

Comisión de Comercio Exterior y Ferias Internacionales

LINEAMIENTOS PARA UN PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR EDITORIAL 2021-2023

CÁMARA ARGENTINA DEL LIBRO
MAYO 2021



La industria del libro argentino en un nuevo contexto global

Durante las últimas dos décadas el sector editorial ha experimentado profundas transformaciones a nivel global, tanto en términos de sus modos de producción como en su modelo de negocios. Estos cambios se ven reflejados en numerosas dimensiones claves del mundo del libro, algunas de las cuales son:

- Concentración de la producción editorial, polarizada por un lado en un pequeño número de grandes grupos editoriales con alcance transnacional y, por otro, un amplio y diverso arco de pequeñas y medianas empresas dinámicas y creadoras de empleo y oferta editorial, pero con mayores dificultades para internacionalizarse.
- Cambios en los consumos culturales a partir del desembarco de nuevas plataformas audiovisuales, consumos digitales bajo demanda, etc., lo cual redundará en nuevas formas de promoción, difusión y visibilización de los contenidos editoriales.
- Modificaciones de los hábitos de lectura a partir de la explosión en el uso de los dispositivos móviles y la digitalización de los contenidos con una tendencia a la diferenciación entre lectura “útil”, en la que crece el uso de dichos dispositivos, y lectura “por placer”.
- Aparición de nuevos y poderosos actores en el campo de la comercialización (Amazon, Mercado libre, etc.) que afectan también radicalmente los modos de distribución, comercialización y acceso

tradicionales del ecosistema del libro, tanto para el libro en formato digital como para el formato impreso.

- Nuevas formas de promoción a través de redes sociales y herramientas digitales capaces de segmentar y jerarquizar con criterios autónomos los consumos, nuevas plataformas de distribución de contenidos, con la consecuente adaptación de las obras a nuevos formatos.
- Desarrollo y crecimiento del *e-commerce*, tanto para libros físicos como digitales, nuevos procesos de impresión digital bajo demanda que conviven con el offset tradicional.
- Innovaciones tecnológicas en el proceso de producción. Por un lado, contribuyeron a simplificar y abaratar gran parte de los procesos de edición. Por el otro, posibilitaron reducir las tiradas a fin de ajustarlas a la demanda real de la obra, y disminuir los costos asociados a la acumulación de stock.

En términos generales, las editoriales argentinas han tenido flexibilidad y predisposición para adaptarse a estos nuevos procesos, muchas de ellas han digitalizado buena parte de sus catálogos, se adaptaron a las nuevas tendencias en materia de promoción, pero encuentran dificultades para acoplarse individualmente a las nuevas herramientas de distribución y comercialización que exigen grandes inversiones, imposibles de afrontar de manera aislada y sin apoyo económico y técnico. Sin embargo, queda aún mucho por hacer para potenciar las capacidades del sector. Los cambios radicales que atraviesa la industria del libro a nivel global y las políticas, legislaciones y medidas que se han ido tomando en países de nuestra misma lengua, permiten advertir que el mundo del libro y la edición mantiene una gran potencialidad como generador de contenidos culturales, dinamizador del empleo y exportador de productos culturales con valor agregado, tanto en términos materiales como simbólicos. En síntesis, el sector editorial argentino posee saberes,

contenidos y capacidades para profundizar su presencia e influencia tanto a nivel local como regional, pero requiere para ello la mutualización de esfuerzos en los vectores que requieren inversiones extraordinarias: distribución, comercialización e internacionalización. En estos campos resulta fundamental el desarrollo de políticas con participación del sector editorial argentino que permitan facilitar la convergencia y articulación de esfuerzos, y flexibilizar la capacidad exportadora de la producción editorial argentina.

Es decir, el libro, en sus versiones tanto física como digital, sigue siendo un objeto cultural con potencialidad, demanda y mercados, así lo demuestra el vigente dinamismo del sector en los países con industrias del libro consolidadas. Desde luego, dicho dinamismo, en un nuevo contexto de consumos culturales con actores novedosos y mayor competencia, exige crear las condiciones para su desarrollo tanto a escala local como en términos internacionales a través de la exportación e internacionalización.

Una industria editorial argentina vigorosa y pujante, generadora de empleo, contenidos y obras de concepción y producción argentina solo será posible en los próximos años con una expansión de sus mercados más allá de las fronteras nacionales. Nuestro país cuenta en este sentido con herramientas, saberes y actores altamente capacitados durante años para dar un salto no solo exportador en términos de libros físicos, sino también de internacionalización de su producción en términos más amplios.

Para lograr estos objetivos harán falta operaciones comerciales, institucionales y culturales de corto, mediano y largo plazo que permitan desarrollar la presencia de la producción editorial argentina en mercados externos. En este sentido, es preciso distinguir entre acciones puntuales que pueden darse de forma aislada y la internacionalización propiamente dicha, que supone adaptaciones de las empresas orientadas a afianzar, incrementar o diversificar su posición internacional.

Ahora bien, tal como es posible constatar en los países que han llevado adelante con éxito dichos procesos, resulta clave la cooperación activa e institucionalizada que se desarrolle en el mediano y largo plazo entre los actores del campo editorial propiamente dicho y los poderes públicos. En este sentido, las políticas públicas y sectoriales dedicadas a promover la internacionalización editorial, mediante la creación de condiciones económicas, comerciales e institucionales favorables y la adquisición y perfeccionamiento de

capacidades específicas de empresas y actores, son las mejores herramientas disponibles para la puesta en práctica de dicha colaboración virtuosa entre los actores de este mercado cultural y el Estado.

En resumen, el desarrollo de mercados editoriales externos y la internacionalización en sentido extendido implicarán también el desarrollo de herramientas que permitan potenciar:

- a. La exportación física de libros propiamente dicha. A diferencia de otras regiones lingüísticas compuestas por uno o muy pocos países, el número de naciones que conforman el espacio de la lengua castellana entraña un gran potencial para esta clase de comercio.
- b. La venta de derechos de traducción. Y, en cierta medida, también la compra de derechos de traducción, pues sumar obras traducidas apuntala el prestigio y la competitividad de un catálogo editorial en otros mercados nacionales que comparten la lengua.
- c. La venta de otros derechos subsidiarios, tales como los derechos para la producción de series o películas derivadas de una obra.
- d. La venta de libros digitales y de libros físicos a través de impresiones locales por demanda.
- e. La coedición internacional. Esta operación implica una asociación de carácter puntual o estratégica entre sellos de distintos países que apunta a facilitar la circulación de la obra y reducir parte de los costos de producción.
- f. Creación de filiales, distribuidoras, departamentos de promoción o compra de sellos en terceros países.
- g. Otras formas de internacionalización que habitualmente no son consideradas dentro de la categoría de internacionalización editorial, pero que adquieren cada vez mayor importancia y peso en un espacio global crecientemente interconectado como la exportación de servicios editoriales, digitales y gráficos.¹

¹ Dujovne, Alejandro, 2020, *Políticas y estrategias de internacionalización editorial en América Latina*. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC-UNESCO). Bogotá. Pp. 13-15.

Además, otra dimensión clave de la internacionalización editorial, complementaria a las operaciones de carácter comercial, es la promoción de la cultura nacional a través de sus escritores e intelectuales y sus obras. Ahora bien, en este contexto de transformaciones veloces, las necesidades de formación y adaptación de las empresas y los actores se acelera y las experiencias de países vecinos demuestra que para evitar “adaptaciones” brutales como la de la industria de la música se hace necesario un trabajo de sinergia entre Estado y actores de la industria del libro. Casos como los de España, Francia y en cierta medida Colombia y Brasil demuestran la necesidad de este tipo de colaboración².

Las razones de corto y mediano plazo para un Plan de internacionalización del Sector editorial comercial argentino

Las exportaciones del sector editorial argentino, que se encuentran estancadas desde hace varios años, se enfrentan a nuevos y enormes desafíos. El gran proceso de transformación en el que ha estado inmerso el sector editorial a nivel global durante los últimos años sin dudas se acelerará de manera desigual a partir del impacto de la pandemia de Covid 19 y sus consecuencias para el sector. Sin embargo, aun en este contexto, consideramos que el potencial de crecimiento en materia de internacionalización del sector editorial argentino es muy alto. En el siguiente esquema FODA, presentamos brevemente un cuadro de situación del sector:

² Para un estudio detallado de los casos exitosos y las políticas llevadas adelante en países de nuestra región ver el trabajo de Alejandro Dujovne: Políticas y estrategias de internacionalización editorial en América Latina, CERLALC-UNESCO, 2020. Disponible en: <https://cerlalc.org/publicaciones/politicas-y-estrategias-de-internacionalizacion-editorial-en-america-latina/>

Fortalezas	Oportunidades
<p>Excelente formación de traductores, con presencia en catálogos internacionales.</p> <p>Calidad de las obras argentinas, tanto en términos de contenidos como de diseño y producción editorial</p> <p>Catálogos con amplios fondos de larga duración y exportables: clásicos, grandes autores traducidos en Argentina, obras cumbre de la literatura y pensamiento latinoamericano.</p> <p>Ilustradores de nivel internacional y una pujante literatura infantil y juvenil premiada internacionalmente, original y competitiva en términos de factura material</p> <p>Una nueva generación de autoras y autores de ficción y no ficción, reconocidos y premiados, con presencia internacional y potencial de mayor traducción a mediano plazo.</p>	<p>Catálogos “internacionalizables” en términos de contenido, calidad de traducciones y riqueza temática</p> <p>Stocks inmovilizados disponibles para exportación a precios competitivos</p> <p>Reconocimiento internacional de una multiplicidad de sellos argentinos garantes de la calidad de sus obras.</p> <p>Potencial y competitividad para impulsar ventas institucionales a organismos oficiales en Latinoamérica y España</p>

<p>Editores con redes de contactos en el exterior gracias a su presencia permanente en ferias y a sus vínculos con colegas extranjeros contruidos durante décadas.</p>	
<p>Propensión al trabajo de cooperación colectivos de las editoriales medianas y pequeñas en el campo de la internacionalización: comprensión de la necesidad de mutualizar esfuerzos.</p>	
<p>Personal dedicado a comercio exterior en la Cámara Argentina del Libro y activa Comisión de comercio exterior en la materia formada por editores</p>	<p>Potencial para el desarrollo de mercado de derechos (tradicional, coedición, adaptación audiovisual, entre otros).</p> <p>Implementación y difusión de Programas “Key titles” con posibilidades de sinergia con representaciones culturales argentinas en el exterior</p>
<p>Jornadas profesionales con presencia internacional anual en la FIL de Buenos Aires, una de las más importantes ferias de la lengua castellana</p>	<p>Potencialidad de la imagen de la cultura argentina. Instalar a la edición argentina como marca país</p>

<p>Diversidad de la producción editorial argentina: alrededor de 28000 novedades en 2019 en todos los géneros</p> <p>Tradición exportadora y vínculos internacionales construidos en el largo plazo</p> <p>Diferentes agencias, programas y políticas públicas que de forma coordinada podrían acompañar al sector en este campo de acción sin necesidad de apelar a la creación de nuevas estructuras burocráticas en el corto plazo. Entre ellos, cabe destacar al Programa Sur de la Dirección de Asuntos Culturales de Cancillería.</p>	<p>Transformación tecnológica del sector en curso</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Dificultades para el control de los precios en destino, necesidad de disminuir la volatilidad de las relaciones comerciales en el largo plazo a partir de condiciones estables, mantener “vivas” las redes comerciales y de cooperación.</p>	<p>Crisis durante la pandemia y pospandemia.</p> <p>Transformación de los canales comerciales pos crisis covid 19, cierre de librerías y estrategias agresivas de los actores que tendencialmente aspiran a monopolizar la comercialización bajo criterios que muchas veces desconocen las particularidades del comercio del libro y los mercados culturales.</p>

Distancia geográfica con otros mercados: necesidad de crear herramientas de abaratamiento de los costos logísticos en sinergia con el sector público (tal como han hecho por ejemplo España o Francia)	Penetración de España en los mercados latinoamericanos: posible <i>dumping</i> pospandemia para liquidar sus excedentes en América Latina y profundización de la presencia de empresas españolas en Argentina en busca de negocios financieros de corto plazo
Falta de contacto con la prensa en el exterior, dificultades de comunicación con el lector en otros países. Necesidad de desarrollar herramientas de promoción adaptadas y estrategias de cooperación con actores de la política cultural argentina en cada mercado.	
Precio del papel en Argentina	Riesgo de incobrabilidad
Ausencia de planes crédito y financiamiento para exportaciones sostenidos en el mediano plazo	Aumento de las novedades editoriales en los mercados de destino, políticas proteccionistas para las producciones locales en países de destino.

Necesidad de mayores créditos para desarrollar misiones comerciales y garantizar la perdurabilidad de los vínculos de este orden	
Regulaciones del BCRA que impiden estrategias agresivas de comercialización en el exterior	

En el estudio realizado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) sobre este tema (Dujovne, 2020³), se señala que, para obtener una visión comprensiva de las modalidades de desarrollo de mercados editoriales externos y de las políticas tendientes a favorecerlas, es necesario adoptar una noción amplia de internacionalización en sintonía con la estrategia a corto, mediano y largo plazo a la que hemos referido.

En este mismo estudio, se señala:

“...Una política de internacionalización editorial sólida y comprensiva resulta necesaria en América Latina para posibilitar que un mayor número de empresas y proyectos pequeños y medianos operen en un entorno mundial y accedan a nuevos lectores y mercados alrededor del mundo. Desde un punto de vista económico, el desarrollo de mercados editoriales externos promueve el crecimiento general del país y dinamiza la demanda laboral. Desde uno cultural, favorece una presencia internacional de la producción literaria e intelectual

³ Dujovne, Alejandro, op. cit.

nacional más amplia y vigorosa. Además, al afianzar el funcionamiento de una pluralidad de sellos, contribuye a fortalecer la bibliodiversidad en el plano interno...”

A su vez, para desarrollar un plan de internacionalización se insiste en que:

*“...La variable temporal constituye una dimensión clave de análisis. El desarrollo sostenible de mercados externos demanda la incorporación de capacidades y conocimientos muy específicos, y el establecimiento de vínculos de colaboración y negocios con actores en esos mercados. **Ambos procesos exigen tiempo y sus resultados se perciben luego de transcurrido cierto plazo.** Esta temporalidad suele contrastar con los lapsos habituales de las políticas estatales o sectoriales en nuestra región. Las experiencias más interesantes y que mejores resultados han dado en América Latina son aquellas que, aun con cambios, se han mantenido en el tiempo. Y dentro de estas, se destacan aquellas que se estructuran en una estrategia o un programa con objetivos de mediano y largo plazo que articulan una serie de acciones...La internacionalización editorial de los países latinoamericanos está supeditada a una serie de condiciones de orden cultural, económico y político que limitan su desarrollo. A fin de superar esas limitaciones es preciso contar con políticas de internacionalización **comprensivas, eficaces y estables** que permitan que los actores del libro pequeños y medianos, destinatarios naturales de esta clase de apoyos, operen en un entorno global y alcancen nuevos públicos y mercados en todo el mundo...”*

El autor da cuenta de condicionamientos a escala internacional y nacional para la internacionalización del sector editorial:

1. Posición dominante del idioma inglés para el mercado de derechos de traducción: El inglés abarca entre un 55% y 60% del total de lo traducido en el mundo. El castellano representa alrededor del 1% del mercado de derechos de traducción a nivel global.
2. El mercado de lengua castellana está también marcado por grandes desigualdades. España tiene una posición dominante tanto para la venta de derechos de traducción como para la venta de libros físicos. En este sentido, se pueden advertir los efectos de políticas aplicadas en dicho país durante las últimas décadas con el objetivo de internacionalizar su producción (ver al respecto el informe del CERLALC ya citado).
3. Respecto a los condicionantes para el proceso de internacionalización en el interior de cada país, Dujovne señala que los países con *“un mercado grande y consolidado están en mejores condiciones de acceder a otros mercados que uno más chico. Un mercado amplio, profesionalizado, diverso, con segmentos muy especializados y una historia prolongada, con autores, obras y editoriales de renombre, resulta más visible y atractivo que un mercado más acotado y menos diferenciado...”*.

Además, es importante analizar el grado de concentración y extranjerización de la producción editorial. La concentración remite a la pérdida de bibliodiversidad, mientras que la extranjerización dificulta la internacionalización del sector ya que:

“...cuando son las multinacionales las que definen el mercado, el objetivo está puesto en el mercado interno por lo que la internacionalización no es un objetivo. Son las editoriales nacionales las que salen a buscar mercados internacionales”.

Debido a numerosos factores (tradicción, dinamismo y vitalidad de las editoriales pequeñas y medianas argentinas, nivel de instrucción e índices de lectura de su población, etc.), el mercado editorial argentino

tiene una posición privilegiada en Latinoamérica para avanzar en un proceso planificado y sostenido en el tiempo de internacionalización. Contamos con un mercado en el que las editoriales Pymes argentinas representan alrededor del 49% de los ejemplares impresos y un 61% de los títulos publicados⁴. Contamos además con un mercado profesionalizado en todas sus instancias, desde la producción a la comercialización, y con autores de gran prestigio y renombre internacional. A su vez, la Cámara Argentina del Libro, que agrupa al sector editorial Pyme, es una institución de reconocida trayectoria, con personal dedicado de manera exclusiva a tareas vinculadas al Comercio exterior, y una Comisión de editores trabajan activamente en esta área.

Propuestas para avanzar en la internacionalización del Sector editorial argentino

Desde la CAL, consideramos que es fundamental la elaboración de políticas integradas entre las distintas agencias estatales y el sector editorial, a través de la ejecución de un plan estratégico sostenido en el tiempo. Para alcanzar el objetivo de un crecimiento de las exportaciones y contribuir a la internacionalización del sector, proponemos un plan que se estructure alrededor de los siguientes ejes para el trienio 2021-2023:

1. Participación en Ferias internacionales

Las ferias internacionales representan un espacio privilegiado para el intercambio entre editores, distribuidores, responsables de derechos, y profesionales del libro en general. Desde el año 2008, AAICI

⁴ Fuente CAL- Informe ISBN

financia la adquisición de stands y su acondicionamiento. Este apoyo permitió contar con stands más amplios y mejor preparados. En 2019, Argentina participó en las Ferias de Bologna, Frankfurt y Guadalajara. En dicho marco, las editoriales pagan un costo de participación a AAICI, los editores abonan una tarifa subsidiada para el envío de libros a través de la CAL, y abonan costos de pasajes y estadías. A partir de la situación de crisis del sector que se profundizó en 2018, la tendencia de la participación de los editores ha sido decreciente. En una primera instancia, consideramos clave avanzar en políticas de corto plazo para revertir esta situación, tales como:

- Subsidio de una bolsa de pasajes para la participación de editores en ferias internacionales durante el trienio.
- Promoción de la nominación de “Argentina país invitado de honor” en ferias latinoamericanas de primer o segundo orden: coordinación anticipada con embajadas y consulados argentinos en un conjunto países seleccionados
- Detección y participación en Ferias de interés en campos específicos (comics, universitarias, infantil y juvenil, etc.)

2. Misiones comerciales

- Detección de al menos 3 mercados para desarrollar un programa activo y sostenido de misiones comerciales. La selección de estos mercados deberá contemplar:
 - a. Posibilidades de crecimiento (previo análisis estadístico y de participación de mercado, cantidad de editores que exportan a ese destino, actores locales con los que se trabaja, etc.)
 - b. Análisis cualitativo a partir de expectativas de los editores

- c. Estructura y capacidad de compromiso de las embajadas y delegaciones culturales de nuestro país en esos destinos
- Ampliar la promoción y los incentivos para las misiones de actores extranjeros en nuestro país, manteniendo el programa exitoso de la feria Internacional del libro de Buenos Aires que apunta en este sentido, pero buscando más alternativas y misiones de editores con afinidades temáticas, por ejemplo: ficción, poesía, infantiles, universitarios, STM (sigla en idioma inglés correspondiente al sector Ciencia, Tecnología y Medicina), etc. Elaborar previamente análisis de estrategias y un programa alrededor de esas invitaciones con clara intención de construir redes editoriales y comerciales. Podría coordinarse mediante un sistema de becas con representaciones argentinas en el exterior o bien a través de un programa de tipo “fellowship”, como el que llevan adelante otros países para construir redes profesionales duraderas.

3. Embajadores del libro argentino en el exterior

- Promover una estrategia de “embajadores del libro argentino en el exterior” en sintonía con las representaciones culturales de nuestro país en el extranjero. Convocar a personajes de la cultura argentina reconocidos en diferentes países para que colaboren con la difusión de la producción editorial argentina. Estos embajadores podrán provenir de diferentes campos, por ejemplo: escritores y escritoras, traductores y traductoras, académicos y académicas, personajes de la cultura, deportistas, actores y actrices, etc. En este sentido, desde hace unos años el Programa Sur de Cancillería lleva un registro de las personas que promovieron la traducción de las obras para las que se solicitó el subsidio. Este arco de prescriptores desempeña un rol clave que podría ser potenciado a través de una política adecuada.

4. Programa Argentina Key titles

- Desarrollar selecciones temáticas en función de los intereses del país destino en colaboración estrecha con las representaciones argentinas en el exterior
- Generación de recursos para intervenir a través de publicaciones digitales y *newsletters* para destinatarios claves en la difusión de autores y obras asociados a la estrategia de “Key titles” y a la presencia en Ferias internacionales. Posicionamiento de “Argentina Key titles” dentro del mercado de oferta de derechos a nivel internacional en diferentes ferias y salones.
- Participación de las embajadas en la promoción de este programa, asociado al Programa Sur de traducción, como diferentes herramientas de promoción de la cultura argentina en el exterior y de fomento a la traducción de obras argentinas
- Estrategia de colaboración entre traductores-editores, agencias-editores, etc. Conformación de redes de “influencers” a nivel local: editores, agentes, autores, etc. Se trata de mantener viva, a través de un abanico de actividades presenciales y/o virtuales, una red de vínculos con actores profesionales locales en cada país que estén informados sobre la producción editorial argentina, tanto para el desarrollo de sus propios catálogos como para poner en circulación dicha información entre sus colegas.
- In-traducción: programa para subsidio a la compra de derechos para el fortalecimiento de catálogos argentinos y de la oferta exportable.

5. Derechos asociados

- Estrategia multisectorial dentro de las industrias culturales, coordinada por AAICl o Secretaría de Cultura, para promover la oferta de derechos asociados.
- Estrategia para ofrecer derechos a plataformas internacionales (inteligencia de mercado y desarrollo de estudios temáticos), participación en salones y ferias dedicadas a estos mercados de derechos.

6. Fomento del comercio electrónico a escala internacional

- Programa de capacitación intensiva para editoriales en esta área
- Apoyos para la creación y actualización del entorno digital de las editoriales argentinas, e integración a los principales “market place” (Mercado libre, Amazon, etc.)

7. Capacitación

- Programas de profesionalización del sector.
- Capacitaciones en materia de comercio exterior previo análisis de experiencias exitosas como el programa chileno de capacitación para el sector editorial.
- Formación y capacitación de actores que puedan acompañar a las editoriales Pyme en la compra y venta de derechos para diferentes campos de la industria editorial. Generación de networking con agentes, desarrollo de estrategias colectivas para la venta de derechos de autor en el exterior.

8. Profundización de la “inteligencia comercial”

- En el pasado, los informes sectoriales producidos por las embajadas no aportaban datos de gran utilidad para el sector. En 2020, en el marco del diseño del plan de internacionalización propuesto por Cancillería, desde la CAL se elaboraron un conjunto de preguntas guía para la preparación de los informes de inteligencia comercial: La información recibida resultó ahora **muy valiosa**. Proponemos para el trienio 21-23 dar continuidad a la elaboración de informes del sector por parte de las embajadas. Mantener contacto periódico con los encargados para establecer líneas de trabajo entre las áreas de comercio exterior de las Cámaras y la Fundación el Libro con las agregadurías comerciales

9. Logística

- Promover acuerdos para la reducción de costos logísticos en el transporte aéreo de libros y subsidios al envío de libros al exterior a través de correo argentino, tomando como base experiencias similares desarrolladas en países como España o Francia entre otros.

10. Regulaciones y otros apoyos

- Promover la exención del Impuesto a las ganancias en las operaciones de exportación de libros pues su mantenimiento las torna inviables a causa de su escaso margen comercial
- Suba de los reintegros para la exportación de libros físicos, actualmente es del 7%
- Plazo para el ingreso de divisas: El plazo actual para el ingreso de divisas es de 180 días. Este plazo, impide acuerdos muy habituales en el sector editorial, en el que el cliente hace pedidos de grandes cantidades y paga poco a poco sobre la base de rendiciones de ventas. Proponemos avanzar hacia plazos que no obstaculicen la operatoria del sector editorial, ya que nos ponen en inferioridad de condiciones respecto a nuestros competidores de otros países que cuentan con plazos mucho más largos y pueden otorgar mayores créditos. (De acuerdo con los usos y costumbres de nuestra actividad, los clientes venden en consignación. Es por esta razón que el circuito de cobro de una factura en la práctica termina siendo más largo, ya que la cancelación suele superar el año calendario). Aspiramos a una ampliación del plazo máximo de 180 días a 540 días.
- Promover la libre circulación del libro en el Mercosur para los libros editados e impresos en nuestros países, a partir de medidas de estímulo y políticas comunes como las que han implementado otros bloques regionales.
- Estímulo del crédito a tasas preferenciales para promover las exportaciones y acceder a bienes de capital

Conclusiones

En virtud de lo antedicho, y a fin de promover el crecimiento de esta industria cultural y su internacionalización, desde la Cámara Argentina del Libro estamos convencidos de que es necesario avanzar en el desarrollo de una cooperación estratégica en las relaciones entre actores del mercado editorial y el Estado, tanto de mediano como de largo plazo. Consideramos que la herramienta más adecuada para este propósito es la formulación de un plan estratégico trianual consensuado entre los

principales actores públicos y la Cámara Argentina del Libro. Un plan de esta naturaleza debería asignar prioridades para su desarrollo, conteniendo objetivos de corto, mediano y largo plazo, y asignar responsabilidades y funciones específicas a cada uno de los involucrados. Debería a su vez considerar las experiencias de internacionalización exitosas de otros países para evaluar su aplicación a la internacionalización del sector editorial argentino. Las diferentes medidas adoptadas deberán poder ser analizadas, a través de los planes trianuales, en cuanto a su impacto económico concreto, así como en lo referido a la promoción de la edición argentina y a su contribución a la presencia de la cultura argentina en el extranjero.

La dinamización y el crecimiento del vector internacional de la edición argentina redundará además en un mayor dinamismo y acceso a escala local. La internacionalización constituye también una herramienta más para paliar la fractura social en materia de acceso al libro y la lectura a través de actores locales con amplia vocación de intervención cultural.

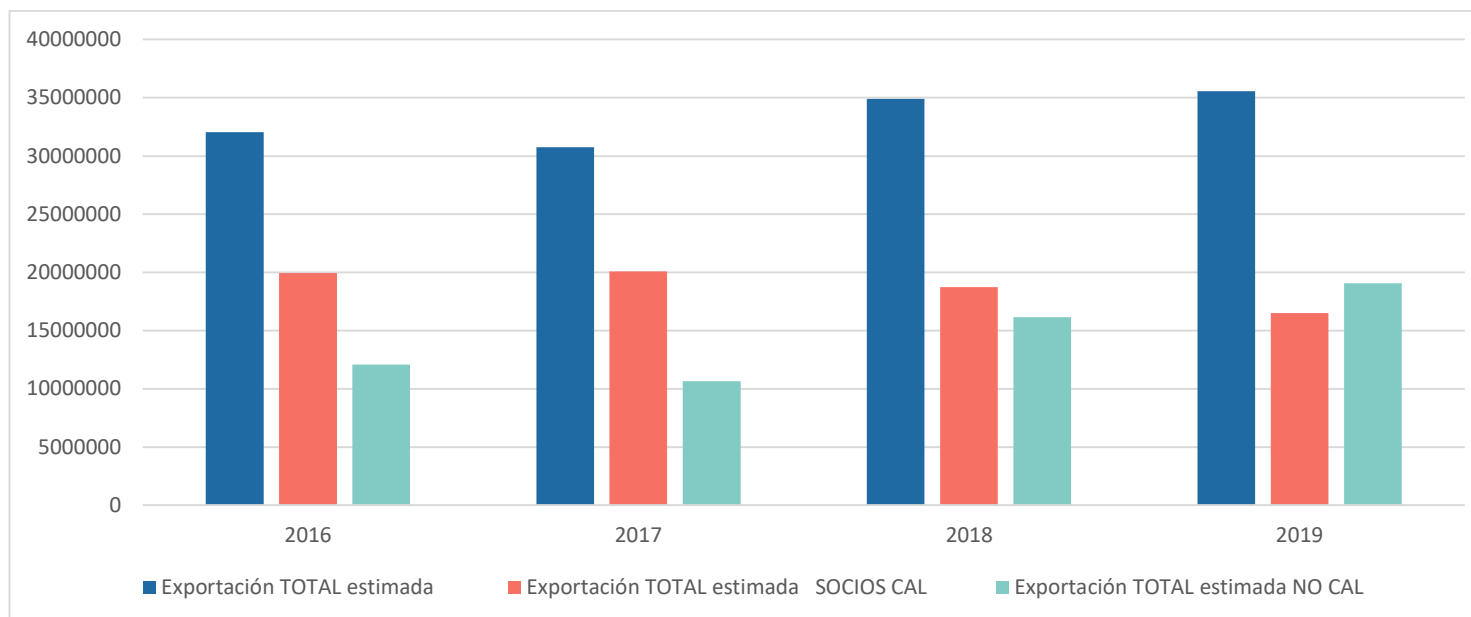
ANEXO: Breve descripción de la composición del sector editorial argentino

Cuadros estadísticos de exportaciones (período 2016-2019)

El sector editorial argentino comercial está conformado por dos Cámaras empresarias: la Cámara Argentina de Libro (CAL) y la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP). La primera agrupa a alrededor de 500 pequeñas y medianas editoriales argentinas. La segunda agrupa principalmente a editoriales multinacionales o grupos con fuerte presencia de capital extranjero en su composición societaria. Sus exportaciones obedecen a lógicas específicas tales como las ventas entre subsidiarias de la misma empresa en diferentes países, la distribución hacia el mercado externo de importaciones, las devoluciones de importaciones, entre otras, que podrían afectar al análisis estadístico sectorial, por lo que requerirían de un estudio más detallado.

El período 2016-2019 muestra una tendencia creciente de las exportaciones argentinas, aunque decreciente para el sector CAL. El año 2020 muestra una caída pronunciada como consecuencia de la pandemia.

**Grafico 1 Exportaciones sector editorial expresadas en US\$.
2016-2019**

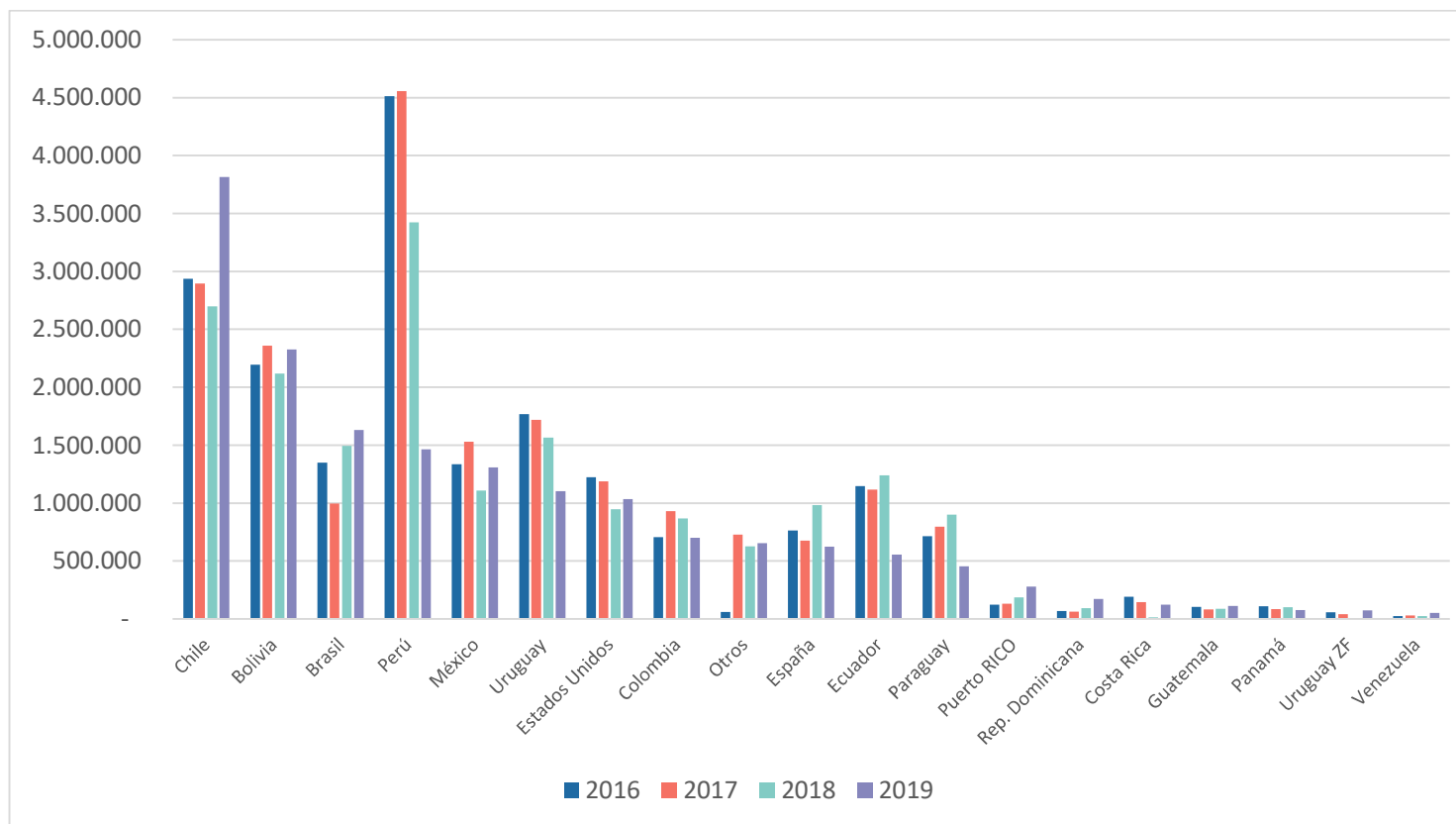


	2016	2017	2018	2019
Exportación TOTAL estimada (U\$S)	32.049.589	30.736.542	34.872.583	35.563.326
Exportación TOTAL estimada SOCIOS CAL	19.957.741	20.094.533	18.728.476	16.503.502
Exportación TOTAL estimada NO CAL	12.091.848	10.642.009	16.144.107	19.059.823

Incluye despachos formales y estimación de envíos por sistema courier, expresados en dólares estadounidenses

Fuente: Cámara Argentina del Libro

Exportaciones en US\$ según país destinatario de empresas socias de la CAL



País	2016	2017	2018	2019
Chile	2,937,788	2,896,137	2,698,001	3,813,509
Bolivia	2,195,630	2,360,032	2,118,246	2,326,997
Brasil	1,349,678	995,486	1,493,458	1,632,260
Perú	4,511,536	4,556,757	3,423,849	1,465,306
México	1,336,133	1,532,310	1,106,980	1,307,002
Uruguay	1,770,033	1,717,728	1,566,593	1,102,713
Estados Unidos	1,222,863	1,187,995	948,905	1,036,619
Colombia	705,757	932,408	869,217	700,771
Otros	612,460	729,331	627,894	655,786
España	764,788	677,429	984,097	626,032
Ecuador	1,147,570	1,116,054	1,241,053	557,402
Paraguay	713,732	795,799	900,201	456,217
Puerto RICO	124,131	132,929	185,813	278,852
Rep. Dominicana	69,674	65,021	93,523	174,407
Costa Rica	190,992	146,231	142,150	124,416

Guatemala	103,358	83,361	88,884	111,836
Panamá	109,911	85,356	100,864	78,548
Uruguay ZF	57,456	42,381	0	74,376
Venezuela	25,716	33,324	25,716	54,772
TOTAL	19,949,206	20,086,070	18,615,443	16,577,819

Incluye despachos formales y estimación de envíos por sistema courier expresados en dólares estadounidenses.

Fuente: Cámara Argentina del Libro

Análisis comparativo (año 2019)

El siguiente cuadro muestra, para el conjunto del sector editorial y para el año 2019 las importaciones referidas a la partida 4901 de cada país de la región y las exportaciones de los principales competidores (España, Estados Unidos, México y Colombia)

Exportaciones e importaciones de Argentina, España, Colombia, México y Estados Unidos 2019 - Expresado en millones de US\$ y porcentaje de *market share*(MS)

	Import.	Exportaciones									
	TOTAL	Argentina		España		Colombia		México		Estados Unidos	
PAÍS	Mill. US\$	Mill. US\$	% MS	Mill. US\$	% MS	Mill. US\$	% MS	Mill. US\$	% MS	Mill. US\$	% MS
Argentina	105,34	-	0,00%	55,00	52,21%	0,16	0,15%	2,53	2,40%	2,69	2,56%
Bolivia	28,01	2,70	9,62%	2,25	8,03%	1,43	5,11%	0,63	2,26%	1,63	5,80%
Brasil	93,40	1,75	1,88%	7,45	7,98%	0,01	0,01%	1,10	1,18%	22,46	24,05%
Chile	60,26	7,24	12,02%	21,96	36,44%	1,95	3,24%	3,35	5,55%	5,11	8,48%
Colombia	55,58	0,71	1,28%	1,74	3,12%	-	0,00%	5,68	10,22%	12,38	22,28%
Costa Rica	25,19	0,08	0,31%	4,25	16,88%	0,63	2,51%	6,02	23,89%	5,02	19,93%
Ecuador	40,92	1,43	3,49%	9,00	22,00%	5,57	13,60%	4,80	11,72%	3,48	8,50%
España	385,50	4,58	1,19%	-	0,00%	0,27	0,07%	6,48	1,68%	3,50	0,91%
Estados Unidos	1.989,66	0,53	0,03%	16,67	0,84%	6,70	0,34%	77,50	3,89%	-	0,00%
Francia	766,99	0,77	0,10%	142,00	18,51%	0,70	0,09%	0,08	0,01%	10,75	1,40%
Guatemala	30,72	0,12	0,40%	2,54	8,27%	0,86	2,80%	17,55	57,13%	3,60	11,73%
México	342,64	4,21	1,23%	70,81	20,67%	3,98	1,16%	-	0,00%	146,06	42,63%
Panamá	23,78	0,08	0,35%	3,28	13,81%	3,28	13,81%	5,44	22,89%	3,34	14,04%
Paraguay	8,81	1,96	22,22%	1,33	15,10%	0,35	4,01%	0,18	2,03%	0,71	8,04%
Perú	72,99	1,90	2,61%	14,38	19,70%	9,29	12,73%	4,98	6,82%	4,57	6,26%
Puerto Rico	-	0,25		-		-		-		-	
Rep. Dominicana	20,68	0,19	0,92%	5,09	24,61%	0,52	2,50%	5,10	24,67%	5,91	28,59%
Uruguay	15,74	2,48	15,77%	5,20	33,03%	0,05	0,34%	0,24	1,52%	0,77	4,90%
Venezuela	1,74	0,03	1,79%	0,36	20,72%	1,40	80,42%	0,07	4,25%	0,72	41,33%
Otros	-	0,95		185,26		1,17		2,13		2.132,20	
Totales	-	31,96		548,57		38,33		143,85		2.218,99	

Total Hispanoamérica	-	30,24		221,32		36,46		141,64		76,04	
----------------------	---	-------	--	--------	--	-------	--	--------	--	-------	--

Base: Movimientos de la partida 4901 expresados en millones de dólares estadounidenses

Market share calculado sobre base de importaciones totales del país de destino de la exportación observada

Fuente: www.trademap.org.

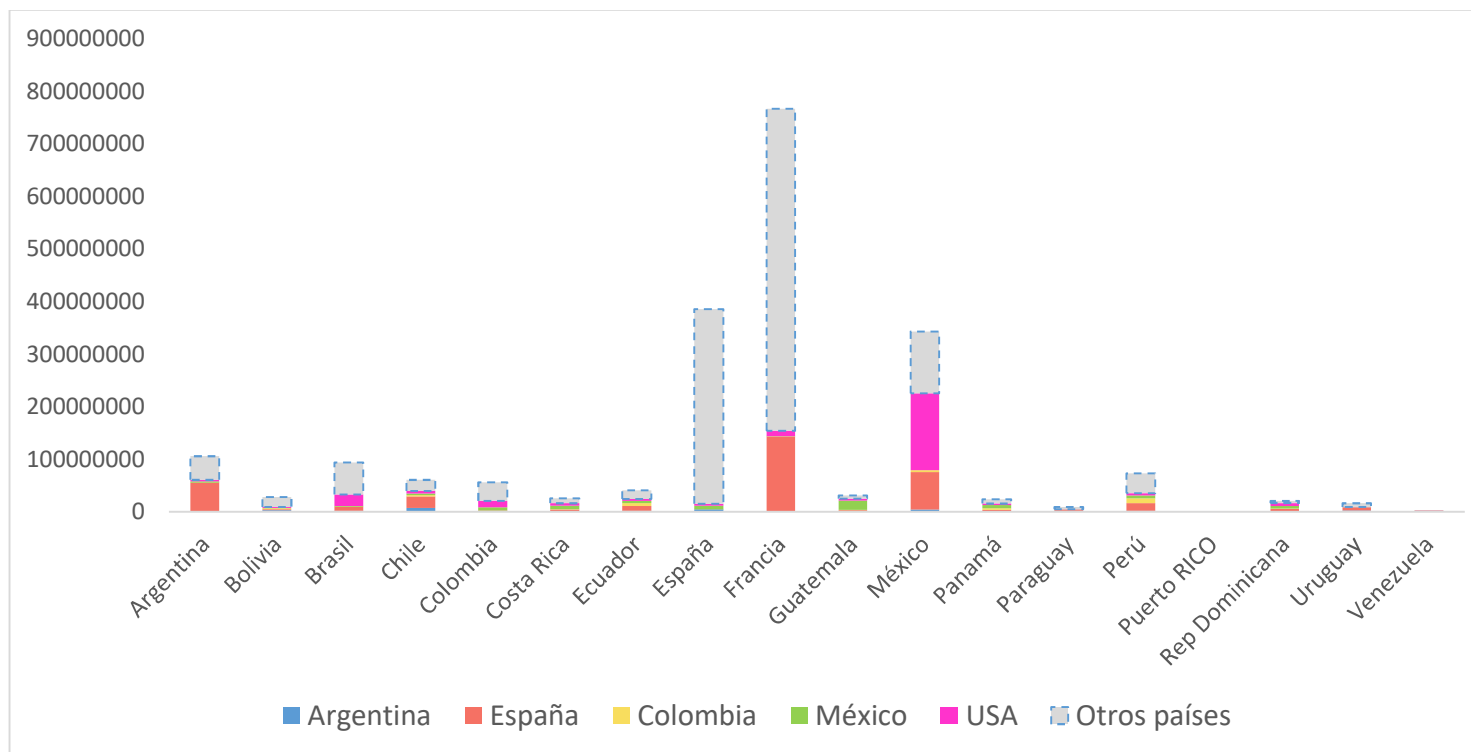
Argentina ocupa el quinto lugar respecto en el ranking de países exportadores de libros en español (partida 4901). La escasa participación argentina en las exportaciones totales, muestra a su vez el potencial de crecimiento que tienen las exportaciones argentinas de libros físicos a nivel regional. Presentamos a continuación gráficos que se desprenden del gráfico de *Market share*

Market Share principales países competidores

	Argentina	España	Colombia	México	USA	Otros países
Argentina	-	52,2%	0,1%	2,4%	2,6%	42,7%
Bolivia	9,6%	8,0%	5,1%	2,3%	5,8%	69,2%
Brasil	1,9%	8,0%	0,0%	1,2%	24,0%	64,9%
Chile	12,0%	36,4%	3,2%	5,6%	8,5%	34,3%
Colombia	1,3%	3,1%	0,0%	10,2%	22,3%	63,1%
Costa Rica	0,3%	16,9%	2,5%	23,9%	19,9%	36,5%
Ecuador	3,5%	22,0%	13,6%	11,7%	8,5%	40,7%
España	1,2%	0,0%	0,1%	1,7%	0,9%	96,2%
Estados Unidos	0,0%	0,8%	0,3%	3,9%	0,0%	94,9%
Francia	0,1%	18,5%	0,1%	0,0%	1,4%	79,9%
Guatemala	0,4%	8,3%	2,8%	57,1%	11,7%	19,7%
México	1,2%	20,7%	1,2%	0,0%	42,6%	34,3%
Panamá	0,4%	13,8%	13,8%	22,9%	14,0%	35,1%
Paraguay	22,2%	15,1%	4,0%	2,0%	8,0%	48,6%
Perú	2,6%	19,7%	12,7%	6,8%	6,3%	51,9%
Rep Dominicana	0,9%	24,6%	2,5%	24,7%	28,6%	18,7%
Uruguay	15,8%	33,0%	0,3%	1,5%	4,9%	44,4%
Venezuela	1,8%	20,7%	80,4%	4,2%	41,3%	

Base: Exportaciones e importaciones realizadas bajo la partida 4901 Porcentaje de exportaciones sobre el total de importaciones de cada país

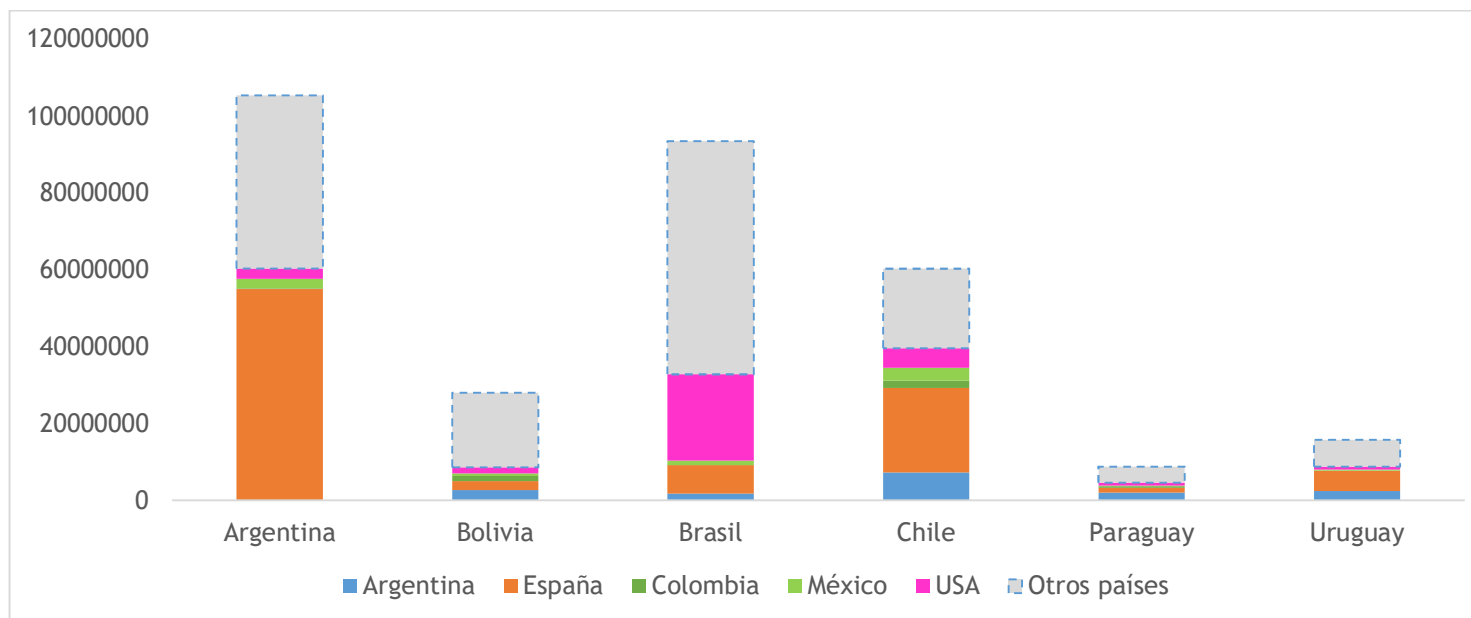
Fuente: <https://www.trademap.org>



Base: Exportaciones e importaciones realizadas bajo la partida 4901

Fuente: <https://www.trademap.org>

Market Share países limítrofes

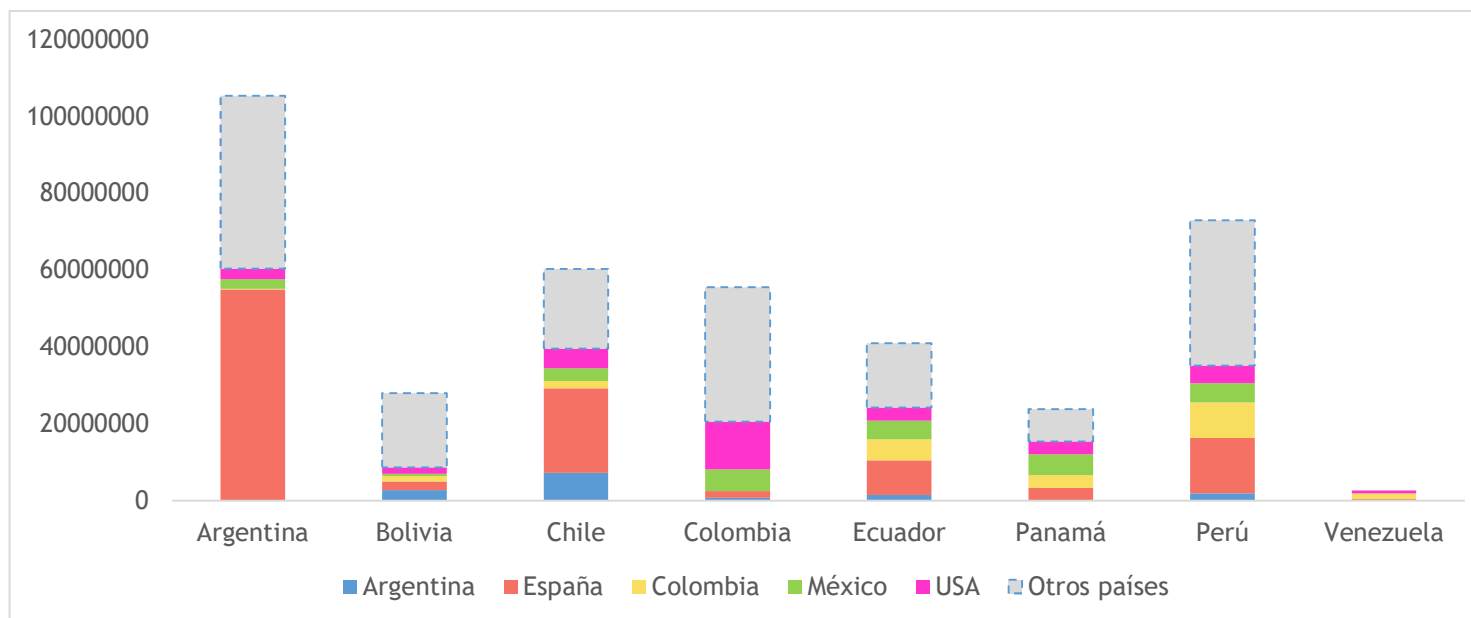


Base: Exportaciones e importaciones realizadas bajo la partida 4901

Fuente: <https://www.trademap.org>

Se observa los mejores resultados de las exportaciones argentinas en la subregión Países limítrofes. España, sin embargo, mantiene una presencia dominante.

Market Share países del Pacto Andino

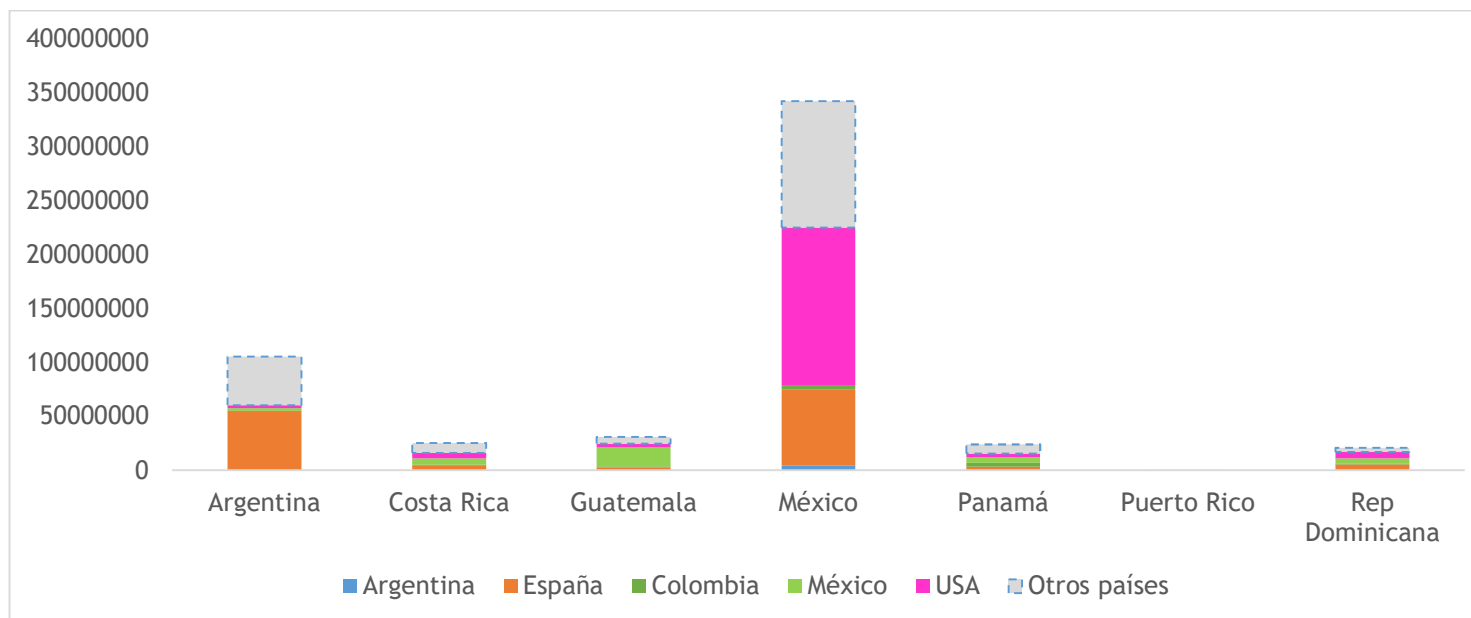


Base: Exportaciones e importaciones realizadas bajo la partida 4901

Fuente: <https://www.trademap.org>

Se observa una muy baja participación de las exportaciones argentinas en la subregión Pacto Andino. Si bien España mantiene una presencia dominante, se observa la importancia relativa de las exportaciones colombianas a Ecuador, Perú, Venezuela y Panamá. La participación de estados Unidos es también importante, aunque un amplio volumen de sus exportaciones corresponda probablemente a libros en idioma inglés.

Market Share México, centroamérica y caribe



Base: Exportaciones e importaciones realizadas bajo la partida 4901

Fuente: <https://www.trademap.org>

En la región México, Centroamérica y Caribe se observa también una muy baja participación de mercado de las exportaciones del sector editorial argentino. Aún así, México es uno de los principales destinos de las exportaciones argentinas. Se observa una amplia participación de mercado de México tanto en Centroamérica como en Caribe. En México, España y Estados Unidos mantienen una posición dominante. La influencia de Estados Unidos en las importaciones de libros mexicanas se puede explicar parcialmente por el hecho que desde México se distribuyen libros a toda la región.

Efecto COVID-19

Los informes de inteligencia comercial para el sector editorial producidos por las embajadas argentinas en el continente americano dan cuenta del tremendo impacto que tuvo el COVID-19 en el mundo del libro en toda América. Los datos de exportaciones de libros físicos del sector editorial comercial de nuestro país dan cuenta de una caída muy pronunciada de las exportaciones para 2020.

Exportaciones según asociación a la CAL 2016-2021

	2016	2017	2018	2019	2020
Exportación total	27.820.353	26.507.306	30.643.348	31.158.345	21.751.661
Exportación total SOCIOS CAL	16.719.297	16.856.090	15.490.033	12.885.246	11.640.191
NO CAL	11.101.056	9.651.216	15.153.314	18.273.099	10.119.470

Datos de despachos formales exclusivamente

Fuente: Cámara Argentina del Libro

El siguiente cuadro muestra las exportaciones por país de las empresas asociadas a la CAL, incluyendo la fuerte caída en casi todos los mercados durante 2020:

Exportaciones por país de las empresas asociadas a la CAL 2016-2020

País	2016	2017	2018	2019	2020
Chile	2.937.788	2.896.137	2.698.001	3.813.509	2.046.062
Bolivia	2.195.630	2.360.032	2.118.246	2.326.997	1.096.331
Brasil	1.349.678	995.486	1.493.458	1.632.260	1.370.303
Perú	4.511.536	4.556.757	3.423.849	1.465.306	2.309.887
México	1.336.133	1.532.310	1.106.980	1.307.002	545.693
Uruguay	1.770.033	1.717.728	1.566.593	1.102.713	935.751
Estados Unidos	1.222.863	1.187.995	948.905	1.036.619	664.847
Colombia	705.757	932.408	869.217	700.771	498.201
Otros	612.460	729.331	627.894	655.786	406.869
España	764.788	677.429	984.097	626.032	487.993

Ecuador	1.147.570	1.116.054	1.241.053	557.402	686.484
Paraguay	713.732	795.799	900.201	456.217	375.957
Puerto RICO	124.131	132.929	185.813	278.852	45.682
Rep. Dominicana	69.674	65.021	93.523	174.407	18.631
Costa Rica	190.992	146.231	142.150	124.416	55.162
Guatemala	103.358	83.361	88.884	111.836	79.126
Panamá	109.911	85.356	100.864	78.548	33.439
Uruguay ZF	57.456	42.381	0	74.376	28.032
Venezuela	25.716	33.324	25.716	54.772	10.179
TOTAL	19.949.206	20.086.070	18.615.443	16.577.819	11.694.629

Incluye despachos formales y estimación de envíos por sistema courier expresados en dólares estadounidenses

Fuente: Cámara Argentina del Libro