

El mercado del libro en Honduras

El mercado del libro en Honduras

Esta nota ha sido elaborada por **Marta González Fernández** bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tegucigalpa

Agosto 2010

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	10
3. Importaciones	14
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	20
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	26
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	29
VI. DISTRIBUCIÓN	31
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	35
VIII. ANEXOS	38
1. Ferias	38
2. Asociaciones y organismos del sector	39

CONCLUSIONES

Esta nota sectorial trata sobre la publicación de estadísticas, hechos y datos relevantes de la industria del libro en Honduras. Se ha tratado de reunir lo más destacado de la creación, edición, producción y distribución de libros en este país para que empresarios, gobiernos y sociedad civil puedan determinar rumbos, metas y objetivos de una manera más eficiente.

Los distribuidores de libros entrevistados coinciden en señalar que el mercado se encuentra suficientemente abastecido y que no existen nichos de mercado cuya demanda no esté satisfecha.

La percepción del producto español en el país es bastante buena, estando en una situación inmejorable para poder competir con el resto de los países. Uno de los factores clave es sin duda el precio de los mismos. En esta última variable afectan tanto la evolución del tipo de cambio (euro/dólar) como los costes derivados del flete.

Algunas empresas editoriales como Océano o Santillana han optado por invertir de forma directa en los mercados regionales, permitiendo el consiguiente ajuste de costes. Mediante esta fórmula se ha conseguido reducir la volatilidad en el tipo de cambio, ajustándose más a la realidad del mercado local. Es importante destacar que esta reducción de costes tiene un impacto directo positivo sobre el volumen de ventas.

La inmensa mayoría de los entrevistados reclaman algún tipo de apoyo por parte del Gobierno hacia el sector editorial, buscando la potenciación de producción y comercialización de libros y otros productos impresos en Honduras.

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

El acceso del pueblo hondureño al mundo de la educación y la cultura es escaso. Este concepto hace referencia a la equidad que debe darse en la sociedad al permitir que más niños, jóvenes y ciudadanos puedan acceder a la lectura como instrumento esencial para lograr una mayor formación. De esta forma, ellos mismos desarrollarían los conocimientos necesarios para poder desempeñar las competencias, habilidades y destrezas necesarias en el día a día.

Otro de los puntos principales de esta nota sectorial trata sobre el concepto de cultura global iberoamericana. Lo global y lo local deben comunicarse y complementarse para lograr un contenido cultural más rico y trascendente. Se requiere un diálogo más dinámico entre las empresas nacionales y transnacionales que propicie el intercambio de experiencias, tecnologías y métodos, así como la implicación de diferentes personas y capitales, a fin de lograr un hábitat editorial en el que todos puedan progresar según las potencialidades de cada uno.

Las transformaciones que las nuevas tecnologías generan en el entorno editorial son cada vez más variadas y rápidas. Entre las novedades que se van a ir introduciendo en Honduras en los próximos años podemos encontrar: producción y circulación de contenidos, digitalización de bibliotecas, uso de Internet y nuevos dispositivos lectores en papel digital, plataformas para la lectura e impacto de las nuevas tecnologías en los derechos de autor.

Para la elaboración de esta nota, se han utilizado estadísticas oficiales de diferentes organismos públicos y se ha contado con el apoyo de diversas instituciones como el Centro Cultural de España en Tegucigalpa, el Centro Regional para el fomento del libro en América Latina y Caribe, la red de Bibliotecas nacionales, la Secretaría de Cultura, Artes y Deportes, la Agencia Nacional ISBN y la Cámara Hondureña del Libro. Asimismo, se han realizado entrevistas a las principales librerías y editoriales del país.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La información contenida en esta nota sectorial ha sido obtenida a través de diversas encuestas realizadas a distribuidores de productos editoriales. La selección de los distribuidores entrevistados se efectuó bajo dos criterios: volumen de importación de productos españoles y grado de presencia en el mercado local.

El sector en cuestión tiene asignada la partida arancelaria 4901, que en términos del código TARIC hace referencia a “libros y folletos exceptuando publicaciones periódicas impresas”.

Como se ha comentado anteriormente, los avances tecnológicos que se han ido produciendo en el sector han modificado de forma sustancial las formas de distribución y acceso al mismo. El libro físico ya no es el único formato en que un libro puede ser distribuido, ya que hoy en día se puede acceder a contenidos en formato digital. Por otro lado, el editor tendrá un rol cada vez más importante como seleccionador de aquellos títulos que conformen un catálogo con el correspondiente sello de calidad frente a la masificación de propuestas que reciben los lectores, tanto en material escrito en la red como a través de los blogs de autores, además de la infinidad de información de publicaciones digitales y libros impresos cuyo número de novedades sigue creciendo.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En Centroamérica el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) tiene una nomenclatura muy similar al TARIC en los seis primeros dígitos y cambia en los dos últimos.

El código numérico del S.A.C. está representado por ocho dígitos que identifican: los dos primeros, al capítulo; los dos siguientes, a la partida; el tercer par, a la subpartida; y los dos últimos, a los incisos. La identificación de las mercancías se hará siempre con los ocho dígitos de dicho código numérico.

Existe un régimen de libre comercio para estos productos, cuya importación se beneficia de un arancel del 0% y exención del IVA.

Se ha analizado la partida 4901 del Código Arancelario, que corresponde a “libros y folletos exceptuando publicaciones periódicas impresas”:

Partida arancelaria	Concepto
4901100000	Libros impresos, folletos, prospectos e impresos similares en hojas sueltas o incluso pegadas
4901990010	Libros de texto
4901990050	Libros técnicos científicos y profesionales
4901990040	Biblias, testamentos y otros libros religiosos
4901990093	Material impreso no especificado que contiene 49 o más páginas cada uno excepto las cubiertas
4901990075	Libros para estantería
4901990092	Material impreso no especificado de 5 a 48 páginas cada uno excepto las cubiertas
4901990070	Libros de tapa dura
4901910020	Diccionarios
4901990055	Libros de arte e ilustrados impresos en hojas pegadas
4901990091	Material impreso no especificado con no más de 4 páginas cada uno exceptuando las cubiertas

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado hondureño es relativamente pequeño. Con una población de apenas 7,9 millones de habitantes, solamente el 45,5% vive en núcleos urbanos, siendo las principales ciudades: Tegucigalpa, con cerca de un millón de habitantes, y San Pedro Sula, con 600.000 habitantes. El poder adquisitivo de sus habitantes es bastante bajo, ya que se estima una renta per cápita de aproximadamente 1.600 dólares al año.

La tasa de analfabetismo es del 15,6%, de los cuales el 8% se concentra en dominio urbano. En la actualidad, el 40% de la población con edad comprendida entre los 5 y los 18 años no asiste a ningún centro de enseñanza. El siguiente cuadro muestra los niveles de educación de la población más joven del país:

Categorías	5 - 6 Años	7 - 12 Años	13 - 15 Años	16 - 18 Años	Total (5-18a)
Población	334.276	1.275.929	639.735	623.553	2.873.493
Población con acceso a educación	148.701	1.141.666	245.340	163.235	1.698.942
Tasa de cobertura (%)	44,5	89,5	38,4	26,2	59,10

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Según datos de la Trigésima Octava Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples y el último estudio oficial del Instituto Nacional de Estadística (INE), habría una tasa de población pobre del 58,8%, de los cuales el 36,4% se encontraría en índices de pobreza extrema.¹

Precisamente la desigual distribución de la riqueza es la que explica la existencia de una demanda dual, así como la presencia de centros comerciales eventualmente atractivos para el exportador español, donde se comercializan productos eminentemente importados, a precios relativamente elevados, destinados a una minoría de la población, con una alta capacidad adquisitiva.

La estructura de la distribución comercial se caracteriza por no haber alcanzado un nivel muy desarrollado o complejo. Más bien existe una concentración de las funciones en unos pocos intermediarios, con capacidad de controlar toda la red. Frecuentemente un mismo intermediario ejerce de importador, mayorista, representante y distribuidor. Esta situación merma la capacidad de especialización de los operadores que, a menudo, distribuyen o representan productos y marcas de múltiples y variados sectores.

Desde una perspectiva demográfica, el consumo en el país está muy concentrado en las grandes ciudades, donde reside la mayor parte de la población, especialmente en Tegucigalpa. Los más importantes importadores y distribuidores tienen su base de operaciones en la capital.

Una buena parte de los productos importados tienen como destino un reducido grupo de consumidores de poder adquisitivo medio-alto, alto y muy alto, muy bien localizados en determinados barrios de la capital hondureña. Así, la distribución tiene como objetivo prioritario un número reducido de cadenas de supermercados, con implantación en esas zonas. La lucha por la presencia en estos centros comerciales es posiblemente el mayor esfuerzo que debe asumir un exportador en términos de comercialización del producto.

¹ "Pobres extremos" son aquellos que tienen ingresos inferiores al costo de una Canasta Básica de Consumo de Alimentos (es decir, del valor de una Línea de Pobreza Extrema). "Pobres No extremos" son quienes tienen ingresos mayores al costo de una Canasta Básica de Alimentos, pero inferiores al de una Canasta Básica de Consumo Total (de alimentos y no alimentos, es decir, de una Línea de Pobreza Total).

Con estos parámetros, la comercialización de un producto importado debe tener presente que se trata de un mercado reducido, que sólo cuenta con una reducida población con alto poder adquisitivo, urbana, y concentrada en la capital hondureña y en San Pedro Sula. Además, la población potencialmente consumidora está radicada en ciertas áreas de la capital y sus centros de consumo están muy focalizados.

El desafío reside en conseguir convencer a los responsables de compras de esos centros (en muchos casos ejercen también de importadores) de la conveniencia de introducir ese producto en sus tiendas.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

En 2009 la facturación fue de aproximadamente 6.933.000 dólares. Uno de los ejes del sector son las 7 cadenas existentes con 32 puntos de venta, complementado por un grupo de 59 empresas que suman un total de 72 puntos de venta.

En total existen 189 bibliotecas, de las cuales 40 son bibliotecas académicas. Los usuarios de las mismas suman un total aproximado de 680.000 personas. Por otro lado, las estanterías albergan 809.000 volúmenes.

A continuación, se explica con todo detalle el Sistema ISBN y la temática de los libros en cuestión.

2.1. Sistema ISBN

A través del sistema ISBN (International Standard Book Number System for Books) se tiene acceso a la información necesaria sobre el ámbito editorial de Honduras. Gracias al mismo, se puede determinar la cifra total de títulos producidos en el país, así como la distribución por número de edición, áreas temáticas, edición en lenguas indígenas, etc.

Honduras se incorporó al registro sistemático y homogéneo de publicaciones en 1997, es decir, hace relativamente poco tiempo, ya que las primeras Agencias ISBN datan de 1970. Según fuentes editoriales del país, la producción local podría estimarse incrementada en torno a un 20-30% por encima de lo registrado en el ISBN ya que todavía no está totalmente consoli-

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

dada esta cultura de registro. El número de ediciones registradas hasta la fecha es de aproximadamente 3.000 libros.

Según los datos de la Agencia ISBN de Tegucigalpa, el registro de libros de los últimos años ha sido de 450 libros en 2007, 298 libros en 2008 y 535 libros en 2009. En lo que llevamos de año ya se han inscrito 158 libros.

Otras variables que se encuentran en las bases de datos del ISBN y que pueden ser estudiadas para Honduras a pesar de que se tenga menor información sobre ellas son: el papel utilizado, el tipo de impresión y el tipo de encuadernación, entre otras.

Se puede consultar la oferta editorial hondureña registrada en la agencia ISBN a través de la base de datos RILVI (Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica), que se actualiza dos veces al año). El Rilvi cuenta con dos versiones, una en DVD y a la otra se accede a través de Internet en la URL <http://www.cerlalc.org/rilvi/index.php>.

En marzo de 2010 se llevó a cabo la X Reunión Iberoamericana de las Agencias ISBN en México D.F. Esta reunión permitió afinar el plan de trabajo y la coordinación entre las agencias, incluyendo nuevos requerimientos técnicos que permitan cualificar la información. Se establecieron los lineamientos para el registro de las publicaciones digitales de acuerdo a las directrices de la Agencia Internacional del ISBN, se analizaron la metodología y el programa para la elaboración del nuevo módulo del software RISBN 5.2, que permitirá ir incorporando al RILVI la oferta disponible en el mercado de los títulos con los nuevos campos previstos, entre ellos: carátulas, precios vigentes y reseñas.

La entidad hondureña que administra el ISBN presenta recursos presupuestales insuficientes para invertir en herramientas informáticas así como para la asistencia de sus funcionarios a los foros de capacitación técnica.

2.2. Categorías temáticas y rango de páginas

En cuanto a las principales categorías temáticas, la producción hondureña se concentra en el área de literatura, con contenidos de los principales escritores hondureños en poesía y narrativa. También predomina la categoría de ciencias sociales y derecho, sobretodo con contenidos de antropología, historia, política y ensayo, así como los compendios de legislación del Estado.

Un ejemplo de cómo una librería distribuye los libros por secciones sería la siguiente: Novela Iberoamericana, Esoterismo y Nueva Era, Novela traducida, Inglés, Economía y profesional, Superación y autoayuda, Salud y formas de vida, Familia y educación, Sexualidad, Juvenil, Infantil y Novedades.

Si atendemos a la producción por rango de páginas, el 80% de los títulos registrados corresponden a libros inferiores a 300 páginas, concentrándose el grueso en libros inferiores a 100 páginas con el 35%.

En lo que respecta a la calidad de la producción editorial hondureña, se puede decir que es masiva, popular y no orientada a segmentos del mercado de mayores ingresos o asociada a grandes proyectos editoriales concretos.

La calidad de los productos editoriales, tomando como variable el tipo de encuadernación, es modesta. Existen pocas publicaciones de tapa dura, pasta y papeles esmaltados. En cambio la mayoría se presentan en soporte rústico, papeles tipo bond y periódicos mejorados.

2.3. Panorama actual

El grado de desarrollo de la producción editorial depende de muchos factores entre los que se encuentran el tamaño de los mercados, la disponibilidad de infraestructura para la producción manufacturera, la *expertise* en el negocio, la estructura de distribución, el ingreso disponible de los ciudadanos, el grado de analfabetismo, la escolaridad, el desarrollo de hábitos

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

lectores y otros como políticas de fomento de la producción editorial y la estabilidad política y económica de los países.

La producción editorial en Honduras ha experimentado un crecimiento en los últimos años debido, principalmente, al tirón de la demanda que ha supuesto el crecimiento de la población estudiantil, fenómeno que se ha visto impulsado por la regionalización de la Universidad que ha pasado a estar presente en muchas ciudades hondureñas, paliando el efecto monopolio de la centralización de la educación universitaria en la capital.

En un país como Honduras, cuyo mercado editorial está poco desarrollado, la tasa de crecimiento de los agentes editores es muy alta en comparación con las tasas de países que cuentan con un sector editorial consolidado.

Las universidades juegan un rol significativo como agentes editores y hacen importantes aportes a la oferta bibliográfica en las áreas de las ciencias sociales, ciencias puras y tecnología. La escasa existencia de editoriales dedicadas a estos segmentos, por lo estrecho del mercado, puede explicar en parte el rol editor de las universidades. Por la misma razón, en Honduras las entidades y fundaciones sin ánimo de lucro tienen un papel más relevante que en otros países de Iberoamérica.

Los agentes editores se pueden clasificar en auto editor, entidad sin ánimo de lucro, entidad pública, sociedad en comandita, limitadas o anónimas, universidad, ONG, y organismo internacional. En la naturaleza correspondiente a sociedades en comandita, limitadas y anónimas se clasifican por lo general empresas editoriales industriales de origen privado, es decir, aquellas que tienen como objeto social principal la edición de libros. Aunque también existen algunas empresas de esta naturaleza que sin tener como objeto principal la edición, financian libros para fines institucionales o de promoción de sus organizaciones, son impresoras o empresas de servicios editoriales (alrededor de un tercio).

No existen medidas concretas que fomenten la producción local por parte del Estado; que no otorga subvenciones, prácticamente no realiza compras públicas y cuyas licitaciones internacionales, por los términos en las que están referidas, suelen suponer la exclusión de la producción hondureña, que no puede cubrir los estándares requeridos.

3. IMPORTACIONES

La importación de libros en Honduras ha venido aumentando desde los últimos ocho años. Según los datos de la Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI), durante el año 2009, Honduras supuso el 0,94% de las importaciones de América en este rubro, mientras que Centroamérica en su conjunto representó el 6,42%.

Honduras es la cuarta mayor receptora de la región Centroamericana, después de Panamá, Guatemala y Costa Rica, tal y como indica el siguiente cuadro:

Importación de libros españoles en América en 2009

País	Euros	%	Nº Ejemplares	%	Precio
México	58.969.752	30,01	9.667.344	23,51	6,1
Argentina	30.666.546	15,6	8.650.049	21,04	3,55
Venezuela	18.954.871	9,65	4.560.507	11,09	4,16
Brasil	15.156.108	7,71	5.324.595	12,95	2,85
Colombia	12.860.049	6,54	2.145.063	5,22	6
Chile	12.132.052	6,17	2.156.190	5,24	5,63
Estados Unidos	10.804.150	5,5	1.885.020	4,58	5,73
Perú	6.546.461	3,33	1.264.823	3,08	5,18
Ecuador	5.028.861	2,56	771.131	1,88	6,52
Guatemala	3.295.817	1,68	649.917	1,58	5,07
Uruguay	3.010.518	1,53	636.718	1,55	4,73
Puerto Rico	2.971.587	1,51	633.904	1,54	4,69
República Dominicana	2.799.102	1,42	431.666	1,05	6,48
Panamá	2.522.423	1,28	364.056	0,89	6,93
Costa Rica	2.498.456	1,27	427.871	1,04	5,84
Honduras	2.067.278	0,94	187.279	0,46	9,69
Paraguay	1.492.587	0,76	541.550	1,32	2,76
El Salvador	1.376.214	0,7	274.957	0,67	5,01
Nicaragua	1.129.338	0,57	164.148	0,4	6,88
Canadá	1.039.469	0,53	152.709	0,37	6,81
Bolivia	922.006	0,47	139.706	0,34	6,6
Cuba	324.795	0,17	46.279	0,11	7,02
Resto de países	204.412	0,1	40.306	0,1	5,07
Total	196.520.607	100	41.115.788	100	4,78

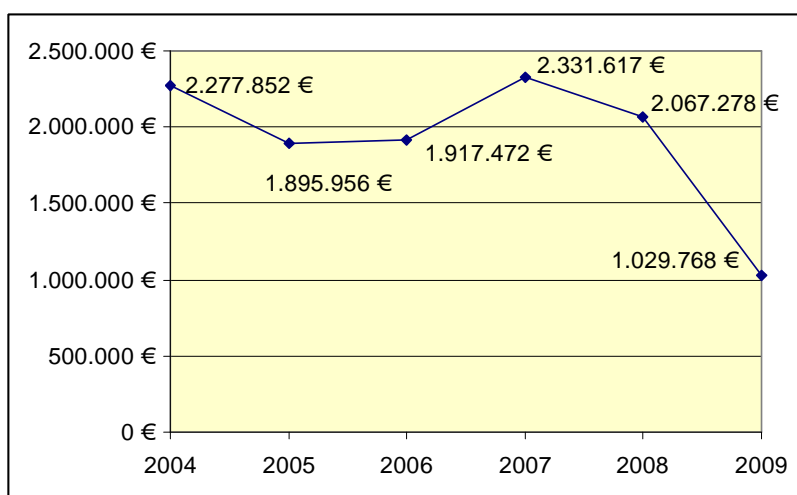
Fuente: FEDECALI

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

El promedio de importación de libros por habitante en Honduras en el año 2009 fue de 1,47 libros/habitante.

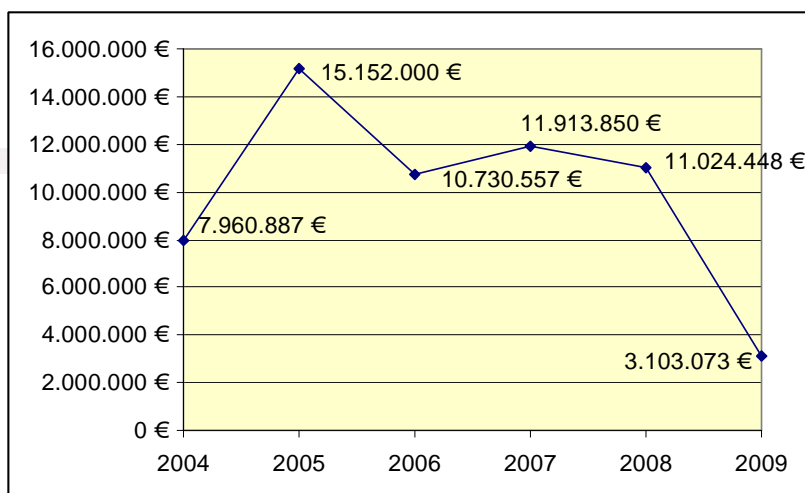
Las importaciones de libros tanto españoles como del resto del mundo disminuyó en 2009, probablemente debido a la crisis política que sufrió el país durante ese año. Por un lado, las importaciones desde España sumaron en torno a 2 millones de euros en 2008, mientras que en 2009 se redujo hasta aproximadamente la mitad.

Importaciones desde España 2004- 2009



Fuente: Elaboración propia con datos de ICEX 2010

Importaciones desde el Resto del Mundo 2004- 2009



Fuente: Elaboración propia con datos de ICEX 2010

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

Las importaciones totales de Honduras desde el Resto del Mundo también se redujeron en 2009, y de forma más significativa, pasando de 11.024.448 euros a 3.103.073 euros.

Importaciones en 2009 de Libros impresos, folletos, prospectos e impresos similares en hojas sueltas o incluso pegadas (partida 49011000)

País	Valor (miles USD)
Estados Unidos	225,3
México	144,2
Brasil	93,5
Colombia	77,3
China	24,1
Argentina	17,5
España	14,1
El Salvador	12,7
Reino Unido	8,7
Guatemala	7,7
Ecuador	5,5
Grecia	3
Panamá	1,5
Costa Rica	1,4

Fuente: Elaboración propia con datos de la SIECA

Importaciones en 2009 de Enciclopedias, Diccionarios y Fascículos (partida 49019100)

País	Valor (miles USD)
España	2.409,80
Estados Unidos	416,1
México	279,5
Chile	245,5
Panamá	199,8
Colombia	127,1
Costa Rica	84,5
El Salvador	74,1
Nicaragua	54,4
Argentina	14,3
Guatemala	4,9
Belice	0,6
China	0,4

Fuente: Elaboración propia con datos de la SIECA

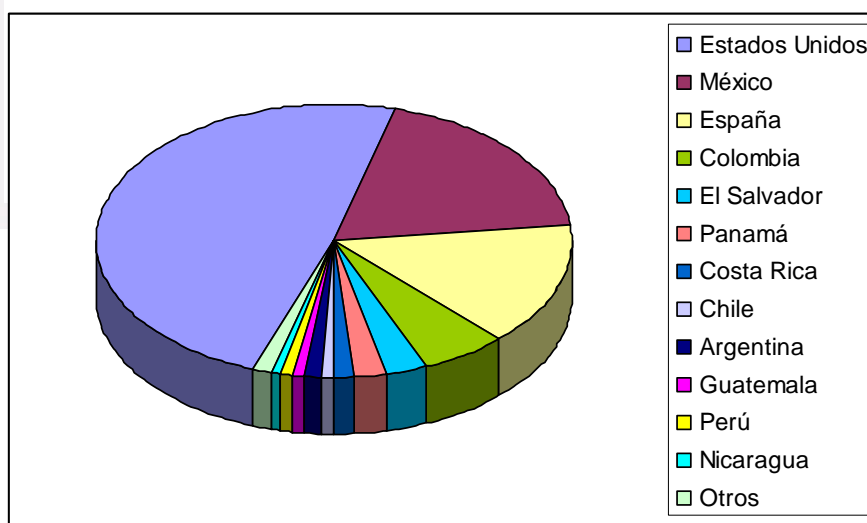
EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

Las importaciones en 2009 del resto de productos editoriales como son Libros de texto, Libros técnicos científicos y profesionales, Biblia, testamentos y otros libros religiosos, Material impreso no especificado que contiene 49 o más páginas cada uno excepto las cubiertas, Directorios, Libros para estantería (rack size paperbound books), Material impreso no especificado de 5 a 48 páginas cada uno excepto las cubiertas (partida 49019900) fueron las siguientes:

País	Valor (miles USD)
Estados Unidos	11.943,20
México	4426,7
España	1405,7
Colombia	1290,9
El Salvador	650,6
Panamá	368,4
Costa Rica	249,5
Guatemala	222,2
Argentina	210,9
Perú	200,5
India	129
Nicaragua	104,4
Francia	64,6
Brasil	45,9

Fuente: Elaboración propia con datos de la SIECA

Desglose por países de las tres partidas juntas



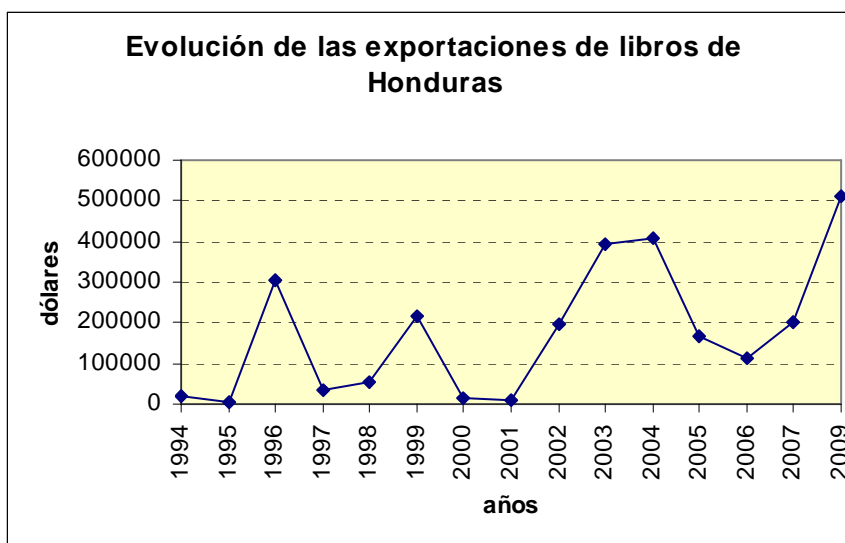
Fuente: Elaboración propia con datos de la SIECA

4. Exportaciones

En cuanto a las exportaciones, Honduras representa tan sólo el 0,05% de la oferta exportable de libros de Latinoamérica.

Desde 2006, las exportaciones de Honduras de la partida “4901” (libros y folletos exceptuando publicaciones periódicas impresas) han seguido una progresión creciente, tras el brusco descenso producido tras el año 2004. Así, pasó de exportar 115.424 dólares en 2006, a 509.186 dólares en 2009.

De esta forma, Honduras rompió, a pesar de la crisis política, su máximo histórico que hasta entonces estaba en los 408.962 dólares que vendió en el año 2004.



Fuente: Elaboración propia con datos de Naciones Unidas

El 92,6% de los países receptores de libros hondureños son iberoamericanos. Chile figura como el mayor comprador, con un valor total de compra en 2009 de 173.536 dólares, seguido de Nicaragua con 94.785 dólares.

Otros socios comerciales de Honduras son El Salvador, México, Perú, Estados Unidos y Guatemala, que en conjunto captan el 43% de la oferta exportable hondureña.

Exportaciones de libros de Honduras en 2009

País	Valor	País	Valor
Chile	\$173,536	Sudán	\$300
Nicaragua	\$94,785	Ucrania	\$245
El Salvador	\$55,101	Ecuador	\$244
México	\$54,747	República Dominicana	\$180
Perú	\$46,428	Canadá	\$150
Estados Unidos	\$32,958	España	\$110
Guatemala	\$30,818	Japón	\$105
Costa Rica	\$9,212	Países Bajos	\$80
Panamá	\$8,184	Brasil	\$60
Colombia	\$1,024	Uruguay	\$60
Alemania	\$485	Antigua y Barbuda	\$50
Suiza	\$304	Suecia	\$20

Fuente: Elaboración propia con datos de Naciones Unidas

Principales socios comerciales de Honduras en 2009



Fuente: Elaboración propia con datos de Naciones Unidas

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

1. Características generales

La demanda de libros está condicionada no sólo por el reducido tamaño del mercado hondureño (pocos habitantes que tengan una renta per cápita media-alta), sino también por el bajo nivel de educación de la mayoría de la población. Para hacerse una idea aproximada, el número de personas que acuden a la Biblioteca Nacional es de 2.000 al mes. Sin embargo, desde que el país sufriera el golpe de estado en junio de 2009 (durante el cual la Biblioteca Nacional fue la única institución que se mantuvo abierta) el flujo se ha visto mermado de forma considerable.

En este contexto, el público objetivo de los **distribuidores** de libros es una reducida parte de la población, con un nivel de cultural superior al medio y un discreto interés por la lectura. Ante la falta de apoyo económico por parte del gobierno, algunos de los distribuidores encuestados, como la Librería Coello, llevan a cabo programas de iniciación y afianzamiento de la lectura.

La propietaria de esta librería, Teresa de Coello, es además la representante del Programa Internacional de Acercamiento a la Literatura infantil, Piali, fundado en México en 1987 e instituido en Honduras en 1992.

La finalidad de este programa, es interesar a los niños por la lectura, ampliar sus conocimientos y motivarlos por medio del juego, además de capacitar a los maestros para que conozcan las técnicas y puedan aplicarlas, para así ser multiplicadores de la enseñanza.

Desde las **escuelas** se demandan programas educativos para enseñar ciertos valores. La gran mayoría vienen desde España, quien gracias a esto se sitúa en una posición más competitiva que otros países latinoamericanos como Argentina o México.

En cuanto a las **bibliotecas**, entre las más importantes se encuentran la Biblioteca Nacional, que es la más antigua (data del siglo XIX), la Biblioteca de la Universidad Autónoma con el mayor volumen de libros, y la moderna Biblioteca de la Universidad Pedagógica.

En lo que respecta a **organismos internacionales**, es importante destacar que tras la crisis política que sufrió el país, la UNESCO dejó de financiar el proyecto de digitalización de los libros del fondo antiguo de la Biblioteca Nacional. Este fondo sufrió importantes pérdidas debido a robos por parte de los usuarios de la biblioteca, y en la actualidad cuenta con 4.800 libros, de los cuales 3.500 ya se encuentran en formato digital.

Perfil del consumidor

El público objetivo de la producción editorial local es básicamente el alumnado de educación secundaria, cuya motivación de compra es atender a sus exigencias curriculares y, donde la práctica habitual, consiste en la elección de los textos por los docentes en función de listas facilitadas por las editoriales en las que, finalmente, la variable decisoria suele ser el precio.

Para completar el perfil del consumidor de producción local incluimos al círculo intelectual hondureño y a la cooperación extranjera residente en el país. Esto supone, para las editoriales industriales típicas, que incorporan todo el proceso de edición, impresión y distribución, un precio de venta fijado en torno a un 40% sobre el coste de producción.

En la Librería Metro Nova de San Pedro Sula, una de las más valoradas por los lectores, se observa una gran variedad de géneros disponibles. Nos indican que los clientes demandan sobretodo, además de novelas, libros de economía y libros profesionales, así como libros de autoayuda. También los clientes se sienten atraídos por libros de fotografía, de tamaño grande y de pasta dura; visto como un vistoso producto para regalar en fechas señaladas.

2. Factores negativos sobre la demanda

Entre los problemas más importantes para el buen desarrollo del sector se encuentra la existencia de una dualidad en las compras de los importadores hondureños con respecto al diferente material a tratar. Hacen un gran esfuerzo a la hora de traer material didáctico de alta calidad desde España principalmente, lo que les obliga a rebajar sus índices de calidad en otros materiales editoriales como el de la lectura de entretenimiento que traen principalmente desde Argentina. A este problema se le añade la piratería, ya que en Honduras existen tiendas en las que se hacen copias casi idénticas de libros, por un menor precio al que costaría en una librería.

2.1. Factores culturales: analfabetización

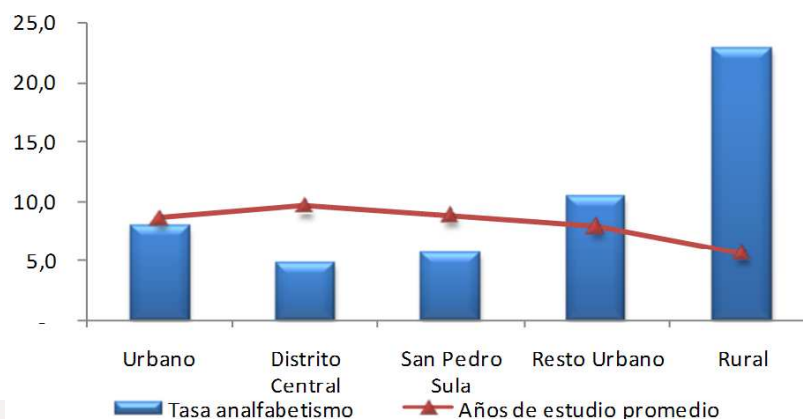
Sin duda, uno de los problemas más serios que afecta seriamente a este sector. Existe una relación estrecha directa entre el consumo de libros y la alta tasa de analfabetización en el país.

En Honduras, el 15.6% de las personas mayores de 15 años, no sabe leer ni escribir. Los datos indican que la tasa de analfabetismo continúa siendo mayor en la población del área rural (22.8%). Sin embargo, afecta tanto a hombres como a mujeres, en ambos casos la tasa de analfabetismo es de aproximadamente el 15%.

Además, el analfabetismo es superior en las personas de mayor edad. Hasta los 24 años la tasa es menor al 10%, a partir de los 19 años aumenta hasta alcanzar su máximo en la población de 60 años y más, de la cual casi la mitad (43.7%) no sabe leer ni escribir.

TASA DE ANALFABETISMO Y AÑOS DE ESTUDIO PROMEDIO 2009

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Este hecho se refuerza con los años promedio de estudio de las personas, que disminuyen sistemáticamente con la edad de 8.3 años de estudio (en personas de 19 a 24 años) a 4.9 años de estudio (en personas de 60 años y más).

La gráfica anterior muestra más ilustrativamente las disparidades existentes entre los diferentes dominios de estudio de la encuesta en cuanto a analfabetismo y años de estudio.

Para la población entre los 16 y los 18 años; la cobertura solo es del 26.2%. Esto quiere decir que apenas 1 de cada 4 jóvenes entre esas edades está asistiendo a algún centro de enseñanza. Sin embargo, es más preocupante la diferencia que existe entre el área urbana (39.7 %) y la rural (14.9%).

Tasas de cobertura educativa 2009

5 - 6 Años	7 - 12 Años	13 - 15 Años	16 - 18 Años	Total (5-18a)
44,5%	89,5%	38,4%	26,2%	59,10%

Fuente: Elaboración propia con datos del INE

2.2. Factores económicos: poder adquisitivo

Dado el bajo poder adquisitivo generalizado, podemos decir que existe un gran porcentaje de la población para los que el precio es el factor decisivo de compra. Este es el caso de los estudiantes para los que se orienta principalmente la producción hondureña de libros. Pero de-

bido a la gran desigualdad distributiva, también existe un porcentaje de la población para los que el precio no es el factor decisivo de compra, y serían aquellos que más consumen libros importados.

Precisamente la desigual distribución de la riqueza es la que justifica la existencia de una demanda dual, así como la existencia de centros comerciales donde se comercializan principalmente los productos importados, a precios relativamente elevados, destinados a una minoría de la población con una alta capacidad adquisitiva.

2.3. Factores sociales, políticos y religiosos

Entre los factores **sociales** que influyen en la demanda, con independencia del poder adquisitivo de la población, podemos destacar la poca cultura de fomento de la lectura que tradicionalmente ha habido, que se traduce en el desvío de los recursos liberados tras cubrir las necesidades básicas, a otros artículos de ocio, como restaurantes de comida rápida, ropa importada, etc. En esta pauta de consumo se observa la influencia de EEUU en el país.

Entre los factores **políticos** se observa que no hay ninguna política pública que fomente la lectura, o ayudas para mantener las Bibliotecas. Tampoco ha habido ninguna reforma educativa desde hace más de quince años.

Un fenómeno que está adquiriendo relevancia en los últimos años en la sociedad hondureña es el **religioso**. En la caracterización de las preferencias del consumidor de libros hondureños, debemos decir que el fenómeno religioso influye en gran medida. Aunque las cifras oficiales indican que el 97% de la población es católica, lo cierto es que la tasa de penetración del protestantismo es elevada y creciente.

La práctica protestante lleva asociada pautas de consumo de textos religiosos diferente al de las prácticas católicas. En concreto, en los oficios religiosos protestantes, casi todos los asistentes portan biblias y el pastor recomienda libros para posterior ampliación y estudio. Esto ha llevado a que muchos libros de editoriales religiosas hayan sido best-sellers en Honduras,

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

agotados en sus varias ediciones y que su influencia se extienda a otros contenidos paralelos como pueden ser los libros de autoayuda y afines.

Este fenómeno es el que explica también el caso de la librería Hosanna, dedicada exclusivamente a la venta de libros de contenido religioso, que es la librería que cuenta, junto con Metromedia con más puntos de ventas en el país, en concreto 7.

Puntos de venta	Cadenas de librerías
7	Librería Metromedia
7	Librería Hosanna
7	Librería Universidad Pedagógica
4	Librería y regalos pan de vida
4	Book Master
3	Librería Cultura



Fuente: Elaboración propia

ICEX

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El precio medio de un libro en los diferentes puntos de venta de Honduras se sitúa en torno a los seis dólares. Una de las características de este producto es que todos los distribuidores se ven obligados a repercutir en el precio final los costes adicionales derivados de las fluctuaciones en el tipo de cambio Euro / Dólar. Existe una percepción unánime de que, una vez trasladados todos los costes de importación al precio final, los precios del producto español se ven encarecidos entre un 15 y un 25% con respecto a los productos regionales. Por tanto, las empresas editoriales españolas no pueden competir en precio pero sí en contenido.

En algunos casos, una forma de introducirse en el mercado a través del precio ha sido por medio de acuerdos entre distribuidores y proveedores españoles para el suministro de colecciones descatalogadas a un precio accesible, lo que permite dar salida a estos productos a precios adaptados a la realidad del mercado local.

El desfase de precios entre América Latina y Europa ha obligado a los distribuidores a invertir su política comercial. Años atrás, las políticas de compra se basaban en la elección del mejor producto, mientras que en la actualidad los distribuidores se ven ahora obligados a la compra de mercancía más barata.

Los distribuidores entrevistados coinciden en el alto precio que pagan de fletes desde España, en comparación con otros países como Argentina, donde existe convenio con DHL, y con el Correo Oficial Argentino para obtener Tarifas preferenciales con Descuento entre el 60% y 82%.

Estructura de costes

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

Analizando los precios de producción y distribución, así como todo el proceso implícito, se concluye que los costes, en general, se reparten de la siguiente forma:

Descuento comercial	55%
Costes de fabricación	15%
Gastos generales de las editoriales	9%
Derechos de autor	8%
Distribución y Marketing	8%
Beneficio neto de las editoriales	5%

Formación de costes

La base sobre la que se forma el precio de venta final en Honduras del libro importado depende de cual sea la fuente de exportación del mismo:

Si son exportaciones realizadas por editores que editan y producen en sus respectivos países, el precio del libro se exporta a precio de venta editorial e incluyen márgenes de utilidad diferentes. Éste depende de si el destinatario es una casa editorial establecida en el país en representación directa de su matriz; una distribuidora comercializadora que tiene la representación exclusiva de los sellos editoriales; una distribuidora comercial de cualquier fondo, sin exclusividad, que importa libros, o una librería u otro detallista que importa para su comercialización en sus propios puntos o en puntos de terceros.

Si son exportaciones realizadas por las industrias gráficas, atendiendo a los pedidos de producción física por encargo que les formulan los editores, el libro se exporta a precios de impresión, que es aproximadamente un tercio del precio de venta editorial.

El libro, como mercancía física, es idéntico en los dos casos para fines de trámites aduaneros, por lo que el sistema armonizado arancelario no los suele discriminar.

El precio de los libros importados se establece aplicando al precio de venta del editor el prorrateo del coste de transporte, el margen de ganancia del librero y el coste del desaduanaje, que suele rondar los 90 dólares por unidad de espacio empleada.

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

Es importante destacar que los costos de transacción de los procedimientos aduaneros resultan muy elevados para operaciones pequeñas. A veces es necesario contratar un agente aduanero para hacer la exportación o la importación, independientemente del tamaño del envío, o cuando supera un máximo de peso o valor relativamente bajo.

En cuanto a la fiscalidad, Honduras tiene los libros exentos el Impuesto sobre el Valor Añadido.

A la hora de exportar desde Honduras es necesario disponer de la factura, la lista de empaque, la guía aérea y los documentos de los trámites con la agencia aduanera. Para pequeñas cantidades de envío no es necesaria ninguna documentación

Para importar en Honduras solo es necesario contar con la factura. La agencia aduanera se encarga de realizar el desaduanaje.

ICEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos editoriales españoles gozan de una serie de ventajas en este mercado: el idioma, la imagen y prestigio de nuestros productos a nivel local, así como la fuerte presencia en otros países hispanohablantes del continente. Con carácter general, el nivel de satisfacción de los productos editoriales españoles es bueno, o muy bueno. Todos los importadores visitados coinciden en que trabajar con España es fácil y operativo.

La imagen de nuestros productos es muy positiva en comparación con la de nuestros competidores mexicanos y argentinos. Esta percepción de alta calidad del producto español viene determinada por el hecho de que pocos libros llegan deteriorados y, en casi todos los casos, éstos son repuestos por el proveedor, lo que no ocurre con proveedores de otros orígenes.

Algunos entrevistados señalaron la enorme importancia de las relaciones interpersonales a la hora de hacer negocios dentro de este sector, puntualizando que en general la interacción con España suele ser fructífera y la comunicación más fluida que con otros proveedores. En este sentido, se considera que la feria LIBER es una oportunidad única en la que establecer este tipo de contactos.

No obstante, el precio español se percibe como muy alto, problema que se salva parcialmente gracias a que nuestro producto editorial se considera muy diferenciado de los productos ofrecidos por editoriales americanas. El principal sustituto de los libros de literatura españoles son las ediciones argentinas.

En el ámbito técnico, en la mayoría de los casos las publicaciones españolas no pueden ser sustituidas por otras Brasileñas o Argentinas (por definición, los textos técnicos son menos sustituibles que otro tipo de publicaciones).

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

La percepción del producto editorial español se ve mejorada gracias a que en Honduras se asocia el concepto de cultura al de España.

Asimismo, Honduras cuenta con el Centro Cultural de España. El CCET, fue inaugurado en 2007 y pertenece a la red de Centros Culturales de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Es de carácter abierto y participativo. Presenta una oferta cultural gratuita para todos los públicos, en especial dirigida a jóvenes y niños. A través de su página web (www.ccet-aecid.hn) es posible suscribirse al boletín mensual de actividades culturales.

El producto editorial español es identificado como de alta calidad, principalmente por su impresión, papel y tinta, que suponen en muchos casos la expresión de su made in.

En el área temática de Generalidades, en concreto Enciclopedias y similares, la percepción de calidad del producto español también se debe a los servicios añadidos del producto como es la actualización periódica o incluso en períodos de máximo 60 días desde que se produce algún evento importante en la historia/ contexto de los temas publicados.

Existe una sección dedicada a libros españoles en la Biblioteca Nacional de Honduras. Éstos provienen de una serie de donaciones hechas hace pocos años. Concretamente en 2007, la Comunidad de Madrid envió libros por valor de 70.000 euros. A través de las donaciones se consigue mejorar la imagen del país en Honduras, beneficiando a las empresas españolas que buscan exportar su producción editorial.

VI. DISTRIBUCIÓN

Asociaciones

Editoriales, librerías, distribuidores y otros actores de la cadena productiva del libro se encuentran asociados en instituciones gremiales como cámaras del libro, asociaciones de editores independientes y redes de editores y libreros. En el caso de Honduras existen alrededor de 10 afiliados a cámaras del libro, el menor de toda Latinoamérica.

Es importante la formación de gremios que, además de capacitar, promuevan la consecución de legislaciones que protejan a las librerías y sin las cuales es mucho más difícil el panorama para ellas.

Con la asociación es posible lograr una formulación de políticas del libro de manera conjunta entre el sector privado y el público, que trabaje en beneficio del desarrollo del sector con el fin de obtener apoyo para aquellas entidades que conforman los eslabones más débiles de la cadena, promocionar la actividad editorial mediante la realización de ferias y otros eventos que atraigan al público lector o que se enfoquen en potenciales lectores de libros, coordinar misiones exportadoras, impulsar alianzas estratégicas como las campañas antipiratería, así como adelantar y divulgar estudios sobre producción y comercio del libro. Además, las agrupaciones cumplen un papel importante: contribuir a la hasta ahora tan escasa profesionalización del sector editorial, brindando directamente programas de formación o asociándose con

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

entidades educativas con quienes pueden crear currículos destinados a librereros, editores, distribuidores, etc.

Agentes participantes del sector

El número estimado de puntos de venta de libros en Honduras es de 104, la mayoría son librerías, pero también tienen mucha cabida las papelerías, supermercados y hasta ferreterías. Entre los principales problemas identificados por las librerías en Honduras están la escasez del capital trabajo, la falta de modernización empresarial y el perfil del empresario.

Las cadenas de librerías con presencia en el país son las siguientes: Librería Metromedia, Librería Hosanna, Librería Cultura, Librería y regalos pan de vida, Book Master Al servicio de la Educación y Librería Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán.

Librerías independientes

Librería Coello, Librería Guaymuras, Librería San Antonio, Librería y Papelería C & M, Librería y Papelería Juan Pablo II, S. de R.L., Librería Caminante, Librería Génesis, Librería Metro Nova, Mundo Literario, Librería comercial Lobo Muñoz, Librería Cervantes, Librería San Pablo, Librería O.I.M., Librería Punto y Aparte, Librería Navarro, Librería Universo, Librería Líser, Librería Zamorano, Librería Cultural, Librería Enlace, Librería Guadalupe Carney, Librería Soto, Librería Reyes, Librería Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) y Librería Atenea.

Librerías de religión

Nueva Vida, Asociación Cristiana Educativa Distribuidores Vida, Librería y Papelería La Antorcha, Sociedad Bíblica de Honduras, Editorial de Publicaciones, Librería Betehel, Librería Shamar, Librería Evangélica, Librería La Familia, Librería Bautista Sampedrana 831, Librería El Renuevo, Librería Emmanuel, Librería Producciones Barahmon, Librería Buenas Nuevas y Librería Elim.

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

Otros canales de venta al por menor (papelerías, abarroterías, misceláneas y ferreterías) son: La Casa de las Revistas, Tiendas Blessings, Útiles de Honduras, Distribuidora San Antonio (DISA), Grupo Frasa y Ferretería Larash & cia, Católica, Fernando, Juticalpa, Melos, Julio Verne, Universal, Libros y Copias, Lirsol, La Primavera, Excelsior, Cultura, Danlí, Minerva, Madrid, Librería y Copias, Libros y Más, Alejandra, Sosa, Esnacifor, Lib. Y ferretería Gabriel, Elvir Milla, Copycenter, El Rey, Universal, San Diego, Choluteca, Renacimiento, Mena, El Trébol, Héctor Office, El Estudiante, La Fe, Bendiciones, Telamar, Guadalupe Carney, Escolares, El Esfuerzo, Lib.Trujillana, Rosy, El Centro, La Perla, La Confianza, Casa Rodríguez, El Puerto, Capitán Libro, El Mundo Maya, Casa Bueso, Copán Center, Valle, El Milenium y Albita.

El público que acude a las librerías tipo Metromedia difiere según su ubicación; en los Centros Comerciales o Malls, se caracteriza más por gente de paso en un contexto de ocio; los núcleos empresariales e instituciones extranjeras son frecuentados por una clientela más acotada buscando algo más específico.

Las librerías como Metro Nova o Metromedia se diferencian del resto de librerías ubicadas en el centro popular, en que el factor precio no es el factor decisivo, encontrándose lujosos libros de tapa dura sobre arte, cine, fotografía, arquitectura etc. que se demandan, principalmente para ser objeto de regalo.

En este establecimientos las ventas en inglés y español se encuentran bastante repartidas. En la sección de libros en español, la mayoría de títulos corresponden a editoriales españolas.

Existen dos editoriales españolas implantadas en el país, que son Editorial Océano y Editorial Santillana. Ambas se centran en el público infantil. La gama de productos de Editorial Océano son, principalmente, libros de consulta orientados a realizar una venta masiva en hogares con hijos en edad escolar. Los productos más demandados son las obras infantiles, los libros con soporte en DVD, las enciclopedias escolares y los diccionarios. El segmento de población al que están orientados es al de clase media-alta. Esta editorial realiza una adaptación parcial de sus contenidos al país y da la posibilidad de efectuar las ventas a crédito. Este medio de

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

pago le ha permitido ampliar su público objetivo incluyendo a lectores en segmentos de renta más bajos. Además, actúan como mayoristas, de forma que cuentan con una red de distribuidores exclusivos a los que les marca un precio mínimo de venta.

Para finalizar, es importante destacar la necesidad que existe de que los librereros posean el criterio para manejar un catálogo de calidad que les evite perder la identidad, satisfacer las necesidades del cliente y tener una saludable rotación de mercancía que no les provoque el entumecimiento de su capital que, en el caso de las librerías, suele ser escaso. Además, el sector requiere capital humano que no sólo sea bueno a la hora de guiar al cliente en sus necesidades sino que se interesen por las nuevas técnicas de marketing, que sepan hacer de sus librerías sitios prácticos, llamativos y agradables, que sepan descubrir nuevos nichos de mercado y que estén en capacidad de evolucionar con las necesidades del negocio.



ICEX

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Como ya se ha señalado, los productos editoriales correspondientes a la partida 4901 (libros y folletos exceptuando publicaciones periódicas impresas) están exentos de todo tipo de impuestos, incluido el impuesto sobre ventas.

Los principales problemas a los que se enfrenta el sector editorial en Honduras son la escasa promoción de la lectura, el alto índice de analfabetismo y el escaso hábito de lectura de la población. La piratería y la delicada situación económica que atraviesa el país son también obstáculos para la comercialización del libro.

En cuanto a las barreras de entrada para el producto editorial español, muchos de los importadores encuestados coinciden en que se encuentra en el flete. Ya que éste resulta más costoso que en otros países, en los que terminan realizando el pedido. Además, al hacer los envíos por barco, los libros tardan alrededor de un mes en llegar a destino, frente a los pedidos que realizan de Estados Unidos o Argentina, que reciben en una semana.

Asimismo la fortaleza del euro incide negativamente en la competitividad de los libros españoles. Sin embargo, en lo que va de año el euro ha sufrido una depreciación considerable respecto al dólar, con lo cual nuestros precios son más asequibles ahora para el mercado hondureño.

Algunas de las librerías que importan libros españoles infantiles, se encuentran con la barrera de la adaptación del producto al mercado local. Ya que los primeros libros que usan los niños

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

al aprender a leer deben tener un tipo de caligrafía concreto y un lenguaje que no utilice términos o expresiones que no se utilicen en Honduras.

En cuanto a la promoción del producto editorial español, la Federación de Gremios de Editores de España organiza anualmente la Feria Internacional del Libro (LIBER). Cada año se envían invitaciones a las principales librerías de Honduras, las cuales, además de la acreditación, reciben condiciones especiales de viaje, descuentos y un paquete de 900 euros para realizar el viaje a España. Liber se ha consolidado como el salón de referencia dentro del sector editorial, con gran repercusión y proyección internacional, siendo el evento de referencia para Hispanoamérica.

En julio de 2010 tuvo lugar, convocado por Cerlalc (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y Caribe) en el Centro Cultural de España en Tegucigalpa el Congreso Iberoamericano de Libreros. Su objetivo es fomentar la asociatividad de las librerías en la región y estimular al análisis del sector y capacitación. Se habló de diversos temas tales como recomendaciones de políticas públicas, el ejercicio de librerías y libreros como gremio, y la necesidad de trabajar por una profesionalización del oficio, sin olvidar las estrategias de marketing y las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías.

En este encuentro se introdujo la posibilidad de aplicar un sistema de precio fijo en el sector. En el sistema de precio fijo, o precio único de los libros, son los productores, en este caso los editores o importadores, quienes deciden el precio de venta del producto. Esto implica que la competencia de precios no desaparece sino que se traslada del minorista al productor, quien es el que debe competir con los demás productores, no sólo en precio sino en calidad. Por otra parte, la competencia entre los minoristas, es decir, las librerías, no desaparece, sino que deja de basarse en los precios para concentrarse en la calidad de servicio. Este aspecto, además, tiene la cualidad de proteger a las librerías, incapaces financieramente de competir contra las grandes superficies, y así garantizar una amplia red de puntos de venta que enriquecen la competencia en estos nuevos términos.

Derechos de autor

Honduras es Miembro de la Organización Mundial de la Propiedad (OMPI). El responsable de formular e implementar la política hondureña en materia de propiedad intelectual es el Instituto de la Propiedad, que actúa por medio de la Dirección General de Propiedad Intelectual (DIGEPIH).

La Ley del Derecho de Autor y de los Derechos Conexos (Decreto N° 4-99-E) incorpora los principales elementos de protección del Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT). Esta Ley protege todas las creaciones originales en el campo literario y los derechos de los autores hondureños y de los extranjeros residentes en Honduras, así como las obras extranjeras publicadas por primera vez en Honduras. Los derechos de los extranjeros cuyas obras han sido publicadas por primera vez en el exterior son protegidos en virtud de convenciones internacionales o, a falta de éstas, sobre la base del principio de reciprocidad.

Entre los derechos que se conceden a los titulares se prevé el derecho de distribución, ya sea por medio de la venta, arrendamiento o cualquier forma, y el derecho de comunicación de la obra, independientemente del momento y lugar en que se tenga acceso a la misma.

Las obras están protegidas durante la vida del autor y 75 años después de su muerte. En el caso de obras anónimas, durante 75 años contados a partir de su divulgación o publicación. Si antes de que expire este período se revela la identidad del autor, se aplicarán las disposiciones previstas para las obras de autor conocido.

La Oficina Administrativa de Derechos de Autor y Derechos Conexos de la DIGEPIH mantiene un registro de derechos de autor y derechos conexos. La legislación hondureña reconoce el principio de protección de derechos de autor sin la exigencia de ninguna formalidad e registro.

La ley contiene disposiciones sobre los procedimientos administrativos, civiles y penales para denunciar la violación de los derechos y para indemnizar los daños y perjuicios ocasionados, estableciendo penas privativas de libertad de hasta seis años de prisión para los casos tipificados como delitos, y multas de diez a doscientos salarios mínimos, en los casos de sanciones administrativas.

VIII. ANEXOS

1. Ferias

En Honduras son pocos los eventos que se organizan, ya que el Gobierno no concede ningún tipo de financiación ni apoyo a estas actividades.

Feria Internacional del Libro en Centroamérica (FILCEN)

A nivel regional existe, desde 1997, la Feria Internacional del Libro en Centroamérica (FILCEN). El proyecto FILCEN está diseñado como un circuito de ferias internacionales itinerantes que se desarrollan anualmente en cada nación centroamericana. La última edición de FILCEN se realizó en 2009, en la ciudad de San Salvador. Su objetivo es crear un espacio para la realización de transacciones comerciales e intercambio de información para editores, impresores, librerías, distribuidores, universidades, asociaciones y entidades relacionadas con el libro.

Otras ferias de interés para las librerías hondureñas son La Feria del Libro de Bogotá, La Feria del Libro de Buenos Aires, y la Feria del Libro de Guadalajara (México).

Por último, hay que señalar que LIBER, la Feria Internacional del Libro líder en España, suele contar con la presencia hondureña, ya que anualmente se le envían invitaciones a las principales librerías y prescriptores. Se considera una ocasión para generar nuevos contactos y conseguir oportunidades de negocio.

2. Asociaciones y organismos del sector

Cámara Hondureña del libro

Presidida por la Librería Coello. Sr. Antonio José Coello.

9 Avenida, 4 Calle S.O. N°64a, Barrio El Benque

San Pedro Sula, Honduras

(504) 553 1680 / 553 2132

(504) 557 4362

acoello@globalnet.hn

Oficina de Derecho de Autor

Dirección General de la Propiedad Intelectual, Instituto de la Propiedad

Edificio Ortez Sequeiro, Lomas del Guijarro Sur, una cuadra al este del Instituto San Miguel, Tegucigalpa

(504) 2355501/235505

martinehon@hotmail.com

Agencia ISBN en Honduras

Av. Miguel de Cervantes, Barrio El Centro,

Antiguo local de la Tipografía Nacional

Tegucigalpa, Honduras

(504) 2228577

remoflores@yahoo.es

Secretaría de Cultura, Arte y Deportes de Honduras

Desde el 16 de diciembre de 1996, se le denomina Secretaría de Cultura, Artes y Deportes a la entidad responsable de la actividad cultural, artística y deportiva del Estado Hondureño. Se le ha encomendado a esta Secretaría la formulación, coordinación, ejecución y evaluación de políticas referentes a la investigación, rescate, salvaguarda y difusión del patrimonio cultural de la nación. Tiene a su cargo una serie de Instituciones y Direcciones Generales que regulan el funcionamiento del sector cultural público del país.

Edificio Atala, Avenida La Paz 2930,

Apartado postal 3287

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

Tegucigalpa, Honduras

(504) 236 - 9643

(504) 236 - 9532

compc@sdnhon.org.hn

Archivo Nacional de Honduras

Inaugurado en 1880, tiene a su cargo la conservación y organización de los fondos documentales y hemerográficos, y de la difusión archivística. Brinda servicios de atención al público como salas de lectura, de consulta, reproducción de materiales bibliográficos, microfilmación, restauración y encuadernación de documentos.

Barrio El Centro, Avenida Cristóbal Colón,

Calle Salvador Mendieta 1117

Tegucigalpa, Honduras

(504) 222 - 8338

(504) 238 - 0027

maldonadoarevalo@yahoo.com

Biblioteca Nacional de Honduras

Fundada en el 1880, tiene como fin organizar y conservar el patrimonio cultural y bibliográfico de la nación, así como las colecciones en términos de seguridad y funcionalidad. Se encarga de la catalogación y clasificación de la bibliografía nacional; del mantenimiento y actualización de las colecciones; del suministro bibliográfico y supervisión de la Red de Bibliotecas Públicas Municipales; de la elaboración de los anuarios bibliográficos; del registro ISBN; de la preservación del Fondo Antiguo; de la capacitación de personal dentro y fuera del país; y de la impartición de cursos de bibliotecología a los bibliotecarios del país.

Av. Miguel de Cervantes, Barrio El Centro,

Antiguo local de la Tipografía Nacional

Tegucigalpa, Honduras

(504) 220 - 1746 / 222 - 8577

(504) 222 - 1335

binah@mail.hondunet.net

Dirección General de Cultura Popular y Deportes

Esta Dirección está a cargo de diseñar y ejecutar políticas gubernamentales relacionadas con la investigación, preservación, promoción y difusión de la cultura popular. Organiza, promueve y desarrolla las tradiciones y costumbres populares, así como lo relacionado con el deporte que se practica en Honduras. Además, impulsa, dinamiza y mantiene el Programa Red Nacional de Casas de la Cultura.

Edificio Atala, 2da. planta, Av. La Paz

2930, Apartado postal 3287.

Tegucigalpa, Honduras

(504) 236 - 8018 / 236 - 9738

(504) 236 - 9532

compc@sdnhon.org.hn

Dirección General del Libro y del Documento

Esta Dirección se encarga de organizar, conservar y supervisar la Red de Bibliotecas Públicas Municipales; apoya las labores culturales y administrativas de la Biblioteca, Archivo y Hemeroteca Nacionales; proporciona servicio de impresión de libros y de papelería a través de la Editorial adscrita a esta dependencia. También publica obras de autores nacionales, clásicos, contemporáneos y extranjeros que versen sobre historia y cultura hondureña, con el fin de proporcionarlos al sistema educativo y a la Red de Bibliotecas Públicas Municipales.

Edificio Atala, 2da. planta, Av. La Paz

2930, Apartado postal 3287.

Tegucigalpa, Honduras

(504) 236 - 7922

(504) 236- 9532

compc@sdnhon.org.hn

CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y Caribe)

El CERLALC es un organismo intergubernamental del ámbito iberoamericano bajo los auspicios de la UNESCO, que trabaja por el desarrollo y la integración de la región a través de la construcción de sociedades lectoras. Para ello orienta sus esfuerzos hacia la protección de la creación intelectual, el fomento de la producción y circulación del libro y la promoción de la

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

lectura y la escritura. Coopera y da asistencia técnica a los países en la formulación y aplicación de políticas públicas, genera conocimiento, divulga información especializada, impulsa procesos de formación y promueve espacios de concertación.

Calle 70 # 9-52 – Bogotá, Colombia

Teléfono: (57 1) 540 20 71

Línea gratuita: 018000-912071

Fax: (57 1) 541 63 98

Bogotá, Colombia

libro@cerlalc.org

Centro Cultural de la Embajada de España en Tegucigalpa

Domicilio: Primera Avenida de Palmira, nr 655. Contiguo al Redondel de los Artesanos
Palmira, Tegucigalpa, Honduras FM1100

Teléfono: (504) 23802013

Sitio web: <http://www.ccet-aecid.hn>

Perfil de Facebook: [facebook.com/ccet.aecid](https://www.facebook.com/ccet.aecid)

Bibliotecas de instituciones de educación superior e investigación en Honduras

UNAH

Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán

Universidad Tecnológica de Honduras

Universidad Católica e Honduras “Nuestra Señora Reina de la Paz”

Universidad Tecnológica Centroamericana Unitec

Centro Universitario Tecnológico Ceutec

Centro de estudios y control de contaminantes (Cesco)

Biblioteca del Banco Central de Honduras

Dirección de tecnología educativa de la Secretaría de Educación

Sociedad Bíblica de Honduras

Instituto de Turismo

Biblioteca del Museo del Hombre

EL MERCADO DEL LIBRO EN HONDURAS

Instituto Hondureño del Café

Instituto Hondureño de Antropología e Historia

Biblioteca Especializada de Antropología y Archivo Ethnohistórico del Instituto Hondureño de Antropología

Banco Centroamericano de Integración Económica

Instituto Hondureño de Cultura Interamericana

Biblioteca del Centro Cultural Infantil

Biblioteca del museo de Antropología de San Pedro Sula



ICEX