



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL

ELASTICIDAD PRECIO E INGRESO DE LA DEMANDA DE LIBROS EN CHILE:
UN ESTUDIO ECONOMETRICO Y CUALITATIVO

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTOR

CATALINA BEATRIZ NÚÑEZ MALDONADO

PROFESOR GUÍA

MARCELO VILLENA

SANTIAGO – CHILE

2023

A mis padres por su apoyo incondicional

A mi Kiara por acompañarme en todas mis noches de estudio

A mis amigos por siempre estar, incluso cuando no sabía que los necesitaba

A los libros por ser la inspiración de esta memoria y de muchas cosas más

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	2
1. INTRODUCCIÓN	4
2. CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
3. OBJETIVOS.....	7
3.1. Objetivo General	7
3.2. Objetivo Específicos	7
4. MARCO TEÓRICO	8
4.1. Caracterización del lector chileno.....	8
4.2. Hábitos de consumo	10
4.3. Alza de precios	16
4.4. Acceso a libros	21
4.5. Proyectos de fomento a la lectura	24
5. ESTADO DEL ARTE.....	27
5.1. Comercialización y consumo de libros en Chile	27
5.2. Fomento a la lectura en Chile	30
5.3. Estudios sobre elasticidad.....	31
6. HIPOTESIS.....	35
7. METODOLOGIA.....	36
7.1. Estrategias cualitativas.....	36
7.2. Estrategias cuantitativas	37
8. RESULTADOS	43
8.1. Análisis descriptivo	43
8.2. Análisis econométricos	60
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	73
10. REFERENCIAS.....	77
11. ANEXOS.....	81
11.1. Anexo 1	81
11.2. Anexo 2	89

1. INTRODUCCIÓN

Etimológicamente, la palabra libro proviene del latín *liber* o *libri*, estas palabras, en la actualidad, hacen referencia a un libro completo, pero mucho antes de tomar este significado, era la manera de nombrar a la corteza del árbol que era utilizada como materia prima para producir papel. Esta técnica milenaria muestra que desde siempre las personas han buscado la forma de dejar registro de su existencia y de sus conocimientos. Con el tiempo, el propósito de los libros ha cambiado y aumentado, ahora, además de ser un objeto que se utiliza para dejar registro, un libro puede utilizarse para adquirir nuevos aprendizajes, tener momentos de entretenimiento, conocer nuevas realidades, para desarrollo personal, entre otros usos. Pero, así como sus propósitos han aumentado, también han aumentado las maneras para cumplir los mismo. Las nuevas tecnologías, como el internet, los computadores, los celulares, las cámaras fotográficas y de video han sido en muchas ocasiones sustitutos directos de los libros.

El presente estudio se presenta como un análisis para conocer como la llegada de las nuevas tecnologías, entre otros sucesos, han cambiado la demanda por libros, para ello se revisará información existente y se creará una encuesta con la que se puedan generar datos cualitativos y cuantitativos respecto a los hábitos de consumo de libros en los chilenos.

2. CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

Al hacer un estudio general de la sociedad chilena, es fácil ver que esta dedica cada vez menos parte de su tiempo a la lectura, y que prefiere ocupar su tiempo libre mirando sus redes sociales, series o películas. Este fenómeno conlleva a que la demanda por libros, ya sean físicos o digitales, disminuya a medida que la accesibilidad a las nuevas tecnologías aumente, y a medida que se desarrollen nuevos sustitutos a la lectura.

El efecto causado por el factor tecnológico sobre la demanda por libros está fuertemente incrementado por los cambios en la cultura chilena. Bourdieu (2010) afirma que el nivel de formación, el origen social y el capital cultural heredado por los padres son los principales factores a los que se les atribuye el saber disfrutar de la cultura y la lectura, con esto en mente es interesante analizar cómo es cada vez más frecuente ver que las familias permiten el acceso a celulares o tablets a los más pequeños, esto para poder mantenerlos distraídos y entretenidos, fomentando en ellos formas de entretenimiento alejadas de la lectura, siendo que en la actualidad existe una variada gama de libros infantiles, según el Informe Estadístico de la Agencia Chilena ISBN (Cámara Chilena del Libro, 2021) en el 2020 un 14,08% del total de inscripciones fueron libros infantiles.

Pero no es solo en los más pequeños en los cuales se ve un alejamiento de la lectura, según el Estudio sobre el Comportamiento Lector a Nivel Nacional (Departamento de Economía Universidad de Chile, 2011), un 34% de los encuestado dice no haber recibido nunca un libro como regalo por parte de algún

familiar, mostrando así que las personas no ven a los libros y la cultura como algo valorable o significativo para la vida de las personas.

La información expuesta lleva a una serie de cuestionamiento en torno a la demanda actual por libros, ¿Es el precio de los libros el principal responsable de la baja cultura lectora en Chile?, ¿Cómo afecta el fomento a la lectura, por parte de grandes instituciones, en los niveles de adquisición de libros por partes de los chilenos?, ¿Existe una variable, además de la falta de tiempo y el alto precio de libros, que causa los bajos niveles de lectura en los chilenos?

Para conseguir la información necesaria para responder estas preguntas es necesario realizar un estudio econométrico, cuantitativo y cualitativo que describa el comportamiento de la sociedad chilena actual frente al consumo de lectura y libros.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Evaluar la sensibilidad de la demanda de libros en la sociedad chilena ante la variabilidad de diversos factores, a través de un estudio de econométrico, cuantitativo y cualitativo, para armar un contexto de la cultura lectora en Chile.

3.2. Objetivo Específicos

Compilar datos sobre las condiciones actuales de la sociedad chilena, mediante el análisis de informes estadísticos, bases de datos, noticias, entre otros, con el fin de conocer el comportamiento de la sociedad chilena hacia la lectura.

Conocer los hábitos lectores y los patrones de demanda de la población a través de una encuesta dirigida a todos los chilenos, con el propósito de realizar una caracterización de la sociedad en torno a la lectura.

Analizar las diferencias de comportamiento entre personas lectoras y no lectoras, a través de estudios cuantitativos, para segmentar a la población chilena según sus hábitos de lectura.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. Caracterización del lector chileno

La lectura brinda al lector una variada gama de beneficios, dentro de ellos se encuentra la mejora en la ortografía, la gramática y la comprensión lectora. El hacer un estudio de los niveles de estos parámetros en la población chilena, ayudará a mostrar un reflejo de los niveles de lectura en Chile.

El Skull Matter: Further Results From the Survey of Adults Skill (OCDE, 2014) es una encuesta realizada por la OCDE, la cual estudia los niveles de comprensión lectora, habilidades matemáticas y habilidades computacionales en personas de diferentes países alrededor del mundo. Para medir los niveles de comprensión lectora se tomaron en consideración 4 niveles, el nivel 1 es aquel donde la persona logra distinguir tópicos familiares e información específica y explícita del texto, y el nivel 4 es aquel donde se distingue, interpreta y sintetiza información más completa y textos con una dificultad mayor. En cuanto a los resultados de Chile, es fácil ver una diferencia entre generaciones ya que los jóvenes (16 a 25 años) poseen un nivel mayor de comprensión lectora que los adultos (55 a 65), este fenómeno se basa mayoritariamente en los niveles de educación por cada grupo. Otro de los datos relevantes de este estudio son los porcentajes de población chilena que hay en cada nivel de lectura en comparación con los porcentajes de población pertenecientes a los demás países de la OCDE, estos muestran resultados poco alentadores, en los niveles más bajos de lectura, Chile está por sobre los demás países de la OCDE y en los niveles altos de lectura está en porcentajes mucho más bajos que los otros países estudiados.

Niveles de Comprensión Lectora Chile vs Países de la OCDE

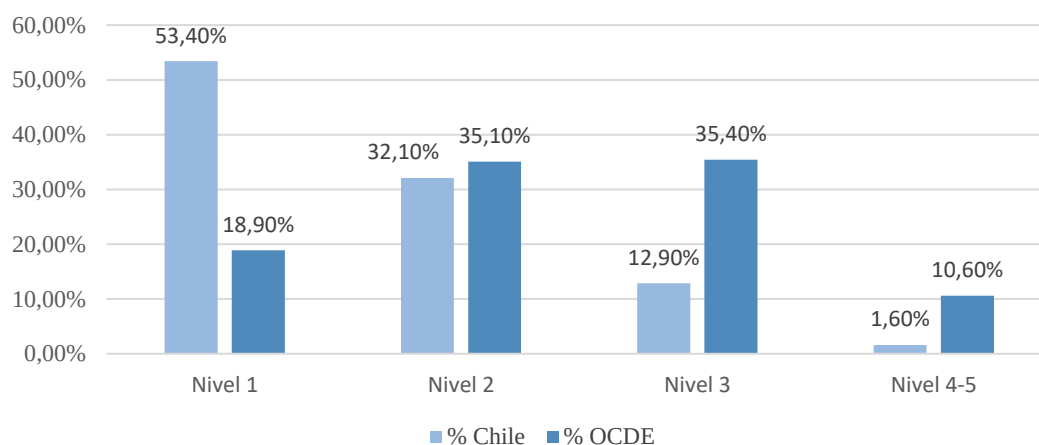


Gráfico 1 Niveles de Comprensión Lector Chile vs Países de la OCDE

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Skull Matter: Further Results From the Survey of Adults Skill

En cuanto a reglas ortográficas y de puntuación, el Informe Reto de lectura 2022 (Smartick, 2022), muestra que 6 de cada 10 chilenos no recuerda las normas ortográficas básicas, siendo los chilenos entre 25 y 30 años aquellos con los peores resultados en esta categoría, esto en conjunto con los datos antes mencionados muestra que las generaciones más jóvenes, a pesar de tener mejores niveles de comprensión lectora, no posee los niveles básicos de ortografía, esto puede ser en parte culpa de las tecnologías, las cuales al momento de escribir o redactar un párrafo corrigen de manera automática las faltas ortográficas y de redacción. En cuanto al estudio de la morfosintaxis, es decir, el conjunto de reglas utilizadas al momento de formar oraciones correctas y coherentes, 5 de cada 10 chilenos reprueba esta categoría, los chilenos con mejores resultados son aquellos mayores de 60 años, en especial aquellos que tienen post grado.

Todo lo anteriormente expuesto demuestra que la población chilena se está alejando del hábito de la lectura, ya que es este el cual ayuda a potenciar las

habilidades en las que los chilenos están fallando, este fenómeno se refleja en la disminución de la demanda por libros en Chile, de todas maneras, para poder conocer los hábitos de lectura en los chilenos, es necesario también hacer un estudio de hábitos de consumo.

4.2. Hábitos de consumo

Para poder complementar la información y conocer de mejor manera las condiciones actuales de demanda hacia la industria literaria en Chile, es necesario hacer un estudio acerca de la situación actual de la población con respecto a la lectura.

Los resultados del Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022) entregan información relevante para definir el comportamiento actual de los chilenos hacia los libros. La información contenida fue recolectada a través de una encuesta cuantitativa y online realizada a 1719 personas (hombres y mujeres) pertenecientes a todas las regiones del país y a los estratos socioeconómicos ABC1, C2, C3 y DE.

Primeramente, se muestran los porcentajes de personas las cuales leen por gusto, es decir aquellas personas que no tienen responsabilidades detrás de lo que están leyendo, son personas que leen por entretenimiento, por autorrealización, entre otros factores alejados de la obligación. En esta categoría encontramos que, del total de encuestados, solo un 22% tiene mucho interés en la lectura por gusto, al sumarle a este porcentaje aquellos encuestados con bastante interés, el total aumenta a 70%, mostrando así que dentro de la sociedad chilena sí existe, aunque sea pequeño, un gusto por la lectura.

Interés en la Lectura por Gusto

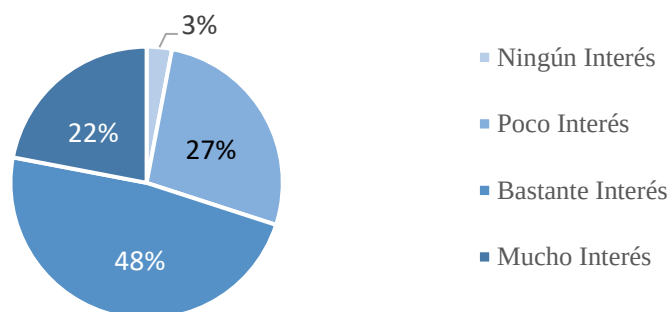


Gráfico 2 Interés en la lectura por gusto
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

Cabe destacar que, entre aquellos encuestados con poco, bastante y mucho interés en la lectura por gusto, se presentan diversos tipos de lectura, tales como diarios, blogs y redes sociales, no es exclusivamente un porcentaje asociado lectura de libros, este es equivalente a un 51%.

Lecturas Realizadas por Gusto

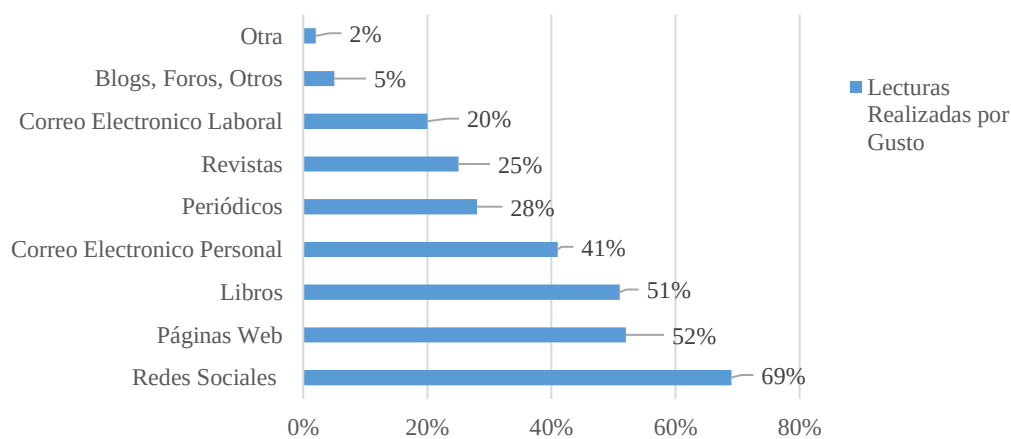


Gráfico 3 Lecturas Realizadas por Gusto
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

En este grafico se puede ver que la lectura de redes sociales y páginas web son aquellas con mayor porcentaje, este fenómeno hace que los niveles de interés en

la lectura por gusto aumenten considerablemente, no obstante, el interés por leer libros por gusto es mayor al 50%, lo que es un porcentaje significativo dentro de esta categoría.

Así como existen lectores por gusto, también existen aquellos lectores por necesidad, dicho de otra manera, aquellos encuestados que leen debido a una responsabilidad, la cual puede ser trabajo o estudios.

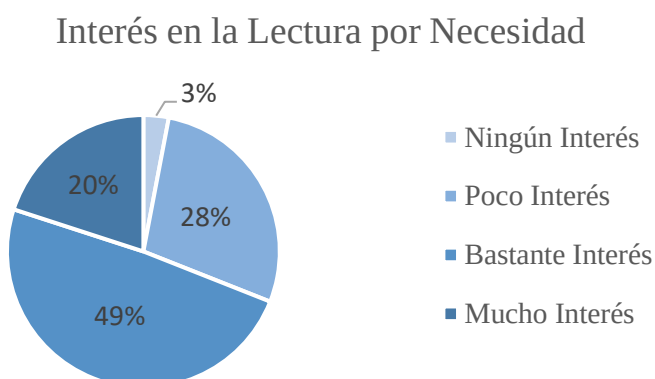


Gráfico 4 Interés en la Lectura por Necesidad
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

Al hacer una comparación entre los encuestados con bastante y mucho interés en la lectura por gusto y la lectura por necesidad se ve que el porcentaje no varía, se encuentra en niveles aproximados al 70%, esto quiere decir que, los niveles de lectura son iguales independiente de las razones por las cuales se lee. Pero, a pesar de que los niveles sean iguales, los tipos de lecturas varían y la lectura de libros bajan de un 51% (lectura por gusto) a un 32% (lecturas por necesidad).

Lecturas Realizadas por Necesidad

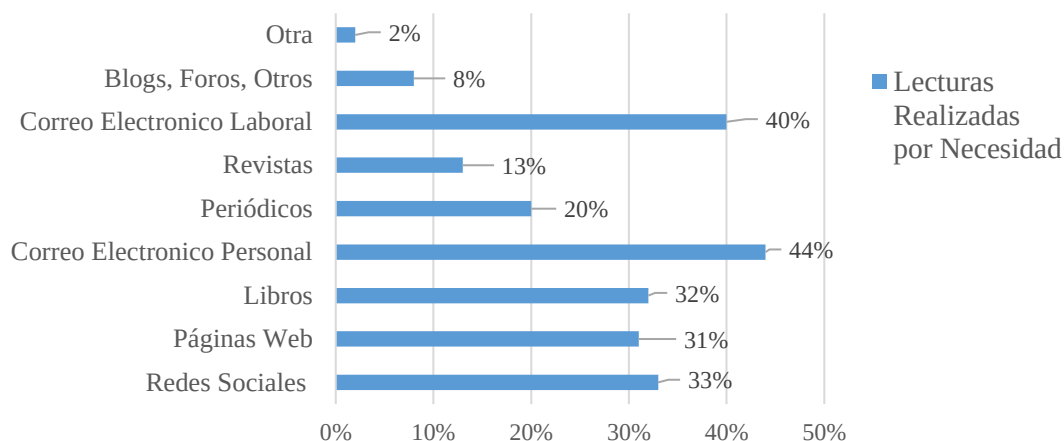


Gráfico 5 Lectura Realizada por Necesidad
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

Dentro de ambas categorías (lectura por gusto y lectura por necesidad), existe una subcategorización en sexo, edad y estratos socioeconómicos. De estos datos se desprende que las personas que tienen mayores niveles de lectura son las mujeres de entre 13 a 24 años pertenecientes a los estratos ABC1 y C2.

Edad

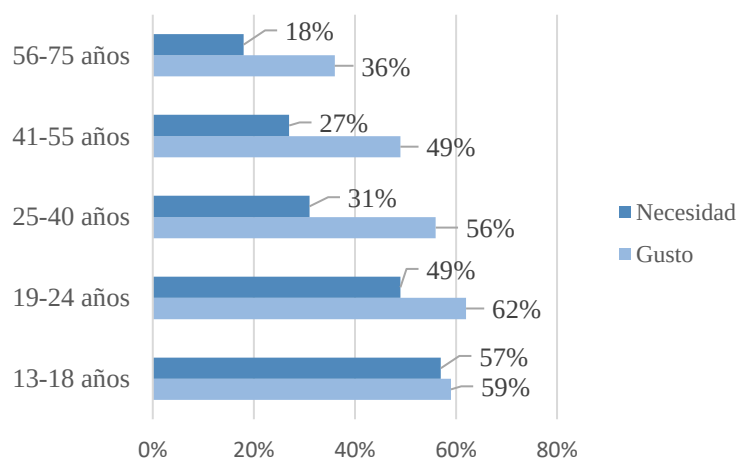


Gráfico 6 Lectura según Edad
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

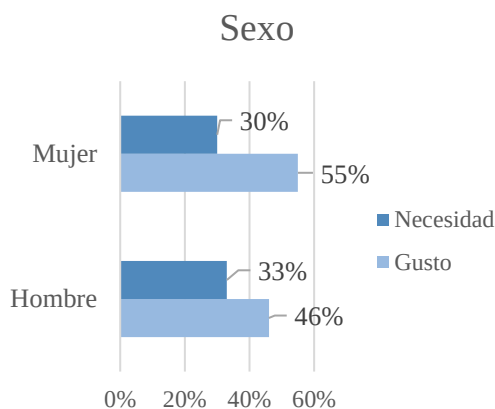


Gráfico 8 Lectura según Sexo
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

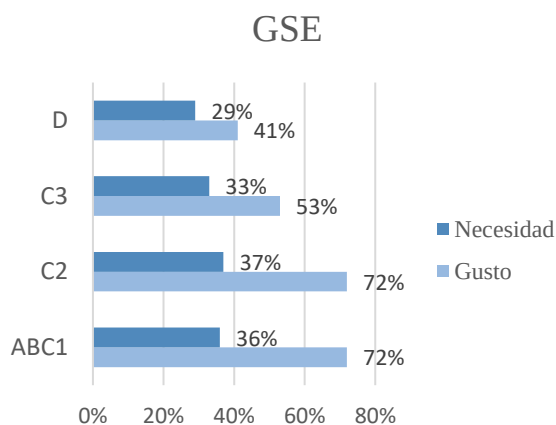


Gráfico 7 Lectura según GSE
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

Otro dato interesante que se puede desprender de este estudio es acerca del interés que poseen las personas por aumentar sus niveles de lectura. Un 82% de los encuestados contestó afirmativamente cuando se les preguntó acerca de poseer un interés por leer más.

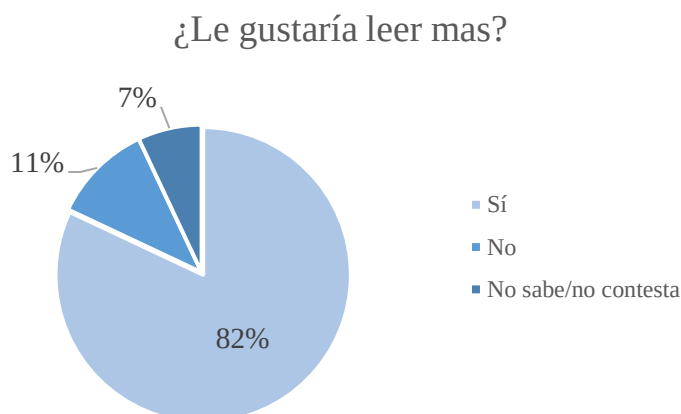


Gráfico 9 ¿Le gustaría leer más?
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

Con respecto al porcentaje anterior, se les preguntó a los encuestados las razones por las cuales no leen actualmente, esto arrojó los siguientes resultados:

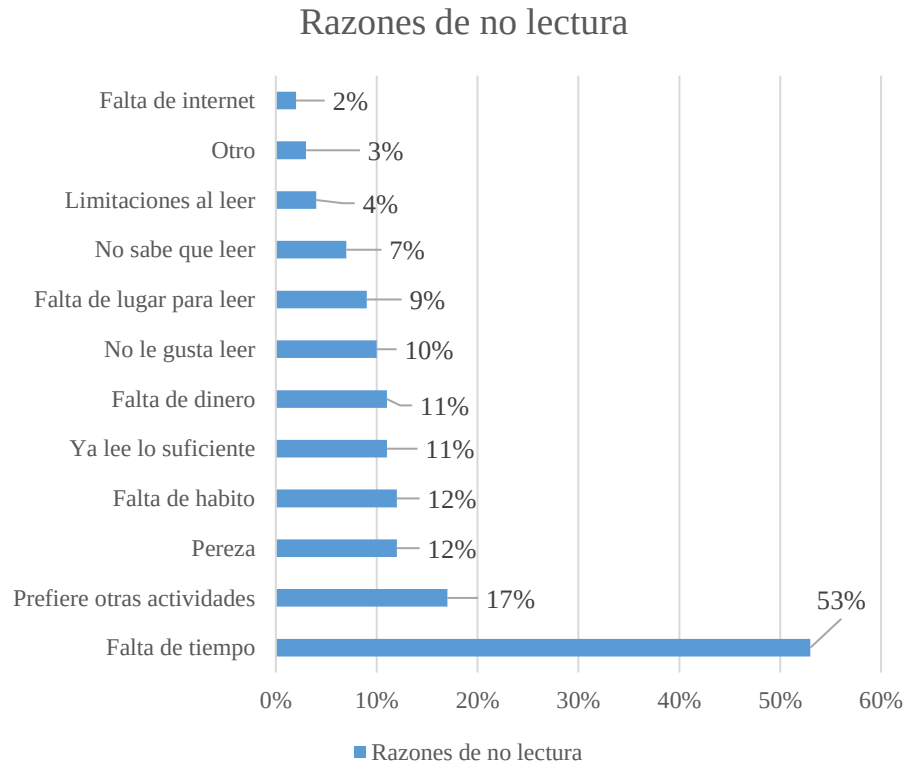


Gráfico 10 Razones de no lectura
Fuente: Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile (IPSOS Chile, 2022)

El gráfico muestra que la razón mayoritaria por la cual los chilenos no leen es la falta de tiempo. La segunda razón con mayor porcentaje es la preferencia hacia la realización de otras actividades, este es un fenómeno importante ya que muestra que en la actualidad existen variados sustitutos para los objetivos que poseen los libros, siendo la mayoría de ellos asociados a las nuevas tecnologías, como por ejemplo el uso de plataformas de streaming como Netflix, Disney+, Amazon Prime, entre otras, o páginas web como Wikipedia para la búsqueda de información.

Así como la tecnología ha sido uno de los factores relevantes de la disminución en los niveles de lectura, en la actualidad existe un nuevo fenómeno que impacta en la demanda por libros, este fenómeno es el precio y la situación económica chilena. El gráfico muestra que un 11% dice no leer por falta de dinero,

al hacer un análisis de las condiciones económicas actuales se puede inferir que, de hacer una nueva encuesta, este porcentaje aumentaría ya que factores como la inflación y los niveles de desempleo han ido en aumento este último tiempo.

4.3. Alza de precios

Durante este último tiempo uno de los factores económicos que más se repite en los medios de comunicación, como televisión y diarios, es el alza en los niveles de inflación, lo que se presenta como un aumento significativo en los precios de los productos que adquieren los chilenos día a día.

Un elemento fundamental que se considera al momento de estudiar la inflación es el IPC. El IPC, o índice de precios al consumidor, es un indicador que muestra cómo, en base a un año específico, varían los precios de los productos y servicios pertenecientes a una canasta representativa de las compras más realizadas por la población chilena. Para calcular las variaciones de precios se hace una investigación exhaustiva donde se visitan más 6500 establecimientos a lo largo del país. Este índice es actualizado mensualmente, sin embargo, algunos productos pertenecientes a la canasta son estacionales, como por ejemplo los textos escolares, artículos de camping y algunos servicios como preuniversitarios y salas cuna.

Para efectos de esta investigación, es necesario hacer un análisis de cómo ha variado el precio de los libros a lo largo de los años. Se utilizará la base anual 2018=100, la cual es la más actual, aquí los libros poseen una ponderación de 0,22681. Al hacer una recopilación de datos, se puede extraer la siguiente información.

4.3.1. Índice de Precios al consumidor IPC

Antes de analizar los resultados es necesario resaltar que el índice muestra la variación de precios entre el mes analizado y los precios ponderados relativos al año base 2018, por ejemplo, el mes de enero del 2019 tiene un índice 101,09, lo que significa que los precios aumentaron en un factor de 1,09 con respecto a los precios del año 2018.

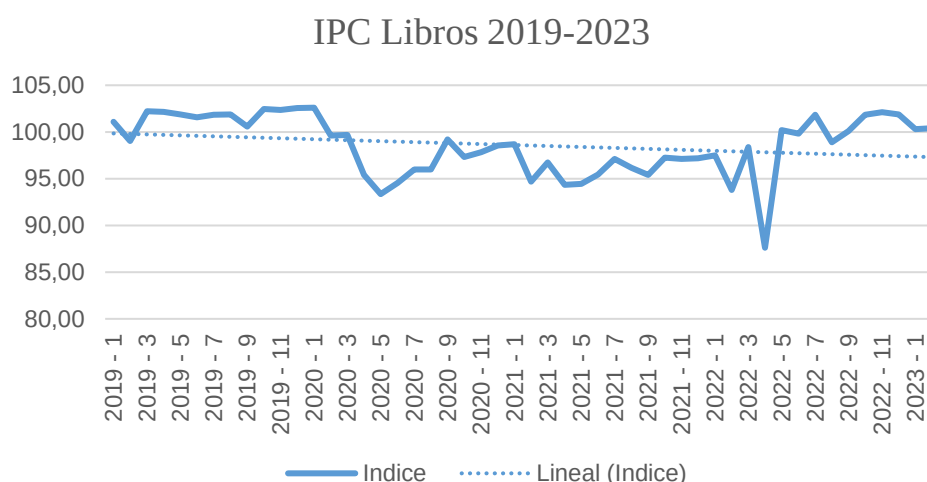


Gráfico 11 Índice de precios al consumidor Libros (ene 2019 – jul 2022)
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística

Al analizar el gráfico se puede ver que desde el año 2019 los precios de los libros han ido disminuyendo. La disminución de precios puede ser reflejo de varias variables, entre ellas una disminución de demanda debido a la existencia de sustitutos, o, en otras palabras, la disminución de precios puede deberse a una estrategia para aumentar la compra de libros. Otra de las variables puede ser que, debido a una mejora de condiciones en la industria, asociado a materiales y distribución, ocurrió una disminución de precios.

Sin embargo, al hacer un estudio de las variaciones de precios relativas al periodo de un año (febrero 2022 – febrero 2023), podemos ver que los precios han comenzado a subir, pasando de un índice de 93.8 (lo que es menor al año base 2018), hasta el índice del mes de febrero 2023 equivalente a 100.3 (superando el índice del año base).

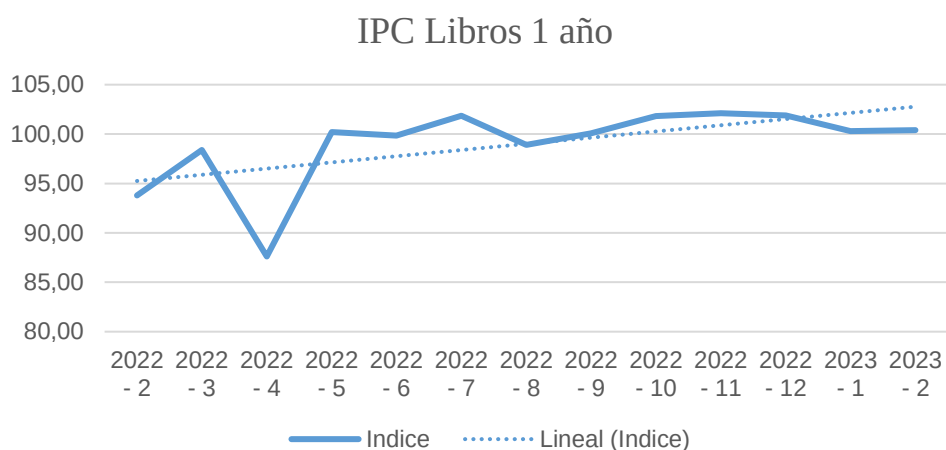


Gráfico 12 Índice de precios al consumidor Libros (feb 2022 - feb 2023)
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística

Nota. La baja de precios durante el mes de abril es relativa a las promociones realizadas por la gran mayoría de librerías durante el mes del libro.

En conclusión, y como se puede ver en el gráfico, existen una tendencia alcista desde hace un año, esta puede ser asociada a dos fenómenos, el primero de ellos es el aumento del precio del dólar, el cual tuvo un máximo de \$1.042,97 el día 15 de julio, mismo mes al cual corresponde al mes con el mayor IPC en cuanto a libros, este aumento en la divisa trajo consigo un aumento en el precio de los productos importados, dentro de los cuales entran los libros provenientes de otros países y las materias primas para elaborar libros nacionales. Según el Compendio Estadístico de Comercio Exterior (Servicio de Nacional de Aduanas, 2022), Papel y

cartón y sus manufacturas, categoría donde entran los libros, equivalen a un 1,3% de productos importados.

El segundo fenómeno, que pudo ser un gatillador del aumento de precios durante el año 2022, es el aumento de precios de las materias primas nacionales necesarias para producir un libro.

4.3.2. *Índice de precios al productor IPP*

El índice de precios al productor, al igual que el índice de precios al consumidor, es un índice que muestra las variaciones de precios de una canasta establecida, la diferencia entre ambos recae en los componentes de esta, ya que el IPP mide el precio de la primera comercialización de un producto, en otras palabras, es el precio al cual se vende un producto que fue recientemente originado y no tuvo una reventa o cambio anteriormente, en resumen, se puede decir que es un índice de precios asociado a las materias primas. El año base de este índice es el 2014 y la categoría a estudiar es “Otros papeles y cartones”, componente básico dentro de la producción de libros.

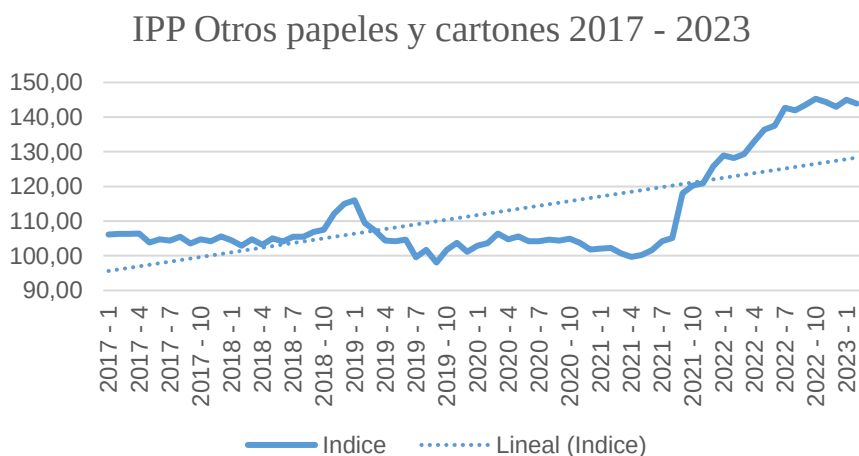


Gráfico 13 Índice de precios al productor (ene 2019 – jul 2022)
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística

En los gráficos se puede ver un incremento desde el año 2019 al 2022, siendo más fuerte durante mediados del año 2022 hasta febrero 2023.

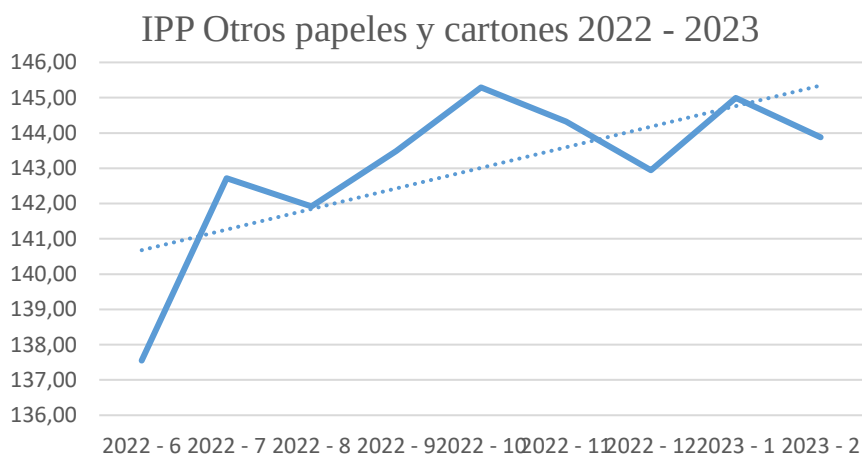


Gráfico 14 Índice de precios al productor (ene 2021 – jul 2022)
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística

Tras analizar el contexto actual, se puede extraer que una de las razones por las cuales se produce este aumento de precios, es el panorama post pandemia, el cual produjo una combinación entre el aumento del precio de la celulosa con la cual se produce el papel y el aumento de la demanda por el mismo, causando así que los molinos europeos encargados de proveer la mayoría del papel usado en Chile trabajen a niveles inferiores a los necesarios para satisfacer toda la demanda.

Este aumento en la materia prima tiene como consecuencia directa el aumento de precio en los libros, produciendo así, una posible disminución en la demanda por estos.

4.4. Acceso a libros

Así como es importante analizar los factores tras el alza de precio en los libros, también es necesario estudiar la accesibilidad que tienen los chilenos a la adquisición de estos, ya sea a través de librerías, bibliotecas u otros distribuidores.

4.4.1. Bibliotecas y Librerías.

Una librería es un negocio dedicado a la venta de libros de diversos géneros y formatos, estas pueden tener diversos tamaños, sucursales, alianzas, etc.

Una biblioteca es un lugar donde se guardan colecciones bibliográficas y audiovisuales, las cuales, de manera online o física, son prestadas durante un periodo de tiempo a los usuarios registrados en la misma, la mayoría de las veces este préstamo se realiza sin costo.

Uno de los grandes problemas que poseen los chilenos es que no encuentran una biblioteca cercana a su hogar y tampoco poseen los medios para poder asistir a una librería regularmente.

Distribución Física. Al estudiar la distribución física de librerías la centralización es claramente notoria ya que, de un total de 355 librerías, 184 de ellas (equivalentes a un 51,8%) se encuentran en la región Metropolitana.

Otra de las problemática dentro de este tópico es que no existe una buena difusión o publicidad de las diversas librerías que existen a lo largo del país, esto es fácil de ver ya que la mayoría de la población solo conoce las grandes distribuidoras, tales como Librería Antártica, la Feria Chilena del Libro y Buscalibre.

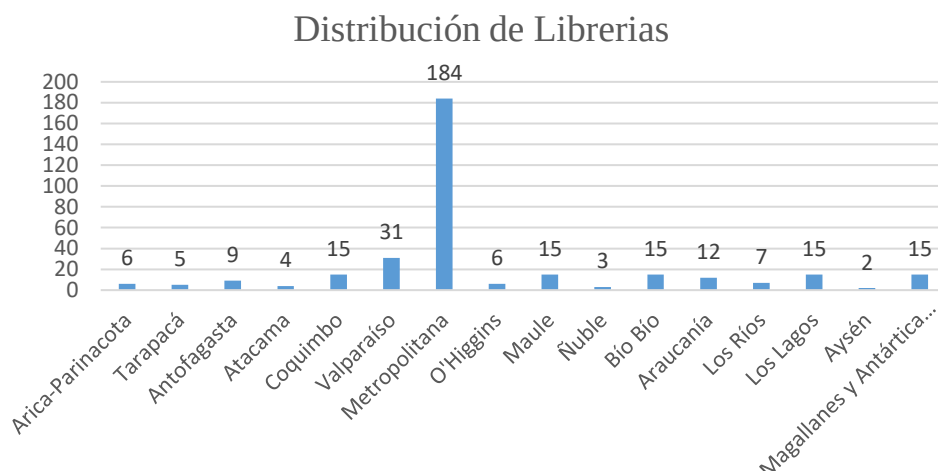


Gráfico 15 Distribución de librerías

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Circulación y difusión del libro en Chile, Catastro de Librerías 2017
 Nota. Para este grafico no se consideraron librerías online, como Buscalibre.

En cuanto a la distribución de bibliotecas, estas se encuentran divididas en 3 categorías, bibliotecas públicas, bibliotecas carcelarias y Bibliometro, en ellas también podemos ver que existe una fuerte centralización, ya que el 44.6% de estas se encuentra en la región metropolitana.

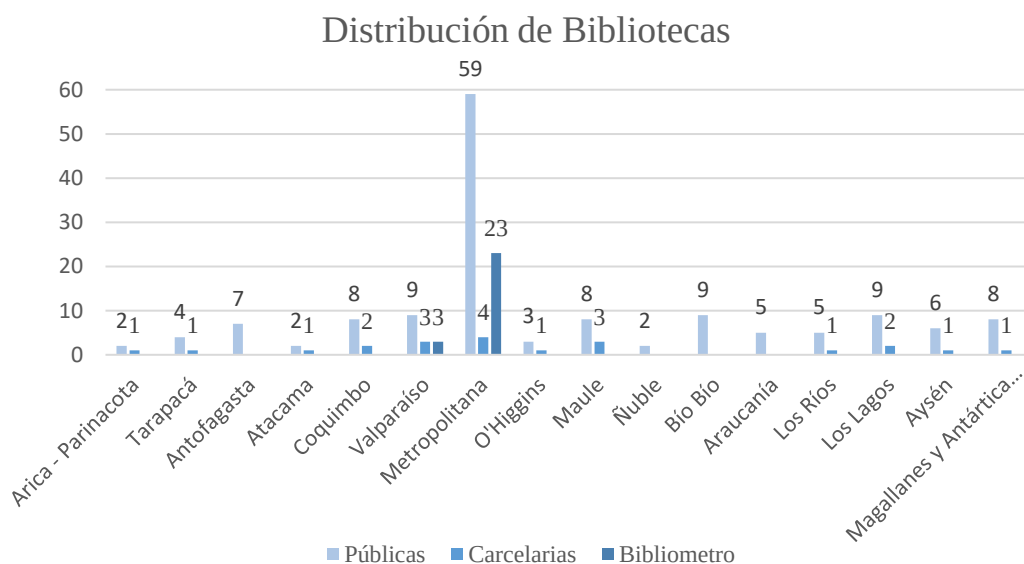


Gráfico 16 Distribución de Biblioteca

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Circulación y difusión del libro en Chile, Catastro de Librerías 2017

Estas condiciones pueden ser las gatilladoras de dos fenómenos, el primero, es la disminución de la demanda por libros, dado el difícil acceso a estos. El segundo de ellos, es el aumento del consumo de libros no originales o “piratas”, los cuales son más accesibles en cuanto a lugares de ventas, ya que la mayoría de las feria libre y estaciones de metro tienen 1 o más puestos de este tipo de libros, y en cuanto a precios, ya que son en promedio un 50% más baratos que un libro original. Sin embargo, la venta de estos libro genera externalidades poco estudiadas.

4.4.2. *Libros Piratas.*

Un libro no original o comúnmente llamado libro “pirata” o libro alternativo, es un libro que no cuenta con los derecho para ser impreso, comercializado y divulgado. Este comercio se ha masificado durante el último tiempo, en el año 2019 se incautaron alrededor de 7600 libros falsos. Este fenómeno conlleva varias externalidades, tanto positivas como negativas, para autores y lectores. El autor por su parte es quien se lleva gran parte de las externalidades negativas ya que este no recibe ningún beneficio por la venta de su libro. Para el lector las externalidades son mayoritariamente positivas ya que tiene la oportunidad de conseguir el libro a un menor precio y de forma más cercana, pero con la posibilidad de que este no tenga todas las páginas o que no esté bien empastado (hojas sueltas o puestas al revés).

Ley de propiedad intelectual. En la actualidad la ley chilena impone multas y castigos a las personas que se dediquen a este negocio, esta dicta que “Nadie podrá utilizar públicamente una obra del dominio privado sin haber obtenido la autorización expresa del titular del derecho de autor. La infracción de lo dispuesto

en este artículo hará incurrir al o los responsables en las sanciones civiles y penales correspondientes.” (Ley N°17336. Art. 9).

Además de la externalidades negativas ya mencionadas, existe una externalidad que afecta a una entidad más grande, el Estado. La venta de libros alternativos o “piratas”, es una venta ilegal y no regularizada, por lo que no están afectas a ninguna clase de impuesto, que en este caso específico sería el impuesto al valor agregado, por lo que este comercio no genera ingresos a las arcas fiscales del país.

4.4.3. *Impuestos.*

En Chile existen diferentes tipos de impuestos, entre ellos se encuentra el Impuesto al Valor Agregado, el cual consiste en un gravamen del 19% sobre el precio final de un producto, este valor es pagado, la mayoría de las veces, por el consumidor final.

Este monto es recaudado por el Servicio de Impuestos Internos y es destinado a las arcas fiscales del país. En la actualidad existe un fuerte debate acerca de la imposición de este impuesto a los libros, muchos culpan a este sobreprecio por la baja lectura en la sociedad chilena.

4.5. Proyectos de fomento a la lectura

Así como existen variados factores que pueden disminuir la demanda por libros en la sociedad chilena, tales como el aumento de precios al consumidor, el aumento de precios al productor y la falta de tiempo e interés de los chilenos hacia la lectura, también existen variadas estrategias que incitan el aumento de la

demanda por lectura en Chile. La mayoría de estas estrategias son fomentadas por distintas instituciones nacionales relacionadas a la lectura y editoriales chilenas.

Algunas de las estrategias de fomento lector más conocidas son las ferias del libro, instancias donde los lectores pueden asistir a diversas charlas, firmas de autores y presentaciones de nuevos libros, además, pueden acceder a la venta de una gran variedad de libros de diferentes géneros y a diferentes precios, muchas veces más económicos que su precio normal. El evento más conocido en este ámbito es la FILSA o Feria Internacional del Libro de Santiago, la cual en su última edición presencial (noviembre 2022) contó con más de 40 presentaciones de libros, además de diversas actividades de fomento lector y cultural.

Otros eventos que han estado al alza durante el último tiempo son las firmas de autores, instancias donde un autor conversa acerca de sus obras y los lectores tienen la posibilidad de conseguir una firma o dedicatoria en sus libros favoritos. En muchos de estos eventos también se pueden adquirir libros del autor o la editorial, a precios más económicos. Algunos ejemplos de estos eventos que han sido un gran éxito durante el año 2022 son la visita del autor John Katzenbach, autor de *El Psicoanalista*, quien tuvo un conversatorio/entrevista con el periodista Carlos Pinto; o la firma/conversatorio de la autora Shelby Mahurin, autora de la trilogía *Asesino de Brujas*, la cual es un éxito entre los lectores juveniles.

Otro fenómeno importante dentro de la cultura lectora, son los denominados “influencers”, los cuales según su definición “...son personas con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales” (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed), y que en este contexto pueden ser llamados bookstagramers (contenido de libros en

Instagram), booktubers (contenido de libros en YouTube) o booktokers (contenido de libros en TikTok). Estos influencer han marcado el inicio de una nueva forma de fomento lector, enfocado en las nuevas generaciones y tecnologías.

5. ESTADO DEL ARTE

Para complementar la información ya expuesta es necesario realizar un análisis de diversos estudios existentes asociados a la industria literaria, de los cuales se puede extraer información sobre la industria durante años anteriores, el panorama actual en diferentes regiones del país y diversos factores económicos del sector en general.

Parte de la información recolectada puede ser comparada con información actualizada a los últimos años, pero no todos los tópicos abarcados están actualizados a la fecha, por lo que se mostraran los datos con sus debidas fechas de estudio.

5.1. Comercialización y consumo de libros en Chile

5.1.1. *Tamaño de mercado*

Existe una formula con la cual se puede medir el tamaño de un mercado nacional mediante precio público, Álvaro Mardones en su memoria “La Industria Del Libro En Chile: 2004 – 2013 Caracterización Y Cuantificación Para El Sustento De Una Nueva Política Nacional Del Libro Y La Lectura” (2015) realiza este cálculo con datos comprendidos entre los años 2004 y 2013.

Los datos generados muestran que, desde el año 2004 al 2013 hubo un aumento en el tamaño del mercado literario, sin embargo, se puede apreciar que el último año (2013) hubo una disminución de tamaño en 2 de los 3 mercados estudiados, producción no escolar y producción escolar privada, con respecto a los 3 años anteriores, donde el tamaño iba en aumento.

Año	Producción no escolar (US\$)	Mercado escolar público escolar (US\$)	Producción escolar privada (US\$)
2004	63.876.471	15.242.012	14.652.376
2005	69.685.532	19.474.607	18.849.079
2006	33.307.845	14.422.758	28.592.742
2007	63.419.457	17.539.388	16.716.035
2008	78.478.920	16.189.185	15.904.982
2009	98.373.759	33.056.840	19.586.986
2010	124.862.895	39.362.301	31.348.348
2011	105.648.229	46.511.711	16.887.078
2012	129.729.073	49.043.506	53.846.113
2013	83.691.388	59.459.015	26.752.500

Tabla 1 Tamaño de mercado 2004-2013

Fuente: Libro En Chile: 2004 – 2013 Caracterización Y Cuantificación Para El Sustento De Una Nueva Política Nacional Del Libro Y La Lectura, 2015

5.1.2. Percepciones y diferencias entre libro físico y digital

Así como se puede estudiar el tamaño del mercado, también se puede estudiar el impacto de los mercado emergentes, como lo es el mercado del libro digital.

Según el estudio cualitativo realizado por Francisco Guerra en su memoria “Panorama Actual Del Libro En Chile Y La Realidad De Las Librerías En El Gran Valparaíso” (2017), los lectores en Chile tienden a preferir los libros físicos, ya que les generan mayores beneficios o satisfacciones, tales como el olor del papel (característica que es la favorita dentro de los amantes de los libros), la posibilidad de tener colección de sagas y/o ediciones especiales, entre otras características que llevan al aficionado a la lectura a elegir el libro físico por sobre el digital.

5.1.3. *Percepción del precio del libro en Chile*

Dentro del mismo estudio de Guerra, así como se habla de aquella personas aficionadas a la lectura, también se habla acerca de los lectores poco frecuentes, y sus razones por la cuales no son cercanos al mundo de la lectura. La razón más mencionada es el alto precio de los libros, muchas personas realizan una comparación con los precios de otros países como Argentina o Colombia, o hablan del IVA como factor principal en los altos precios.

En el estudio cualitativo realizado por Guerra, los libreros (personas que trabajan vendiendo libros) mencionan que el IVA no es un factor importante dentro de la elección de compra de un libro, ellos sugieren que el problema es asociado a la cultura que tiene el chileno, ya que a muchos no les importa el IVA al momento de comprar unas zapatillas o una entrada a un concierto.

5.1.4. *Consumo de libros*

En la parte cuantitativa del estudio de Guerra, se menciona que un 53.85% de los libreros encuestados dicen que hubo un aumento en la venta de libros durante el año 2017.

En cuanto a las ventas por internet, Un 50% de los libreros encuestados dice que al menos el 20% de sus ventas son realizadas por internet. En la actualidad, y producto de la pandemia, las ventas por internet aumentaron en un gran porcentaje, solo en el año 2020 hubo un aumento del 55% en la venta de bienes y servicios por internet (Cámara de comercio de Santiago, 2021).

Pero, así como los libreros tienen diversas opiniones del tema, las personas naturales también son parte de la conversación. De la memoria de Rocío Cabezas “Análisis Económico Del Sector Editorial En Chile Para El Periodo 2009-2013” (2014) se puede destacar que los hogares gastan en promedio \$3.598 en libros mensualmente, este valor es bajo sabiendo que un libro cuesta en promedio \$12.000, este dato se hace más preocupante al hacer el análisis por sectores socioeconómicos, ya que el primer quintil (aquel con menores ingresos) tiene un gasto promedio de \$801.

5.1.5. Importaciones

Como se mencionó en párrafos anteriores, son muchas las personas que perciben que el precio de los libros en el extranjero es más bajo, esto se puede respaldar con datos extraídos del estudio de Mardones, el cual muestra que los niveles de importación durante los años 2004 y 2013 equivalen a 20.398.900 US\$, este monto solo considera las importaciones de personas naturales, las cuales pueden comprar mediante Amazon, Book Depository y librerías extranjeras.

5.2. Fomento a la lectura en Chile

Otros de los factores ya mencionados que afectan la demanda por libros en Chile, son las formas de fomento a la lectura y los recursos que se crean para poder acercar los libros a la gente. Con solo investigar un poco se puede ver que en la actualidad son muchas las políticas que existen con este propósito, tales como ferias del libro, firma con autores, etc. Pero hace falta llevar estas políticas al estudio

empírico, en las investigaciones de los autores ya mencionados se puede ver como se aplican estas políticas.

En el estudio de Mardones, se hace referencia al Plan Nacional de Fomento a la Lectura “Lee Chile Lee”, el cual está compuesto por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), la Dirección de Bibliotecas, Archivos y museos (DIBAM) y el Ministerio de Educación (MINEDUC) y que se enfoca en 4 líneas estratégicas: Acceso, Formación, Desarrollo y Difusión.

Por otro lado, Guerra menciona instituciones más actuales, tales como el Consejo Nacional del Libro y la Lectura, a cargo del CNCA, el Centro de Recursos para el Aprendizaje dependiente del DIBAM y proyectos como “Lectura Viva”, la cual desarrolla diversas instancias de lecturas en centro de acogidas, centros penitenciarios, hospitales y colegios de todo el país, también proyectos conocidos como “Bibliometro” y “Bibliolancha” en Chiloé.

5.3. Estudios sobre elasticidad

5.3.1. *Estudios nacionales*

El analizar la elasticidad de la sociedad hacia los libros ayuda a entender de mejor manera los factores que influyen en la demanda. Al revisar los estudios enfocados en la industria literaria en Chile se puede notar que son pocos los que analizan el fenómeno de la elasticidad, la mayoría enfoca sus proyectos en una caracterización de la sociedad con respecto a la lectura, a través de encuestas y porcentaje. Además, estos proyectos son realizados en años anteriores al 2020, es decir, no consideran fenómenos sociales importantes, tales como pandemia, guerras,

inflación, nuevas formas de venta, etc. Aun así, es posible encontrar algunas conclusiones interesantes con respecto a este tema.

Felipe Fraile y Aldo Serrano en su seminario “Mercado del Libro y Políticas Públicas, Estudio de Conveniencia de Eliminación o Reducción del IVA al Libro en Chile” (2012) llegan a una conclusión interesante con respecto a la elasticidad precio de la demanda.

Fraile y Serrano utilizaron la encuesta “Chile y los libros 2010” para caracterizar a los lectores en Chile, de esta encuesta dividieron a los encuestados entre aquellos que poseían el hábito de leer y aquellos que no.

Para aquellos que no leen, se determinó que poseían una demanda inelástica debido a que el porcentaje que dijo no leer por el alto precios de los libros fue solo un 13,2%, porcentaje que no es representativo para dejar el alto precios de los libros como una señal de no lectura.

Caso contrario pasó con las personas lectoras, para este grupo se determinó una demanda elástica ya que un 71,6% planteó que, si se redujera el IVA de los libros, ellos comprarían mucho más, este porcentaje, a diferencia del anterior, si es significativo para poder extraer conclusiones de él.

5.3.2. *Estudios internacionales*

Otro factor interesante de estudiar es el cómo actúa la elasticidad precio de la demanda de libros en otros países.

En Alemania, el estudio “The Elasticity of Demand for Books, Resale Price Maintenance and the Lerner Index” (Bittlingmaye, 1992), analizó la demanda de 1000 títulos académicos durante 3 años (1984, 1985 y 1986) y determinó una

elasticidad precio de la demanda de alrededor de -3 a -2, esto quiere decir que cuando el precio de un libro aumenta un 1%, las ventas disminuyen entre un 2% y un 3%. Sin embargo, Bittlingmaye destaca que el impacto del precio no es tan grande como lo es el impacto de una baja publicidad o de un bajo trabajo de promoción, elementos que son más difíciles de estudiar matemáticamente.

Para el mercado de libro en Estados Unidos el estudio “Book value: intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books” (Clerides, 2002) describe varios datos interesantes. Uno de ellos es que una gran parte de los lectores estadounidenses valora mucho el conseguir un libro una vez publicado y está dispuesto a pagar un monto alto por ese privilegio, es decir, es un consumidor inelástico, ya que no importa al precio en que se venda el libro, ellos querrán conseguirlo de igual manera.

Otro dato interesante dentro de este estudio es la diferencia de demandas en libros de bolsillo y libros con tapa dura. Muchas veces al publicar un libro en ambos formatos simultáneamente es más factible vender un libro de bolsillo o tapa blanda, ya que tienen un precio más barato y son más fáciles de manejar y transportar. Es este fenómeno el que crea los lineamientos para la distribución de libros, mandando a las librerías más cotizadas libros de bolsillo y a librerías especializadas los libros en tapa dura.

En el caso de Rusia, el estudio “ARE BOOKS LUXURY GOODS IN RUSSIA OR NOT?” (Kochkina & Popova, 2017) tomó información de una de las cadenas de libros más grandes de Rusia, la cual cubre aproximadamente el 65% del mercado del libro en Rusia, y concluyó que el libro en Rusia tiene una elasticidad de entre 0.668 a 0.783, dependiendo del tipo de libro. estos valores calculados

demonstraron que el libro en Rusia es un bien Veblen, es decir que, al momento de aumentar su precio, este aumenta su demanda, los estudios concluyen que este fenómeno se da por la imagen positiva que se le da a una persona por comprar un libro a un alto valor.

En cuanto a las ventas por internet, es estudio “Measuring Prices and Price Competition Online: Amazon.com and BarnesandNoble.com” (CHEVALIER & GOOLSBEE, 2003) analizó durante 3 semanas del año 2021 los diferentes precios de alrededor de 20.000 libros en las páginas Amazon.com y BarnesandNoble.com, las cuales poseen más del 85% de las ventas online de libros, y generó los siguientes resultados.

En cuanto a la elasticidad cruzada, un aumento de un 1% en los precios de una, en relación con los precios de la otra, reduce las ventas de esta entre un 2.5% a un 3%.

En cuanto a la elasticidad precio de la demanda, se estimó para BarnesandNoble.com una elasticidad de aproximadamente -3.5 y para Amazon.com una elasticidad de -0.45. Esto muestra que los clientes de Amazon.com son menos elásticos que los clientes de BarnesandNoble.com, ya que un aumento en 1% del precio en Amazon disminuye en un 0.45% sus ventas, en cambio para Barnes and Noble sus ventas disminuyen en un 3.5%

6. HIPÓTESIS

Basándose en los objetivos de esta memoria, las hipótesis con las que se trabajara están enfocadas en elasticidad de la demanda y en el análisis cualitativo y cuantitativo de la población chilena en cuanto a la lectura y compra de libros.

Bajo estos parámetros y la información expuestas anteriormente se desarrollaron 3 hipótesis que guiaran la metodología y el análisis de resultados.

H0: El factor que más influye en la baja lectura de los chilenos es el precio de los libros

H0: La elasticidad precio de la demanda de los libros en Chile tiene un valor menor a 0

H0: La elasticidad ingreso de la demanda de los libros en Chile tiene un valor mayor a 0

7. METODOLOGIA

Para poder hacer una caracterización de la población chilena en cuanto a la demanda por libros es necesario el estudio de diversos factores tales como, resultados de encuestas, análisis econométricos, bases de datos, entre otros. Pero, así como son necesarios datos cuantitativos, también son necesarios datos cualitativos que den a conocer la visión que tiene las personas con respecto a la industria del libro en Chile, para este propósito son necesarias herramientas como, lectura de estudios relacionados, análisis de condiciones de mercado, entre otras, las cuales permitan tener un acercamiento diferente a la información y con ello mejorar la percepción de los hechos.

Para esta memoria se realizó una combinación de estrategias cualitativas y cuantitativas, como encuestas, investigaciones y análisis econométricos que se detallaran en puntos más adelante.

Cabe destacar que la principal recolección de datos para esta memoria fue a través de una encuesta de 25 preguntas (anexo 1).

7.1. Estrategias cualitativas

Lo datos cualitativos corresponden a aquellos datos que no están estandarizados y no son cuantificables, es decir, son datos que no se pueden medir mediante un análisis numérico. La recolección de datos cualitativos se puede realizar a través de entrevistas individuales, entrevistas en grupos, entrevistas telefónicas, etc. Los estudios cualitativos sirven para extraer información acerca de un problema o situación, muchas veces son dirigidos a grupos más pequeños que los

grupos usados para el proceso cuantitativo, y muchas veces estos suelen ser menos representativos, depende mucho el tipo de personas a las cuales se enfoque el estudio y su relación con el caso estudiado.

Para el caso de esta memoria se utilizará el siguiente método para recolectar datos cualitativos referentes a la industria literaria en Chile.

7.1.1. *Encuesta (preguntas cualitativas)*

Como se mencionó anteriormente, la principal recolección de datos para esta memoria se realizó mediante una encuesta la cual tenía como objetivo la recopilación de datos cuantificables acerca de los hábitos de lectura de los chilenos. Dentro de esta encuesta fueron agregadas algunas preguntas dirigidas a conocer la percepción de los chilenos acerca de la cultura lectora, preguntas como ¿Qué harías para fomentar la lectura en Chile?, ¿Dónde se consiguen libros más baratos?, O preguntas un poco más guiadas (con alternativas), acerca de las razones del porqué las personas no leen o cuales son su hábitos de lectura. Esto para tener una percepción real y actualizada acerca de los chilenos frente a la lectura, específicamente frente a la lectura de libros.

7.2. Estrategias cuantitativas

Las encuestas cuantitativas se utilizan para recolectar datos cuantificables, es decir, datos que pueden ser procesados y analizados mediante gráficos, análisis estadísticos, econométricos, etc.

Este tipo de investigación tiene un carácter más formal, ya que los datos que se recolectan deben ser guiados para que estén en un mismo formato y con ello asegurar que los estudios que se realicen sean efectivos.

Los datos para este tipo de investigación pueden ser extraídos de bases de datos ya elaboradas, en páginas como INE o en plataformas privadas especializadas en la recolección de datos. Sin embargo, muchas veces este tipo de estrategia no es la más favorable ya que las bases de datos pueden no estar actualizadas o no contener los datos que busca el investigador. Por eso, muchas veces se recomienda crear una encuesta que sea capaz de recolectar todos los datos necesarios y difundirla para obtener la mayor cantidad de respuestas posibles.

Las encuestas pueden ser muy variadas, algunas se realizan en la calle, otras se difunden a través de correo electrónico, redes sociales, etc. Las encuestas que buscan recolectar datos cuantificables suelen utilizar preguntas con alternativas o preguntas de clasificación, estas ayudan al encuestado para que sus respuestas vayan en una misma dirección, para que así las respuestas puedan ser procesadas y analizadas de mejor manera.

7.2.1. Encuesta (preguntas cuantitativas)

Como se mencionó en el punto 7.1.1, para esta memoria se utilizó una encuesta que contó con 25 preguntas enfocadas en extraer información acerca de los hábitos lectores y de consumo de los chilenos, en específico, datos como dónde los chilenos compran sus libros, cuánto leen las personas y los factores que afectan su lectura.

La encuesta se realizó a 402 personas, elegidas aleatoriamente, de las cuales se extrajeron 362 respuestas completas.

7.2.2. *Estudios econométricos*

Dentro de las muchas descripciones que existen del concepto “econometría” una de las más acertadas para el objetivo de esta investigación es la descripción de P.A. Samuelson, T.C. Koopmans y J.R.N. Stone, la cual dice que “...la econometría puede definirse como el análisis cuantitativo de fenómenos económicos reales, basados en el desarrollo simultáneo de la teoría y la observación, relacionados mediante métodos apropiados de inferencia”. Dentro de la econometría existen varios métodos para poder describir un fenómeno económico para que este sea ordenado y fácil de entender, métodos como regresiones simples, múltiples, de series de tiempo, entre otras, las cuales se pueden mezclar con otras herramientas matemáticas para conseguir el resultado esperado.

Para esta memoria el método utilizado fue el método de ecuaciones simultaneas, específicamente el método de mínimos cuadrados indirectos (MCI). Este método se desarrolló en torno a las funciones de demanda y oferta, linealización y equilibrio de mercado.

Antes de comenzar el cálculo econométrico hay que conocer algunos conceptos económicos.

Función Cobb-Douglas. Los economistas Paul Douglas y Charles Cobb desarrollaron una función de producción la cual, mediante factores dependientes e independientes, calcula un valor que muestra cuanto afecta la variable independiente, o exógena, a la variable dependiente, o endógena.

Para efectos de esta memoria se aplicará la función Cobb Douglas para el desarrollo de un sistema de ecuaciones MCI y con ello poder calcular la elasticidad precio de la demanda y la elasticidad ingreso de la demanda.

$$Demanda = F(\text{precio}, \text{variable}, \text{preferencia})$$

$$G = F(P, X, \alpha)$$

$$G = P^{\alpha_1} X^{\alpha_2}$$

Luego mediante la aplicación de logaritmo natural para linealizar, la función quedara de la siguiente manera

$$\ln G = \alpha_1 \ln P + \alpha_2 \ln X + u_1$$

En este caso u hace referencia al error y a aquellas variables que explica el cambio de la demanda pero que no están adheridas al modelo.

Con esta primera parte explicada se pueden describir las siguientes formulas a utilizar

Demanda

$$\ln G = \alpha_1 \ln P + \alpha_2 \ln X + u_1$$

Oferta

$$\ln P = \alpha_3 \ln G + u_2$$

Ecuaciones simultaneas MCI. Las ecuaciones simultaneas son utilizadas cuando la variable endógena, o dependiente, está determinada por variables exógenas, o independientes, y al mismo tiempo, una de estas variables exógenas está determinada por la variable endógena inicial.

En este caso, al aplicar el equilibrio económico (demanda igual a la oferta) las funciones quedan de la siguiente manera.

Demanda

$$LnG = \alpha_1 LnP + \alpha_2 LnX + u_1$$

Oferta

$$LnG = \alpha_3 LnP + u_2$$

Sabiendo esto, el primer paso es reducir, a través de matrices, el sistema de ecuaciones.

$$LnG - \alpha_3 LnP = u_2$$

$$LnG - \alpha_1 LnP - \alpha_2 LnX = u_1$$

Quedando de la siguiente manera:

$$\begin{pmatrix} 1 & -\alpha_3 \\ 1 & -\alpha_1 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} LnG \\ LnP \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} 0 \\ -\alpha_2 \end{pmatrix} LnX = \begin{pmatrix} u_2 \\ u_1 \end{pmatrix}$$

$$BY + \Gamma Z = U$$

Ahora, reorganizando los términos se obtiene la siguiente ecuación.

$$Y = \Pi Z + V$$

Siendo

$$\Pi = -B^{-1}\Gamma$$

$$V = B^{-1}U$$

Con la estructura Y ya determinada, y sabiendo que $Z=LnX$ y $\Pi = \begin{pmatrix} \pi_1 \\ \pi_2 \end{pmatrix}$, esta última igualdad proviene de la igualdad de ecuaciones de oferta y demanda descrita en el anexo 2, el sistema que ecuaciones reducido queda de la siguiente manera:

$$Y = \Pi Z + V$$

$$\begin{pmatrix} LnG \\ LnP \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \pi1 \\ \pi2 \end{pmatrix} X + \begin{pmatrix} u2 \\ u1 \end{pmatrix}$$

$$LnG = \pi1X + u2 \quad \quad \quad LnP = \pi2X + u1$$

Con esta información y el estudio de la variable Π , se puede determinar la elasticidad precio de la demanda.

Para esto, el primer paso es la reorganización de la variable Π :

$$\Pi = -B^{-1}\Gamma$$

$$B\Pi = -\Gamma$$

$$\begin{pmatrix} 1 & -\alpha3 \\ 1 & -\alpha1 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \pi1 \\ \pi2 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0 \\ \alpha2 \end{pmatrix}$$

Quedando en el siguiente sistema de ecuaciones:

$$\pi1 - \pi2\alpha3 = 0$$

$$\pi1 - \pi2\alpha1 = \alpha2$$

Volviendo a la fórmula de demanda inicial, $LnG = \alpha3LnP + u2$, siendo $\alpha3$ la representación de la elasticidad precio de la demanda, y con el sistema de ecuaciones recién calculado se obtiene que:

$$\pi1 - \pi2\alpha3 = 0$$

$$\pi1 = \pi2\alpha3$$

$$\frac{\pi1}{\pi2} = \alpha3$$

La elasticidad precio de la demanda se calcula mediante la división de los factores $\pi1$ y $\pi2$, los cuales se calculan a través de regresiones simples.

8. RESULTADOS

8.1. Análisis descriptivo

El primer paso para el análisis de resultados es el análisis descriptivo de la encuesta en la que se basa esta memoria.

Como se mencionó en los puntos 7.1.1 y 7.1.2, la encuesta se compone de 25 preguntas, las cuales tienen el objetivo de extraer datos cuantitativos y cualitativos. Esta fue respondida por 402 personas, de las cuales 362 respondieron completa y correctamente.

8.1.1. *Categorización de los encuestados*

El primer paso para este análisis es el conocer a los encuestados, para eso se categorizaron en 6 variables, Género, Edad, Nivel de educación, Ingreso, Región y Ocupación.

De los 362 encuestados, un 53% se identifica con el género hombre, un 44% con el género mujer y un 3% se identifica con otro género o prefiere no contestar.

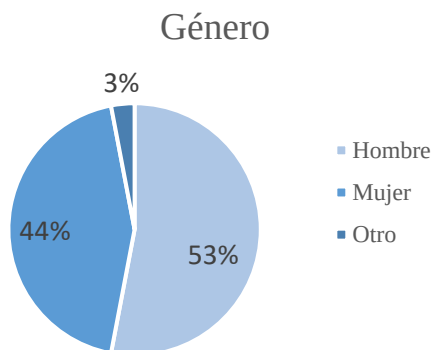


Gráfico 17 Género
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la edad de los encuestados, la mayoría se encuentra en un rango de edad de entre 25 y 34 años. No hay encuestados en un rango de edad de los 0 a los 12 años. Esto quiere decir que la encuesta se enfocó en personas desde la preadolescencia.

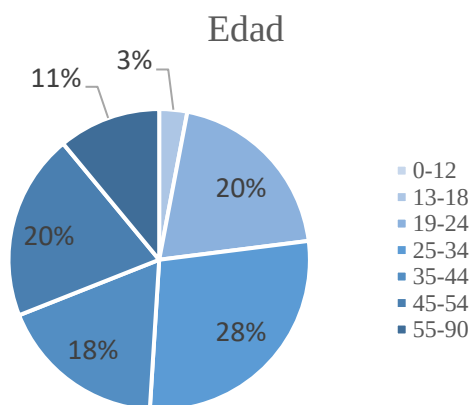


Gráfico 18 Edad
Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los ingresos se puede ver que un 36% de los encuestados se encuentra en un rango de ingreso de entre \$500.000 a \$999.999, este nivel salarial corresponde a lo que gana la mayoría de los chilenos, sobrepasando un poco el sueldo mínimo, pero sin alcanzar a llegar al millón de pesos. El rango de ingresos que tiene un menor porcentaje de encuestados es aquel entre \$2.000.000 o más.

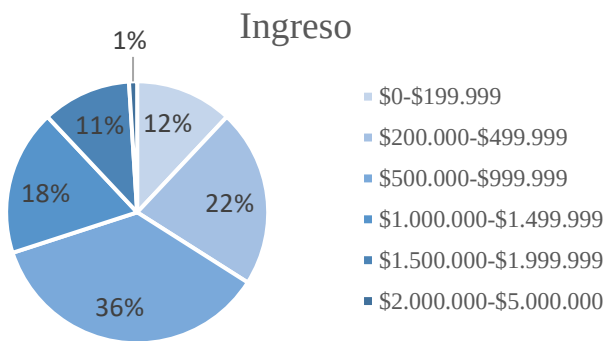


Gráfico 19 Ingreso
Fuente: Elaboración

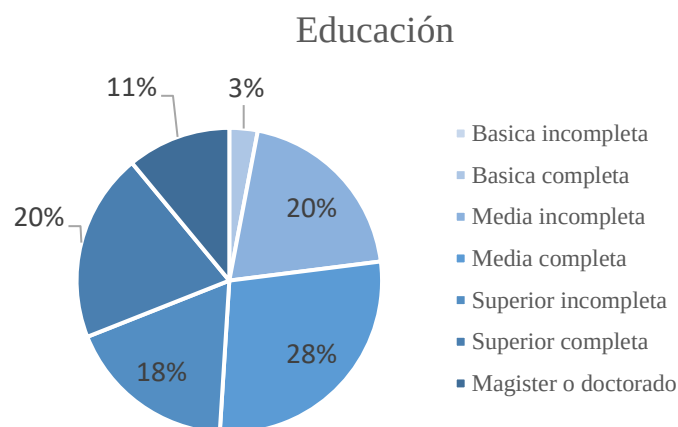


Gráfico 20 Educación
Fuente: Elaboración

En relación con los estudios, la mayoría de los encuestados (un 28%) tiene un nivel de educación que llega a media completa, es decir, personas que, tras graduarse de cuarto medio, o quinto medio en algunos casos, se dedicaron a trabajar. Este fenómeno puede asociarse con los niveles de ingreso, en Chile el tener la educación media completa ya no tiene tanto valor como lo tuvo algunas generaciones atrás.

Región	%
1	0,83%
3	1,10%
4	0,28%
5	0,55%
6	0,28%
7	0,55%
8	4,14%
9	3,59%
10	0,83%
11	1,38%
12	5,52%
13	73,20%
14	1,38%
15	0,55%
16	5,80%

En cuanto a la distribución geográfica de los encuestados, se puede ver que un 73% vive en la región Metropolitana. Este es un factor importante para considerar teniendo en cuenta que las mayoría de las librerías y bibliotecas se encuentran en Santiago.

Tabla 2 Región
Fuente: Elaboración propia

Ocupación	%
1	28,21%
2	46,09%
3	7,82%
4	4,19%
5	1,96%
6	1,96%
7	0,56%
8	9,22%

Tabla 3 Ocupación
Fuente: Elaboración propia

Por último, la variable ocupación muestra que la mayoría de los encuestados son empleados de tiempo completo. Con estos datos se puede caracterizar al encuestado promedio, el cual sería hombre de 25 a 34 años, con educación media completa, proveniente de la región metropolitana, que es un empleado a tiempo completo y tiene un ingreso de entre \$500.000 a \$999.999.

8.1.2. Hábitos lectores

Para comenzar a crear una caracterización de los hábitos lectores en la población chilena primero se debe conocer la cantidad de tiempo que gastan los chilenos en la lectura, independiente de lo que se lea. Esto con el objetivo de ver como se desarrolla la habilidad lectora en la actualidad.

La pregunta numero 7 hace un enfoque en esto y entrega los siguientes resultados.

¿Con qué frecuencia dedica mas de 15 minutos a la lectura?

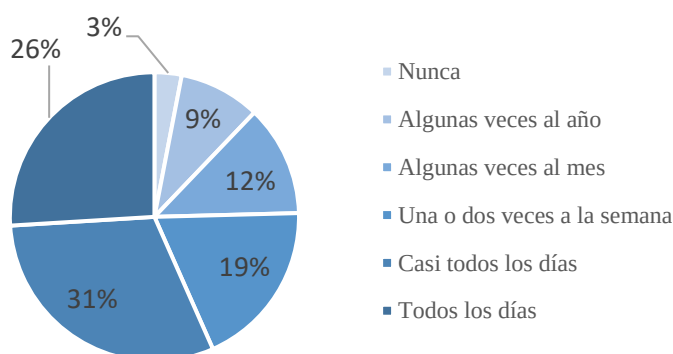


Gráfico 21 Frecuencia de lectura
Fuente: Elaboración

Un 26% de los encuestados dice leer todos los días 15 minutos o más, esto, a pesar de ser un porcentaje bajo (menor al 50%), muestra que si hay una población a la que le gusta leer. Este porcentaje aumenta a un 76% al agregar aquellos que leen casi todos los días y una o dos veces a la semana, lo cual es una frecuencia de lectura considerable, independiente del tipo de lectura que utilicen. Al hacer una categorización de las frecuencias de lectura, se puede ver que el mayor porcentaje de encuestados con mayores tiempos dedicado a leer, son hombres de entre 25 a 34 años. De esto se puede extraer que aquellas generaciones de adultos que recién están comenzando a independizarse y comenzar una vida adulta tienen mejores niveles de lectura, es decir que, son las nuevas generaciones las que vienen con un pensamiento renovado en torno a la lectura.

Edad	Frecuencia 15 min de lectura						Total general
	1	2	3	4	5	6	
2	0,00%	0,25%	0,37%	1,50%	2,81%	2,25%	7,17%
3	0,25%	1,25%	2,25%	5,24%	8,42%	9,73%	27,14%
4	0,31%	1,75%	2,25%	4,74%	9,05%	10,85%	28,95%
5	0,00%	0,62%	1,68%	2,00%	6,55%	4,87%	15,72%
6	0,12%	0,25%	1,31%	2,25%	5,93%	4,12%	13,97%
7	0,00%	0,00%	0,56%	1,25%	1,87%	3,37%	7,05%
Total general	0,69%	4,12%	8,42%	16,97%	34,62%	35,18%	100,00%

Tabla 4 Tabla 4 Frec 15 min / Edad

Fuente: Elaboración propia

Genero	Frecuencia 15 min de lectura						Total general
	1	2	3	4	5	6	
1	0,44%	2,25%	4,49%	10,48%	22,77%	21,71%	62,13%
2	0,19%	1,75%	3,93%	6,49%	11,54%	12,35%	36,24%
3	0,06%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,75%	0,81%
4	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,31%	0,00%	0,31%
5	0,00%	0,12%	0,00%	0,00%	0,00%	0,37%	0,50%
Total general	0,69%	4,12%	8,42%	16,97%	34,62%	35,18%	100,00%

Tabla 5 Frec 15 min / Genero

Fuente: Elaboración propia

De lo anteriormente expuesto, es importante analizar también las razones de aquellas personas que dicen no leer nunca (3% de los encuestados).

Las razones que resaltan son la falta de hábito y la falta de tiempo, contrario a lo esperado, la falta de dinero no está dentro de las razones por las cuales la gente no lee.

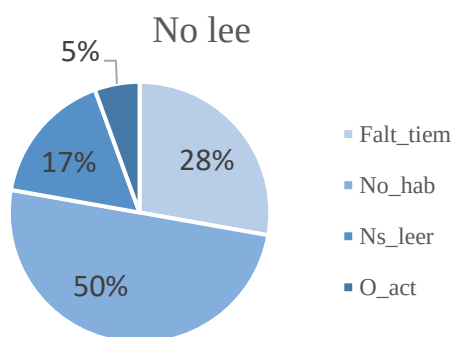


Gráfico 22 No lee
Fuente: Elaboración propia

La falta de tiempo es una variable importante para considerar, las largas jornadas laborales producen en la gente una falta de motivación hacia la lectura, esta razón puede estar enlazada a la falta de hábito, ya que el no tener tiempo para leer produce que se pierda la práctica y que después sea difícil recuperar, o crear, el hábito.

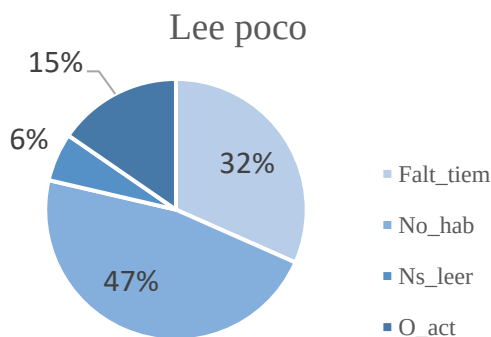


Gráfico 23 Lee poco
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las personas que leen poco (algunas veces al año, algunas veces al mes), las cuales corresponden a un 21% de los encuestados, las razones que más se mencionan son nuevamente la falta de tiempo y la falta de hábito. Sin embargo, hay otra razón que resalta, la preferencia hacia otra actividad, esta razón puede ser asociada desde el uso de plataformas streaming, hasta la realización de deportes, esta es una variable que puede contener muchas actividades, pero todas significan que las personas no ven a la lectura como una fuente de entretenimiento o distracción.

Concentrándose ahora en las personas que leen, la primera pregunta fue enfocada en el tipo de lectura, obteniéndose los siguientes resultados.

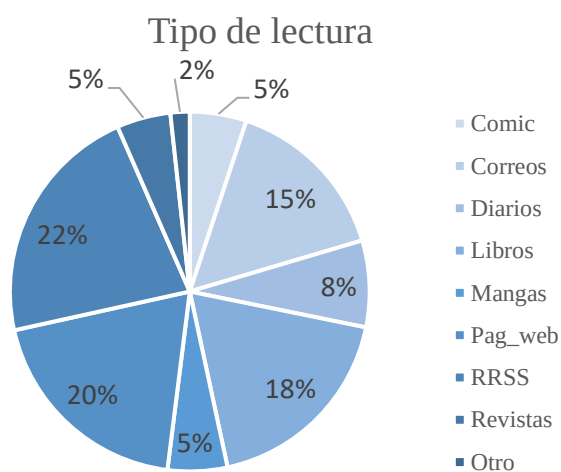


Gráfico 24 Tipos de lectura
Fuente: Elaboración propia

Se puede ver que la mayoría de los encuestados prefiere la lectura de las redes sociales. Sin embargo, los libros tienen de igual manera un porcentaje considerable, un 18% de los encuestados dice que dentro de sus lecturas se encuentran los libros. Este es un porcentaje relativamente importante dada la gama de opciones que existían. Este porcentaje aumenta si se agregan los lectores de comics y mangas, los cuales muchas veces entran en la industria del libro.

Edad	Comic	Correos	Diarios	Libros	Mangas	Pag_web	RRSS	Revistas	Otro
2	16,95%	2,26%	0,00%	9,39%	12,90%	6,19%	5,93%	7,14%	5,00%
3	40,68%	33,33%	24,44%	35,21%	48,39%	31,42%	28,46%	14,29%	30,00%
4	25,42%	32,20%	34,44%	26,76%	32,26%	34,96%	33,99%	39,29%	25,00%
5	8,47%	15,25%	14,44%	13,62%	4,84%	11,06%	15,02%	12,50%	30,00%
6	3,39%	12,43%	17,78%	10,33%	0,00%	11,95%	12,65%	21,43%	10,00%
7	5,08%	4,52%	8,89%	4,69%	1,61%	4,42%	3,95%	5,36%	0,00%
Total general	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 6 Tipo de libro / Genero

Fuente: Elaboración propia

Al categorizar las variables por edad, se puede apreciar que las personas que más leen libros, comics y mangas son aquellas que se encuentran dentro de los rangos de edad 19 a 24 (3) y 25 a 34 (4), siendo los mismos grupos que más tiempo de lectura tienen.

Como esta memoria está enfocada en la demanda por libros, es importante conocer las razones de aquellas personas que no leen libros.

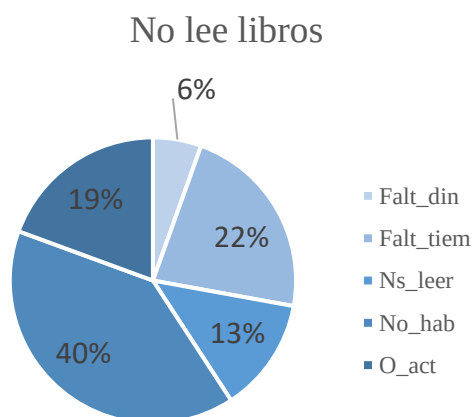


Gráfico 25 No lee libros
Fuente: Elaboración propia

Nuevamente el dinero no es una variable importante dentro de la no lectura de libros, sigue siendo mayoritaria la falta de hábito y la falta de tiempo.

De todos los porcentajes expuestos se puede concluir que el mayor problema dentro de las personas

que no leen es la falta de tiempo, la cual puede darse por muchas razones (trabajo, familia, etc.).

Cómo está memoria tiene un enfoque a la lectura de libros, la encuesta enfocó ciertas partes de sus preguntas en las preferencias de consumo de las personas hacia los libros, esta parte de la encuesta se realizó a aquellas 260 personas que mencionaron a los libros dentro de sus lecturas habituales.

La primera variable que se consideró es el formato de lectura, para esto se les preguntó a los encuestados su preferencia hacia los siguientes tipos de libros: Libro Físico, Libro Digital y Audiolibro

De este grupo de encuestados, un 67,14% tiene preferencia hacia los libros físicos, en segundo lugar de preferencias están los libros digitales y en tercer lugar los audiolibros, El que un 26,76% prefiera los libros en digital puede ser una prueba de que existe una preferencia hacia los libros alternativos, ya que existe una gran variedad de libros que se encuentran de manera gratuita en internet, y que muchas veces no son legales.

Un dato importante para considerar es la preferencia por los audiolibros, un 17,84% de los encuestados dice tener una preferencia por ellos. Este formato, al menos en Chile, se promociona muy poco, son pocas las librerías que ofrecen este formato, quedando, así como un potencial perdido. Un audiolibro puede ser el comienzo del gusto por la lectura en las personas. Como se vio en párrafos anteriores, las razones principales por las cuales un porcentaje de la población no lee o tienen bajos niveles de lectura es por la falta de tiempo y la falta de hábito, el audiolibro puede ser una ayuda para estos problemas ya que, un audiolibro se puede escuchar mientras la persona se encuentra haciendo otras cosas, esto puede ayudar a que se genere un mayor interés por lo que se está escuchando, el cual puede llevar al oyente a buscar otras formas para conocer nuevas historias.

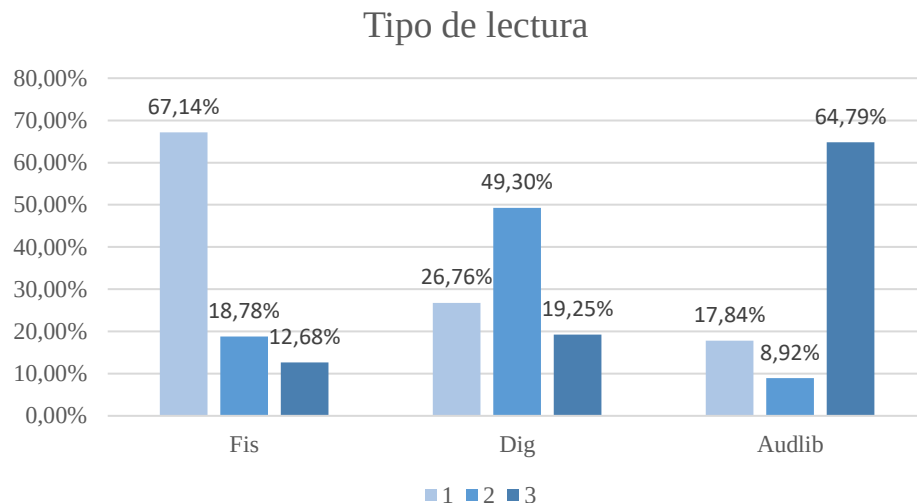


Gráfico 26 Tipo de lectura
Fuente: Elaboración propia

Pasando a la compra de libros y a la preferencia de lugares para hacerlo, se pueden encontrar los siguientes resultados

	Amazon	Librería Física	Librería Online	Tienda Física	Tienda Online	Feria Libro original	Feria Libro alt	RRSS
1	11,27%	48,36%	31,92%	21,60%	15,96%	30,99%	24,41%	20,66%
2	4,69%	15,49%	20,19%	12,68%	11,27%	16,90%	12,68%	12,68%
3	7,98%	11,74%	14,08%	16,90%	13,15%	15,96%	12,68%	13,15%
4	5,63%	2,35%	6,57%	9,86%	11,74%	7,04%	7,98%	7,04%
5	61,03%	16,90%	19,72%	30,05%	38,03%	20,66%	35,21%	36,15%

Tabla 7 Lugares de compra
Fuente: Elaboración propia

Siendo la opción 1 aquel lugar de mayor preferencia, se puede ver que las personas prefieren comprar libros en librerías físicas y online, esto puede deberse a la alta variedad de libros y la facilidad de conseguir lo que se busca; le sigue las compras en ferias, ya sean originales o piratas, de esto se puede concluir que en la feria a pesar de haber una menor cantidad y calidad de libros hay mejores precios; el siguiente formato de compra son las redes sociales, en ellas se pueden conseguir libros baratos y usados. Luego tenemos tiendas físicas y online (no librería), estos

porcentajes indican que los planes de vender libros en supermercados y tiendas no específicas está funcionando y generando que las personas tengan un mayor gasto en ellos, además, esta opción produce que las personas tengan la posibilidad de tener dentro de su rutina diaria (como lo es el ir al supermercado) la oportunidad de comprar un libro y así evitar la no lectura por el no tener tiempo de comprar un libro en alguna tienda específica. Por último, se encuentra la plataforma Amazon, pueden ser 3 las razones por las cuales esta plataforma este en el último lugar de preferencias, la primera es que la gente no conoce mucho la plataforma, generaciones más grandes no conocen o no se lleva muy bien con las tecnologías. La segunda es que los precios de envíos son caros, siendo que desde hace un tiempo existen muchos libros, ya sean en inglés o español, que tienen envío gratis y el impuesto a pagar por importación es devuelto. La tercera razón es que la compra de libros digitales, donde Amazon destaca, no es tan atractiva.

Dentro de esta pregunta existía la oportunidad de que el encuestado nombrara otras formas de adquirir libros además de las ya expuestas. La gran parte de los encuestado que respondió dentro de la categoría “otro” obtiene sus libros a través de préstamos, intercambio de libros, el uso de bibliotecas y, confirmando lo ya expuesto, la descarga de libros online en formato pdf o ebook, que muchas veces son descargas no legales.

Al enfocarse en las razones por las cuales la gente lee libros, se puede ver que la mayoría de los encuestados lee por entretenimiento, le siguen aquellos encuestados que ocupan la lectura para educación y cultura, y en menor medida están las personas que leen por motivos de autoayuda y laborales.

	Autoayuda	Cultura	Educación	Entretenimiento	Motivos laborales
1	24,88%	32,39%	38,03%	63,85%	20,66%
2	11,74%	18,31%	19,25%	10,80%	13,15%
3	16,43%	24,88%	24,88%	7,98%	18,31%
4	13,62%	12,21%	6,10%	4,69%	15,02%
5	28,64%	6,57%	8,45%	8,45%	24,41%

Tabla 8 Razones de lectura
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los tipos de lectura, se les preguntó a los encuestados acerca de los tipos de libros que esto leían, los resultados mostraron que los géneros de libros que más destacan son la fantasía, con un 57,28%, seguido por el romance con un 49,77%, la ciencia ficción, el misterio/suspense/terror y la literatura infantil o juvenil, quedarían en tercer lugar con porcentajes de entre un 40% a un 45%. En último lugar se encuentran géneros como el deporte, la política y los videojuegos.

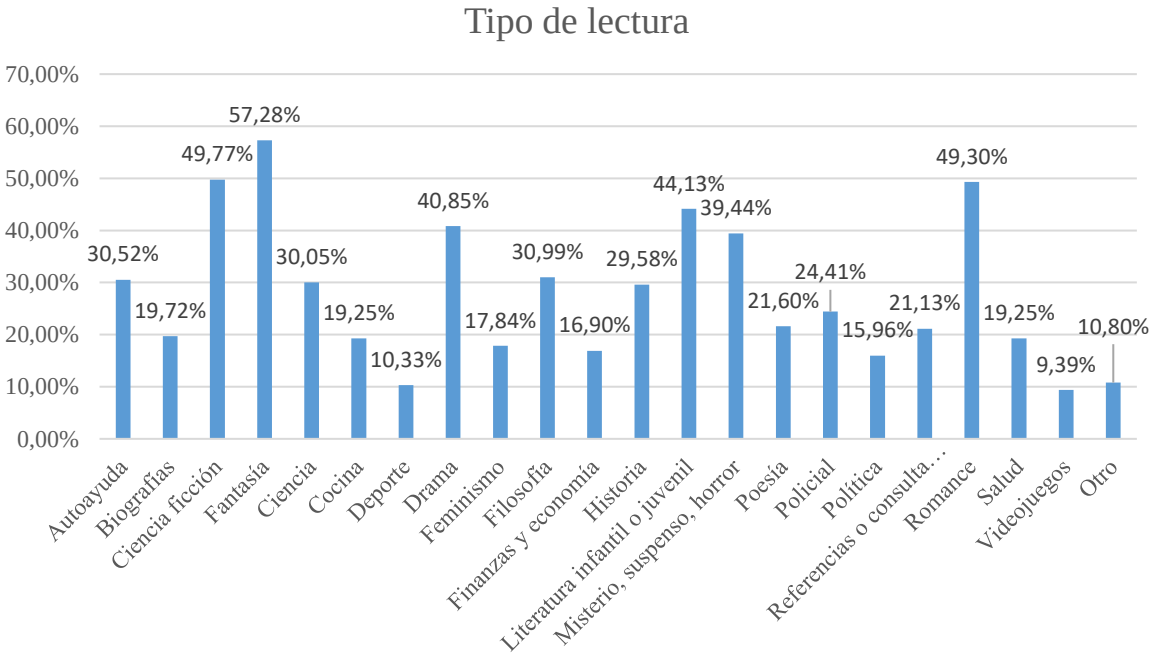
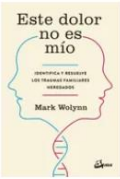


Gráfico 27 Tipos de libros
Fuente: Elaboración propia

Al hacer una búsqueda dentro de las principales librerías del país (Físicas y Online), Librería Antártica, Feria Chilena del Libro y Buscalibre.com, se puede confirmar el análisis acerca de los géneros de libros más leídos ya que estos resaltan dentro de los más vendidos de cada página. (La Búsqueda se realizó a través de las páginas en internet de cada librería dado que Buscalibre.com funciona solo de manera online, lo que le permite tener precios más bajos gracias a que no tiene que pagar tiendas ni personal que las administre, caso contrario a Librería Antártica y Feria Chilena del Libro que tienen sucursales a lo largo del país).



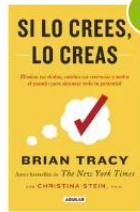
 Con Peras y Finanzas Francisco Ackermann ★★★★★ (2) Zig-Zag S.A., 2023, Tapa Blanda, Nuevo 20% dcto ~~\$12.990~~ \$10.390	 Deja de ser tú Joe Dispenza ★★★★★ (2) Ediciones Urano S.A., 2022, Tapa Blanda, Nuevo 15% dcto ~~\$21.000~~ \$17.850	 (Preventa) Alto en Espíritu Dr. Nico Soto Grijalbo, 2023, Tapa Blanda, Nuevo \$17.000	 La Vida es Eterna: Biografía de Victor Jara Mario Amorós ★★★★★ (7) Ediciones B, 2023, Tapa Blanda, Nuevo 15% dcto ~~\$23.400~~ \$19.890	 Pack Violeta Boyd Violeta Boyd Castillo ★★★★★ (9) Editorial Planeta Chilena S.A., 2022, Tapa Blanda, Nuevo 70% dcto ~~\$29.700~~ \$8.910	 Hábitos Atómicos James Clear ★★★★★ (182) Grupo Planeta, 2019, 1ª Edición, Tapa Blanda, Nuevo \$18.000
 Tres meses Marcus, Joana Montena, 2023, Tapa Blanda, Nuevo 15% dcto ~~\$22.100~~ \$18.790	 El Orden del Tiempo Carlo Rovelli ★★★★★ (14) Anagrama, 2020, 1ª Edición, Tapa Blanda, Nuevo 40% dcto ~~\$28.570~~ \$17.140	 La Mujer del Kimono Blanco Ana Johns ★★★★★ (3) Booket, 2021, Tapa Blanda, Nuevo 70% dcto ~~\$12.990~~ \$3.870	 Todos quieren a Daisy Jones Taylor Jenkins Reid ★★★★★ (6) BLACKIE BOOKS, 2021, Tapa Blanda, Nuevo 15% dcto ~~\$18.000~~ \$15.300	 Este dolor no es mío Mark Wolynn ★★★★★ (128) Gala, 2017, 1ª Edición, Tapa Blanda, Nuevo 50% dcto ~~\$31.450~~ \$15.730	 Los dos Amores de mi Vida Taylor Jenkins Reid ★★★★★ (13) Titania, 2021, 1ª Edición, Tapa Blanda, Nuevo 15% dcto ~~\$16.900~~ \$14.370



El Principito (Td)

DE SAINT-EXUPÉRY.

★★★★★
\$9.000



Si Lo Crees Lo Creas

TRACY, BRIAN

\$14.000



Los Siete Maridos De Evelyn Hugo

JENKINS REID, TAYLOR

★★★★★
\$18.900



El Hombre En Busca De Sentido 3ª Edición

FRANKL, VIKTOR E.

★★★★★
\$15.000



El Desafío Del Liderazgo

KOUZES, JAMES

\$23.192 ~~\$26.990~~



Volver A Empezar

HOOVER, COLLEEN

\$18.900



Todos Quieren A Daisy Jones

JENKINS REID, TAYLOR

\$16.000



Maracador De Línea Gatos

THINKING GIFTS

\$6.000



Romper El Círculo

HOOVER, COLLEEN

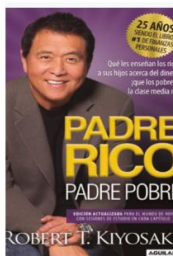
★★★★★
\$18.900



Orgullo Y Prejuicio (Edición Conmemorativa)

AUSTEN, JANE

\$13.000

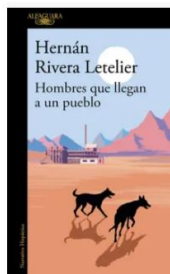


Capacitación

PADRE RICO, PADRE POBRE
(EDICIÓN 25 AÑOS)

Precio Internet:
\$16.000

[ANADIR A LA BOLSA](#)

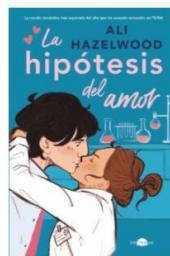


Autores Chilenos

HOMBRES QUE LLEGAN A UN PUEBLO

Precio Internet:
\$16.000

[ANADIR A LA BOLSA](#)

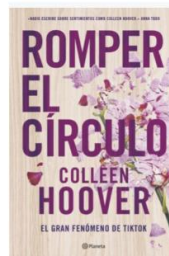


Novela Juvenil

HIPOTESIS DEL AMOR, LA

Precio Internet:
\$24.990

[ANADIR A LA BOLSA](#)

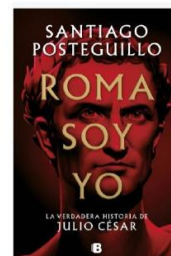


Narrativa Juvenil

ROMPER EL CIRCULO

Precio Internet:
\$18.900

[ANADIR A LA BOLSA](#)

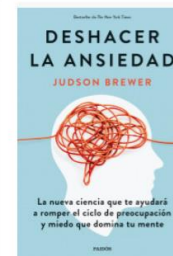


Narrativa Histórica

ROMA SOY YO

Precio Internet:
\$25.000

[ANADIR A LA BOLSA](#)



Mente y Espíritu

DESHACER LA ANSIEDAD

Precio Internet:
\$17.900

[ANADIR A LA BOLSA](#)



Al hacer una caracterización por género y tipo de lectura, se puede ver que las mujeres predominan en los géneros más leídos, resaltando por sobre todo el género romance, donde un 83% de las personas que eligió esta opción son mujeres.

La última sección de la encuesta fue dirigida a todos los encuestados y se enfocó en distintos tópicos asociados a la cultura lectora en Chile.

En la primera pregunta de esta sección se les pregunto a los encuestados cual era el lugar donde ellos creían que se vendían libros a un menor precio, o cual era el lugar más fácil para acceder a ellos. Mas de la mitad de los encuestados (56,08%) respondió que la forma más barata y accesible de conseguir libros es a través de la venta de libros alternativos o piratas, dentro de los cuales pueden encontrarse libros físicos o digitales. Estos resultados muestran que las personas tienen una percepción de que los libros originales son de difícil acceso para aquellas personas que tienen ingresos más bajos, o que no vale la pena comprar un libro a tan alto valor, siendo que en la actualidad existen muchas formas de conseguir libros baratos y originales, tales como libros de bolsillo, colecciones Copec, colecciones Club de lectores El Mercurio y muchas otras que por falta de difusión la gente no conoce.

Otra de las preguntas realizadas fue acerca del fenómeno influencer, en específico, influencers de libros (booktuber, booktok y bookstagramer), para así conocer el impacto de este contenido y a quien está dirigido. Se les consultó a los encuestados si alguna vez habían comprado algún libro a causa de estos creadores de contenido, la mayor parte de los encuestados (71,82%) respondió que nunca había comprado un libro influenciado por este fenómeno. Sin embargo, a pesar de que un gran porcentaje respondió que no consume este tipo de contenido, es interesante analizar a aquellos encuestados que si les interesa este contenido y han comprado libros gracias a él.

Del 28,18% de encuestado que ha comprado alguna vez un libro a causa de un influencer, un 43% son personas de entre 13 a 18 años, le sigue en porcentaje las personas de entre 25 a 34 años, las cuales también son aquellas personas que tienen una mayor frecuencia de lectura.

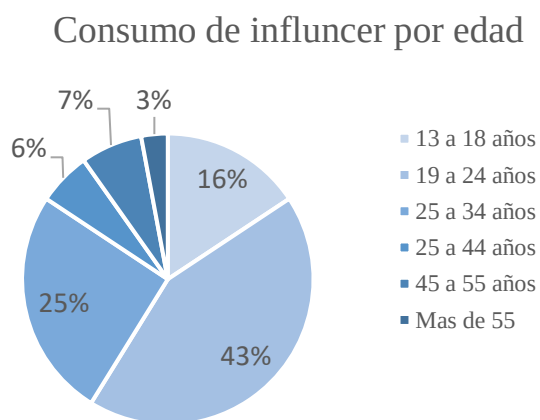


Gráfico 28 Influencers
Fuente: Elaboración propia

Estos resultados muestran que son las nuevas generaciones las que están impulsando un mayor gusto por la lectura, y que las nuevas tecnologías son una parte fundamental en esto.

Por último, se les preguntó a los encuestados acerca de que harían ellos o que acciones se deberían tomar para fomentar la lectura del país. Las respuestas fueron variadas, pero existe consenso en ciertas opiniones:

Bajar el precio a los libros. Una de las opiniones que más se repite es que, para poder fomentar el gusto por la lectura y el aumento del gasto en libros, es necesario que los libros reduzcan su valor, siendo la reducción o eliminación del IVA la forma más repetida para lograr esto.

Aumentar la publicidad. En conjunto con la reducción de precio, una opinión que se repite mucho es el fomentar la lectura a través de mayor publicidad y difusión de libros o actividades asociadas a la lectura. Algunas de las formas mencionadas para lograr esto es el aumento de la publicidad en redes sociales, el crear comerciales en televisión abierta, publicidad en paraderos y lugares con mucho flujo de gente. Las opiniones con respecto a esta acción muestran muchas formas para fomentar la lectura, los lectores habituales saben cómo motivar a otros a leer, desde leer un libro físico en el metro, para así dar el ejemplo y motivar a los demás, hasta planes más elaborados como el colocar fragmentos de libros que llamen la atención e incentiven a las personas a comprar el libro.

Fomentar la lectura desde niños. Muchos de los encuestados mencionan que para tener mejores niveles de lectura es necesario que desde pequeños se inculque el gusto por leer, y que esto puede ser posible gracias a el fomento de los padres a través de la lectura de cuentos a los más pequeños, aplicar sistemas de recompensas por lectura a los niños del hogar y por último, la opinión más repetida, es el actualizar el plan de lecturas obligatorias en los colegios y buscar libros que sean del gusto de las nuevas generaciones, agregando también nuevos formatos de

lectura como los comics o mangas. La idea que engloba todas estas opiniones es la de fomentar la lectura a través de la entretención y no como una obligación.

Mayores actividades culturales. Una parte de los encuestados hace mención de las actividades culturales asociadas a la lectura, comentan muchas actividades que ayudarían a aumentar los niveles de lectores en el país, acciones como talleres de lectura en junta de vecinos u online, intercambio de libros, puntos de lectura en parque o cafés, talleres de lectura y literatura, eventos literarios como ferias del libro, entre otras.

Bibliotecas. Otra de las opiniones que más se repite es mejorar las bibliotecas del país, ya sea actualizando su contenido, agregando libros en más idiomas, audiolibros y libros que no son tan conocidos en Chile, o mejorando la accesibilidad a ellas, llegando a más regiones y a sectores menos céntricos. Algunas formas que se comentaron para lograr esto es mejorando las bibliotecas de los colegios, y creando librerías móviles que lleguen a hospitales, jardines, colegios, centros comerciales u otros lugares donde la gente va constantemente

8.2. Análisis econométricos

8.2.1. Elasticidad precio de la demanda EPD

Teniendo una caracterización de la población y sus hábitos lectores, es importante profundizar el estudio mediante herramientas econométricas para el cálculo de elasticidad.

Haciendo un resumen de lo calculado en el punto 7.2.2, se obtiene que el sistema de ecuaciones de demanda y oferta es el siguiente:

$$\ln G - \alpha_3 \ln P = u_2$$

$$LnG - \alpha_1 LnP - \alpha_2 LnX = u_1$$

Y que α_3 es la representación de la elasticidad precio de la demanda y que se calcula de la siguiente manera:

$$\frac{\pi_1}{\pi_2} = \alpha$$

Se sabe además que π_1 y π_2 pueden ser calculados a través de la regresión simple de las siguientes ecuaciones:

$$LnG = \pi_1 X + u_2 \quad LnP = \pi_2 X + u$$

Siendo X una variable exógena auxiliar que ayudara a calcular la regresión simple, LnG el logaritmo natural del gasto y LnP el logaritmo natural del precio.

Para estos cálculos se utilizó el programa STATA 17, y como variable X se probaron las variables Ingreso, Edad y Educación.

Los pasos que se siguieron para el cálculo de α_3 en STATA fueron los siguientes:

- Calcular la regresión simple de LnG y LnX
- Calcular la regresión simple de LnP y LnX, y guardar el resultado de la regresión
- Calcular α_3 dividiendo el resultado de la regresión LnG en el resultado de la regresión LnP multiplicado por -1, o regresar LnG con el resultado de la regresión de LnI (en negativo para representar la EPD)
- Comparar los resultados

Variable X = Ingreso

. reg LG LI, noconstant

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	179
Model	20609.1318	1	20609.1318	F(1, 178)	=	14413.60
Residual	254.511482	178	1.42983979	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9878
				Adj R-squared	=	0.9877
Total	20863.6433	179	116.556666	Root MSE	=	1.1958

LG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LI	.8335517	.006943	120.06	0.000	.8198505	.8472528

. reg LP LI, noconstant

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	194
Model	16887.7329	1	16887.7329	F(1, 193)	=	16134.07
Residual	202.015487	193	1.04671237	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9882
				Adj R-squared	=	0.9881
Total	17089.7484	194	88.0914866	Root MSE	=	1.0231

LP	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LI	.724498	.0057038	127.02	0.000	.7132482	.7357479

. predict lhat
(option xb assumed; fitted values)

. reg LG lhat , noconstant

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	179
Model	20609.1318	1	20609.1318	F(1, 178)	=	14413.59
Residual	254.51149	178	1.42983983	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9878
				Adj R-squared	=	0.9877
Total	20863.6433	179	116.556666	Root MSE	=	1.1958

LG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
lhat	-1.150523	.0095832	-120.06	0.000	-1.169434	-1.131612

Variable X = Edad

```
. reg LG LE , noconstant
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	179
Model	20430.8783	1	20430.8783	F(1, 178)	=	8403.40
Residual	432.764938	178	2.43126369	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9793
				Adj R-squared	=	0.9791
Total	20863.6433	179	116.556666	Root MSE	=	1.5593

LG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LE	3.195736	.0348613	91.67	0.000	3.126942	3.264531

```
. reg LP LE , noconstant
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	194
Model	16707.9743	1	16707.9743	F(1, 193)	=	8446.46
Residual	381.774133	193	1.97810432	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9777
				Adj R-squared	=	0.9775
Total	17089.7484	194	88.0914866	Root MSE	=	1.4065

LP	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LE	2.761185	.030044	91.90	0.000	2.701928	2.820442

```
. predict Ehat
(option xb assumed; fitted values)
```

```
. reg LG Enhhat , noconstant
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	179
Model	20430.8783	1	20430.8783	F(1, 178)	=	8403.40
Residual	432.764975	178	2.43126391	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9793
				Adj R-squared	=	0.9791
Total	20863.6433	179	116.556666	Root MSE	=	1.5593

LG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
Enhhat	-1.157379	.0126255	-91.67	0.000	-1.182293	-1.132464

Variable X = Educación

```
. reg LG LEd , noconstant
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	179
				F(1, 178)	=	17093.42
Model	20648.6217	1	20648.6217	Prob > F	=	0.0000
Residual	215.021551	178	1.20798624	R-squared	=	0.9897
				Adj R-squared	=	0.9896
Total	20863.6433	179	116.556666	Root MSE	=	1.0991

LG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LEd	3.999494	.0305908	130.74	0.000	3.939127	4.059861

```
. reg LP LEd , noconstant
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	194
				F(1, 193)	=	16710.28
Model	16894.6193	1	16894.6193	Prob > F	=	0.0000
Residual	195.129128	193	1.01103175	R-squared	=	0.9886
				Adj R-squared	=	0.9885
Total	17089.7484	194	88.0914866	Root MSE	=	1.0055

LP	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LEd	3.477245	.0268995	129.27	0.000	3.424191	3.5303

```
. predict Edhat
(option xb assumed; fitted values)
```

```
. reg LG Ednhat , noconstant
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	179
				F(1, 178)	=	17093.43
Model	20648.6217	1	20648.6217	Prob > F	=	0.0000
Residual	215.021546	178	1.20798621	R-squared	=	0.9897
				Adj R-squared	=	0.9896
Total	20863.6433	179	116.556666	Root MSE	=	1.0991

LG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
Ednhat	-1.15019	.0087974	-130.74	0.000	-1.167551	-1.13283

Demanda (Q)	Oferta (P)	Proxy (X)	Reg (LnG Proxy)	Reg (LnP Proxy)	$\pi_1 / -\pi_2$	Significancia global
Gasto	Precio	Ingreso	0,8335517	0,7244980	-1,1505231	0,9878
Gasto	Precio	Edad	3,1957360	2,7611850	-1,1573784	0,9793
Gasto	Precio	Educación	3,9994940	3,4772450	-1,1501905	0,9897

Tabla 9 Tabla resumen EPD
Fuente: Elaboración propia

Haciendo una tabla resumen se pueden extraer varias conclusiones. La primera de ellas es la significancia de los modelos, de ella se concluye que la elección de las variables exógenas auxiliares fue correcta ya que la significancia global de las 3 variables es mayor a 0.97, para efectos de esta memoria los resultados se analizaron según la variable Ingreso.

Lo segundo que se puede concluir, y lo más importante en estudio, es el valor de α_3 . Como se mencionó anteriormente es la variable ingreso la que guía este análisis de resultados, sin embargo, al probar las 3 variables se puede ver que la elasticidad precio de la demanda da como resultado -1.15.

Con este dato se puede analizar que, al tener un valor absoluto mayor a 1 (signo negativo se ignora al ser EPD) la elasticidad precio de la demanda es elástica, en específico, la cantidad de demanda por un bien, en este caso libros, varía de forma mayor e inversa a lo que varía el precio, es decir, cuando el precio aumenta, la demanda por libros (o el gasto anual en ellos) disminuye. En síntesis, la elasticidad precio de la demanda en la sociedad chilena tiene un valor de 1,15, es decir que los lectores son sensibles al precio de los libros, y que cuando el precio de estos aumenta en un 1%, los lectores reducen su gasto anual en 1,15%

8.2.2. *Elasticidad ingreso de la demanda EID*

La elasticidad ingreso de la demanda hace alusión a el cambio que tiene la demanda por un producto o servicio, en este caso libros, al momento de existir un aumento, o disminución, en el ingreso de una persona. Para esta tesis se utilizaron 3 métodos para calcular la elasticidad ingreso de la demanda, los cuales están basados en las tesis de Freddy Ronalde Camacho Villagómez (“Determinación De Las Elasticidades Ingreso de la Demanda de los Principales Productos Agrícolas Ecuatorianos de la Balanza Comercial Respecto a Productos Agrícolas de Primera Necesidad Mundial en Tiempos de Recesión”) Y Hugo Ibrahim Luna Astorga (“Elasticidad Ingreso de la Disposición a Pagar: El Caso de la conservación de la Biodiversidad”)

El primer método está basado en la fórmula de demanda de Cobb-Douglas, con la cual se generó una regresión múltiple.

$$Demanda = F(\text{precio}, \text{variable}, \text{preferencia})$$

$$G = F(P, X, \alpha)$$

$$G = P^{\alpha_1} X^{\alpha_2} / Ln$$

$$LnG = \alpha_1 LnP + \alpha_2 LnX + u_1$$

. regress LNG LNI LNP

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	196
Model	38.3342538	2	19.1671269	F(2, 193)	=	27.30
Residual	135.497656	193	.702060395	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.2205
				Adj R-squared	=	0.2124
Total	173.83191	195	.891445693	Root MSE	=	.83789

LNG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LNI	.097433	.0569962	1.71	0.089	-.0149825	.2098484
LNP	.5531729	.0793732	6.97	0.000	.3966226	.7097232
_cons	4.275463	.9875501	4.33	0.000	2.327687	6.223239

A esta primera regresión se le aplicaron pruebas de multicolinealidad, normalidad y heterocedasticidad.

Multicolinealidad. VIF menor a 10

. vif

Variable	VIF	1/VIF
LNI	1.01	0.988941
LNP	1.01	0.988941
Mean VIF	1.01	

Normalidad. Prob < 0.05

. predict error

(option **xb** assumed; fitted values)
(166 missing values generated)

. sktest error

Skewness and kurtosis tests for normality

Variable	Obs	Pr(skewness)	Pr(kurtosis)	—— Joint test ——	
				Adj chi2(2)	Prob>chi2
error	196	0.0000	0.0000	49.94	0.0000

. swilk error

Shapiro-Wilk W test for normal data

Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
error	196	0.91981	11.755	5.664	0.00000

Heterocedasticidad. Esta prueba arrojo que el modelo era heterocedastico, por lo que se regresó la función nuevamente, pero mediante una regresión robusta, quedando de la siguiente manera

. regress LNG LNI LNP, robust

Linear regression	Number of obs	=	196
	F(2, 193)	=	16.12
	Prob > F	=	0.0000
	R-squared	=	0.2205
	Root MSE	=	.83789

LNG	Coefficient	Robust std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LNI	.097433	.0521466	1.87	0.063	-.0054174	.2002834
LNP	.5531729	.1159122	4.77	0.000	.3245556	.7817902
_cons	4.275463	1.136044	3.76	0.000	2.034807	6.516119

El segundo método, al igual que el primero, hace una regresión múltiple, sin embargo, las variables independientes aumentan dado que son elegidas en base a los coeficientes de correlación de la variable con LNG. El primer paso para este método fue la elaboración de una tabla de correlación, de ella se extrajeron las variables más relevantes: LNI, LNP, LNE, LNEd, LNGen y LNInf

```
. correlate LNG LNP LNI LNF LNE LNEd LNGen LNInf LNO LNR
(obs=195)
```

	LNG	LNP	LNI	LNF	LNE	LNEd	LNGen	LNInf	LNO	LNR
LNG	1.0000									
LNP	0.4561	1.0000								
LNI	0.1577	0.1083	1.0000							
LNF	0.0445	-0.0385	-0.0410	1.0000						
LNE	-0.1058	-0.1567	0.3222	-0.0597	1.0000					
LNEd	0.2583	0.1125	0.2917	0.0849	0.1086	1.0000				
LNGen	0.1186	0.0570	0.1236	-0.1422	0.0046	0.0392	1.0000			
LNInf	0.2584	0.1815	-0.1243	0.0391	-0.3539	-0.0423	-0.1745	1.0000		
LNO	0.0072	0.1123	-0.4489	0.1083	-0.6366	-0.1784	-0.0452	0.2758	1.0000	
LNR	0.0790	0.0431	-0.0277	-0.0260	0.0805	-0.0576	0.1022	0.0166	-0.0027	1.0000

```
. regress LNG LNI LNP LNE LNEd LNGen LNInf
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	196
Model	53.652202	6	8.94203366	F(6, 189)	=	14.06
Residual	120.179708	189	.635871471	Prob > F	=	0.0000
Total	173.83191	195	.891445693	R-squared	=	0.3086
				Adj R-squared	=	0.2867
				Root MSE	=	.79742

LNG	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]
LNI	.0700132	.0601084	1.16	0.246	-.0485563 .1885826
LNP	.4657931	.0784976	5.93	0.000	.3109491 .620637
LNE	-.0385321	.1694133	-0.23	0.820	-.372716 .2956518
LNEd	.8671449	.2769409	3.13	0.002	.3208528 1.413437
LNGen	.3165474	.167331	1.89	0.060	-.0135289 .6466237
LNInf	.6127466	.1832961	3.34	0.001	.2511776 .9743156
_cons	2.995406	1.140653	2.63	0.009	.7453597 5.245453

Utilizando las mismas pruebas que el modelo anterior para comprobar la veracidad, podemos ver que esta regresión es significativa.

. vif

Variable	VIF	1/VIF
LNE	1.29	0.773029
LNI	1.24	0.805356
LNInf	1.21	0.825942
LNEd	1.10	0.908499
LNP	1.09	0.915800
LNGen	1.06	0.947335
Mean VIF	1.17	

. sktest error2

Skewness and kurtosis tests for normality

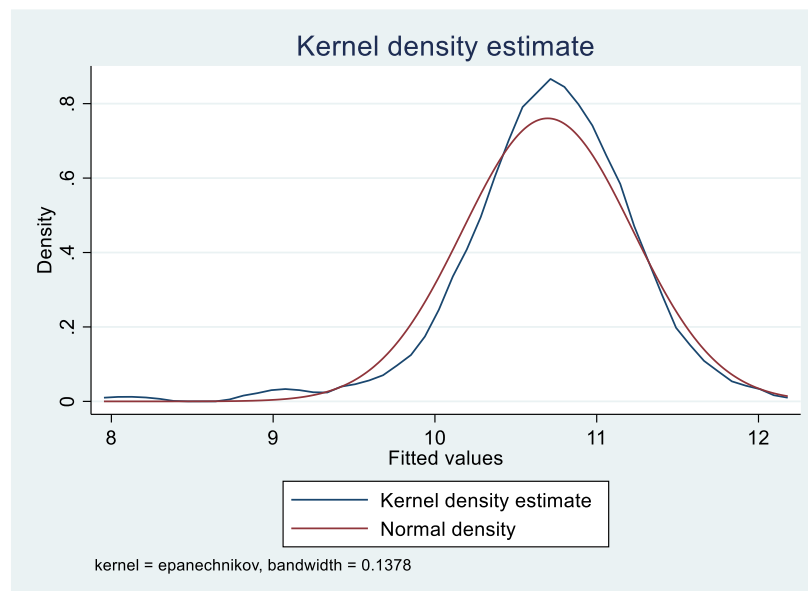
Variable	Obs	Pr(skewness)	Pr(kurtosis)	Joint test Adj chi2(2)	Prob>chi2
error2	196	0.0000	0.0000	33.51	0.0000

. swilk error2

Shapiro-Wilk W test for normal data

Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
error2	196	0.95323	6.856	4.425	0.00000

. kdensity error2, normal



Y al igual que el modelo anterior se tuvo que generar una nueva regresión para eliminar la heterocedasticidad.

```
. regress LNG LNI LNP LNE LNEd LNGen LNInf, robust
```

Linear regression	Number of obs	=	196
	F(6, 189)	=	9.60
	Prob > F	=	0.0000
	R-squared	=	0.3086
	Root MSE	=	.79742

LNG	Coefficient	Robust std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
LNI	.0700132	.0557376	1.26	0.211	-.0399346	.1799609
LNP	.4657931	.1181415	3.94	0.000	.2327477	.6988384
LNE	-.0385321	.1585305	-0.24	0.808	-.3512486	.2741844
LNEd	.8671449	.3094293	2.80	0.006	.2567662	1.477524
LNGen	.3165474	.1695941	1.87	0.064	-.0179931	.6510879
LNInf	.6127466	.1780455	3.44	0.001	.2615348	.9639584
_cons	2.995406	1.276079	2.35	0.020	.4782185	5.512594

Por último, se utilizó un modelo con variables instrumentales, para esto se estudiaron las variables que estaban mayormente correlacionadas con LNI (variable a estudiar), generando los siguientes resultados

```
. ivregress 2sls LNG LNP LNF LNInf ( LNI = LNE )
```

Instrumental variables 2SLS regression	Number of obs	=	195
	Wald chi2(4)	=	64.21
	Prob > chi2	=	0.0000
	R-squared	=	0.2599
	Root MSE	=	.81188

LNG	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
LNI	.0848376	.1766604	0.48	0.631	-.2614104	.4310855
LNP	.5136555	.0846895	6.07	0.000	.347667	.6796439
LNF	.1725579	.1886879	0.91	0.360	-.1972635	.5423793
LNInf	.5323939	.1907937	2.79	0.005	.1584451	.9063428
_cons	4.623529	2.113952	2.19	0.029	.4802588	8.766798

Instrumented: **LNI**

Instruments: **LNP LNF LNInf LNE**

Comparando los 3 métodos realizados, obtenemos los siguiente resultados:

	Coef LNI	R-Squared
1	0,09743	0,2205
2	0,07001	0,3086
3	0,08484	0,2599

Tabla 10 Tabla resumen EID
Fuente: Elaboración propia

En ellos podemos ver que el efecto del ingreso en el gasto anual en libros de los chilenos (elasticidad ingreso de la demanda) está entre valores 0.07 y 0.09, lo que significa que los libros no son un bien de lujo en Chile, sino un bien normal, el cual independiente de si el ingreso aumenta o disminuye el nivel de demanda se mantendrá igual.

Sabiendo mediante todos los análisis ya realizados que la demanda por libros en Chile es baja, con el resultado de la elasticidad ingreso de la demanda, se concluye que independiente si el ingreso de una persona aumenta o disminuye, el gasto anual en libros se verá mínimamente o nada afectado, manteniéndose en niveles por bajo lo esperado. ahora agregando los resultados de la elasticidad precio de la demanda, se agrega a esta síntesis que solo una disminución de precios en los libros hará que la demanda por estos aumente.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El propósito principal que inspiró esta investigación fue el interés por caracterizar la población chilena en base a sus hábitos lectores y de consumo con respecto a industria del libro en Chile. Para cumplir este objetivo fue necesario recolectar variada información acerca de diversos factores que influyen en una persona al momento de leer un libro. Dentro de esta información se encuentran los análisis de industria de años anteriores tanto en Chile como en otros países y un set de datos el cual, mediante diversas herramientas matemáticas y econométricas, se pudo analizar de manera cualitativa y cuantitativa.

El principal recurso que se utilizó en esta memoria fue la encuesta, esta fue realizada a 402 personas, de las cuales se pudieron obtener 362 respuesta. De estas respuestas se obtuvo un análisis descriptivo y de elasticidad, con los cuales se pudieron afirmar o rechazar las hipótesis establecidas en el punto 6 de esta investigación, y con estos resultados caracterizar a la población chilena en torno a la lectura.

La primera hipótesis era la siguiente, “El factor que más influye en la baja lectura de los chilenos es el precio de los libros”, esta hipótesis puede ser confirmada mediante 2 estudios, el primero es el análisis descriptivo de la encuesta implementada, en la cual solo un 6% de la población dice no leer por falta de dinero, este nivel es bajo en comparación con la mayor parte de los encuestados que dicen que sus bajos niveles de lectura son por la falta del hábito y de tiempo.

Sin embargo, al centrar los resultados de la investigación en el gasto anual de los chilenos con respecto al precio de los libros que compran, se detecta una

elasticidad precio de la demanda significativa, lo que significa que el precio si es una variable significativa en la demanda por libros, lo cual hace referencia a la segunda hipótesis.

La segunda hipótesis dice que “La elasticidad precio de la demanda de los libros en Chile tiene un valor menor a 0”. Tras los análisis econométrico realizados esta hipótesis se aprueba dado que la elasticidad dio un valor de -1.15. Este valor significa que cuando el precio de un libro aumenta en un 1% la demanda por este disminuye en un 1,15%. Conectando este resultado a la primera hipótesis, se concluye que, a pesar de que solo un porcentaje menor de encuestados dijo no leer por el factor dinero, al momento de hacer un estudios con sus hábitos reales de consumo, el precio si destaca como un factor que la gente considera importante al momento de decidir si comprar un libro o no.

Con esto en mente se pensaría que las personas comprarían más libros si tuvieran un rango de ingresos mayor, sin embargo, esto queda descartado en la tercera hipótesis “La elasticidad ingreso de la demanda de los libros en Chile tiene un valor mayor a 1”. El que la elasticidad ingreso de la demanda tenga un valor mayor a 1 significaría que el producto o servicio es un bien de lujo, el cual tendrá una mayor demanda al momento en que los ingresos individuales de las personas aumenten. Sin embargo, los análisis realizados muestran que la elasticidad ingreso de la demanda hacia los libros en la sociedad chilena esta entre los valores 0 y 1, esto quiere decir que, independiente de que, si suben o no los ingresos de las personas, la demanda por libros no aumentará ni disminuirá. Y, como lo mencionado en el punto 8.2.2, dados los resultados de la parte descriptiva se puede

ver que esta demanda no es la suficiente, puesto que solo un 58% de los encuestados dijo leer libros en su tiempo libre.

Las hipótesis 2 y 3 pueden sintetizarse de la siguiente manera: la población chilena es sensible al precio de los libros, mas no al ingreso que estas posean, es decir, manteniendo todos los demás factores que afectan la demanda por libros en Chile constantes, el subir o disminuir el precio de los libros afectara de forma inversa a la demanda, en cambio, bajo las mismas condiciones de *ceteris paribus*, el subir o disminuir el ingreso individual de los chilenos no afectara a la demanda por libros.

Ahora, con las 3 hipótesis en mente se puede hacer una síntesis general de los hábitos de consumo de libros en la población chilena. En conclusión, los chilenos no ven valor en los libros, el tener una elasticidad precio de la demanda negativa indica que, a mayor precio de un libro, el chileno tendrá menos interés en comprarlo, y que ni siquiera aumentado su ingreso, el interés por este aumentara ya que no hay en la sociedad chilena los incentivos necesarios para hacer de la lectura un pasatiempo común, como lo es ver el teléfono o ver películas y series.

Con todos los resultados sobre la mesa, y para finalizar esta memoria, se pueden extraer dos grandes recomendaciones para que la demanda por libros en Chile aumente. La primera de ellas es la vía fácil, es decir bajar el precio de los libros, para que así la demanda por ellos aumente, sin embargo, esta idea no sería completamente favorable en el tiempo, puesto que los niveles de inflación siguen al alza y los productos deben adecuarse a ello, de no ser así esto podría provocar que muchas librerías y editoriales no obtengan los recursos suficientes para seguir con sus negocios. La segunda recomendación, y la que generaría mejores resultados, es

el aumento del fomento lector, el cual llegue mediante diversas técnicas y formas a todos los chilenos, y que provoque en ellos un gusto por la lectura. Técnicas como una mayor difusión de libros a través de publicidad y propaganda, el crear talleres masivos de los que todos tengan conocimiento y que no solo queden en la población lectora, aumentar el contenido literario en medios de comunicación masivos como la televisión, la radio o la redes sociales, para que así todo los grupos etarios tenga accesos a la información. Esto debe ser una combinación de instituciones privadas, como editoriales y librerías, y públicas como el ministerio de cultura y las diversas instituciones enfocadas en el tema. Con el tiempo se esperaría que esta técnica produzca en las persona un mayor interés por los libros y con ello una disminución en la elasticidad precio, es decir que, los precios ya no serán un factor importante al momento de comprar un libro.

Estas recomendaciones no son las únicas que se pueden aplicar, existen muchas fórmulas que pueden ayudar a aumentar el interés por los libros en chile, lo importante es que estas existan y se desarrollen correctamente, y que con ellas se pueda conseguir un Chile lector, en el cual su población tenga mejores herramientas para enfrentar su vida, una sociedad que encuentre dentro de la lectura formas de distraerse, aprender, entretenerse y volar a nuevos mundos a través del papel, una pantalla o unos audífonos.

10. REFERENCIAS

Banco Central de Chile (s.f.). Indicadores Diarios, Pesos por dólar. Recuperado de:

https://si3.bcentral.cl/indicadoressiete/secure/Serie.aspx?gcode=PRE_TCO¶m=RABmAFYAWQB3AGYAaQBuAEkALQAzADUAbgBNAGgAaAAkADUAVwBQAC4AbQBYADAARwBOAGUAYwBjACMAQQBaAHAARgBhAGcAUABTAGUAdwA1ADQAMQA0AE0AawBLAF8AdQBDACQASABzAG0AXwA2AHQAawBvAFcAZwBKAEwAegBzAF8AbgBMAHIAygBDAC4ARQA3AFUAVwB4AFIAWQBhAEEAOABkAHkAZwAxAEERAA=

Bittlingmayer, G (1992). The Elasticity of Demand for Books, Resale Price Maintenance and the Lerner Index. Tubinga, Alemania.

Bourdieu, P (2010). El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura. Siglo Veintiuno Editores.

<http://www.redmovimientos.mx/2016/wpcontent/uploads/2016/10/Bourdieu-P.-2010.-El-sentido-social-del-gusto.-Elementos-para-una-sociolog%C3%ADa-de-la-cultura.-Editorial-Siglo-XXI.compressed.pdf>

Cabezas Cabezas, R. (2014). ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR EDITORIAL EN CHILE PARA EL PERIODO 2009-2013. Valparaíso, Chile.

Camacho Villagómez F. (2014). Determinación de las Elasticidades Ingreso de la Demanda de los Principales Productos Agrícolas Ecuatorianos de la Balanza Comercial respecto a productos agrícolas de primera necesidad mundial en tiempos de recesión. Guayaquil, Ecuador.

Cámara Chilena del Libro (2020). Informe Estadístico 2020, Agencia Chilena ISBN.

Santiago, Chile

Castillo, J. y Ortuzar, P. (2014). Lectura en Chile e IVA al libro: 7 Claves para el debate.

Santiago, Chile.

Chevalier, J. y Goolsbee A. (2003). Measuring Prices and Price Competition Online:

Amazon.com and BarnesandNoble.com. EEUU.

Comunicaciones en Noticias (2022). Suministros: La crisis del papel. ASIMPRES.

Recuperado de: <https://www.asimpres.cl/noticias/suministros-la-crisis-del-papel/>

Departamento de Economía Universidad de Chile (2011). Estudio sobre el Comportamiento

Lector a Nivel Nacional. Santiago, Chile.

Editores de Chile (2017). Circulación y difusión del libro en Chile: Catastro de librerías

2017. Chile.

Fraile Concha, F y Serrano Córdova, A. (2012). Mercado del Libro y Políticas Públicas

Estudio de Conveniencia de Eliminación o Reducción del IVA al Libro en Chile.

Santiago, Chile.

García, J. (s.f.). Negocio redondo: la piratería del libro en Chile. Recuperado de:

<https://www.latercera.com/culto/2019/05/22/libros-pirateria-chile-negocio/>

Guerra Salinas, F. (2017). PANORAMA ACTUAL DEL LIBRO EN CHILE Y LA

REALIDAD DE LAS LIBRERÍAS EN EL GRAN VALPARAÍSO. Valparaíso,

Chile.

Gujarati D. (2001). ECONOMETRIA. Bogotá, Colombia.

Instituto Nacional de Estadísticas (2017). Enfoque Estadístico Satisfacción con el Tiempo Libre. Santiago, Chile.

Instituto Nacional de Estadísticas (2017). Índice de Precios de Productor Industria Manufacturera base anual 2014. Chile.

Instituto Nacional de Estadísticas (2018). Manual Metodológico del Índice de Precios al Consumidor (IPC) - base anual 2018. Chile.

IPSOS (2022). Informe de Hábitos y Percepciones Lectoras en Chile. Chile.

Karstegl Silva, B (2010). Estimación de Demanda y Estrategia de Precios para los Libros Digitales en Chile. [Memoria para optar al título de ingeniero civil industrial, Universidad de Chile]. Disponible en:
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/103855>

Kochkina, N. y Popova, E. (2017). ARE BOOKS LUXURY GOODS IN RUSSIA OR NOT?. Rusia.

Ley N° 21045. Diario Oficial de la República de Chile. Santiago de Chile, 13 de octubre de 2017.

Luna Astorga H. (2019). ELASTICIDAD INGRESO DE LA DISPOSICION A PAGAR: EL CASO DE LA CONSERVACION DE LA BIODIVERSIDAD. Lima, Perú.

Mardones Moncada A. (2015). LA INDUSTRIA DEL LIBRO EN CHILE: 2004 – 2013 CARACTERIZACIÓN Y CUANTIFICACIÓN PARA EL SUSTENTO DE UNA NUEVA POLÍTICA NACIONAL DEL LIBRO Y LA LECTURA. Santiago, Chile.

OECD (2014). SKILLS MATTER: FUFTHER RESULTS FROM THE SURVEY OF
ADULTS SKILLS. Chile.

Servicio Nacional De Aduanas (2022). Compendio Estadístico de Comercio Exterior.
Chile.

11. ANEXOS

11.1. Anexo 1

Datos personales

Esta encuesta es **anónima**, es decir no se pedirá nombre ni apellido, pero si algunos datos para categorizar los resultados

* 1. ¿Cuál es su género?

- | | |
|----------------------------------|---|
| ☐ Mujer | ☐ Prefiero no contestar |
| ☐ Hombre | ☐ Otro |
| ☐ No binario | |

* 2. ¿Cuál es su rango de edad?

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ Menor a 13 años | ☐ 35 a 44 años |
| ☐ 13 a 18 años | ☐ 45 a 55 años |
| ☐ 19 a 24 años | ☐ Mas de 55 |
| ☐ 25 a 34 años | |

* 3. ¿Cuál es tu nivel educacional?

- | | |
|--|--|
| ☐ Básica incompleta | ☐ Superior incompleta |
| ☐ Básica completa | ☐ Superior completa |
| ☐ Media incompleta | ☐ Magíster o Doctorado |
| ☐ Media completa | |
| ☐ Otro (especifique) | |

* 4. ¿En qué región vive?

* 5. ¿En qué rango de ingreso se encuentra?

- | | |
|---|---|
| ☐ Menos de \$200.000 | ☐ \$1.000.000 a \$1.499.999 |
| ☐ \$200.000 a \$499.999 | ☐ \$1.500.000 a \$5.000.000 |
| ☐ \$500.000 a \$999.999 | ☐ Mas de \$5.000.000 |

* 6. ¿Cuál es su ocupación actual?

- | | |
|--|--|
| ☐ Estudiante | ☐ Desempleado - Sin buscar trabajo |
| ☐ Empleado - Tiempo completo | ☐ Jubilado |
| ☐ Empleado - Tiempo parcial | ☐ Incapacitado para trabajar |
| ☐ Desempleado - Buscando trabajo | |
| ☐ Otro (especifique) | |

Hábitos de lectura

* 7. ¿Con qué frecuencia dedica mas de 15 minuto a la lectura? (lectura de cualquier tipo, noticias, paginas web, libros, etc.)

- | | |
|--|---|
| ☐ Nunca | ☐ Una o dos veces a la semana |
| ☐ Algunas veces al año | ☐ Casi todos los días |
| ☐ Alguna vez al mes | ☐ Todos los días |

No lectura

* 8. ¿Cuáles son las razones por las cuales no lee? Puede escoger mas de una

- | | |
|---|---|
| ☐ Falta de dinero | ☐ No sabe que leer |
| ☐ Falta de tiempo | ☐ Prefiere otras actividades |
| ☐ No tiene el habito | |
| ☐ Otro (especifique) | |

Poco tiempo de lectura

* 9. ¿Cuáles son las razones por las cuales dedica poca parte de su tiempo a leer? Puede escoger mas de una

- | | |
|---|---|
| ☐ Falta de dinero | ☐ No sabe que leer |
| ☐ Falta de tiempo | ☐ Prefiere hacer otras actividades |
| ☐ Falta de habito | |
| ☐ Otro (especifique) | |

Tipos de lectura

* 10. ¿Qué tipo de material lee? Puede marcar mas de una opción

- | | |
|---|---|
| ☐ Cómic | ☐ Mangas |
| ☐ Correos | ☐ Páginas web |
| ☐ Diarios | ☐ Redes sociales |
| ☐ Libros | ☐ Revistas |
| ☐ Otro (especifique) | |

Motivos de no lectura de libros

* 11. ¿Cuáles son las razones por las cuales no lee **libros**? Puede escoger mas de una

☐ Falta de dinero

☐ No tiene el habito

☐ Falta de tiempo

☐ Prefiere otras actividades

☐ No sabe que tipo de libro leer

☐ Otro (especifique)

Lectura de libros

* 12. ¿Cuántos libros lee al año? (promedio últimos 3 años)

☐ Entre 1 y 2

☐ Entre 10 y 20

☐ Entre 3 y 5

☐ Más de 20

☐ Entre 5 y 10

* 13. Clasifique su preferencia hacia los siguientes formatos de lectura, donde 1 es aquel de mayor preferencia y 3 aquel que utiliza en menor medida o simplemente no lo utiliza

	1	2	3
Físico	☐	☐	☐
Digital	☐	☐	☐
Audiolibro	☐	☐	☐

Otro formato de lectura

14. ¿Cuáles fueron los últimos 3 libro que leyó? (en caso de leer menos coméntelos igual)

15. ¿Cuál fue el formato de lectura del último libro que leyó?

☐ Físico

☐ Digital

☐ Audiolibro

☐ Otro (especifique)

Gasto en libros

* 16. ¿Cuánto gasta en libros anualmente?

* 17. Clasifique del 1 al 5 las siguientes formas de adquirir libros, donde 1 es aquella de mayor preferencia y 5 aquella que no utiliza

	1	2	3	4	5
Amazon	☐	☐	☐	☐	☐
Librería física	☐	☐	☐	☐	☐
Librería online	☐	☐	☐	☐	☐
Tienda física (no librería)	☐	☐	☐	☐	☐
Tienda online (no librería)	☐	☐	☐	☐	☐
Ferias libres - Libro original	☐	☐	☐	☐	☐
Ferias libres - Libro alternativo o pirata	☐	☐	☐	☐	☐
Redes sociales (libros usados)	☐	☐	☐	☐	☐

Otro forma de adquirir libros

18. ¿Cuál fue el precio del último libro que compró?

19. ¿De qué forma adquirió el último libro que compró?

- ☐ Compra en Librería física
 ☐ Compra en ferias libres - Libros originales
- ☐ Compra en Librería online
 ☐ Compra en ferias libres - Libros alternativos o piratas
- ☐ Compra en tienda física (no librería)
 ☐ Regalo
- ☐ Compra en tienda online (no librería)
 ☐ Compra de libros usados por redes sociales
- ☐ Otro (especifique)

Motivos de lectura de libros

* 20. Clasifique del 1 al 5 las siguientes razones por las cuales lee, donde 1 es su motivación principal y 5 aquella razón que no lo motiva

	1	2	3	4	5
Autoayuda	☐	☐	☐	☐	☐
Cultura	☐	☐	☐	☐	☐
Educación	☐	☐	☐	☐	☐
Entretenimiento	☐	☐	☐	☐	☐
Motivos laborales	☐	☐	☐	☐	☐

Otro (especifique)

* 21. ¿Qué tipos de libro lee? **Puede escoger mas de una**

- | | |
|--|--|
| ☐ Autoayuda | ☐ Historia |
| ☐ Biografías | ☐ Literatura infantil o juvenil |
| ☐ Ciencia ficción | ☐ Misterio, suspenso, horror |
| ☐ Fantasía | ☐ Poesía |
| ☐ Ciencia | ☐ Policial |
| ☐ Cocina | ☐ Política |
| ☐ Deporte | ☐ Referencias o consulta (enciclopedias, manuales, etc) |
| ☐ Drama | ☐ Romance |
| ☐ Feminismo | ☐ Salud |
| ☐ Filosofía | ☐ Videojuegos |
| ☐ Finanzas y economía | ☐ Otro |

Cultura lectora

* 23. ¿Ha comprado algún libro por la recomendación de un influencer, bookstagramer o booktuber?

☐ Si

☐ No

24. ¿Qué haría usted para incentivar la lectura en el país?

* 25. Según su opinión, ¿Dónde se consiguen libros a precios mas económicos?

☐ Amazon

☐ Libros alternativos o piratas

☐ Librerías físicas

☐ Tienda físicas u online (no librerías)

☐ Librerías online

☐ Otro (especifique)

11.2. Anexo 2

- Demanda

$$LnG = \alpha_1 LnP + \alpha_2 LnX + u_1$$

- Oferta

$$LnG = \alpha_3 LnP + u_2$$

Aplicando la teoría de equilibrio de mercado, la cual dice que la oferta y la demanda deben ser iguales se obtiene la siguiente ecuación:

$$\alpha_1 LnP + \alpha_2 LnX + u_1 = \alpha_3 LnP + u_2$$

Con esta ecuación se pueden calcular ecuaciones reducidas

$$\alpha_1 LnP + \alpha_2 LnX + u_1 = \alpha_3 LnP + u_2$$

$$LnP (\alpha_1 - \alpha_3) = u_2 - \alpha_2 LnX - u_1$$

$$LnP = -\frac{\alpha_2}{\alpha_1 - \alpha_3} LnX + \frac{u_2 - u_1}{\alpha_1 - \alpha_3}$$

$$LnP = \pi_2 LnX + v$$

$$\pi_2 = \frac{-\alpha_2}{\alpha_1 - \alpha_3}$$

$$v = \frac{u_2 - u_1}{\alpha_1 - \alpha_3}$$

Al reemplazar la fórmula de LnP en la variable de oferta se obtiene la siguiente formula

$$LnG = \alpha_3 (\pi_2 LnX + v) + u_2$$

$$LnG = \alpha_3 \left(\frac{-\alpha_2}{\alpha_1 - \alpha_3} \right) LnX + \alpha_3 \left(\frac{u_2 - u_1}{\alpha_1 - \alpha_3} \right) + u_2$$

$$LnG = \frac{-\alpha_2 \alpha_3}{\alpha_1 - \alpha_3} LnX + \frac{\alpha_3 u_2 - \alpha_3 u_1}{\alpha_1 - \alpha_3} + u_2$$

$$LnG = \frac{-\alpha_2\alpha_3}{\alpha_1 - \alpha_3}LnX + \frac{-\alpha_3u_1 + \alpha_3u_2}{\alpha_1 - \alpha_3}$$

$$LnG = \pi_1LnX + w$$

$$\pi_1 = \frac{-\alpha_2\alpha_3}{\alpha_1 - \alpha_3}$$

$$w = \frac{-\alpha_3u_1 + \alpha_1u_2}{\alpha_1 - \alpha_3}$$

En resumen, con las fórmulas ya descritas se obtiene el siguiente modelo:

$$LnP = \pi_2LnX + v$$

$$LnG = \pi_1LnX + w$$

Ahora, aplicando las fórmulas recientemente calculadas a lo desarrollado en el punto 7.2.2 se obtiene lo siguiente:

$$Y = \Pi Z + V$$

$$\Pi = -B^{-1}\Gamma$$

Siendo

$$B = \begin{pmatrix} 1 & -\alpha_3 \\ 1 & -\alpha_1 \end{pmatrix} \quad y \quad \Gamma = \begin{pmatrix} 0 \\ -\alpha_2 \end{pmatrix}$$

Al resolver Π se obtiene lo siguiente:

$$B^{-1} = \frac{1}{\det(B)} * \begin{pmatrix} -\alpha_1 & \alpha_3 \\ -1 & 1 \end{pmatrix}$$

$$B^{-1} = \left(\frac{1}{-\alpha_1 + \alpha_3} \right) * \begin{pmatrix} -\alpha_1 & \alpha_3 \\ -1 & 1 \end{pmatrix}$$

$$B^{-1} = \begin{pmatrix} \frac{-\alpha_1}{-\alpha_1 + \alpha_3} & \frac{\alpha_3}{-\alpha_1 + \alpha_3} \\ \frac{-1}{-\alpha_1 + \alpha_3} & \frac{1}{-\alpha_1 + \alpha_3} \end{pmatrix}$$

$$\Pi = - \begin{pmatrix} \frac{-\alpha 1}{-\alpha 1 + \alpha 3} & \frac{\alpha 3}{-\alpha 1 + \alpha 3} \\ \frac{-1}{-\alpha 1 + \alpha 3} & \frac{1}{-\alpha 1 + \alpha 3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 0 \\ -\alpha 2 \end{pmatrix}$$

$$\Pi = \begin{pmatrix} \frac{\alpha 2 \alpha 3}{-\alpha 1 + \alpha 3} \\ \frac{\alpha 2}{-\alpha 1 + \alpha 3} \end{pmatrix}$$

$$\Pi = \begin{pmatrix} \frac{-\alpha 2 \alpha 3}{\alpha 1 - \alpha 3} \\ \frac{-\alpha 2}{\alpha 1 - \alpha 3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \pi 1 \\ \pi 2 \end{pmatrix}$$