

**EL COMERCIO DE LIBROS ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA:
DISONANCIA EN LA RECIPROCIDAD**

Elena Enríquez Fuentes

Diciembre 2008



Usted es libre de copiar y distribuir la obra bajo las siguientes condiciones:
usted debe atribuir la obra a su autora y al editor la Alianza Internacional de Editores Independientes
y usted no puede usar esta obra con fines comerciales

La concentración empresarial y los conglomerados multimedios han provocado un cambio radical en la industria editorial. Los editores independientes tienen que competir con poderosas empresas en desigualdad de condiciones. En este panorama se generan mecanismos de exclusión de las pequeñas editoriales.

En el contexto de la concentración –de la edición y de la distribución– y de “supremacía” de criterios de rentabilidad sobre valores culturales, las editoriales independientes –que no forman parte de grupos y dónde las decisiones de lo que editar se toman directamente por sus responsables– cumplen un rol de gran importancia para el desarrollo de las culturas locales y colaboran con la imprescindible diversidad cultural.

Son un factor de diversidad y su actividad refleja el estado de la creación e investigación de una sociedad dada.

La lógica puramente financiera empuja el mundo editorial hacia una mercantilización, incompatible con la creación y la difusión de bienes culturales. En todas partes la bibliodiversidad corre peligro.

En ese contexto la circulación del libro entre países no puede ser analizada solamente desde un punto de vista económico. El comercio del libro tiene implicancias que van más allá de las puramente económicas. Debido al doble carácter del libro -como mercancía y como bien cultural- su comercio pone en juego valores identitarios y culturales.

La *Alianza Internacional de Editores Independientes* que agrupa cerca de 500 editoriales de 80 países a través de colectivos de editoriales y de miembros individuales tiene entre sus cometidos la investigación y la divulgación de trabajos referidos a la edición.

La desigualdad del comercio del libro entre América Latina y España es de tal magnitud que la Alianza consideró de interés realizar una investigación, la que fue encomendada a Elena Enríquez Fuentes.

diciembre 2008

CONTENIDO

RESUMEN	4	
INTRODUCCIÓN	5	
I. EL COMERCIO INTERNACIONAL DEL LIBRO		
<i>Trascendencia de las industrias culturales a nivel global</i>	7	
<i>Importancia del mercado mundial del libro dentro de las industrias culturales</i>	8	
<i>Los grandes consorcios de medios de comunicación y el mercado mundial del libro</i>	8	
<i>Participación de las diferentes regiones del mundo en la producción mundial de libros</i>	9	
II. PRODUCCIÓN DE TÍTULOS EN ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA Y CARACTERÍSTICAS DE SUS AGENTES EDITORES		
<i>Agentes editores de América Latina</i>	11	
<i>Producción de títulos en España y América Latina</i>	12	
<i>Agentes editores de España</i>	13	
III. ASIMETRÍA EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL DE LIBROS ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA		
<i>Diferencia entre sector gráfico y editorial</i>	15	
<i>Confrontación de las exportaciones de España a América Latina contra sus importaciones provenientes de países latinoamericanos</i>	15	
<i>Países a quienes más compran libros los latinoamericanos</i>	24	
<i>Intensificación del intercambio comercial de libros entre los países de América Latina</i>	27	
IV. COMPETITIVIDAD COMERCIAL DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA FRENTE A ESPAÑA		
<i>Editoriales industriales en España y América Latina y mercado interno latinoamericano</i>	30	
<i>Distribución y venta de libros en América latina</i>	34	
<i>Índice de lectura y compra de libros en España y América Latina</i>	35	
<i>Derechos de autor y traducciones</i>	38	
V. LIMITACIONES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA		
<i>Políticas públicas y legislaciones locales</i>	40	
<i>Tratados y acuerdos internacionales de comercio</i>	42	
<i>Libre circulación del libro en América Latina</i>	43	
VI. FORTALEZAS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL ESPAÑOLA Y SU PRESENCIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL		44
VII. POSIBLES MEDIDAS DE REALIZACIÓN INMEDIATA PARA INTENSIFICAR EL COMERCIO DEL LIBRO ENTRE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA		45
VIII. MEDIDAS COMPENSATORIAS PARA ATENUAR LA ASIMETRÍA EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL DE LIBROS ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA		46
IX. CONCLUSIONES		48
BIBLIOGRAFÍA		49
LA AUTORA		50

RESUMEN

El presente trabajo demuestra que existe una notable asimetría en el intercambio comercial de libros entre España y América Latina. Esta afirmación se sustenta en el comparativo que involucra exportaciones e importaciones de España y América Latina durante 2006 y 2007. Para explicar algunas de las causas más evidentes de este desequilibrio, se presenta un panorama general de la situación de la industria editorial en los países latinoamericanos: debilidades más visibles, índices de lectura y el poder adquisitivo de su población. Cada uno de estos aspectos se contrasta con la situación en España, con el fin de aproximarnos a la comprensión de por qué el país ibérico domina el comercio internacional del libro en castellano. Al final se presenta una serie de medidas de realización inmediata que buscan atenuar el desequilibrio y fomentar, con base en la libre circulación del libro, el intercambio comercial entre los países de América Latina.

INTRODUCCIÓN

La industria editorial, como todas las industrias culturales¹(IC), tiene una doble relevancia a nivel mundial: además de su valor cultural intrínseco y de su capacidad para generar desarrollo social, su importancia económica a nivel internacional ha crecido en las últimas décadas debido a la cuantía de sus contribuciones al Producto Interno Bruto (PIB) mundial.

En este contexto, la industria editorial es un área estratégica en la economía de países como España, Francia, Alemania, el Reino Unido y China, por mencionar sólo algunos. En esas naciones se han desarrollado políticas públicas, estímulos fiscales y subvenciones para impulsar y aprovechar el potencial económico de la producción de libros. Asimismo, todos los involucrados en la industria del libro como un bien cultural, en coordinación con sus gobiernos, han trabajado para que su legislación proteja el desarrollo de un mercado interno fuerte y equilibrado que les ha permitido convertirse en potencias exportadoras.

Los esquemas para evaluar la aportación de las IC al PIB mundial han demostrado que la cultura es la única rama de la economía que tiene un carácter dual de desarrollo. Si la aspiración de todas las naciones es lograr que su economía redunde en bienestar, equidad y desarrollo social sustentable, la cultura es la única que puede cumplir con esos objetivos de forma simultánea. El petróleo y otros sectores de la economía son grandes generadores de divisas, por ello tienen gran valor económico, pero los dólares que por ellos se obtienen son de menor plusvalía que los generados por la cultura, porque los primeros, una vez ganados, deben transformarse en bienestar: camas de hospital, aulas para la educación, cultura, esto independientemente de que en la transición burocrática hay un desgaste del valor monetario, de tal forma que cada dólar se convierte en 85 o 60 centavos al asignarse de un área a otra². El mismo dólar si se obtiene a través de la cultura ya es, simultáneamente, bienestar, empleo, inversión, valor económico, etc.

El benéfico carácter dual de las industrias culturales, también lo tiene otra área de la cultura: la educación, sin embargo, las inversiones en este plano tienen frutos a más largo plazo, en tanto las industrias culturales reportan beneficios inmediatos. Si invertimos hoy en capital humano sus resultados se verán en 7 o 15 años. Lo cual no significa que la inversión en educación no sea importante, este comparativo sólo busca demostrar el carácter estratégico de la cultura, y en ella, el de la industria editorial como generadora de progreso para las naciones.

América Latina no ha sabido aprovechar esta coyuntura y sucesos, los gobiernos no han participado activamente en la generación de políticas públicas encaminadas a buscar el desarrollo de la cultura como un sector económico de importancia capital. Pruebas de ello son, tanto la falta de estudios que permitan comprender la especificidad y dinámica de las industrias culturales, como la encrucijada que enfrentan las industrias editoriales de toda la región por falta de políticas públicas que estimulen e impulsen su trabajo. Esa omisión y negligencia las ha colocado en desventaja ante los grandes líderes de producción editorial en el mundo. Hoy América Latina es importadora de libros, su industria editorial no logra satisfacer las necesidades de cada país y sus bajos niveles de producción nos pueden hacer considerarla en vías de desarrollo. Las debilidades de las industrias locales inciden en los índices de lectura de la población de los países latinoamericanos y en sus posibilidades de acceso a la información y al conocimiento.

Como se verá a lo largo de este trabajo, para superar la mayoría de las limitaciones de la industria editorial en los países latinoamericanos se requiere de la participación del Estado en aspectos que van, desde la generación de una legislación adecuada para el sector y formulación de políticas públicas para romper los obstáculos que frenan el flujo en la cadena de producción del libro, hasta la firma y aplicación de acuerdos internacionales de comercio que propician la libre circulación del libro en el continente, favoreciendo el intercambio comercial de este bien cultural en la región.

A partir de la demostración de la asimetría en el intercambio comercial de libros entre España y América Latina, se busca llamar la atención sobre los aspectos más visibles que producen dicho desequilibrio. Asimismo, con base en su planteamiento general, se sugiere una serie de medidas, de realización inmediata, que pueden contribuir a intensificar el comercio internacional en Latinoamérica, como un camino para abatir la balanza comercial negativa que enfrentan la mayoría de las naciones de la zona.

Si bien no se puede presentar un análisis pormenorizado de la situación de la industria editorial en cada país latinoamericano, sí se proporciona un panorama general y una mirada de conjunto. Esperamos que esta falta de especificidad la subsanen estudios futuros que permitan una comprensión más profunda de la problemática que enfrentan los editores latinoamericanos. La creciente producción de títulos en el continente, demuestra el potencial de la comunidad de naciones de la región para convertirse en líderes en el mercado del libro en castellano, el reto es crear las condiciones para que eso sea posible.

La estructura del trabajo, en primera instancia, explica la relevancia del comercio internacional del libro,

¹ Para los fines de este trabajo se designará industrias culturales a las empresas que reproducen, difunden y comercializan, de forma masiva, bienes culturales (materiales e inmateriales) protegidos por el copyright o el derecho de autor.

² Ideas expuestas por Ernesto Piedras en el "Foro de Derechos de Autor, Industrias Creativas y Políticas Públicas", realizado en México, en Junio de 2007, organizado por el Centro Mexicano de Protección y Fomento al Derecho de Autor (CEMPRO), Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (CERLALC) y el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR).

la participación que tienen las diferentes regiones del mundo en las exportaciones mundiales de este bien cultural y la influencia, en la industria mundial del libro, de las editoriales pertenecientes a los grandes grupos de medios de comunicación. Lo anterior con la intención de dimensionar la participación de América Latina en el comercio global de productos editoriales.

Después se procede al análisis de las características de los agentes editores³ en Latinoamérica y España, para conocer su capacidad de producción y el número de títulos que publican al año, con el fin de brindar los primeros antecedentes que expliquen el porqué de la asimetría en el intercambio comercial de libros entre España y América Latina. Al confrontar las exportaciones e importaciones de España y América Latina se demuestra la supremacía del país ibérico sobre las emergentes industrias editoriales de América Latina.

Para visualizar, de manera general, los principales problemas que enfrentan todos los involucrados en la producción y consumo de libros en Latinoamérica, se realiza una revisión de los elementos que minan la competitividad de la industria editorial en la zona. Ello nos permite una mejor comprensión de las causas que impiden consolidar los mercados internos, satisfacer las necesidades locales y acceder al comercio internacional del libro. Para contrastar lo anterior, se enumeran algunos de los elementos que le dan fortaleza a la industria editorial española y la han convertido en líder de exportaciones a nivel global. Por último, con base en el análisis realizado, se sugieren una serie de medidas tendientes a intensificar el comercio a nivel regional, como una forma de incentivar el desarrollo de la industria editorial en los países de América Latina y abatir el déficit en la balanza comercial de la mayoría de las naciones del continente.

³ Para el desarrollo de la investigación se adoptó el término “agentes editores” del modo como lo utilizan España y el CERLALC para identificar al conjunto de personas, empresas o instituciones del sector público o privado que tienen actividades editoriales. El universo de los agentes editores lo integran quienes solicitan y registran números de ISBN. _

I. EL COMERCIO INTERNACIONAL DEL LIBRO

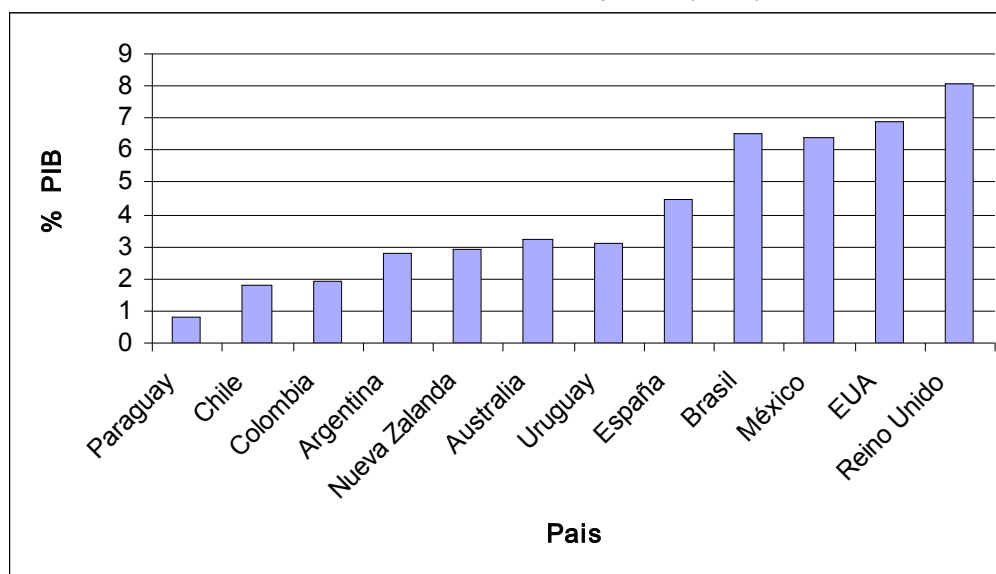
Trascendencia de las industrias culturales a nivel global

En las últimas dos décadas se ha consolidado el posicionamiento de las industrias que difunden, reproducen y/o comercializan contenidos protegidos por el copyright o el derecho de autor. Su actividad las ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor capacidad para generar divisas a nivel global. Para países como Estados Unidos, Reino Unido o España, las industrias culturales, creativas o del entretenimiento⁴ (IC) son el segundo generador de ingresos para sus economías, con aportaciones de entre el 5 y el 8 por ciento al PIB.

En los últimos años las mayores inversiones financieras en todo el mundo se han concentrado en los consorcios cuyo trabajo es dar a conocer o comercializar bienes culturales, a través del uso de nuevas tecnologías y/o medios de comunicación. En 2005 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) dio a conocer, por primera vez, cifras que evidenciaron la importancia económica de las IC⁵, en ellas se hacía patente que los bienes (materiales e inmateriales) generados por este sector aportan el 7 por ciento del PIB mundial, y la cuantía de sus importaciones y exportaciones mostraba una clara tendencia a ir en ascenso.

Hoy, conscientes de la capacidad económica de sus IC, los países que obtienen los ingresos más altos por el comercio de bienes culturales son aquellos que han estructurado políticas públicas para impulsar a la cultura como una de sus áreas económicas más rentables. Así lo demuestran la industria cinematográfica de la India y Estados Unidos, la editorial de Alemania y España y la de medios audiovisuales del Reino Unido, por mencionar sólo algunas. Las IC en esas naciones generan divisas (ver Gráfica 1) por encima de sectores como el automotriz o el de la construcción y están a la par de otros tan destacados como el de las telecomunicaciones o el turismo.

Gráfica 1
Aportación de las industrias creativas y culturales
al PIB nacional en diferentes países (2006)



Fuente: realizada con información presentada por Ernesto Piedras, Rubén Gutiérrez del Castillo y Francisco Simplicio durante el Foro sobre Derechos de Autor, Políticas Públicas e Industrias Creativas, realizado en México, en Junio de 2007, con el auspicio del Centro Mexicano de Protección al Derecho de Autor (CEMPRO), Centro Regional para el fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (CERLALC) y el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR).

⁴ Estos son algunos de los nombres con los que se conoce a las industrias que producen o trabajan con contenidos protegidos por el copyright o el derecho de autor.

⁵ *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003*, Institute for statistics UNESCO, Montreal, 2005.

Importancia del mercado mundial de impresos⁶ (libros, revistas, periódicos, etcétera) dentro de las industrias culturales

De acuerdo con datos de la UNESCO⁷, la edición de impresos ocupa el segundo lugar internacional, dentro del ámbito de las IC, por generación de divisas. La industria mundial⁸ dedicada a la impresión, producción y comercialización de revistas, periódicos, libros y demás publicaciones, aporta el 30 por ciento de lo producido por las IC a nivel mundial. Su capacidad de generar bienes y ventas sólo está un punto más abajo de las grabaciones musicales que contribuyen con el 31 por ciento y ocupan el primer lugar.

Los libros representan el 20 por ciento del comercio de la industria de impresos en todo el mundo. En 2006, el valor del mercado global del libro fue de 15 mil millones de dólares, cifra que significó un incremento de 5.1% en relación con el 2005, lo cual equivale a un aumento de 754 millones de dólares entre un año y otro. Para darnos una idea de la dimensión de este mercado podemos tomar como referencia el mercado mundial de granos cuyo valor en 2007 fue de 30 mil millones de dólares.

Los grandes consorcios de medios de comunicación en el mercado mundial del libro

Desde la segunda mitad del siglo pasado, como consecuencia de la globalización, los grandes grupos editoriales han tendido a fusionarse a los enormes consorcios internacionales dedicados a la comunicación. Las compañías multinacionales, que abarcan prensa, cine, radio, televisión, música, así como producción de contenidos para todos esos segmentos, han absorbido a las empresas editoriales⁹ más grandes y las han convertido en parte de su engranaje comercial. Este hecho¹⁰ se manifiesta, a *grosso modo*, a través de líneas de acción como las siguientes:

1) Los grupos de comunicación incursionan en todas las formas de difusión y comercialización de contenidos y bienes culturales, de tal manera que un mismo bien puede tener diferentes salidas y ser materia para el cine, la radio, la televisión, impresos, etc.; esto se complementa con la estrategia de los consorcios de utilizar a los medios que poseen para apoyar y/o difundir el trabajo de unos a través de los otros, generando un círculo virtuoso donde hay un gran aprovechamiento de públicos y recursos. Ejemplos de estas compañías multinacionales son la alemana Bertelsmann, que cuenta con cadenas de radio y televisión (RTL Group), publicaciones periódicas (Gruner & Jahr), producción de música (BMG), contenidos para televisión y otros medios (Arvato, Direct Group) y editoriales como Random House (entre otros 13 sellos más, uno de ellos es la filial española Random House/Mondadori con amplia presencia en América Latina). Bertelsmann es sólo una muestra de siete u ocho casos más, de los cuales podemos mencionar también, entre los más visibles, a Murdoch/Harper Collins, al que pertenece a Murdoch's News Corporation, integrado por un extenso grupo de compañías que incluyen: un sistema de televisión (Fox), producción cinematográfica (20th Century Fox) televisión por satélite (SKY) y prensa con periódicos como *The Sun* y *The Times*.

2) Otra línea de acción común, que implica la absorción de empresas editoras, es la compra de editoriales nacionales por parte de compañías o consorcios extranjeros interesados en la explotación de mercados lingüísticos o geográficos específicos¹¹. Por ejemplo, en diversas ocasiones, editoriales españolas, alemanas o estadounidenses interesadas en incursionar en América Latina para ampliar sus mercados, compran editoras (a precios bajísimos) en los países donde desean iniciar operaciones comerciales. Utilizan el camino andado por las empresas nacionales, en lugares donde comenzar desde cero sería muy costoso; también es frecuente esta práctica para conocer las características particulares del mercado de determinadas áreas como el libro de texto, literatura para niños o superación personal.

3) Por último, podemos mencionar el acaparamiento del mercado que hacen algunas editoriales, al concentrar la venta de títulos de ciertas áreas. Como lo hace la holandesa Elsevier, que se especializa en el área técnico-científico, o *Pearson* y *Macmillan* dedicadas al sector educativo.

Las grandes casas editoriales en el mundo, pertenecientes a estos grupos de comunicación, suelen tener filiales en muchos países y en ellos su producción representa entre el 20 y 50 por ciento del total

⁶ A lo largo de este trabajo se llamará industria de impresos, a lo que comúnmente se llama industria editorial, con el fin de evitar la confusión que genera la distinción entre las dos principales ramas en que se divide esta industria. Por su actividad, la edición de impresos se divide en dos grandes ramas industriales: 1) industria gráfica: es la dedicada únicamente a servicios de impresión, es desempeñada por industriales de la impresión que sólo ofrecen servicios de maquila y 2) industria editorial: es la actividad industrial dedicada a la edición, producción y comercialización de títulos, es decir, es el trabajo realizado por editoriales. Para mayor detalle ver explicación al inicio del apartado: "Diferencia entre sector gráfico y editorial"

⁷ *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*, UNESCO, 2005, en <http://portal.unesco.org/culture/en/files/>

⁸ En estas cuantificaciones se contempla tanto la generación de divisas por servicios de impresión (industria gráfica), como la edición y comercialización de publicaciones (industria editorial).

⁹ En este trabajo se considera empresas editoriales a las editoriales dedicadas a la edición, producción y comercialización de títulos, también se les llamará casas editoras.

¹⁰ Ver Felipe Lindoso, "El ALCA y la industria editorial", en *Pensar el Libro*, CERALC, Edición 01, octubre-diciembre de 2004.

¹¹ *Op. cit.*

nacional, de la industria editorial de cada país¹². En América Latina las editoriales con más número de filiales son Grupo Océano, con presencia en 21 países y Grupo Santillana que cuenta con 20 filiales en todo el continente. Santillana pertenece al grupo PRISA, con importante presencia en diversos medios a través del periódico *El País*, en radio con Cadena Ser y Grupo Latino de Radiodifusión y, en televisión, Sogocable.

Grupo Santillana, Grupo Océano, Grupo Editorial Norma, Grupo Planeta, McGraw-Hill y Pearson Educación son las empresas con mayor número de filiales en Latinoamérica. Podríamos considerar que más del 50 por ciento¹³ de las exportaciones de los países de América Latina son realizadas por grupos editoriales pertenecientes a consorcios internacionales de comunicación.

Participación de las diferentes regiones del mundo en la producción mundial de impresos (industria gráfica e industria editorial¹⁴)

La región del mundo donde se concentra la mayor producción de libros (tanto como producto de servicios de impresión como por edición de títulos) es Europa, los países de la Unión Europea generan el 54.8 por ciento de las exportaciones de todo el mundo (ver Gráfica 2). En lo individual, los países con mayor flujo comercial en el mercado mundial del libro (industria editorial) son el Reino Unido, Alemania, España y Francia¹⁵, lugares donde residen las centrales de los más importantes consorcios de comunicaciones. Las cuatro naciones abarcan el 38 por ciento de las exportaciones mundiales de libros¹⁶. Estos países concentran la mayor producción al reunir los siguientes elementos clave¹⁷:

1. Altos niveles de producción, gracias al apoyo que reciben por parte de sus estados para contar con un mercado interno fuerte.

2. En los países europeos los ingresos de los habitantes, los índices de compra de libros y los niveles de lectura son más altos, lo cual redundará en mercados con mayor poder de compra y, por ende, un mercado interno sólido. Las exportaciones representan para las empresas editoriales de esos países entre el 10 y el 30 por ciento de su facturación, dependiendo de sus políticas de exportación.

3. Las naciones con mayores exportaciones tienen a su favor, además de subvenciones y estímulos a la exportación por parte de sus estados, el trabajo conjunto con las naciones con las que conforman un bloque comercial. En la Unión Europea existe una política comercial regional para el tratamiento del libro que acatan, no sólo los países que están integrados a la comunidad, sino la gran mayoría de quienes forman parte de la región con el fin de favorecer el intercambio comercial de libros. Esta política está asentada tanto en los acuerdos de comercio, como en el Programa de Apoyo en el Ámbito del Libro y la Lectura de la Unión Europea. Este programa contempla, entre sus principales acciones, apoyos económicos para realizar: traducciones; proyectos de cooperación realizados entre editores, ONG's, asociaciones civiles, gobiernos, etc., con el fin de promover el acceso del ciudadano común al libro y a la lectura; cursos de perfeccionamiento para profesionales dedicados a fomentar el conocimiento mutuo y la difusión de las literaturas europeas; entre otras muchas iniciativas.

4. En los países líderes en exportaciones de libros antes mencionados se encuentran las sedes de los más grandes grupos de medios de comunicación, a los que pertenecen las editoriales con mayor producción a nivel mundial

¹² Para mayor detalle ver el apartado "Editoriales industriales en España y América Latina y mercado interno latinoamericano".

¹³ En cada país de América Latina, los volúmenes más grandes de producción los realizan las filiales de las editoriales españolas, ellas son las que están en posibilidad de publicar más títulos, con mayores tirajes y pueden realizar por sí mismas la distribución de manera más eficaz (ver apartado "Editoriales industriales en España y América Latina y mercado interno latinoamericano"). Este dato se puede comprobar al confrontar el número de editoriales que producen más de 100 títulos al año en América Latina (la mayoría de ellas son filiales españolas), contra los volúmenes de producción de los socios registrados en las cámaras del libro de los países latinoamericanos, ello nos permite ver que quienes más producen también son quienes más exportan.

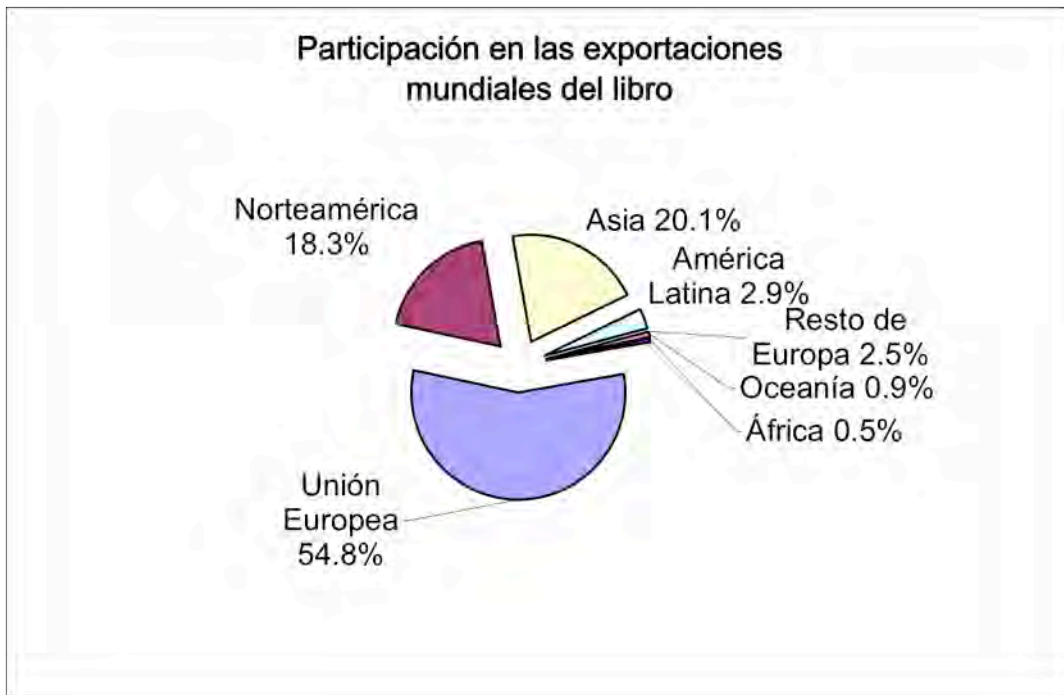
¹⁴ A lo largo de este trabajo se llamará industria de impresos, a lo que comúnmente se llama industria editorial, con el fin de evitar la confusión que genera la distinción entre las dos principales ramas en que se divide esta industria. Por su actividad, la edición de impresos se divide en dos grandes ramas industriales: 1) industria gráfica: es la dedicada únicamente a servicios de impresión, es desempeñada por industriales de la impresión que sólo ofrecen servicios de maquila y 2) industria editorial: es la actividad industrial dedicada a la edición, producción y comercialización de títulos, es decir, es el trabajo realizado por editoriales. Para mayor detalle ver explicación al inicio del apartado: "Diferencia entre sector gráfico y editorial"

¹⁵ *El espacio iberoamericano del libro 2008*, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal, Camara Brasileira do Livro, Fundación Grupo Iberoamericano de Editores, Sao Pablo, 2008, pág. 171.

¹⁶ Producto del sector gráfico, ver *Op. cit.*, pág. 117.

¹⁷ Alberto Ottieri, *et al*, *La distribución del libro en el continente americano, Memoria del IV Foro Internacional de Editores. FIL Guadalajara 2005*, Guadalajara, CANIEM, CERALC, FIL Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 2006.

Gráfica 2



Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*¹⁸.

Nota: En esta cuantificación se considera producción de títulos (sector editorial).

La segunda región que más produce y vende libros es Asia, no sólo por su número de consumidores, también porque China, Singapur y Malasia son reconocidos a nivel internacional como los más grandes vendedores de servicios de impresión. América Latina¹⁹ sólo participa con el 2.9 por ciento en las exportaciones mundiales de libros.

Por sus características, el comercio internacional de libros tiene un flujo mayor entre los países que conforman una misma zona lingüística, los tres mercados más importantes del libro, por número de hablantes de una lengua²⁰ son, en orden de importancia, 1) el Chino que cuenta con 1.052 millones de hablantes, 2) el inglés con más de 500 millones de hablantes y 3) el de español con más de 400 millones. América Latina, incluyendo en ella el grupo de hispanohablantes en Estados Unidos y Canadá, constituye el 90 por ciento del mercado del libro en español y en el domina la producción editorial española²¹.

¹⁸ *El espacio iberoamericano del libro 2008*, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal, Camara Brasileira do Livro, Fundación Grupo Iberoamericano de Editores, Sao Pablo, 2008.

¹⁹ En este trabajo se denominará América Latina o Latinoamérica al conjunto de naciones en del continente americano donde se hablan lenguas romances.

²⁰ Ver <http://www.ethnologue.com/14/web.asp>

²¹ Ver apartado "Producción de títulos en España y América Latina, pág. 17.

II. PRODUCCIÓN DE TÍTULOS EN ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA Y CARACTERÍSTICAS DE SUS AGENTES EDITORES

Agentes editores de América Latina

América Latina está conformada por países con características sociales, económicas y geográficas muy diferentes, del mismo modo, el desarrollo de la industria editorial en ellos es muy heterogéneo. En el Cuadro 1 se pueden identificar a los agentes editores (empresas y personas) de la región por grupos. Asimismo, es posible visualizar el porcentaje con el que cada uno de ellos contribuye a la producción total de títulos en el continente. En la clasificación de agentes editores las sociedades comanditarias limitadas o anónimas incluyen, tanto a editoriales industriales²² de carácter privado, empresas que financian libros con fines institucionales o de promoción y algunas universidades que han incursionado en la edición de libros con fines comerciales además de divulgación del conocimiento.

Las sociedades comanditarias constituyen, en América Latina, el grupo de agentes editores con mayor infraestructura para la producción de libros y, por tanto, son quienes más títulos pueden colocar en el mercado, con los mejores esquemas de distribución disponibles en cada lugar²³ para acceder a diversos canales de comercialización.

Cuadro 1
Agentes editores en América Latina

Tipo de agente editor	Número de agentes editores	Porcentaje de agentes editores que conforman el grupo	Número de títulos publicados en 2006	Participación en la producción total de títulos
Autor-editor	4,389	36.2%	6,750	6.82%
Entidades sin ánimo de lucro	1,053	8.7 %	6,856	6.93%
Entidad pública	564	4.7%	4,885	4.94%
Sociedad en comandita, limitada o anónima	3,096	25.6%	48,806	49.35%
Universidad	462	3.8%	5,284*	5.34%
ONG	197	1.6%	613	0.62%
Organismo internacional	107	0.9%	510	0.52%
Otros o sin información de su naturaleza jurídica	2,245	18.5%	25,198	25.48%
Total	12,113	100%	98,902	100%

Fuente: Hecho con información de *El espacio iberoamericano del libro 2008*²⁴

*El CERLALC reporta que la producción de títulos de universidades, registrados por las agencias de ISBN, asciende a 9,655. La cifra que aparece en este cuadro es inferior porque algunas universidades están registradas como sociedad en comandita y otras como instituciones públicas. En consecuencia, el número de títulos producidos por las universidades es mayor al que se consigna en este cuadro.

Como lo hace notar el Cuadro 1, el mayor número de editores en América Latina son autores que se publican a sí mismos. En los países del área es muy común que el autor financie la publicación de su primera obra y en algunas ocasiones incluso la segunda. El principal problema que enfrentan estos agentes editores es la distribución, pues carecen de los medios y recursos para acceder a puntos de venta, por lo general sus títulos sólo se dan a conocer en círculos muy reducidos, cercanos al autor, o a través de Internet.

El segundo grupo importante de editores latinoamericanos lo conforman las sociedades comanditarias, ellas son quienes publican el mayor número de títulos y cuentan con presencia en los principales medios de comercialización. Por último, el tercer grupo en importancia, por número de editores que lo integran, son aquellos de quienes se carece de información específica, no obstante, después de las sociedades comanditarias (que aportan 48,806 títulos), ocupan el segundo sitio en la producción (con 25,198 títulos) pero, la carencia de datos sobre ellos, nos hace suponer que la visibilidad y distribución de las obras que editan es muy deficiente, lo cual condena al 25.48 por ciento de la producción editorial latinoamericana casi a perderse en el vacío.

²² A lo largo de este trabajo se considera editoriales industriales a aquellas empresas que publican de tres títulos en adelante al año, que han mantenido sus actividades por lo menos tres años y dedican el 80 por ciento de su capacidad instalada a la edición de libros.

²³ En América Latina existen muy pocos distribuidores de libros, este trabajo lo hacen directamente las editoriales.

²⁴ *Op. cit.*

Si al porcentaje de producción de los agentes editores de quienes se carece de información le sumamos el trabajo de autores-editores, entidades sin ánimo de lucro, entidades públicas, universidades, ONG's y organismos internacionales (todos ellos agentes editores con escasa o nula distribución), el resultado es que más del 50 por ciento de los títulos que se publican en América Latina tienen pocas oportunidades de entrar en los circuitos comerciales.

Producción de títulos en España y América Latina

Según estimaciones del CERLALC, de acuerdo con datos proporcionados por las agencias de ISBN²⁵, en Iberoamérica²⁶ en 2006 se publicaron 176,374 títulos²⁷ (ver Gráfica 3), entre reediciones y novedades. De ellos 112,885 correspondieron a Latinoamérica (con un tiraje promedio de 1,500 ejemplares por título) y 63,489 a España (con un tiraje promedio de 4 mil ejemplares por título). Aunque América Latina produce más títulos que el país europeo, como vimos, más del 50 por ciento de ellos prácticamente no entra al circuito comercial y, el resto de ellos, no logra una distribución eficiente en los mercados locales, debido a los objetivos, características e infraestructura de sus agentes editores.

Gráfica 3²⁸



Nota: Esta cuantificación se refiere únicamente a títulos realizados por agentes editores, no incluye servicios de impresión. Se tomó como base información de las agencias de ISBN de América Latina.

El número de títulos que los países latinoamericanos, como conjunto, logran colocar en el mercado internacional es mucho menor al de los exportados por el país ibérico²⁹. Existen numerosas editoriales latinoamericanas que, a pesar de publicar obras de y con calidad, por su estructura y tamaño no están incorporadas al mundo de la edición internacional. Se encuentran en gran desventaja con respecto a España porque, mientras en el país ibérico los empresarios cuentan con importantes estímulos, subvenciones y una legislación y esquemas fiscales que favorecen tanto al mercado interno como las exportaciones, en América Latina sólo algunos países han tomado medidas para fortalecer su industria editorial nacional, y estimular y promover la exportación de libros. Por el momento sólo Colombia le concede un carácter estratégico al comercio internacional del libro, varias naciones han comenzado a trabajar en este sentido para dar mayor importancia a las exportaciones de libros.

Para lograr la competitividad de los editores latinoamericanos son vitales, tanto los incentivos y apoyos que puedan brindarles sus gobiernos, para fortalecer las industrias editoriales y sus mercados locales, como las negociaciones tendientes a armonizar las legislaciones nacionales con los acuerdos internacionales de comercio donde se favorece la libre circulación del libro³⁰. Por el momento, la libre circulación del libro en América Latina, es la herramienta más visible para tratar de compensar la balanza comercial negativa que enfrenta la industria editorial de la mayoría de los países latinoamericanos, aunque su utilidad es

²⁵ Esta información parte del supuesto de que el 90 por ciento de los títulos a publicarse se registran en las agencias de ISBN.

²⁶ En este trabajo se considerará Iberoamérica al conjunto de naciones que participan en la llamada Cumbre Iberoamericana a la que asisten los siguientes países de América Latina: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Paraguay, República Dominicana, Uruguay, Venezuela; y de la Península Ibérica: España y Portugal.

²⁷ En este cálculo no se incluyó a Portugal.

²⁸ Ver *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

²⁹ Detalle en el apartado "Asimetría en el intercambio comercial de libros entre España y América Latina".

³⁰ Ver apartado "Tratados y acuerdos internacionales de comercio".

cuestionable debido que “prolifera las situaciones en las que adaptaciones y excepciones se hacen más numerosas...”³¹

Los países con mayores exportaciones en el comercio internacional de impresos, como España, Alemania, Reino Unido y Francia cuentan, además de con un mercado interno fuerte (gracias a políticas públicas dirigidas a incentivarlo) con acuerdos que favorecen el intercambio comercial entre las naciones con quienes conforman un bloque económico. Así, una parte muy importante de las exportaciones de las naciones más competitivas en la industria editorial mundial tienen por destino los países de su región, es decir, la Unión Europea.³²

En contraposición de lo que ocurre en Europa, los mercados nacionales del libro en Latinoamérica son muy endeble, algunos de sus principales rasgos son la carencia de librerías (las cuales se concentran en las ciudades más grandes) y la mala distribución, estos problemas tienen como consecuencia la escasez de libros, la piratería y el uso generalizado de la reprografía no autorizada³³. En los países de la región la formulación de políticas públicas encaminadas a crear una industria editorial fuerte, con presencia a nivel internacional, aún es limitada o inexistente³⁴. Sólo unos cuantos países han iniciado trabajos para combatir sus debilidades, entre ellos se encuentran Colombia, Argentina, Brasil y Ecuador, cuya legislación contempla apoyos para el desarrollo de la industria editorial.

Agentes editores de España

El conjunto de agentes editores en América Latina dedicados profesionalmente a la comercialización del libro, en 2006, publicaron 48,806 títulos (ver Cuadro 1); en tanto, sus similares en España lanzaron al mercado, en el mismo año, 68,412 títulos (ver Cuadro 2), con tirajes mayores a los realizados en Latinoamérica. España, con mejores estructuras para la distribución y venta a nivel nacional, además de su situación favorable para el comercio exterior³⁵, tiene más capacidad competitiva que todos los países latinoamericanos juntos.

En el Cuadro 2 se pueden identificar a los agentes editores españoles, en principio destaca el hecho de que, el número de editores comerciales privados es tan amplio que su variedad y capacidad de producción permite clasificarlos en pequeñas, medianas y grandes editoriales, en tanto, en América Latina todos los agentes editores de este tipo quedan englobados en las sociedades comanditarias. Asimismo, mientras en América Latina los editores comerciales privados son más en número (3,096), que los españoles (2,673), los latinoamericanos publican menos títulos (48,806) que los del país ibérico (68,412). Es decir, un solo país, con menos editores comerciales, tiene más capacidad de producción y venta que todas las naciones que conforman América Latina.

³¹ Georges Poussin, Director del Libro e Industrias Culturales de la UNESCO, *La UNESCO y las políticas nacionales del libro. ¿Hacia un nuevo paradigma?*, ponencia presentada en el Foro Iberoamericano sobre el libro, la lectura y las bibliotecas en la sociedad del conocimiento en Santiago de Chile, 2008.

³² Ver Néstor García Canclini y Ernesto Piedras, *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales sede México y Siglo XXI editores, 2006.

³³ Ver apartado dedicado a “Distribución y venta de libros en América Latina”.

³⁴ Este tema se desarrolla en el apartado de este trabajo: “Limitaciones que impiden a los países latinoamericanos ser competitivos frente a España”.

³⁵ Para mayor información sobre este punto ver, en este mismo trabajo, el capítulo “Producción de libros en España y su presencia en el comercio internacional”.

Cuadro 2
Agentes editores en España

Tipo de agente editor	Número de agentes editores	Porcentaje de agentes editores que conforman el grupo	Número de títulos publicados en 2006	Participación en la producción total de títulos
Editores públicos				
Organismos oficiales de la administración general del Estado	76	2.3%	1,856	2.4%
Organismos oficiales de la administración autonómica	76	2.3%	4,038	5.2%
Instituciones educativas públicas	117	3.6%	2,465	3.2%
Instituciones culturales públicas	69	2.1%	559	0.7%
Organismos oficiales de la administración local	225	7%	Sin información	Sin información
Total editores públicos	563	17.4%	8,918	11.5%
Editores privados*				
Autor-editor	85	2.6%	5,101	6.6%
Pequeñas editoriales	2,113	65.3%	17,762	23%
Medianas editoriales	361	11.2%	18,670	24.1%
Grandes editoriales	114	3.5%	26,879	34.8%
Total editores privados	2,673	82.6%	68,412	88.5%
Total	3,236	100%	77,330	100%

Fuente: realizado con información de *El espacio iberoamericano del libro 2008*³⁶.

* El Ministerio de Cultura de España considera pequeñas editoriales aquellas que registran y producen de 1 a 100 títulos al año, medianas a las que realizan entre 100 y 1000 y las grandes tienen una producción superior a los 1000 títulos anualmente.

En España hay al menos 114 editoriales industriales que superan la producción de mil títulos al año, en tanto, entre las naciones latinoamericanas sólo hay 108 de ese tipo y, el 90 por ciento de ellas, son filiales españolas. Este grupo representa el 0.9 por ciento de los agentes editores de Latinoamérica³⁷.

En América Latina el 49.9 por ciento de los títulos los producen las sociedades comanditarias y representan sólo el 25.6 por ciento de los agentes editores del continente; en contraposición, en España, sus pares, los editores comerciales privados, realizan el 88.5 por ciento de los títulos y representan el 82.6 por ciento de quienes publican.

La industria editorial en los países de América Latina aún está en desarrollo, su capacidad de distribución y comercialización no satisface las necesidades locales de los mercados internos, así lo demuestran las características de sus agentes editores. La competencia en el intercambio comercial de libros entre España y los países latinoamericanos no se da en el terreno de la calidad, ni en el número de títulos que se publican. Los países latinoamericanos sufren, como desventaja, los problemas propios del carácter emergente de su industria editorial, ello los hace poco competitivos ante la fortaleza de España quien es líder mundial de exportaciones en el comercio internacional del libro.

³⁶ *Op. cit.*

³⁷ *Op. cit.*, pág. 41. Para mayor detalle ver el apartado "Editoriales industriales en España y América Latina y mercado interno latinoamericano".

III. ASIMETRÍA EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL DE LIBROS ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA

Diferencia entre sector gráfico y editorial

El área más importante para el intercambio comercial de publicaciones en español es Iberoamérica. El comercio exterior de libros en la región está compuesto por las exportaciones e importaciones de las editoriales comerciales y la industria gráfica. En Iberoamérica los sistemas aduanero y arancelario no especifican diferencias entre encargos de imprenta (sector gráfico) y venta de títulos (sector editorial), porque en ambos casos el producto final son libros, lo cual representa grandes dificultades al querer identificar cuándo se trata de operaciones de uno u otro sector.

Para los fines de este trabajo se entiende por sector editorial a la producción y venta de títulos realizada por editoriales dedicadas de manera preponderante a la edición de libros; y, en el sector gráfico, se engloban encargos de imprenta, es decir, sólo servicios de impresión. Para cuantificar el monto de las exportaciones e importaciones entre los países de Iberoamérica se utilizó la distinción que hacen entre sector gráfico y editorial, al formular sus estadísticas, la Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI) y el CERALC, con la intención de trabajar específicamente sólo con el sector editorial, es decir, con la venta de títulos y poder identificar la dinámica del intercambio comercial de libros entre España y América Latina, de manera independiente del trabajo realizado por el sector gráfico. Las variaciones entre las cifras de FEDECALI y las del CERALC en ocasiones son grandes³⁸, así se hará notar cuando estas diferencias se manifiesten al hacer comparativos.

El análisis de las exportaciones e importaciones³⁹ del sector editorial⁴⁰ en España, dadas a conocer por FEDECALI en 2006 y 2007, y las estadísticas más recientes publicadas por el CERALC⁴¹, correspondientes al 2006, coinciden en hacer evidente que existe una asimetría en el intercambio comercial de libros entre el país ibérico y Latinoamérica.

Confrontación de las exportaciones de España a América Latina contra sus importaciones provenientes de países latinoamericanos

En 2006, según estimaciones de FEDECALI, el valor total de las exportaciones de España, por concepto de venta de títulos, fue de más de 366 millones de euros (ver Cuadro 3), de los cuales 205 fueron producto del intercambio comercial con América (incluido Estados Unidos). Esta cantidad representó el 56 por ciento del total de las exportaciones de libros españoles ese año.

En 2007 España experimentó un ligero descenso en el global de sus exportaciones, con respecto a 2006, éstas se redujeron a poco más de 364 millones de euros. De ese total, 218 millones los obtuvo de sus transacciones con Iberoamérica y Estados Unidos (ver Cuadro 4), este monto representó el 59 por ciento del total de su comercio de libros fuera del territorio español. Ello nos permite afirmar que, aunque en 2007 sus exportaciones del sector editorial disminuyeron, aumentaron las destinadas al continente Americano.

Cuadro 3
Exportaciones de España por sectores y zonas geográficas año 2006
(En miles de Euros)

Zona	Sector Editorial		Sector Gráfico		Total	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Unión Europea	153.452	46,63	175.648	53,37	329.100	59,08
América (incluido Estados Unidos)	205.311	95,1	10.585	4,9	215.896	38,76
Resto de Europa	2.219	50,32	2.191	49,68	4.410	0,79
África	2.709	57,28	2.020	42,72	4.729	0,85
Asia	1.898	88,77	240	11,23	2.138	0,38
Oceanía	607	77,92	172	22,08	779	0,14
Total	366.196	65,74	190.856	34,26	557.052	100

Fuente: *Comercio exterior del libro 2006*, Federación Española de Cámaras del Libro.

³⁸ Para realizar comparativos se tomaron como punto de partida las estadísticas dadas a conocer por FEDECALI en *Comercio exterior del libro 2006* y las del CERALC en *El espacio iberoamericano del libro 2008*, ambas se refieren al 2006. No se utilizaron las que aparecen en los estudios realizados por las diferentes cámaras del libro en América Latina porque no están desagregadas, sólo presentan el total de las exportaciones y las importaciones, no desglosan qué países reciben las exportaciones o cuál es el origen de las importaciones.

³⁹ Al realizarse este trabajo las cifras más recientes dadas a conocer por FEDECALI fueron las de 2007 y, en América Latina, las del CERALC, son las que aparecen en su publicación: *El espacio iberoamericano del libro 2008*, donde los datos más próximos al día de hoy se refieren a 2006.

⁴⁰ Es decir, las exportaciones que tienen por concepto la venta de títulos.

⁴¹ Ver *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

Cuadro 4
Exportaciones de España por sectores y zonas geográficas año 2007
(En miles de Euros)

Zona	Sector Editorial		Sector Gráfico		Total	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Unión Europea	138.850	44,8	171.063	55,2	309.913	55,85
Iberoamérica	199.676	96,91	6.369	3,09	206.045	37,13
Norteamérica	18.834	70,32	7.951	29,68	26.785	4,83
Resto de Europa	1.746	71,88	683	28,12	2.429	0,44
África	2.617	43,33	3.422	56,67	6.039	1,09
Asia	2.358	98,25	42	1,75	2.400	0,43
Oceanía	444	33,56	879	66,44	1.323	0,24
Total	364.525	65,69	190.409	34,31	554.934	100

Fuente: *Comercio exterior del libro 2007*, Federación Española de Cámaras del Libro de España.

El principal mercado del libro español está en América, así lo confirma la información dada a conocer por FEDECALI los últimos cinco años. En contraste, las importaciones que realizó España provenientes de Latinoamérica fueron, en 2006, de 4,095,134 euros y, en 2007, disminuyeron a 4,079,194 euros (ver cuadros 5 y 6). Conforme a estos datos podemos deducir que América Latina le compra a España 50 veces más de lo que ella adquiere en el conjunto de los países Latinoamericanos.

Cuadro 5
Importaciones de España en 2006. Por zonas y productos
(En euros y porcentajes de producto por zona)

Zona	Libros		Publicaciones Periódicas		Otros productos		Total
	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros
Europa	66.411.538	33,75	122.495.274	62,25	7.858.427	4	196.765.239
Asia	36.719.275	99,86	4.830	0,01	46.021	0,13	36.770.126
América	4.095.134	61,84	2.481.511	37,48	45.037	0,68	6.621.682
África y Oceanía	3.528	4,58	72.257	93,72	1.312	1,7	77.097
Total	107.229.4	44,6	125.053.8	52,0	7.950.79	3,31	240.234.1
	75	4	72	5	7	3,31	44

(*) Porcentaje de cada producto por Zona

Fuente: *Comercio exterior del libro 2006*, Federación Española de Cámaras del Libro.

Cuadro 6
Importaciones de España en 2007. Por zonas y productos
(En euros y porcentajes de producto por zona)

Zona	Libros		Publicaciones Periódicas		Otros productos		Total
	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros
Europa	72.596.830	38,63	108.781.070	57,89	6.532.214	3,48	187.910.114
Asia	49.297.064	99,99	4.274	0,01	1.388	6,54	49.302.726
América	4.079.194	62,76	2.353.826	36,21	67.083	1,03	6.500.103
África y Oceanía	27.346	39,1	41.709	59,64	885	1,27	69.940
Total	126.000.4	51,6	111.180.8	45,6	6.601.57	2,71	243.782.8
	34	8	79	1	0	2,71	83

(*) Porcentaje de cada producto por Zona

Fuente: *Comercio exterior del libro 2007*, Federación Española de Cámaras del Libro.

Por su parte, el CERLALC, con base en información proporcionada por comtrade, de la UNESCO, considera que “la balanza comercial entre Latinoamérica y España es favorable a España con un total de 247 millones de dólares”⁴². Tan sólo entre 2005 y 2006 dicha balanza tuvo un incremento de 55 millones y, de acuerdo con los datos de FEDECALI de 2007, mantiene un continuo de ascenso. El CERLALC estima que América Latina exportó a España, por venta de títulos en 2006, un poco más de 7 millones de euros y el valor de sus importaciones de origen español fue de más de 175 millones de euros (ver comparativo en Cuadro 7).

Cuadro 7
Intercambio comercial de libros entre España y América Latina en 2006

Exportaciones de libros del sector editorial en 2006		
	Exportaciones de España a América Latina	Exportaciones de América Latina a España
Información del CERLALC	175 millones de euros	7 millones de euros
Información de FEDECALI	205 millones de euros	4 millones de euros

Nota: las cifras se redondearon para facilitar el comparativo.

Si utilizamos como punto de referencia las estadísticas de FEDECALI, las importaciones de libros realizadas por España, desde los países latinoamericanos y Estados Unidos, representaron en 2005 sólo el 3.9 por ciento del total de sus compras de este tipo de publicaciones, en 2006 la cifra disminuyó a 3.8 por ciento y en 2007 volvió a bajar a 3.2 por ciento (ver cuadros 5 y 6). La asimetría entre las exportaciones de España a América Latina y sus importaciones provenientes de este continente se puede observar de forma contundente en el Cuadro 8.

Cuadro 8
Comercio exterior del libro de España con América 2006-2007
(En euros)

Año	Exportaciones de libros de España a América	Importaciones de libros de España provenientes de América
2006	205.311.000	4.095.134
2007	218.510.000	4.079.194

Fuente: hecho con información de FEDECALI de los años 2006 y 2007, incluye a Estados Unidos.

La información de FEDECALI (ver Cuadro 9) y la del CERLALC (ver Gráfica 4), aunque difieren en monto, coinciden en señalar que los dos principales destinos de las exportaciones de España durante 2006 fueron la Unión Europea y América Latina. Si consideramos el sector gráfico y el editorial juntos el principal destino de las exportaciones de España es la Unión Europea pero si sólo observamos el editorial América Latina es el principal mercado del libro español. Los cuadros 3, 4, 7 y 9 y la Gráfica 4 nos muestran que la Unión Europea capta la mayor parte del global de las exportaciones de España (sector editorial y gráfico juntos), sin embargo, es en América donde se encuentran los clientes más importantes del libro español. En las exportaciones españolas a la Unión Europea dominan las del sector gráfico, como se puede ver en el Cuadro 4, en tanto en las destinadas a América Latina más del 99 por ciento se refiere a libros.

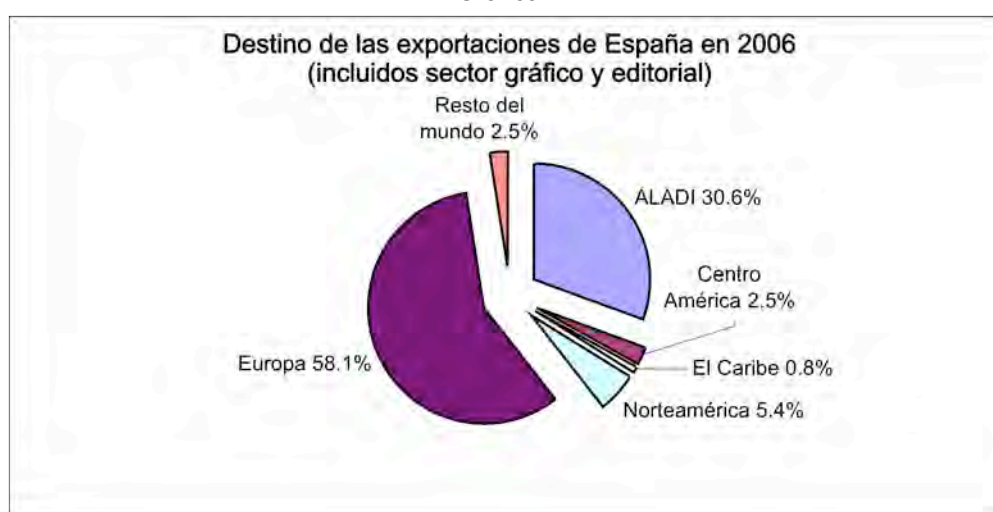
⁴² Esta estimación incluye sólo sector editorial. *Op. cit.*, pág. 203

Cuadro 9
Exportaciones de España durante 2006 en porcentajes por zona

Zona	Porcentaje de exportaciones correspondiente al sector editorial	Porcentaje de exportaciones correspondiente al sector gráfico	Porcentaje total de exportaciones realizadas a cada región
Unión Europea	46.63%	53.37%	59.08%
América (incluye EU)	95.10%	4.90%	38.76%
Resto de Europa	50.32%	49.68%	0.79%
África	57.28%	42.72%	0.85%
Asia	88.77%	11.23%	0.38%
Oceanía	77.92%	22.08%	0.14%
Total	65.74%	34.26%	100%

Fuente: hecho con información de *Comercio exterior del libro 2006*, FEDECALI.

Gráfica 4



Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

FEDECALI, al aclarar el significado de los términos que utiliza en sus estadísticas, señala que considera sector editorial a “las expediciones de libros y otras publicaciones españolas realizadas por editores, distribuidores y libreros”⁴³ y sector gráfico a “los encargos de imprenta de libros y otras publicaciones efectuados por empresas extranjeras a nuestras industrias gráficas”⁴⁴; a partir de esas definiciones podemos inferir que, con apego a sus estadísticas, las exportaciones de España a la Unión Europea son sobre todo servicios de impresión y resultan menores las referentes a los libros que producen sus casas editoras (comparar cuadros 3 y 4).

En cambio, en las exportaciones que llegan a Latinoamérica predominan las del sector editorial y las del sector gráfico son inferiores (detalle en cuadros 3 y 4). Además, a esto hay que agregar que las exportaciones de libros de España a la Unión Europea disminuyeron en 2007 a 138 millones de euros, mientras en el 2006 habían sido de 153 millones de euros. Por su parte, las compras de los países del continente americano aumentaron a 218 millones de euros en 2007 y, en 2006, habían sido de 205 millones de euros. Lo cual significó un aumento del 6 por ciento.

Las cifras que FEDECALI consigna como exportaciones de su sector editorial (venta de títulos por parte de editoriales) despiertan algunas susceptibilidades por las siguientes consideraciones. Para quien haya visitado librerías en Europa, así sea en forma mínima, le será evidente que los libros españoles, editados en su idioma natal, no tienen allí una presencia ni siquiera cercana a la que les brindan las librerías de América Latina; ello nos puede hacer pensar que una parte de las compras que FEDECALI dice le hizo la Unión Europea, al sector editorial de su país, podrían pertenecer en realidad al sector gráfico. Sobre todo si tomamos en cuenta que, como citamos antes, FEDECALI le llama sector editorial a “las expediciones de libros y otras publicaciones españolas realizadas por editores, distribuidores y libreros”.

⁴³ *Comercio exterior del libro 2006*, Federación Española de Cámaras del Libro, pág. 13.

⁴⁴ *Op. cit.*, pág. 13.

La mayoría de los títulos que publican las editoriales comerciales españolas (de acuerdo con las agencias de ISBN) se realizan en español y, en las exportaciones que reporta FEDECALI a la Unión Europea se incluyen títulos en otras lenguas. En este contexto es importante señalar que las exportaciones de España dirigidas a América Latina están conformadas principalmente por títulos en español.

FEDECALI, al contabilizar las exportaciones españolas por país en el 2006 y 2007 (cuadros 10 y 11), coloca a Francia como su principal cliente; no obstante, México, quien ocupa el segundo sitio en sus tablas, es el mayor comprador de libros españoles en el mundo. En 2006 (cuadro 10) las adquisiciones de México fueron superiores a las de Francia por más de 18 millones de euros y en 2007, aunque disminuyeron en monto (de 68 millones de euros en el 2006 a 67 millones en el 2007) siguen siendo superiores a las de Francia por 25 millones de euros.

Los cálculos del CERALC, en este sentido, varían en cantidad con respecto a los de FEDECALI, pero pueden ratificar que México es el principal comprador de libros españoles, de acuerdo con el organismo internacional "México es el país de Iberoamérica que más importa libros (...), ubicándose en el 2006 en una cifra cercana a los 442 millones de dólares. Este monto representa el 39.9% de las importaciones totales de libros realizadas por América Latina."⁴⁵ El CERALC considera que, al analizar las exportaciones de España a México y separar el valor de las referentes a libros de las de fascículos, "el país al que más exporta España es México, quien captó el 19.5 por ciento de sus exportaciones en 2006"⁴⁶.

Cuadro 10
Exportaciones de España por países, sectores y productos año 2006
(En miles de Euros)

País	Exportación Total		
	Total	Editorial	Gráfico
Francia	121.854	50.500	71.354
México	69.478	68.372	1.106
Reino Unido	66.462	15.978	50.484
Italia	42.761	30.590	12.171
Portugal	32.474	27.631	4.843
Argentina	23.949	23.486	463
Estados Unidos	23.106	18.303	4.803
Países Bajos	22.166	3.744	18.422
Alemania	22.087	17.861	4.226
Venezuela	17.414	17.406	8
Brasil	14.586	14.502	84
Colombia	13.486	13.486	0
Chile	10.709	10.662	47
Bélgica	6.755	1.677	5.078
Perú	6.319	5.669	650
Ecuador	5.872	5.669	203
Puerto Rico	4.092	3.844	248
Guatemala	4.015	4.015	0
Rep. Dominicana	3.397	3.397	0
Uruguay	3.322	3.009	313
Resto de países	42.748	26.395	16.353
Total General	557.052	366.196	190.856

Fuente: *Comercio exterior del libro 2006*, FEDECALI.

⁴⁵ *Op. cit.*, pág. 196

⁴⁶ *Op. cit.*, pág. 207 (traducción del portugués de la autora)

Cuadro 11
Exportaciones de España por países, sectores y productos año 2007
(En miles de Euros)

País	Exportación Total		
	Total	Editorial	Gráfico
Francia	123.413	42.643	80.769
México	69.390	67.560	1.830
Reino Unido	60.788	13.238	47.550
Italia	39.329	25.918	13.411
Portugal	36.112	31.575	4.537
Argentina	29.927	29.190	737
Estados Unidos	24.666	17.303	7.363
Brasil	21.444	20.918	526
Países Bajos	20.477	8.415	12.062
Venezuela	16.850	16.770	80
Alemania	14.402	11.265	3137
Colombia	13.609	13.572	37
Chile	11.900	11.808	92
Perú	8.237	7.810	427
Bélgica	5.750	1.797	3953
Ecuador	4.588	4.410	178
Guatemala	4.000	4.000	0
Puerto Rico	3.951	3.926	25
República Dominicana	3.727	3.727	0
Marruecos	3.281	483	2798
Resto de Países	39.093	28.197	10.896
Total General	554.934	364.525	190.409

Fuente: *Comercio exterior del libro 2007*, FEDECALI.

También es importante hacer notar, con base en la información que proporcionan los cuadros 10 y 11, que las compras de libros que hicieron los países de América Latina a España, en 2006 y 2007, suman más que las de todas las otras naciones referidas en las tablas donde se consignan a los principales compradores de libros españoles. Aunque en Latinoamérica están los clientes más importantes del libro español, ningún país de la región figura entre los 15 principales proveedores del país ibérico para este tipo de publicaciones (ver cuadros 12 y 13).

Cuadro 12
 Importaciones de impresos realizadas por España en 2006, principales países
 (En euros y porcentajes de cada país por producto)

Zona	Libros(**)		Publicaciones Periódicas		Otros productos		Total
	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros
Reino Unido	30.625.810	28,56	57.556.034	46,02	2.638.010	33,18	90.819.854
Alemania	5.663.800	5,28	39.979.103	31,97	937.286	11,79	46.580.189
China	31.494.792	29,37	52	0	22.904	0,29	31.517.748
Francia	14.709.158	13,72	10.894.793	8,71	860.552	10,82	26.464.503
Italia	11.990.887	11,18	3.210.110	2,57	3.149.465	39,61	18.350.462
Países Bajos	456.244	0,43	5.713.092	4,57	19.071	0,24	6.188.407
Estados Unidos	2.780.165	2,59	2.443.269	1,95	19.083	0,24	5.242.517
Singapur	3.861.378	3,6	24	0	38	0	3.861.440
Bélgica	478.115	0,45	2.481.929	1,98	73.426	0,92	3.033.470
Portugal	614.340	0,57	678.167	0,54	39.009	0,49	1.331.516
Suiza	379.417	0,35	807.653	0,65	6.437	0,08	1.193.507
Finlandia	850.578	0,79	8.476	0,01	17.023	0,21	876.077
Tailandia	867.856	0,81	0	0	225	0	868.081
México	662.835	0,62	2.696	0	857	0,01	666.388
Argentina	617.070	0,58	5.427	0	2.961	0,04	625.458
Austria	174.476	0,16	297.647	0,24	103.146	1,3	575.269
Suecia	255.145	0,24	284.154	0,23	0	0	539.299
Hong Kong	385.447	0,36	1.326	0	21.717	0,27	408.490
Dinamarca	111.048	0,1	237.164	0,19	852	0,01	349.064
Noruega	40.556	0,04	283.215	0,23	0	0	323.771
Malasia	84.069	0,08	35	0	0	0	84.104
Luxemburgo	13.299	0,01	57.737	0,05	0	0	71.036
Nueva Zelanda	0	0	55.807	0,04	0	0	55.807
Canadá	5.755	0,01	25.860	0,02	21.499	0,27	53.114
Japón	20.210	0,02	1.859	0	0	0	22.069
Australia	1.466	0	16.003	0,01	1.312	0,02	18.781
Irlanda	8.625	0,01	4.129	0	2.271	0,03	15.025
Chile	10.397	0,01	1.201	0	0	0	11.598
Grecia	11.502	0,01	80	0	0	0	11.582
Resto de países	55.035	0,05	6.830	0,02	13.653	0,18	75.518
Total	107.229.475	100	125.053.872	100	7.950.797	100	240.234.144

(*) Porcentaje de cada país por producto

(**) Como se explicó al principio de este apartado, en las aduanas no se distingue el producto gráfico del editorial, los libros que se consignan en este cuadro son tanto producto del sector gráfico como del editorial.

Fuente: *Comercio exterior del libro 2006*, Federación Española de Cámaras del Libro.

Cuadro 13
 Importaciones de impresos realizadas por España en 2007, principales países
 (En euros y porcentajes de cada país por producto)

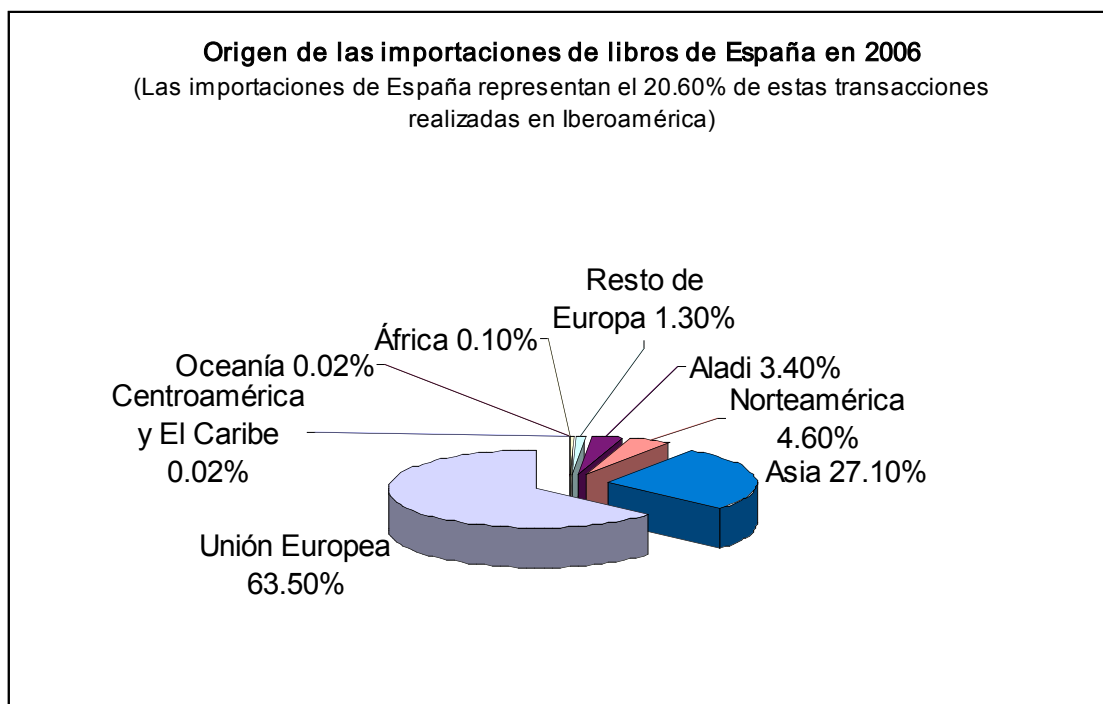
Zona	Libros (**)		Publicaciones Periódicas		Otros productos		Total
	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros	% (*)	Euros
Reino Unido	39.698.440	32,33	57.172.915	51,42	2.963.045	30,16	99.834.400
China	40.027.844	30,44	0	0,00	0	26,98	40.027.844
Alemania	6.279.815	5,11	29340400	26,39	900.509	9,17	36.520.724
Francia	11.152.312	9,08	10.390.266	9,35	518.537	5,28	22.061.116
Italia	11.310.982	9,21	1.792.259	1,61	1.673.924	17,04	14.777.165
Países Bajos	469.888	0,38	5.796.640	5,21	12.980	0,13	6.279.508
Estados Unidos	2.784.188	2,27	2.315.011	2,08	24.400	0,25	5.123.599
Hong Kong	4.375.147	3,26	624	0,00	0	3,83	4.375.771
Singapur	4.045.504	3,30	533	0,00	958	0,01	4.046.995
Bélgica	549.492	0,45	2.385.555	2,15	72.989	0,74	3.008.036
Portugal	1.813.311	1,48	689.554	0,62	179.187	1,82	2.682.052
Suiza	385.944	0,31	681.790	0,61	8.589	0,09	1.076.322
Tailandia	819.921	0,51	0	0,00	0	1,99	819.921
México	673.620	0,55	4.134	0,00	148	0,00	677.902
Argentina	603.429	0,49	5.778	0,01	2.983	0,03	612.190
Austria	183.967	0,15	201.078	0,18	148.406	1,51	533.451
Dinamarca	107.792	0,09	231.616	0,21	3487	0,04	342.895
Suecia	302.507	0,25	24.747	0,02	0	0,00	327.254
Polonia	142.341	0,12	180	0,00	609	0,01	143.130
Grecia	121.207	0,10	296	0,00	0	0,00	121.502
Noruega	42.512	0,03	30038	0,03	40	0,00	72.590
Canadá	3.637	0,00	22.000	0,02	34922	0,36	60.559
Irlanda	11806	0,01	1.081	0,00	39891	0,41	52.777
Nueva Zelanda	25.619	0,02	24.845	0,02	0	0,00	50.465
Luxemburgo	7.621	0,01	40.521	0,04	2212	0,02	50.354
Japón	15.817	0,01	1.620	0,00	0	0,00	17.436
Australia	1.656	0,00	14.267	0,01	885	0,01	16.809
Colombia	7.649	0,01	2.254	0,00	0	0,00	9.903
Malasia	7.725	0,01	32	0,00	0	0,00	7.757
Resto de países	28.741	0,02	10.845	0,02	12.869	0,12	52.456
Total	126.000.434	100,00	111.180.879	100,00	6.601.570	100,00	243.782.883

(*) Porcentaje de cada país por producto

(**) Como se explicó al principio de este apartado, en las aduanas no se distingue el producto gráfico del editorial, los libros que se consignan en este cuadro son tanto producto del sector gráfico como del editorial.

Fuente: *Comercio exterior del libro 2007*, Federación Española de Cámaras del Libro.

El CEREALC, al cuantificar las importaciones de libros de España, provenientes de América Latina, dio a conocer porcentajes semejantes a los reportados por FEDECALI. Para el organismo internacional, en 2006, los países que forman parte de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) fueron el origen del 3.4 por ciento de las importaciones de libros de España (ver Gráfica 5). Por su parte, FEDECALI señala, para el mismo periodo, que el 3.8 por ciento de las importaciones españolas de estas publicaciones provinieron de América (incluido Estados Unidos).

Gráfica 5⁴⁷

Fuente: *El espacio Iberoamericano del libro 2008*.

El país a quien más compra libros España es el Reino Unido, sus importaciones provenientes de él, en 2006, fueron por más de 30 millones de euros (Cuadro 12) y en 2007 aumentaron a más de 39 millones (ver cuadro 13). Estas cifras son muy superiores a las compras españolas, tanto del sector gráfico como del editorial, realizadas en América en esos mismos años que, como se mostró en los cuadros 5 y 6, fluctuaron en poco más de 6 millones de euros y, en lo que se refiere específicamente al sector editorial fueron cada uno de esos años de poco más de 4 millones de euros; con una disminución en 2007 con respecto a 2006 de 15,940 euros (ver Cuadro 8).

Lo anterior significa que la inversión de España, en un solo país de la Unión Europea, es 7 veces mayor a sus adquisiciones en toda Latinoamérica (ver también Gráfica 5). Además, mientras existe una tendencia a aumentar sus importaciones provenientes de la Unión Europea, sus compras en América cada año son menores.

Los tres principales clientes del libro español en Latinoamérica son México, Argentina y Venezuela (ver cuadros 10 y 11), en orden por el volumen de sus compras. México importó de España en 2006, de acuerdo con FEDECALI, más de 68 millones de euros y, en 2007, 67 millones de euros. Por su parte, España adquirió en el país latinoamericano (ver cuadros 12 y 13), en 2006, bienes y servicios por sólo 662 mil euros, lo cual figuró como el 0.62 por ciento del total de sus importaciones. En 2007, sus adquisiciones en este mismo lugar fueron por 673 mil euros, aunque en ese año sus compras aumentaron 11 mil euros el intercambio comercial se mantuvo en un rango casi de 100 a 1. Los datos del CERLALC, a diferencia de los de FEDECALI, dicen que España importó de México un monto de más de 3.71 millones de euros en el 2006 pero, aunque esta cifra es significativamente mayor a la reportada por FEDECALI, de cualquier forma la balanza comercial entre los dos países favorece a España.

El segundo receptor en importancia de las exportaciones españolas en América Latina es Argentina, quien le compró a España, en 2006, más de 23 millones de euros y, en 2007, 29 millones, lo cual representó un aumento de 21 por ciento entre un año y otro (ver cuadros 10 y 11). En cambio, Argentina le vendió al país ibérico poco más de 617 mil euros, en 2006, y, en 2007, sólo 603 mil euros, es decir, las compras de España disminuyeron 2% entre un año y otro, en tanto sus exportaciones aumentaron en una proporción mucho mayor (ver cuadros 12 y 13). En este caso los datos que da a conocer el CERLALC también son distintos a los de FEDECALI, de acuerdo con el organismo de la UNESCO Argentina exportó a España 3.63 millones de euros, aunque la cantidad es mayor a la declarada por FEDECALI, la balanza comercial favorece a España.

El tercer comprador latinoamericano en importancia para España es Venezuela, quien adquirió en la nación europea libros por más de 17 millones de euros, en 2006, y, en 2007, 16 millones (ver cuadros 10 y 11). Aunque Venezuela logró abatir sus importaciones de libros de España en un 6 por ciento, entre 2006 y

⁴⁷ Tomado de *Op. cit.*, pág. 196.

2007; sólo exportó 10 mil euros,⁴⁸ en 2006 y, para 2007, ni siquiera figuro entre los 30 países de donde más importa el país europeo (ver cuadros 12 y 13). Aquí la desigualdad del intercambio comercial es más dramática, pues implica un rango mayor de mil a uno. Estas cifras nos hacen ver que las exportaciones e importaciones, entre España y los países latinoamericanos, no sólo experimentan un gran desequilibrio sino expresan una marcada supremacía de la nación ibérica sobre América.

De acuerdo con información del CERALC, en 2006, las exportaciones de España a todo el mundo, tanto del sector editorial como del gráfico, fueron por más de 782 millones de dólares, en tanto las de América Latina llegaron sólo a poco más de 432 millones de dólares; y las importaciones de libros (sector editorial) de España ese mismo año fueron de sólo 249 millones de dólares, en tanto, las de América Latina ascendieron a más de 1,060 millones de dólares (ver Cuadro 14).

Cuadro 14
Exportaciones e importaciones de América Latina y España en 2006

	Valor de las exportaciones a todo el mundo tanto del sector gráfico como editorial (dólares estadounidenses) valores FOB	Valor de las importaciones procedentes de todo el mundo sólo de libros del sector editorial (dólares estadounidenses) Valores CIF
España	782,928,885	249,854,029
América Latina	432,609,000	1,060,647,507

Fuente: hecho con información de *El espacio Iberoamericano del libro 2008*.

Países a quienes más compran libros los latinoamericanos

Los países a quienes más compran libros los latinoamericanos son Estados Unidos y España (ver cuadros 15 y 16). Las estadísticas del CERALC permiten ver que, durante 2006 y 2007, España y Estados Unidos concentraron el origen del 51.57 de las importaciones del continente (ver cuadro 16). Del mismo modo, al hacer el ejercicio de identificar a los tres principales países a quienes compran libros cada una de las naciones latinoamericanas, se puede detectar que casi todas tienen entre sus tres principales socios comerciales a España, Estados Unidos y a algún país del continente. Este último suele ser alguno de los que tienen una industria editorial más desarrollada, entre ellos están Colombia, México y Argentina (Cuadro 15).

⁴⁸ *Ibidem*.

Cuadro 15
Principal origen de las importaciones de la industria editorial
en Iberoamérica por país (incluido Estados Unidos)

País importador	Países a quien más compra (en orden de importancia por el monto de las importaciones realizadas)
Argentina	1. España 2. Colombia 3. Estados Unidos
Bolivia	1. España 2. Estados Unidos 3. Argentina
Brasil	1. Estados Unidos 2. España 3. Reino Unido
País importador	Países a quien más compra (en orden de importancia)
Chile	1. España 2. Argentina 3. Estados Unidos
Colombia	1. España 2. Estados Unidos 3. México
Ecuador	1. Colombia 2. España 3. Estados Unidos
México	1. Estados Unidos 2. España 3. Colombia
Paraguay	1. Alemania 2. España 3. Argentina
Perú	1. España 2. Colombia 3. Estados Unidos
Uruguay	1. Argentina 2. Estados Unidos 3. Brasil
Venezuela	1. Colombia 2. España 3. México
Costa Rica	1. Estados Unidos 2. México 3. España
El Salvador	1. Estados Unidos 2. México 3. España
Guatemala	1. Colombia 2. Estados Unidos 3. México
Honduras	1. Estados Unidos 2. México 3. España
Nicaragua	1. Estados Unidos 2. México 3. España
Panamá	1. Colombia 2. España 3. Estados Unidos
Cuba	1. España 2. Colombia 3. México

República Dominicana	1. España 2. México 3. Estados Unidos
España	1. Reino Unido 2. China 3. Alemania
Estados Unidos	1. China 2. Reino Unido 3. Alemania
Portugal	1. España 2. Reino Unido 3. Alemania

Fuente: hecho con información de *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

Cuadro 16
Origen de las importaciones de libros realizadas por América Latina 2005-2006
(miles de dólares CIF)⁴⁹

País	2005	%	2006	%
España	243.007.316	26,08%	263.613.089	24,85%
Subtotal España	243.007.316	26,08%	263.613.089	24,85%
Estados Unidos	257.514.790	27,63%	283.435.913	26,72%
Reino Unido	27.859.046	2,99%	29.169.979	2,75%
Canadá	3.395.498	0,36%	2.943.516	0,28%
Subtotal habla inglesa	288.769.334	30,98%	315.549.408	29,75%
Hong Kong	12.185.684	1,31%	13.931.195	1,31%
Japón	3.913.473	0,42%	3.920.713	0,37%
Italia	7.309.754	0,78%	7.839.871	0,74%
Francia	6.558.502	0,70%	9.264.209	0,87%
Alemania	8.234.335	0,88%	13.913.888	1,31%
Resto del mundo	72.151.233	7,74%	85.566.776	8,07%
Subtotal otras zonas idiomáticas	110.352.981	11,84%	134.436.652	12,67%
Colombia	124.334.210	13,34%	151.084.691	12,67%
México	61.010.093	6,55%	62.320.234	5,88%
Argentina	31.311.738	3,36%	39.360.664	3,71%
Cuba	353.263	0,04%	885.462	0,08%
Perú	17.559.521	1,88%	25.168.907	2,37%
Chile	19.223.750	2,06%	18.274.737	1,72%
Uruguay	14.462.571	1,55%	15.715.924	1,48%
Panamá	1.537.907	0,16%	5.723.717	0,54%
Costa Rica	2.496.159	0,27%	2.918.338	0,28%
El Salvador	1.446.071	0,16%	3.369.279	0,32%
Venezuela	1.105.663	0,12%	2.399.398	0,23%
Guatemala	771.722	0,08%	1.348.289	0,13%
Ecuador	1.416.482	0,15%	2.339.648	0,22%
Honduras	282.229	0,03%	120.758	0,01%
República Dominicana	439.484	0,05%	667.531	0,06%
Paraguay	1.234.815	0,13%	663.438	0,06%
Bolivia	122.316	0,01%	130.233	0,01%
Subtotal América Latina hispanohablante	279.127.984	29,95%	332.491.248	31,35%
Brasil	10.760.537	1,15%	14.556.110	1,37%
Subtotal Brasil	10.760.537	1,15%	14.556.110	1,37%
Total	932.088.152	100,00%	1.060.646.507	100,00%

Fuente: Base de datos de comercio exterior de las Naciones Unidas comtrade; ALADI, Sieca, Siavi.

⁴⁹ Tomado de *El espacio iberoamericano del libro 2008*, pág. 195.

Estados Unidos es el país de donde más importan libros los Latinoamericanos. En 2006, el 26.72 por ciento de las importaciones realizadas por el continente provinieron de él y, en segundo lugar, se encuentra España con el 24.85%. Mientras las naciones de América Latina compraron a Estados Unidos, en 2006, más de 283 millones de dólares, en España adquirieron libros por un total de más de 263 millones de dólares. La diferencia entre los montos de las compras a ambos países es de 19,822,824 dólares, lo que implica que los países de América Latina le compran 7 por ciento más a Estados Unidos que a España. El continente latinoamericano tiene una balanza comercial deficitaria tanto con España como con Estados Unidos y el déficit es mayor con Estados Unidos, quien es su principal abastecedor de libros.

En 2006, de acuerdo con la información del CERALC, todos los países de Iberoamérica tuvieron una balanza comercial deficitaria, con excepción de Uruguay, Colombia, y España (ver Cuadro 16), el primero de estos países tiene una industria gráfica recientemente en zona franca, relativamente fuerte y el segundo cuenta con una importante industria gráfica. En América Latina el único país que tiene una balanza comercial positiva con Estados Unidos es Colombia. Quien tiene la balanza comercial más negativa tanto con España como con Estados Unidos es México, en opinión del CERALC este hecho es determinante en “el 42% del balance negativo latinoamericano con España y el 63% con los Estados Unidos”, entre los años 2005 y 2006 (confrontar con Cuadro 17).

Cuadro 17
Balanza comercial del libro en Iberoamérica (2000-2006)⁵⁰ (En miles de dólares)

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Argentina	-93.591	-76.890	8.816	1.905	-13.147	-19.786	-30.092
Bolivia	-6.749	-7.478	-6.413	-6.194	-8.068	-5.738	-7.815
Brasil	-115.760	-107.269	-78.543	-46.160	-34.286	-46.852	-63.582
Chile	725	-826	-16.436	-26.316	-30.134	-31.793	-35.272
Colombia	51.118	64.011	44.199	57.091	77.369	80.005	78.776
Costa Rica	-15.479	-17.825	-14.191	-16.064	-13.524	-16.211	-18.167
Ecuador	-15.168	-28.678	-42.189	-38.221	-41.220	-39.435	-42.397
El Salvador	-19.169	-17.494	-21.232	-20.492	-21.295	-19.560	-24.611
Guatemala	-21.949	-22.732	-27.318	-28.280	-30.364	-34.730	-39.435
Honduras	-8.312	-12.330	-16.286	-12.216	-12.917	-18.596	-16.942
México	-292.230	-281.091	-286.142	-276.686	-270.154	-271.705	-270.779
Nicaragua	-7.538	-7.182	-14.790	-11.620	-11.109	-11.726	-12.479
Panamá	-15.020	-13.540	-14.875	-15.988	-15.000		-22.883
Paraguay	-6.710	-5.582	-2.709	-5.037	-2.821	-5.295	-10.569
Perú	-19.446	-9.049	-12.557	-15.590	-15.992	-12.538	-13.666
Uruguay	-264	-640	-217	-169	1.529	8.096	7.477
Venezuela	65.279	-86.121	-62.313	-75.741	-65.835	-62.414	-106.818
América Latina	-650.821	-	-	-	-506.967	-	-629.254
		630.716	563.197	535.778		526.148	
Portugal	-31.372	-28.246	-31.765	-33.047	-57.595	-33.005	-45.021
España	521.354	548.559	487.777	525.202	615.658	536.258	488.075
Total Iberoamérica	-160.839	-	-	-43.623	-51.096	-22.894	-
		110.403	107.185				186.200

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas, comtrade.

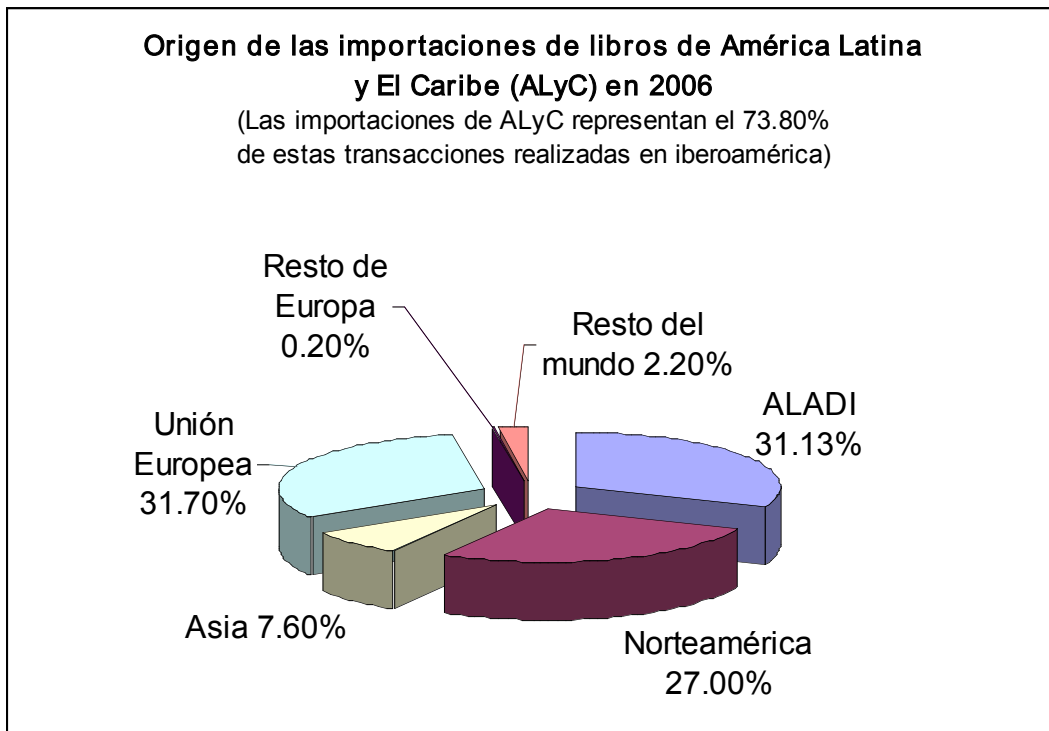
Intensificación del intercambio comercial de libros entre los países de América Latina

Aunque en conjunto España y Estados Unidos son el origen del 57% por ciento de las importaciones realizadas por los países latinoamericanos, en los últimos tres años se ha intensificado el comercio internacional de libros entre las naciones de América Latina, sobre todo entre los miembros de la ALADI. Las estadísticas dadas a conocer por el CERALC (ver Cuadro 16), correspondientes al 2006,⁵¹ muestran que si bien Estados Unidos fue el origen del 26.72 por ciento de las importaciones de la zona y España del 24.85 por ciento, los países latinoamericanos realizaron entre ellos el 31.35 por ciento de las operaciones de este tipo en el continente. Esto significa que el intercambio comercial de libros entre los países de América Latina es mayor que el que tuvieron, como conjunto, con cada uno de sus dos principales abastecedores de estas publicaciones (ver gráficas 6 y 7)

⁵⁰ Tomado de *El espacio iberoamericano del libro 2008*, pág. 203.

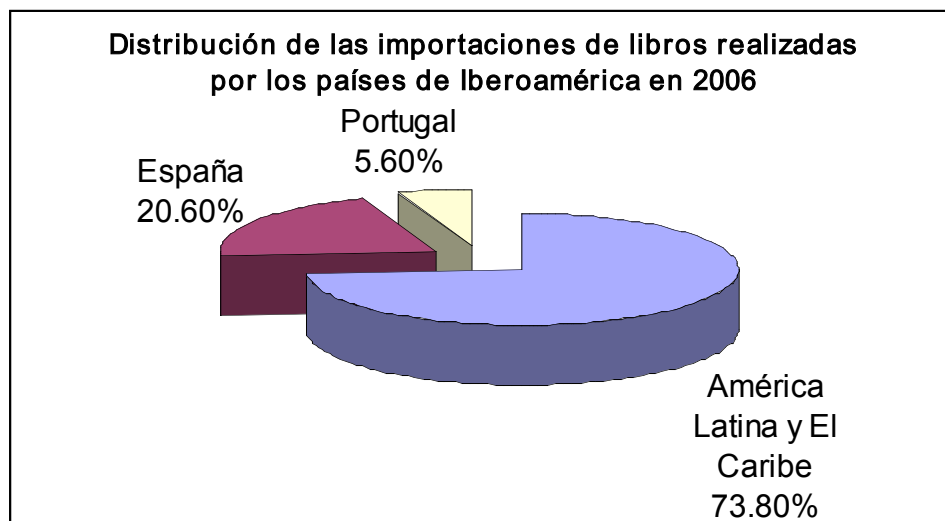
⁵¹ *Op. cit.*

Gráfica 6



Fuente: *El espacio Iberoamericano del libro 2008*.

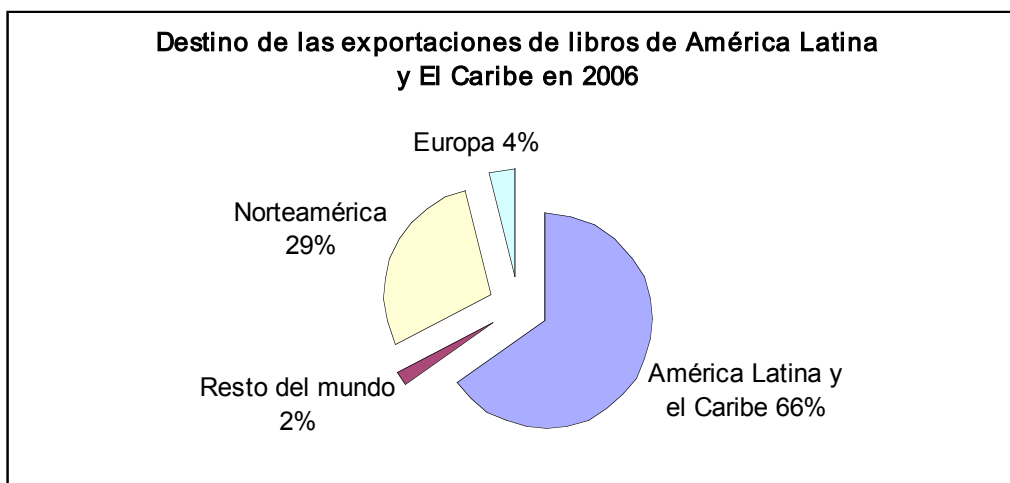
Gráfica 7



Fuente: *El espacio Iberoamericano del libro 2008*.

Entre los países que conforman Iberoamérica, quienes más importaciones de libros realizan son las naciones de América Latina y El Caribe, ellas concentran el 73.80 por ciento de estas transacciones. Es notable que en 2006 el 31.3 por ciento de ese 73.80 por ciento fue producto del intercambio comercial de libros entre los países latinoamericanos (ver gráfica 6). Los países de América Latina, en 2006, compraron y vendieron libros entre ellos de manera preferente, sobre España y Estados Unidos. Esta información se confirma al observar el destino de las exportaciones de los países de la zona, el 66 por ciento de ellas tuvieron por destino países de Latinoamérica y, el segundo destino, fue Norteamérica, quien captó el 29 por ciento de ellas (ver Gráfica 8).

Gráfica 8



Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

Esto nos hace pensar que, en un futuro no muy lejano, en la medida en que la industria editorial en los países de América Latina se fortalezca, el destino natural de sus exportaciones serán los países de la región. Ellos ofrecen, en conjunto, un mercado más grande que el de España o Estados Unidos.

Hoy, como se mencionó en el apartado “La producción de libros en América Latina y las características de sus agentes editores”, el incipiente grado de desarrollo de la industria editorial en América Latina provoca que la producción de la región no logre cubrir las demandas locales, de ahí que Latinoamérica ofrezca un amplio espectro de oportunidades a países exportadores como Estados Unidos y España.

Para revertir la asimetría en el intercambio comercial de libros entre América Latina y sus principales proveedores, España y Estados Unidos, hay mucho por hacer en materia de políticas públicas y legislación local para fortalecer las industrias editoriales de cada país y los mercados internos. Para poder eliminar el déficit actual en la balanza comercial de la mayoría de los países latinoamericanos es ineludible implementar medidas, a nivel nacional e internacional, que estimulen el desarrollo de la industria editorial en cada uno de los países del continente y fomentar la bibliodiversidad como una expresión más de la diversidad cultural del continente.

IV. COMPETITIVIDAD COMERCIAL DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA FRENTE A ESPAÑA

Editoriales industriales en España y América Latina y mercado interno latinoamericano

La producción de nuevos títulos en Latinoamérica ha aumentado sensiblemente entre 2003 y 2006, con un crecimiento del 37 por ciento, sin embargo, como ya se mencionó, estos no cubren la demanda local y además muy pocos pueden incorporarse a una oferta exportable. En 2006 en América Latina se editaron 99,596 novedades y se importaron libros por un valor de más de mil millones de dólares, en contraste, en España se publicaron 62,820 títulos y sus importaciones sólo fueron por 249 millones de dólares.

La estructura, capacidad instalada y tamaño de las editoriales de América Latina, la falta de estímulos a la exportación por parte de los gobiernos de cada nación y los bajos ingresos de la población limitan la capacidad competitiva de la industria editorial latinoamericana con respecto a la española. En Latinoamérica la compra-venta de derechos de autor, la edición, distribución, venta y compra de libros, y el acceso a la lectura, están entrampados en un círculo vicioso. Hay escasez de librerías porque hay pocas ventas,⁵² a pesar de que existe un considerable número de lectores. Un porcentaje importante de quienes leen, ante las dificultades para acceder a los libros que requieren, por problemas para encontrar los títulos que buscan o por falta de dinero o puntos de venta accesibles donde adquirirlos, satisfacen sus necesidades a través de la piratería o la reprografía no autorizada. Ante esto, la única posibilidad de lograr acuerdos y armonizar los intereses de todos los involucrados en la cadena del libro es que el Estado trabaje como mediador, mediante la formulación de políticas públicas que permitan que los autores tengan los medios adecuados para dar a conocer su obra y cada libro llegue al lector que lo desea o necesita.

La industria editorial de España es mucho más grande y fuerte que la de cualquier país de América Latina, debido a que su mercado interno está más consolidado, gracias a un marco jurídico que lo impulsa y protege y al tratamiento fiscal preferencial que se le otorga para asegurar su crecimiento. En 2007, de acuerdo con FEDECALI, la facturación por ventas totales de España en su mercado interno fue por más de 3 mil millones de euros, sus exportaciones de libros por poco más de 364 millones de euros y sus importaciones por sólo 126 millones de euros.

Aunque España tiene menos habitantes que muchos países de América Latina, los ingresos y capacidad de compra de su población son mayores que los de los latinoamericanos (ver Cuadro 18). Mientras el 50 por ciento de los españoles compran libros, los habitantes de América latina aunque necesiten de estas publicaciones para su preparación profesional, por estudios o bien para su esparcimiento, compran menos⁵³ (ver Cuadro 19).

Cuadro 18⁵⁴
Producción de títulos, población e ingreso per cápita

País	Población	Ingreso per cápita PPC (en dólares)	Títulos por cada 100,000 habitantes	Títulos publicados En 2006
Argentina	39,120,46	11.670	47.7	18,663
Bolivia	9,344,741	3.810	8.2	769
Brasil	188,694,395	8.700	24.4	46,026
Chile	16,451,837	11.300	23.3	3,841
Colombia	45,556,000	6.130	23.7	10,812
Costa Rica	4,387,859	9.220	53.1	2,329
Ecuador	13,412,920	6.810	23.3	3,126
El Salvador	6,991,736	5.610	5.7	400
España	43,546,305	28.200	144.4	62,884
Guatemala	12,902,477	5.120	5.5	709
Honduras	7,354,979	3.420	3.5	259
México	104,221,361	11.990	11.3	11,810
Nicaragua	5,249,475	2.720	6.8	358
Panamá	3,284,439	8.690	19.8	649
Paraguay	6,016,000	4.040	10.0	604
Perú	28,368,759	6.490	14.6	4,142
Rep. Dominicana	9,614,000	5.550	7.0	676
Uruguay	3,313,000	9.940	70.3	2,330
Venezuela	27,020,920	10.970	14.8	4,010

Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

⁵² En México, de acuerdo con información de Librerías Educal, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, las librerías para ser rentables necesitan ser un negocio inmobiliario, es decir, que el inmueble donde operan no pague renta porque, si tienen que hacerlo son insostenibles. Las más importantes cadenas de librerías de ese país como Fondo de Cultura Económica, Librerías Gandhi y Sótano, entre otras, son dueñas de sus locales.

⁵³ Ver apartado "Índice de lectura y compra de libros en España y América Latina".

⁵⁴ *Op. cit.*, pág. 60.

Cuadro 19
Precio promedio de libros, facturación per cápita, ejemplares vendidos per cápita
e ingreso de la población en 2006

	España	Colombia	México	Brasil
Facturación per cápita (en dólares)	91	2.9	3.9	7.2
Ejemplares vendidos per cápita	5.5	0.4	0.9	1.7
Precio promedio de libros de interés general (en dólares)	12.2	5.2	3.7	3.8
INB PPA per cápita (PPA en dólares) ⁵⁵	28.030	7.620	11.410	8.800

Fuente: hecho con información del CERLALC y el Banco Mundial.

El ingreso nacional bruto (INB), expresado en la paridad de poder adquisitivo por habitante (PPA per cápita), de la población española es un factor determinante en el valor del mercado nacional del libro del país ibérico. El menor ingreso de los habitantes de América Latina repercute en las ventas y facturación de las editoriales latinoamericanas, entre otras razones, porque se compran menos libros y, debido al bajo poder adquisitivo de la población, el precio promedio de los libros es inferior en relación con los libros españoles. Estos factores contribuyen a que no haya distribuidores a la altura de las necesidades de la población, ni un número de librerías que corresponda al tamaño de cada país y a la escolaridad de sus habitantes. Los editores latinoamericanos compiten en un mercado comprimido, en contraposición España ofrece a sus empresarios estímulos fiscales y a la exportación, subvenciones de diferentes tipos y un mercado con mayor movilidad, amparado por una legislación que le brinda seguridad y busca crear equilibrios. Todos los elementos antes descritos se reflejan en la facturación y en el valor de cada mercado, como se puede apreciar en el Cuadro 20.

Cuadro 20⁵⁶
Facturación de ediciones propias al mercado nacional en 2006

País	Facturación en precios corrientes (expresado en dólares)
Brasil	1,323,906,759
México	719,353,760
Colombia	134,053,300
España	3,785,056,424

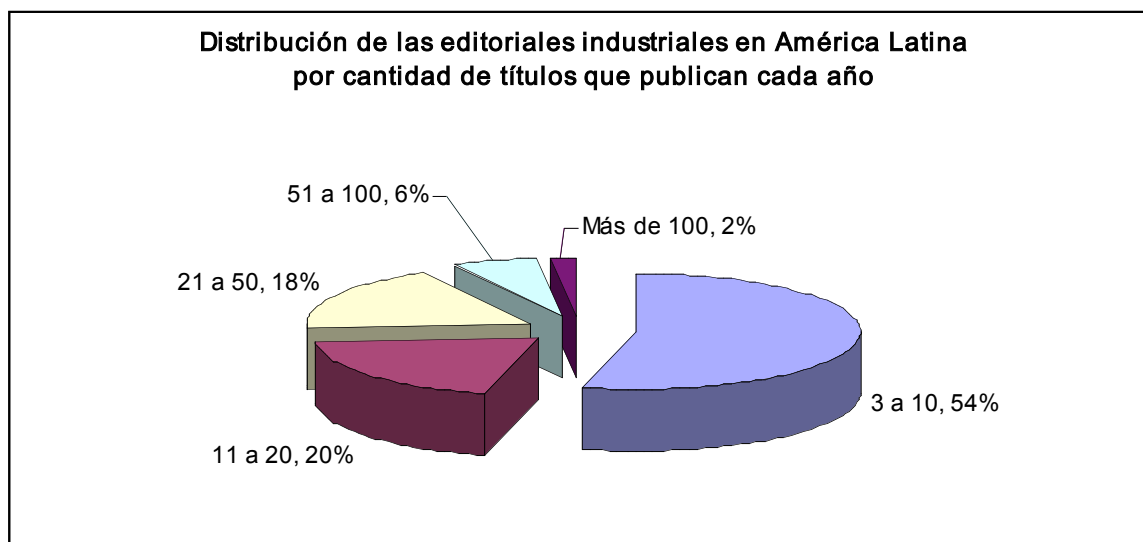
Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

En España hay 30 editoriales que, cada una, facturan más de 22 millones de dólares al año y en Latinoamérica, entre los países con mayor actividad editorial, el número y tamaño de las editoriales es menor. En el grupo de países de América Latina con mayor producción editorial, donde se encuentran México, Colombia y Brasil; México cuenta con 10 empresas con facturación de más de 20 millones de dólares, en Brasil hay 11 de ese tipo y en Colombia 21 facturan más de 2 millones de dólares.

En España un porcentaje importante de sus pequeñas empresas publican hasta 100 títulos al año y, en Latinoamérica, las que llegan a ese número son las más grandes (ver Gráfica 6) que, por lo general, son filiales españolas. En América Latina en 2006 había 2,021 editoriales industriales, 491 más que en 2003, en España hay 776 (casi 60 por ciento menos de las existentes en América Latina) pero las españolas, aunque su número es menor, producen más que las latinoamericanas pues el 54 por ciento de estas últimas publica sólo de 3 a 10 títulos al año.

⁵⁵ Información del Banco Mundial de 2008.

⁵⁶ *Op. cit.*, pág. 113.

Gráfica 9⁵⁷

Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

Las naciones con mayor INB per cápita PPC realizan una mayor producción de títulos y su mercado del libro es más grande, como se puede apreciar en los cuadros 17, 18 y 19; del mismo modo se compran y venden más libros donde la población tiene mayor poder adquisitivo, como se verá en los siguientes dos apartados de este capítulo. En España y América Latina hay editoriales industriales en las proporciones que se presentan en los cuadros 21 y 22.

Cuadro 21
Tamaño de las editoriales industriales en América Latina por número de títulos que producen

País	3 a 10	11 a 20	21 a 50	51 a 100	más de 100	Total
Argentina	228	109	89	28	11	485
Bolivia	9	2	5	1	0	17
Chile	53	17	17	9	1	97
Colombia	68	25	30	4	8	135
Costa Rica	32	3	8	0	0	43
Cuba	28	14	10	4	1	57
Ecuador	23	7	9	5	2	46
El Salvador	14	3	1	0	0	18
Guatemala	15	2	0	1	0	18
Honduras	7	5	0	0	0	12
Nicaragua	15	4	1			20
Panamá	16	5	3	0	0	24
Paraguay	15	4	3	1		23
Perú	39	13	19	6	3	80
Rep. Dominicana	31	6	3	1	0	41
Uruguay	31	10	9	4	0	54
Venezuela	55	12	11	6	1	85
Total general	679	241	218	70	27	1,235

Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*. Sin información de México y Brasil.

⁵⁷ Tomado de *op. cit.* pág. 98.

Cuadro 22
Clasificación de las editoriales industriales de España por número de títulos producidos
y tamaño según facturación

Tamaño	Núm. De ejemplares que producen	Facturación en millones de dólares	Facturación en millones de euros	Número de editoriales
Grande	Más de 1000	Más de 22.5	Más de 18	30
Mediana	500 a 1000	De 7.5 a 22.6	De 6 a 18	49
Mediana pequeña	100 a 500	De 3 a 7.5	De 2.4 a 6	70
Pequeña	50 a 100	De 0.8 a 3	0.6 a 2.4	178
Micro	1 a 50	Hasta 0.8	Hasta 0.6	449
Total				776

Fuente: FGEE, Comercio interior del libro en España 2006

Una parte muy importante de la producción editorial que se realiza en América Latina se hace con capital español, en los países del continente hay 132 filiales de editoriales españolas, la mayoría de ellas producen más de 100 títulos al año y llegan a representar entre el 20 y 40 por ciento de la producción nacional de los lugares donde se encuentran. Estas empresas son el 81% de las 162 filiales del país ibérico que hay en el mundo. Se localizan en las naciones que se enlistan en el Cuadro 23.

Cuadro 23
Localización de filiales de editoriales españolas en el mundo

País	Núm. de filiales
México	30
Argentina	18
Chile	12
Venezuela	9
Uruguay	7
Colombia	11
Perú	2
Panamá	3
Guatemala	3
Puerto Rico	7
Bolivia	3
República Dominicana	2
Ecuador	5
El Salvador	3
Paraguay	3
Honduras	1
Nicaragua	1
Costa Rica	3
Total Hispanoamérica	123
Brasil	9
Total América Latina	132
Estados Unidos	9
Total América	141
Portugal	9
Francia	3
Holanda	1
Reino Unido	1
Italia	2
Polonia	3
Total Unión Europea	19
Rumania	1
Total Europa	20
Japón	1
Total resto del mundo	1
Total	162
Total de países donde hay filiales españolas	28

Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

Además de las españolas también empresas de Estados Unidos y del Reino Unido tienen importante presencia en América Latina, aunque su número de filiales es menor. Las dos que cuentan con un mayor número de editoriales en el continente son Pearson del Reino Unido, con 17 filiales, y la estadounidense McGraw-Hill con 10. México es el país de América Latina donde hay más editoriales extranjeras, tiene 30 españolas y 14 de otras nacionalidades. Las otras naciones que albergan un destacado número de editoriales de capital extranjero son Argentina con 29, Colombia tiene 23, Chile 22 y Venezuela 21. Las editoriales latinoamericanas con presencia fuera de su país son Norma, Fondo de Cultura Económica, Alfaomega, Trillas, Limusa y Siglo XXI.

Distribución y venta de libros en América latina

En el último lustro en varios países de América Latina, sobre todo entre los que tienen mayor producción: Argentina, Colombia, México y Brasil, se ha comenzado a hablar de que existe una sobreproducción de títulos, sin embargo esto es una paradoja, pues estas mismas naciones, como ya se ha mencionado, no logran cubrir su demanda interna con producción nacional y recurren a las importaciones para poder hacerlo. La mayoría tienen una balanza comercial negativa, para algunas su mayor debilidad es el incipiente desarrollo de la industria editorial local y, para otras, sus problemas más graves provienen del terreno de la distribución. Las que están en este último caso enfrentan una sobreproducción de títulos no porque las publicaciones sobren, sino debido a la escasez de distribuidores y a los insuficientes puntos de venta.

La distribución se convierte en un cuello de botella porque el número de librerías no es proporcional al número de habitantes de cada país, los costos de transportación son muy caros y la mayoría de los editores tiene problemas para llegar a los escasos puntos de venta. Existen pocos distribuidores y sólo las grandes editoriales pueden asumir de manera eficiente la distribución de sus libros, gracias a que cuentan con una importante estructura para hacerlo. En cambio, las pequeñas editoriales tienen un radio de acción muy limitado, eso crea desequilibrio en el mercado. Éste se agrava en lugares donde no se ha establecido el precio fijo, porque la posibilidad de dar descuentos que tienen las grandes empresas va en detrimento de la competitividad de las casas editoras con menor producción. Los rangos de ganancia de los editores menores se ven severamente castigados para poder cumplir con las exigencias de los libreros, quienes les exigen descuentos tan grandes como los que otorgan las editoriales de gran tamaño.

Este esquema se repite entre las cadenas de librerías y las librerías independientes⁵⁸. Las primeras, al realizar altos volúmenes de compra obtienen mejores precios de parte de los editores y ofrecen costos más bajos al público y, las segundas, no pueden competir en la solicitud de descuentos ni en la escalada de precios. Así, pequeñas y medianas editoriales, al igual que las librerías independientes, padecen que la producción y la oferta se concentren en las empresas con mayor capital. Las editoriales y librerías de capital medio y pequeño desaparecen en un mercado con condiciones desiguales.

La distribución del libro en América Latina, en la mayoría de los casos, la asumen las mismas editoriales y no existen estudios que permitan observar la logística y dificultades que enfrenta este eslabón de la cadena del libro en el continente. En naciones como México, Brasil, Argentina y Colombia las librerías compran directamente a las editoriales y, en países donde la producción local es menor a las importaciones, las librerías más grandes realizan directamente las compras en el extranjero y los trámites de importación. Asimismo, tampoco hay un registro del universo total de librerías en Latinoamérica, ni estudios que permitan analizar sus características como superficie, número de títulos a la venta, servicios que ofrecen, etc.

No obstante, en América Latina y España, de acuerdo con información proporcionada por las cámaras nacionales del libro, las ventas más importantes de las editoriales son las realizadas a través de librerías. En ese sentido México y Brasil constituyen una excepción, pues en esos países las adquisiciones que realiza el Estado representan los mayores ingresos de las editoras nacionales. Las librerías en Latinoamérica son el principal punto de acceso al libro, por encima de otros medios como las bibliotecas o el préstamo, así lo expresan las encuestas sobre índices de lectura realizadas en la región, a través de ellas se conoce que los lectores acceden a la lectura principalmente a través de la compra de libros. En dichos estudios quienes leen han manifestado que compran libros de manera preferente en librerías más que en otros espacios como tiendas departamentales o ferias del libro.

El CERALC, con base en los estudios de comportamiento lector realizados entre el continente entre 2005 y 2007, reporta que los lectores compran en librerías en las proporciones que se presentan en el Cuadro 24.

⁵⁸ Las librerías independientes son aquellas que sólo tienen una sucursal, en tanto las cadenas tienen más de tres establecimientos bajo una misma denominación o razón social.

Cuadro 24
Porcentaje de lectores que prefieren comprar en librerías

Colombia	Rep. Dominicana	Portugal	España	México	Perú	Brasil	Chile
53.8%	59.1%	90%	73.1%	69.4%	48.6%	54%	53.1%

Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

En las naciones donde se busca fortalecer el trabajo editorial y la cultura del libro los mayores volúmenes de venta se obtienen a través de librerías independientes y especializadas. En ellos incluso las cadenas libreras y la venta en grandes superficies ocupan el segundo sitio como generadoras de ventas.

En España, donde hay precio único, en 2006, el 33.3 % de los ingresos totales de la industria editorial se obtuvieron a través de librerías independientes; el segundo sitio, en importancia por venta de ejemplares, lo ocuparon las cadenas de librerías con el 15.3 % y el tercer lugar lo tuvo la venta a instituciones y diversas empresas con el 9.2 %. En América Latina, Colombia también logró su mayor volumen de venta a través de las librerías. En 2006 las editoriales de este país registraron el 28% de sus ventas totales en estos lugares, en segundo sitio se encontraron los expendios propios de las editoriales (15%) y en tercero se colocó la venta en grandes superficies (14%), como tiendas departamentales o autoservicios.

Hay una enorme carencia de información sobre el sector librero en América Latina, sólo se tiene referencia de las librerías de algunos países y se carece de datos de la situación del 60 por ciento de la región (Cuadro 25). Es notable que el número de puntos de venta en España, que asciende a 4,280, es más del doble de los que hay en Argentina, país de América Latina con los índices de lectura más altos y donde más establecimientos destinados a la venta de libros hay. Esto a pesar de que la población de Argentina supera a la de España.

Cuadro 25
Universo de librerías: América Latina y España

País	Número de librerías	Número de puntos de venta de libros	Año del estudio de donde se obtiene la información	Población correspondiente al año del estudio	Número de habitantes por punto de venta
Costa Rica	231	265	2006	4,244,709	16,018
Argentina	1,719	1,985	2007	39,356,383	19,827
Venezuela	--	1,326	2005	26,577,423	20,043
Brasil	1,363	2,676	2007	183,798,218	68,684
Perú	--	371	2005	26,152,256	70,491
México	545	1,452	2006	103,263,388	71,118
Colombia	355	574	2006	46,045,109	80,218
Ecuador	65	148	2007	13,215,089	89,291
Chile	99	157	2003	15,571,679	99,183
España		4,280	2005	44,108,530	10,309

Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

En el *Estudio sobre canales de venta y comercialización del libro en América Latina y El Caribe*, realizado por el CERALC en 2003, se consideraba que había 4,084 librerías en el continente y el 40 por ciento de ellas se encontraba en las capitales de cada país.

Índice de lectura y compra de libros en España y América Latina

El 55 por ciento de la población española es considerada "lectora", con una media de once libros leídos al año. En América Latina el universo de lectores es mayor que el de España pero la media de número de libros leídos al año es menor (ver Cuadro 26).

Cuadro 26
Porcentaje de población que lee y promedio de libros leídos al año
 (La población lectora se calcula con base en quienes leen por lo menos un libro al año)

País	Porcentaje de población que lee	Promedio de libros leídos al año
España	55%	11
Argentina	72%	3.2
República Dominicana	68%	--
Uruguay	57%	--
México	56%	2.9
Portugal	56.5%	10
Perú	55.2%	--
Brasil	59%	4.7
Chile	41.5%	--
Colombia	37%	1.6

Fuente: hecho con información del CERLALC.

Nota: No de todos los países se conoce el promedio de libros leídos al año.

La mayoría de los países latinoamericanos tienen un universo de lectores parecido al de España, aunque en promedio sus habitantes leen menos libros al año. Los lectores señalan como causas de la falta de lectura desde la carencia del hábito, preferencia por otras actividades y la falta de tiempo, hasta problemas para tener acceso al libro: como el reducido número de librerías, el costo de los libros y la escasez de dinero para comprarlos. Pero, al confrontar las causas de la escasez de lectura con la población lectora, el ingreso destaca como uno de los factores que más inciden en el promedio de libros leídos al año.

En los países donde se compran más libros también es donde más se lee y esto coincide con el hecho de que la compra de libros se señala como el medio preferente de acceso a la lectura. Por ejemplo, España y Portugal tienen un índice de lectura mayor que los países latinoamericanos y, en sus estudios de comportamiento lector, se hace notar que el número de libros comprados al año es mayor que los leídos. España, Portugal, Alemania, Argentina y Uruguay tienen un índice de educación relativamente parecido, no obstante, el PIB per cápita de los países europeos es de casi el doble que el de los latinoamericanos y, en Argentina, aunque hay más lectores la compra de libros es menor (comparar cuadros 25, 26 y 27).

Cuadro 27⁵⁹
Población que lee libros

	México	Colombia	Perú	Brasil	Chile	Uruguay	Argentina	Rep. Dominicana	Portugal	España
	2005	2005	2004	2007	2005	2004	2002	2006	2007	2006
Población Lectora	56%	37%	55.2%	59%	41.5%	57%	72%	68%	56.9%	55.5%
Rango de edad (mayores de)	15	12	12	5	15	16	18	7	15	14
Población de cada país (millones de hab.)	104	44.2	27.2	181	16	3.4	38	9.5	10.4	42.1
Índice de educación	0.863	0.87	0.87	0.88	0.91	0.94	0.95	0.83	0.93	0.99
PIB per cápita (PPA en dólares)	10,751	6,632	6,039	8,402	12,027	9,962	14,280	8,213	20,410	27,165

Fuente: Naciones Unidas PNUD 2005, estudios de comportamiento lector.

⁵⁹ Tomado de *Op. cit.*, pág. 219.

Si relacionamos el ingreso per cápita por habitante, con la facturación per cápita de libros por país y los ejemplares vendidos por habitante se sigue observando como constante que, donde hay más ingresos, también hay más compra y lectura de libros (ver cuadro 27). Para hacer este comparativo se utilizaron datos de tres de los países de América Latina que más títulos y ejemplares producen al año.

Cuadro 28
Ingreso per cápita, facturación de la industria editorial nacional
y ejemplares vendidos per cápita

	España		Colombia		México		Brasil	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Facturación per cápita (en dólares)	84	91	2.5	2.9	4.5	3.9	5.1	7.2
Ejemplares vendidos per cápita	5.6	5.5	0.4	0.4	1.2	0.9	1.6	1.7
INB PPA per cápita (PPA en dólares)		28.030		7.620		11.410		8.800

Fuente: hecho con información del CERALC y el Banco Mundial

El INB per cápita de España es notablemente mayor al de los países latinoamericanos y también la venta de libros per cápita es superior (ver cuadros 26, 27 y 28). Si bien es difícil afirmar que el número de libros que se pueden comprar al año determina el índice de lectura, porque habría muchas variables a considerar para llegar a esta conclusión, lo cierto es que se compran más libros donde hay más ingresos, independientemente de si se necesitan o no, si se usan como diversión o para el entretenimiento o incluso si no se leen y se tiene la intención de hacerlo algún día. Así lo confirma el universo de lectores que tienen que leer por obligación, entre ellos se encuentra la población estudiantil que, por su actividad, requieren comprar libros de manera más constante, sin embargo, es notable como la adquisición de libros es menor en los países donde los ingresos también son menos (ver Cuadro 29). Esto explica en parte porque en países como Inglaterra y España las fotocopias no se consideran una forma de acceso a los libros, en cambio, en los países de América Latina, sobre todo entre los estudiantes de nivel superior, la reprografía supera el número de libros comprados.

Cuadro 29
Venta de ejemplares por estudiante en 2006

País	Libros didácticos	Libros científicos, técnicos y de formación profesional
España	9,7	9,9
Colombia	0,7	0,4
México	2,5	2
Brasil	4,4	1,2

Fuente: hecho con información de *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

Tan sólo en México, el Centro Mexicano de Protección y Fomento al Derecho de Autor (CEMPRO), sociedad de gestión colectiva, calcula que en este país se realizan siete millones de fotocopias no autorizadas, lo que equivale aproximadamente a 28 millones de libros de 250 páginas y esta práctica se realiza sobre todo en universidades. Cada 250 páginas fotocopadas afectan la venta de por lo menos tres libros, el efecto de la fotocopia repercute en la venta de más de 60 millones de libros, lo que representa casi el 40 por ciento de la producción de 2006 de la industria editorial en México. Estos datos implican que el número de ejemplares que se venden es mucho menor al de los que se fotocopian o se imprimen de forma ilícita. Las pérdidas se cuantifican en 500 millones de pesos que dejan de percibir los autores como pago de regalías y la baja en ventas de por lo menos 600 millones de pesos anualmente por parte de los editores.

En Brasil⁶⁰ el 99% de los estudiantes fotocopian, sólo en las Universidades de Sao Paulo se registran 226 millones de copias al año; en Colombia 337 millones de fotocopias anuales, en Argentina, 1,320 millones al año en las universidades de Buenos Aires y Rosario, y en Chile los estudiantes gastan cerca de 40 millones de dólares al año en fotocopias, cifras que nos indican que esta es una forma común de acceder a los libros, por encima de la compra.

En las naciones donde se venden y leen más libros el principal motivo para leer es el entretenimiento y, en segunda instancia, se encuentra la lectura por obligación. De tal forma que también esto podría confirmar que, donde hay menos percepciones, también se destinan menos recursos para el esparcimiento, la compra de libros ocupa un segundo término, primero se satisfacen otras necesidades.

Cerca del 52 por ciento de los españoles compran libros y su demanda se abastece sobre todo con producción local. Entre un público lector tan amplio sin duda los autores latinoamericanos y los productos editoriales de este continente tendrían una gran aceptación al enriquecer el acervo cultural español y su experiencia lectora, no obstante, aunque se incrementaran las exportaciones de América Latina a España en más de 200 por ciento, esta cantidad no sería significativa para aumentar el monto total de las exportaciones de libros de los países latinoamericanos.

Derechos de autor y traducciones

De acuerdo con información de las agencias de ISBN y las cámaras del libro, los títulos que se publican en América Latina son, en primer lugar, de autores nacionales; en segundo, de autores de habla inglesa⁶¹; en tercero, de nacionalidad española; en cuarto, de lengua alemana y, en quinto y sexto lugar, en ese orden, de lengua italiana y francesa. La industria editorial de cada país publica de manera preferente a autores locales.

No se conoce el monto exacto que las editoriales latinoamericanas invierten en pago de derechos de autor pero, si utilizamos como referente al menos a tres países, podemos visualizar qué porcentaje de la facturación nacional se dedica a retribuir a los autores por la publicación de su obra. Los editores brasileños se encuentran entre quienes más autores y títulos publican en América Latina y destinan el 6.7 por ciento de su facturación para pago de derechos. No obstante, España produce cada año más novedades que el país sudamericano y la proporción que su industria editorial dedica a este fin es menor (Cuadro 30).

Cuadro 30
Porcentaje de pago de derechos de autor sobre facturación total

País	Porcentaje de pago de derechos de autor	Facturación en precios corrientes (expresado en dólares)
Brasil	6.7%	1,323,906,759
México	5.7%	719,353,760
Colombia	3.9%	134,053,300
España	6.0%	3,785,056,424

Fuente: hecho con información de *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

Brasil es de los países que más traducen en el continente pero España lo supera en número (ver Cuadro 30). En 2006, Brasil hizo 5,380 traducciones mientras España realizó 21,809; 65 por ciento más que la nación sudamericana.

Cuadro 31
Número de títulos traducidos de otros idiomas al nacional

País	Idioma								Total
	Inglés	Francés	Alemán	Italiano	Español	Japonés	Portugués	Otros	
Brasil	3,754	455	232	298	748	163	117	63	5,830
%	64%	8%	4%	5%	13%	3%	2%	1%	100%
Colombia	170	22	16	47	98	0	17	1	370
%	46%	6%	4%	13%	27%	0%	5%	0%	100%
España	10,883	2,399	1,396	981	3,511	720	240	1,679	21,809
%	50%	11%	6%	5%	16%	3%	1%	8%	100%
Total	14,806	2,876	1,644	1,326	4,358	883	374	1,743	28,009
%	53%	10%	6%	5%	16%	3%	1%	6%	100%

Fuente: *El espacio iberoamericano del libro 2008*.

⁶⁰ Mónica Torres Cadena, *Derechos reprográficos y gestión colectiva*, documento utilizado como base en el curso "El derecho de autor y los derechos conexos en el entorno digital", organizado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y la Sociedad General de Autores y Editores.

⁶¹ No se tiene información clara de en qué proporción se trata de obras que se traducen en cada país, o bien, si se compran los derechos de la obra ya traducida.

En los países latinoamericanos el número de autores que recibe pago por la publicación de su obra no es proporcional a la cantidad de títulos publicados porque, como se vio en el apartado “Agentes editores de América Latina”, el 36.2 % de quienes publican en Latinoamérica son autores que se editan a sí mismos. Ellos financian el tiraje a realizar, incluso cuando es una editorial quien pone en circulación sus libros, por tanto no reciben remuneración por sus obras, o bien, se les paga en especie, es decir, se les entrega un determinado número de ejemplares a cambio de sus derechos.

Las agencias de ISBN y las cámaras del libro tienen poca información sistematizada a este respecto, entre otros factores porque no siempre se registran los contratos de compra de derechos de autor para la publicación de libros.

V. LIMITACIONES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

Políticas públicas y legislaciones locales

Hoy, entre los problemas que frenan la capacidad competitiva de la industria editorial local de los países latinoamericanos, algunos de los más visibles son:

1. La principal limitación de las industrias editoriales locales es la competencia desigual que enfrentan, en cada país, las medianas y pequeñas editoriales y librerías. Como se mencionó antes, no existe una regulación que garantice el equilibrio de los mercados internos ni políticas públicas que estimulen el desarrollo de la industria local para que los pequeños y medianos empresarios no se encuentren en desventaja ante las empresas de grandes capitales.

2. Falta de puntos de venta. El número de librerías no corresponde a las necesidades de la población ni a su escolaridad. Los editores se encuentran ante un embudo donde los puntos de venta son insuficientes para dar salida al porcentaje mínimo de su catálogo. Las grandes editoriales, además de realizar por sí mismas la distribución de sus títulos, también cuentan con librerías propias para poder salvar esta dificultad, en desventaja, las editoriales medianas y pequeñas se enfrentan a la escasez de puntos de venta.

3. Unido al problema anterior también está la falta de distribuidores, este eslabón de la cadena se considera poco rentable en el continente.

4. La distribución se obstaculiza, tanto al interior de los países como al tratar de incursionar en las exportaciones, debido a los altos costos de transportación. Por ejemplo, es más caro enviar libros a España que pagar el porte por recibirlos de allá. Asimismo, en muchas ocasiones es más alto el costo de importar desde países del continente que desde España.

5. El Estado, cuando ha trabajado en pos de la industria editorial, se ha concentrado en estimular la producción o bien en ocasiones incluso ha intentado sustituirla, esto ha desencadenado varias consecuencias. En países como México y Brasil, el Estado es el mayor productor de libros y también quien más compra. Esto ha debilitado a la industria editorial local, la ha hecho dependiente, porque sus mayores ingresos provienen de las compras de los diferentes programas gubernamentales. En el caso de Brasil el 70 por ciento de la facturación de las editoriales son ventas al gobierno y en México es más del 50 por ciento. Esta circunstancia también propicia el lento desarrollo del sector porque la competencia se focaliza no en ganar lectores, sino en lograr mayores ventas al aparato estatal.

6. En los países donde se ha dado apertura a la inversión extranjera, en algunas ocasiones, las empresas que establecieron filiales en ellos o bien compraron sellos nacionales, se perfilaron, de manera preferente, a competir en el mercado de exportaciones o bien a competir en la producción de libros de texto. Ambas cosas en detrimento de la bibliodiversidad en cada nación, descuidando el fortalecimiento del mercado local.

7. La oferta de las editoriales nacionales está conformada sobre todo por títulos cuyo idioma original es el español. Los editores locales no pueden asumir el costo de hacer traducciones y, por lo general, no tienen acceso a derechos de autor fragmentados territorialmente. Los agentes editores venden de forma preferente los derechos mundiales a editores españoles por considerar que éstos últimos les ofrecen mayores ventajas.

8. Las limitaciones de los mercados latinoamericanos impiden dar a los autores nacionales proyección internacional.

9. La compra de derechos de autor de obras de autores extranjeros, por parte de editores latinoamericanos, es limitada. Los agentes editores para acceder al mercado del libro en español prefieren realizar acuerdos con editoriales españolas quienes consideran les ofrecen una mayor difusión.

Para trascender la mayoría de las limitaciones antes mencionadas es indispensable la formulación de políticas públicas, encaminadas no sólo al fomento a la lectura sino que a crear las condiciones necesarias para el desarrollo de una industria editorial fuerte y por lo tanto competitiva. Está comprobado, en los países más desarrollados, que las industrias y mercados en vías de desarrollo requieren del apoyo del Estado para generar equilibrios que garanticen su crecimiento. Actualmente ningún gobierno de los países de América Latina se atrevería a desestimar el valor económico del libro y su incidencia en el desarrollo social, no obstante, en casi ninguna nación se cuenta con estudios actualizados que permitan evaluar la importancia de la industria editorial para la economía de cada país, se desconoce su aportación al PIB nacional. En las naciones considerados potencias editoriales, la industria editorial cuenta con una legislación y tratamiento fiscal congruente con sus características, para estimular su desarrollo y empuje⁶².

En Latinoamérica, en desventaja con lo que ocurre en España, el Estado no ha asumido un papel de mediador para regular el mercado y permitir que la competencia se realice en un plano de igualdad que redunde en beneficios para toda la cadena del libro. Mientras la industria editorial se desarrolla necesita garantías y estímulos que ahora no tiene.

Los pocos estudios sobre el desarrollo de la industria editorial son financiados por los miembros del

⁶² Ver Néstor García Canclini y Ernesto Piedras Fera, *Las industrias culturales y el desarrollo en México*, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Siglo XXI editores, 2006.

sector, sin embargo la mayoría de ellos no siguen una misma metodología que permita hacer comparativos. La disponibilidad de información, así como la facilidad de acceso a ella están asociadas al desarrollo económico político y social de los países. “Una de las características de los países latinoamericanos es la falta de información económica sistemática, metodológicamente robusta y replicable en el tiempo”⁶³, para poder utilizarla como punto de partida en la elaboración de políticas públicas, estos datos son indispensables para entender el comportamiento económico del sector y realizar acciones dirigidas estratégicamente a fortalecerlo.

Cuando los gobiernos han brindado apoyos a la industria editorial éstos se han concentrado en el estímulo a la producción, ejemplos de ello son las compras que realiza el Estado y la excepción del IVA en varios países de la región, no obstante, hoy, uno de los más graves problemas es la falta de librerías. En América Latina cada vez se hacen más libros y se carece de esquemas y estructura para la distribución y paulatinamente se van reduciendo los puntos de venta. Sin una adecuada comercialización y distribución es prácticamente imposible el éxito de cualquier iniciativa empresarial, la formulación de políticas públicas en este sentido es urgente si se quiere asegurar la prosperidad de la edición de libros en el continente como una industria cultural pues, dadas las condiciones actuales del mercado, será muy difícil que la oferta y la demanda por sí mismas puedan librar las dificultades en el terreno de la distribución.

Los países que cuentan con Ley del Libro y/o legislación orientada a regular el mercado son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. En el resto de las naciones latinoamericanas el único referente para el comercio del libro son la ley sobre derechos de autor o las disposiciones sobre uso del ISBN.

El precio fijo del libro, donde se ha aplicado, ha permitido una competencia más equilibrada. Una de las causas de la creciente disminución de librerías es que, las librerías independientes, no pueden competir en surtido y precio con las cadenas libreras o con la venta en grandes superficies. Lograr que el libro cueste lo mismo en cualquier parte de los territorios nacionales motiva la competencia por servicios y no por descuentos.

Ante la escasez de librerías una forma de suplir estos espacios ha sido la realización de ferias del libro, sin embargo, estos eventos aunque contribuyen a las ventas, promoción de la lectura y difusión de los catálogos no pueden suplir a los establecimientos que atienden la demanda permanente de las poblaciones locales.

Hacen falta, en todos los países, sistemas que permitan conocer los catálogos de todos los editores y faciliten los pedidos, tanto a nivel nacional como internacional. La oferta editorial latinoamericana está desarticulada por la carencia de información de fácil acceso e interconectada entre el lector, el librero y el editor.

A nivel gremial, al interior de las cámaras del libro, que reúnen tanto a librerías como a editores, aún no se han logrado establecer acuerdos que armonicen los intereses de ambas partes para solucionar problemas como: atraso tecnológico, baja rentabilidad para varios de los actores de la cadena y evitar acciones competitivas más que cooperativas.

Los consejos nacionales del libro, existentes en los países donde hay ley del libro, serían el órgano conducente para solucionar problemas como los siguientes:

- Planes nacionales de lectura elaborados por expertos en el tema, donde el punto de partida sea el análisis de los diferentes segmentos de la población y sus necesidades. A veces estos programas son realizados por funcionarios sin experiencia en el área y conllevan a resultados infructuosos, o bien, quedan imbricados intereses discordantes. Por ejemplo, en el Plan Nacional de Fomento del Libro y la Lectura 2005-2010 de Chile, se establece que éste se financiará con el 100 por ciento de los fondos provenientes de la recaudación del IVA en el sector, cuando en la mayoría de los países de América Latina se busca exentar del IVA al libro para favorecer su libre circulación entre los países de la región, las exportaciones e importaciones y el precio de venta al público.

- Buscar la forma de que las bibliotecas tengan más libros por habitante. Convertirlas, como ocurre en España y en otros países, en resguardo del acervo cultural que significan el total de los títulos publicados en cada país. Asimismo, cubrir las necesidades de capacitación de su personal, no sólo en cuanto a aspectos técnicos, también en aquellos relacionados con el cumplimiento de su papel de mediadores y promotores de la lectura.

- Lograr que la creación literaria no quede encasillada al campo de las vocaciones, por ser un trabajo no remunerado.

- Proporcionar apoyos para la traducción para garantizar el diálogo cultural de las naciones y la actualización en las diferentes ramas del conocimiento.

⁶³ *Op. cit.*, pág. 79.

Tratados y acuerdos internacionales de comercio

Los países de América Latina y el Caribe, desde la década de los ochenta, han trabajado de manera conjunta para liberalizar el comercio en la región. Los aranceles se han reducido en aproximadamente dos tercios y se han abolido políticas proteccionistas en muchos sentidos, de hecho, la región lleva la delantera en la tendencia mundial de reducir el proteccionismo, especialmente de las barreras no arancelarias. Como resultado, la participación de la región en el comercio internacional ha crecido y la entrada neta de inversión extranjera directa ha aumentado como porcentaje del PIB, es decir, las exportaciones en general ahora captan un mayor número de divisas que incrementan el PIB nacional.

El Banco Mundial, en sus diferentes informes⁶⁴ relacionados con América Latina y El Caribe, señala que los países de la zona han firmado más acuerdos comerciales regionales que cualquier otra zona del mundo en desarrollo. Pero, a pesar de la liberalización del intercambio comercial tanto regional como unilateral, no todos los países o sectores han avanzado al mismo ritmo. América Latina y el Caribe todavía están muy por debajo de otras regiones en materia de liberalización comercial de servicios financieros y de otros tipos, entre ellos el intercambio de bienes culturales.

Del mismo modo, algunos países se han mostrado reticentes a abrirse al comercio y conservan una baja razón comercio/PIB. En general, a pesar de la firma de acuerdos comerciales el nivel promedio de comercio en la región es bajo. Una de las principales causas es su geografía, que hace difíciles los esquemas y rutas de transporte y muy altos los costos de distribución y, por otra parte, la falta de armonización de las legislaciones locales con las disposiciones de los acuerdos internacionales hace que éstos en muchas ocasiones sean inoperantes. El caso específico del comercio internacional del libro en América Latina enfrenta problemas semejantes a los de otros tipos de exportaciones en la región, los diferentes tratamientos arancelarios y la aplicación diferencial del IVA son algunos de los principales obstáculos para incrementar las exportaciones y exportaciones entre los países latinoamericanos.

Los acuerdos comerciales resultan insuficientes para incentivar las exportaciones si los países signatarios no cuentan con una adecuada infraestructura comercial —buenos servicios en puertos, aeropuertos, caminos y aduanas— y en general en todos los segmentos en que se apoya la actividad comercial. Las condiciones en que se realizan esos tratados y el atraso de los países latinoamericanos a nivel estructural, en producción y educación se convierte en un obstáculo para aprovechar oportunidades.

De los 39 países que conforman esta zona del continente americano, 35 han firmado por lo menos un acuerdo comercial regional y, en promedio, cada país ha signado aproximadamente ocho. Los más importantes son:

- TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) firmado en 1994 por Estados Unidos, Canadá y México,
- MERCOSUR, también firmado en 1994 entre Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay.
- CAFTA-DR (Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos) firmado en 2005 entre Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, República Dominicana y Estados Unidos.

En cada uno de los acuerdos antes mencionados hay un apartado dedicado a la propiedad intelectual pero el único protocolo internacional que trata de manera más específica y amplia el intercambio de bienes culturales es el firmado por los países que conforman la ALADI. Este acuerdo es el más representativo de la región, en materia de intercambio cultural, y al que están integrados más países, su nombre es: *Acuerdo regional de cooperación e intercambio de bienes en las áreas cultural, educativa y científica*, lo firmaron Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. En él se establece, en su primer capítulo, que el “Acuerdo tendrá por finalidad propender a la formación de un mercado común de bienes y servicios culturales destinado a darle un amplio marco a la cooperación educativa, cultural y científica de los países signatarios y a mejorar y elevar los niveles de instrucción, capacitación y conocimiento recíproco de los pueblos de la región.”⁶⁵ Asimismo, se garantiza la protección de los derechos de los autores y titulares de derechos conforme lo dispone la legislación vigente en su país de origen.

La ALADI propicia la creación de un área de preferencias económicas en la región, con el objetivo final de lograr un mercado común latinoamericano, mediante tres mecanismos:

- Una preferencia arancelaria regional que se aplica a productos originarios de los países miembros frente a los aranceles vigentes para terceros países.
- Acuerdos de alcance regional (comunes a la totalidad de los países miembros).
- Acuerdos de alcance parcial, con la participación de dos o más países del área.

Utilizando como punto de partida el *Acuerdo regional de cooperación e intercambio de bienes en las áreas cultural, educativa y científica*, y con base en los principios anteriores, ya se firmó el primer *Acuerdo de alcance parcial para la conformación del mercado común del libro latinoamericano*, lo signan Brasil y Uruguay. En él se establece, en su primer artículo, que tiene por objeto “crear el Mercado Común del Libro

⁶⁴ Confrontar en <http://web.worldbank.org>

⁶⁵ Texto del *Acuerdo regional de cooperación e intercambio de bienes en las áreas cultural, educativa y científica*

Latinoamericano”, el convenio está abierto a la adhesión de los países que así lo soliciten. El camino para formalizar la libre circulación del libro en América Latina existe sólo falta que los países del área lo usen.

Sin embargo, el *Acuerdo regional de cooperación e intercambio de bienes en las áreas cultural, educativa y científica* no tiene plena vigencia en todos los países firmantes, su aplicación depende, como el convenio lo dice, de que “los países lo hayan puesto en vigor, en sus respectivos territorios, incluso administrativamente, en todos sus términos.” Del mismo modo prevé que “...las partes se comprometen a otorgar los beneficios resultantes del Acuerdo solamente a aquellos países signatarios que lo hayan puesto en vigor en toda su extensión.”

A pesar de los avances alcanzados en materia de liberalización comercial, persisten muchos obstáculos que frenan la expansión del comercio en América Latina y el Caribe. Algunos de ellos son:

- Desigualdad en el sistema comercial internacional. Por ejemplo, aunque en la mayoría de los países el libro está exento de aranceles en algunos hay excepciones, asimismo, a veces las políticas aduaneras se convierten en trabas para la importación y la exportación.
- Uno de los obstáculos al comercio entre los países de la región es el tratamiento diferencial del IVA, que en ocasiones implica cuantiosas inversiones tanto para quien exporta como para quienes importan.
- Otro aspecto a destacar es la falta de políticas internas para estimular las exportaciones. Por ejemplo, una de las razones del intenso comercio con España son los costos de transportación. En España existen subvenciones para este fin, por eso es más barato traer libros de aquel país que importar desde los vecinos latinoamericanos

Libre circulación del libro en América Latina

Las altas exportaciones de España y Estados Unidos a América Latina, como ya se mencionó antes, se deben en mucho a los problemas de distribución que enfrenta la región y a la baja producción que no logra satisfacer la demanda de cada uno de los países de la región. La inoperatividad de la libre circulación del libro, por trabas arancelarias, tratamiento diferencial del IVA, altos costos de transportación y la falta de aplicación de los acuerdos firmados, limita las posibilidades de intercambio comercial entre los países de la zona. La supremacía de España sobre América Latina se cifra en las condiciones desfavorables de los editores latinoamericanos tanto para competir en su mercado local como para acceder al mercado internacional así como en el apoyo de las políticas públicas españolas a su industria editorial.

Sin embargo, esta situación no es una noticia reciente, en la búsqueda de mecanismos para aligerar la disparidad, en la X Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, realizada en Panamá, en el año 2000, se aprobó la creación de un programa llamado Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica (RILVI), su intención fue crear un catálogo de toda la oferta editorial iberoamericana para facilitar el acceso a ella y su difusión. La base de datos se integra con la información de las agencias nacionales de ISBN de 20 países iberoamericanos. Aunque el RILVI ya está en operación, sus criterios de búsqueda son limitados y no está conectado con opciones para la adquisición de títulos, por tanto su alcance aún no le permite ser una herramienta eficaz.

FEDECALI destaca, como uno de los factores que han propiciado la expansión de las exportaciones españolas, su capacidad para establecer intercambios comerciales con un amplio número de países, de acuerdo con datos del CERALC, España exporta a 176 países, en tanto los países con mayores exportaciones en América Latina mantienen relaciones comerciales para la venta de libros en la siguiente proporción: Brasil llega a 84 países, México a 76, Argentina a 67 y Colombia a 59.

El acceso al mercado del libro español es un factor importante para consolidar a la industria editorial latinoamericana pero el mercado más difícil de conquistar es el del propio continente.

La dinámica que presentan las exportaciones e importaciones de libros entre España y América Latina es una constante en todas las áreas de intercambio comercial entre Latinoamérica y el país europeo. Las exportaciones e importaciones entre España y los países latinoamericanos, incluyendo todos los sectores, no llegan al 5% del total de los movimientos comerciales españoles, a pesar de que éstos aumentaron más del 6% en 2007, según datos dados a conocer por el Ministerio de Industria y Comercio de España a inicios de 2008. Por tanto, las perspectivas de crecimiento y desarrollo de la industria editorial en América Latina claramente apuntan a la creación de un mercado común del libro en Latinoamérica.

VI. FORTALEZAS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL ESPAÑOLA Y SU PRESENCIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

La industria editorial española es la tercera en importancia en exportaciones en Europa y la quinta en el mundo. La producción del sector del libro en España representa el 1.2 por ciento de su PIB nacional. Algunas pruebas de su fortaleza son:

- Tres de cada cien libros que se exportan en el mundo son editados en España.
- Sólo en 2005 el sector del libro en España invirtió 80 millones de dólares para aumentar su presencia en el exterior.
 - En la actualidad hay más de 162 filiales de empresas editoriales españolas que operan en 28 países, el 40% de ellas abrió en los últimos cinco años.
 - El 81% de las filiales de editoriales españolas se encuentran en Iberoamérica, y tienen un carácter estratégico en la cobertura de sus exportaciones, pues muchos de los libros exportados a Estados Unidos se mandan desde las filiales establecidas en México y Colombia.
 - En 2007, de acuerdo con la información dada a conocer por FEDECALI, las ventas de las editoriales españolas en su mercado interno fueron por más de 3 mil millones de euros, sus exportaciones totales (sector gráfico y editorial) por más de 554 millones de euros y sus importaciones por sólo 243 millones de euros. Los ingresos de su industria editorial antes mencionados no incluyen las remesas enviadas a España por sus filiales en el exterior, ni los pagos recibidos por derechos de autor.
 - Las empresas españolas han pasado de comprar derechos de autor a venderlos, el sector editorial obtuvo por este concepto aproximadamente 40 millones de euros en 2005, el doble de sus ganancias en el 2000.

La industria editorial española le debe mucho a la legislación que la protege, subvenciona e impulsa; así como a los programas de apoyo que realiza el Estado español para promoverla y estimular su desarrollo, entre éstos a continuación mencionaremos sólo algunos⁶⁶:

1. La Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) y el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) cada año realizan importantes inversiones para financiar la participación de libreros y editores españoles en ferias del libro en el extranjero, sobre todo en países donde hay poca presencia de España, le están dando particular impulso a generar interés en lugares como China, la India y Japón.
2. Asimismo, las dos instancias antes mencionadas también financian la asistencia de posibles compradores y prescriptores de todo el mundo a las ferias del libro españolas, en especial a Liber.
3. Hay un Plan del Libro Español para potenciar las ventas entre la comunidad de habla hispana en Estados Unidos y entre el público en general.
4. Se realiza, de forma permanente, un plan de promoción para que en el Reino Unido se compren derechos de obras editadas en español.
5. El Plan de Fomento a la Lectura Español otorga subvenciones para la publicación de libros en español, o en las otras lenguas habladas en España, con el fin de aumentar el acervo de las bibliotecas españolas.
6. También se otorgan apoyos económicos a fundaciones que promueven la lectura.
7. Existe un Plan Extraordinario de Dotación Bibliográfica, a través del cual se hacen importantes compras a los editores españoles con el objetivo de actualizar las colecciones bibliográficas de las bibliotecas públicas de aquel país.
8. Además, cada año, se otorgan más de ciento veinte apoyos para la traducción.

⁶⁶ En diferentes momentos se han realizado diversas iniciativas para apoyar el desarrollo de la industria editorial española en América Latina, por ejemplo, Fernando Rodríguez Lafuente, Director General del Libro de España en 1998, declaró, en el 14º Encuentro de Editores, Santander, que: "En 1999 iniciaremos un plan para la expansión y consolidación en Iberoamérica de las pequeñas y medianas empresas [editoriales españolas]". El 17 de febrero del año 2000 se convocó a libreros y distribuidores -españoles o extranjeros- a solicitar fondos (según resolución de junio de 1998) para promover la difusión y comercialización de libros españoles en el extranjero. La Dirección general de libros, archivos y bibliotecas, de España, disponía de 45 millones de pesetas para ese fin, en el año 2000.

VII. POSIBLES MEDIDAS DE REALIZACIÓN INMEDIATA PARA INTENSIFICAR EL COMERCIO DEL LIBRO ENTRE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

La libre circulación del libro en América Latina es una de las posibles vías para tratar de revertir las balanzas comerciales deficitarias que enfrentan la mayoría de los países de la región. A través de intensificar el comercio internacional del libro en la región se puede caminar hacia el crecimiento de las industrias editoriales locales. El intercambio comercial preferente entre los latinoamericanos, así como acciones conjuntas en la compra-venta de derechos de autor y proyección de autores nacionales a nivel continental, pueden ser factores positivos para abatir la marcada asimetría en el intercambio comercial con España y Estados Unidos.

Con base en la cooperación entre los editores latinoamericanos, hay una serie de medidas que se pueden realizar con relativa rapidez, que contribuirían a aprovechar las condiciones actuales para favorecer la libre circulación del libro en América Latina:

1. Se recomienda realizar un estudio detallado de la aplicación de aranceles, IVA, trámites de aduana y de la legislación vigente relacionada con el libro en cada país para, con base en él, crear un *Manual de importaciones y exportaciones para editores de América Latina*. En España existe el *Manual del comercio exterior del libro* que auxilia a los editores de aquel país al establecer relaciones comerciales en el exterior. Hace falta una herramienta de este tipo que facilite el intercambio comercial entre los miembros de la ALADI y permita que se sumen las naciones que aún no forman parte de esta comunidad.

2. Es indispensable la realización de estudios a nivel nacional y continental que permitan conocer y visualizar: 1) las necesidades lectoras de la población, 2) un mapa de librerías del continente, 3) distribuidores y 4) distancias y rutas de distribución.

3. Urge la elaboración de herramientas que permitan conocer toda la oferta editorial de América Latina, e incluir en esos catálogos, o bases de datos, la producción de todos los agentes editores, incluso de aquellos que carecen de medios para la distribución y comercialización. Tal vez se pueda desarrollar un sistema, con base en el RILVI, o bien hacer más eficiente a éste ampliando sus criterios de búsqueda, con el objetivo de permitir la correlación de librereros, editores, distribuidores y lectores.

4. Por lo general la formulación de políticas públicas lleva más tiempo que las acciones de los particulares. En tanto las cámaras del libro logran el apoyo de sus gobiernos para la formulación de políticas públicas que puedan combatir los problemas específicos de la industria editorial en cada país, se pueden implementar experiencias que han sido exitosas en otros países, sobre todo en el terreno de la distribución. Dos acciones de cooperación entre editores que han tenido excelentes resultados son: 1) crear, a través de una fundación o bien en el mismo seno de las cámaras del libro, esquemas de financiamiento para la apertura de librerías, un buen referente es ADELCO en Francia; 2) también, mediante el apoyo mutuo y el financiamiento de los interesados, promover la apertura de empresas distribuidoras. Ambas prácticas tienen más posibilidades de éxito en los países donde existe el precio fijo.

5. Hacer más negociaciones de derechos de autor, trabajando como bloque editores de varios países, para compartir inversión, tiraje y promoción, de ese modo se ofrece un mercado más amplio a los titulares de derechos. Este tipo de negociaciones son la fortaleza del mercado de derechos de autor en lengua inglesa.

6. Las cámaras del libro necesitan realizar periódicamente estudios que permitan visualizar cuál es la aportación que hace la industria editorial al PIB nacional y conocer cuál es la relevancia del sector en relación con otras industrias culturales. Con base en ello, negociar la generación de políticas públicas conducentes al desarrollo de la industria del libro.

7. Buscar acuerdos para abaratar costos de transporte, en caso de no haber políticas públicas tendientes a ello, negociar con empresas de transportación para contar con tarifas preferenciales, tanto en el ámbito local como internacional.

8. En los países donde aún no hay precio fijo trabajar para lograrlo, para ello pueden ser de gran utilidad las experiencias en otras naciones.

9. Se recomienda a los países que aún no se han sumado al *Acuerdo de alcance parcial para la conformación del mercado común del libro latinoamericano*, firmado por Brasil y Uruguay, que se adhieran a él.

VIII. MEDIDAS COMPENSATORIAS PARA ATENUAR LA ASIMETRÍA EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL DE LIBROS ENTRE ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA

La asimetría en el intercambio comercial de libros entre España y América Latina está marcada por la falta de desarrollo de la industria editorial en los países latinoamericanos y sus limitaciones para satisfacer sus mercados internos, ambos hechos constituyen un campo fértil para los editores españoles. Realizar estudios que ayuden a comprender la dinámica del comercio internacional del libro, tanto a nivel regional como interregional, es una tarea que demanda atención urgente, si se desea contrarrestar la hegemonía que actualmente mantiene España sobre los países de América Latina.

Cada nación latinoamericana, aunque haya firmado acuerdos internacionales a favor de la libre circulación del libro, o bien para favorecer el intercambio comercial con determinados países, tiene políticas específicas y diferenciadas dependiendo del país con el que comercia, por ejemplo, México graba de manera distinta los pagos por derechos de autor que realiza a editores españoles que los destinados a argentinos o chilenos. Del mismo modo ocurre con el costo de las exportaciones e importaciones, que implican una inversión diferente dependiendo de cuál sea su origen o destino, no sólo por la transportación, sino por el tratamiento diferencial del IVA⁶⁷ y los aranceles que se aplican en algunos países, todo ello hace que intentar comprender las especificidades del comercio del libro en Iberoamérica sea un trabajo complejo.

Para proponer medidas compensatorias que permitan contrarrestar el efecto de las subvenciones que recibe la industria editorial española es necesario, además de un análisis profundo, voluntad política tanto de España como de los países de América Latina para emprender tareas como las siguientes:

1. Dado que las medidas compensatorias son las que toma un país importador, generalmente en forma de aumento en el pago de derechos (pago de impuestos, doble tributación, aranceles especiales, etc.), con el fin de contrarrestar las subvenciones concedidas por el país exportador a sus productores o exportadores; y que generalmente las compensaciones se aplican bajo el argumento de que las subvenciones del país exportador afectan la economía y la producción nacional del país importador, España tendría que demostrar apertura para conocer las subvenciones que concede a su comercio internacional del libro.

2. En tanto, en América Latina, también es indispensable contar con un estudio pormenorizado del tratamiento arancelario específico que recibe el libro en cada país.

El análisis de los puntos anteriores es indispensable para proponer compensaciones específicas para las subvenciones que concede España a sus editores. Una de las instancias propicias para solucionar estas diferencias es la Organización Mundial de Comercio (OMC), a la cual se han adherido la mayoría de los países iberoamericanos. El Acuerdo de la OMC sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias somete a disciplina la utilización de subvenciones y reglamenta las medidas que los países pueden adoptar para contrarrestar los efectos de las subvenciones. El Acuerdo prevé que un país pueda utilizar el procedimiento de *solución de diferencias* de la OMC para tratar de lograr la supresión de la subvención o la eliminación de sus efectos desfavorables, o que el país pueda iniciar su propia investigación y aplicar finalmente derechos especiales ("derechos compensatorios") a las importaciones subvencionadas que se concluya causan un perjuicio a los productores nacionales.

En el marco de la OMC, conforme a la Declaración Ministerial de Doha, el mecanismo de *solución de diferencias*, tiene por fin brindar un espacio de diálogo a los países que quieren negociar medidas compensatorias, regular normas antidumping y subvenciones, acceso a mercados y trato especial y diferenciado.

No obstante, además de las acciones urgentes en el campo de lo económico y del comercio internacional, es necesario no perder de vista que la industria editorial es una industria cultural y como tal es expresión y factor de diversidad cultural. Asegurar la continuidad de la edición independiente tiene un papel decisivo, tanto para el desarrollo económico y social de América Latina, como para el respeto y fortalecimiento de la diversidad cultural. El papel de la edición independiente como factor imprescindible de la diversidad cultural ha venido obteniendo reconocimiento por parte de instituciones, organismos internacionales y Estados, y ha quedado plasmado, junto a otras industrias culturales, en la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales aprobada por UNESCO, en la cual quedó acuñado el término bibliodiversidad, principio que ahora forma parte estructural de los apoyos a la industria del libro en más de cincuenta países.

En este sentido Georges Poussin⁶⁸, Director del Libro e Industrias Culturales de la UNESCO, ante el desequilibrio que experimenta el intercambio comercial de libros no sólo en América Latina sino entre

⁶⁷ Ver cuadro comparativo de trámites de exportación e importación realizado por el CERALC en http://www.cerlalc.org/secciones/otros_servicios/acuerdos.htm

⁶⁸ Georges Poussin, *La UNESCO y las políticas nacionales del libro. ¿Hacia un nuevo paradigma?*, ponencia presentada en el Foro Iberoamericano sobre el libro, la lectura y las bibliotecas en la sociedad del conocimiento en Santiago de Chile, 2008.

diversos países, en el marco del Foro Iberoamericano sobre el Libro, la Lectura y las Bibliotecas en la Sociedad del Conocimiento, en Santiago de Chile, en 2008, se manifestó a favor de que: “La penetrabilidad de las fronteras debe coexistir con una necesidad de soberanía (...), es responsabilidad de los países velar para que la diversidad cultural y lingüística dentro sus fronteras quede reflejada en los productos que se derivan de su industria editorial”. El dominio de los grandes grupos editoriales en los países de América Latina amenaza la supervivencia de la edición independiente y con ella la de la bibliodiversidad, al homogeneizar la oferta y reducir el margen de maniobra de los pequeños editores, en un plano de competencia desigual. En el mismo evento, Poussin también consideró que “es evidente que tenemos ante nosotros la exigencia de crear nuevos paradigmas, nuevas evidencias compartidas a nivel internacional”.

Es indudable que las medidas compensatorias que permitan revertir la asimetría comercial del libro entre España y América Latina no pueden circunscribirse únicamente al plano mercantil y partir de criterios económicos, ante todo necesitan diseccionarse a garantizar que las empresas locales y editoriales independientes puedan desarrollar su trabajo y continuar con su labor de enriquecer el panorama y patrimonio culturales, sobre todo hoy cuando es claro que los criterios de rentabilidad no son fáciles de conciliar con la producción intelectual que enriquece la diversidad cultural. Para cumplir con este objetivo es necesario establecer compromisos que beneficien y protejan la bibliodiversidad en toda Iberoamérica. Una vía natural para lograrlo son las Cumbres Iberoamericanas, en el marco de ellas se puede pugnar para establecer mecanismos que garanticen y fomenten la distribución e intercambio de libros de manera diversa y equitativa, con vías a asegurar la bibliodiversidad. Este trabajo puede estar encaminado a que los acuerdos se integren a los *Programas de Cooperación*, con acciones como: a) la realización periódica de estudios para la comprensión de la problemática de la industria editorial en la zona, dirigidos a compensar la asimetría actual en el intercambio comercial de libros entre España y América Latina, y b) la realización de compras, por parte de España, a la industria editorial local de los países latinoamericanos, para difundir y dar presencia a los libros latinoamericanos tanto en sus bibliotecas públicas como en librerías, en favor de la bibliodiversidad.

IX. CONCLUSIONES

Diversos autores han propuesto medidas para lograr que el intercambio comercial de libros entre España y América Latina ofrezca beneficios para ambas partes⁶⁹. La mayoría de las acciones tendientes a lograrlo dependen del trabajo coordinado entre autoridades gubernamentales y todos los involucrados en la producción y consumo del libro. La desigualdad entre España y América Latina se centra en las condiciones de atraso que tiene la industria editorial latinoamericana con respecto al desarrollo de la española, así como en la disparidad y desfavorables condiciones de competencia que enfrentan los editores locales frente a las compañías multinacionales instaladas en sus países, hechos que se han analizado en foros, seminarios y paneles de expertos⁷⁰.

Este trabajo expone elementos que evidencian como las condiciones económicas, sociales y políticas de los países latinoamericanos han actuado en detrimento del desarrollo de su industria editorial. Los editores de América Latina padecen mercados estrechos y atomizados. Sus debilidades son la creciente reducción de los principales puntos de venta: las librerías, el bajo poder adquisitivo de la población, la falta de conocimiento de las necesidades y hábitos de los lectores, la piratería y la reprografía sin control; en el terreno empresarial, la concentración de la producción y oferta editoriales, en las compañías con mayor capital de inversión, están aniquilando a pequeñas y medianas editoriales y librerías.

La producción editorial nacional no cubre las necesidades internas y todos los países enfrentan un desequilibrio entre sus importaciones y exportaciones. Las naciones líderes en exportaciones de libros, como España y Estados Unidos, ante estas circunstancias, se han convertido en los principales abastecedores de libros de la región. Los grandes consorcios de medios de comunicación han establecido filiales de sus editoriales en casi todos los países de la zona y, estas empresas son quienes realizan los mayores volúmenes de producción, asumen la distribución y dominan las exportaciones.

Ante este panorama las acciones de los Estados han sido insuficientes, en la mayoría de los casos no han actuado como mediadores para resolver problemas legislativos, crediticios y de infraestructura para equilibrar, hacer eficiente y fuerte el mercado local. Del mismo modo, ante la omisión del destacado papel de la industria del libro como fuente de desarrollo social, cultural y económico, hoy América Latina depende del exterior para satisfacer sus necesidades de libros, ello limita el acceso a la lectura, la educación y el conocimiento de su población.

Si bien el trabajo de los editores, a pesar de las condiciones desfavorables, ha logrado incrementar en los últimos tres años el número de títulos publicados y enriquecer con ello la bibliodiversidad, las condiciones de su mercado local y la falta de apoyos para la exportación han hecho que más de la mitad de esa producción se pierda, por falta de canales para su distribución y comercialización tanto a nivel nacional como internacional.

Las iniciativas de quienes conforman la cadena de producción del libro pueden lograr cambios, pero carecen de la penetración y el alcance necesarios para revertir problemas que no se resuelven por acción de la oferta y la demanda. Definitivamente estamos ante problemas que requieren un marco regulatorio, políticas públicas y acuerdos internacionales. La situación actual de la industria editorial en América Latina demandan la participación decidida de los gobiernos, para armonizar los intereses de todos los que confluyen en la producción y consumo del libro como un bien cultural.

⁶⁹ Ver en especial: Ricardo Nudelman, "Para equilibrar la balanza comercial", en *Libros de México*, Número 90, México, agosto-octubre 2008.

⁷⁰ Ver CERLALC, *Agenda de políticas públicas para el libro y la edición* en <http://www.cerlalc.org/documentos/agenda.pdf>

BIBLIOGRAFÍA

- ALADI, *Acuerdos vigentes* en <http://www.aladi.org>
- Banco Mundial, *Datos e investigación*, en <http://www.bancomundial.org/investigacion/>
- Calasso, Roberto, *et al.*, *Negociación de derechos. Trascendiendo fronteras, Memoria del III Foro Internacional de Editores FIL de Guadalajara*, México, Feria Internacional del Libro de Guadalajara, CERLALC, Cámara Nacional de la Industria Editorial de México, Universidad de Guadalajara, 2005.
- Cabanellas, Ana María, "La edición en español en América", ponencia presentada en el II Congreso Internacional de la Lengua Española, en http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/2_la_edicion_en_espanol/cabanellas_a.htm
- Cavaliere, Alejandro, "El libro en las políticas editoriales españolas e internacionales en el siglo XXI", en <http://www.gestioncultural.org/gc/boletin/pdf/bgc13-ACavaliere.pdf>
- CERLALC, *Agenda de políticas públicas para el libro y la edición*, en <http://www.cerlalc.org/documentos/agenda.pdf>
- CERLALC, *El espacio iberoamericano del libro 2008*, Sao Pablo, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal, Camara Brasileira do Livro, Fundación Grupo Iberoamericano de Editores, 2008.
- CERLALC, *Estudio de Canales de Comercialización del Libro en América Latina y El Caribe, con énfasis en librerías* (2003), en <http://www.cerlalc.org/Tomo1/Tomo1.zip>
- CERLALC, "Por una agenda para las librerías de América Latina", en Boletín de la Red Latinoamericana de Librerías No. 11, dossier, en http://www.cerlalc.org/nuevo_boletin/08/RedLibreros11/editorial.htm
- Cumbres iberoamericanas de jefes de Estado y de Gobierno, *Programas de Cooperación*, en <http://www.cumbresiberoamericanas.com/principal>
- Escalante Gonzalbo, Fernando, *A la sombra de los libros, lectura, mercado y vida pública*, México, Colegio de México, 2007.
- FEDECALI, *Comercio exterior del libro 2006*, Federación Española de Cámaras del Libro, en <http://www.fedecali.es/estadisticasframe.htm>
- FEDECALI, *Comercio exterior del libro 2007*, Federación Española de Cámaras del Libro, en <http://www.fedecali.es/estadisticasframe.htm>
- FEDECALI, *Comercio interior del libro en España 2006*, Federación Española de Cámaras del Libro, en <http://www.fedecali.es/estadisticasframe.htm>
- FEDECALI, *Comercio interior del libro en España 2007* (avance), Federación Española de Cámaras del Libro, en <http://www.fedecali.es/estadisticasframe.htm>
- Fernández Ballesteros, Carlos A., *Diagnóstico del derecho de autor en América Latina*, Bogotá, CERLALC, 2007.
- García Canclini, Néstor, *et al.*, *Industrias culturales y desarrollo sustentable*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Organización de estados Iberoamericanos, 2004.
- García Canclini, Néstor, *et al.*, *Lectores, espectadores e internautas*, Barcelona, Gedisa, 2007.
- García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras Feria, *Las industrias culturales y el desarrollo en México*, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Siglo XXI editores, 2006.
- García Mainou, Ricardo, "¿Importar, reimprimir o suprimir? ¿Cómo llegan a México los libros españoles?", en *Libros de México*, Número 90, México, agosto-octubre 2008.
- Institute for statistics UNESCO, *Internacional Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003*, Montreal, UNESCO, 2005.
- Jaramillo, Bernardo, "El TLC y la industria editorial" en *Pensar el Libro*, CERLALC, Edición 01, octubre-diciembre de 2004.
- Korda, Michael, *Editar la vida. Mitos y realidades de la industria del libro*, México, Debate, 2004.
- Lindoso, Felipe, "El ALCA y la industria editorial", en *Pensar el Libro*, CERLALC, Edición 01, octubre-diciembre de 2004.
- Martínez Alés, "Preguntas y respuestas sobre el precio fijo" en *Pensar el Libro*, CERLALC, Número 04, agosto de 2006.
- Matsuura, Koïchiro, *et al.*, *Los editores independientes del mundo latino y la bibliodiversidad*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, CERLALC, Unión Latina, Alianza de Editores Independientes, 2007.
- Nudelman, Ricardo, "El desequilibrio realmente existente", en *Tramas y Texturas*, Número 2, Madrid, agosto de 2007, consultado en <http://www.fce.com.mx/prensaDetalle.asp?art=8871>
- Nudelman, Ricardo, "Para equilibrar la balanza comercial", en *Libros de México*, Número 90, México, agosto-octubre 2008.
- Ottieri, Alberto, *et al.* *La distribución del libro en el continente americano. Memoria del IV Foro Internacional de Editores FIL de Guadalajara*, México, Feria Internacional del Libro de Guadalajara, CERLALC, Cámara Nacional de la Industria Editorial de México, Universidad de Guadalajara, 2006.
- Schiffirin, André, *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*, México, Era, 2000.
- Schiffirin, André, *El control de la palabra*, México, Era, 2006.
- Torres, Mónica, *Derechos reprográficos y gestión colectiva*, documento utilizado como base en el curso "El derecho de autor y los derechos conexos en el entorno digital", organizado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y la Sociedad General de Autores y Editores, en Asunción, 2005.
- UNESCO, *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo de las políticas públicas*, UNESCO, 2005, en <http://portal.unesco.org/culture/en/files/>
- Uribe, Marcelo, "El acceso al libro y el precio único" en *Pensar el Libro*, CERLALC, Número 04, agosto de 2006.

Elena Enríquez Fuentes

Es consultora, editora, docente y periodista mexicana. Imparte en la Universidad del Claustro de Sor Juana las materias Autoría del Trabajo Intelectual, Legislación Cultural y Políticas Culturales, en las licenciaturas del Colegio de Arte y Cultura. Asimismo, se desempeña como editora, consultora editorial y en derechos de autor en diversas instituciones académicas. También colabora como articulista para publicaciones como el periódico *El Universal* y la revista *Libros de México*, de la Cámara Nacional de la Industria Editorial de México (CANIEM), con artículos sobre edición, política cultural y economía de la cultura.

Se ha desempeñado como Directora de Publicaciones del Programa Cultural Tierra Adentro, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) y de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales México (FLACSO), entre otras instituciones donde ha ejercido este cargo. Coordinó el Programa Enlace Universitario, del Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CEMPRO), a través del cual logró la incorporación, a esta sociedad de gestión colectiva, de más de 40 instituciones académicas, entre ellas las de mayor prestigio e importancia en el país. Fue encargada de elaborar la Política Editorial Institucional y en Derechos de Autor del Colegio de Sonora, del Colegio de la Frontera Norte, de la FLACSO y el CIDE. Regularizó la adquisición de los derechos patrimoniales de todas las publicaciones del CIDE y la FLACSO, hecho que les permite a estas instituciones comercializar sus ediciones en cualquier formato. Ha realizado diversos acuerdos de coedición entre instituciones académicas y editoriales nacionales e internacionales, así como negociaciones para la compra y venta de derechos de autor.