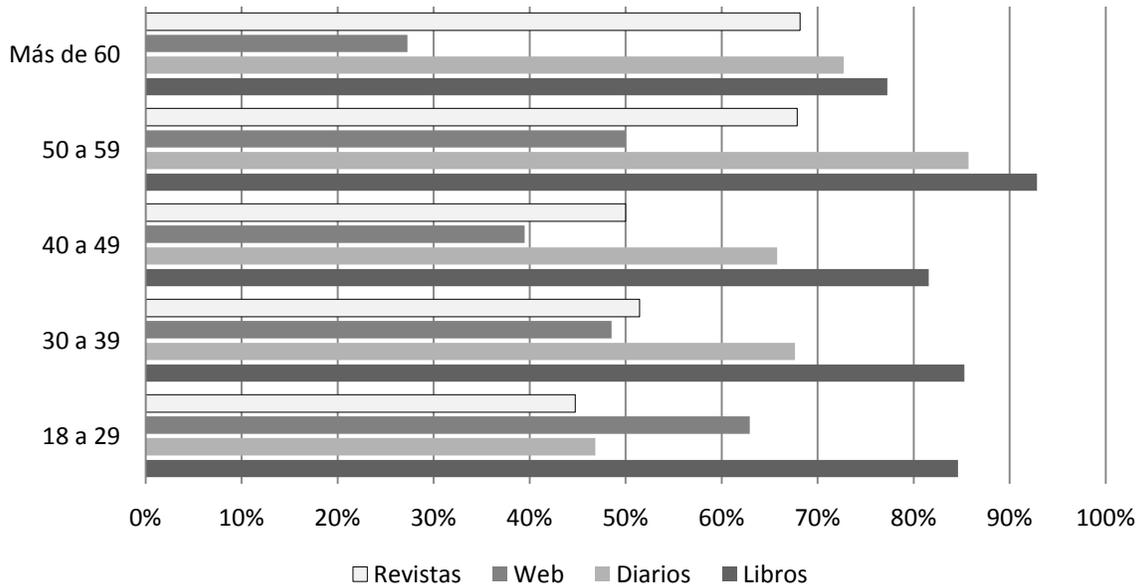
## Material de lectura preferido por el público de la Feria del Libro 2013



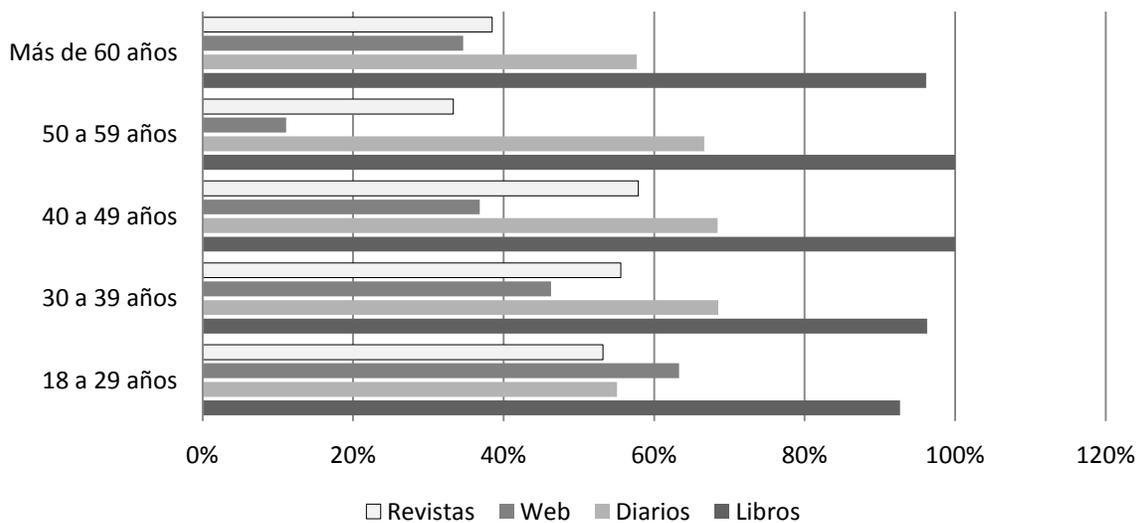
Pero además quisimos saber si las preferencias en el material preferido variaban según la franja etarea, el género y el nivel de instrucción. A continuación observaremos las preferencias del material de lectura en función de la edad.

- ✓ La preferencia por los libros y revistas no parece estar condicionada por la edad.
- ✓ Los diarios son menos leídos por los jóvenes de entre 18 y 29 años. Tal vez esto no significa que esta franja no lea diarios sino que puede hacerlo en formato Web.
- ✓ En efecto, la Web sigue siendo un material de lectura preferido por los jóvenes y menos elegido por los mayores.

### Material de lectura preferido por el público de la CARPA de la Feria del Libro 2013 según franja etarea

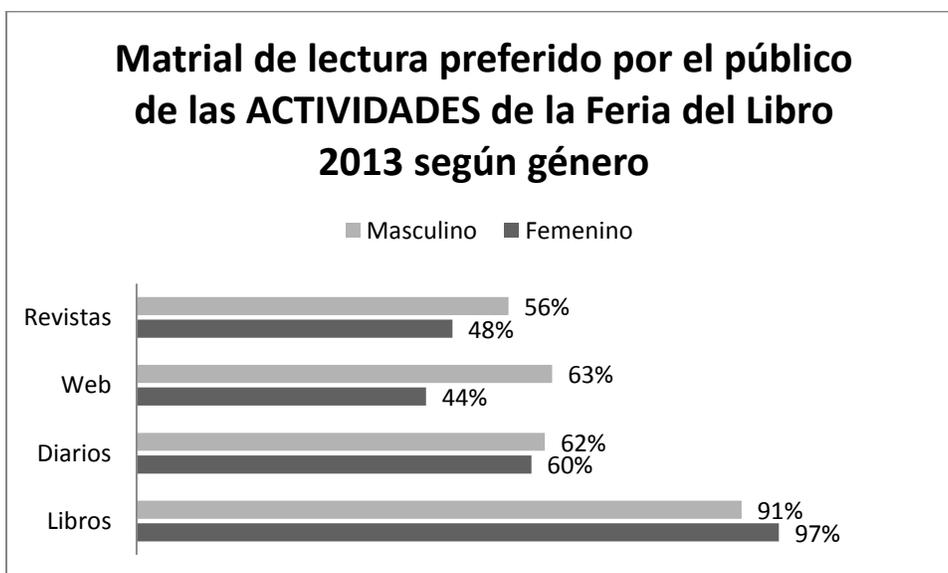
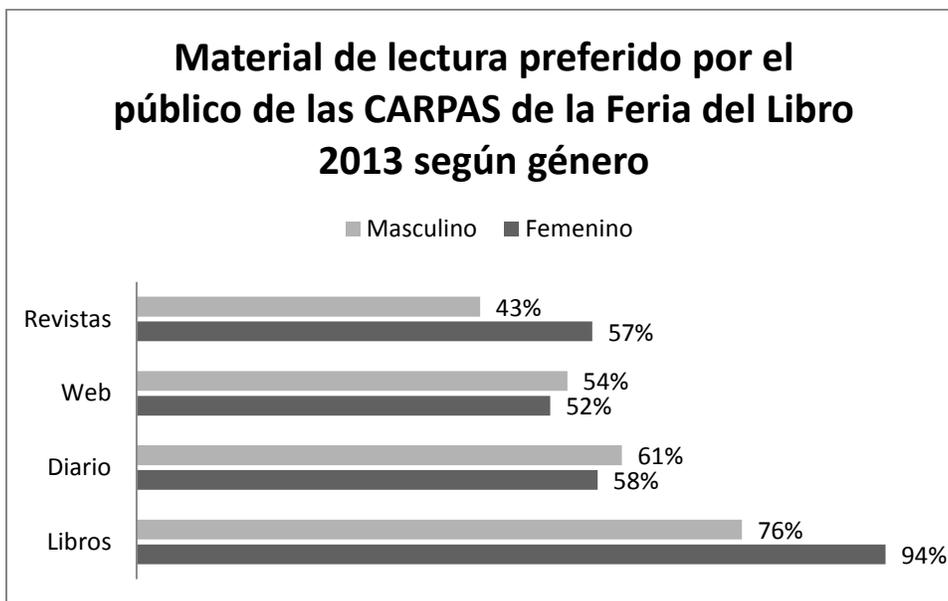


### Material de lectura preferido por el público de las ACTIVIDADES de la Feria del Libro 2013 según franja etarea



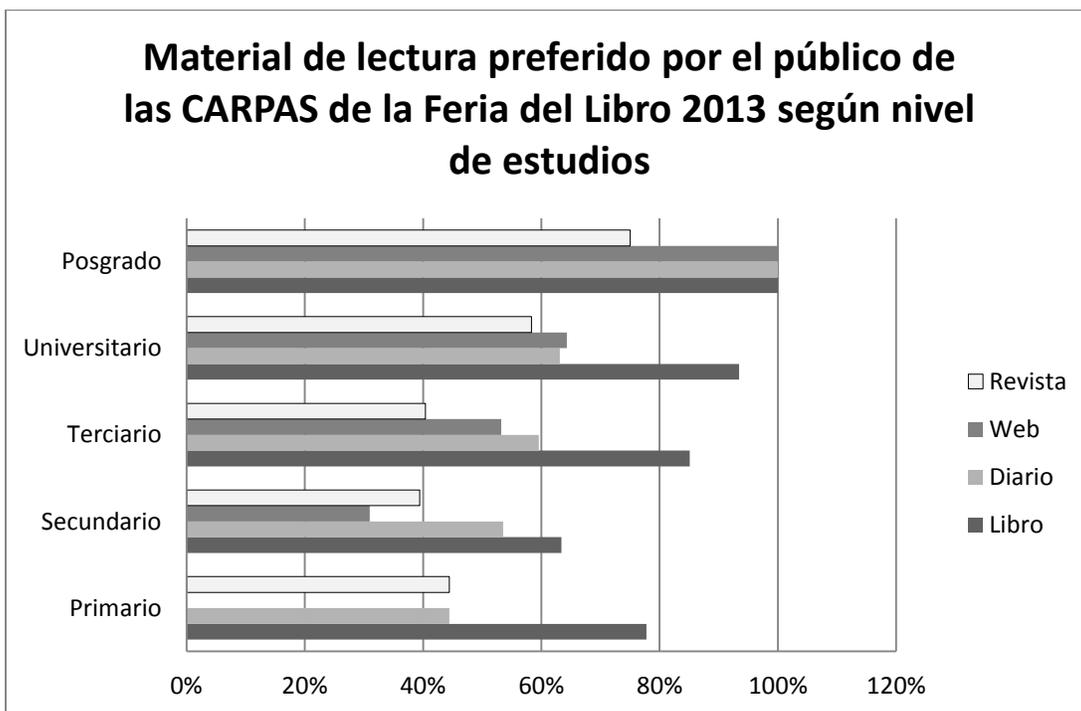
Veremos a continuación cómo la preferencia por determinados materiales de lectura está condicionada por el género.

- ✓ El público femenino de la Feria del Libro 2013 prefiere más la lectura de libros que el masculino.
- ✓ La lectura Web y de revistas es más preferido por los hombres que por las mujeres.
- ✓ La lectura de diarios no parece estar sujeta a un género en particular.

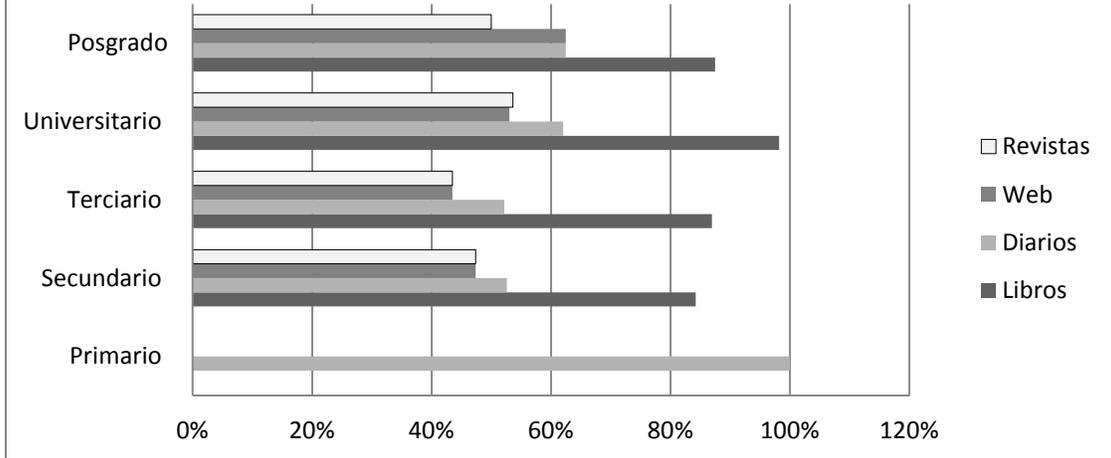


Si modificamos la variable a nivel de estudios observamos que:

- ✓ La lectura de libros es elegida significativamente por personas de todos los niveles de instrucción aunque las que poseen nivel terciario, universitario y de posgrado prefieren más este soporte.
- ✓ La preferencia sobre diarios está sujeta al nivel de instrucción. Entre mayor es el nivel de estudios recibidos, más se prefiere este soporte. Cabe aclarar que el 100% representado por personas con nivel primario en el gráfico de las actividades, abarca tan solo una persona por lo que no consideramos sea representativo de preferencia por este material.
- ✓ El soporte web es elegido en mayor proporción por personas con nivel de posgrado y no es preferencia de personas con nivel primario.
- ✓ Las revistas son preferidas por personas con nivel de instrucción universitario y posgrado.



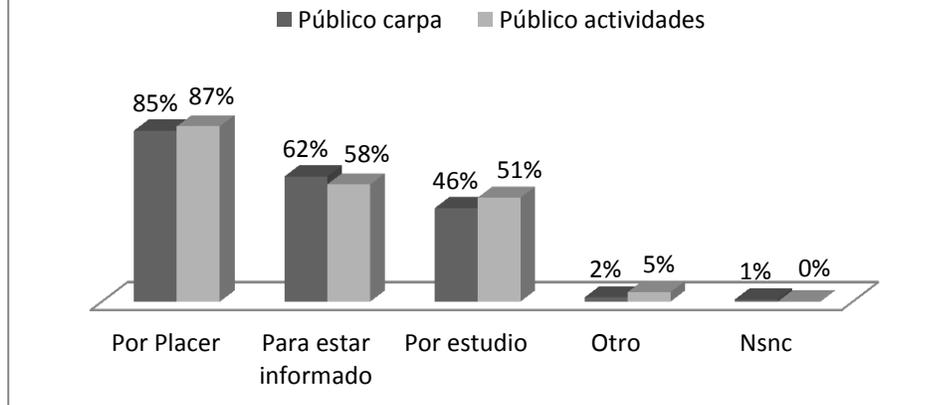
### Material de lectura preferido por el público de las ACTIVIDADES de la Feria del Libro 2013 según nivel de estudios



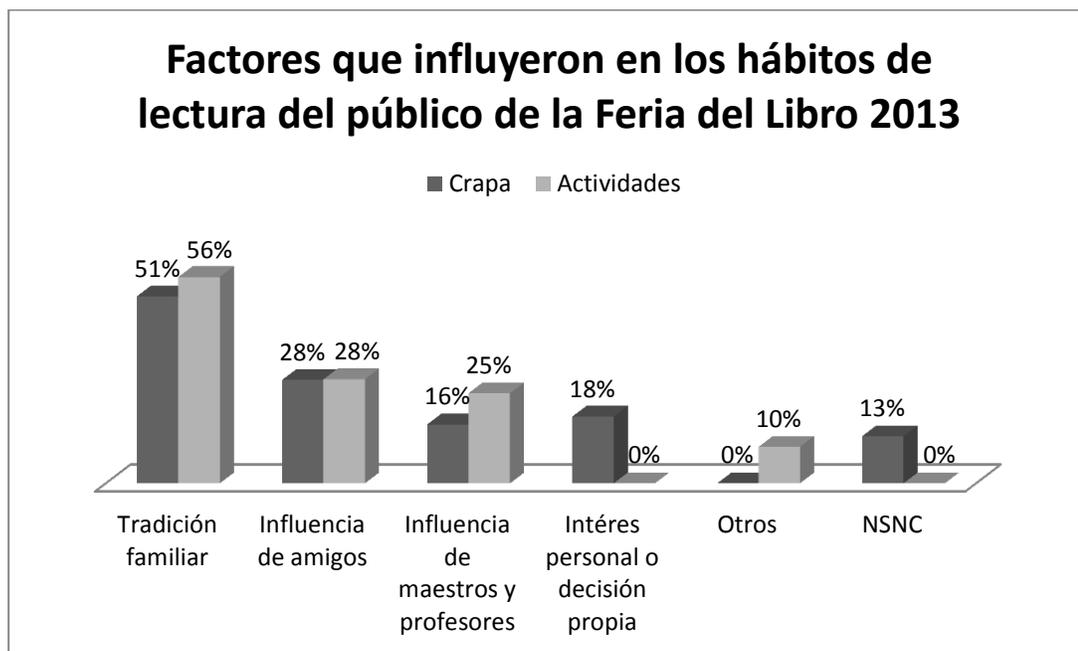
- Motivos de lectura y factores que influyen en la misma**

El público de la Feria del Libro 2013 lee, en gran medida, por placer. Este dato se correlaciona con el estudio antecedente del Cerlalc -antes citado- en el que se pone de manifiesto que las principales motivaciones de lectura en nuestro país tienen que ver con el placer o gusto. Esto nos permite comprender que estamos en presencia de lectores asiduos, esto es no esporádicos.

### Motivos por los que lee el público de la Feria del Libro 2013



Por otra parte, **la tradición familiar es el aspecto de mayor incidencia en el hábito de lectura del público de la Feria del Libro 2013.** Más que el ámbito de pares o el educativo, las costumbres o estímulos familiares constituyen la mayor influencia para que los lectores tengan y hayan mantenido en el tiempo el ejercicio de la lectura.

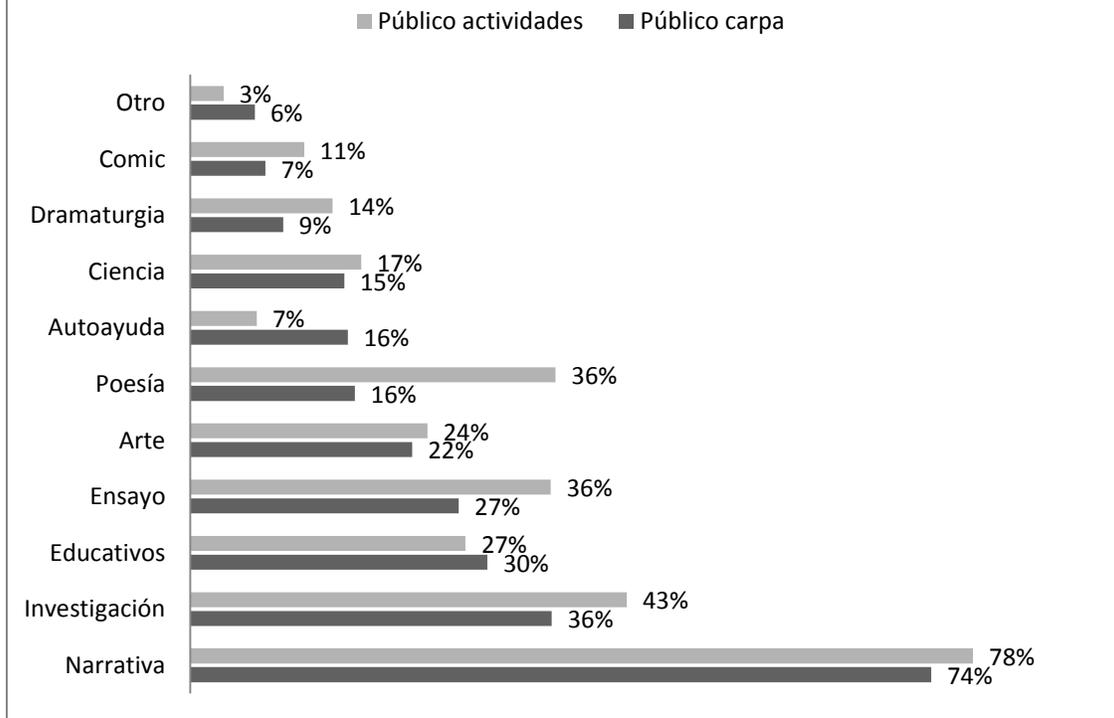


- **Géneros preferidos por los lectores de libros**

Recordemos en este punto que el año pasado los géneros preferidos por el público de la Feria fueron: Narrativa (34%), Autoayuda (22%), Comic (14%) y Educativo (12%).

**En esta edición de la Feria encontramos que, al igual que el año pasado, el género narrativa fue el preferido. Le siguieron muy por debajo los géneros investigación, educativo y ensayo.** Se destaca dentro del público de las actividades la elección del género **poesía** con el 36% de los casos. Los géneros autoayuda y comic estuvieron lejos de ser los preferidos por el público de la Feria edición 2013.

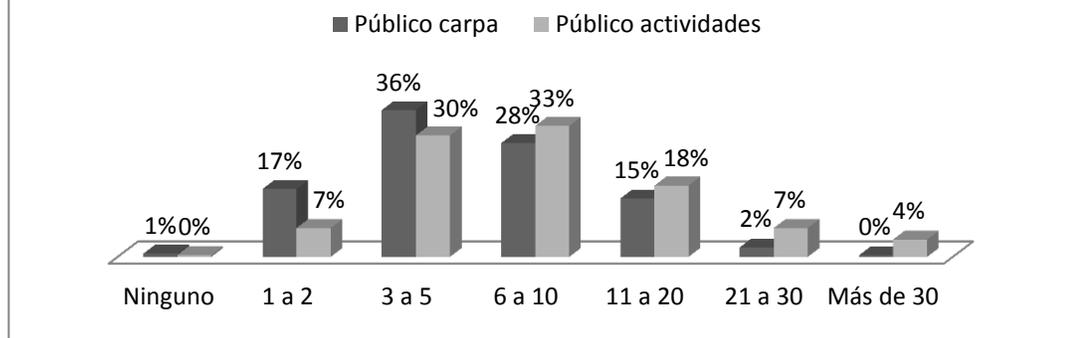
## Géneros preferidos por el público de la Feria del Libro 2013 que lee libros



- **Cantidad de libros leídos por año**

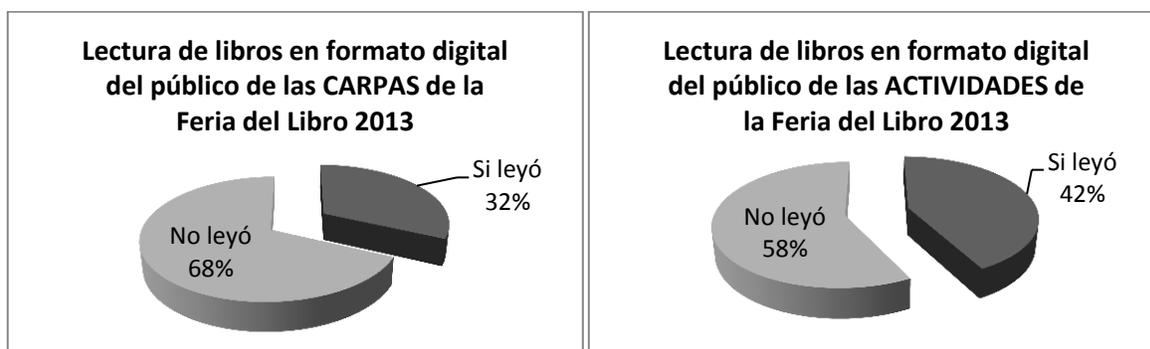
Más del 60% de los casos relevados mencionó haber leído entre 3 y 10 libros en el último año. Estos valores guardan coherencia con los aportados por el estudio del Cerlalc que expone que en nuestro país se lee 4,6 libros promedio al año.

## Cantidad de libros leídos en el último año por el público de la Feria del Libro 2013

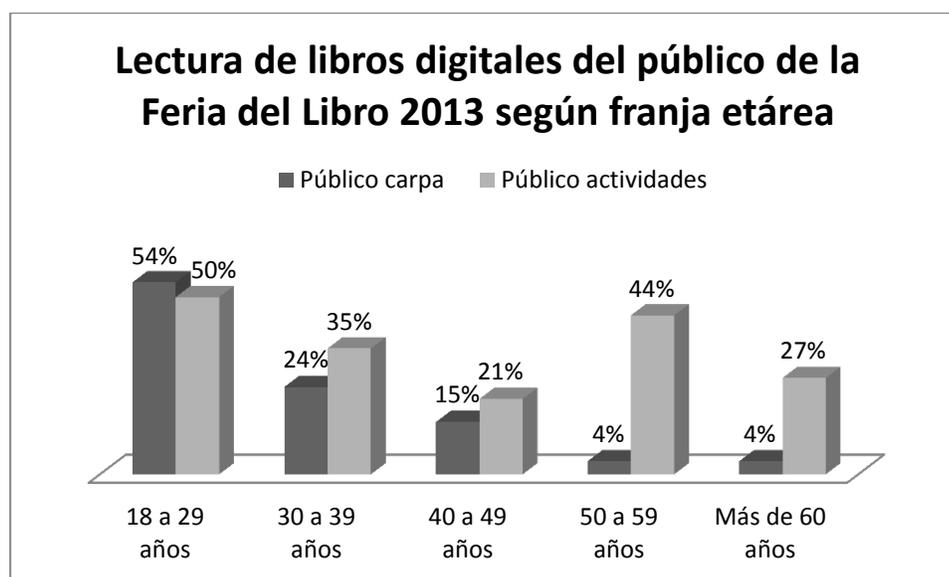


- **Lectura de libros digitales**

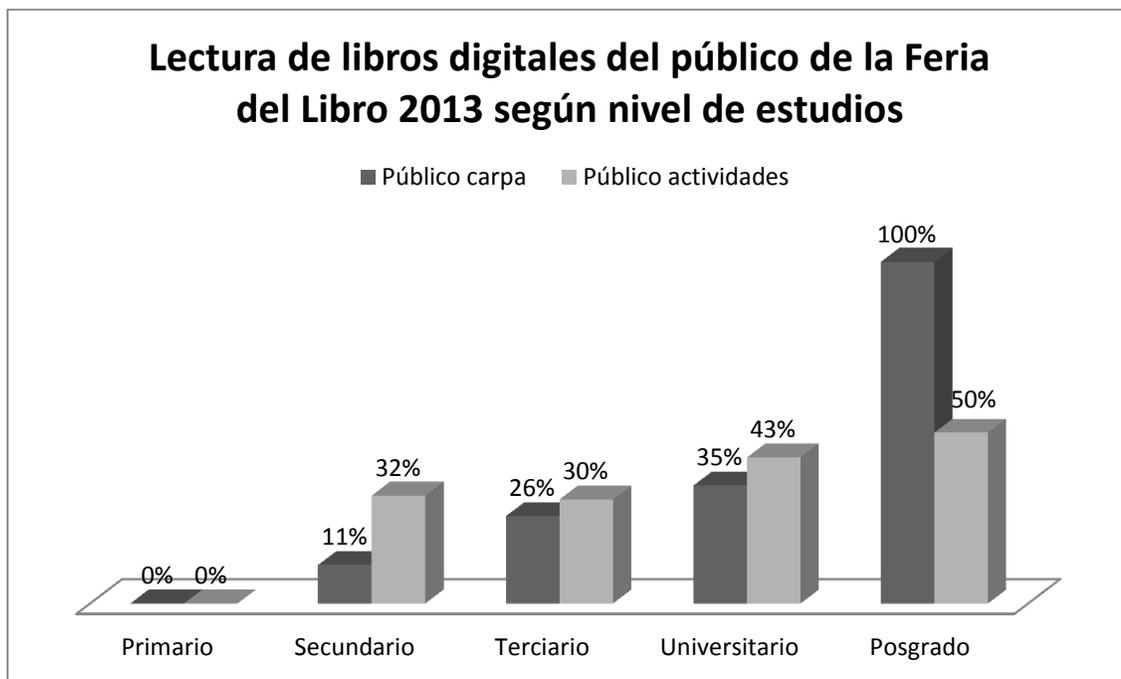
Comparativamente al estudio del Cerlalc donde se revela que el 13% de los argentinos recurren a internet para leer libros, pudimos constatar que ese porcentaje se incrementa sustancialmente aplicado al público de la Feria del Libro 2013. **Entre el 32% y el 42% de los casos relevados mencionaron haber leído libros en la web.**



Centrándonos en aquellos porcentajes que reflejan quienes sí leyeron en formato digital, nos preguntamos si su elección tiene relación con su edad y estudios alcanzados. **Respecto a la franja etarea observamos que la lectura de libros digitales en el público de las carpas está sujeta a la edad: mientras más joven mayor proporción de lectores digitales.** Esta tendencia se ve afectada si nos centramos en el público de las actividades donde la franja que va de 50 a 59 años también presenta una gran proporción de lectores de libros en formato web.



Sobre el nivel de estudios alcanzados observamos que **la lectura de libros se ve condicionada por el nivel de estudios alcanzado, es decir, mientras mayor es éste más cantidad de lectores digitales encontramos.**



## **ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES**

Hemos enfatizado en varias oportunidades que este tipo de trabajo, que involucra acercarnos a diferentes sectores culturales, con los múltiples actores afectados a ellos, nos llevan a una dimensión mucho más clara del panorama en que se desarrollan los mismos: nos acercan a sus realidades, a sus expectativas, a las problemáticas que los atraviesan. Y esa descripción lleva a un análisis que nos permite buscar alternativas para paliar esas dificultades y para estimular la actividad. Ponerle la lupa al público de la Feria del Libro nos lleva nuevamente a un análisis que nos permite evaluar lo que hicimos y proponer desafíos para las próximas ediciones. Algunos de esos desafíos podrían ser:

- Estimular la participación de personas mayores de 40 años con niveles de instrucción más bajos a los fines de hacer extensiva la propuesta generando el encuentro entre las editoriales y nuevos públicos y, a su vez, incentivando la lectura. Esto también podría aplicarse a las actividades anexas a la exposición y adquisición de libros.
- Generar una propuesta más novedosa y variada en cuanto a la oferta de stands y libros para que el público fiel a la Feria se vea estimulado año a año a encontrar opciones diferentes.
- Difundir las actividades anexas a la Feria dentro de las carpas, a través de altavoces, banners, folletos, afiches, etc.
- Mejorar el confort de las carpas o buscar una nueva locación para el desarrollo del evento. Esto último implicaría la modificación de la ordenanza que establece que la Feria del Libro se debe desarrollar en la Plaza San Martín.
- Optimizar la búsqueda de editoriales y librerías en las carpas a través de señalética.

## Conclusiones

Encontrar un equilibrio entre quienes participan año tras año en la Feria del Libro siempre es complejo dado que sus intereses a simple vista parecen incompatibles. Los autores buscan encontrarse con su público, pero también poder acercarse a nuevos lectores. Las editoriales encuentran en la Feria una oportunidad para establecer un vínculo con los mismos, además que éstos puedan comprar sus ediciones. Los librereros principalmente buscan vender libros y aprovechar la oportunidad para lograr que quien les compró un libro en la Feria se convierta en un habitual comprador en su local. Los asistentes buscan encontrar novedades y precios diferenciales a los que habitualmente ofrecen las librerías y acercarse a charlas, conferencias, talleres, presentaciones de libros con el fin de encontrarse cara a cara con los autores. Sólo por mostrar algunos ejemplos.

Así, en líneas generales, la percepción de todos los participantes sobre la edición de la feria del libro 2013 fue positiva. El interés desde la organización es rescatar el carácter público de la Feria y que, a través de ésta, se pueda impulsar y promover el desarrollo cultural, turístico y económico de la ciudad de Córdoba. Como también seguir trabajando para que año a año la Feria ofrezca mejores propuestas para que el prestigio ganado se asocie a esta ciudad.

En este sentido es meritorio rescatar “La Noche de los libros”, que fue una actividad propuesta por la comisión organizadora pero que, al principio, no suscitó grandes expectativas. Sin embargo la convocatoria del martes 17 de setiembre en las carpas fue masiva y la respuesta del público se tradujo en un importante incremento en ventas.

La Feria del libro 2013, con el homenaje a los 30 años de democracia, cierra sus puertas hasta la próxima edición, en pleno convencimiento de que el mundo del libro no sólo responde al desarrollo del sector editorial, a su fortalecimiento económico, a ser un transmisor privilegiado de la palabra, sino que como expresamos al principio también contribuye a estimular la creación intelectual y artística como uno de los pilares necesarios para fortalecer la democracia.

Desde la Municipalidad se asume el compromiso, y también se pone de manifiesto el interés en las letras y el libro a través del trabajo sostenido que realiza la Subsecretaría de Cultura durante 8 meses cada año, para que los 15 días que dura la Feria del Libro Córdoba sean un verdadero encuentro de la ciudadanía.

## ANEXOS

## ENCUESTA 2013/ Sector Editorial

Nombre del entrevistado:

Mail:

Teléfono:

### 1. DATOS DE LA EDITORIAL

<b>1. a</b> Nombre de la Editorial:	
<b>1. b</b> ¿Cuántas personas forman parte de su equipo de trabajo en la actualidad?	

### 2. CATÁLOGO

<b>2. a</b> Indique en números los títulos, escritores publicados y tiraje promedio de la editorial en el último año:				
<b>Por ítem</b>		<b>Totales</b>		
Títulos editados				
Escritores publicados				
Tiraje promedio por título				
<b>2. b</b> ¿Editó nuevos géneros en el último año?				
No	<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	En caso de haber respondido <b>sí</b> ¿Cuáles?
<b>2. c</b> ¿Ha realizado traducciones en el último año?				
No	<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	En caso de haber respondido <b>sí</b> ¿De cuántos libros?
<b>2. d</b> ¿Cuántas presentaciones de libros ha realizado en el último año?				

### 3. PROMOCIÓN

<b>3. a</b> Seleccione los canales de promoción y difusión que utiliza para dar a conocer sus productos:
--

Página Web		Blog		Mail		Redes sociales		Tv	
Radio		Periódico		Revista		Librerías		Ferias	
Presentaciones		No realiza difusión			Otros, ¿cuáles?				
<b>3. b</b> ¿Ha incorporado en el último año nuevos canales de promoción y difusión?									
No		Sí		En caso de haber respondido <b>sí</b> ¿Cuáles?					
<b>3. c</b> ¿Ha participado en Ferias durante el 2012 y lo que va de este año?									
No		Sí		En caso de haber respondido <b>sí</b> ¿Cuáles?					

#### 4. COSTOS E INGRESOS

<b>4. a</b> Si tuviera que hacer un balance de costos e ingresos en el último año diría que:	
Se compensó la inversión y se obtuvo una ganancia	
Se compensó la inversión sin obtener ganancia	
No se compensó la inversión	

#### 5. DISTRIBUCIÓN y COMERCIALIZACIÓN

<b>5. a</b> ¿Ha habido en el último año variaciones en la forma de distribución y comercialización de sus productos?		
No	Sí	En caso de haber respondido <b>sí</b> ¿qué cambió?

#### 6. DIFICULTADES

<b>6. a</b> Coloque en orden de importancia las principales dificultades que encuentra en el desarrollo y/o sostenibilidad de su editorial.	
Falta de políticas públicas de incentivo al sector	

Problemas de Financiamiento y costos	
Falta de promoción en medios tradicionales –visibilidad-	
Falta de espacios para la realización de las presentaciones de libros	
Falta de exposición en comercios y librerías locales	
Problemas para la exportación	
Costo elevado de stands en Feria del Libro	
Falta de profesionalización del sector	
Falta de lectores de propuestas locales	
Otros ¿Cuáles?	

## 7. PARTICIPACIÓN EN LA FERIA DEL LIBRO 2012

<b>7. a</b> ¿Participó en la organización de la Feria del Libro 2012?							
Sí		No		En caso de haber respondido <b>no</b> ¿estaría interesado en participar en la edición 2013?	Sí		No
<b>7. b</b> ¿Participó como expositor en la Feria del Libro 2012?							
No		Sí					
<b>7. c</b> En caso de haber respondido <b>sí</b> lo hizo con							
Stand propio -de la editorial-							
A través del stand municipal							
A través del stand de alguna librería					¿Cuál?		
Otro					¿Cuál?		

## 8. PERCEPCIÓN SOBRE LA FERIA DEL LIBRO 2012

<b>8. a</b> Evalúe del 1 al 10 los siguientes aspectos de la Feria del Libro 2012.
--

Organización																																																	
Programación																																																	
Distribución de los stand																																																	
Localización de las actividades especiales																																																	
Selección de Invitados																																																	
Comentarios:																																																	
<b>8. b</b> Valore los cambios introducidos en la Feria del Libro 2012 en caso de haber participado en ella como organizador, expositor y/o visitante.																																																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Excelente</th> <th>Muy Bueno</th> <th>Bueno</th> <th>Regular</th> <th>Malo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Incorporación de un <b>curador</b> para desarrollar un concepto de trabajo en el evento.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Bonificación</b> de la participación de las editoriales locales.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Stand municipal</b> para permitir la participación de editoriales locales.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Participación activa de la Municipalidad</b> en la organización y realización de la Feria.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Participación de la Municipalidad en el <b>diseño del presupuesto.</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Aporte económico</b> para fomentar participación de las editoriales.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Destacar y aumentar la participación de autores locales</b> fomentando las mismas condiciones de participación.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Incorporación de un <b>curador</b> para desarrollar un concepto de trabajo en el evento.						<b>Bonificación</b> de la participación de las editoriales locales.						<b>Stand municipal</b> para permitir la participación de editoriales locales.						<b>Participación activa de la Municipalidad</b> en la organización y realización de la Feria.						Participación de la Municipalidad en el <b>diseño del presupuesto.</b>						<b>Aporte económico</b> para fomentar participación de las editoriales.						<b>Destacar y aumentar la participación de autores locales</b> fomentando las mismas condiciones de participación.					
	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo																																												
Incorporación de un <b>curador</b> para desarrollar un concepto de trabajo en el evento.																																																	
<b>Bonificación</b> de la participación de las editoriales locales.																																																	
<b>Stand municipal</b> para permitir la participación de editoriales locales.																																																	
<b>Participación activa de la Municipalidad</b> en la organización y realización de la Feria.																																																	
Participación de la Municipalidad en el <b>diseño del presupuesto.</b>																																																	
<b>Aporte económico</b> para fomentar participación de las editoriales.																																																	
<b>Destacar y aumentar la participación de autores locales</b> fomentando las mismas condiciones de participación.																																																	
<b>8. c</b> ¿Qué otros cambios cree ud. que podrían introducirse en la edición 2013 de la Feria del Libro?																																																	

Nº: Encuestador: Fecha: Horario: Actividad y Lugar:

## ENCUESTA voluntaria y anónima sobre la Feria del Libro 2013 y los Hábitos de Lectura (CARPAS)

### DATOS DEMOGRÁFICOS

<b>1- Edad:</b>		<b>2- Género:</b>	Femenino		Masculino		Alternativo	
-----------------	--	-------------------	----------	--	-----------	--	-------------	--

<b>3- ¿Qué estudios tiene?</b> <i>(indicar el último alcanzado)</i>	Sin estudios		Estudios terciarios incompletos		
	Estudios primarios incompletos		Estudios terciarios completos		
	Estudios primarios completos		Estudios universitarios incompletos		
	Estudios secundarios incompletos		Estudios universitarios completos		
	Estudios secundarios completos		Estudios de posgrado		
<b>4- ¿Estudia actualmente?</b>	Sí		No		

<b>5- ¿Trabaja?</b>	Sí		No	
Rubro:				

### FERIA DEL LIBRO 2013

<b>6- ¿Con que frecuencia visita la Feria del Libro?</b>				
Anualmente		Primera vez		
Ocasionalmente				

<b>7- ¿A través de qué medio se informó sobre la Feria del Libro 2013?</b>							
Radio		Televisión		Periódico		Web	Otro, ¿Cuál?

<b>8- ¿Cuáles son las actividades que prefiere en el marco de la Feria?</b>				
Exposición y adquisición de libros		Presentación de libros		Conferencias/ mesas
Actividades recreativas/culturales		Talleres		Otra, ¿Cuál?

<b>9- Hasta el momento, ¿ha comprado uno o más libros en la Feria?</b>		
Sí		¿Cuál/es?
No		¿Por qué?

<b>10- ¿Ha asistido o asistirá a alguna actividad de la Feria?</b>		
Sí		¿Cuál/es?
No		¿Por qué?

<b>11- Evalúe del 1 al 10 los siguientes aspectos de la Feria del Libro 2013:</b>			
Programación	<input type="checkbox"/>	Información al público	<input type="checkbox"/>
Organización	<input type="checkbox"/>	Localización de actividades especiales	<input type="checkbox"/>
Distribución de los stands	<input type="checkbox"/>	Selección de invitados	<input type="checkbox"/>
Actividades recreativas y culturales	<input type="checkbox"/>	Comentarios:	<input type="checkbox"/>

<b>12- En general, ¿cómo calificaría la Feria 2013?</b>									
Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy Buena	<input type="checkbox"/>	Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>

<b>13- ¿Modificaría algo en la Feria?</b>			Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
¿Qué modificaría?					<input type="text"/>	

### **HÁBITOS DE LECTURA**

<b>14- ¿Dedica ud. tiempo a la lectura en general, ya sea de diarios, revistas, libros u otros materiales?</b>			
Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

En caso de haber respondido que **SÍ** en la pregunta anterior continúe el cuestionario.

<b>15- ¿Con qué frecuencia lee?</b>			
Todos los días	<input type="checkbox"/>	A veces	<input type="checkbox"/>
Casi todos los días	<input type="checkbox"/>	Raramente	<input type="checkbox"/>
No leo, ¿Por qué?			

<b>16-¿Qué suele leer?</b>				
Libros	<input type="checkbox"/>	Folletos	<input type="checkbox"/>	Otro, ¿Cuál?
Diarios	<input type="checkbox"/>	Web	<input type="checkbox"/>	
Revistas	<input type="checkbox"/>	Películas subtituladas	<input type="checkbox"/>	

<b>17- ¿Cuál/es son los motivos por los que lee?</b>							
Por placer	<input type="checkbox"/>	Para estar Informado	<input type="checkbox"/>	Por estudio	<input type="checkbox"/>	Otro, ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>

<b>18- ¿Qué factores influyen en su hábito de lectura?</b>			
Tradición familiar	<input type="checkbox"/>	Influencia de Maestros o Profesores	<input type="checkbox"/>
Influencia de amigos	<input type="checkbox"/>	Otro, ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>

### **LECTURA DE LIBROS**

En caso de haber respondido que **lee libros**

<b>19- ¿Qué tipo de libros prefiere?</b>
--

Narrativa (Cuentos, Relatos, Novelas)		Investigación		Dramaturgia	
Poesía		Comic		Arte	
Ensayos (Académicos, Políticos)		Educativos		Ciencia	
Autoayuda		Otro, ¿cuál?			

**20- ¿Cuántos libros ha leído en los últimos 12 meses?**

**21-¿Leyó alguno en formato digital?**

Nº:                      Encuestador:                      Fecha:                      Horario:                      Actividad y Lugar:

## ENCUESTA voluntaria y anónima sobre la Feria del Libro 2013 y los Hábitos de Lectura (ACTIVIDADES PARALELAS)

### DATOS DEMOGRÁFICOS

<b>1- Edad:</b>		<b>2- Género:</b>	Femenino		Masculino		Alternativo	
-----------------	--	-------------------	----------	--	-----------	--	-------------	--

<b>3- ¿Qué estudios tiene?</b> <i>(indicar el último alcanzado)</i>	Sin estudios			Estudios terciarios incompletos		
	Estudios primarios incompletos			Estudios terciarios completos		
	Estudios primarios completos			Estudios universitarios incompletos		
	Estudios secundarios incompletos			Estudios universitarios completos		
	Estudios secundarios completos			Estudios de posgrado		
<b>4- ¿Estudia actualmente?</b>	Sí		No			

<b>5- ¿Trabaja?</b>	Sí		No	
Rubro:				

### FERIA DEL LIBRO 2013

<b>6- ¿Con qué frecuencia participa de las actividades propuestas en el marco de la Feria del Libro?</b>			
Anualmente		Primera vez	
Ocasionalmente		No sabía que esta actividad pertenecía a la feria	

<b>7- ¿A través de qué medio se informó sobre esta actividad?</b>								
Radio		Televisión		Periódico		Web		Otro, ¿Cuál?

<b>8- ¿Cómo calificaría esta actividad?</b>									
Excelente		Muy Buena		Buena		Regular		Mala	

<b>9- Seleccione, si es que existen, otras actividades que prefiera en el marco de la Feria.</b>			
Exposición y adquisición de libros		Presentación de libros	Conferencias/ mesas
Actividades recreativas/culturales		Talleres	Otra, ¿Cuál?

<b>10- ¿Tiene pensado visitar o ya ha visitado las carpas de la Feria?</b>		
Sí		
No		¿Por qué?

<b>11- ¿Tiene pensado asistir a alguna otra actividad de la Feria?</b>
--

Sí		¿Cuál/es?
No		¿Por qué?

### **HÁBITOS DE LECTURA**

<b>12- ¿Dedica ud. tiempo a la lectura en general, ya sea de diarios, revistas, libros u otros materiales?</b>			
Sí		No	

En caso de haber respondido que **SÍ** en la pregunta anterior continúe el cuestionario.

<b>13- ¿Con qué frecuencia lee?</b>			
Todos los días		A veces	
Casi todos los días		Raramente	
No leo, ¿Por qué?			

<b>14-¿Qué suele leer?</b>			
Libros		Folletos	Otro, ¿Cuál?
Diarios		Web	
Revistas		Películas subtituladas	

<b>15- ¿Cuál/es son los motivos por los que lee?</b>						
Por placer		Para estar Informado		Por estudio		Otro, ¿Cuál?

<b>16- ¿Qué factores influyen en su hábito de lectura?</b>			
Tradición familiar		Influencia de Maestros o Profesores	
Influencia de amigos		Otro, ¿Cuál?	

### **LECTURA DE LIBROS**

**En caso de haber respondido que lee libros**

<b>17- ¿Qué tipo de libros prefiere?</b>					
Narrativa (Cuentos, Relatos, Novelas)		Investigación		Dramaturgia	
Poesía		Comic		Arte	
Ensayos (Académicos, Políticos)		Educativos		Ciencia	
Autoayuda		Otro, ¿cuál?			

<b>18- ¿Cuántos libros ha leído en los últimos 12 meses?</b>
--

<b>19-¿Leyó alguno en formato digital?</b>
--