



# Estudio de Mercado – Puerto Rico

## Impresos

- *Libros*
- *Periódicos y revistas*
- *Catálogos y material publicitario*
- *Tarjetas de saludo y calendarios*

**Proexport Colombia**  
**y**  
**Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)**

**Proexport – Colombia**  
Dirección de Información Comercial e Informática  
www.proexport.gov.co  
www.proexport.com.co  
Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36  
Tel: (571) 5600100  
Fax: (571) 5600118  
Bogotá, Colombia

**Banco Interamericano de Desarrollo**  
www.iadb.org  
Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19  
Tel: (571) 3257000  
Fax: (571) 3257050  
Bogotá, Colombia

**Equipo Consultor**  
Oscar F. Gómez Villa, investigador senior - oscar\_gomezvilla@yahoo.com  
Armando Ibáñez, investigador junior  
Zulma Gutiérrez, investigadora junior  
Lenny González, investigadora junior adjunta

CI 93B 16-66 Of. 205 Tel 633 3198 Bogotá, Colombia

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACION AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

© 2004. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado Puerto Rico – Editorial. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 148 páginas.



## Tabla de contenido

<b>EL PAÍS A GRANDES RASGOS .....</b>	<b>1</b>
<b>INFORMACIÓN GENERAL .....</b>	<b>5</b>
SUBSECTORIZACIÓN .....	5
DINÁMICA DE COMERCIO EXTERIOR, SECTOR EDITORIAL .....	12
<i>Importaciones y exportaciones</i> .....	13
<b>COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO .....</b>	<b>14</b>
TAMAÑO DEL MERCADO .....	14
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO .....	16
CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA .....	17
<i>Diarios y periódicos</i> .....	26
<i>Características de la competencia (periódicos)</i> .....	28
<i>Catálogos y material publicitario</i> .....	29
<i>Tarjetas y calendarios</i> .....	31
<i>Otros</i> .....	32
<i>Análisis de la competencia para libros</i> .....	34
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>37</b>
<i>Instituto de Cultura Puertorriqueña</i> .....	48
<i>Editorial Cultural</i> .....	48
<i>La Tertulia</i> .....	52
<i>Publicaciones Puertorriqueñas</i> .....	57
<i>Librería Educativa</i> .....	59
<i>Biblio Services</i> .....	60
<i>Lexis Nexis</i> .....	60
<i>Publicaciones JTS</i> .....	60
<i>Librería Borders´</i> .....	61
<i>Clientes potenciales</i> .....	65
<i>Márgenes de comercialización</i> .....	66
<b>ACCESO AL MERCADO .....</b>	<b>68</b>
ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS A LAS IMPORTACIONES .....	69
NACIONALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS .....	77
<i>Conocimiento de embarque</i> .....	79
<i>Factura comercial</i> .....	79
<i>Entrada de aduana</i> .....	82
LEY DE CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN DE 1964 .....	83
<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL .....</b>	<b>84</b>
<b>PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES .....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXO ESTADÍSTICO .....</b>	<b>109</b>



## Tabla de gráficos

Gráfico 1: Distribución de ingresos .....	3
Gráfico 2: Proyección consumo personal al 2008 .....	3
Gráfico 3: Distribución porcentual del consumo personal .....	4
Gráfico 4: Producción de impresos, según censo económico de 1997 .....	9
Gráfico 5: Producción editorial, 1994-2003 .....	9
Gráfico 6: Producción nacional de impresos, 1997 .....	11
Gráfico 7: Importaciones y exportaciones, 2001-2003 .....	12
Gráfico 8: Productos importados del sector.....	16
Gráfico 9: Productos importados, 2002.....	17
Gráfico 10: Niveles de escolaridad – 1970 y 2000.....	18
Gráfico 11: Países de origen de los periódicos .....	29

## Tabla de tablas

Tabla 1: Subsectores del sector editorial, por importaciones, 2003.....	6
Tabla 2: Subsectores a analizar, por partidas y descripciones .....	7
Tabla 3: Producción del sector editorial, 1997.....	9
Tabla 4: Industrias PRIDCO del sector .....	11
Tabla 5: Exportaciones en 2003 .....	14
Tabla 6: Consumo aparente, sector editorial.....	15
Tabla 7: Consumo aparente, libros.....	15
Tabla 8: Tipos de libros importados, 2003 .....	16
Tabla 9: Profesiones con el mayor número de graduandos.....	19
Tabla 10: Distribuidores de libros .....	25
Tabla 11: Principales diarios de Puerto Rico.....	26
Tabla 12: Importaciones de diarios y periódicos .....	27
Tabla 13: Características de la competencia (periódicos) .....	28
Tabla 14: Importación de catálogos y material publicitario .....	30
Tabla 15: Importaciones de tarjetas y calendarios .....	31
Tabla 16: Otras importaciones.....	32
Tabla 17: Análisis de la competencia para libros .....	34
Tabla 18: Precios de libros importados .....	36
Tabla 19: Atlas publicados por Editorial Cordillera .....	40
Tabla 20: Algunas novedades de La Tertulia .....	53
Tabla 21: Clientes potenciales .....	65
Tabla 22: Márgenes de comercialización .....	66
Tabla 23: Márgenes de comercialización, cuando el editor también imprime .....	66
Tabla 24: Ejemplo de la tabla de arancel de los EE.UU., 2004 .....	73
Tabla 25: Principales agentes de aduana en San Juan .....	78

<b>Tabla 26: Pasos en la Distribución Física Internacional.....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 27: Incoterms .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 28 : Tarifas carga aérea a Puerto Rico .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla 29: Tarifas carga por carretera a los puertos colombianos .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla 30: Tarifas marítimas hasta San Juan .....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla 31: Frecuencia y tiempo de tránsito entre Cartagena y San Juan .....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 32: Tarifas del puerto de Cartagena, 2004 .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 33: Importaciones de los EE.UU., 2002 .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 34: Importaciones del resto del mundo, 2002 .....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 35: Exportaciones a los EE.UU., 2002.....</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 36: Exportaciones a las Islas Vírgenes, 2002.....</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 37: Exportaciones el resto del mundo .....</b>	<b>118</b>
<b>Tabla 38: Importaciones de los EE.UU., 2003 .....</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 39: Importaciones del resto del mundo, 2003 .....</b>	<b>121</b>





## **EL PAÍS A GRANDES RASGOS**

Puerto Rico es un estado libre asociado a los EE.UU., situado entre las latitudes 17.50° y 18.31° norte y 65.13° y 67.58° oeste. El territorio incluye una isla principal, Puerto Rico y otras pequeñas a su alrededor: Cabras, San Juan, Vieques, Culebra, Mona, Monito, Desecho y Caja de Muerto y tiene 3.435 millas cuadradas, es decir 8.793,6 km<sup>2</sup>. Está situado al norte de Venezuela, a la altura de la Península de Yucatán y al oriente de la República Dominicana. Cuenta con 14.629 millas de carreteras (23.406,4 Km), es decir 4.26 millas lineales por milla cuadrada, proporción mayor que en estados como Connecticut, Massachussets, Delaware o New Hampshire. No tiene ferrocarriles, así que el transporte interno se hace principalmente por carretera, ya que las cortas distancias no justifican el transporte aéreo, aunque hay varios aeropuertos locales en la isla.

### **Ilustración 1: Mapa de Puerto Rico**



La isla principal es montañosa, con cerros que llegan a los 4.389 pies, situados en la Cordillera Central, que corre de este a oeste. La isla es el límite entre el Mar Caribe y el Atlántico Norte. Es un país tropical lluvioso, con precipitaciones hasta de 150" anuales en El Yunque. Las temperaturas máximas promedio varían entre 84° F para enero a marzo y

90° F para julio a septiembre y las mínimas oscilan entre 66° F para enero a marzo y 70° F para octubre a diciembre. La temporada seca corresponde al primer trimestre del año y la lluviosa al último.

Con 3.878.532 millones de habitantes, cuenta con una alta densidad de población, de 1.122 habitantes por milla cuadrada. El área metropolitana de la capital, San Juan, contaba en 2000<sup>1</sup> con 1.208.360 habitantes, es decir el 31.15% de la población total. Las tasas de natalidad y mortalidad han venido en descenso desde 1899, cuando eran respectivamente 28 por 1.000 y 42 por 1.000 hasta llegar a 15.8 por 1.000 y 7.8 por 1.000 en el año 2000, cuando se realizó el último censo.

---

<sup>1</sup> Fecha del último Censo.

## ***Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico***

---

La edad promedio de la población ha pasado de 18.4 años en 1950 a 32.1 en 2000, lo cual tiene implicaciones en el mercado y la demanda agregada. La población mayor de 65 años también ha crecido pasando del 9.7% en 1990 a 11.2% en 2000. Hoy hay cerca de medio millón de personas mayores de 65 años en el Estado. La esperanza de vida al nacer ha aumentado considerablemente a partir de 1940, siendo hoy de 80 años para las mujeres y de 70 para los hombres.

Como tantos otros países latinoamericanos, Puerto Rico no se ha escapado del proceso de urbanización pasando de un 85% rural en 1900 a un 29% en 1990. La asociación con los EE.UU. ha favorecido la emigración al continente. En 2000, 3.5 millones de puertorriqueños residían en Norteamérica.<sup>2</sup> El parque habitacional era de 1.418.476 en 2000, suficientes para la cantidad de familias existentes. No obstante, es posible que un porcentaje de estas sea de mala calidad. Entre 1995 y 2000 se construyeron 20.000 viviendas anuales, cifra significativa si se la compara con Colombia en términos de viviendas por habitante por año. Para el 2005 se estima una demanda anual de 20.640 viviendas, de las cuales 10.000 serán de interés social, con precios inferiores a US\$70.000 c/u.

El PIB era de 74.4 billones en 2003 con una inflación del 8% anual. La tasa de desempleo llegaba al 12.1%. El ingreso personal ha tenido un crecimiento sostenido en la última década, pasando de 24.429,6 en 1994 a 40.142 en 2003, en dólares corrientes de cada año, con una tasa promedio anual de incremento del 5.6%. También ha crecido en dólares constantes de 19543, pasando de 5.896.1 en 1994 a 8.385.9 en 2003, lo que indica que a pesar de la inflación el consumo –y el ingreso– no sólo se han mantenido sino que han crecido, generando por lo tanto una capacidad adquisitiva cada vez mayor.

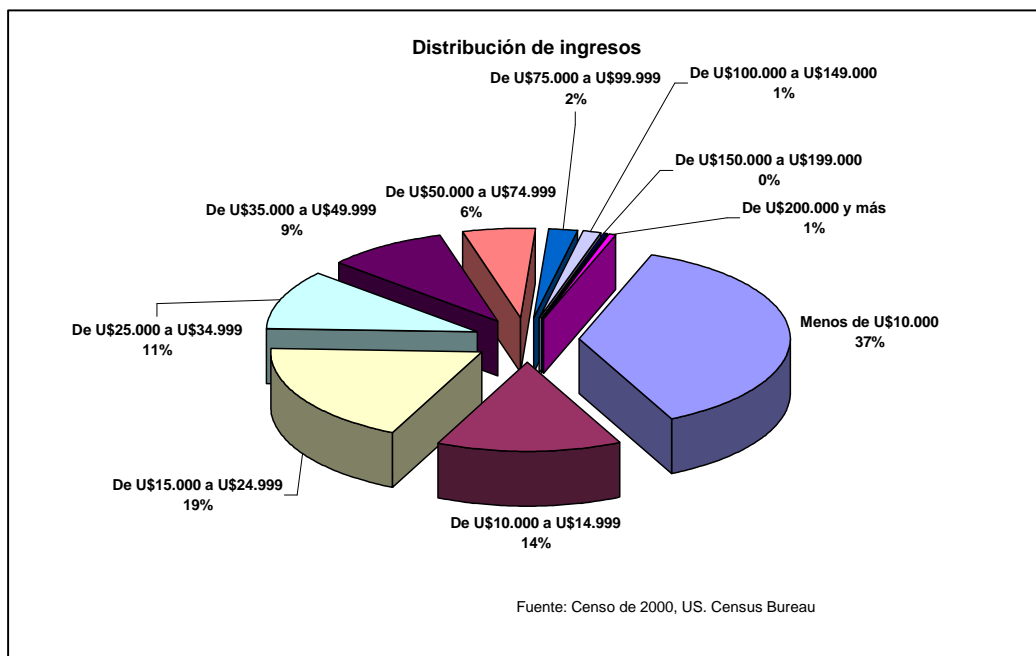
En 1999, el 54% de las 1.008.555 familias existentes a la fecha del censo ganaba más de 15.000 dólares al año, es decir, 1.250 mensuales.

---

<sup>2</sup> Quienes también forman parte de la demanda potencial por algunos de los sectores incluidos en este estudio. Por ejemplo, Publicaciones Puertorriqueñas edita libros en español destinados en parte a los puertorriqueños residentes en los EE.UU. (territorio continental) e impresos en Colombia.

## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

Gráfico 1: Distribución de ingresos



La evolución del consumo personal se indica en el gráfico siguiente, en el que se ha hecho una proyección hasta el año 2008 para indicar cuando éste llegará a los 50.000 por año, si continúan las tendencias actuales:

Gráfico 2: Proyección consumo personal al 2008

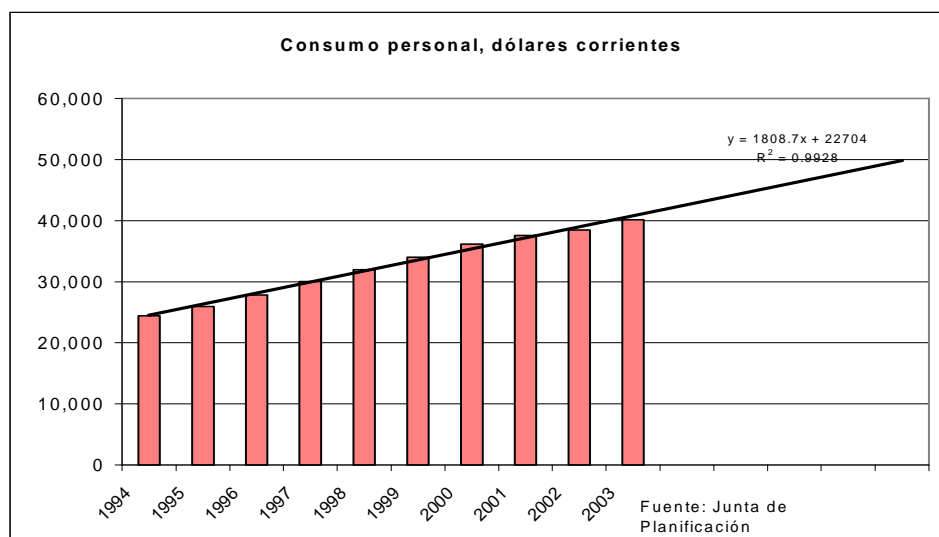
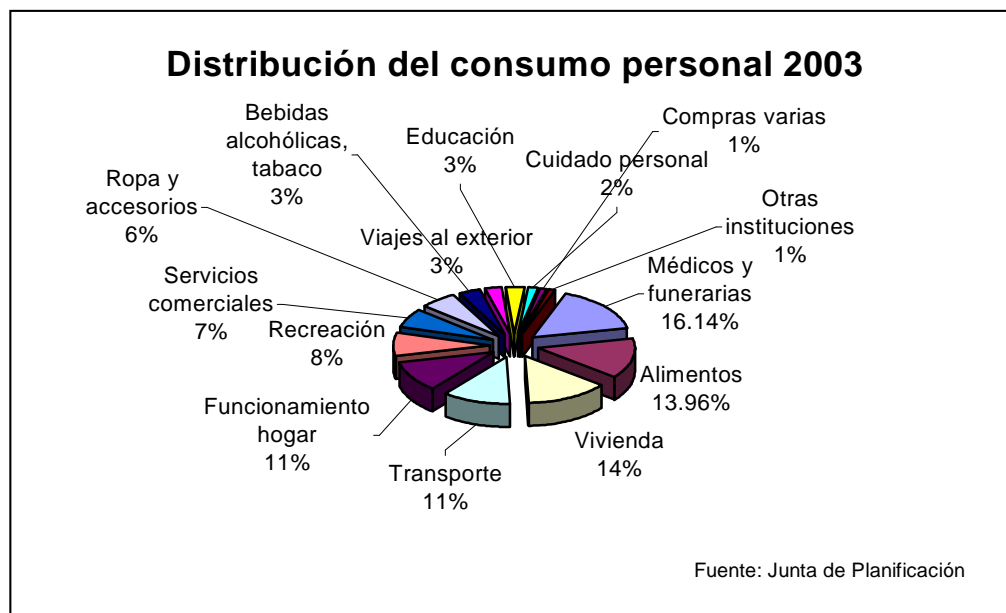


Gráfico 3: Distribución porcentual del consumo personal



Como se observa, el rubro con mayor participación en el consumo son los servicios médicos y funerarios, seguido por alimentos, con 5.983,1. La vivienda representa 5.895 dólares, mientras que el transporte equivale a 4.871. El funcionamiento del hogar representaba 3.357.3, los servicios comerciales 2.58, la ropa y accesorios 2.7. Los demás estaban por debajo de los 1.500 dólares. En educación el consumo es de 1.221 dólares por año.

Los costos de la mano de obra son menores que en los EE.UU. a pesar que el salario mínimo es el mismo (5.25 por hora) El promedio isleño para todas las industrias manufactureras es de \$8.40 por hora, mientras que en el territorio continental es de 13.49.

Esta ventaja de Puerto Rico frente a su asociado es una desventaja frente a Colombia, donde la hora cuesta alrededor de 1.31, dependiendo de la tasa de cambio imperante. Esta es una gran ventaja comparativa para nuestro país, siempre que la productividad sea la misma o mayor que la puertorriqueña y que los costos de los demás insumos sean menores.

## **INFORMACIÓN GENERAL**

### **Subsectorización**

El sector editorial incluido en el capítulo 49<sup>3</sup> del arancel de los EE.UU., se compone no sólo de los servicios de impresión sino de la edición de libros y la publicación de diarios y otras publicaciones periódicas, así como manuscritos y planos.

El capítulo 49 no incluye:

- Negativos o positivos fotográficos en base transparente (Capítulo 37)
- Mapas, planos o mapamundis en relieve, impresos o no
- Cartas para juegos y otros bienes del capítulo 95
- Grabados, impresos o litografías originales (Título 9702), estampillas de correo o de impuestos, cubiertas de primer día de emisión, papelería postal similar a la del título 9704 y antigüedades de cualquier edad mayor de 100 años u otros artículos del capítulo 97.

Para los propósitos del capítulo 49 el término “impreso” también significa reproducido por medio de una máquina duplicadota, producido bajo el control de una máquina de proceso automático de datos, grabado, fotografiado, fotocopiado, termocopiado o mecanográfico.

Los diarios noticiosos, las revistas y las publicaciones periódicas empastadas en otros materiales distintos al papel y los juegos de los mismos que incluyan más de una edición bajo la misma carátula serán clasificados dentro del título 4901 tengan o no material publicitario.

El título 4901 también incluye:

- Colecciones de reproducciones impresas de, por ejemplo, obras de arte o dibujos con un texto relacionado, puestas con páginas numeradas en una forma adecuada para ser encuadernados en uno o más volúmenes.<sup>4</sup>
- Suplementos pictóricos que acompañen un volumen impreso

---

<sup>3</sup> Fuente: Harmonized Tariff Schedule of the United States (2004) – Suplemento 1, traducción del grupo consultor.

<sup>4</sup> Fascículos.

### ***Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico***

- Partes impresas de libros o folletos en forma de hojas separadas que sean un todo o parte de un todo diseñadas para ser encuadernadas.<sup>5</sup> Sin embargo, las ilustraciones o las imágenes que no incluyan un texto, en hojas separadas o no, entran en el título 4911.
- El título 4901 no incluye publicaciones dedicadas esencialmente a publicidad, como folletos, panfletos, catálogos, anuarios publicados por asociaciones comerciales y literatura promocional turística. Estas publicaciones se clasifican en el título 4911.
- Para efectos del título 4903, la expresión “libros infantiles de imágenes” se refiere a aquellos en los cuales las imágenes son el interés principal y el texto es subsidiario.

Considerando estas definiciones, se podrían segmentar las importaciones del sector editorial en 4 subsectores con productos de características diferentes que comparten el hecho de ser impresos, aunque sea por diferentes medios:

- Libros de diversos tipos
- Periódicos y revistas
- Catálogos y material publicitario
- Otros impresos (tarjetas de saludo, afiches, etc.)

**Tabla 1: Subsectores del sector editorial, por importaciones, 2003**

<b>Subsector</b>	<b>Valor</b>
Libros	60,806,415
Diarios y periódicos	29,841,786
Catálogos y material publicitario	54,293,236
Otros	34,794,006
Total	179,735,443

Fuente: Junta de Planificación, elaboración: Grupo Consultor

Llama la atención la alta participación de los catálogos y el material publicitario, casi tan elevada como la de los libros, indicador claro de la economía de consumo imperante en la isla. En diarios y periódicos se importa casi la mitad de libros, por lo que la cantidad de ejemplares – dado su bajo costo- es mucho mayor. En otros, como se verá más adelante, las tarjetas de saludo y las postales tienen una importante participación, la que se evidencia en supermercados y droguerías con amplias

---

<sup>5</sup> Fascículos

## **Plan estratégico Exportador a Estados Unidos**

estanterías (18 m/l en Walgreens de Trujillo Alto) exhibiendo toda clase de tarjetas de felicitación, con precios entre \$1.50 y \$2.00.

En la siguiente tabla se indica la subsectorización detallada que será objeto de este estudio:

Tabla 2: Subsectores a analizar, por partidas y descripciones

Subsector	Partida	Descripción
Libros	4901100000	Impresos, hojas sueltas
	4901910020	Diccionarios, incluyendo tesauros
	4901910040	Enciclopedias
	4901990010	Libros de texto
	4901990020	Diarios, periódicos empastado ex papel
	4901990030	Directorios
	4901990040	Biblias y otros libros religiosos
	4901990050	Libros técnicos, científicos y profesionales
	4901990055	Libros de arte, no en hojas sueltas
	4901990060	Libros de arte <\$5 c/u
	4901990070	Libros de tapa dura
	4901990075	Libros en rústica
	4901990091	Impresos <4 páginas
	4901990092	Libros de 5 a 48 páginas, excluyendo carátulas
	4901990093	Libros de más de 49 páginas, excluyendo carátulas
	4903000000	Libros infantiles para colorear o dibujar
	4905910000	Mapas, atlas etc. en forma de libro
	4905990000	Mapas, atlas etc.
Diarios y periódicos	4902100000	Periódicos publicados 4 veces por semana
	4902100000	Diarios, periódicos, más de 4 veces por semana
	4902902020	Periódicos publicado menos de 4 veces por semana
	4902902040	Publicaciones periódicas de negocios
	4902902060	Diarios y periódicos, ejemplares sueltos, NESOI
	4902905000	Diarios, periódicos, incluyendo hojas sueltas, atados
Catálogos, material publicitario	4911100020	Catálogos impresos ofreciendo venta de productos de EE.UU.
	4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros
	4911100050	Catálogos impresos
	4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO
	4911100090	Material publicitario impreso, NIOSO
Tarjetas y calendarios	4909002000	Tarjetas postales
	4909004020	Tarjetas impresas, NIOSO
	4909004040	Tarjetas impresas, NIOSO
	4910002000	Calendarios, impresión litográfica
	4910004000	Calendarios de todo tipo
Otros	4911910040	Cuadros, diseños y fotos
	4911911000	Cuadros, fotos impresos hace más de 20 años
	4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años
	4911913000	Litografías
	4911914020	Afiches, impresos no hace más de 20 años
	4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Subsector	Partida	Descripción
	4911996000	Material impreso con litografía
	4911998000	Material impreso

Fuente: Junta de Planificación de Puerto Rico, elaboración: Grupo Consultor<sup>6</sup>

El subsector con más productos es el de libros, con 18 partidas diferentes. Sin embargo, la clasificación no se basa siempre en los mismos criterios. En unos casos se usan las características físicas, como tipo de encuadernación o cantidad de páginas. En otros se caracteriza por el contenido, como en los casos de Biblias y libros religiosos; Diccionarios y tesauros, Atlas y otros. Durante el trabajo de campo se pudo constatar cómo un mismo título podía tener variaciones de precio de 1 a 10, ya que en una librería importante de San Juan se encontraron Biblias que costaban desde \$9 hasta \$90, dependiendo del formato, la encuadernación, el tipo de papel y otros. La misma variación se puede dar en libros de interés general. El popular Código da Vinci viene ahora en una versión ilustrada y de tapa dura que cuesta más del doble de la empastada en rústica. Esto dificulta las comparaciones de precios entre países, porque para la misma partida puede haber diferencias notables de características y, por lo tanto, de costos.

El subsector “Diarios y periódicos” incluye 6 partidas diferentes, mientras que catálogos cuenta con 5.

En otros se han agrupado diferentes tipos de impresos, que corresponden a 8 partidas distintas, que incluyen además de cuadros, afiches y litografías un gran cantidad de impresos NIOSO (No indicados o especificados en otra parte).<sup>7</sup>

Desafortunadamente, en Puerto Rico no existen estadísticas desagregadas sobre su comportamiento reciente o su participación en el PIB. El subsector “Imprentas y editoriales” con 250 millones en 2003 representaba el 0.53% del producto bruto interno. Por otra parte el rubro “Otras comunicaciones”, que incluye a los diarios y periódicos, aportaba 1.751 millones al PIB, es decir el 3.6%. Sin embargo, dado que este capítulo no está desagregado en la información oficial, es difícil estimar cual es el porcentaje de los diarios y periódicos dentro de otras comunicaciones y que rubros incluye este acápite. Sin embargo, conviene anotar que radio, televisión, teléfono así como telégrafo, cable y cable TV no figuran en este rubro. En el último censo económico, realizado en 1997<sup>8</sup>, la producción del sector era de:

<sup>6</sup> Traducción del grupo consultor

<sup>7</sup> En inglés NESOI,

<sup>8</sup> U.S. Census Bureau, Oficina del Censo de los EE.UU.



## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

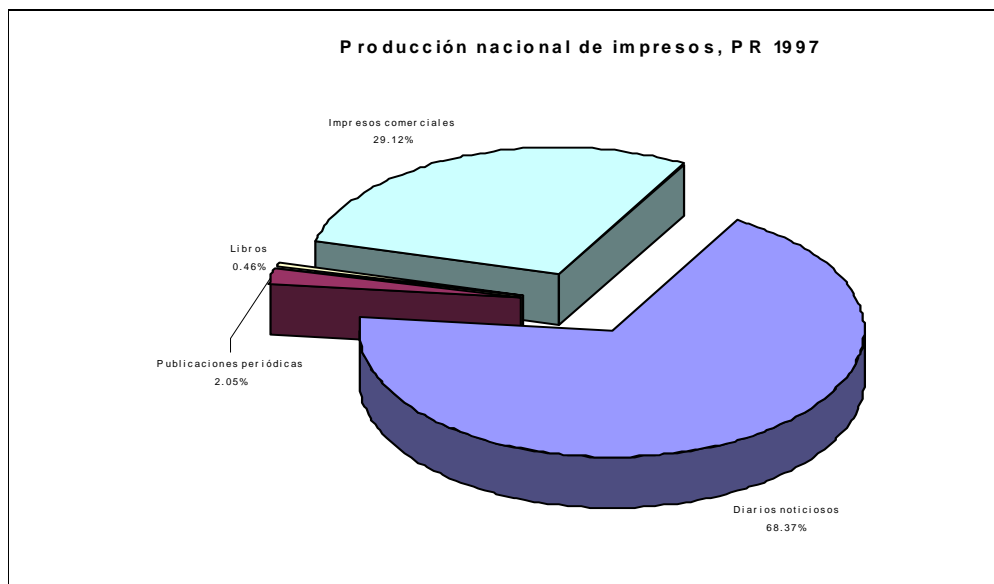
**Tabla 3: Producción del sector editorial, 1997**

	Establecimientos	Valor US\$
Diarios noticiosos	26	432,261,000
Publicaciones periódicas	14	12,956,000
Libros	5	2,929,000
Impresos comerciales	91	184,138,000
Total		632,284,000

Fuente: US Census Bureau, elaboración: Grupo Consultor

Como se observa, el grueso del sector editorial está representado por los diarios noticiosos, con 432 millones, es decir, el 68.36%.

**Gráfico 4: Producción de impresos, según censo económico de 1997**

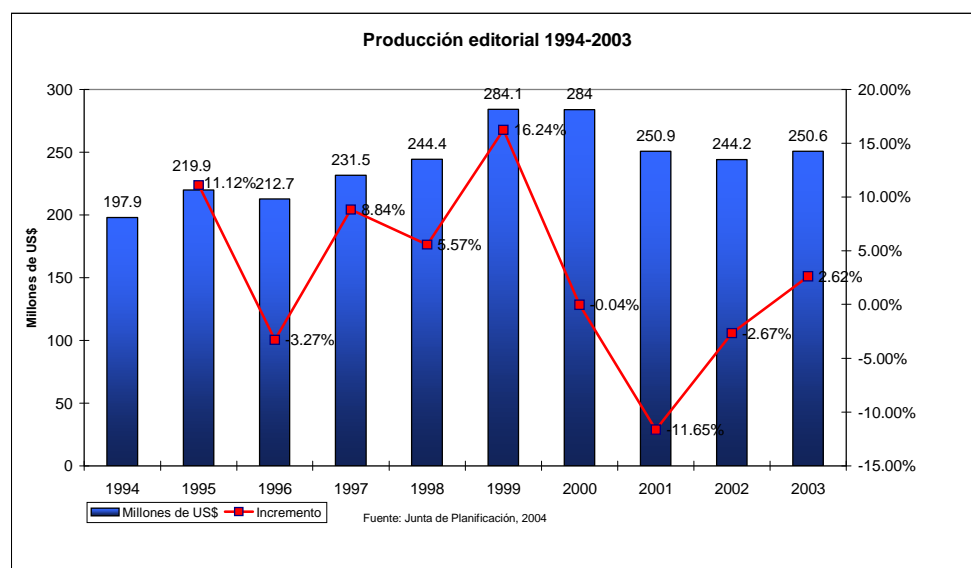


### **Sector editorial**

En los últimos 10 años, el sector imprentas y editoriales de Puerto Rico ha evolucionado como se muestra en el gráfico.

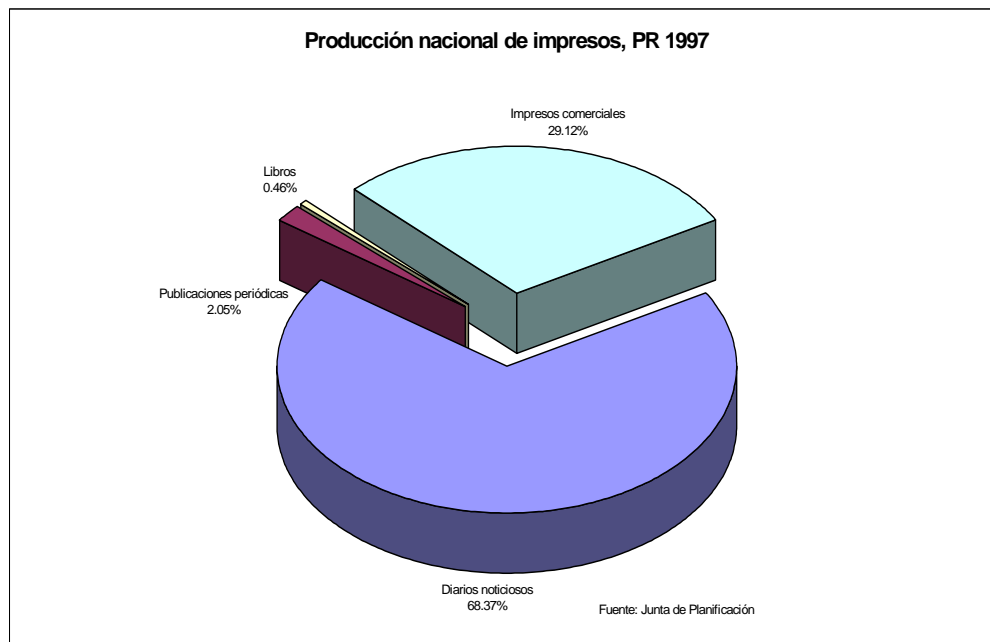
**Gráfico 5: Producción editorial, 1994-2003**

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico



Como se nota, el sector no ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años seis años y se ha mantenido relativamente estable en la última década. Estas cifras se refieren solamente a la producción nacional. Como se ve en el gráfico siguiente que muestra las importaciones, se produjo un incremento importante en 2000 y 2001, seguido de una desaceleración en los años siguientes. No obstante, las cifras han estado por encima del promedio para los dos últimos años.

**Gráfico 6: Producción nacional de impresos, 1997**



Fuente: U.S. Census Bureau, 1997

Se puede observar en el gráfico anterior que el grueso de la producción editorial local correspondía a diarios noticiosos, seguidos de impresos comerciales, como “shoppers”. Los libros y revistas no representaban más de 2.5% del valor total de la producción.

Según PRIDCO (Puerto Rico Industrial Development Company) el sector local incluía 60 establecimientos en 2002, beneficiados con diversas exenciones de impuestos con períodos entre 10 y 20 años<sup>9</sup>. De estas, el 80% eran de propiedad local, el 18% subsidiarias de firmas estadounidenses y el 2% de firmas extranjeras. En 2001 el sector generaba 6.598 empleos.

Por tipo de producto, las empresas Pridco del sector se dividen así:

**Tabla 4: Industrias PRIDCO del sector**

SIC	Producto	Firmas
2711	Diarios	1
2721	Publicaciones periódicas	1
2731	Editoriales	1
2732	Impresión de libros	3
2752	Litografías	9

<sup>9</sup> PRIDCO, The printing and publishing Industry, San Juan February 2002

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

2759	Impresión comercial	37
2761	Formas de negocios	2
2771	Tarjetas de saludo	1
2782	Libros en blanco y pastas de argolla	1
2789	Encuadernación	2
2796	Servicios de producción de planchas para impresión	2
		60

Las productoras de libros son sólo 3 de las 60, es decir, el 5%.

Entre las diversas exenciones para las firmas manufactureras creadas en Puerto Rico o cuyas operaciones se amplían están:

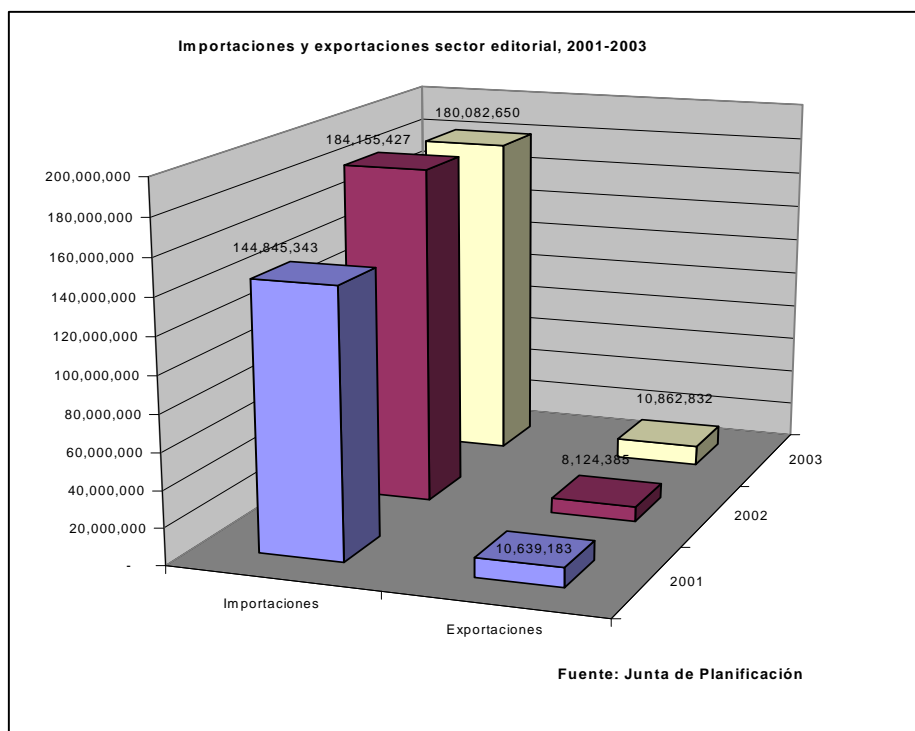
- 7% de tasa máxima de impuesto al ingreso
- Exención de impuestos en distribución de dividendos
- 200% de deducción en costos de investigación y desarrollo, así como de capacitación
- Deducción inmediata de los gastos en inversiones para edificios de fábricas y oficinas
- 100% de exención de “excise taxes” en materias primas, maquinaria y equipo usados para la manufactura, combustibles para generación de energía alterna y químicos para tratar agua de desecho
- 100% de exención en impuestos municipales durante la construcción de la fábrica y luego durante 1 años más. De ahí en adelante, 60% de exención.
- Impuestos prediales y personales a la propiedad durante la construcción inicial y el primer año de operación. 90% de exención de ahí en adelante.

Dependiendo de la ubicación, las empresas pueden beneficiarse de reducciones en los impuestos de ingresos y prediales para períodos de 10, 15, 20 o 25 años.

#### **Dinámica de comercio exterior, sector editorial**

Como se observa en el siguiente gráfico, tanto las importaciones como las exportaciones han tenido un crecimiento en los últimos tres años, pasando de 144.84 millones importados en 2001 a 180.08 en 2003 y de 10.64 millones exportados en 2001 a 10.86 en 2003.

**Gráfico 7: Importaciones y exportaciones, 2001-2003**



Se aprecia cómo en sólo tres años las importaciones se han incrementado en un 24.33% mientras que las exportaciones han permanecido prácticamente constantes. A pesar de esto, la Compañía de Comercio Exterior afirmaba recientemente: *“El libro puertorriqueño tiene un gran potencial de crecimiento en el mercado internacional. Uno de nuestros grandes desafíos es diversificar la oferta exportable y adaptarla a las inclinaciones y preferencias de los lectores en el extranjero”*.<sup>10</sup> Realmente, con los altos costos de producción y las deseconomías de escala existentes en Puerto Rico difícilmente se entiende cómo pretende el país enfrentar este gran desafío.

### Importaciones y exportaciones

Al analizar conjuntamente la evolución del sector editorial, tanto interno como de comercio exterior, se encuentra lo siguiente: Mientras las importaciones prácticamente se han duplicado entre 1998 y 2003 la producción nacional sólo ha tenido un modesto incremento del 2%. Esto puede explicarse porque la competencia del producto importado no le permite al sector local un desarrollo acorde con el crecimiento del resto de la economía o porque el sector local no tiene la capacidad de competir con el producto importado, por altos costos de mano de obra y ma-

<sup>10</sup> Puerto Rico Book Expo America, 2004. Traducción del grupo consultor.

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

terias primas, maquinaria obsoleta o deseconomías de escala. Cualquiera que sea la razón, las tendencias que muestra esta serie de tiempo son muy claras:

- Estancamiento del sector editorial local
- Gran dinamismo en la importación editorial

Las importaciones fueron:

<b>Año</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Importaciones	144,845,343	184,155,427	180,082,650

Las exportaciones<sup>11</sup> fueron:

**Tabla 5: Exportaciones en 2003**

<b>Año</b>	<b>EE. UU.</b>	<b>Otros países e Islas Vírgenes</b>
1997	42,948,272	2,150,530
1998	48,568,077	2,575,253
1999	36,774,279	4,815,187
2000	38,297,036	4,831,648
2001	33,250,952	5,387,837

Fuente: Junta de Planificación.

Como se observa en la tabla, las exportaciones a otros países e Islas Vírgenes han tenido un crecimiento sostenido, duplicándose entre 1998 y 2000, mientras que aquellas destinadas a los EE.UU., después de un pico de 48.6 millones en el 98 se han reducido a 33.25 en el 2001, es decir, un 31%. Al analizar el total de exportaciones se observa que su tendencia es decreciente, reflejo no sólo del estancamiento de la producción local sino del dinamismo de las importaciones.

## **COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO**

### **Tamaño del mercado**

Según la Junta de Planificación, en 2003, el sector aportaba 250.6 millones al PIB. Después de un importante incremento en 1999 y 2000 cuando llegó a representar 284 millones, el sector se desaceleró para bajar a 244 en 2002 y tener una muy leve recuperación en 2003. Sin embargo, los seis últimos años han estado por encima del promedio de la década.

---

<sup>11</sup> Fuente: PRIDCO, Junta de Planificación

### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

En esa misma época, Puerto Rico importaba 148.66 millones de los EE. UU., Islas Vírgenes y 31.63 del resto del mundo, para un total de 180.29. Al deducir 10.86 de exportaciones y sumas la producción nacional, proyectada a 2003 desde 1997 usando el incremento del PIB en el mismo período, la cual resulta ser de 1.043 millones se encuentra el tamaño del consumo aparente, es decir, 321 millones. El mercado de importación representa el 14.89% del consumo aparente, como se observa en la siguiente tabla. Estas cifras son para los 3 subsectores.

**Tabla 6: Consumo aparente, sector editorial**

Concepto	Valor
Despachos desde USA	148,662,124
Importaciones del resto del mundo	31,631,524
Total producción nacional (proyectada desde 1997)	1,043,560,464
Exportaciones	10,862,832
Consumo aparente	1,212,991,280

Al tomar las cifras del censo económico de 1997 (los resultados del último censo, realizado en 2002 aún no se han publicado y están programados para el comienzo del año entrante) se observa que al proyectar el valor de la producción de libros usando el incremento de ese sector entre 1997 y 2003, que fue de 8.2%, se podría estimar que su valor fue del orden de 3,16 millones en 2003. Así que el consumo aparente para libros sería en 2003:

**Tabla 7: Consumo aparente, libros**

Concepto	Valor (Mega US\$)
Producción nacional	3,169
+ Importaciones	37,231
- Exportaciones	-5,970
= Consumo aparente	34,430

En relación con la cantidad de libros, Puerto Rico importó más de 20 millones de ejemplares en 2003, es decir, más de 5 por persona, suma bastante alta si se la compara con Colombia. El precio promedio por ejemplar fue de \$2.99, lo cual da un precio de venta al público de \$15, después de adicionar los márgenes de intermediación respectivos.<sup>12</sup> Al analizar la competencia se desagregará esta cifra por producto y país

<sup>12</sup> Ver márgenes de intermediación en “Canales de distribución”.

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

de origen, comparando los diversos productos con los precios locales de venta al público.

#### **Descripción del mercado**

Las importaciones de los libros del sector editorial (Partidas arancelarias 4901000000 a 4901999999) se concentran en unos pocos productos. Según datos de la Junta de Planificación de Puerto Rico y cálculos de los consultores, la distribución por productos es como se muestra en el gráfico siguiente:

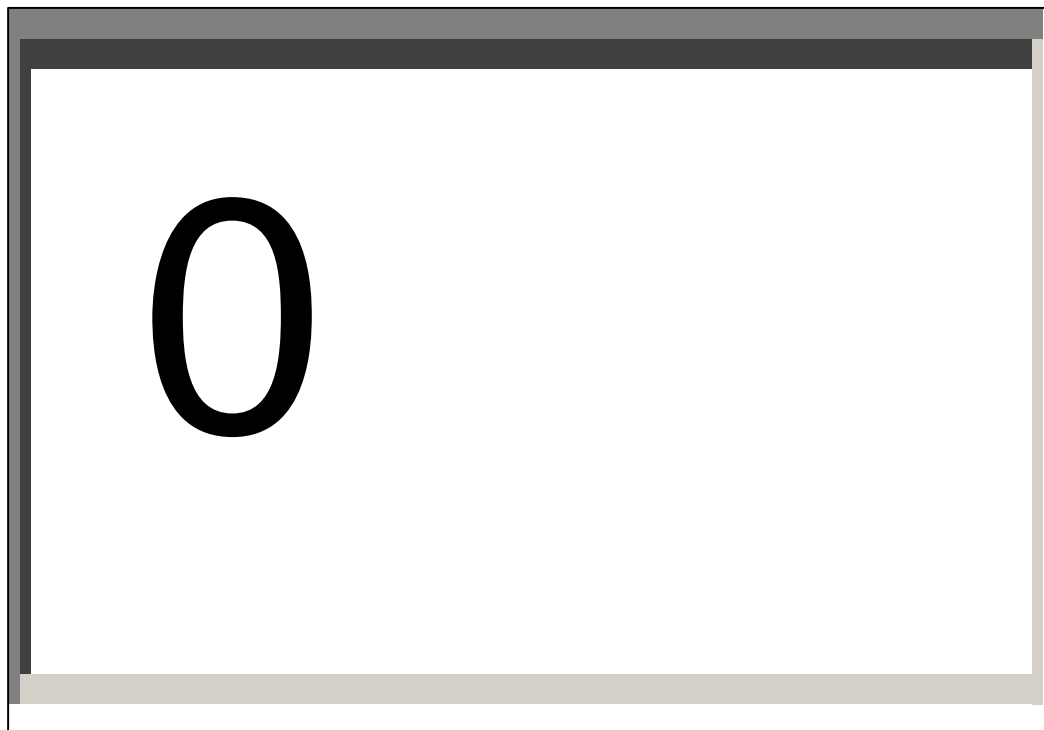
**Tabla 8: Tipos de libros importados, 2003**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Libros de texto	22,122,669
Impresos, folletos, plegables, hojas sueltas	11,751,525
Libros de más de 48 páginas, excluyendo carátulas	8,996,300
Libros técnicos, científicos y profesionales	8,696,805
Biblias y otros libros religiosos	2,610,041
Libros de 5 a 48 páginas, excluyendo carátulas	992,980
Libros de tapa dura	966,355
Diarios, periódicos empastado ex papel	635,699
Impresos, hojas sueltas	533,766
Libros en rústica y "rack size"	435,978
Material impreso de no más de 4 páginas, excluyendo carátulas	411,802
Diccionarios, incluyendo tesauros	342,084
Libros de 5 a 48 páginas, excluyendo carátulas	335,158
Enciclopedias	304,391
Directorios	213,148
Libros de arte, no en hojas sueltas	162,866
Libros de arte por debajo de \$5 c/u	6,644
	59,518,211

#### **Gráfico 8: Productos importados del sector**



**Gráfico 9: Productos importados, 2002**



Como se observa, el valor de los libros de texto comprende más del 40% del mercado de importaciones seguidos por impresos en hojas sueltas (16%), libros en rústica (17.7%) y libros técnicos (15.36%). Los demás libros, tanto de ficción como de no ficción, representan el 20%, incluyendo encuadernaciones en rústica y en tapa dura. Desafortunadamente las estadísticas no indican para estos casos el contenido del libro, como si lo hacen para las Biblias, los diccionarios, los libros religiosos y los científicos. Sin embargo, las observaciones hechas por el grupo investigador en las principales librerías muestra que la mayoría de los libros en rústica corresponden a diversos géneros de narrativa (suspense, misterio, novela policíaca, novela rosa) y a otros temas, como superación, esoterismo, autoayuda, consejos prácticos sobre diversos temas y cocina.

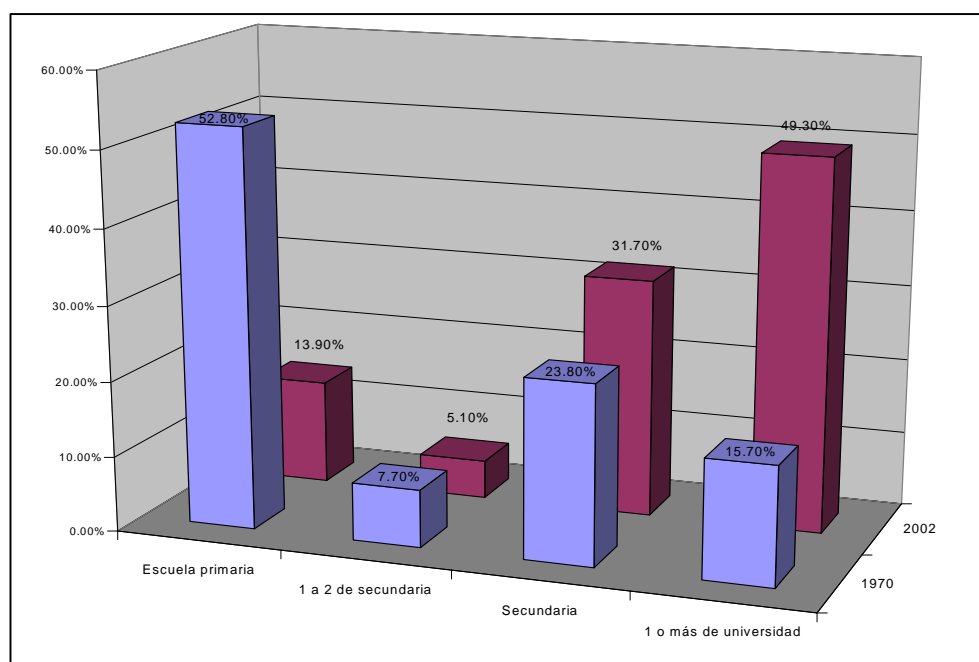
### **Características de la demanda**

Como lo indican las estadísticas de importación que muestran la alta participación de los libros de texto y los libros técnicos, científicos y profesionales (más del 55%) gran parte de los compradores son estudiantes. Esto ha sido corroborado en varias de las entrevistas con conocedores del tema, como el Sr. Alfredo Torres de la Librería la Tertulia o el

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico

Sr. Teo Rolón de Akron Libros. También se comprueba al visitar las grandes librerías, como Border's, donde se observa a un gran público joven comprando o simplemente curioseando. Los estudiantes que no pueden comprar asisten allá a consultar los libros que requieren para hacer sus tareas y se sientan en parejas en el piso para tomar notas, sin que nadie los moleste.

Gráfico 10: Niveles de escolaridad – 1970 y 2000



Como resultado del incremento del ingreso promedio entre 1970 y 2002 se ha presentado un notable aumento en los niveles de escolaridad, tal como se muestra en la gráfica siguiente. En 1995, el 88.2% de la población en edad escolar (5 a 18 años) estaba matriculada en la escuela. En el año 2000<sup>13</sup> había 599.250 estudiantes en las escuelas públicas y 119.951 en las privadas. En cuanto a los inscritos en las universidades, estos representaban 172.203 estudiantes en 2000. El 52% de la población entre 20 y 24 años está matriculada en alguna universidad, más que en España, el Reino Unido o Alemania y muy por encima de países latinoamericanos como Argentina con 42% y Chile con 39%. En 2004, los inscritos en las 15 principales universidades ascendían a 182.150. En 2004 los inscritos en las escuelas públicas solamente (Desde preescolar hasta duodécimo) eran 584.916 estudiantes<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Silvestrini, B. López, A. Atlas de Historia de Puerto Rico, Editorial Cordillera, San Juan 2002.

<sup>14</sup> Fuente: Departamento de Educación de Puerto Rico, 2004.

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

Este es el mercado potencial para libros de texto, mercado que no sólo tiene una alta capacidad de compra (generada no sólo por el elevado nivel de ingresos sino por el bajo tamaño promedio de las familias, que permite aprovechar mejor los ingresos de la pareja). Según la Junta de Planificación, los gastos en educación se han incrementado en un 34.27% en la última década, mientras que el consumo total ha crecido en un 15%. En 2003, los gastos de consumo personal eran de 10.375.

Otros segmentos del mercado están formados por los profesionales, clientes potenciales de los libros técnicos, científicos y profesionales. En el año académico 1998-1999 se concedieron 23.395 nuevos grados académicos en la diferentes universidades de Puerto Rico.

Las profesiones donde se dio el mayor número de grados son:

**Tabla 9: Profesiones con el mayor número de graduandos**

Profesión	Porcentaje
Administración de empresas	40.5%
Educación	15.9%
Profesionales de la salud	6.2%

Fuente: Depto. de educación

Aunque oficialmente Puerto Rico es un Estado bilingüe inglés español, esto no es enteramente cierto. Sólo el 14% de los hogares hablan únicamente inglés. El 72% no hablaba inglés muy bien, por lo que difícilmente están en capacidad de leer libros en inglés.<sup>15</sup> De hecho, cuando Borders' comenzó sus actividades intentó vender sólo libros en inglés y luego, por la demanda, se vio obligada a orientar la mayoría de sus ventas a ejemplares en castellano. Así que la gran demanda por libros en las Isla es por aquellos escritos en el idioma del Manco de Lepanto.

Las razones para la compra de libros en Puerto Rico varían de acuerdo con su contenido. Para los libros de texto, libros de referencia (diccionarios y enciclopedias) y atlas, la decisión de adquirir se basa en recomendaciones de los profesores y en el precio. En el caso de la narrativa, bien sea para libros en rústica o de tapa dura, el prestigio del autor contribuye mucho a la venta. Escritores consagrados como García Márquez, Saramago o Vargas Llosa han llegado a vender 50.000 ejemplares de un solo libro en Puerto Rico<sup>16</sup>, cifra que no sólo muestra el prestigio de estos autores sino el alto volumen de lectores existente en la Isla.. De hecho, en estos casos, el 1.3% de la población ha adquirido estos títulos. Es como si en Colombia un libro de estos autores vendiera unos 546.000 ejemplares, cifra nunca vista en nuestro país. La impor-

<sup>15</sup> Censo de 2000

<sup>16</sup> Fuente: Alfredo Torres, Librería La Tertulia

tancia del autor se refuerza al notar que la mayoría de los libros incluyen una nota biográfica en la contracarátula o en la solapa, muchas veces con fotografía.

Otras veces ayuda que el autor, aunque desconocido, haya obtenido un premio que no tiene por qué ser el Nobel. Puede ser el Premio Planeta, el Premio Alfaguara o el Premio Príncipe de Asturias, para mencionar sólo a los más importantes en el idioma de Castilla.

Laura Restrepo era totalmente desconocida en Puerto Rico hasta que se ganó el Premio Alfaguara, aunque ya había escrito varias novelas, publicadas sólo en Colombia. Hoy la 5ª edición de su libro *Delirio* se está vendiendo en la Isla.

En Puerto Rico no existen listas de los libros más vendidos en la isla. Sin embargo, para los publicados en inglés existe la lista de bestsellers del *New York Times*, la cual da una orientación –no necesariamente buena, porque un libro con buenas ventas en los EE.UU. puede ser un escrito mediocre que sólo interesa a ese público.

Otras veces el lector prefiere autores que ya conoce. Quien ya ha leído a Pérez Reverte o a Isabel Allende estará atento a sus nuevas obras y con gran probabilidad las adquirirá<sup>17</sup>. Es por esto que además de los datos biográficos del autor se suele incluir una lista de libros previamente publicados por el mismo, para refrescar la memoria de los lectores y recordarles cuanto disfrutaron con otro libro publicado previamente por el mismo autor.

La presentación del libro y en especial su carátula son un factor que contribuye a las ventas, como lo comentaron varios de los entrevistados. Esta debe ser a todo color, muy llamativa y claramente visible desde lejos, con el título y el nombre del autor destacados en caracteres de buen tamaño. El título puede ser también un muy buen gancho y por esto los autores dedican tanto tiempo a la búsqueda de un título vendedor. Finalmente, y esto en palabras del mismo García Márquez, la primera frase del libro define su carácter, y da un derrotero sobre el contenido de este. Es difícil olvidar la primera frase de *Cien años de Soledad*, frase muy bien trabajada por nuestro Nobel. Varios de los entrevistados

---

<sup>17</sup> Lo que han aprovechado estos autores para producir versiones seriadas de algunas de sus novelas, como *Las Aventuras del Capitán Alatriste*, de Pérez Reverte que con *El Caballero del Jubón Amarillo* ya va en la 5 entrega. Isabel Allende ha hecho lo mismo con las aventuras de la familia Codd.

### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

coincidieron en afirmar que en Puerto Rico la carátula era un factor importante para la venta del libro.<sup>18</sup>

En el caso de los libros de referencia, así como de los libros técnicos y profesionales, el uso del color (aunque sean a dos tintas) contribuye a mejorar la calidad del libro, resaltando la información gráfica. Para los atlas, la policromía es indispensable para imprimir correctamente la cartografía, ya que muchas de sus convenciones se basan en la intensidad y el tipo de color (azul muy profundo para las fosas oceánicas, azul pálido para las plataformas continentales, etc...)

En el caso de las Biblias puede haber dos razones, aparentemente opuestas. Una es la calidad. Quienes pueden darse el lujo preferirán un tomo empastado ojalá en cuero, con cantos dorados, mientras que las personas religiosas optarán por una versión económica, probablemente en rústica y con papel de menor calidad.

Otro factor es la crítica literaria, que se da en Puerto Rico a través de la revista de la Universidad de Puerto Rico o de la nueva revista Signos, publicada por Akron Libros e impresa en Colombia. La última edición de la revista Diálogo de la Universidad de Puerto Rico dedica 5 páginas a la crítica literaria y a entrevistas con varios escritores. Entre los libros criticados están:

Autor	Título	Editorial	Fecha
Neuman, Andrés	Una vez Argentina	Anagrama, Barcelona	2003
Merino F., Aixa	Discrimen contra la mujer negra	Oficina de la Procuraduría de Las Mujeres, San Juan	2004
Rodríguez, Nestor	Animal Pedestre	Terranova, Carolina	2004
López R., Luis	La mafia en Puerto Rico	San Juan/Sto. Domingo	2004
Casas, Myrna	El gran circo	Plaza Mayor	2004

No se sabe a ciencia cierta cuanto se lee un Puerto Rico, porque no existe un gremio activo del libro. Recientemente fue fundado y registrado en el Departamento de Estado pero todavía no está operando. Varios de los entrevistados coincidieron en afirmar que hoy se lee más, a juzgar por los incrementos de sus ventas. En un artículo publicado recientemente en Signos, Nereidín Feliciano se preguntaba ¿Por qué los jóvenes no leen? Sus respuestas son interesantes:

*“Hoy día los jóvenes, especialmente los universitarios, que es con los que ha tenido más experiencia no les gusta leer. ¿Por qué pasar tanto trabajo si tienen resúmenes de todas las novelas clásicas y ya existen*

---

<sup>18</sup> Entre ellos, Margarita Martínez, de Forsa Editores Inc.

*películas de esas novelas...a pesar de todo lo anterior, hay jóvenes a quienes les gusta leer. ¿Y que leen? Por mi experiencia, les gustan los “thrillers”, los misterios, las biografías...Un género que también les gusta es la fantasía...Creo que hay esperanza. He tenido estudiantes que no leían y que al llegar a mi clase descubren que les gusta leer y piden sugerencias. Recomiéndeme otro libro, Profe, que este me gustó.”*

En recientemente electo gobernador del Estado Libre Asociado, Aníbal Acevedo Vilá propuso en su campaña un programa para estimular la lectura, llamado “Lee y Sueña” en el cual el gobierno le enviaría mensualmente a todo niño que nazca en Puerto Rico desde el primer mes de nacido hasta los cinco años, cuando entran a la escuela. “La idea es que los padres desde pequeños les lean a sus hijos y fomenten en ellos el amor a la lectura desde temprana edad. Si el gobernador cumple su promesa abriría un nuevo y prometedor nicho de mercado, ya que en Puerto Rico hay 295.406 niños hasta de 5 años, el 7.8% de la población. Acevedo indica: “En mi casa, cada generación ha leído más que la anterior, por ejemplo yo leía más que mi padres y mi hija Gabriela definitivamente ya lee mucho más de lo que yo leía a su edad.”

En el Senado actualmente cursa un Proyecto de Ley del Libro, que ha sido bastante criticado y que busca dar incentivos al desarrollo integral de la industria del libro en Puerto Rico. Para algunos de los expertos que entrevistamos, el “proyecto es un disparate”, entre otras porque omite a importantes actores de la cadena de producción bibliográfica, entre ellos los distribuidores, los representantes de libros y hasta los agentes literarios, por lo que para el representante de libros Francisco Paco Parés la ley es toda una “fantasía política”.

La última edición de Diálogo, la revista de la Universidad de Puerto Rico, reunió a varios expertos para que hicieran sus recomendaciones para mejorar el proyecto del Senado, proyecto que tiene pocas posibilidades de ser firmado por la Gobernadora saliente, pues ya está a punto de terminar su mandato.

Entre las recomendaciones de esos expertos están:

- Financiación por parte del estado de todos los gastos de participación editorial en ferias del libro nacionales e internacionales

### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

- Crear una oficina de depósito legal para llevar un registro de los producido en el país y la cantidad de libros exportados.<sup>19</sup>
- Investigar el perfil del lector puertorriqueño y cuánto se lee en el país, estableciendo la diferencia entre libros de texto e interés general.
- Crear campañas en los medios de comunicación, promovida por el gobierno, la industria del libro y el sector privado para promover la lectura y la formación de nuevos lectores
- Todas las editoriales que impriman libros en el país o fuera de él deberán depositar una copia de cada ejemplar publicado en la Biblioteca Nacional.
- Crear un fondo oficial para adquirir libros de las editoriales puertorriqueñas y distribuirlos en las bibliotecas
- Crear una imprenta especializada en libros
- Imponer el Precio Único del Libro, para proteger a las firmas pequeñas de los mega descuentos de otras más grandes

Como se observa, todas estas recomendaciones son razonables y permitirían no sólo promover la lectura, sino la impresión y distribución de libros puertorriqueños, más orientado al mercado. El precio único del libro es algo que los libreros pequeños y medianos han solicitado debido a la competencia “despiadada” de grandes cadenas como Borders’.



Normalmente, los precio de lista para el público de los libros varían entre \$6 y \$18 para los empastados en rústica, entre \$20 y \$40 para los de tapa dura. Por \$40 a más se consiguen libros de arte de mediano y gran formato, pasta dura, a todo color y papel satinado.

Sin embargo, Borders’y otras librerías suelen hacer descuentos más o menos importantes sobre los precios de lista. Borders’ tiene descuentos permanentes del 20% para los clientes corporati-

---

<sup>19</sup> En realidad, la Junta de Planificación si tiene estadísticas de la exportación de libros, desagregadas por tipo de libro y país de destino, cantidad y valor. Lo que no se encuentra son estadísticas desagregadas y tan detalladas como las de exportación para la producción nacional. Tampoco hay datos precisos y confiables sobre las ventas de libros en la isla.

vos (entidades oficiales, universidades, empresas) y un departamento de ventas que se encarga de estos y mantiene una política muy agresiva y constante de descuentos.

Por esto desde que esta empresa inició sus actividades ya han quebrado más de 10 librerías medianas y pequeñas, debido a los grandes descuentos que ofrece continuamente. En una visita reciente, el grupo investigador pudo constatar como libros de 30 dólares estaban a 6.99. Además si se compraban dos el tercero era gratis. Y esto no es sólo para renovar inventarios o para deshacerse de “huesos”. La primera edición de “Memoria de mis Putas Tristes”, el último libro de García Márquez salió a la venta en Borders´ con un 20% de descuento. Para lanzar el libro “El Código Da Vinci” publicaron un aviso de página completa y ofrecieron un 40% de descuento, tanto que llegaron otros librereros (que reciben el 30% del distribuidor) a comprarles. Para dar estos descuentos logran un 50-55% de los distribuidores, sobre el PVP.

En el área metropolitana de San Juan hay más de 96 librerías, varias de las cuales tienen sucursales en otras ciudades. Entre las principales se encuentran<sup>20</sup>:

- The Book Boulevard
- Readers
- Borders´
- La Tertulia
- Paliques
- Cronopios
- Book Stop
- Mágica
- Econolibros

Algunas de ellas, como Borders´ y La Tertulia tiene una pequeña cafetería donde los clientes pueden hojear los libros que desean mientras toman una taza del excelente café puertorriqueño. Varias, como Borders´, La Tertulia y otras tienen páginas por Internet<sup>21</sup> y venden por este medio, con pago con tarjeta de crédito. Los libros en oferta incluyen una foto y una breve reseña, además del precio. En el caso de La Tertulia, además de su “stock” normal, la firma ofrece sus recomendados y las novedades del mes.

---

<sup>20</sup> Ver anexo para dirección y teléfonos, en Lista de Contactos.

<sup>21</sup> [www.borders.com](http://www.borders.com), [www.latertulia.com](http://www.latertulia.com)



## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

Librerías grandes, como Borders<sup>22</sup> tiene en exhibición más de 140.000 títulos. Las medianas, como La Tertulia, exhiben unos 12.000 títulos<sup>22</sup>. Por lo general, en aquellas que ofrecen descuentos, los libros rebajados están a la entrada. El espacio es generoso, con buena distancia entre anaqueles (mucho mayor que en Colombia), mesas para las novedades y diversos estantes para colocar los libros mostrando su carátula, de frente al público. Por lo general se agrupan los libros por temas y hay secciones para Bestsellers, narrativa, misterio, ciencia ficción e incluso para libros religiosos.

Los principales distribuidores de libros son:

**Tabla 10: Distribuidores de libros**

<b>Distribuidor</b>	<b>Teléfono<sup>23</sup></b>
A & B Imports	701 4226
Akron Books	754 2088
Aparicio Distributors Inc <sup>24</sup>	787 3000
Biblio Services <sup>25</sup>	753 1231
Borikén Libros Inc.	753 1744
Caribbean Cobres	852 1239
Christian Book and Health Food	797 8434
Circulación Mundial	786 8169
De Libros Inc.	294 2215
Directo Inc.	767 6433
Dismundial Internacional Corp.	757 6679
Distribuidora de Ediciones Escolares	761 0003
Distribuidora Norma Inc.	788 5050
Distribuidora Orion, Inc.	720 3819
Ediciones Norte, Inc.	701 0909
Ediciones de la Universidad de Puerto Rico	751 8251
Editorial del Caribe	995 5608
Editorial Lector	771 4592
Editorial Mc Graw Hill Interamericana	751 2451
Editorial Plaza Mayor, Inc.	764 0455
Educational Publications and Services	725 4281
Feria Internacional del Libro de PR	721 0844
Geminni 2000, Inc.	753 8362
Grupo Santillana, Inc.	781 9800
Infoguía	281 7345
Inner Books Libros Inc.	751 8821
La Liga Bíblica de Puerto Rico	796 3703
Lexis Nexis de Puerto Rico, Inc. <sup>26</sup>	294 1567

<sup>22</sup> Según información de Alfredo Torres.

<sup>23</sup> Antes del número hay que digitar 1 (Estados Unidos) y 787 (Código de área de Puerto Rico).

<sup>24</sup> Mayorista de libros infantiles y materiales didácticos

<sup>25</sup> Especializados en libros jurídicos

<sup>26</sup> Libros jurídicos, publicaciones oficiales

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Libromundi Corp.	723 7827
Medical Books in Print	767 3651
Perrone Importers	764 6112
Publicaciones Educativas, Inc.	296 2073
Readers	784 7751
Scholastic Publications	781 1844
Scott Foresman	751 6437

### **Diarios y periódicos**

En el caso de diarios y periódicos es más difícil precisar el consumo aparente, porque las estadísticas nacionales no están desagregadas. Al tomar los datos del censo de 1997 y proyectarlos de acuerdo con el incremento del sector en el mismo período se tendría para 2003:

<b>Rubro</b>	<b>Valor US\$</b>
Producción nacional	443,000,000
Más importaciones	29,601,416
Menos exportaciones	-32,463,000
Consumo aparente	440,138,416

Los principales diarios de Puerto Rico son:

**Tabla 11: Principales diarios de Puerto Rico**

<b>Título</b>	<b>Circulación<sup>27</sup></b>
El Nuevo Día	242,000
El Vocero de Puerto Rico	167,500
Primera Hora	115,300
The San Juan Star	100,000
Total	624,800

Fuente: Caribbean Business, The Book of Lists 2004.

Según estos datos, uno de cada dos hogares puertorriqueños lee habitualmente un diario.

El costo del ejemplar por semana es de \$1.5 los domingos y 35 centavos entre semana, para El Nuevo Día. Los diarios son de formato tabloide, con numerosas páginas y varios suplementos publicitario de diferentes empresas, llamados localmente “shoppers”, con fotos y precios de los productos que estas desean promover. Las tarifas de publicidad para avisos (pulgada por columna) varían entre \$56 para The San Juan

<sup>27</sup> Se refiere a la circulación en el día de mayor tiraje, que es el domingo para El Nuevo Día y en días laborables para los demás.

### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

Star y \$78 para el Nuevo Día. Las tarifas para clasificados oscilan entre \$25 y \$53.

En cuanto a los semanarios, los principales son:<sup>28</sup>

- Caribbean Business
- Vida Actual
- Empresas P.C.E, Inc
- Periódico La Semana
- Todo Bayamón
- Periódico Claridad
- De Todo Carolina
- Periódico El Oriental
- Periódico Diario Metro
- El Visitante
- El Norte
- La Opinión del Sur

Los diarios y periódicos se originan solamente en dos países: Estados Unidos y República Dominicana, no sólo debido a costos de transporte sino a frecuencia de aviones y barcos cargueros entre estos países y Puerto Rico. El valor de las importaciones en 2003 fue:

**Tabla 12: Importaciones de diarios y periódicos**

<b>Partida</b>	<b>Diarios y periódicos</b>	<b>País</b>	<b>Cantidad<sup>29</sup></b>	<b>Valor</b>
4902100000	Periódicos publicados 4 veces por semana	República Dominicana	56,212	170,306
4902100000	Diarios, periódicos, más de 4 veces por semana	EE. UU.	159,340	545,080
4902902020	Periódicos publicado menos de 4 veces por semana	República Dominicana	1,067,789	1,510,884
4902902020	Periódicos publicado menos de 4 veces por semana	EE. UU.	555,900	674,050
4902902040	Publicaciones periódicas de negocios	Colombia	268,044	349,775
4902902040	Publicaciones periódicas de negocios	República Dominicana	272,264	87,879
4902902040	Publicaciones periódicas de negocios	EE. UU.	204,626	186,904
4902902040	Publicaciones periódicas de negocios	Perú	53,583	29,194
4902902060	Diarios y periódicos, ejemplares sueltos, NESOI	Argentina	29,430	15,571
4902902060	Diarios y periódicos, ejemplares sueltos, NESOI	Colombia	505,656	97,685
4902902060	Diarios y periódicos, ejemplares sueltos, NESOI	República Dominicana	6,336,563	506,310
4902902060	Diarios y periódicos, ejemplares sueltos, NESOI	España	1,249,524	1,625,101
4902902060	Diarios y periódicos, ejemplares sueltos, NESOI	México	379,343	432,769
4902902060	Diarios y periódicos, ejemplares sueltos	República Popular China	3,000	2,500

<sup>28</sup> Clasificados por Caribbean Busines según el número de empleados.

<sup>29</sup> En kilogramos

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

4902905000	Diarios, periódicos, incluyendo hojas sueltas, atados	EE. UU.	10,886,566	23,367,408
	Total		21,944,827	29,601,416

Aquí nuevamente surge la concentración del mercado, con apenas 6 productos distintos provenientes de sólo 8 proveedores internacionales.

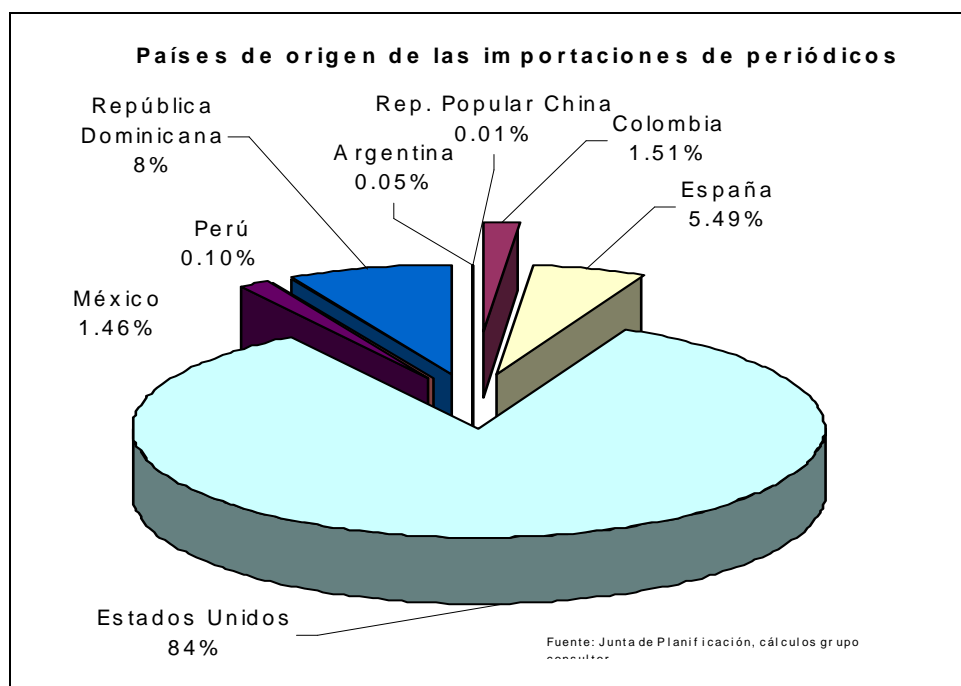
#### **Características de la competencia (periódicos)**

**Tabla 13: Características de la competencia (periódicos)**

<b>País de origen</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Argentina	15,571	0.05%
Colombia	447,460	1.51%
España	1,625,101	5.49%
Estados Unidos	24,773,442	83.69%
México	432,769	1.46%
Perú	29,194	0.10%
República Dominicana	2,275,379	7.69%
República Popular China	2,500	0.01%
Total	29,601,416	100.00%

Al analizar la competencia por países de origen, se encuentra que casi el 84% de las importaciones está dominado por los EE.UU., seguido a muy larga distancia por la República Dominicana, con el 7.69%. España cuenta con un 5.49%, mientras que Colombia y México participan respectivamente con el 1.51% y el 1.46%, por las porciones casi similares. Si bien la cercanía y bajos costos de transporte, así explican la preponderancia de los EE. UU. (reforzada también por economías de escala por la gran cantidad que exporta a Puerto Rico –cerca de 11 millones de kilos) o la relativa importancia de la República Dominicana cabe la pregunta: ¿Por qué si España está lejos y tiene mayores costos de producción tiene una participación mayor que la de Colombia? La respuesta probablemente permitirá confirmar que en este campo existe un nicho de mercado para nuestro país, nicho que aún no ha sido suficientemente explotado.

**Gráfico 11: Países de origen de los periódicos**



Al observar la competencia por productos se comprueba que Colombia está muy cercana a la República Dominicana en las publicaciones de negocios, donde ambas superan a los EE.UU. El idioma castellano puede estar contribuyendo a este éxito, aunque curiosamente las publicaciones de negocios hechas en Puerto Rico, como las de Casiano Communications (Caribbean Business y otras) están escritas en inglés.

### **Catálogos y material publicitario**

Este rubro es el que mayor participación tiene en el total de importaciones, superando a todos los demás y se origina por la economía dinámica de la isla y por la costumbre norteamericana de vender por catálogo. Las empresas norteamericanas establecidas en Puerto Rico y en especial aquellas que venden por catálogo como Sears, Macy's, J.C. Penny contratan con un proveedor continental la impresión de sus catálogos para todos los Estados Unidos y envían sólo una parte de estos a Puerto Rico, aprovechando las economías de escala de los grandes tirajes. Por esto aquí también dominan los EE.UU. pero a diferencia de los demás subsectores ya analizados hay mucho más países de origen, sólo para dos productos. Países que se deben contentar con los escasos

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

restos de la parte del león, ya que entre todos ellos deben repartirse menos del 2% de las importaciones puertorriqueñas.

**Tabla 14: Importación de catálogos y material publicitario**

Partida	Descripción	País de origen	Un.	Cantidad	Valor
4911100020	Catálogos impresos ofreciendo venta de productos de EE.UU.	Colombia		3,385	22,220
4911100020	Catálogos impresos ofreciendo venta de productos de EE.UU.	Japón		32,300	3,224
4911100020	Catálogos impresos ofreciendo venta de productos de EE.UU.	Perú		29,527	15,674
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	Barbados		1,265	2,763
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	Canadá		21,000	10,184
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	Colombia		18,233	15,454
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	Israel		17,450	13,480
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	Italia		1,000	2,677
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	Japón		580	45,761
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	Perú		225,686	227,395
4911100040	Catálogos impresos para venta/arriendo productos extranjeros	República de Corea (Corea del Sur)		1,000	2,580
4911100050	Catálogos impresos	EE.UU.	Kg.	5,091,488	28,936,373
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Argentina		685	6,267
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Bélgica		2,238	27,251
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Canadá		1,848	37,428
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Chile		56	2,737
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Colombia		15,910	175,411
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Costa Rica		3,818	14,476
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	España		26,724	78,241
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Holanda		1,754	17,064
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Italia		1,824	5,497
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Japón		1,370	13,828
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Malasia		320	2,370
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	México		1,126	11,221
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Perú		15,626	124,957
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Reino Unido		1,787	2,366
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	República Dominicana		5,085	28,475
4911100080	Material publicitario impreso, NIOSO	Venezuela		497	2,202
4911100090	Material publicitario impreso, NIOSO	EE.UU.	Kg.	2,795,118	17,380,680
Total					47,228,256

Como se observa, hay 22 proveedores para sólo dos productos. Como siempre, el mercado está dominado por los EE.UU. con más del 98% de las importaciones. En estas condiciones el grupo consultor considera que Colombia difícilmente puede competir en este grupo y registrar con agrado su buena participación (excluyendo a los EE.UU.) en el material publicitario impreso, grupo en el cual supera a todos los demás países. Conviene seguir insistiendo en este campo, aprovechando no sólo la buena calidad de impresión sino los excelentes diseñadores gráficos y fotógrafos con que cuenta nuestro país.

**Tarjetas y calendarios**

Existe un importante mercado, para las tarjetas de felicitación en Puerto Rico, como se evidencia al visitar droguerías como El Amal y Walgreens que dedican más de 8 metros cada una a exhibir diversas tarjetas de saludo y felicitación (cumpleaños, aniversarios, bautizos, primera comuniones, grados etc...). Estas son impresas a todo color, en papel de buena calidad y alto gramaje. Esta demanda se evidencia por las estadísticas de importación.

Los canales de distribución son las librerías, cadenas de supermercados y de farmacias. Los compradores pertenecen a una gran clase media y consumidora. Los estratos más altos probablemente no consuman tantas tarjetas de felicitación, pues tiene la capacidad adquisitiva de dar un regalo en vez de enviar un mensaje. De todas maneras, la cantidad de tarjetas importados en 2003 es muy significativa: 175 millones. En otras palabras, cada puertorriqueño recibió en promedio 41 tarjetas por año, de acuerdo con las cifras oficiales de la Junta de Planificación.<sup>30</sup>

**Tabla 15: Importaciones de tarjetas y calendarios**

Partida	Descripción	País de Origen	Un.	Cantidad	Valor
4909002000	Tarjetas postales	Alemania	Miles	224	3,430
4909002000	Tarjetas postales	EE.UU.	Miles	21,582	129,390
4909002000	Tarjetas postales	España	Miles	424	10,510
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	Bolivia	Miles	63	17,750
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	Brasil	Miles	27	3,079
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	China (Taiwan)	Miles	48	12,960
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	Colombia	Miles	1,864	359,481
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	EE. UU.	Miles	128,303	4,200,710
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	España	Miles	1,078	40,390
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	México	Miles	77	37,133
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	Rep. Popular China (Continental)	Miles	1,676	155,629
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	Trinidad y Tobago	Miles	9	11,273
4909004020	Tarjetas impresas, NESOI	Venezuela	Miles	244	40,665
4909004040	Tarjetas impresas, NESOI	Chile	Miles	250	2,503
4909004040	Tarjetas impresas, NESOI	Colombia	Miles	566	50,167
4909004040	Tarjetas impresas, NESOI	España	Miles	168	8,720
4909004040	Tarjetas impresas, NESOI	Italia	Miles	75	26,863

<sup>30</sup> Cifra que llamaba la atención y que fue verificada por el grupo consultor con la Junta de Planificación.

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Partida	Descripción	País de Origen	Un.	Cantidad	Valor
4909004040	Tarjetas impresas, NESOI	México	Miles	1	7,500
4909004040	Tarjetas impresas, NESOI	Perú	Miles	3	2,099
4910002000	Calendarios, impresión litográfica	Francia	Kg.	187	3,420
4910004000	Calendarios de todo tipo	Alemania	Kg.	1,725	5,805
4910004000	Calendarios de todo tipo	España	Kg.	535	5,499
4910004000	Calendarios de todo tipo	Italia	Kg.	20	4,164
4910004000	Calendarios de todo tipo	Perú	Kg.	467	3,326
	Total				5,142,466

Aquí también se observa la preponderancia de los EE.UU. que participa con el 84.2% de las importaciones. El segundo país por importancia es Colombia, con el 7.87%, aunque solo exporta tarjetas y aún no ha incursionado en el mercado de los calendarios párale cual existen condiciones favorables en nuestro país.

#### **Otros**

Esta partida está compuesto en su mayoría por “Otros impresos”. Incluye además cuadros, fotos, afiches y litografías. Es notable la ausencia de Colombia en productos como litografías sobre papel o afiches, en los cuales tiene no solo la capacidad de producción sino la lata calidad. Ahora bien, conviene notar que muchas de las partidas son por valores inferiores a \$5.000, lo que muchas veces no justifica los diversos trámites para exportar en tan pequeñas cantidades. Como siempre, el principal competidor es EE.UU. Sin embargo, en este caos participa con sólo el 46% de las importaciones, mientras que Colombia lo hace con un modesto 3.9%.

**Tabla 16: Otras importaciones**

Partida	Descripción	País de origen	Un.	Cantidad	Valor
4911910040	Cuadros, diseños y fotos	EE.UU.	Kg.	292,165	1,364,218
4911911000	Cuadros, fotos impresos hace más de 20 años	Alemania		12	2,691
4911911000	Cuadros, fotos impresos hace más de 20 años	España		22	2,123
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	Canadá		420	5,979
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	Chile		1,642	5,000
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	Rep. Popular China (Continental)		5,540	7,920
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	República Dominicana		1,056	10,395
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	Italia		12,622	19,194
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	Perú		39,385	323,692
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	España		21,983	25,328



## **Plan estratégico Exportador a Estados Unidos**

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>País de origen</b>	<b>Un.</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
4911912040	Litografías sobre papel con menos de 20 años	Venezuela		1,220	2,718
4911913000	Litografías	Argentina		1,495	11,025
4911913000	Litografías	Rep. Popular China (Continental)		1,293	3,095
4911914020	Afiches, impresos no hace más de 20 años	Costa Rica		516	12,708
4911914020	Afiches, impresos no hace más de 20 años	Francia		298	5,895
4911914020	Afiches, impresos no hace más de 20 años	Alemania		170	2,581
4911914020	Afiches, impresos no hace más de 20 años	Italia		1,260	5,576
4911914020	Afiches, impresos no hace más de 20 años	Perú		237	4,639
4911914020	Afiches, impresos no hace más de 20 años	España		230	2,388
4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años	Canadá		1,131	13,647
4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años	Chile		4,993	14,018
4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años	Rep. Popular China (Continental)		73,185	114,845
4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años	Colombia		608	7,298
4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años	México		1,723	5,870
4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años	Holanda		135	2,030
4911914040	Cuadros, diseños y fotos con menos de 20 años	España		719	15,810
4911996000	Material impreso con litografía	Canadá		12,598	388,254
4911996000	Material impreso con litografía	Chile		1,645	9,620
4911996000	Material impreso con litografía	Rep. Popular China (Continental)		13,314	14,962
4911996000	Material impreso con litografía	México		506	5,725
4911996000	Material impreso con litografía	Suecia		248	2,422
4911998000	Material impreso	Canadá		2,893	59,205
4911998000	Material impreso	Canadá		2,893	59,205
4911998000	Material impreso	Rep. Popular China (Continental)		2,280	9,607
4911998000	Material impreso	Rep. Popular China (Continental)		2,280	9,607
4911998000	Material impreso	Colombia		8,847	117,989
4911998000	Material impreso	Dinamarca		6,578	10,014
4911998000	Material impreso	Dinamarca		6,578	10,014
4911998000	Material impreso	República Dominicana		3,834	16,893
4911998000	Material impreso	República Dominicana		3,834	16,893
4911998000	Material impreso	India		311	7,422
4911998000	Material impreso	Italia		297	2,980
4911998000	Material impreso	Italia		297	2,980
4911998000	Material impreso	Rep. de Corea (Corea del Sur)		2,250	21,574
4911998000	Material impreso	Rep. de Corea (Corea del Sur)		2,250	21,574
4911998000	Material impreso	México		2,104	8,142
4911998000	Material impreso	México		2,104	8,142
4911998000	Material impreso	Perú		4,365	42,268
4911998000	Material impreso	Perú		4,365	42,268
4911998000	Material impreso	España		9,195	20,688
4911998000	Material impreso	España		9,195	20,688
4911998000	Material impreso	Suecia		473	4,984

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Partida	Descripción	País de origen	Un.	Cantidad	Valor
4911998000	Material impreso	Suecia		473	4,984
4911998000	Material impreso	Reino Unido		5,339	42,437
	Total otros				2,972,224

### **Análisis de la competencia para libros**

Aunque Puerto Rico trae libros de 39 países, los cuatro primeros concentraban en 2002 el 87.4 de las importaciones y en 2003 el 95.56%. Es decir, la concentración se incrementó en un 9.3% el año pasado en relación a 2002.

**Tabla 17: Análisis de la competencia para libros**

		EE. UU.		Colombia		España		México	
		2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
4901.1	En hojas sueltas	7,481,817	11,751,525	0	112,732		0	0	10,755
4901910020	Diccionarios	12,630	27,821	91,350	65,169	291,909	198,620	35,910	22,439
4901910040	Enciclopedias	43,188	65,365	190,775	60,814	116,390	47,309	105,157	103,114
4901.99	Libros de texto	21,828,010	12,377,537	801,208	3,922,311	1,648,199	1,935,345	3,293,369	3,374,859
	Periódicos encuadernados	76,909	591,552	49,045	36,182	5,607	0	0	0
	Directorios	11,947	48,234	77,126	68,505	0	0	0	0
	Biblias y libros religiosos	1,262,888	1,148,271	567,502	474,160	547,472	683,413	44,434	46,806
	Libros técnicos y científicos	9,819,031	8,471,702	63,080	19,467	115,343	20,914	194,520	70,435
	Libros de arte	751,585	162,866	0	0	9,516	6,644	0	0
	Libros de tapa dura	1,695,227	679,369	45,636	118,666	50,372	12,994	76,340	94,443
	Libros en rústica ("racksize")	4,957,700	1,907,445	2,302,039	3,338,033	4,672,868	4,013,341	1,555,502	1,279,631
	Mapas, atlas	493,847	442,487	4,037	32,842	27,687	6,375	0	0
	Libros infantiles para colorear	369,345	211,484	28,949	21,314	3,544	19,435	4,800	0
		48,804,124	37,887,661	4,222,749	8,270,195	7,488,907	6,944,390	5,310,032	5,002,482
Participación 2003			62.31%		13.60%		11.42%		8.23%
Participación 2002		64.80%		5.61%		9.94%		7.05%	

Como era de esperarse, el país dominante en el sector editorial es los EE.UU., con el 62.31% de las importaciones en 2003 y el 64.8% de estas en 2002. Sin embargo, no todos los libros importados de esa nación son en español y, por lo tanto, competencia para las exportaciones Colombianas. A juzgar por el porcentaje de la población que habla inglés muy bien, los libros en ese idioma podrían representar un 30% del total importado. Es decir, que los subtotales para los EE.UU. podrían multiplicarse por 0.7 para llegar al volumen de libros en castellano.

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

Aun así, la posición dominante sigue existiendo por lo que conviene preguntarse cómo han podido España, México y Colombia penetrar al mercado puertorriqueño. En primer lugar, por la cultura, con libros de autores iberoamericanos que llegan más al público local. Un Pérez Reverte o una Isabel Allende tocan más las fibras del lector puertorriqueño que un John Grisham o Tom Clancy traducidos al español, conocidos autores de best sellers. Otro factor pueden ser los precios de venta, los cuales serán comparados más adelante.

Pese al incremento de la concentración de los 4 “grandes” del mercado, el mayor de estos vio reducir su participación de 64.8 a 62.3% mientras que Colombia, por ejemplo, vio un incremento de 5.61% a 13.6%, es decir más del doble. De igual manera, España y México tuvieron moderados incrementos en la participación, pasando respectivamente del 9.94% al 11.42% y del 7.05% al 8.23%.

Por su lado, Colombia que con 4.22 millones de exportaciones era el cuarto de los grandes se coloca en 2003 en el segundo lugar, con 8.27, sobrepasando a sus principales competidores iberoamericanos, España y México. Este incremento se logra principalmente gracias a los libros de texto, que pasan de 801.208 a 3.022.311 es decir que casi se quintuplican. Otro renglón que aporta al incremento Colombiano son los libros en rústica con una exportación en 2003 que superó en más de un millón de dólares a la del 2002. Aunque no representan tanto relativamente dentro del total de las exportaciones Colombianas, los libros de tapa dura también tuvieron un aumento relativamente importante, pasando de 45.636 a 118.666, es decir más del doble.

En los productos en los que Colombia es líder en 2003 están los libros en rústica, superando incluso a los Estados Unidos, ya que exportó a Puerto Rico 3.33 millones contra 1.9 de los EE.UU. Sin embargo, no alcanzó los 4 millones que exportó España en este rubro.

En cuanto a los precios unitarios, como era de esperarse, hay una gran variedad. Conviene advertir que la tabla siguiente muestra sólo promedios aritméticos, que no indican la varianza o la dispersión de los datos. Así que deben tomarse sólo como indicadores de tendencias generales, de la misma manera que el PIB per capita de un país no muestra la distribución de ingresos del mismo. Al no contar con información más detallada, estas aproximaciones pueden ser útiles para una primera visión de la competencia, que deben ser precisadas con mayor observación en los puntos de ventas. Las entrevistas realizadas con los diferentes expertos indican que los libros españoles son los más costosos. Sin embargo, la tabla siguiente, basada en las estadísticas de importacio-

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico

nes de la Junta de Planificación<sup>31</sup> indica algo diferente. Las convenciones usadas ayudan a la lectura: fondo rojo corresponde al país más costoso y amarillo al más económico.

**Tabla 18: Precios de libros importados**

Partida	Descripción	Colombia	EE. UU.	España	México
4901100000	Impresos, hojas sueltas	6.79	12.37/kg	ND	14.83
4901990075	Libros en rústica	ND	2.59	ND	
4901910020	Diccionarios, incluyendo tesauros	1.29	3.88	2.73	3.58
4901910040	Enciclopedias	31.59	5.11	19.11	18.27
4901990010	Libros de texto	2.52	6.24	4.36	14.99
4901990020	Diarios, periódicos empastado ex papel	1.35	0.18	ND	ND
4901990030	Directorios	6.28	2.21	ND	ND
4901990040	Biblias y otros libros religiosos	1.12	20.78	3.32	3.31
4901990050	Libros técnicos, científicos y profesionales	7.15	6.90	3.78	12.67
4901990055	Libros de arte, no en hojas sueltas	ND	1.83	1.20	6.63
4901990070	Libros de tapa dura	3.24	3.24	2.80	ND
4901990091	Impresos <4 páginas	ND	1.00	ND	3.10
4901990092	Libros de 5 a 48 páginas, excluyendo carátulas	0.86	0.56	4.00	8.40
4901990093	Libros de más de 48 páginas, excluyendo carátulas	1.91	1.01	4.13	ND
4903000000	Libros infantiles para colorear o dibujar	1.63	0.87	0.27	ND
4905910000	Mapas, atlas etc. en forma de libro	1.13	26.53	ND	ND
4905990000	Mapas, atlas etc.	4.26	12.90	ND	ND

Fuente: Junta de Planificación. Cálculos: Consultores

De todas maneras, los diccionarios, los libros de texto, las Biblias, los libros de 5 a 48 páginas y los de más de 48 páginas producidos en España son más caros que los colombianos. De la misma manera, los diccionarios, los libros de texto, las Biblias, los mapas y atlas de los EE.UU. cuestan más que los de Colombia.

Los productos colombianos más económicos son:

- Impresos hojas sueltas
- Diccionarios y tesauros
- Libros de texto
- Biblias
- Libros en rústica de 5 a 48 páginas
- Mapas, atlas en forma de libro y otra

Otros productos en los que Colombia se acerca al precio promedio, sin ser el país de origen más barato ni el más caro:

<sup>31</sup> Cálculos de los consultores

- Libros técnicos y científicos
- Libros de más de 48 páginas

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

Los canales de distribución del libro en Puerto Rico son muy amplios y variados. A partir de un editor, quien puede contratar a un impresor nacional o extranjero, los libros llegan al público por varias vías:

- Librerías
- Cadenas de farmacias
- Supermercados
- “Grocery Stores” o colmados
- Escuelas públicas y privadas
- Bibliotecas públicas y privadas

Por lo general el editor se encarga de la distribución y vende a los intermediarios citados. No existe una cadena de distribución como la del Círculo de Lectores, en la que el editor/impresor le vende directamente al público, en sus librerías propias o por medio de vendedores a comisión.

El Departamento de Educación adquiere mediante licitación pública a proveedores inscritos en el registro de proponentes libros tanto para las bibliotecas como para las escuelas públicas. El presupuesto para las primeras es de US \$200.000 por año, que no parece tan alto al considerar que hay 1.100 bibliotecas escolares, con lo que el valor promedio por biblioteca sería menos de 200 por año. El presupuesto para libros de texto de escuelas públicas varía. En 2000 se hizo una gran compra de 78 millones para las escuelas que incluyó software además de libros. Sin embargo, esto no es lo usual.

En el CCE (Centro de Comercio Exterior) de Promoexport<sup>32</sup> hay 21 editoriales inscritas, así:

- UPR Periódico Diálogo (Periódico de la Universidad de Puerto Rico)
- Instituto de Estudio de Estudios Hostocianos
- Editorial Plaza Mayor
- Publicaciones Puertorriqueñas
- Ediciones Callejón

---

<sup>32</sup> Hoy llamada Compañía de Comercio y Exportación, aunque más conocida con su antiguo nombre de Promoexport.

### ***Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico***

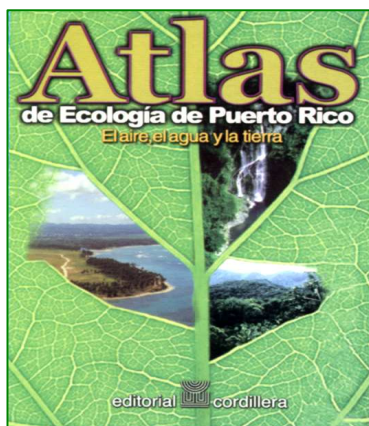
---

- Isla Negra Editores
- Editorial de la Universidad de Puerto Rico
- Último Arcano
- Anisa
- Editorial del Instituto de Cultura Puertorriqueña
- Editorial Cordillera
- Publicaciones Yuquiyu
- Editorial Panamericana
- Ediciones Puerto
- Ediciones Norte
- Editorial Cultural
- Editorial Huracán
- Centro de Estudios Avanzados de Puerto Rico y el Caribe
- Crónicas Publicaciones
- Ediciones Vértigo
- Editorial Ateneo Puertorriqueño

A continuación se presenta la caracterización de algunas de las principales editoriales y librerías puertorriqueñas, entre las que se encuentran:

- Editorial Cordillera
- Instituto de Cultura Puertorriqueño
- Publicaciones puertorriqueñas
- Librería educativa
- Biblio services
- Lexis Nexis
- West Law
- Publicaciones JTS

#### ***Editorial Cordillera***<sup>33</sup>



Editorial Cordillera se fundó en el año 1962 con sede compartida entre las ciudades de San Juan, Puerto Rico y Barcelona, España. Tradicionalmente, Editorial Cordillera se ha destacado en la edición, publicación y distribución de obras literarias en español, materiales educativos y obras clásicas puertorriqueñas.

---

<sup>33</sup> Información suministrada por la Editorial Cordillera.

En el campo literario, el fondo de Editorial Cordillera incluye obras clásicas de reconocidos escritores como Luis Llorens Torres, Virgilio Dávila y José de Diego. Editorial Cordillera también ha publicado las obras completas de la Dra. Concha Meléndez y la Dra. Amelia Agostini de Del Río, entre otros. En nuestro fondo editorial contamos además con títulos tales como: Los que murieron en la horca, de Jacobo Córdova Chirino; Seva, Escribir para Rafa y La verdadera muerte de Juan Ponce de León, de Luis López Nieves; Lo que Ángela Luisa Dijo..., de Ángela Luisa Torregrosa; En honor a la verdad, de Aníbal Acevedo Vila y otros.

En el área educativa, Editorial Cordillera se ha destacado por la publicación de la Breve enciclopedia de la cultura puertorriqueña, el Compañero del estudiante del Quijote e Historia del pueblo de Puerto Rico. Además, Editorial Cordillera ha producido una completa colección de atlas<sup>34</sup> incluyendo el Atlas geográfico Puerto Rico en el Universo, Atlas Mundial Escolar, Atlas de la Historia de Puerto Rico: Desde sus orígenes hasta finales del siglo XIX y el Atlas de Historia Universal. En esta categoría, incluimos también el Diccionario escolar de la lengua española: Cordillera 20 y Mi primer diccionario ilustrado, así como el Atlas de Ecología de Puerto Rico, el Atlas de Historia de Puerto Rico: desde finales del Siglo XIX hasta finales del Siglo XX y el texto Vive la geografía de nuestro Puerto Rico.

En el área de interés general, Editorial Cordillera ha publicado obras como Figuras Ilustres de Puerto Rico, Grandes Monumentos Históricos de Puerto Rico, El Yunque y más recientemente, El retorno de Turey, el segundo volumen de colección de tirillas cómicas de Turey el Taíno. Distribuye no solo libros de texto, sino también obras literarias, diccionarios, atlas, videos, mapas murales y láminas

La experiencia y el conocimiento técnico de Editorial Cordillera han sido también exitosamente aplicados a la producción de materiales promoción de ventas y relaciones públicas. Entre éstos se encuentran proyectos como Tesoros naturales (Island Finance Corporation), Nuestro ambiente (Island Finance Corporation), Menú Criollo Goya (Goya Foods, Inc.) y 100 años de la bandera puertorriqueña (Cámara de Representantes de Puerto Rico).

La empresa distribuye libros en todo Puerto Rico con las siguientes tarifas: Dentro de Puerto Rico y EE.UU.: Correo Libros (Media Mail): \$1.25/lb. Dentro y fuera de PR y EE.UU. Vía UPS: Cargos UPS desde código postal 00919.

---

<sup>34</sup> La mayoría impresos en Colombia.

Editorial Cordillera, Inc. PO Box 19239 San Juan, PR 00919-2363 Tel (787) 767-6188 Fax (787) 767-8646

**Tabla 19: Atlas publicados por Editorial Cordillera**

**\*NUEVO\***

El ***Atlas de Ecología de Puerto Rico*** se fundamenta en la definición más sencilla de la ecología: *la interacción entre el hombre y su hábitat*.

Esta publicación presenta datos, gráficas y fotografías de tres aspectos fundamentales del ambiente en su contexto puertorriqueño:

\*El Aire\*

\*El Agua\*

\*La Tierra\*

El propósito es proveer a nuestros estudiantes de un cúmulo de información confiable para inciar, afianzar o ampliar sus conocimientos sobre este tema. El ***Atlas de Ecología de Puerto Rico*** contribuirá a que los puertorriqueños del Siglo XXI puedan disfrutar de una sociedad moderna, en armonía y balance con el ambiente.

80 pág, tapa dura, 9"x12"

**Availability:** Usually ships the next business day.

ISBN: 088-495-169-3 **\$19.95**

Ordenar

El Atlas Geográfico Puerto Rico en el Universo es un excelente banco de datos sobre cosmografía, historia, geografía general e información cartográfica sobre Puerto Rico. El Atlas Geográfico Puerto Rico en el Universo ha sido seleccionado como libro de texto por el Departamento de Educación de Puerto Rico al igual que muchas escuelas y centros de educación privados.

Rústica, 80 pág., 9" x 12"

**Availability:** Usually ships the next business day.



## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

ISBN: 0-88495-150-2 **\$14.65**

Ordenar

El Atlas de la Historia de Puerto Rico: desde sus orígenes hasta finales del siglo XIX presenta la historia de Puerto Rico desde una perspectiva geográfica, permitiendo la exposición diversa de los acontecimientos más sobresalientes de nuestra gesta histórica por medio de mapas.

Rústica, 63 p., 9" x 12"

**Availability:** Usually ships the next business day.

ISBN: 0-88495-151-0 **\$12.55**

Ordenar

El ***Atlas escolar temático de Puerto Rico***, sin sustituir los textos regulares de historia ofrece a nuestros estudiantes la oportunidad de familiarizarse con algunos temas importantes de la historia de nuestro país, a través de un recuento breve y bien documentado.

El propósito de este trabajo es ofrecer a los estudiantes de Puerto Rico información y datos de interés sobre diferentes aspectos de nuestra historia. Incluye

temas como:

\*geografía \*cambios ambientales importantes \*población \*política  
\*economía \*cambios sociales \*cultura \*identidad

Ilustrado con variedad de mapas, gráficas y fotografías a todo color.

Rústica 9" x 12", 32 pág.

**Availability:** Usually ships the next business day.

ISBN: 0-88495-171-5 **\$7.25**

Ordenar

¡La vuelta al mundo en 31 páginas!

El Atlas Mundial Escolar es de gran ayuda para el estudio de la geografía a nivel elemental. Permite una mejor comprensión de los complicados y detallados asuntos del estudio de la geografía mundial.

Rústica, 28 pág., 9" x 12"

**Availability:** Usually ships the next business day.

ISBN: 0-88495-152-9 **\$7.25**

Ordenar

**\*NUEVO\***

El *Atlas de la Historia de Puerto Rico: desde finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX*, sin sustituir los textos regulares de historia de Puerto Rico, ofrece a nuestros estudiantes la oportunidad de recorrer ese período histórico a través de un recuento breve y bien documentado. El texto se complementa con gran variedad de mapas, gráficas y fotografías para hacer más motivador y atractivo el estudio de la historia de nuestro país.

Entre los temas que incluye destacamos los siguientes:

- \*población
- \*desarrollo urbano
- \*cambios socioculturales
- \*procesos políticos
- \*desarrollo económico
- \*infraestructura

80 pág, tapa dura, 9"x12"

**Availability:** Usually ships the next business day.

ISBN: 0-88495-174-X **\$19.95**

Ordenar

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

El Atlas de Historia Universal muestra de forma histórica y gráfica el desarrollo cultural de la humanidad. Desde los núcleos iniciales de las culturas antiguas (aztecas, persas, egipcia, mesopotámica, etc.) hasta la formación de los bloques de poder del mundo contemporáneo.

rústica, 32 p.

ISBN:

0-88495-161-8 **\$7.75**

---

Nuestros diccionarios son una valiosa herramienta de estudio y aprendizaje, tanto a nivel elemental como intermedio.

basado en la versión impresa de ***Mi primer diccionario ilustrado***, provee las herramientas necesarias para que niños de edades entre 4 y 8 años puedan enriquecer su vocabulario con palabras, frases y conceptos de utilidad en nuestra vida cotidiana. Diseñado en formato bilingüe ***Mi primer diccionario: Versión Interactiva*** permite a los usuarios leer el texto en su selección de idioma, español, inglés o ambos simultáneamente, y escuchar la pronunciación correcta de las palabras. Además, incluye divertidos juegos para reforzar y enriquecer el aprendizaje.

El CD-ROM está diseñado sobre una base de Macromedia(r) Flash(r) compatible con computadoras IBM/PC con sistema operativo Windows 95(r) o superiores y el MS Internet Explorer(r).

Busque el código de oferta de \$5.00 de descuento en Guía de Compras de Río Piedras. No utilice espacios al entrar el código del cupón electrónico.  
Principio del formulario

**Availability:** Usually ships the next business day.

ISBN: 088-495-178-2 **\$29.95**

Ordenar

## ***Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico***

---

Mi Primer Diccionario Ilustrado, en su 13a edición, es un diccionario elemental bilingüe del español al inglés pensado para el nivel infantil y elemental.

Rico en ilustraciones a todo color.

Rústica, 96 p.

**Availability:** Usually ships the next business day.

ISBN: 84-7374-002-5 **\$7.65**

Ordenar

Este novedoso diccionario contiene 20,000 voces seleccionadas con un criterio moderno fundamentado en la utilidad de las mismas. Bastará un sencillo análisis comparativo para demostrar que en este Diccionario escolar de la lengua española encontrará una serie de voces que no figuran en otros diccionarios similares o de mayor número de voces.

rústica, 472 p.

**Availability:** Usually ships the next business day.

**Diccionario Escolar de la Lengua Española: Cordillera 20** ISBN: 0-88495-153-

7 **\$4.70**

Ordenar

Escrita por Antonio J. De Haro. La novela se desarrolla en el año 2025, en lo que ha llegado a ser la República de Puerto Rico. Contra este trasfondo político se desenvuelve la historia de los Moreno-Gil, familia económicamente poderosa y socialmente prominente. El protagonista, Andrés Moreno Beltrán, ve como su entorno tan cuidadosamente construido se viene abajo sin remedio. Es una historia de tema universal, llevada al Puerto Rico de un futuro no tan lejano.

Rústica, 427 págs. 4.5" x 7.25"

**\$14.95**

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

Esta es la historia pequeñita de **Tomás: un elefante grande que quería ser perro salchicha** es una edición bilingüe (español e inglés) del cuento escrito por Myriam Yagnam Lara e ilustrado por el artista puertorriqueño Jorge Zeno.

Tomás es un elefante de circo, que se siente triste porque nadie lo acaricia como al perro salchicha de la mujer gorda del circo. Tomás quiso convertirse en la mascota un niño y sentirse feliz como un perro salchicha. Cuando lo logró, lo trataron como a un perro, y se dio cuenta que no podía vivir una vida de perro. Finalmente lo adoptaron una abuelita y sus nietos, quienes lo trataron como lo que es, un elefante.

Ed. 2003, 7 1/2" x 10 1/2"; 32 p.

**\$12.95**

Girafa, cuento para niños escrito por Myriam Yagnam, narra la historia de un gato que aprendió a volar. Girafa es una fábula poética que trata sobre la búsqueda de un sueño y como su protagonista logra alcanzarlo. Este hermoso libro, ilustrado por Jorge Zeno, narra las peripecias de un gato "tan enamorado de la luna que le había crecido el cuello de tanto mirarla". En su afán por alcanzar la luna Girafa "decide tomar clases de vuelo con las palomas de la catedral"...pero a pesar de sus esfuerzos no logra volar. El Sr. Buho, un gran sabio "que conoce toda la magia del planeta" viene en su ayuda y así comienza Girafa una etapa de conocimiento y estudio que lo lleva, en última instancia, a llegar a la luna y a entender el amor.

**\$9.95**

### **Ilustración 2: Literatura puertorriqueña en Editorial Cordillera**

---

"el trabajo de desmitificación más importante que se ha hecho en [Puerto Rico] en las últimas décadas" -José Luis González; "un texto literario impecable" -Pedro Zervigón; "un verdadero 'happening' cultural" -Carmen Dolores Hernández.

**\$7.99**

---

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

---

Escribir para Rafa, de [Luis López Nieves](#), es una colección de relatos que sorprenden por la novedad de sus temas: una pareja que se ama de noche pero se odia de día; un músico de "platillos" de música, el infinito fracaso de un suicidio, etc. Todos ellos escritos en un lenguaje preciso y cautivante.

---

**\$11.99**

---

El último libro de relatos históricos de Luis López Nieves. El volumen consiste de cinco cuentos ubicados en el Caribe del Siglo XVI. López Nieves es el autor del célebre relato histórico "Seva", actualmente en su décima edición.

---

**\$7.99**

---

***Milagro bajo la Estrella de Oriente*** es una breve historia novelada que relata la vida de los Tres Reyes Magos comenzando con su juventud, nunca antes narrada. Escrita por el autor puertorriqueño José Manuel Solá, ***Milagro bajo la Estrella de Oriente*** es una reafirmación de los valores universales más fundamentales y más preciados de la sociedad.

Esta manifestación literaria de la tradición de los Tres Reyes Magos, brinda una renovación a la alegría, la paz y la esperanza a todos los niños del mundo.

---

**\$9.95**

---

En Aromas del Terruño del poeta pedagogo Virgilio Dávila, encontramos versos entrañables que nos recuerdan nuestra tierra: "...es el móvil océano gran espejo..."; "...no des tu tierra al extraño por más que te pague bien...".

Aromas del Terruño es una obra por donde desfilan coplas, décimas, sonetos, poemas versolibristas, romances, etc. Una gran muestra de variedad técnica dentro de una unidad temática --el jibarismo artístico--. Aromas del Terruño ofrece un estilo original, de ágil sencillez diáfana y melódico.

---

**\$7.99**

---

## **Plan estratégico Exportador a Estados Unidos**

---

Alturas de América, de Luis Llorens Torres es una cuidada edición de las obras de este insigne escritor puertorriqueño, definido por Valbuena Briones como el "poeta nacional puertorriqueño". Alturas de América se ha considerado como su poemario más hermoso y significativo, con evocaciones poéticas de una agudeza borboteante de sensaciones y de tristeza "[s]on como la huella vivida, que está allí y se siente al pronunciarla."

**\$8.70**

---

Escrito por Jacobo Córdova Chirino, **Los que murieron en la horca** ofrece una auténtica y documentada historia del crimen, juicio y ajusticiamiento de todos los que en Puerto Rico pagaron con sus vidas sus horrendas fechorías.

**\$7.99**

---

Angela Luisa Torregrosa ha laborado ininterrumpidamente en el periodismo puertorriqueño durante las últimas cinco décadas. Durante su trayectoria periodística, Angela Luisa ha recibido casi todos los premios del periodismo que se otorgan en nuestra Isla, además de innumerables reconocimientos cívicos y profesionales.

Lo que Angela Luisa dijo... es una selección de varias de las columnas escritas por Angela Luisa Torregrosa organizadas cronológicamente en tres períodos correspondientes a su medio original: El Mundo, Revista Angela Luisa y El Nuevo Día. Angela Luisa nos presenta en su modo peculiar la vida de nuestro país, con frases agudas, temas frontales, giros irónicos, efusión humorística, en párrafos cortos y relampagueantes.

Rústica, 214 p.

**\$15.70**

---

### **Láminas Anatómicas y de Naturaleza**

Editorial Cordillera distribuye la colección de Láminas de Anatomía / Láminas de La Naturaleza de Editol Ediciones, S.A. La serie cuenta con láminas impresas por ambos lados cada una de un tamaño aproximado de 28" x 40" y cubriendo los siguientes temas:

\* Aparato Digestivo/Aparato Excretor \* Sistema Esquelético/El Cráneo \* Sistema Muscular Ventral/Sistema Muscular Dorsal \* Aparato Circulatorio/Aparato Respiratorio \* Los Sentidos: La Vista/Los Dientes \* Los Sentidos: El Oído y el Tacto/El Gusto y el Olfato \* El Aparato Reproductor/El Embarazo \* El Sistema Nervioso/El Cerebro \*

## ***Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico***

---

Estas láminas solamente están disponibles de Editorial Cordillera dentro del territorio de Puerto Rico. Contáctenos para mayor información.

**\$20.95**

---

### ***Instituto de Cultura Puertorriqueña***

El Instituto de Cultura Puertorriqueña es la institución gubernamental a la que se asigna la responsabilidad de establecer la política cultural del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. El Instituto fue creado por la Ley 89, el 21 de junio de 1955, con el propósito de contribuir a conservar, promover, enriquecer y divulgar los valores culturales del pueblo de Puerto Rico y lograr el más amplio y profundo conocimiento y aprecio de los mismos.

El Instituto inició sus funciones en noviembre de 1955. Su primer Director Ejecutivo fue el Dr. Ricardo E. Alegría, quien guió la agencia hacia dos objetivos fundamentales: estudiar y conservar nuestro patrimonio histórico-cultural; y estimular, fomentar, promover y divulgar las diversas manifestaciones de la cultura Puertorriqueña.

En términos generales, la estructura organizacional del Instituto responde a las funciones que la ley le asigna. Varios programas atienden los siguientes aspectos especializados de la cultura: fomento de las artes, las artes plásticas, las artes populares, la arqueología, los museos y los parques, los monumentos y las zonas históricas, la música, las publicaciones y las grabaciones, el teatro y la danza, el Archivo General y la Biblioteca General; y extiende su gestión de promoción cultural por toda la Isla, a través de los Centros Culturales, organizaciones autónomas en los pueblos.

Apartado 9024184, San Juan, Puerto Rico 00902-4184 Teléfono: 787-724-0700 Fax: 787-724-8393 Correo Electrónico: [www@icp.gobierno.pr](mailto:www@icp.gobierno.pr)

### ***Editorial Cultural***

Editorial Cultural surgió en los años cuarenta cuando su fundador, Don Francisco Vázquez Álamo, Contador Público Autorizado de profesión, con un genuino interés en promover las artes y la cultura, establece junto a René Marqués, Pedro Juan Soto y Eliezer Curet "El Club del Libro".

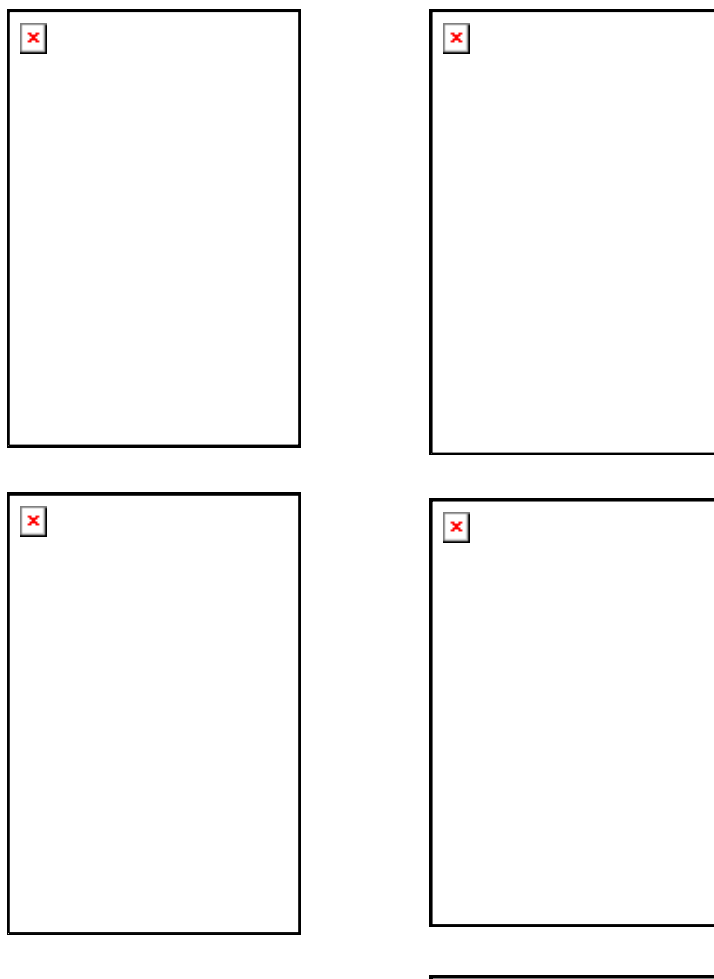


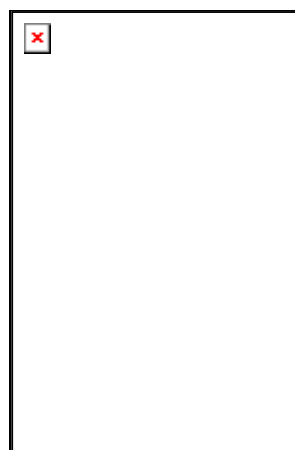
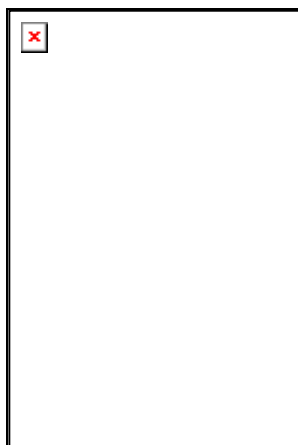
### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

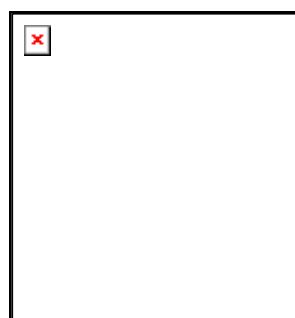
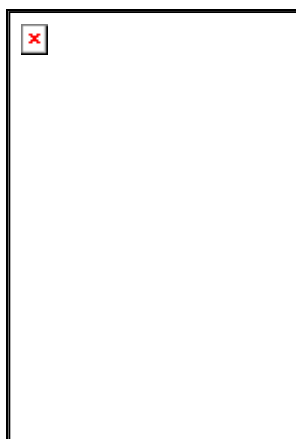
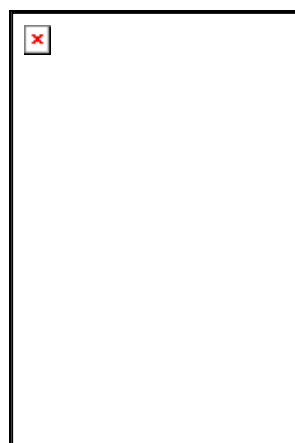
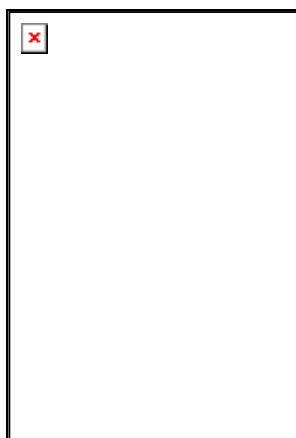
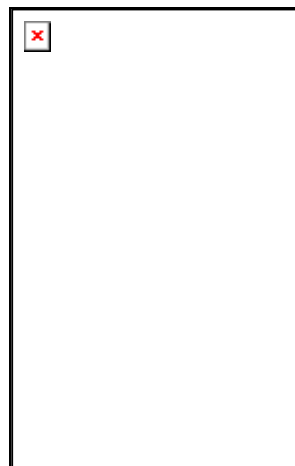
---

Este primer esfuerzo se dio como punto de partida marcando, en las postrimerías de los años cuarenta, el comienzo de lo que habría de convertirse en el primer esfuerzo propuesto desde el sector privado encaminado a promover nuestra literatura nacional y nuestra cultura. Es en esta antesala de la bohemia y acompañados de todo eso de lo que los grandes sueños están hechos, cuando se establece Editorial Cultural.

Editorial Cultural cuenta con un importante catálogo de publicaciones en los géneros de Poesía, Teatro, Historia, Novela, Ensayo, Cuentos, Educación e interés general. [www.editorialcultural.com](http://www.editorialcultural.com)







### **La Tertulia**

Durante casi cuarenta años, la Librería La Tertulia se ha mantenido estrechamente vinculada con el quehacer cultural de Puerto Rico. Desde su fundación, a mediados de la década de 1960, su propósito ha sido poner en las manos del lector las mejores ediciones de la literatura universal, así como de la producción editorial de Puerto Rico. A lo largo de su historia La Tertulia se ha especializado en los temas relacionados con las humanidades y las ciencias sociales.

En sus anaqueles podrá encontrar obras sobre teoría política, filosofía, historia, sociología, ensayo, poesía, literatura y crítica literaria. La Tertulia ha sido el escenario de cientos de presentaciones de libros, conferencias, conversatorios y es un espacio para la conversación y la confraternización.



La Tertulia es después de Borders' la librería que más vende en Puerto Rico. Según su propietario, las ventas alcanzan a los US\$700.000 mensuales. Importan de España, principalmente y también de México, Argentina y Colombia, aunque nuestro país por ahora sólo representa el 5% de sus importaciones. No obstante, están muy interesados en ampliar las compras en Colombia, por la buena calidad y bajos precios. Su dueño, el Sr. Alfredo Torres ya ha estado en la Feria del Libro de Bogotá, a la cual califica como "excelente".

Avenida Ponce de León 1002, Río Piedras, Puerto Rico 00925, Tel. (787) 765 1148 Fax: (787) 765 1207

## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

Tabla 20: Algunas novedades de La Tertulia

	<p><b><u>ANSIEDAD DE SER PUERTORRIQUENO, LA: ETNOESPECTACULO E HIPERVIOLENCIA EN LA MODERNIDAD</u></b>  <b>Precio:</b>19.95  <b>Autor:</b>TORRECILLA, ARTURO</p> <p>Puerto Rico, con el privilegio o la desgracia de ser un eslabón particular del Imperio moderno a través de, más que un vínculo, una osmosis revertida con Estados Unidos, se inscribe ahora en la transición al Imperio-mundo de geometría variable y fractal. El no haber asimilado del todo los atributos de la modernidad y sí en cambio su modernización, es lo que excita a observadores cosmopolitas, como el novelista Mario Vargas Llosa, a detenerse en la cultura y en la política del paisaje de esta isla color verde arrugado...<a href="#">Más</a></p>
	<p><b><u>DESVARIOS DE TI NOEL, LOS: ENSAYOS SOBRE LA PRODUCCION DEL SABER EN EL CARIBE</u></b>  <b>Precio:</b>16.95  <b>Autor:</b>SAN MIGUEL, PEDRO L.</p> <p>El desvarío, alega Pedro San Miguel, es una de las condiciones de posibilidad de la función intelectual en el Caribe. Al igual que Ti Noel -personaje de la novela El reino de este mundo de Alejo Carpentier que San Miguel usa como emblema-, el intelectual caribeño usualmente vive en un delirio, por lo que cree que puede salvar al mundo por medio de la palabra...<a href="#">Más</a></p>
	<p><b><u>FEMINA FABER</u></b>  <b>Precio:</b>19.95  <b>Autor:</b>SOTOMAYOR, AUREA MARIA</p> <p>En el espacio ambiguo deparado a la víctima, al artista, a la mujer, al poeta, al vagabundo y al demente, surgen modos de emplear el tiempo. El escenario principal de este libro atañe a un espacio ético que explora la justicia y la ley en el proceso de la victimación, la oralidad de un loco que cuestiona al Estado, el performance como escritura corporal, el arte como mezcla de lenguas, el cuerpo como coyuntura donde confluyen armoniosamente el pensar y el sufrir...<a href="#">Más</a></p>
	<p><b><u>NACION POSTMORTEM . ENSAYOS SOBRE LOS TIEMPOS DE INSOPORTABLE AMBIGUEDAD.</u></b>  <b>Precio:</b>21.95  <b>Autor:</b>PABON, CARLOS</p> <p>En Puerto Rico, la nación vende bien, según confirman publicistas, empresarios y políticos. Pero Carlos Pabón, enragé de los historiadores isleños, lanza una tesis provocadora: la nación pertenece al reino de los "undead", ámbito de las criaturas que, sin estar vivas, nunca mueren...<a href="#">Más</a></p>



**TRIO LOS PANCHOS, EL. HISTORIA Y CRONICA**

**Precio:**28.00

**Autor:**ORTIZ RAMOS, PABLO MARCIAL

El Trío Los Panchos ha sido el trío más importante en la historia de la canción romántica. La Revolución Panchista, que dio inicio en Nueva York en 1944, inauguró una etapa luminosa en la historia del bolero y transformó la música de trío...[Más](#)

## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

---

### Recomendaciones



#### **VEINTE AÑOS Y UN DÍA**

**Precio:**18.95

**Autor:**SEMPRUN, JORGE

Quismondo, Toledo, 18 de julio de 1956. En su finca La Maestranza, veinte años después del estallido de la guerra civil, los Avendaño han decidido celebrar por última vez la ceremonia expiatoria en la que, ritualmente, en cada aniversario, reproducen la ejecución del hermano menor a manos de los campesinos. Entre los invitados, un hispanista norteamericano intrigado por tan extraña costumbre, y un comisario de la Brigada Político Social empeñado en dar con un tal Federico Sánchez, agente comunista. Por diferentes motivos, ambos comparten el mismo interés en indagar en la historia reciente de la familia, sobre todo en las relaciones secretas de la bellísima y enigmática viuda, Mercedes Pombo. En la fragmentada sucesión de encuentros y tiempos, se superponen y complementan las versiones, que van reconstruyendo los hechos fatídicos que dieron origen a la ceremonia, pero también surgen aciagas revelaciones de ocultas relaciones eróticas en el ambiente espeso y violento de la posguerra.



#### **ESTILO DEL MUNDO, EL: LA VIDA EN EL CAPITALISMO DE FICCION**

**Precio:**19.95

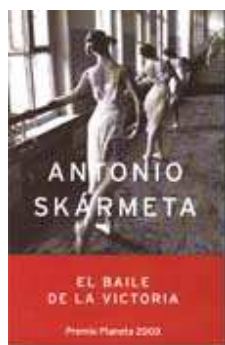
**Autor:**VERDU, VICENTE

Vicente Verdú, uno de los más agudos investigadores de los fenómenos contemporáneos, nos ofrece no sólo su mejor libro, sino uno de los análisis más certeros y audaces sobre nuestro tiempo, es decir sobre la época del "capitalismo de ficción", un concepto inédito, germinal y extraordinariamente fecundo. Las interpretaciones de la actualidad provienen, a menudo, de acercamientos sectoriales y estancos, pero lo más revelador e interesante consiste en conjugar los avatares de la economía con el sexo, de la biogenética con el arte, de la política con la cosmética o del pensamiento con la televisión, para decantar el estilo general del mundo. El valor de este libro es, por tanto, procurar un puñado de nociones diagonales que, cruzadas entre sí, ayudan a entender la trama sobre la que se teje nuestra época. El capitalismo anterior se presentaba localizable y diferenciado, pero el actual se ha convertido en una naturaleza transparente, difícil de aislar y de combatir. El capitalismo de producción era triste, el capitalismo de consumo era trivial, pero el capitalismo de ficción es tramposo, trilerero. El capitalismo buscaba, en el pasado, ganar a cualquier precio, pero el capitalismo de ficción aspira especialmente a gustar. Este capitalismo no posee como objetivo fundamental la producción de bienes sino, ante todo, la producción de realidad. Una segunda realidad o realidad de ficción, más pueril, antitrágica y simple, expurgada de sentido y de destino, convertida en resguardo y en cultura de la distracción.

---

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico

---



### BAILE DE LA VICTORIA, EL

**Precio:**19.99

**Autor:**SKARMETA, ANTONIO

Al salir de la cárcel, un imaginativo joven y un famoso e irónico ladrón tienen dificultades para rehacer su vida. El dispar dúo decide que la única salida que les queda es dar el Gran Golpe. En el camino hacia esta meta conocen a la joven bailarina Victoria, cuyos infortunios calan hondo en sus sentimientos. Desde su precaria situación los dos hombres se entregan a uno de los triángulos de amor y amistad más bellos, graciosos y emocionantes de la literatura contemporánea. El autor de El cartero de Neruda demuestra en El baile de la Victoria todo el encanto de su envolvente arte narrativo.



---

### CADA VEZ TE DESPIDES MEJOR

**Precio:**15.00

**Autor:**LIBOY

ERBA,

JOSE

Estos 39 relatos de José Liboy Erba constituyen 39 despedidas de un desierto de lo real que siempre retorna más poblado que nunca por la familiaridad y la extrañeza inauditas. La escritura de José Liboy emociona, más allá de la insólita anécdota, en su misma progresión cuidadosa, cortés y descabellada, de palabra a palabra. Este cuentista nunca se despide sin sorpresas en sus intentos de descubrir la coherencia imposible de nuestros tiempos. Mientras leemos a Liboy creemos saludar por instantes a Rulfo, a Felisberto Hernández, a Samuel Becket o a Kafka, sabiendo, sin embargo, que se trata de otros encuentros y otras despedidas. Leer a Liboy es una experiencia inigualable en la escritura puertorriqueña de las últimas décadas.



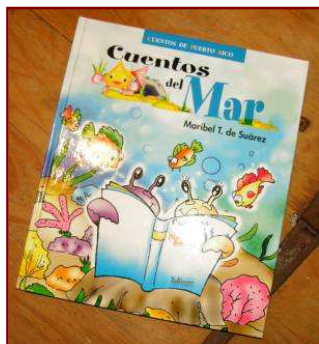
---

### EN MEDIO DE NINGUNA PARTE

**Precio:**21.95

**Autor:**COETZEE, J.M.



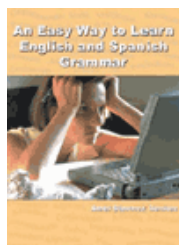


### **Publicaciones Puertorriqueñas**

En Publicaciones Puertorriqueñas usted cuenta con los equipos y programas mas avanzados para el sistema editorial. Somos una editorial especializada en el libro para el profesor, editor y autores

Las necesidades actuales han llevado a Publicaciones Puertorriqueñas a una nueva era de informática automatizada. Utilizando la última tecnología y un personal de experiencia brindamos una producción de alta calidad. Si desea producir un CD-ROM llámenos, Publicaciones Puertorriqueñas le presentará varias opciones para que su idea sea una realidad. Nuestro departamento multimedia podrá crear su Página de Internet usando aplicaciones avanzadas como Macromedia Flash, Dreamweaver, Go-Live, JavaScript, entre otros.

Telefono : 787 . 759 . 9673 Fax : 787 . 250 . 6498 Dirección Física : Calle Mayagüez # 44 Hato Rey PR Dirección Postal : P.O.Box195064 San Juan PR 00919-5064



**TÍTULO:** **AN EASY WAY**  
**PÁGINAS:** 174  
**TAMAÑO:** 7 x 10  
**AÑO:** 2001  
**ISBN:** 188172056X  
**AUTOR:** Amel Sánchez  
**PRECIO:** 22.95

**SINOPSIS:** Esta obra es conveniente para clases bilingües en inglés y español. Las instrucciones y ejercicios son ofrecidos en ambos idiomas.



**TÍTULO:** **AUTOESTIMA VEHÍCULO AL EXITO**  
**PÁGINAS:** 95  
**TAMAÑO:** 5 x 8  
**AÑO:** 2000  
**ISBN:** 092944180X  
**AUTOR:** José J. Hernández  
**PRECIO:** 12.95

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

**SINOPSIS:** La autoestima es considerada como un componente básico y central de la personalidad, que afecta y se afecta por dificultades emocionales.



**TÍTULO:** **EL DILEMA DEL RETIRO**

**PÁGINAS:** 190

**TAMAÑO:** 5.5 x 8.5

**AÑO:** 2004

**ISBN:** 1932243283

**AUTOR:** Héctor Puig-Arvelo

**PRECIO:** 16.95

**SINOPSIS:** Perseguimos en el texto añadir alguna introversión y con ello, consejos relativos al "vivir viejo" (jubilado o retirado) en forma deseable y saludable.



**TÍTULO:** **PSICOMEDITACIÓN**

**PÁGINAS:** 122

**TAMAÑO:** 6 x 9

**AÑO:** 2000

**ISBN:** 1881720071

**AUTOR:** Roberto Tirigall

**PRECIO:** 12.95

**SINOPSIS:** Un revolucionario método de armonización psicosomática.



**TÍTULO:** **VALORES**

**PÁGINAS:** 250

**TAMAÑO:** 6 X 9

**AÑO:** 1998

**ISBN:** 1881713377

**AUTOR:** Carlos J. Ramos Mattei

**PRECIO:** 16.95

**SINOPSIS:** Interesante estudio para comprender y meditar sobre el tema de los valores.



**TÍTULO:** **VENTANA A LA ESPERANZA**  
**PÁGINAS:** 95  
**TAMAÑO:** 5.5 x 8.5  
**AÑO:** 1996  
**ISBN:** 0929441974  
**AUTOR:** Arturo Estrella  
**PRECIO:** 7.95  
**SINOPSIS:**

Un proyecto para Puerto Rico para perseguir los objetivos sociales, tales como la solidaridad, democracia, libertad, paz, superación, trabajo y justicia.



**TÍTULO:** **YO QUIERO SER PRODUCTIVO**  
**PÁGINAS:** 142  
**TAMAÑO:** 5.5 x 8.5  
**AÑO:** 1999  
**ISBN:** 1881720004  
**AUTOR:** José González Barja  
**PRECIO:** 14.95  
**SINOPSIS:**

Ética de la motivación.

### **Librería Educativa**

La se destaca en el área de textos escolares para los niveles pre-escolares al duodécimo grado, a precios bajos. También tiene la mayor variedad de literatura infantil, de interés general y de referencia. Librería Educativa es una compañía especializada en la venta de textos escolares. Actualmente cuenta con cuatro tiendas localizadas en los pueblos de Río Piedras, Ponce, Mayagüez y Arecibo. También se dedica a la venta de literatura infantil, diccionarios, obras literarias y libros de interés general.

Tiene una base de datos en su página de Internet con todos los textos exigidos por los colegios privados, clasificada por cursos (o grados), vende por e-commerce y despacha a domicilio, por lo que los padres de familia tienen todas las facilidades para adquirir los libros que requieren sus hijos.

Tel. (787) 766-1335 Fax (787) 274-1671 E-Mail: [info@laeducativapr.com](mailto:info@laeducativapr.com) P O Box 192337  
Hato Rey, Puerto Rico 00919-2337

### ***Biblio Services***

Clasifica los libros que distribuye en las siguientes materias:

Arbitraje, Mediación y Negociación, Derecho, Derecho Administrativo, Derecho Civil, Derecho Comercial, Derecho Constitucional, Derecho de la Prueba, Derecho Internacional, Derecho Laboral, Derecho Penal, Derecho Procesal Civil, Diccionarios, Impericia Medica, Jurisdicción Federal, Legislación y Jurisprudencia de Puerto Rico, Litigación, Miscelaneos, Obras Generales, Puerto Rico, Repaso Reválida de Derecho, Responsabilidad Profesional

### ***Lexis Nexis***

Este año marca el trigésimo aniversario de lanzamiento del primer sistema de información legal. El Grupo Lexis Nexis provee información a los mercados legal, corporativo, oficial y académico y publica información legal, tributaria y regulatoria, en línea, en documentos impresos y en formatos CD-ROM.

El servicio de información noticioso y de negocio Nexis news se lanzó en 1979 para enriquecer la investigación con información financiera y con noticias recientes y de arribos. Incluyendo informes integrales sobre empresas, países, finanzas, demografía, investigación de mercado e industria.

Lexis dedica a la venta y distribución libros en general pero se especializa en los jurídicos.

### ***West Law***

Publica libros sobre relaciones entre patronos y empleados: Recursos humanos, beneficios y prestaciones, legislación laboral y de empleo.

[www.westlaw.com](http://www.westlaw.com)

### ***Publicaciones JTS***

La Jurisprudencia del Tribunal Supremo, al igual que los textos legales que salen de nuestro sello editorial son pauta y guía para profesionales,

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

escuelas y estudiantes de derecho, así como agencias gubernamentales. Tel. (787) 721-0200 Pagina Web: <http://www.pub-jts.com>

### ***Librería Borders´***

Borders es la librería más grande y la que más vende del país. Forma parte de la cadena internacional Borders, fundada hace 35 años para vender libros usados, y es la tienda por fuera de los EE.UU. que más vende después de la de Singapur. Las ventas internacionales, en 73 tiendas fuera de los EE.UU., fueron de 407.5 millones en 2003.

Borders inició actividades en Puerto Rico hace 4 años. Hoy tiene dos librerías, en Plaza Las Américas, con un área de 2.750 m2 y en Carolina con 1.560 m2. El 18 de diciembre abrirán una nueva sucursal en Mayagüez, con 1.100 m2, que pretende captar el 14% del mercado de esa zona. En la tienda de Plaza Las Américas tienen más de 140.000 títulos en exhibición y venta, sobre muy diversos temas, desde Arte hasta Zoología, distribuidos en más de 25 secciones. Además tiene un amplio surtido de 2.500 revistas, incluyendo publicaciones técnicas y profesionales por las que hay muy buena demanda. Se estima que Borders puede vender entre US\$25 y US\$30 millones al año.

Los precios varían entre los 6 los 18 dólares para libros en rústica (sin considerar descuentos) y entre 20 y 30 para libros de interés general de tapa dura. Los libros de arte y fotografía, con tapa dura y formato mediano, están por encima de los 30 dólares. No obstante, se pueden conseguir libros de arte de gran formato por sólo 9 dólares, con las promociones especiales.

Aparte de libros, también venden CDs, DVDs, revistas, papelería y algunos electrónicos, como SD players. La tienda tiene corredores amplios entre los anaqueles, en algunos de los cuales hay sillones para que el cliente se siente a ojear los libros y cuenta además con una cafetería, donde se pueden examinar los libros mientras se toma un café.

Borders no importa directamente sino que adquiere a proveedores locales los libros en castellano. La mayoría de los libros en inglés son adquiridos por la casa matriz y enviados a Puerto Rico. Los títulos en castellano provienen en su mayoría de España y representan aproximadamente el 40% de las compras.

Entre sus principales proveedores están:

### ***Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico***

---

- Borders´ (Casa matriz)<sup>35</sup>
- Akron Books
- Libromundi,
- Agencia de Publicaciones,
- Forsa Editores
- Publicaciones Puertorriqueñas,
- Editorial Cordillera

Borders´ tiene exhibidos sus libros en diferentes secciones para todos los gustos, así:

#### Primer piso

1. Animales
2. Arte y arquitectura
3. Arte y colecciones
4. Ciencia ficción
5. Cocina
6. Deportes
7. Filosofía
8. Derecho
9. Historia
10. Hogares
11. Interés local
12. Mapas
13. Medicina
14. Metafísica
15. Misterio
16. Negocios
17. Periódicos
18. Poesía
19. Psicología
20. Regalos, papelería
21. Religión
22. Romance
23. Salud
24. Transporte
25. Viajes

#### Segundo piso

1. Adolescentes

---

<sup>35</sup> Para libros en inglés, principalmente.

## **Plan estratégico Exportador a Estados Unidos**

---

2. Computadores
3. DVDs
4. Educación
5. Humor
6. Idiomas
7. Ingeniería
8. Matemáticas
9. Medios
10. Música
11. Niños
12. Ofertas
13. Referencia

Además operan en la Isla:

- Editorial Santillana
- Mc Graw Hill International
- Forsa Editores

La llegada al país de Borders´ no sólo ha contribuido a la quiebra de más de 10 librerías, sino que ha creado un gran malestar en el sector. Como dice Carmelo Ruiz Marrero en Claridad:

*Las librerías independientes puertorriqueñas están pasando por tiempos difíciles, afirmaron libreros entrevistados por En Rojo. Aunque están enfrentando los retos nuevos con ingeniosidad y determinación, están ante un panorama económico que hace diez o quince años hubiera sido irreconocible....*

*...Al igual que con otros negocios al detal, como colmados, mueblerías, ferreterías y farmacias, que están siendo diezmados por la competencia de recién llegados superdetallistas como Wal-Mart, Costco, Sam's Club, Home Depot y Rooms to Go, el negocio del libro ha sido sacudido por la llegada de no una sino dos librerías Borders. En Estados Unidos supercadenas de librerías como Borders y Barnes and Noble son vistas como asesinos de la pequeña librería independiente, la cual parece encaminada a la extinción en ese país.*

*Y hablando de Barnes and Noble, nos han informado que esta cadena abrirá una librería en Plaza Universitaria y que además la administración de la Universidad de Puerto Rico está considerando privatizar su librería para ponerla en manos de esa compañía. Esto podría tener efectos adversos sobre las librerías riopedrenses dado lo dependientes que son del mercado universitario.*

*¿Hubo subasta pública para ese espacio comercial en Plaza Universitaria? Definitivamente que no, porque los libreros de Río Piedras nunca fueron informados. Esto no sorprendería, ya que el proyecto entero de Plaza Universitaria fue construido sobre un cimiento de negocios turbios.*

*Pero las librerías extranjeras gigantes no son el único reto nuevo que enfrentan las librerías independientes. Ahora todo el mundo vende libros: farmacias, supermercados y hasta los colmaditos 7 Eleven. Y los gigantes como Wal-Mart y Sam's, también tienen librerías enteras en sus locales.*

*“Las librerías tradicionales tienen su espacio, pero para sobrevivir tienen que animarse y buscarlo”, nos dijo Arnaldo González, dueño de Econolibros. “No estamos de acuerdo con que nos masacren las grandes cadenas pero tenemos un espacio que podemos aprovechar para hacerles frente.”*

*“El mundo del libro es muy grande y lo que nosotros vendemos en gran medida no se consigue en esas tiendas. Ese tipo de tienda lo que vende son libros como Paulo Coelho, cositas de autoayuda y religión, pero cosas realmente de importancia no tienen, excepto alguno que otro bestseller de García Márquez o Isabel Allende.” Añadió González que las grandes cadenas no tienen ni el personal ni la preparación para seleccionar libros de diversas editoriales ni tampoco para ordenar libros especializados en áreas como ciencias políticas y sociales y economía.*

*González, quien preside la Asociación de Comerciantes de Río Piedras, declaró que se opone enfáticamente al establecimiento de Barnes and Noble en Plaza Universitaria. “Eso se lo hicimos saber a la administración de la UPR. El proceso debió haber estado sujeto a subasta porque los libreros locales estamos en condiciones para atender esa demanda. Si viene esa tienda habrá grandes problemas con los libreros y con la comunidad de Río Piedras.”*

*Pablo (SIC) Torres<sup>36</sup> de La Tertulia, nos informó que la entrada de cadenas gigantes al negocio del libro crean una situación en la que empresas editoriales, distribuidores y autores no tienen opción. Estas cadenas compran libros en cantidades tales que pueden venderlos por debajo de lo que los venden sus competidores. Esto obliga a las pequeñas librerías a bajar sus precios y por tanto reducir sus márgenes de ganancia para poder sobrevivir. Si estas supercadenas le exigen a las*

---

<sup>36</sup> En realidad, se trata de Alfredo Torres, dueño de La Tertulia.



## **Plan estratégico Exportador a Estados Unidos**

*editoriales y distribuidores términos más generosos que los que se les dan a las pequeñas librerías simplemente tienen que aceptar. Después de todo, ¿Qué autor o editorial se puede dar el lujo de no vender sus libros en Borders?*

*Según Torres el gobierno de Puerto Rico tiene que asumir un rol proactivo para proteger y fomentar la industria del libro. Señaló como ejemplo positivo a Francia, que tiene una ley que establece que todo libro deberá tener un precio mínimo. Esto evita las guerras de precios que arruinan a los pequeños comerciantes y dejan los mercados en el control de supercadenas gigantes.*

Desde el punto de vista de los exportadores colombianos, la llegada al mercado puertorriqueño de Borders´ -o incluso de Barnes and Noble en el futuro- representa la oportunidad de tener mayores volúmenes de ventas. Estas grandes cadenas, debido a sus descuentos y a sus agresivas estrategias de publicidad, promoción y ventas han incrementado la venta de libros en el país, poniéndolos al alcance de muchos compradores. Sin embargo, el exportador colombiano tendrá que estar dispuesto a ofrecer descuentos mayores para lograr negocios con los grandes, hasta del 55% del precio de venta al público, que es lo que hoy obtiene Borders´.

### **Clientes potenciales**

Durante el trabajo de campo y en las entrevistas se identificaron entre otros a los siguientes clientes potenciales, que revisten gran interés para los exportadores colombianos, bien sea como editores o como proveedores de servicios de impresión.

Tabla 21: Clientes potenciales

Empresa o entidad	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Internet
Agencia de Publicaciones de Pr., Inc.	José García G.	Gerente	7888300		
Akron Books	Teo Rolón	Director y dueño			
Aparicio Distributors	Héctor Aparicio	Dueño	7873000		
Anisa, Inc.	Olga Emanuelli	Gerente Gral.	7327441	7321828	
Biblio Services	Valentín González	Gerente	7531231		
Border's	Ana I. Feliciano	Gerente de mercadeo	7770900		<a href="http://www.borders.com">www.borders.com</a>
Borikén Libros, Inc.	Primitivo Martínez	Presidente	7531744		
Camera-Mundi, Inc.	Jorge Castillo	Director	7434876		
Centro de Estudios Avanzados de PR.	Marilú Carrasquilla	Decano de administración	7234481	7234481	<a href="http://www.prct.net/~centro">www.prct.net/~centro</a> <a href="mailto:centro@prtc.net">centro@prtc.net</a>
Depto. de Educación	Olga Álvarez	Jefe Oficina de Biblioteca	7541120	7536945	<a href="mailto:alvarez-o@de.gobierno.pr">alvarez-o@de.gobierno.pr</a>
Distribuciones Plaza Mayor	Bienvenido Gar-	Presidente	7640455		

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Empresa o entidad	Contacto	Cargo	Teléfono	Fax	Internet
	cía				
Ediciones Callejón	Elizardo Martínez	Director	7230088	7235850	<a href="mailto:edicionescallejon@yahoo.com">edicionescallejon@yahoo.com</a>
Ediciones Norte	Reynaldo Alfonso	Presidente	7010909	7010922	<a href="http://www.edicionesnorte.com">www.edicionesnorte.com</a> <a href="mailto:info@edicionesnorte.com">info@edicionesnorte.com</a>
Ediciones Partenón	Gonzalo Sierra	Gerente	7538879		
Editorial Cordillera	Carlos E. Serrano	Presidente	7676188	7678646	<a href="http://www.editorialcordillera.com">www.editorialcordillera.com</a> <a href="mailto:info@editorialcordillera.com">info@editorialcordillera.com</a>
Editorial Cultural, Inc.	Francisco Vásquez	Presidente	7659767	7659767	<a href="http://www.editorialcultural.com">www.editorialcultural.com</a> <a href="mailto:cultural@coqui.net">cultural@coqui.net</a>
Ediciones Santillana, Inc.	Ignacio Romero	Gerente	7879800		
Editorial de la UPR <sup>37</sup>	José Burgos	Director de ventas	2500435	7539116	<a href="mailto:Burgos73@hotmail.com">Burgos73@hotmail.com</a>
Editorial Instituto de Cultura Puertorriqueño	ND.	ND.	7244215	7230168	<a href="http://www.icp.gobierno.pr">www.icp.gobierno.pr</a>
Editorial Plaza Mayor	Patricia Gutiérrez	Presidente	7640455	7640465	<a href="http://www.editorialplazamayor.com">www.editorialplazamayor.com</a> <a href="mailto:info@editorialplazamayor.com">info@editorialplazamayor.com</a>
Librería La Tertulia	Alfredo Torres	Dueño	7651148	7651207	<a href="http://www.tertulia.com">www.tertulia.com</a> <a href="mailto:tertulia@coqui.net">tertulia@coqui.net</a>
Libro Mundi	Jorge Merino	Gerente	7230088		
Perrones Importers, Inc.	Elba Cruz	Presidente	7646112		
Publicaciones Puertorriqueñas	Andrés Palomares	Presidente y dueño	2506498		
Publicaciones Yuquiyu	Gabriel Amill	Presidente	7816120	7816977	<a href="mailto:publicacionesyuquiyu@hotmail.com">publicacionesyuquiyu@hotmail.com</a>
Sara Greco Editores	Sara Greco	Presidente y dueña	7278804		

### **Márgenes de comercialización**

Considerando como 100% al PVP, los márgenes de intermediación son:

**Tabla 22: Márgenes de comercialización<sup>38</sup>**

%/PVP	Componente
10	Derechos autor
30-35	Librerías
20-25	Producción
20	Distribución
15	Editor

Si el editor también se encarga de la producción, los márgenes son así:

**Tabla 23: Márgenes de comercialización, cuando el editor también imprime**

Componente	%/PVP
Derechos de autor	10
Editor/impresor	35

<sup>37</sup> Universidad de Puerto Rico

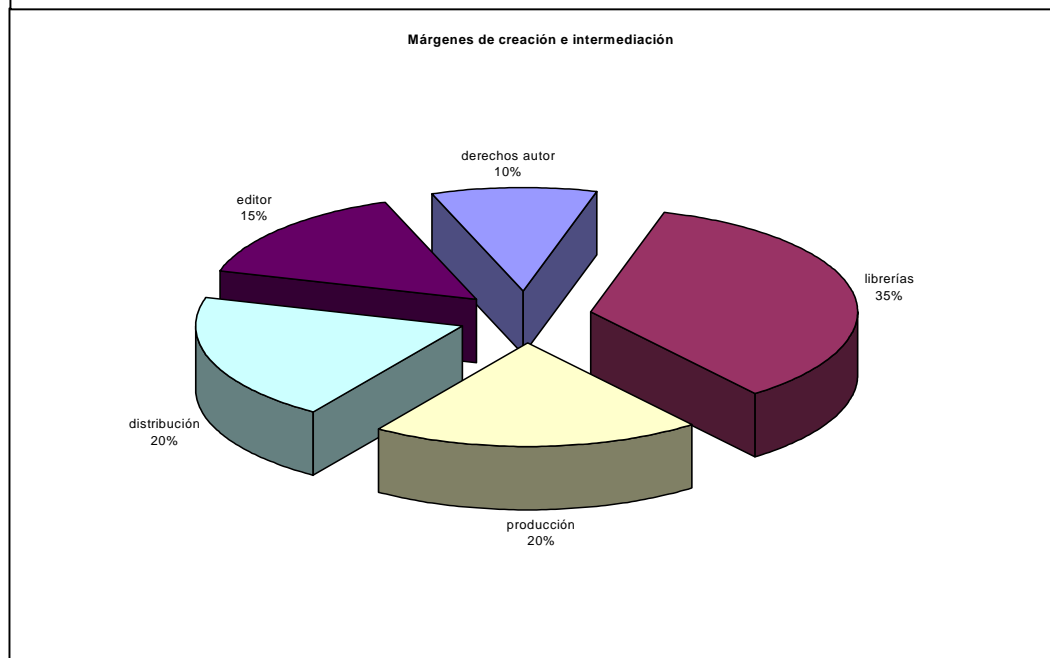
<sup>38</sup> Información suministrada por Alfredo Torres, de La Tertulia y confirmada con Teo Rolón de Akron Books. Sin embargo, en el caso de grandes compradores como Borders' el descuento para la librería puede llegar a ser el 50-55% del PVP.

### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

Componente	%/PVP
Distribuidor	20
Librero	35

**Gráfico 12: Márgenes de intermediación**



## **ACCESO AL MERCADO**

En Estados Unidos existe una muy completa legislación y reglamentación sobre todos los aspectos concernientes a la importación de productos extranjeros, la cual está disponible en Internet o en las respectivas embajadas o consulados. En Colombia hay un agregado de aduanas en la Embajada Americana.

Para propósitos de importación y exportación es el Sistema Armonizado o "Harmonized System Code" (HSC) utilizado internacionalmente, elemento vital para cualquier proceso de comercio internacional, por lo que el comerciante u empresario debe al menos conocerlo y entenderlo. Mediante este sistema los productos se clasifican a base de la composición de sus materiales de igual forma en todos los países.

Conocer la clasificación correspondiente del producto que se desea importar permite identificar para los productos los posibles aranceles y restricciones, así como los eventuales tratos preferenciales que pueda recibir para disminuir el costo del mismo desde Colombia hasta Puerto Rico, de acuerdo con los acuerdos comerciales en los que participa Estados Unidos (extensivos a Puerto Rico como Estado Asociado) y de sus esquemas preferenciales que otorga, con énfasis en los que se beneficie a Colombia.

Además, todo producto debe cumplir con ciertos requisitos generales para la importación, y normatividad del país de origen, para poder ser importado. Por lo tanto, un conocimiento total del producto, así como de las regulaciones y requerimientos locales podrá brindar una idea del grado de adaptación que requerirá el producto para lograr una importación exitosa.

### **Aranceles y otros impuestos a las importaciones**

#### *Tarifas*

Toda mercancía que ingresa a los Estados Unidos está sujeta a arancel o está exenta de ellos, se pueden imponer derechos ad valorem, específicos o compuestos. Los derechos ad-valorem que son los más comunes, equivalen a un porcentaje del valor de la mercancía, los derechos específicos se aplican por unidad de peso o de otra cantidad (por ejemplo; 17 centavos de dólar por decena).

Los derechos compuestos representan la combinación de los derechos ad-valorem y de los específicos (por ejemplo, 0,7 centavos por kilogramo más el 10 por ciento ad-valorem).

Cada Estado es autónomo para determinar la tasa del impuesto a las ventas, es decir que depende del Estado al que ingresa el producto, se pagará la tarifa establecida, sin embargo la tarifa promedio es del 6<sup>39</sup>% sobre el valor total de la mercancía.

El Departamento de Hacienda del Gobierno de Puerto Rico tiene sus propias regulaciones que difieren de las existentes en los Estados Unidos de Norteamérica. El gobierno local requiere el pago de los **arbitrios** previo a la liberación de la mercancía del puerto de llegada. Al presente se impone un arbitrio de 6.6% del valor (FOB) de la mercancía. Pero si el producto esta exento o afianzado o si la mercancía se trata de alimentos, este impuesto no aplica. Esta ley 120 del 31 de octubre de 1994, determina varias exclusiones a dicho gravamen, presentadas a continuación:

- Artículos utilizados exclusivamente para fines religiosos por instituciones u organizaciones religiosas sin fines de lucro, excluyendo aquellos artículos de uso personal.
- Los marcos o monturas para espejuelos (gafas).

---

<sup>39</sup>Departamento de Aduana EE.UU. Tomado el 27/08/04

- Artículos que lleven sobre su persona los sordos, ciegos, o los mutilados para suplir las deficiencias de dichas personas.
- Artículos expresamente diseñados para suplir las deficiencias físicas o fisiológicas a inválidos, ciegos, lisiados, cardíacos, sordos, mudos, sordomudos y mutilados.
- Los artículos diseñados expresamente para facilitar el aprendizaje de retardos mentales.
- La ropa y calzado de niños.
- La jalea de frutas y los productos que tengan más de un cincuenta por ciento (50%) de frutas, vegetales, o de viandas naturales como principal ingrediente.
- Los productos de repostería elaborados a base de harina de trigo o de maíz, o de otros cereales.
- Los chocolates de mesa.
- Los dulces confeccionados en el hogar en pequeñas cantidades.
- El algodón de azúcar, el millo, el crisper y las palomitas de maíz.
- Los mantecados y los helados
- Los alimentos.
- Los refrescos.
- Las medicinas.
- Los libros, las revistas, los periódicos y las publicaciones de promoción comercial, religiosa y política.
- Los combustibles, el petróleo crudo y los productos de petróleo o mezcla de hidrocarburos excluidos del gravamen en esta ley.
- Las obras de arte cuando sean adquiridas por museos o galerías sin fines de lucro con el sólo propósito de exhibirlas permanentemente.
- Los siguientes materiales de efectos escolares: crayolas, gomas de borrar, lápices, libretas, libros con dibujos para pintar, pegatas y reglas para ser utilizados en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Los jabones de tocador.
- Las pastas de dientes, incluyendo todo dentífrico y los cepillos de dientes.
- Las toallas sanitarias, el papel sanitario y los papeles para niños.
- Los detergentes.
- Las escobas y los cubos para limpieza.
- La mercancía usada que constituya efectivamente parte de una mudanza. El termino mudanza, significará el conjunto total de los artículos o efectos que normalmente for-

### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

man parte del inmobiliario de un hogar, excluyendo las alfombras, los aparatos o artefactos fotográficos, los eléctricos o de gas fluido y los artículos e joyería.

- Las placas a colocarse sobre las lápidas de los militares activos y veteranos fallecidos enviadas a la familia de éstos por el Gobierno de los Estados Unidos
- Los zapatos de trabajo.
- Las herramientas y equipos neumáticos.
- El carbón que se utilice como fuente de energía.
- Los herbicidas, plaguicidas, insecticidas, fumigantes y fertilizantes adquiridos para personas que no sean agricultores.
- Maquinaria y equipo que se utilice en la transformación de carbón en energía y, además, se utilice para el control ambiental.
- Todo artículo que esté gravado por cualquiera otra ley del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

Además de las antes mencionadas existen otras mercancías que están exentas, como las gasas estériles, algodón estéril, pañales para adultos, yeso, etc. Para saber si la mercancía que piensa exportar está exenta del impuesto, el empresario puede comunicarse con el Negociado de Arbitrios Generales del Departamento de Hacienda a los teléfonos: (1787) 774 1626; (1787) 774 1297; (1787) 793 2840.

Puerto Rico, por ser parte del territorio de los Estados Unidos tiene las mismas regulaciones que rigen esa nación. El Reglamento de Aduanas permite el ingreso de las mercancías; lo puede hacer una asociación o una persona no residente, o una sociedad extranjera, por medio de un agente o representante del exportador en los Estados Unidos. La sociedad de garantía para la fianza aduanera requerida de una empresa o una persona no residente, debe estar constituida en los Estados Unidos. Además, la empresa extranjera en cuyo nombre se ingrese la mercancía debe tener un agente residente autorizado a que acepte órdenes de comparecencia en su nombre en el Estado donde esté el puerto de entrada.

Además del impuesto que puede aplicar al producto, de acuerdo a la ley, Aduana Federal cobra un impuesto por procesar la entrada de la mercancía (Merchandise Processing Fee) del 0.21% del valor de la mercancía importada cuyo valor sea mayor de US\$ 2,000. Esto está sujeto a un cargo mínimo de US\$ 25 y un máximo de US\$ 485 por entrada. Para las entradas con valor de US\$ 2,000, conocidas como informales, el arancel a pagar es de US\$ 2 por entrada.

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Por otro lado, para mantenimiento del puerto, Aduana Federal cobra otro impuesto conocido como "Harbor Maintenance Fee", el cual consiste del 0.125% del valor de la carga. Este arancel aplica a importaciones realizadas por puertos marítimos, para entradas a zonas francas y embarques domésticos.

Mediante un "Power of Attorney" el importador puede autorizar a un agente de aduana a tramitar el ingreso de la mercancía. En Puerto Rico, el agente sirve de intermediario entre el transportista, el importador, la Aduana Federal, las distintas agencias federales, el Negociado de Arbitrios del Departamento de Hacienda y otras agencias locales. Éste le indica al importador al exportador o importador puertorriqueño todos los requisitos para la importación, prepara y radica todos los documentos, consigue las fianzas necesarias, consigue la entrada de la mercancía al lugar acordado. El agente también verifica la clasificación asignada al producto en Aduana y en caso de no estar de acuerdo, trabaja administrativamente para ayudar al cliente. El costo por la Declaración de Arbitrios y la mensajería, a través del agente de Aduana es \$25.00 dólares.

A continuación se detallan los impuestos y costos a pagar en la importación de productos a los Estados Unidos para propósitos de Aduana como también de Hacienda, calculados para un embarque valorado en USD US\$ 20,000<sup>40</sup>.

Concepto	Desglose de Gastos	Valor US\$
HTS	Varios	20,000
Materiales de Construcción	Varía según la descripción del producto y el país de origen donde está manufacturado. Se requiere una descripción específica de la carga para poderle dar estos cargos.	No determinado
Clasificación adicional	\$4.00 cada una	No determinado
Brokerage Fee	\$75.00 + \$15 x \$3.00	120
MPF	21% Min. \$25, Max. \$485	42
HMF	125% no mínimo ni máximo, solo aplica a embarques marítimos	25
Fianza de Aduana	\$ 4.00 el millar; Min. \$40.00 No se está considerando el costo de los aranceles en este ejemplo.	US\$80

<sup>40</sup> La cotización representa un costo aproximado de los servicios de un agente de aduana. Esta cotización no incluye cargos adicionales por concepto de seguro, Aduana, demoras en la línea marítima o aérea, almacenaje o inspecciones por autoridades locales o federales, cargos del agente o línea marítima en destino. Estas tarifas no aplican para embarques de piezas para autos o textiles.



### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

Arbitrios de PR	6.6 % del valor FOB. en la factura comercial	1,320
Declaración de Arbitrios	Incluye declaración y mensajería	25
Entrega de la carga	Servicio disponible si es requerido. Tarifas varían según la zona, el peso y dimensiones de la carga.	No determinada

Se ha utilizado un valor aproximado de \$ 20,000. Esta cotización representa un cálculo aproximado de los servicios del Agente de Aduana Néstor Reyes, Inc y está sujeta a la última decisión de la Aduana Federal.

Los aranceles incluidos en “Harmonized Tariff Schedule of the United States” se pueden obtener en [www.usitc.gov](http://www.usitc.gov) o a través de un vínculo (link) en [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov). Otra publicación de gran interés para el exportador colombiano es “Importing into the USA”, que se encuentra en Internet en la siguiente dirección: [www.cbp.gov](http://www.cbp.gov). Finalmente, en la misma dirección se encuentran publicaciones periódicas de la serie “What every member of the trade community should know about...” que incluyen importación relevante y actualizada sobre “informed compliance”, es decir cumplimiento informado.

Como se ve en la figura de la página siguiente, el arancel de los Estados Unidos está organizado por partidas, en una tabla con 7 columnas. La primera incluye 4, 6 u 8 dígitos y se llama “Heading/subheading”, “Títulos/subtítulos”. El número de 4 dígitos se define como un “título” y los de 6 y 8 como “subtítulos”. Los subtítulos hasta de 6 dígitos corresponden con el Sistema Internacional Armonizado, mientras que los de 8 dígitos forman parte del sistema nacional de los EE.UU. El alcance legal del HTSUS llega sólo hasta los ocho dígitos, por lo que los aranceles correspondientes se encuentran siempre en esa línea.

**Tabla 24: Ejemplo de la tabla de arancel de los EE.UU., 2004**

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2004)						
Annotated for Statistical Reporting Purposes						
Heading/ Subheading	Stat. Suffix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1		2
				General	Special	
4010		Conveyor or transmission belts or belting, of vulcanized rubber:				
4010.11.00	00	Conveyor belts and belting: Reinforced only with metal	kg	3.3%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX,SG)	25%
4010.12		Reinforced only with textile materials:				
4010.12.10	00	With textile components in which vegetable fibers predominate by weight over any other single textile fiber	kg	4.1%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX,SG)	30%
4010.12.50	00	With textile components in which man-made fibers predominate by weight over any other single textile fiber: Of a width exceeding 20 cm	kg	8%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX) 6% (SG)	74%
4010.12.55	00	Other	kg	6.4%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX) 4.8% (SG)	74%
4010.12.90	00	Other	kg	1.9%	Free (A+,CA,CL,D, E,IL,J,JO,MX,SG)	25%
4010.13.00	00	Reinforced only with plastics	kg	3.3%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX,SG)	25%
4010.19		Other:				
4010.19.10	00	Combined with textile materials: With textile components in which vegetable fibers predominate by weight over any other single textile fiber	kg	4.1%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX,SG)	30%
4010.19.50	00	With textile components in which man-made fibers predominate by weight over any other single textile fiber: Of a width exceeding 20 cm	kg	8%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX) 6% (SG)	74%
4010.19.55	00	Other	kg	6.4%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX) 4.8% (SG)	74%
4010.19.80	00	Other	kg	1.9%	Free (A+,CA,CL,D, E,IL,J,JO,MX,SG)	25%
4010.19.90	00	Other	kg	3.3%	Free (A,CA,CL,E, IL,J,JO,MX,SG)	25%

La segunda columna se llama en inglés “Stat. Suffix”, es decir, sufijo estadístico. Algunas líneas de los aranceles contienen anotaciones para permitir la recolección de información en categorías más restringidas. Esto se hace añadiendo 2 dígitos o más al código numérico legal de 8 dígitos. El resultado es una “cifra para informes estadísticos” de 10 dígitos. Si no hay anotaciones de dos dígitos para una línea de arancel se añaden dos ceros al código numérico de arancel. Toda la mercancía que cae dentro del la cifra para informes estadísticos recibe la misma tasa de arancel que la prevista para la cifra de 8 dígitos. Las cifras de 10 dígitos no son parte del texto legal del HTSUS y por lo tanto no pueden ser citadas como autoridades para clasificar la mercancía.

La tercera columna se llama “Article Description”, es decir, Descripción del artículo. En esta hay descripciones detalladas de los bienes incluidos en cada título, subtítulo o cifra para estadísticas. Los bienes se cla-

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

sifican de acuerdo con la Reglas Generales de Interpretación, que forman parte del HTSUS.

La cuarta columna se titula “Unit of Quantity”, es decir Unidad de cantidad e incluye la unidad de medida con la que serán reportados los bienes para propósitos estadísticos. También pueden ser usadas para asignar tasas de arancel para determinadas mercancías. En algunos casos se pueden reportar dos o tres cifras en diferentes unidades. La segunda de estas se usa a menudo para administrar las cuotas de importación, cuando estas existen. Si una letra X aparece en esta columna sólo se debe informar el valor del despacho.

Las tres columnas finales aparecen juntas bajo un título superior común llamado “Rates of Duty”, o sea, Tasas de derechos y corresponden a los aranceles para una determinada partida y para diferentes países. Esos se aplican sólo a las mercancías importadas al territorio aduanero de los EE.UU., es decir los 50 Estados, el Distrito de Columbia y Puerto Rico. La columna 1 se divide en dos subcolumnas, “General”, general, y “Special”, especial. En la columna general están las tasas de impuesto para los países calificados como nación más favorecida o como de relaciones comerciales normales. La mayoría de los productos importados a los EE.UU. caen en esta categoría.

En la columna Special, especial se encuentran los aranceles de algunos programas de preferencias aduaneras, designados por símbolos alfabéticos, así<sup>41.42</sup>:

<b>Tratado de preferencias aduaneras</b>	<b>Código en las tablas de HTSUS</b>
Generalized System of Preferences A, A* or A+	A* , A+ o A
Automotive Products Trade Act . . . .	B
Agreement on Trade in Civil Aircraft	C
North American Free Trade Agreement:	
Goods of Canada, under the terms of general note 12 to this schedule. . . .	CA
Goods of Mexico, under the terms of general note 12 to this schedule . . .	MX
African Growth and Opportunity Act .	D
Caribbean Basin Economic Recovery Act	E o E*
United States-Israel Free Trade Area	IL
<b>Andean Trade Preference Act or Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act</b>	J, J* or J+
United States-Jordan Free Trade Area Implementation Act	JO
Agreement on Trade in Pharmaceutical Products	K

<sup>41</sup> Se han conservado en inglés los nombres de los tratados, ya que las siglas con las que habitualmente son conocidos corresponden a aquellas en inglés. Si hablamos de ALCAN nadie entenderá que se trata de la misma NAFTA (Asociación de Libre Comercio de América del Norte).

<sup>42</sup> Explicados en la Nota General 3 del HTSUS.

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Uruguay Round Concessions on Intermediate Chemicals for Dyes	L
United States-Caribbean Basin Trade Partnership Act	R
United States-Singapore Free Trade Agreement	SG

Fuente: HTSUS, 2004

Como se indica, como parte del APTDEA o del ATPA, Colombia cuenta con preferencias en muchos de los bienes importados por los EE.UU. Sin embargo, antes de cotizar un producto elaborado en nuestro país con destino a los EE.UU. conviene:

1. Estar seguro de su clasificación, es decir, la respectiva partida o posición arancelaria. Si tiene dudas, consulte con un agente de aduana familiarizado con el HTSUS.
2. Verificar si en la columna "Special" está la letra J después de la palabra "free". (Libre). Si es así, su producto está libre de arancel.

Finalmente, la columna 2 es para aquellos países con lo que los EE.UU. no tiene "relaciones comerciales normales", por diversas razones generalmente políticas. Entre esos se encuentran actualmente Cuba, Laos y Corea del Norte.

Como se observa en la tabla anterior, para el mismo producto puede haber tres aranceles diferentes, según el país de origen. En el caso del 4010.11.00 el arancel general es 3.5%, mientras que el especial para Colombia y otros países es libre, o sea 0% y el de la columna 2 (Caso Cuba, por ejemplo) es del 25%. En el 4010.12.50 las diferencias son aún más marcadas, con un 8% general, libre para Colombia y 74% para países como Cuba y otros sin relaciones comerciales normales.

Existe también un boletín, disponible mediante suscripción, llamado el Customs Regulations con información actualizada sobre las regulaciones, que se puede obtener en la oficina del Superintendent of Documents, U.S. Government Printing Office, Washington DC 20402 teléfono 202 512 1800. En la misma dirección se pueden adquirir suscripciones al Customs Bulletin, una publicación semanal que contiene decisiones, reglas, regulaciones, noticias y otras informaciones de interés para la comunidad comercial.

El representante de comercio de los EE.UU. (USTR) de acuerdo con el Trade Act de 1974 puede suspender las concesiones o imponer aranceles mayores si encuentra que un país está discriminando contra los productos norteamericanos. Para mantenerse informado de las decisiones del USTR conviene mirar periódicamente esta página en Internet <http://192.239.92.165/index.html>

Los libros y demás impresos, provenientes de Colombia y de la mayoría de los países del mundo están exentos de impuestos de aranceles y de ventas y de otros, como el llamado arbitrio, que es un impuesto estatal. Sin embargo, deben cancelar un impuesto municipal equivalente al 6.5% del valor de los inventarios. Si el libro no se ha vendido y continúa en el inventario, debe pagar de nuevo el impuesto en el año siguiente. Además, al ingresar al país cancelan un derecho de entrada<sup>43</sup> del 0.21% del valor de la mercancía cuando este sea superior a \$2.000, hasta un máximo de \$485. Para las entradas con valor inferior a \$2.000, consideradas como informales, el arancel a pagar es \$2.00 por entrada. Si llegan por mar, deben pagar además el 0.125% del valor de la mercancía para mantenimiento de los puertos. Además la carga movilizada en contenedores paga por “wharfage” 1.86 por tonelada. Este valor se incrementará a 1.89 en 2005 y 1.92 en 2006.<sup>44</sup>

La aduana de los EE.UU., U.S. Customs and Borders Protection, cuenta con 20 Centros de Administración, entre los que están:

- Puertos de servicio
- Centros de Área
- Puertos de Entrada

El centro de administración de la aduana encargado del área del Caribe está situado en Calle La Puntilla #1, San Juan PR 00901. Teléfono: 1 787 729 6950, Fax 1 787 729 6978.

El puerto más importante del Estado es el de San Juan, tanto que está considerado como uno de los 17 principales del mundo., por movimiento de contenedores. Cuenta con 22.700 pies de atraque (34 muelles y 46 atracaderos), 1.1 millones de pies cuadrados de almacenaje al aire libre y 2.5 millones de pies cuadrados de espacio abierto.

### **Nacionalización de los productos<sup>45</sup>**

Cuando la mercancía llega a puerto, el importador previamente registrado es quien debe presentar los documentos de entrada de los pro-

---

<sup>43</sup> Merchandise processing fee

<sup>44</sup> Puerto Rico Ports Authority, Rates fees and charges for the use of the public marine facilities and port services.

<sup>45</sup> Esta sección se basa en el Manual Práctico de Importación de Promoexport y en Importing into the U.S. de la Aduana Federal.

## ***Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico***

ductos, mediante la radicación del formulario 5106<sup>46</sup> de la Aduana Federal. La mercancía no se considera legalmente importada hasta que no se hayan radicado los documentos, haya sido autorizada por la aduana y hayan sido pagados los impuestos y aranceles. Por lo general, considerando lo complicado del proceso de entrada, el importador contrata a un agente de aduana para que se haga cargo de esta actividad.

Los agentes de aduana, licenciados y regulados por el Departamento del Tesoro de los EE.UU., son los intermediarios entre el importador, el exportador y el transportador<sup>47</sup>, la aduana federal, las diferentes agencias federales, el negociado de arbitrios del Departamento de Hacienda y otra agencias locales. Le indican al importador y al exportador todos los requisitos para la importación, preparan y radican todos los documentos, consiguen las fianzas necesarias, logran la entrada de la mercancía después que la aduana decida examinarla o no y además coordinan la entrega de los productos importador al lugar acordado con el importador. El agente también verifica la clasificación asignada al producto por la aduana y si no está de acuerdo trabaja administrativamente para ayudar al importador.

En San Juan existen numerosos agentes de aduana, debidamente licenciados. Entre los principales están:

**Tabla 25: Principales agentes de aduana en San Juan**

<b>Agente</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Página Web</b>
Nestor Reyes, Inc.	289 6465 <sup>48</sup>	<a href="http://www.nreyes.com">www.nreyes.com</a>
José G. Flores, Inc.	793 2400	<a href="http://www.joseglores.com">www.joseglores.com</a>
Inter-World Customs Broker, Inc.	793 4280	<a href="http://www.interworld-customs.com">www.interworld-customs.com</a>
R. E. Delgado, Inc.	722 7650	<a href="http://www.redelgado.com">www.redelgado.com</a>
René Ortiz Villafañe, Inc.	793 7141	<a href="http://www.rovinc.com">www.rovinc.com</a>

La Aduana Federal requiere que todas las importaciones con valor superior a \$2.000 cuenten con una fianza o depósito, como garantía del pago de las obligaciones en caso que el importador no cumpla y se puede obtener con una compañía de seguros. La fianza puede ser para una sola entrada (Single entry bond) o a término (Continuous bond). La

<sup>46</sup> Este y los demás citados en este documento se pueden obtener por Internet, en: [www.cbp.gob](http://www.cbp.gob)

<sup>47</sup> En Puerto Rico dicen “transportista”.

<sup>48</sup> Con el prefijo 1 787, para llamadas desde Colombia y 787 para llamadas desde Puerto Rico y EE.UU.

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

segunda debe ser por un mínimo de \$50.000 y cubre la mayoría de las transacciones aduanales a todos los EE.UU. durante un año.

El ingreso de la mercancía se compone de dos radicaciones de documentos. El primero, llamado “Immediate Delivery” se hace con el formulario 3461<sup>49</sup> para determinar si la mercancía puede ser liberada por la aduana. El segundo conocido como “Entry Summary “ (Formulario 7501) es para determinar las obligaciones con propósitos estadísticos y de pago. Ambos se pueden adelantar electrónicamente mediante el programa “Automated Broker Interface” del “Automated Comercial Systems”.

Después de llegar la mercancía al puerto, el importador tiene 15 días calendario para radicar los documentos de entrada. Además del importador, la persona a notificar de todos los documentos de embarque debe ser el agente de aduana. Así el transportador podrá informarle que tiene un informe para su cliente.

Los documentos requeridos para una entrada son:

- Manifiesto de entrada (Entry Manifest 7533) o Solicitud y permiso especial para entrega inmediata (Aplicación and special permit for immediate delivery 3461) u otro formulario requerido por el director del puerto.
- Conocimiento de embarque (Bill of lading) o Guía aérea (Air Way Bill)
- Factura comercial o factura pro forma
- Lista de embarque (Packing list)
- Otros documentos

### ***Conocimiento de embarque***

Este es el contrato entre el transportador y el exportador. El importador debe tener una copia como prueba de propiedad para recoger la mercancía en el puerto.

### ***Factura comercial***

1. Factura por los productos que entrega el exportador al importador. Debe ser en inglés con una traducción al castellano. Incluye:

1. Puerto de entrada

---

<sup>49</sup> También disponible por Internet, en la página ya citada.

2. Fecha y lugar de venta
3. Nombre y dirección del vendedor y del comprador
4. Descripción de la mercancía
5. Cantidades en pesos y medidas
6. Precio de cada ítem de la mercancía en la divisa de venta
7. Divisa usada para la transacción
8. Detalles de todos los cargos, descuentos y comisiones para traer la mercancía del puerto de origen al de destino, incluyendo:
  - Transporte
  - Seguros
  - Comisiones
  - Cajas
  - Contenedores
  - Costo de empaque
9. País de origen<sup>50</sup>

Además, en el caso de libros e impresos se deben describir las características de estos, así:

Los impresos del capítulo 49 que ingresen a los EE.UU. deberán incluir en la correspondiente factura la siguiente información<sup>51</sup>:

Título 4901:

- Si los libros son: Diccionarios, enciclopedias, libros de lectura, libros técnicos, científicos o profesionales, libros de arte o pictóricos u otros libros. Si son otros libros, indicar si son en rústica o de tapa dura. Para libros en rústica, especificar para aquellos que no son “rack size” la cantidad de páginas, excluyendo carátulas.

Título 4902:

- Si el periódico aparece por lo menos 4 veces a la semana o no.
- Si aparece menos de 4 veces por semana, indicar si es un suplemento impreso por gravado, si es una publica-

---

<sup>50</sup> En el caso de Colombia se debe mencionar que se origina en un país de la ATP-DEA. Para eso hay un formulario específico en la página de la aduana.

<sup>51</sup> Fuente: U.S. Customs and Border Protection, Importing into the U.S. Traducción de Oscar Gómez Villa, investigador senior.



## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

ción periódica noticiosa, de negocios o profesional o si es diferente de los citados

### **Título 4904**

- Si la partitura impresa o manuscrita es en hojas sueltas sin encuadernar (excepto por grapas o doblez)

### **Título 4905**

- Si son mapamundis o no
- Si no lo son, si están en forma de libro o no
- En cualquier caso si están en relieve o no
- Si son tarjetas, tarjetas de saludo u otros

### **Título 4910**

- Si está impreso en papel o no por un proceso litográfico, así como el espesor del papel en mm.
- Subtítulo no impresos hace más de 20 años de la fecha de importación, si son adecuados o no para la producción de los artículos del Título 4902
- Si no han sido impresos 20 años antes de la fecha de la importación y no son adecuados para la producción de los artículos del Título 4901, indicar si la mercancía son litografías en papel o cartón
- Si son litografías en papel o cartón, dentro de los términos de la descripción previa, indicar el espesor del papel o el cartón y si son afiches o no.
- En cualquier caso, indicar si son o no afiches
- En cualquier caso, especificar si son negativos o positivos fotográficos sobre una base transparente o no

### **Subtítulo 4911.99**

- Si no son carnés o partes de estos, en inglés o francés, si están impresos o no en papel parcial o totalmente por un proceso litográfico.

**2. Conocimiento de embarque (guía marítima o aérea),** es el contrato entre el exportador y el transportista. El importador debe tener una copia como prueba de propiedad para recoger la mercancía en el puerto o aeropuerto.

**3. Lista de Empaque (si está disponible).** Este documento hace una relación a la factura comercial detallando los artículos incluidos, pesos medidas, y las marcas que lo identifiquen.

**4. Certificado de Origen ATPDEA–** Para algunos artículos los cuales el país de origen es Colombia, si se presenta un Certificado de Origen al momento de hacer la entrada, la Aduana Federal, podría autorizar el levante libre de aranceles aduanales.

**5. Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía.** En este son la factura Pro-Forma o la Entrada de Aduana.

La factura Pro-Forma, es la factura donde el exportador informa al importador, antes de embarcar la mercancía, los tipos y cantidades de productos que se van a enviar, valor de los mismos y otras especificaciones. Es un acuerdo que protege de las fluctuaciones de tipo de cambio y permite abrir cartas de crédito. Si en el momento de entrada de la mercancía el importador no cuenta con la factura comercial, la factura pro-forma puede ser sometida a Aduana Federal, garantizando la radicación de la factura comercial una vez recibida la misma.

### ***Entrada de aduana***

La entrada de aduana es un documento donde el importador o su agente indican a las autoridades federales el uso o destino de la mercancía importada, así como su valor o clasificación. Hay varias entradas de aduana, de acuerdo a la decisión del importador:

- Entrada de consumo, para mercancía que será vendida después de ser liberada por la aduana
- Entrada formal, para todas las importaciones con valor superior a los \$2.000
- Entrada informal, para mercancía con valor inferior a \$2.000. No se requiere fianza y se puede liberar de inmediato al pagar los impuestos y aranceles
- Entrada para bodega, cuando la mercancía llega a un depósito afianzado para reexportación a para algún cambio que no sea de manufactura (limpiarla o reempacarla). Si se va a reexportar, no paga aranceles ni impuestos.

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

- Entrada temporal<sup>52</sup>, como por ejemplo para reparación, muestras, planos carros para competencias, productos para una exposición. Hay algunas restricciones, sobre las que el importador debe consultar con el agente de aduana. Este tipo de entrada no paga aranceles.
- Entrada a zona franca, como la zona 61 de San Juan, operada por la Compañía de Comercio y Exportación.<sup>53</sup>
- Entrada por correo, para mercancía con valor inferior a \$2.000, con entrada informal.
- Entrada para exhibición, para una feria o evento comercial, como una entrada temporal libre de aranceles. No obstante, deberá pagar el “Maintenance Processing Fee” y en el caso de entrar por mar el “Harbor Maintenance Fee.”. Además se requiere una fianza o pagar el 6.6% del valor total de la mercancía. Si la mercancía se va a vender durante la exhibición, deberá ser una entrada normal, cumpliendo con todas las obligaciones de Aduana y Hacienda.

### **Ley de contratos de distribución de 1964**

Si el proveedor<sup>54</sup> extranjero o exportador desea contratar la distribución de sus productos para la venta en Puerto Rico debe tener en cuenta esta ley. Una vez se realice un contrato de distribución en Puerto Rico ningún principal o concedente podrá dar por terminada dicha relación o negarse a renovar el contrato al vencimiento normal, excepto por justa causa.<sup>55</sup>

Esta ley puede generar problemas a los exportadores Colombianos si tienen la mala suerte de conseguir un distribuidor inadecuado ya que seguirán amarrados a este, ya que demostrar la “justa causa” puede ser muy complejo. ¿Cómo se prueba que alguien es ineficiente, porque no cumple con las metas de ventas? El vendedor siempre podrá disculparse alegando que las metas fijadas por el exportador eran demasiado altas debido a su desconocimiento del mercado. Por eso conviene revisar

---

<sup>52</sup> En Puerto Rico dicen “temporera”.

<sup>53</sup> Más información en estos sitios de Internet: [www.comercioyexportacion.com](http://www.comercioyexportacion.com) y [www.prtrade.com](http://www.prtrade.com)

<sup>54</sup> En Puerto Rico dicen “suplidor”.

<sup>55</sup> Más información en [www.lexjuris.com/lexmate/comercio/lex1964075.htm](http://www.lexjuris.com/lexmate/comercio/lex1964075.htm)

con cuidado la trayectoria de los candidatos a distribuidor, antes de otorgarle a alguno la distribución de los productos Colombianos en Puerto Rico.

## **DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL**

Esta consiste en todos los pasos necesarios para hacer llegar la mercancía del punto de origen en el país exportador hasta el punto de destino en el país importador. Además del precio del producto a exportar, este proceso es el que define finalmente si es viable ingresar a un mercado externo, no sólo por los costos (transporte, seguros, impuestos, aranceles etc...) sino por los tiempos de entrega. Una entrega oportuna permite competir favorablemente con países que tardan más (bien sea por la distancia o por transportes y puertos ineficientes), especialmente para productos con ventas estacionales (Día de San Valentín. Día de la Madre, Navidad, etc...).

Proexport tiene una guía excelente de todos los pasos necesarios para la DFI en su página de Internet, que puede encontrar con el siguiente vínculo:

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=2618>

Al prepararse para importar, se debe considerar toda la logística de transportación de los productos desde su origen hasta su destino final en Puerto Rico. Todo esto, en el menor tiempo posible, al menor costo y con la mayor seguridad. Analizando la logística de transportación, se puede descubrir que método ofrece mejor costo-beneficio para la empresa. En fin, el transporte de la mercancía de manera efectiva es responsabilidad del importador y mientras más tiempo tarde en llegar la mercancía, mayores serán los costos y problemas administrativos.

Debido a que los productos serán enviados por un transportador desconocido, el importador debe asegurar que la mercancía se envíe de la siguiente manera:

Debidamente etiquetada para que llegue en buenas condiciones y cumpla tanto con los requisitos locales como con los extranjeros al salir del país.

Asegurada contra daños y pérdidas.

Sin embargo, por todas las consideraciones que hay que tener en cuenta, es recomendable la ayuda de un experto. Es por esto, que la mayo-

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

ría de los exportadores, tanto nuevos como experimentados, prefieren utilizar los servicios de una agente o broker de aduana.

### ***Expedidor de carga***

Los expedidores de carga juegan un papel integral en el proceso de transportación de productos a distintos países. Éstos deben tener una licencia de la Comisión Marítima Federal (FMC) para carga marítima o de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) para carga aérea. Los expedidores de carga representan al exportador en la coordinación de los servicios de transportación ya que están familiarizados con los procedimientos y regulaciones de países extranjeros, métodos de acarreo, regulaciones de importaciones del Gobierno Federal y los documentos necesarios para las transacciones internacionales.

Los expedidores de carga proveen varios servicios al exportador, que el importador debe conocer. A principios de la venta le dan al exportador un estimado de lo siguiente:

- Costo de transporte.
- Cargos del puerto.
- Cargos Consulares.
- Costo de documentación especial.
- Costo de seguros y tarifas.

Si el exportador lo desea, el expedidor de carga puede hacer los arreglos de acarreamiento y los servicios necesarios para hacer llegar la mercancía a Puerto Rico, como lo son:

- Hacer las reservaciones con el acarreador.
- Completar los documentos de exportación.
- Obtener un seguro para la mercancía.
- Asesorar al exportador sobre regulaciones de importación de los países destino.
- Asesorar sobre el empaque, etiquetaje y marca de origen.
- Hacer los arreglos de empaque y embalaje.
- Procesamiento de la exportación y otros.

Los principales pasos en la DFI son:

1. Información sobre el embarque
2. Empaque
3. Embalaje
4. Documentación

5. Unitarización
6. Manipulación de la carga en el local del exportador
7. Transporte interno
8. Seguro interno
9. Almacenamiento
10. Manipulación en el lugar de embarque
11. Aspectos aduaneros
12. Aspectos bancarios
13. Agentes
14. Transporte internacional
15. Seguro internacional
16. Costos administrativos
17. Costos capital de inventario

En la lista de chequeo siguiente, preparada por Proexport<sup>56</sup>, se detallan todos los pasos y actividades necesarias para una correcta y eficiente Distribución Física Internacional:

**Tabla 26: Pasos en la Distribución Física Internacional**

Descripción	Fecha	Observaciones	(0=No) (1=OK, (2=No requerido)
0 - Inicie abriendo una carpeta (D/O) para el embarque			1
<b>1 - INFORMACIÓN SOBRE EL EMBARQUE</b>			
¿Elaboró instrucciones sobre manejo del embarque?			
¿Las condiciones de embarque se ajustan a los términos de venta?			
<b>2 – EMPAQUE</b>			
¿El empaque cumple con las exigencias del producto?			
¿El empaque cumple con las exigencias del mercado de destino?			
¿El empaque se ajusta a las normas internacionales?			
¿Cumple con las exigencias de cada modo de transporte a utilizar?			
¿El marcado del empaque cumple con las exigencias del producto, mercado y del modo de transporte?			
¿El marcado del empaque cumple con las normas internacionales?			
<b>3 – EMBALAJE</b>			
¿El embalaje cumple con las exigencias del producto?			
¿El embalaje cumple con las exigencias del mercado de destino?			

<sup>56</sup> Revisión de estilo: Grupo consultor.

## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

Descripción	Fecha	Observaciones	(0=No) (1=OK.) (2=No requerido)
¿El embalaje se ajusta a las normas internacionales?			
¿Los materiales del embalaje cumplen con los requisitos de la norma fitosanitaria internacional para embalajes de madera NIMF no. 15?			
¿El marcado del embalaje cumple con las normas del producto, mercado y modo de transporte?			
¿El marcado del embalaje cumple con las normas internacionales?			
<b>4 – DOCUMENTACIÓN</b>			
¿La factura comercial se ajusta a las normas internacionales y exigencias del comprador?			
¿La factura comercial requiere validación o visto bueno de alguna autoridad?			
¿Elaboró suficientes copias de la factura comercial?			
¿Comprobó que el documento de exportación coincide con los datos de la factura comercial?			
¿La lista de empaque coincide con el pedido?			
¿En la lista de empaque verifico el número, peso y dimensiones de las unidades?			
¿La lista de empaque requiere validación o visto bueno de autoridades?			
¿El embarque requiere de certificado de origen?			
¿Según el país importador, usó el formato adecuado de certificado de origen?			
¿El certificado de origen requiere validación o visto bueno de alguna autoridad?			
El embarque requiere certificado fitosanitario. ¿Ya lo obtuvo?			
¿El fitosanitario requiere validación o visto bueno de alguna autoridad?			
¿El embarque requiere certificado sanitario?			
¿El certificado sanitario requiere validación o visto bueno de alguna autoridad?			
¿El embarque requiere algún otro documento?			
• ¿Certificado de calidad			
• ¿Certificado pre-embarque?			
• ¿Certificado de cuotas?			
• ¿Guía especial de exportación?			
<b>5 – UNITARIZACIÓN</b>			
¿Cuenta con los elementos necesarios para iniciar la palatización?			
¿El pallet cumple con las normas ISO y del país de destino?			
¿Hizo la reserva del contenedor con la anticipación requerida?			
¿Realizo la inspección física acerca del estado del contenedor?			
¿Solicito el contenedor adecuado y verifico sus medidas inter-			

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico

Descripción	Fecha	Observaciones	(0=No) (1=OK.) (2=No requerido)
nas?			
¿Cuenta con precintos adecuados para la seguridad del contenedor?			
<b>6 - MANIPULACION DE LA CARGA EN EL LOCAL DEL EXPORTADOR</b>			
¿Cuenta con instrucciones especiales para el manejo de la carga?			
¿Tiene el equipo adecuado para el manejo de la carga			
<b>7 - TRANSPORTE INTERNO</b>			
¿Elabora la carta de instrucciones al transportador?			
¿La empresa transportadora es confiable?			
¿Por el volumen de carga requiere programación de equipos, horarios?			
¿Los documentos de transporte cumplen con las normas y costumbres comerciales			
¿Coordino las fechas de entrega y lugares de tránsito?			
¿Programo con suficiente antelación el envío de la carga al punto de embarque para cumplir con el procedimiento sobre transmisión de información post-embarque a la aduana americana?			
¿Conoce los procedimientos de reclamación?			
<b>8 -SEGURO INTERNO</b>			
¿Requiere que su carga este asegurada?			
¿Aviso oportunamente a la compañía de seguros sobre el despacho de la carga?			
¿En la lista de empaque verificó el numero, peso y dimensiones de las unidades?			
<b>9 –ALMACENAMIENTO</b>			
¿Tiene instrucciones sobre almacenamiento de la carga?			
¿Envío las instrucciones a la almacenadora?			
<b>10 - MANIPULACION EN EL LUGAR DE EMBARQUE</b>			
¿Conoce las condiciones de manipulación en el lugar de embarque?			
¿Tiene instrucciones el agente sobre condiciones de manipuleo?			
¿Su carga se adecua a la infraestructura de manejo?			
<b>11 – ADUANEROS</b>			
¿Solicito el personal de la aduana para la inspección o dio instrucciones a su agente?			
¿Se requieren instrucciones especiales para la inspección de aduana?			
<b>12 – BANCARIOS</b>			
¿Los documentos, condiciones y exigencias de la carta de crédito están de acuerdo con lo pactado?			
¿Recibió de su banco la confirmación de la carta de crédito?			



## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

Descripción	Fecha	Observaciones	(0=No) (1=OK.) (2=No requerido)
¿Los documentos que certifican la exportación son acordes con lo estipulado en la carta de crédito?			
¿Entrego los documentos dentro de la vigencia del crédito?			
¿Verifiqué que los gastos y comisiones estén de acuerdo con lo pactado?			
¿Cumple con las disposiciones legales para el reintegro de divisas?			
¿El banco tiene experiencia en el manejo documentario de transacciones en comercio?			
<b>13 – AGENTES</b>			
¿El agente de aduana esta legalmente habilitado y es idóneo para prestar un buen servicio?			
¿Suministro instrucciones precisa a su agente sobre el manejo de la exportación y el dinero?			
¿La comisión cobrada por su agente fue la pactada previamente?			
¿Los gastos cobrados por el agente de aduana tienen soportes en facturas?			
¿Envío instrucciones para el manejo de carga al operador portuario?			
¿Si el embarque requiere supervisión (surveyor), ya solicito el servicio y entrego las			
<b>14 - TRANSPORTE INTERNACIONAL</b>			
¿Hizo la reserva de cupo en el medio de transporte internacional?			
¿Envío carta de instrucciones al agente de carga o transportador?			
¿El documento de transporte fue elaborado según las instrucciones de embarque y se			
¿Recibí las copias solicitadas del documento de transporte?			
¿Envío el original del documento de transporte a su comprador?			
¿Informo a su cliente sobre el modo y medios de transporte que utilizara?			
¿Hizo el seguimiento del despacho hasta su llegada al destino?			
¿Verifico si hay restricciones de transporte en el país de destino?			
¿Tiene un sistema para revisar las cuentas de fletes y efectuar los reclamos?			
¿Si usa los servicios de un OTM, verifiqué si esta legalmente autorizado y es idóneo?			
¿Envío las instrucciones de manejo y documentación necesaria a su OTM?			
¿Verifico que servicios están incluidos en la cotización del OTM?			
¿Comprobé si el otm tiene representante en el país de destino?			
<b>15 - SEGURO INTERNACIONAL</b>			

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico

Descripción	Fecha	Observaciones	(0=No) (1=OK.) (2=No requerido)
¿Verifico los riesgos de transporte a asegurar y el valor de la prima de seguro aplicable?			
¿Aviso a la compañía de seguros la fecha de embarque?			
¿En caso de siniestro conoce la formalidad de reclamación?			
<b>16 – ADMINISTRATIVOS</b>			
¿Coordino la logística del despacho con otras áreas de la empresa?			
¿El área financiera ya entregó los recursos para el embarque?			
¿Prorrateo los costos administrativos de las otras áreas que intervienen en el despacho?			
<b>17 - CAPITAL DE INVENTARIO</b>			
¿Calculo el costo del capital e inventario en el país exportador			
¿Calculo el costo del capital e inventario en tránsito internacional?			
¿Calculo el costo del capital e inventario en el país importador?			

Los costos de la exportación varían de acuerdo con el INCOTERM<sup>57</sup> acordado entre el exportador y el importador. En la página Internet de Proexport hay una buena descripción de los términos. La tabla siguiente resume las principales condiciones y los costos que deben asumir el exportador y el importador, respectivamente, de acuerdo con el INCOTERM que hayan acordado para hacer la transacción internacional.

<sup>57</sup> International Commerce Terms: Términos o condiciones de comercio internacional.

## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

Tabla 27: Incoterms<sup>58</sup>

	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAF	DES	DEQ	DDU	DDP
<b>Negrita: Transporte marítimo y terrestre</b> Normal: todo tipo de transporte	En fábrica	Libre transportador	Libre al lado buque	Libre a bordo	Costo y flete	Costo, seguro y flete	Transporte pagado hasta...	Transporte y seguro pagado hasta...	Entrega en frontera	Entrega en buque	Entrega en muelle	Entrega derechos sin pagar	Entrega derechos pagados
Servicio de almacenaje	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Costos laborales bodega punto origen	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Empaque para exportación	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Cargado punto origen	I	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Flete terrestre	I	I	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Costos por recibo en el muelle	I	I	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Honorarios agente aduana exportación	I	I	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Cargado en el barco	I	I	I	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Flete aéreo o marítimo	I	I	I	I	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Maniobras puerto importación	I	I	I	I	I	I	I	E	E	I	E	I	E
Carga de entrega punto final	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	E	E
	Salida	Flete pcpl. no pagado			Flete principal pagado				Llegada				

### Infraestructura Física

#### Puertos Marítimos<sup>59</sup>

La Autoridad de los Puertos de Puerto Rico posee, opera y administra las instalaciones portuarias en San Juan, incluyendo el antiguo sector marítimo, el área de Isla Grande y la zona de carga de Puerto Nuevo. Así mismo, administra los muelles que son de su propiedad, en las zonas portuarias de Mayagüez, Arecibo, Fajardo, Vieques, Culebra, Puerto Las Mareas (Guayama), Guayanilla y Yabucoa.

Administra los servicios de lancha para la transportación de pasajeros y carga entre Fajardo, Vieques y Culebra y entre Cataño y el Viejo San Juan. Además, la Autoridad administra y ejecuta la Ley de Muelles y Puertos de Puerto Rico, Núm. 151 del 28 de junio de 1968. Mediante esta ley, reglamenta la navegación y el tráfico marítimo en las aguas navegables de Puerto Rico y en sus puertos y muelles, así como el uso

<sup>58</sup> Fuentes: Proexport Colombia y Promoexport Puerto Rico. Diseño, grupo consultor

<sup>59</sup> Información suministrada por la Autoridad de los de Puerto Rico.

de terrenos en las zonas portuarias. Los puertos de mayor tránsito y de importancia son el de San Juan, Fajardo, Mayagüez, Ponce y Aguadilla.

### **El puerto de San Juan**

Por ser una isla, casi la totalidad de la actividad económica de Puerto Rico depende del transporte marítimo. La mayor parte de las operaciones de carga y de barcos de cruceros se desarrollan en el Puerto de San Juan, puerto principal comercial de la Isla. Su bahía está bordeada a lo largo por cerca de tres millas de tierra y su ancho varía entre 6 a 1.3 millas. El puerto ubica en la costa norte, a 30 millas al oeste del Cabo de San Juan.

A través de las instalaciones de la Autoridad de los Puertos se desarrollan las operaciones, para las cuales la Autoridad provee:

- 22,700 pies de arranque (34 muelles y 46 atracaderos).
- 1,100,000 pies cuadrados de almacenaje.
- 1,500,000 pies cuadrados de espacio abierto
- 108 cuerdas de espacio para contenedores.

Las operaciones de carga hacen del Puerto de San Juan, el de mayor actividad comercial en Puerto Rico y en todo el Caribe, además de ser uno de los más grandes centros de intercambio comercial en Estados Unidos. Ocupa la posición número cuatro en movimiento de carga por contenedores entre los puertos de Estados Unidos y la número veinte a nivel mundial, de acuerdo con una encuesta de 1999 realizada por la Asociación Americana de Autoridades Portuarias.

Durante el año 2001, se registraron las siguientes operaciones de carga:

Barcos:	3,485
Tonelaje en bruto:	81,753,889
Toneladas cortas:	9,616,678

El 64.6% del total de embarcaciones que visitaron la isla arribaron al puerto de San Juan, que cuenta con muelles de carga y de turismo.

### **Muelles de Carga**

Los principales muelles de carga son el Puerta de Tierra, Frontier Base, Panamericano y el de Puerto Nuevo.

## ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

En el caso del **muelles Puerta de Tierra**, esta conformado por el muelle 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15 y 16. El muelle ocho operan desde 1961 por la Autoridad de los Puertos. Mide 590 pies de largo por 390 pies de ancho y tiene un espacio abierto de 210,000 pies cuadrados. Su capacidad de atraque es para 3 barcos. El muelle nueve opera desde 1961, en un principio fue destinado al manejo de carga y posteriormente pudo acomodar barcos cruceros, habiendo sido reconstruido para estos fines. Mide 655 pies de largo por 300 pies de ancho y tiene capacidad de atraque para 3 barcos.

Los muelles 8, 9, 15 y 16 se destinan a operaciones de carga general, al igual que los muelles 11, 12, 13 y 14, en estos últimos se reciben grandes embarques de productos extranjeros, principalmente materiales de construcción.

El **muelle Frontier Base**, es un muelle marginal de turismo y carga, con capacidad de atraque para 2 barcos. Y el muelle Panamericano, posee un terminal para pasajeros construido en 1991 para atender la demanda de instalaciones para barcos cruceros. En el año 2001 fue remodelado y las pequeñas embarcaciones procedentes de las islas cercanas que operaban allí fueron transferidas al muelle 10. Durante muchos años fue eje de transportación de carga, especialmente de materiales de construcción y de automóviles.

**La Zona Portuaria de Puerto Nuevo**, consiste en 125 cuerdas dedicadas principalmente al manejo de carga en furgones, la mayor operación de carga en el Puerto de San Juan. La zona cuenta con 15 muelles, desde el A hasta O, así como numerosas facilidades de almacén, área de estacionamiento para camiones de arrastre, tinglados para carga en tránsito y muchas otras estructuras propias de una zona portuaria de este tipo.

Los muelles 1, 3, 4 y 6 son muelles de exclusivamente para turismo, ubicados en San Juan.

### **Otras instalaciones marítimas**

Otros muelles que se encuentran en Puerto Rico son el de Mayagüez, Guayanilla, Guanica, Guayama, Arecibo, Peñuelas y Yabucoa. **El Muelle de Mayagüez** es marginal de 1,200 pies lineales, andén de 30 pies de ancho y servicio de pilotaje. Tiene operaciones de carga y del “ferry” que sirve la ruta Mayagüez- República Dominicana. **El Muelle de Guayanilla**, constituye una de las mejores bahías protegidas de Puerto Rico. Este muelle, de 680 pies de largo, recibe embarcaciones de cualquier calado y se utiliza para operaciones de petróleo. **El Muelle de**

**Guanica**, es una bahía protegida con servicios de remolcadores y pilotaje. Tiene 700 pies de largo y calado de 28 pies. Se utiliza para operaciones de carga suelta. **El Muelle de Guayama (Las Maeras)**, se inauguró en 1969 por la Phillips Petroleum Co. Este muelle, tipo espigón, de 1,000 pies de largo, posee sistema de conductos. Permite el atraque de banqueros de calado profundo, además de poseer instalaciones para el recibo y transporte de petróleo y productos derivados. **Muelle de Arecibo**, es marginal para recibir aceite a granel, tiene 600 pies y áreas abiertas de almacenaje. **Muelle de Peñuelas (Tallaboa)**, es en espigón con tubería para descargar combustible. Finalmente el Muelle de Yabucoa, posee un canal de navegación de 500 pies de ancho y 50 de calado, este muelle permite el atraque de tanqueros de gran calado y barcas. Posee instalaciones para el manejo y transporte de petróleo y es operado por Shell de Puerto Rico y la "Union Carbide Graphite of Puerto Rico"

#### *Aeropuertos regionales*

El negociado de Aviación de la Autoridad de los Puertos de Puerto Rico administra y opera el sistema aeroportuario de la Isla, el cual está integrado por once aeropuertos, siendo el principal de ellos, el Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín, ubicado en Carolina. Este aeropuerto figura entre los primeros del hemisferio americano en cuanto a movimiento de pasajeros y carga, y es además, eje de la transportación aérea en el Caribe. Diariamente maneja alrededor de 600 operaciones, con vuelos internacionales hacia Sur, Centro, Norte América y el Caribe. Con más de 30 líneas y 15 operadores de carga, se ofrece allí una pluralidad de vuelos.

Hoy el aeropuerto Luis Muñoz Marín cuenta con las instalaciones y servicios necesarios para satisfacer la demanda de la industria aérea. Tiene dos pistas divergentes de 10,000 y 8,000 pies de largo, una antevista paralela que conecta las pistas 8 y 10, tres terminales para el manejo de carga, un centro mundial de carga, tres terminales para pasajeros y 42 posiciones de estacionamientos para aviones. Adicionalmente, cuenta con un hotel, capilla, cafeterías, restaurantes, salón de belleza, salón de masajes, tiendas, un moderno edificio multipisos para estacionamiento vehicular y otros servicios que se ofrecen para la comodidad de los pasajeros.

Los otros diez, clasificados como aeropuertos regionales, están ubicados en Isla Grande, Aguadilla, Ponce, Mayagüez, Fajardo, Arecibo, Vieques, Culebra, Humacao y Patillas. Este último no registra ningún tipo de operación.

**Aeropuerto Fernando Ribas Dominicci. Isla Grande,** posee transportación terrestre, terminal de pasajeros con cafetería. Vuelos diarios con itinerarios fijos hacia Vieques, Culebra, Mayagüez. Servicios de ambulancia aérea, líneas “charters” que vuelan a cualquier punto del Caribe y taxis aéreos. Rampa para estacionamiento de aviones.

**Aeropuerto Mercedita. Ponce.** Ofrece alquiler de autos, transportación terrestre, terminal de pasajeros, cafetería. Unidad de rescate aéreo. Vuelos militares, de aviones privados, taxis aéreos y línea “charter” con itinerario regular diario. Servicios de carga. Estacionamiento vehicular gratis. El aeropuerto está localizado a 4 millas al este de la ciudad de Ponce, en la costa oeste.

**Aeropuerto Eugenio María de Hostos Mayagüez,** ubicado a 4 millas al norte de la ciudad de Mayagüez. Alquiler de autos, transportación terrestre, terminal de pasajeros, máquinas de venta de refrescos y golosinas. Vuelos diarios con itinerarios fijos a San Juan y República Dominicana, taxis aéreos y vuelos “charters”. Servicio de aduana.

**Aeropuerto Rafael Hernández. Aguadilla,** posee la pista de mayor longitud en todo el Caribe. Alquiler de autos, transportación pública. Agencias federales: Aduana, Agricultura, Inmigración. Oficinas compañía de turismo y Policía Estatal, División de Drogas. Terminal de pasajeros de 30,000 pies cuadrados con cafetería. Vuelos diarios con itinerarios fijos a Nueva York y Newark. Las líneas aéreas con más de 30 asientos deben llamar 24 horas antes. El aeropuerto está localizado a 11 millas al norte de la ciudad de Aguadilla, en la costa noroeste.

**Aeropuerto Antonio Rivera Rodríguez. Vieques,** servicio de carros públicos; estacionamiento para aviones. Terminal de pasajeros, cafetería, inspección federal si se solicita. Vuelos diarios con itinerarios fijos al Aeropuerto Luis Muñoz Marín, Isla Grande, Fajardo, Culebra, Humacao y a Santa Cruz. El aeropuerto está ubicado a 7 millas al oeste de la ciudad Isabel II.

**Aeropuerto Antonio Nery Juarbe. Arecibo,** terminal de pasajeros, vuelos “charters” y privados, taxis aéreos y carga aérea. El aeropuerto está ubicado en la costa norte.

**Aeropuerto Diego Jiménez Torres. Fajardo,** terminal de pasajeros y servicios de taxis aéreos. Vuelos diarios de itinerarios fijos hacia Vieques, Culebra, St. Thomas y Sta Cruz. Vuelos “charters” al Caribe. Inspección federal hasta las 6:00 p.m, si se solicita por lo menos con una

hora de anticipación. El aeropuerto está localizado en el kilómetro 1, Int. Carretera 976, Barrio Florencio, en la costa este de Fajardo.

**Aeropuerto Benjamín Rivera Noriega. Culebra.** Terminal de pasajeros. Estacionamiento en nueva rampa ubicada al norte de la pista. Vuelos diarios hacia Fajardo, Vieques, St. Thomas y San Juan. Todo vuelo debe contactar 122.9 para conocer sobre el movimiento de aviones en la vecindad. Servicio de inspección federal disponible si se solicita por lo menos una hora antes de aterrizar. Sólo se usa la pista 13. Operaciones nocturnas sólo para casos de emergencias. El aeropuerto se ubica cerca del pueblo de Dewey, y está rodeado por áreas residenciales por el oeste y sureste.

**Aeropuerto de Humacao,** servicio de taxis aéreos, vuelos “charters” y deporte de paracaidismo. Terminal de pasajeros con servicios sanitarios. Los vuelos deben comunicarse con 122.9 Mhz para conocer el movimiento de aviones en la vecindad. El aeropuerto se ubica a una milla al este de Humacao, en la costa suroeste.

**Aeropuerto de Patillas,** servicio sanitario, los vuelos deben comunicarse con 122.9 Mhz para conocer el movimiento de aviones en la vecindad. El aeropuerto está ubicado a 1 ½ millas al sureste de la ciudad de Patillas.

Puerto Rico cuenta con una excelente red de carreteras y autopistas que comunican toda la isla, tanto en sentido este-oeste como norte-sur. No tiene ferrocarriles, así que todo el transporte terrestre se hace por carretera. San Juan es el principal punto de llegada y distribución a las demás ciudades.

Los puntos de origen en Colombia son los principales centros industriales, entre los que se encuentran:

- Bogotá
- Medellín
- Cali
- Barranquilla
- Bucaramanga

Dependiendo del producto y el sitio de producción el exportador puede escoger varias modalidades de transporte:

- Aéreo
- Marítimo



## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

- Multimodal (terrestre, marítimo)

Tabla 28 : Tarifas carga aérea a Puerto Rico<sup>60</sup>

Aerolínea	Tipo de carga	MINIMA	-45 KG	+45 KGS	+ 100 KGS	+ 200 KGS	+ 300 KGS	+ 500 KGS	+ 1000 KGS
Aerolínea 8	Carga general	70.00	0.00	3.17	3.17	3.17	1.60	1.40	1.40
Aerolínea 8	Confecciones	80.00	0.00	3.17	3.17	2.47	2.47	1.89	1.59
Aerolínea 8	Cueros	70.00	0.00	3.27	3.27	3.27	1.52	1.22	1.22
Aerolínea 8	Farmacéuticos	70.00	0.00	3.17	3.17	3.17	1.55	1.25	1.25
Aerolínea 8	Flores	70.00	0.00	3.27	3.27	3.27	1.61	1.31	1.31
Aerolínea 8	Frutas y verduras	70.00	0.00	4.29	4.29	4.29	1.67	1.37	1.37
Aerolínea 8	Impresos	70.00	0.00	2.71	2.71	2.71	2.50	2.30	2.30
Aerolínea 8	Peces	70.00	0.00	3.17	3.17	3.17	1.68	1.38	1.38
Aerolínea 8	Textiles	70.00	0.00	3.17	3.17	3.17	1.42	1.12	1.12
Aerolínea 13	Carga general	50.00	3.03	2.52	2.40	2.40	1.91	1.00	1.00
Aerolínea 13	Frutas y verduras	55.00	3.33	2.77	2.64	2.64	2.10	1.10	1.10
Aerolínea 13	Priority	75.00	4.55	3.78	3.60	3.60	2.87	1.50	1.50
Aerolínea 15	Carga general	50.00	2.50	2.50	2.00	Nd	Nd	1.90	1.90
Aerolínea 15	Flores	50.00	Nd	Nd	2.00	Nd	Nd	1.95	1.95
Aerolínea 15	Peces	50.00	Nd	Nd	1.95	Nd	Nd	1.85	Nd
Aerolínea 26	Carga general	50.00	3.47	2.47	1.50	1.50	1.30	1.30	1.30
Aerolínea 26	Textiles y cueros	50.00	3.47	2.47	1.31	1.31	1.20	1.17	1.17
Aerolínea 26	Impresos	50.00	3.47	2.47	1.26	1.26	1.13	0.75	0.75
Aerolínea 26	Flores	50.00	3.47	2.47	1.18	1.18	1.18	1.18	1.18
Aerolínea 29	Carga general	50.00	2.40	1.21	1.21	1.21	1.01	0.95	0.95
Aerolínea 31	Carga general	100.00	Nd	Nd	2.93	2.93	2.11	2.11	2.11
Aerolínea 31	Perecederos	100.00	Nd	Nd	2.93	2.93	2.11	2.11	2.11
Aerolínea 6	Carga general	75.00	3.17	2.47	2.47	2.47	1.89	1.25	1.25
Aerolínea 30	Carga general	90.00	3.05	3.05	2.15	2.15	2.15	1.65	1.65

Las tarifas de carga por carretera a los puertos colombianos de exportación son, en dólares americanos<sup>61</sup>:

Tabla 29: Tarifas carga por carretera a los puertos colombianos<sup>62</sup>

	Barranquilla	Buenaventura	Cartagena	Santa Marta
Armenia	34.56	16.37	34.56	35.27

<sup>60</sup> Fuente: Proexport

<sup>61</sup> Tasa de cambio usada: \$2.535,89 pesos colombianos por dólar.

<sup>62</sup> Fuente: Proexport

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

Barranquilla		44.44	12.59	9.44
Bogotá	25.39	22.57	25.39	25.39
Bucaramanga	23.28	36.68	26.10	22.57
Buenaventura	45.52		45.52	45.85
Cali	38.79	13.85	38.79	40.91
Cartagena	10.70	47.96		12.59
Cúcuta	25.39	38.79	27.51	24.69
Duitama	25.39	28.92	28.21	28.21
Ibagué	31.74	20.15	31.74	32.45
Ipiales	56.43	29.75	56.43	56.43
Manizales	33.86	17.75	31.74	33.86
Medellín	21.87	21.16	22.57	23.28
Neiva	38.79	25.18	38.79	40.91
Pasto	50.78	26.44	50.78	52.90
Pereira	33.75	17.00	33.15	35.27
Santa Marta	10.70	43.73	12.59	
Villavicencio	32.45	24.69	32.45	32.45

Con la desregulación actual existen precios diferentes según el transportador y el tipo de carga, por lo que conviene solicitar varias cotizaciones.

Las tarifas marítimas son:

**Tabla 30: Tarifas marítimas hasta San Juan<sup>63</sup>**

Origen	Destino	Tipo de carga	Flete US\$ 20'	Flete US\$ 40'
Buenaventura	San Juan	General	1.300 a 1.775	1.700 a 2.100
Cartagena	San Juan	General	900 a 1200	1.000 a 1650

Las tarifas Cartagena-San Juan fueron cotizadas al Grupo Consultor por varias empresas, en un rango de 800 a 1200 por contenedor de 20, así:

<sup>63</sup> Fuente: Proexport, precios indicativos

## **Plan estratégico Exportador a Estados Unidos**

<b>Tarifa de exportación por Bogotá</b>		
Agenciamiento Aduanero Aeropuerto		Comisión del 0.4% sobre Vr. CIF con mínima de USD 100
Flete Aéreo Internacional Bogotá – San Juan de Puerto Rico		Aerolínea Martinair cargo + 45 kls ..... USD 2.53 kl. + 100 kls ..... USD 1.56 kl. + 300 kls ..... USD 1.36 kl. Adicionalmente FS (recargo de combustible de la aerolínea) .....USD 0.20/ kl
Due Carrier (de la aerolínea)		USD 25.00 por guía aérea.
Due Agent		USD 67.50
Gastos Operacionales		USD 50.00 por guía aérea
Formularios		Al costo
<b>Tarifa de exportación por puerto</b>		
Agenciamiento Aduanero Puertos		Comisión del 0.4% sobre Vr. CIF con mínima de USD 100
Flete Internacional vía marítima		Contenedor 20' ..... USD 925 Contenedor 40' ..... USD 1200
Documentación (de la línea marítima)		USD 35 por BL
Gastos Operacionales		USD 125 en Puertos
Formularios		Al costo
Preinspección por cargue y descargue de contenedor		\$100.000 cada uno
Inspección antinarcóticos por contenedor		\$150.000 cada uno

Otra cotización recibida por los consultores indica:

FULL - CONTINER:

CONT X 20' :

FLETE: USD\$ 1300

BF: USD\$ 125

DOC FEE: USD\$ 39

RECARG. DE SEGURIDAD: USD\$ 6

TRANSMISION ADUANERA: USD\$ 20

Para cont. x 40' los recargos y el valor de el flete son los mismos a diferencia de el BF o COMBUSTIBLE el cual es por un valor de USD\$ 250.

FRECUENCIA: Semanal.

TIEMPO DETRANSITO: 7 días

LCL. o CONSOLIDADO:

USD\$ 150 Tnl/M3 + un recargo de USD\$ 40 x B/L.

FRECUENCIA: Quincenal

TIEMPO DETRANSITO: 6 días

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

También hay un servicio directo para cargas extradimensionales superiores de 600 toneladas, desde Barranquilla.

Los precios desde Cartagena y Buenaventura están entre US\$175 y US\$240 por tonelada.

Las frecuencias y tiempos de tránsito desde Cartagena hasta San Juan, por empresa son:

**Tabla 31: Frecuencia y tiempo de tránsito entre Cartagena y San Juan**<sup>64</sup>

Linea maritima	Frecuencia	Tiempo de transito		Tipo de carga										Flete		
	(días)	Min(días)	Máx(días)	20'	40'	45'	20'R	40'R	40'HC	40'HCR	BB	BB1	PP	CC	CC1	
Marfret	7	9	12	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Compañía Chilena (Ccn)	7	11	12	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Cma-Cgm	7	12	14	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Maersk Sealand	8	13	15	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Italia de Navigazione	7	11	12	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Maruba	7	11	13	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Hapag Lloyd	7	9	11	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Dole Ocean Liner Express	7	2	3	SI	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
Seaboard Marine	7	14	15	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
Compañía Sudamericana De Vapores	7	10	12	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
Evergreen Marine Corporation(Emc)	8	14	16	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
Hamburg S_D	7	9	11	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
American President Lines	7	3	5	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	
N.V.O.C.C. Eculine	15	20	21	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	
N.V.O.C.C. Express Cargo	7	19	21	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	
N.V.O.C.C. Mercury Express Lines	7	14	16	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	
N.V.O.C.C. Almagran	7	2	4	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	
Navesco S.A.	30	6	8	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	

**FUENTE: Proexport, citando a agentes y líneas marítimas en Colombia.**

<sup>64</sup> Fuentes: Proexport y navieras

### **Plan estratégico Exportador a Estados Unidos**

Como se observa, la frecuencia mínima es semanal, para la mayoría de las navieras y los tiempos de tránsito pueden variar desde 2 días (Almagám y Dole) y 21 días.

Los tiempos de tránsito son mayores desde Buenaventura, como se muestra en la tabla siguiente:

Línea marítima	Frecuencia	Tiempo de tránsito		Tipo de carga										Flete		
	(días)	Min(días)	Máx(días)	20'	40'	45'	20'R	40'R	40'HC	40'HCR	BB	BB1	PP	CC	CC1	
Maersk Sealand	8	15	17	Si	Si	No	No	Si	Si	No	No	No	Si	No	Si	
Hapag Lloyd	10	10	12	Si	Si	No	No	Si	No	No	No	No	Si	No	Si	
N.v.o.c.c. Express Cargo Line	15	23	25	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Si	No	Si	
N.v.o.c.c. Mercury Express Lines	7	15	17	Si	Si	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	Si	

**FUENTE:** Proexport, citando a agentes y líneas marítimas en Colombia.

Como se observa, el menor tiempo de tránsito es de 10 días y el mayor de 25.

**Tabla 32: Tarifas del puerto de Cartagena, 2004**

Tarifas de servicio a la carga		
Uso de Instalaciones Portuarias a la Carga		
Código	Descripción	Tarifa US\$
20210	Contenedores 20' / U Carga Normal	75
20211	Contenedores 40' / U Carga Normal	105
20110	Carga suelta normal, tonelada peso	4.5
20300	Carga granel, tonelada peso	4
20410	Vehículos menores a 20 metros cúbicos / U	58
20411	Vehículos entre 20 y 40 metros cúbicos / U	76
20412	Vehículos más 40 metros cúbicos / U	140

Almacenaje		
Código	Descripción	Tarifa US\$
50111	Carga suelta, tonelada peso, día en espacio cubierto	1.5
50110	Carga suelta, tonelada peso, día en espacio descubierto	1
50210	Contenedores 20', unidad, día llenos	15
50211	Contenedores 40', unidad, día llenos	25
50230	Contenedores 20', vacíos, unidad, día	1
50231	Contenedores 40', vacíos, unidad, día	1.5
50410	Vehículos menores 20 metros cúbicos, unidad, día	3.5

## **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

<b>Tarifas de servicio a la carga</b>		
50411	Vehículos entre 20 y 40 metros cúbicos, unidad, día	6
50412	Vehículos más 40 metros cúbicos, unidad, día	11

<b>Servicios de Operaciones Terrestres</b>		
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tarifa US\$</b>
60720	Cargue o descargue de contenedores de 20' o 40', llenos	25
60722	Cargue o descargue de contenedores de 20' o 40', vacíos	12
60730	Movilización de contenedores para Inspección Importación contenedores de 20' o 40'	85
60731	Servicio Extraordinario tiene un recargo (Importación)	125
60732	Movilización de contenedores para Inspección Exportación contenedores de 20' o 40' llenos	65
60740	Repesaje de contenedores 20' o 40'	65
60750	Movilización de contenedores para llenado o vaciado de 20' o 40' (Ciclo Completo)	85
60752	Movilización de contenedores para llenado de 20' o 40' (Ciclo Parcial)	45

<b>Uso de Instalaciones Portuarias al Operador Portuario Marítimo</b>		
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tarifa US \$</b>
21100	Carga suelta, granel, tonelada peso movilizada	1
21220	Contenedores 20' o 40' llenos por unidad movilizada	18
21240	Contenedores 20' o 40' vacíos por unidad movilizada	6
21250	Contenedores 20' o 40' llenos en tránsito por unidad movilizada	5
21260	Contenedores 20' o 40' vacíos en tránsito por unidad movilizada	2
21700	Contenedores 20' o 40' llenos o vacíos, vía muelle, por unidad movilizada. Reestibas	4
22100	Pilotaje por maniobra	10
23100	Remolcador por maniobra	30

<b>Uso de Instalaciones Portuarias al Operador Terrestre</b>		
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tarifa US \$</b>
24100	Carga suelta o granel, por tonelada movilizada	0.2
24200	Contenedores 20' y 40' llenos o vacíos por unidad movilizada	2

<b>Equipos Portuarios</b>
Los más avanzados equipos y modernas grúas a su disposición, de acuerdo con el tipo de operación y servicio requerido. Solicitar cotización a la Dirección Comercial.

<b>Otros</b>		
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tarifa US \$</b>
30200	Suministro de Agua Potable, por tonelada	4.8
30500	Tratamiento de basuras por metro cúbico	12
30110	Suministro de Energía por día o fracción (contenedor)	48

**Nota:** A partir del día 16 de permanencia de la carga en puerto, se efectúa un recargo del 50% a la tarifa

## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

### Tarifas de servicio a la carga

de almacenaje.

La Carga Peligrosa tiene un 25% de recargo en la tarifa de Uso de Instalaciones Portuarias y el almacenaje

Sociedad Portuar

### Servicios a las Líneas Marítimas

Muelleaje		
Código	Descripción	Tarifa US \$
10100	Por metro de eslora, por hora o fracción	0.57

Uso de Instalaciones Portuarias		
Código	Descripción	Tarifa US \$
20140	Uso de Instalaciones Carga General Tránsito Internacional	4.5
20242	Contenedores Vacíos 20', por unidad	18
20242	Contenedores Vacíos 40', por unidad	23
20250	Carga en tránsito Internacional llenos, 20' o 40'	57
20260	Contenedores en tránsito Internacional vacíos, 20' o 40'	32
20710	Reestibas vía muelle, contenedores llenos, 20' o 40'	35
20720	Reestibas vía muelle, contenedores vacíos, 20' o 40'	5
20721	Uso Tapas del buque	5
20730	Uso de Instalaciones, vehículos / automotores, < ó = 20 metros cúbicos, reestibas	20
20731	Uso de Instalaciones, vehículos / automotores, > 2 < 4 metros cúbicos, reestibas	40

Almacenaje		
Código	Descripción	Tarifa US \$
50230	Contenedores, 20', vacíos, por unidad, por día	1
50231	Contenedores, 40', vacíos, por unidad, por día	1.5
50212	Almacenaje de Contenedores en Tránsito Internacional, 20' o 40', llenos, después de 10 días	10
50213	Almacenaje de Contenedores en Tránsito Internacional, 20' o 40', vacíos, después de 10 días	1
50222	Almacenaje de Contenedores en Tránsito Internacional, 20' o 40', llenos, peligrosos	12.5

Fuente: Sociedad portuaria de Cartagena, 2004.

La mayoría de los despachos de libros e impresos llegan a Puerto Rico por vía marítima, generalmente al Puerto de San Juan y de allá se distribuyen por carretera al resto de la isla. Conviene anotar que hay una alta concentración del mercado en el área metropolitana de San Juan, ya que es la más afluente y mejor educada de la población. Según Teo Rolón, de Akron Libros, el 90% de sus ventas están en esa área metropolitana. La librería Borders', la que más vende en la isla, tiene dos sucursales en el área metropolitana. Sus ventas se estiman entre 20 y 30

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

millones de dólares al año<sup>65</sup>, lo que muestra su alta participación en el mercado y confirma la concentración de lectores en el área metropolitana de San Juan.

Los principales puertos de entrada a Puerto Rico son:

Puerto	Teléfono	Fax
Aguadilla	1 787 882 3537	1 787 882 3523
Fajardo	1 787 863 0950	1 787 860 5771
Mayagüez	1 787 831 3342	1 787 831 3310
Ponce	1 787 841 3130	1 787 841 3133
San Juan	1 787 729 6850	1 787 729 6678

El principal puerto marítimo es el de San Juan, que cuenta con amplio espacio y excelentes facilidades, en la Bahía de San Juan. Cuenta con 22.700 pies de muelles y atracaderos, es decir, unos 6.8 km y con 1.5 millones de pies cuadrados para almacenamiento al aire libre, es decir más de 137.000 metros cuadrados. El muelle de carga general, situado en la costa sur del Canal de San Antonio, tiene 1.500 pies de longitud. El puerto está prácticamente situado en el centro de la ciudad, tanto que los turistas que desembarcan de los cruceros pueden ir caminando a conocer el viejo San Juan.

El aeropuerto internacional más importante<sup>66</sup> es el Luis Muñoz Marín, ubicado en Isla verde, San Juan, dentro del área metropolitana. Teléfono 1 787 253 4540 Fax 1 787 253 7811. San Juan está comunicado con el resto de la isla por una excelente red de carreteras y autopistas. Las distancias son relativamente cortas, así:

Kilómetros							
	Arecibo	Fajardo	Guayama	Humacao	Mayagüez	Ponce	San Juan
Arecibo		203.20	203.20	190.40	126.40	123.20	123.20
Fajardo	127		91.20	35.20	206.40	142.40	54.40
Guayama	127	57		233.47	134.40	60.80	75.20
Humacao	119	22	146		187.20	113.60	54.40
Mayagüez	79	129	84	117		113.60	54.40
Ponce	77	89	38	71	46		112.00
San Juan	77	34	47	34	117	70	
Millas							

<sup>65</sup> Información obtenida por el grupo consultor en entrevista con Ana Ivelisse Feliciano, Area Marketing Manager de Borders’.

<sup>66</sup> Además los aeropuertos de Ponce y Mayagüez cuentan con servicio aduanero.



## **PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES**

No cabe duda que Colombia ya tiene un nicho importante en el mercado puertorriqueño con libros, principalmente a través de servicios de impresión a editores locales. Todos los entrevistados consideraron los libros colombianos como de buena calidad y precio razonable. Uno de ellos, el Sr. Rolón piensa que los españoles son de mejor calidad. Es difícil percibir la diferencia entre un libro editado por Alfaguara, por ejemplo e impreso en España o en Colombia. El papel es muy similar, la encuadernación también, la impresión a color de la carátula es igual. Un libro de arte editado por Benjamín Villegas e impreso en Colombia no tiene nada que envidiar a uno de Taschen o de Random House-Mondadori.

No obstante, si de exportar libros se trata conviene no perder de vista a España, quien tiene una variedad enorme en publicaciones, editando 70.000 títulos al año de muy diversos temas que atraen a un público variado y permiten diversificar el portafolio de los vendedores. Vale la pena anotar también que España ha tomado algunas medidas para contrarrestar las desventajas creadas por el alto valor del Euro y los costos de transporte. Han aceptado hacer acuerdos con distribuidores puertorriqueños, como Akron libros, para darles descuentos mayores y conservar estos clientes y han logrado de Iberia una tarifa preferencial para el transporte de libros por carga aérea.

No hay que perder de vista a México, un gigante de la impresión y que está cercano a Colombia en el volumen de exportaciones. Si el país azteca reduce los costos de transporte terrestre o si logra acuerdos con sus aerolíneas como el hecho por los editores españoles con Iberia podría reforzar su presencia en Puerto Rico en el futuro cercano. Otros países, con larga tradición editorial, como la Argentina, no representan hoy en día una amenaza, debido a la pésima calidad de su impresión, a pesar de contar con precios muy bajos.

¿Puede continuar el crecimiento de las exportaciones colombianas de manera sostenida en el futuro? Sin duda, si continua ofreciendo buena calidad y precios razonables, así como plazos de entrega satisfactorios. Las proyecciones del consumo personal futuro muestran que el ingreso seguirá creciendo, generando un mayor poder de compra, del cual un porcentaje importante está destinado a educación y cultura. El libro, como símbolo de la cultura juega aquí un papel importante en el comercio bilateral entre Colombia y Puerto Rico.

Las editoriales Colombianas deberían seguir el ejemplo de nuestros impresores y exportar libros, sin limitarse meramente a la parte litográfica, para generar mayor valor agregado y obtener utilidades no sólo sobre el valor de la impresión sino sobre todo el precio del libro al librero.

En el caso de los periódicos, la escasa frecuencia de viajes y el tiempo de tránsito dificultan las exportaciones colombiana, ya que no es posible entregar “just on time”. Sin embargo, en el caso de los semanarios o de las revistas –hebdomadarias, quincenales o mensuales- todavía hay grandes oportunidades para incrementar la participación de Colombia en el mercado.

En el caso de los catálogos y el material publicitario, la competencia se ve difícil, debido a que gran parte de estos son despachados por las casas matrices de los EE.UU. y sus sucursales en Puerto Rico e impresos en el continente. Sólo se podría penetrar a ese mercado intentando vender en los EE.UU. tema que se escapa del alcance de este estudio.

Finalmente, en otros impresos, como las tarjetas, hay grandes posibilidades, dada la alta calidad de la impresión en Colombia y el hecho de contar con excelentes diseñadores gráficos, caricaturistas e ilustradores que pueden interpretar muy bien el gusto borinquen. Autores de tarjetas como Timoteo, para mencionar sólo a uno, encontrarían en Puerto Rico un mercado prácticamente virgen, debido a la originalidad de sus creaciones.

¿Cuáles son las debilidades colombianas? En las entrevistas del grupo consultor con los exportadores colombianos surgieron una y otra vez estas tres dificultades para un crecimiento sostenido de las exportaciones colombianas:

- La revaluación del peso colombiano
- Los altos costos de transporte, tanto terrestre como marítimo
- La congestión y demoras en los puertos colombianos.

Además, uno de los entrevistados menciona como un problema para la expansión la carencia de suficientes contenedores y la dificultad de conseguirlos, entre otras cosas por la dinámica impuesta por China al comercio internacional.

Entre las amenazas se podrían mencionar:

### ***Plan estratégico Exportador a Estados Unidos***

---

- España, que decida trasladar sus proceso de impresión a otros países con costos menores, como lo han hecho tantos otros. Ahora bien, si deciden producir en Colombia, esta lejos de ser una amenaza se convertiría en una ventaja.
- Una actitud más agresiva y dinámica de otro competidor cercano, como es México con todo el potencial que tiene su gran industria.
- Finalmente, no hay que perder de vista a Argentina. Aunque los costos de transporte son más altos, los de producción son mucho menores que en Colombia y si mejoran su calidad podrían convertirse en una competencia seria para Colombia.

Para concluir, si Colombia no se descuida ni se duerme en sus laureles tiene grandes oportunidades para unas exportaciones sostenidas y crecientes en el sector editorial.

### **Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

La matriz DAFO resume estas conclusiones, así:

<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
Escasa producción editorial comparada a España o México	Buena calidad
Revaluación del peso colombiano	Precios muy competitivos
Congestión en el puerto de Cartagena	Buen servicio y cumplimiento
Infraestructura terrestre insuficiente	Excelente imagen en Puerto Rico
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
Exenciones de impuestos a los editores e impresores locales, las que se pueden incrementar si se aprueba la Ley del Libro.	Es posible incursionar ventajosamente en otros segmentos del sector editorial, como impresión de revistas, tarjetas y calendarios.
Competencia española, si deciden imprimir por fuera de Europa.	Crecimiento de la demanda y del consumo en libros, estimulado por los descuentos de las megalibrerías.
Mayor agresividad en el mercadeo por parte de México, que está muy cercano en ventas a Colombia	Altos costos del Euro y del transporte desde España.
Carencia de preferencias arancelarias, ya que los libros de cualquier origen están exentos.	Altos costos de transporte desde Argentina.

En síntesis, si Colombia logra diversificar su producción de libros, manteniendo el alto nivel de calidad y los precios competitivos actuales; si se lanza a producir tarjetas de regalo atractivas y de acuerdo con el gusto puertorriqueño; si ofrece nuevos productos y servicios como calendarios e impresión de revistas se podrá constatar en el futuro un incremento de sus exportaciones.

Por el contrario, si se duerme en los laureles y por diversas circunstancias, como las citadas y otras, comienza a incumplir en los despachos, baja la calidad o sube los precios e dólares –efecto nocivo de la revaluación y por fuera del control del productor colombiano- podrá perder el terreno difícilmente ganado en el mercado puertorriqueño.

Para concluir, no hay que olvidar que Puerto Rico y Colombia comparten la cultura caribeña por lo que nuestros productos, nuestros escritos y nuestros diseños les llegan con facilidad, por lo que son muy apreciados en la isla.



## **ANEXO ESTADÍSTICO**

## Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico

**Tabla 33: Importaciones de los EE.UU., 2002**

Importaciones de los EE. UU. 2002, sector editorial<sup>67</sup>

Partida	Descripción	Un.	Cantidad	Valor	\$/un.
4901100000	Libros impresos, panfletos, plegables, hojas sueltas	Kg.	1,177,146	7,481,817	6.36
4901910020	Diccionarios y tesauros	Un.	3,165	12,630	3.99
4901910040	Enciclopedias y fascículos	Un.	8,020	43,188	5.39
4901990010	Libros de texto	Un.	3,472,163	21,828,010	6.29
4901990020	Juegos de periódicos, diarios, ex papel	Un.	42,019	76,909	1.83
4901990030	Directorios	Un.	1,435	11,947	8.33
4901990040	Biblias y libros religiosos	Un.	1,991,793	1,262,888	0.63
4901990050	Libros científicos y técnicos	Un.	1,226,494	9,819,031	8.01
4901990055	Libros de arte y pictórico, no en hojas sueltas	Un.	425,984	751,585	1.76
4901990070	Libros de tapa dura, NIOSO <sup>68</sup>	Un.	968,553	1,695,227	1.75
4901990075	Libros "rack size" en rústica	Un.	1,095,785	1,625,657	1.48
4901990091	Impresos hasta de 4 pag. Excl. Carátulas	Un.	2,891,247	1,801,241	0.62
4901990092	Impresos de 5 a 48 pag. Excl. Carátulas, NIOSO	Un.	858,711	572,710	0.67
4901990093	Impresos de más de 49 páginas, excl. carátulas	Un.	1,506,047	958,092	0.64
4902100000	Diarios noticiosos, periódicos, 4 veces por semana	Kg.	849,590	2,101,272	2.47
4902902020	Periódicos menos de 4 veces por semana	Kg.	1,038,488	1,228,388	1.18
4902902040	Publicaciones de negocios, ejemplares únicos, atados	Un.	120,007	546,455	4.55
4902905000	Publicaciones NIOSO, ejemplares único, atados	Un.	11,465,214	23,359,699	2.04
4903000000	Libros infantiles para colorear o dibujar	Un.	694,027	369,345	0.53
4904000020	Partituras, grapadas o plegadas sin encuadernar	Kg.	4,609	70,307	15.25
4904000040	Partituras impresas, ilustradas, encuadernadas, NIOSO	Un.	31,124	145,510	4.68
4905910000	Mapas, planos, atlas impresos en forma de libro	Un.	90,584	195,445	2.16
4905990000	Mapas, planos impresos NIOSO	Kg.	13,883	298,402	21.49
4906000000	Mapas, planos para arquitectura	Kg.	535	85,989	160.73
4907000000	Estampillas, billetes y cheques sin usar, NIOSO	Kg.	26,356	4,039,889	153.28
4908100000	Calcomanías vitrificables	Kg.	10,613	161,295	15.20
4908900000	Calcomanías NIOSO	Kg.	21,712	714,852	32.92
4909002000	Tarjetas postales, impresas o ilustradas	Miles	25,073	150,407	6.00
4909004020	Tarjetas de saludo, impresas	Miles	238,675	4,274,855	17.91
4909004040	Tarjetas impresas, NIOSO	Miles	87,993	1,456,777	16.56
4910000000	Calendarios, blocks de calendario, impresos	Kg.	105,887	619,056	5.85
4911100050	Catálogos impresos	Kg.	5,091,488	28,936,373	5.68
4911100090	Material publicitario impreso, NIOSO	Kg.	2,795,118	17,380,680	6.22
4911910020	Afiches, impresos	Kg.	67,463	220,952	3.28
4911910040	Cuadros, diseños y fotografías, impresos NIOSO	Kg.	232,611	9,240,614	39.73
4911990000	Otros impresos, NIOSO	Kg.	1,085,551	14,469,366	13.33

<sup>67</sup> Fuente: Estadísticas de Comercio Exterior, Junta de Planificación de Puerto Rico. Traducción del grupo consultor.

<sup>68</sup> No incluidos o especificados en otra part

## Plan estratégico Exportador a Estados Unidos

### Importaciones de las Islas Vírgenes, 2002

No se reportan importaciones del sector editorial en 2002

Tabla 34: Importaciones del resto del mundo, 2002

### Importaciones del resto del mundo, sector editorial 2002<sup>69</sup>

Partida	Descripción	Un.	Cantidad	Valor
4901100040	Impresos en hojas sueltas, NIOSO	KG	35,614	113,431
	Canadá		3,277	9,301
	Colombia		3,098	24,456
	España		27,690	70,613
	Francia		149	3,732
	Suecia		1,400	5,329
4901910020	Diccionarios y tesauros	NO	141,416	443,937
	Argentina		1,000	12,000
	Chile		6,000	7,368
	Colombia		77,619	91,350
	España		51,296	291,909
	México		5,481	35,910
	República Dominicana		20	5,400
4901910040	Enciclopedias y sus fascículos	NO	33,586	423,022
	Colombia		8,154	190,775
	España		14,192	116,390
	México		11,230	105,157
	República Dominicana		10	10,700
4901990010	Libros de texto	NO	1,218,997	6,565,870
	Argentina		167,410	588,719
	Brasil		754	2,566
	Chile		9,742	27,174
	Colombia		252,916	801,208
	Ecuador		3,065	2,228
	España		443,704	1,648,199
	Francia		550	5,155
	México		264,193	3,293,369
	República Dominicana		74,163	180,197
	Venezuela		2,500	17,055
4901990020	Periódicos noticiosos, periódicos empastados ex papel, juego	NO	47,028	65,977
	Colombia		34,911	49,045
	España		650	5,607
	República Dominicana		11,467	11,325

<sup>69</sup> Fuente: Junta de Planificación de Puerto Rico. Traducción del grupo consultor

**Perfil Sectorial: Sector Editorial en Puerto Rico**

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Un.</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
4901990030	Directorios	NO	135,825	166,673
	Colombia		3,005	77,126
	Perú		119,420	62,097
	República Popular China (continental)		13,400	27,450
4901990040	Biblias, testamentos y libros religiosos	NO	786,657	1,513,692
	Argentina		4,533	12,820
	Brasil		13,069	78,554
	Chile		3,000	3,610
	Colombia		471,580	567,502
	España		133,696	547,472
	Francia		800	3,060
	México		27,056	44,434
	Nicaragua		4,169	12,257
	Perú		24,215	24,812
	República de Corea (Corea del Sur)		44,200	156,040
	República Dominicana		16,610	13,941
	Venezuela		43,729	49,190
4901990050	Libros técnicos, científicos y profesionales	NO	55,677	533,276
	Argentina		3,750	3,375
	Canadá		4	14,400
	Colombia		5,683	63,080
	España		25,314	115,343
	Holanda		5,350	31,987
	Hong Kong.		1,230	16,512
	Japón		147	2,367
	México		13,362	194,520
	República de Corea (Corea del Sur)		201	12,010
	República Dominicana		636	79,682
4901990060	Libros de arte y pictórico, por menos de \$5	NO	10,086	9,516
	España		10,086	9,516
4901990070	Libros de tapa dura, NIOSO	NO	62,310	196,934
	Alemania		200	4,000
	Chile		3,500	12,679
	Colombia		16,353	45,636
	España		15,041	50,372
	México		19,928	76,340
	República Dominicana		2,288	2,860
	República Popular China (continental)		5,000	5,047
4901990075	Libros en rústica, "racksize"	NO	36,293	64,197
	México		640	3,010
	España		35,653	61,187
4901990091	Libros impresos de menos de 4 pag. Excl. Carátulas, NIOSO	NO	16,575	2,677