

MARTÍN RAPOSO<sup>1</sup>  
PABLO PERELMAN Y  
PAULINA SEIVACH  
(Argentina)

**MARTÍN RAPOSO** (Argentina)  
Master en Finanzas (Universidad Torcuato Di Tella). Licenciado en Economía (Universidad Nacional de Córdoba). Coordinador del Foro Nacional de Industrias de Base Cultural, Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, Ministerio de Economía y Producción. Consultor de la Dirección Nacional de Industria en temas vinculados al desarrollo regional y a la competitividad industrial. Autor de varios trabajos vinculados a temas industriales.  
Correo electrónico:  
martinraposo@yahoo.com.ar

**PABLO PERELMAN** (Argentina)  
Licenciado en Economía. Director del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Consultor BID del Foro Nacional de Industrias de Base Cultural, Secretaría de Industria, Comercio y PyMEs, Ministerio de Economía y Producción. Autor de varios trabajos vinculados al tema de las industrias culturales en la Argentina.  
Correo electrónico:  
pperelman@arnet.com.ar;  
cedem@buenosaires.gov.ar



MARTÍN RAPOSO

# La industria editorial en la Argentina. La cadena de valor del libro

**PAULINA SEIVACH** (Argentina)  
Licenciada en Economía. Coordinadora del Área de Estudios de Industrias Culturales del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Consultor BID del Foro Nacional de Industrias de Base Cultural, Secretaría de Industria, Comercio y PyMEs, Ministerio de Economía y Producción. Autora de varios trabajos vinculados al tema de las industrias culturales en la Argentina.  
Correo electrónico: pseivach@yahoo.com.ar;  
cedem@buenosaires.gov.ar

Recibido: 02/06/2005

Aceptado: 03/07/2005

<sup>1</sup> Los autores son integrantes del Foro Nacional de Competitividad de Industrias de Base Cultural, de la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa (Ministerio de Economía y Producción). Las opiniones vertidas en este artículo corresponden a los autores y no necesariamente reflejan la de la institución.

## RESUMEN

MARTÍN RAPOSO, PABLO PERELMAN Y PAULINA SEIVACH

*La industria editorial en la Argentina. La cadena de valor del libro*

La industria del libro en la Argentina fue tradicionalmente muy importante pero las recurrentes crisis económicas y la falta de una política pública sostenida en el tiempo para el sector determinaron su repliegue frente a otros países de la región. En la actual instancia de recuperación del sendero de crecimiento nacional, el futuro para la industria del libro se presenta auspicioso. No obstante, para que el sector argentino recupere el lugar perdido se necesita solucionar diversos problemas, potenciar las fortalezas y combatir las debilidades y amenazas que se presentan a corto, mediano y largo plazo. En este sentido, la constitución del **Foro Nacional de Industrias de Base Cultural** tiene como objetivo la articulación de esfuerzos públicos y privados para lograr una visión estratégica, fijar un Plan de Acción, y poner en marcha un conjunto de medidas que promuevan la generación de valor agregado por parte del sector, la incorporación de mano de obra calificada, dinamicen las exportaciones y desarrollen el hábito de la lectura en la población.

**Descriptores:** Industrias del libro / Libro / Política pública / Argentina.

---

## ABSTRACT

MARTÍN RAPOSO, PABLO PERELMAN Y PAULINA SEIVACH

*Publishing industry in Argentina. The book value chain*

The book industry in Argentina was traditionally very important, but its continuous economical crisis and the lack of a sustained public policy for this sector set its withdrawal in front of the countries of the region. In the current recovery state of the national growth path, the future for the book industry presents itself promising. However, for the Argentine sector recovers its lost place it is needed to solve different problems, promote its strength and fight the weaknesses and threats which show up at short, medium and long term. Then, the set of the **Foro Nacional de Industrias de Base Cultural** foresees the joint of public and private efforts to reach a strategic sight, fix an Action Plan and run a set of measures to promote the creating of added value on behalf of the sector, including qualified labor force, energize exportations and develop the reading habit on the population.

**Key words:** Book Industries / Book / Public Policy / Argentina.

---

## RÉSUMÉ

MARTÍN RAPOSO, PABLO PERELMAN Y PAULINA SEIVACH

*Publiant industrie en Argentine. La chaîne de la valeur du livre*

L'industrie du livre en Argentine était traditionnellement très importante, mais sa crise économique continue et le manque d'une politique publique soutenue pour ce secteur ont mis son retrait devant les pays de la région. Dans l'état de la récupération courant du chemin de l'augmentation nationale, le futur pour l'industrie du livre se présente prometteur. Cependant, sa place perdue qu'il est exigé de résoudre des problèmes différents se remet pour le secteur argentin, encourage sa force et lutte les faiblesses et menaces qui montrent à court, moyen et long terme. Alors, l'ensemble du **Foro Nacional de Industrias de Base Cultural** (Foro les de Nacional que les d'Industrias Basent Culturel) prévoit le joint de public et efforts privés pour atteindre une vue stratégique, arrangent un Plan de l'Action et courent un ensemble de mesures encourager le créer de valeur ajoutée de la part du secteur, y compris force de la main-d'oeuvre qualifiée, stimulez des exportations et développez l'habitude de la lecture sur la population.

**Mots clés:** Réservedes Industries / Livre / Politique Publique / Argentine.

---

## RESUMO

MARTÍN RAPOSO, PABLO PERELMAN Y PAULINA SEIVACH

*A indústria editorial na Argentina. A cadeia do valor do livro*

A indústria do livro na Argentina tradicionalmente tem sido muito importante, mas as incessantes crises econômicas e a falta de uma política pública para o setor sustentável no tempo, determinaram o retrocesso da economia em relação a outros países da região. No atual estado de recuperação do caminho do crescimento nacional, o futuro da indústria do livro é auspicioso. No entanto, para que o setor argentino possa recuperar o lugar perdido é preciso resolver diversos problemas, incrementar as fortalezas e combater as debilidades e ameaças que se apresentam no curto, mediano e longo prazo. Neste sentido, o estabelecimento do **Foro Nacional de Industrias de Base Cultural** visa combinar os esforços públicos e privados para atingir uma visão estratégica, estabelecer um Plano de Ação e pôr em andamento um conjunto de medidas que fomente a geração do valor agregado por parte do setor, a incorporação de mão-de-obra qualificada, dinamizar as exportações e estimular o hábito de leitura na população.

**Desritores:** Indústrias do livro / Livro / Política pública / Argentina.

---

## ANTECEDENTES

La industria del libro argentina tuvo *tradicionalmente un lugar preponderante* en los principales mercados hispanoparlantes de la región. Países como México, Venezuela y España abastecían una parte significativa de su consumo importando libros argentinos, los que eran reconocidos por la calidad de sus contenidos y el cuidado de todas las etapas de la edición, incluida la impresión. Muchas de las grandes editoriales fueron fundadas por editores españoles que llegaron al país expulsados a raíz de la censura impuesta por el franquismo.

El libro argentino se convirtió entre los años cuarenta y setenta en una marca reconocida y respetada en el mundo hispanoparlante. A ello indudablemente ayudó el surgimiento de una generación de escritores que prestigiaron y difundieron la literatura nacional y luego se transformaron en clásicos, como Borges, Bioy Casares y Cortázar. Asimismo, las editoriales argentinas editaron a muchos de los más importantes escritores de la región, entre los que se contaron varios de los pertenecientes a la generación del «boom latinoamericano» que tuvo lugar en los años sesenta, como García Márquez y Onetti. Otro puntal de las ediciones argentinas fueron los libros de texto y de consulta profesional, entre los que se destacaban los rubros médico, jurídico y de ciencias sociales. También se destacaron los libros de historieta, donde el ícono más sobresaliente es Quino, cuyos libros aún hoy son vendidos en cantidades extraordinarias en España y Latinoamérica.

Paralelamente en esos años, las editoriales argentinas se convirtieron en *líderes en la edición de libros de autores extranjeros traducidos al español*, tanto de ficción, como de ensayos y textos, de los cuales una proporción importante de los ejemplares se colocaba en el exterior. La excelencia de los editores, la calidad de las traducciones y el alto nivel de las impresiones,

fueron algunos de los factores clave que contribuyeron al prestigio y al éxito de los libros de autores extranjeros editados en la argentina para el mercado hispanoparlante.

Luego de atravesar esta etapa dorada, entrados los años *setenta*, la industria editorial argentina comenzó a perder preponderancia, sus niveles de calidad se deterioraron, y el país relegó el lugar de privilegio que había conseguido a manos de España y otros países de la región como México y, más recientemente, Colombia.

Con posterioridad al golpe militar de 1976 la actividad editorial se resintió notoriamente, afectada no sólo por la caída de los ingresos de la población, sino también por el clima oscurantista y represivo, el exilio de numerosos autores, la aplicación de la censura y el temor de las editoriales a publicar ciertas obras. En la década del ochenta, y ya vuelta la democracia, la industria editorial fue afectada por el estancamiento económico y la creciente pérdida de competitividad respecto de otros mercados. Sufrió, en consecuencia, el peor desempeño de los últimos cincuenta años, y la producción de libros se redujo entonces a sólo 17 millones de ejemplares anuales, que representan apenas la tercera parte que los que habían llegado a producirse en 1974, y algo más de la mitad de los que se habían editado en la década de 1950, cuando el país tenía una población de «lectores potenciales» sustancialmente menor.

En la *década del noventa* se produjeron cambios muy significativos, a partir del proceso de concentración y transnacionalización de la industria editorial argentina. En este período si bien la producción editorial se recuperó con relación a la década pasada y surgió una cantidad importante de nuevas editoriales pequeñas, el tipo de cambio vigente atentó contra la competitividad externa de las ediciones argentinas y crecieron significativamente las importaciones de libros, dando como resultado un sistemático e importante saldo negativo de la balanza comercial del sector.

Además, en estos años la *cadena de valor del libro* sufrió una fuerte *desarticulación*: un porcentaje importante de los libros argentinos fue impreso en el exterior (especialmente en España, Colombia, Chile y el sudeste asiático), disminuyó significativamente la utilización de papel nacional que se reemplazó por importado, los autores argentinos comenzaron a tener dificultades crecientes para publicar sus obras, y también perdió dinamismo la edición nacional de obras de autores extranjeros traducidas al español.

Todo ello repercutió en la pérdida de oportunidades laborales para los profesionales y técnicos del sector, como traductores, editores, correctores, ilustradores, diagramadores, trabajadores gráficos, etc.

La situación anterior se agravó notablemente con la *debacle de fines de 2001*, cuando después de un período de profunda recesión, la economía argentina salió del régimen de tipo de cambio fijo de paridad uno a uno con el dólar (*convertibilidad*) que tuvo en esta industria consecuencias aún más graves que las sufridas por otros sectores, dada la alta elasticidad ingreso que caracteriza a los consumos culturales. Como consecuencia, muchas empresas realizaron ajustes importantes en la dotación de trabajadores.

Sin embargo, *el abandono del tipo de cambio fijo, y la consolidación de precios relativos más favorables para la producción nacional, fue posibilitando, a partir de 2003*, la recuperación de la actividad editorial y de los procesos industriales asociados. Por un lado, la importación de libros se redujo drásticamente, al igual que la impresión en el exterior de los ejemplares de edición nacional. También se incrementó fuertemente la utilización de papel producido en el país.

Por otro lado, la demanda también observó un proceso de recuperación, aunque todavía se ubica sensiblemente por debajo del nivel de ejemplares del año 2000. Un fuerte impulso a la demanda interna, está dado por el permanente crecimiento del turismo receptivo y del gasto turístico en bienes culturales –que en realidad es una particular modalidad de exportación–, sobre todo en la Ciudad de Buenos Aires<sup>2</sup>.

Aunque de manera incipiente y dificultosa, se está produciendo un incremento de las *exportaciones* de libros, fundamentalmente las destinadas al mercado latinoamericano. El cambio de precios relativos también ha permitido la expansión de la exportación de diversos servicios editoriales: traducciones, correcciones, diseño, ilustración, etc., tanto de profesionales independientes como de pequeñas empresas. También el sector industrial se ha visto beneficiado con la impresión local y la encuadernación de libros de editoriales extranjeras, revirtiendo el proceso que tuvo vigencia durante los noventa.

<sup>2</sup> De acuerdo con los datos correspondientes al año 2003, la mitad de los turistas que visitan la Ciudad de Buenos Aires compra al menos un libro, un disco o un producto de tango. *Anuario Turístico 2003 de la Ciudad de Buenos Aires*. CEDEM, 2004.

*Como en otros sectores, la devaluación aparecía como una condición necesaria para generar un sesgo favorable al desarrollo de la industria del libro nacional, pero a la vez claramente insuficiente, ya que existen limitaciones estructurales que no pueden solucionarse sólo con un cambio en los precios relativos.* En ese sentido, el nuevo contexto macroeconómico le otorga al sector una oportunidad para recuperar al menos parte del espacio perdido en los últimos treinta años, pero para que el desarrollo se consolide, se requiere de un diagnóstico preciso y la definición de una visión estratégica que integre a los distintos eslabones de la cadena de valor.

Este diagnóstico se hace extensivo a la mayoría de los sectores productivos del país. Por tal razón, la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, con el apoyo del BID, ha puesto en marcha desde noviembre de 2003, el Programa de Foros Nacionales de Competitividad Industrial, que tienen entre sus objetivos más importantes aumentar la competitividad sectorial, la generación de valor agregado, la creación de puestos de trabajo calificados e incrementar las exportaciones. Para eso fueron seleccionados en una primera etapa nueve sectores, que fueron evaluados como aquellos con mejores perspectivas en el nuevo contexto macroeconómico post-convertibilidad. Entre ellos fue seleccionado el Foro Nacional de Industrias de Base Cultural, lo que constituye un hecho inédito y por lo tanto destacable, de promoción de políticas públicas para un sector que tradicionalmente no fue considerado en forma integral, como una cadena de valor.

En este punto, el *Foro Nacional de Industrias de Base Cultural* tiene un rol fundamental en la conformación de una estrategia articulada entre el sector público y privado, que fije objetivos, cree o afine instrumentos de promoción, y establezca metas y resultados a corto, mediano y largo plazo.

El *contexto en el que el Foro ha comenzado a desarrollarse*, es de una fuerte exclusión de amplios segmentos de la población para el acceso a la compra de bienes y servicios culturales en general y de libros en particular, debido a la crítica situación de empleo e ingresos que ha afectado al país, actuando en detrimento del hábito de lectura y del consumo de libros. Este último, es altamente elástico a los cambios en los ingresos, por lo que en un contexto de pérdida de poder adquisitivo se tiende a resignarlo en favor de los bienes que componen la canasta básica de alimentos y otros productos esenciales.

A ello se le suman los problemas de funcionamiento y la falta de dotación adecuada de libros en muchas bibliotecas.

## EVOLUCIÓN RECIENTE

En el año 2004 se editaron 18.500 títulos a nivel nacional, lo que significa el nivel más alto desde que comenzó a utilizarse el registro ISBN en el país, en 1982. Incluso focalizando en las novedades, también se trata de la mayor cantidad anual. En términos de ejemplares, la producción fue de casi 56 millones de unidades, el nivel más alto del trienio 2002-2004. En términos de variación interanual, hubo un aumento de 31% en la cantidad de títulos producidos, 47% en la de ejemplares y 12% en la tirada (casi 3.000 ejemplares por título en promedio)<sup>3</sup>.

El nivel de ejemplares indica que la producción *per cápita* en 2004 fue de 1,54 libros, muy superior a la de 1,05 del año anterior. Si bien esta variable no se refiere directamente al consumo de libros (el que también considera una parte de la producción de otros períodos en *stock*, los usados y las importaciones netas), sobre el cual lamentablemente en el país aun no existen estadísticas, su dinámica está altamente correlacionada. Cabe tomar en cuenta que en el año de máxima producción de ejemplares (2000), el nivel por habitante superaba los dos libros.

El crecimiento en la producción de libros durante 2004 es el reflejo de mejoras importantes en las ventas al mercado interno y exterior. En el primer caso, motorizaron el crecimiento el mayor consumo doméstico –favorecido por la mejora en los ingresos en los estratos socioeconómicos medios y altos y la sustitución de importaciones en bienes y servicios que antes de la devaluación se adquirían en el exterior– y las compras del Estado para campañas

<sup>3</sup> La industria del libro tuvo un crecimiento muy importante en la segunda mitad de la década de los noventa, en un contexto de mayor concentración del mercado de edición y aumento en la participación de firmas extranjeras. El pico de producción ocurrió en el año 1999 para los títulos (14.350) y en el año 2000 para los ejemplares (73 millones), con un crecimiento cercano al 50% respecto de cinco años antes, en cada caso. En el año 2001 comenzó la retracción, que se profundizó seriamente en 2002, producto de la agudización de la crisis económica general. Recién en el cuarto trimestre de 2002 comenzó la recuperación en el nivel de títulos producidos y dos trimestres después en la de ejemplares, traccionada en ambos casos por el repunte en las novedades. No fue antes del primer trimestre de 2004 que empezó a observarse un aumento interanual en la tirada media, que aún está muy lejos de los 5.500 ejemplares por título en promedio del año 2000.

de promoción del libro y la lectura (3 millones de ejemplares equivalente al 5,4% de la producción anual)<sup>4</sup>. También la impresión de algunas obras en papeles y formatos más económicos, que hicieron que los libros fueran más accesibles para ciertos segmentos del público lector, contribuyó a dinamizar las ventas. Por otra parte, la competitividad por precio dada por el tipo de cambio, hizo conveniente la realización de ediciones de libros para su venta en el exterior, donde el libro argentino es reconocido por la calidad de sus contenidos y su trayectoria. Las editoriales de propiedad extranjera fueron las primeras en aprovechar la situación, colocando la producción directamente a través de sus subsidiarias en otros países. Para las pequeñas empresas exportar resulta más difícil debido a la menor experiencia en esta práctica, que requiere vincularse con un distribuidor en el exterior que tome sus libros en consignación. Además, el ciclo del libro es largo y las editoriales argentinas tienen dificultades para financiar sus ventas, en la medida que deben pagar su principal insumo –el papel– prácticamente al contado, y los servicios de impresión en plazos relativamente cortos. Y como las empresas editoriales tienen un patrimonio neto muy pequeño y sus activos –libros y derechos de autor– no son tomados como garantías reales, tienen prácticamente vedado el acceso a crédito a través del sistema bancario y otras vías de financiamiento.

En el año 2004, 90% de la producción de libros –medida en títulos y en ejemplares– correspondió a novedades. Se trata de una alta proporción que se suma a fuertes incrementos en títulos y ejemplares, lo que da cuenta de una política empresarial más arriesgada que la de los últimos años de crisis, en los que se apostaba más a los éxitos comprobados. Vale la pena recordar que el lanzamiento de una novedad involucra un alto riesgo para la editorial, que nunca puede prever la respuesta real del público. Las reimpressiones representan una inversión que ofrece menos riesgo y la combinación justa con las novedades es la que sostiene el negocio. Durante los años de crisis, la tendencia era a la reducción de la participación de las novedades en el total, lo que afectó la rentabilidad global pero mantuvo el riesgo en niveles más acotados, en un contexto de gran incertidumbre.

---

<sup>4</sup> Corresponde a las compras del Ministerio de Educación para sus campañas en escuelas, barrios, bibliotecas y eventos de concurrencia masiva de público.

## LEGISLACIÓN DEL LIBRO

En 2001 fue sancionada la *Ley Nacional de Fomento del Libro y la Lectura* (25.446) que tiene entre sus objetivos más relevantes fomentar el trabajo creativo de los autores; incrementar y mejorar la producción editorial nacional en condiciones de calidad, cantidad, precio y variedad; asegurar el patrimonio bibliográfico a través de las bibliotecas públicas y privadas; adoptar medidas tributarias de fomento a la actividad editorial; fomentar la cultura de la lectura y el conocimiento de los autores nacionales; y adoptar medidas para sancionar y erradicar ediciones clandestinas y copias no autorizadas de libros. La Ley establece también la creación de un Fondo Nacional de Fomento del Libro, el cual se integra principalmente con la partida asignada anualmente en el Presupuesto Nacional, y otros recursos a recaudar por donaciones, legados y multas por infracciones a la normativa de la ley.

En la versión aprobada por el Congreso, la Ley propiciaba un conjunto de ventajas impositivas y arancelarias, que fueron vetadas por el Poder Ejecutivo Nacional. En el artículo 11 se proponía la exención del IVA en todas las etapas de producción y comercialización del libro, y se permitía computar contra aquél otros impuestos que las empresas adeudaran por operaciones gravadas vinculadas a las actividades de tipo editorial. El artículo 12 eximía de todo gravamen a la exportación e importación de libros editados y/o impresos en el país, mientras que las exportaciones se beneficiaban con un reintegro equivalente al máximo otorgado a los productos manufacturados. También se eliminaba todo tipo de gravamen o impuesto a los equipos, servicios, materias primas e insumos importados. Por último, el artículo 26 establecía que los derechos de autor percibidos por la edición de libros se exceptuaban del pago del Impuesto a las Ganancias.

Recientemente, en el año 2001, y en respuesta a los reclamos del sector, fue sancionada la *Ley de «Defensa de la Actividad Librera»*, que establece que las editoriales son las únicas que pueden fijar el precio de tapa de los libros, el cual debe ser respetado por los canales de venta al público. Este instrumento ha sido adoptado por una gran cantidad de países, ya que no sólo tiene como objetivo la defensa del sector librero, sino la del conjunto de la industria editorial y de los lectores, pues actúa en defensa de la diversidad cultural.

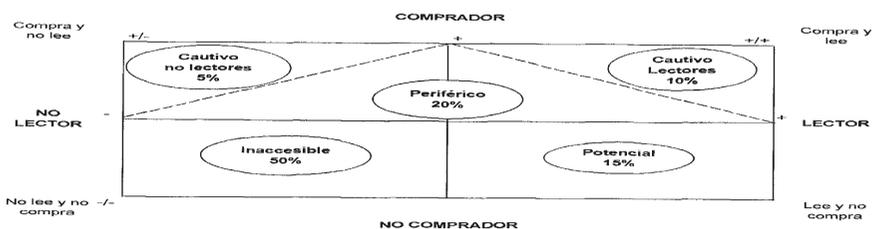
## EL DESARROLLO DEL HÁBITO DE LA LECTURA

Si bien los actuales bajos niveles de lectura que observa el país con relación a las naciones desarrolladas, es consecuencia de los serios problemas económicos que viene padeciendo la población, lo cual relega la compra de libros a la categoría de consumo no esencial o «postergable», la falta de políticas públicas y, hasta hace muy poco tiempo, el déficit de la escuela en el diseño y aplicación de contenidos que favorezcan la práctica de la lectura, son factores que tienen una fuerte responsabilidad y sobre los que se puede actuar.

En el gráfico siguiente, se divide la población argentina según lean o no y compren o no libros (CEP, 2005). De esta manera, se conforman dos grupos extremos: el de lectores-compradores de libros llamados «cautivos» (10% de los argentinos) y el de no lectores-no compradores denominados «inaccesibles» (la mitad de la población). Por otra parte, hay dos grupos intermedios: el que compra y no lee que es el de «cautivos no lectores» y está constituido por los que adquieren libros para regalar o como fetiche (5%); y el de los que leen y no compran, de compradores «potenciales» constituido por los que reciben libros de regalo, prestados o son lectores de bibliotecas (15%). El resto de la población está en la «periferia».

Con el objetivo de desarrollar el hábito y el placer por la lectura en la población, como requisito básico para aumentar el consumo de libros por habitante y la venta de libros, el Foro ha planteado una serie de medidas que a continuación se reseñan.

**Gráfico 1**  
**Mercado del libro desde el lado de la demanda**



Fuente: CEP, en base a datos de Catterberg y Asociados.

En primer lugar, es necesario implementar un *Plan Integral para el Desarrollo del Hábito de la Lectura* en toda la población, que integre las acciones que desarrollan los diferentes organismos públicos, privados y no gubernamentales. A tal fin se mencionan algunos de los organismos que tienen políticas más activas para favorecer el acceso a los libros y promover la lectura.

La Comisión Nacional Protectora de Bibliotecas Populares (CONABIP) dependiente de la Secretaría de Cultura de la Nación, reúne a más de 2.000 bibliotecas populares establecidas en todo el país, con una presencia muy importante en el interior. Es importante que los servicios circulantes existentes sean sistematizados y se fomenten en los lugares donde aún no existen y pueden contribuir al desarrollo del hábito de la lectura en la población.

En los últimos años, las campañas de promoción del libro y la lectura fueron escasas, aisladas y poco articuladas entre el sector privado y el público, así como también faltó coordinación entre organismos oficiales que tienen competencia en el tema. En este sentido, está comprobado que la falta de continuidad en las campañas limita la toma de conciencia sobre el tema. Las campañas requieren de continuidad y de la aplicación de diferentes recursos: estrategias publicitarias, promoción del uso de las bibliotecas (públicas, populares, escolares, etc.), dotándolas adecuadamente de libros, fomento especial del cuento y la lectura desde los primeros años de vida (tanto en instituciones educativas como en los hogares), entre otros.

Es de interés continuar desarrollando el interés por la lectura en espacios no tradicionales como cárceles, geriátricos, canchas de fútbol, comedores populares y evaluar los resultados conseguidos. En ese sentido, cabe evaluar la campaña llevada a cabo por el Ministerio de Educación durante 2004, en la cual se distribuyeron libros de manera gratuita en esos ámbitos.

El fomento del uso del libro y la lectura entre los alumnos de escuela primaria y secundaria, es otra de las medidas que se considera prioritaria. Cabe destacar, al respecto, que de acuerdo a estimaciones de la Cámara Argentina del Libro, el consumo de libros por alumno, en Argentina, es menor a uno por año, mientras en países desarrollados su utilización es entre cinco y diez veces mayor.

En la actualidad, el Ministerio de Educación tiene programas de distribución gratuita de libros que se entregan en lugares públicos, planes

para dotar de libros a las bibliotecas escolares, e iniciativas para incorporar el hábito de la lectura desde temprana edad. Es necesario crear nuevas bibliotecas escolares y ampliar la dotación de libros en las existentes, incorporando material literario, especialmente en los establecimientos a los que asisten niños de bajo nivel socioeconómico.

La promoción de la lectura deberá hacerse a través de material bibliográfico orientado a las realidades y diversidades locales. Si la lectura de textos y material de consulta refleja la problemática y la cultura local, eso podrá hacer mucho más atractiva la lectura obligatoria en los cursos de educación formal. Es muy frecuente oír a jóvenes quejarse de tener que incorporar material foráneo que plantea situaciones ajenas a nuestra realidad, e incluso con giros idiomáticos extranjeros. En ese sentido, cabe destacar que la CONABIP exige que un porcentaje de los libros adquiridos por las bibliotecas populares de cada provincia, pertenezcan a autores locales o regionales.

Al desarrollo del hábito de la lectura en los niños y en los jóvenes, contribuiría a promover, a través de la escuela, actividades de lectura compartidas entre padres e hijos, que potencien el interés por el libro, tanto de unos como de otros. También resulta interesante la realización de jornadas de lectura en las escuelas, invitando a escritores e ilustradores a participar en la lectura y debate de sus propias obras o las de otros autores.

En particular, dentro de las bibliotecas de escuelas, colegios y universidades deben promoverse convocatorias atrayentes y dotarlas de ejemplares, más allá de los textos y títulos técnicos que constituyen los principales materiales de consulta allí; sería deseable aprovechar estos lugares para difundir la lectura de títulos para el entretenimiento, de menor consumo relativo dentro de los grupos de estudiantes.

A través del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, podría estimularse a las empresas a que se involucren en campañas de difusión del libro y la lectura. En este sentido, podría invitarse a las empresas de servicios públicos a incluir mensajes a favor del libro en sus resúmenes de cuenta y a las firmas en general, a adquirir libros como regalos empresariales y para su personal en festividades.

El reciente acuerdo entre editoriales y el Ministerio de Educación para mantener los precios de los textos escolares primarios y secundarios en los

niveles del ciclo lectivo anterior, a cambio del compromiso de priorizar el uso del libro de texto en las aulas, resulta de suma importancia para fomentar el uso del libro y la lectura entre los alumnos.

La incorporación de los medios de comunicación masiva –gráficos, radio y TV– provinciales y nacionales, estatales y privados y también a los diferentes actores de la comunidad en la difusión de las campañas del libro y la lectura, es otro elemento muy poderoso, que en el país se ha comenzado a utilizar, aunque todavía de manera muy incipiente.

Para la adquisición de nuevos hábitos, en este caso el de la lectura, es fundamental la persistencia del mensaje y la identificación. Bajo esta premisa, es importante la disposición de los medios de comunicación para el envío de avisos o *spots* en forma regular y permanente en el tiempo, así como también el involucramiento de figuras reconocidas por el público. Esto puede lograrse tanto a través de la publicidad tradicional como de la no tradicional (cuando se incluyen mensajes a favor de la lectura en programas de ficción televisiva, por ejemplo).

Existe una percepción más o menos generalizada de que la lectura de un libro requiere de una suma de condiciones especiales, que son difíciles de conseguir y que no exigen otros bienes y servicios culturales, como por ejemplo la música o la televisión. Falta instalar la idea de que la lectura es un acto que puede generar placer y trabajar sobre el prejuicio de que los libros sólo se leen por obligación, cuando la escuela o la universidad lo requieren. En este punto, son fundamentales las campañas de promoción del libro y la lectura amigables, donde los mensajes y los personajes que aparezcan resulten de fácil identificación con el público. Una buena idea es hacer publicidad no convencional sobre el libro y la lectura en programas populares de alto *rating*.

## **ASIMETRÍAS FISCALES**

Como se mencionó, uno de los artículos vetados por el Poder Ejecutivo Nacional fue el que establecía la eliminación del IVA en todas las etapas de la producción. Sin embargo, el régimen especial vigente determina la exención únicamente en la venta de libros, con el objetivo de abaratar el precio final que paga el lector y estimular su consumo como

bien cultural. Esto significa que las editoriales no cargan el impuesto en sus ventas, pero tampoco pueden tomar el crédito fiscal en sus compras, lo que tiene fuerte repercusión en las editoriales y librerías más grandes con gastos importantes de los que no pueden apropiarse el IVA (alquileres de locales, por ejemplo).

En países competidores en la actividad de impresión, como Colombia, existen reintegros de IVA para la exportación de libros, lo que significa desventajas en la competencia de los industriales argentinos con los extranjeros, pues los primeros aplican por ley IVA en sus precios. En la actual coyuntura cambiaría, la industria gráfica local igualmente es muy competitiva, pero eso podría modificarse si el tipo de cambio eventualmente bajara.

A continuación se presentan tres alternativas para corregir la asimetría fiscal frente al IVA de la cadena de valor del libro, planteadas en un estudio realizado recientemente por el Centro de Estudios Bonaerenses (2004):

#### **Alternativa 1:**

Eliminación del IVA en toda la cadena de valor, como está planteado en el artículo de la Ley del Libro que fue vetado por el ex-presidente De la Rúa. En este caso el beneficio se trasladaría a todos los sectores, permitiendo la baja en el PVP del libro. Según estimaciones del CEB, el costo fiscal de esta medida sería de entre \$7.000.000 y \$10.000.000. No obstante, el efecto podría disminuirse por el blanqueo de empresas y operaciones, y por el aumento en la recaudación de otros impuestos que surgiera por un mayor nivel de actividad del sector.

#### **Alternativa 2:**

Se propone un IVA reducido en toda la cadena, a la manera que existe para los diarios y revistas, que podría disminuir los costos totales dado que las editoriales podrían apropiarse del IVA que hoy se encuentra inseparable de los costos y por ende, trasladar la reducción a los precios. Con esta medida, se beneficiarían por un lado, los industriales gráficos, porque se reduciría la brecha que existe con los precios de impresión en el extranjero que tienen el reintegro del IVA, por otro, las editoriales y librerías, que podrían apropiarse del crédito fiscal que en la actualidad se encuentra en sus costos. De acuerdo a un estudio del CEB, con un IVA del

4% aplicado en toda la cadena, los precios de tapa aumentarían muy levemente (1,9%) o podrían mantenerse, según el margen bruto de comercialización que se aplique y a los acuerdos que se realicen, entre los diferentes eslabones de la cadena.

### **Alternativa 3:**

Permitir que las editoriales descarguen el crédito fiscal acumulado (IVA) contra el impuesto a las ganancias, como estaba permitido hasta el año 1999. De esta manera también se estimularía el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte del sector. La principal meta a lograr para el año próximo consiste en haber consensuado una solución al problema de la asimetría fiscal para la cual se podría considerar alguna de las tres alternativas propuestas.

## **CADENA DE VALOR DEL LIBRO**

La cadena de valor del libro es amplia y comprende tres grupos de actividades bien diferenciadas: por un lado, las vinculadas a la producción de contenidos, por otro, a la producción de bienes industriales y por último, a la comercialización. Los agentes que participan en la producción editorial dentro del primer grupo de actividades son los autores, las empresas editoras, los agentes editoriales y los proveedores de servicios editoriales (editores, traductores, correctores de estilo, diseñadores y diagramadores, fotógrafos, etc.). En el grupo de los productores industriales (los que concretan el producto en un bien físico) se incluyen las empresas gráficas y encuadernadoras y los fabricantes y distribuidores de papel. Por último, en la comercialización del libro se involucran las distribuidoras de libros, los importadores y los canales de venta minorista. En uno o varios de los grupos anteriores, se incluyen también las bibliotecas, las cámaras empresarias, los sindicatos y el Estado a través de sus diferentes áreas y organismos de gobierno nacionales, provinciales y municipales, entre las cuales se cuentan las bibliotecas que están a su cargo.

De lo anterior se desprende una amplia variedad de actores incluidos en la cadena de valor del libro, con grandes diferencias en las actividades desarrolladas, en el grado de exposición a mercados externos y en la participación del capital extranjero, lo que resulta en distinciones también

importantes en la forma de encarar los negocios en cada caso, con una trama compleja de relaciones donde la articulación no siempre resulta eficiente.

El Foro de Industrias de Base Cultural, convocado desde la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, dependiente del Ministerio de Economía y Producción de la Nación, está conformado por representantes de los diferentes eslabones de la cadena de valor del libro, pertenecientes tanto a los sectores público como privado. Se trata de un ámbito de discusión y generación de ideas poco frecuente en la Argentina, que tiene por objetivo promover el desarrollo del sector y articular e integrar los esfuerzos que se realizan en los ámbitos público y privado, bajo la concepción de que las industrias culturales tienen una alta potencialidad de desarrollo en el país. El Foro está coordinado por un profesional de la Secretaría y cuenta con el apoyo técnico de dos economistas especializados en el tema.

El enfoque de cadena de valor del libro implica que la calidad de un libro depende tanto del contenido como del soporte e incluso de la distribución y comercialización. Sólo si se logra en todas las instancias mencionadas alcanzar estándares de calidad adecuados se podrá instalar la marca «*Libro Argentino*» en el mundo y recuperar el lugar perdido a nivel internacional en las últimas décadas.

### *Las editoriales, generadoras de contenidos*

Si bien como producto de adquisiciones y fusiones, unas 20 firmas nacionales, en su mayoría de capitales extranjeros, concentran aproximadamente la mitad de la producción de ejemplares editados en el país, existe un número muy significativo de pequeñas y medianas empresas editoriales con una larga tradición en el mercado. Esto resulta en una vasta oferta cultural, diversificada y orientada a diferentes segmentos de la demanda, algunos de ellos muy cortos.

De acuerdo con información de la Cámara Argentina del Libro (CAL) y la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP), existen unas 300 editoriales en el país cuyo fin principal es editar libros, de las cuales al menos 200 estarían activas<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> La cantidad de editoriales registradas en el ISBN es varias veces superior a estos números, pero incluye a muchas empresas que dejaron de funcionar hace muchos años pero no se dieron de baja.

El conjunto de las ediciones argentinas muestra una producción amplia y diversificada de libros, que incluye prácticamente todos los segmentos temáticos. Entre ellos se destacan la literatura de ficción –tanto en formato de novela como de cuento–, los ensayos, los textos escolares y universitarios, la literatura infantil y los libros didácticos, los textos especializados en las materias jurídicas, médicas y de ciencias sociales, los libros de decoración y cocina, los de autoayuda, los de arte y turismo, entre otros.

El *alto nivel de calidad* de los profesionales y técnicos dedicados a las diferentes etapas de producción editorial es reconocido a nivel internacional: escritores, editores, traductores, correctores, ilustradores, fotógrafos y diseñadores gráficos y de arte. En todas estas profesiones y oficios se reconoce la presencia de personas con talento y experiencia.

A la tradición en los oficios se ha sumado en los últimos años una amplia oferta de cursos y carreras orientados a la industria editorial en general y a la del libro en particular, generándose una explosión de matriculación y la emergencia de nuevos jóvenes profesionales. En particular, se destacan la carrera de Edición, que se cursa en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA, las de traductores (en la Universidad de Buenos Aires y otras instituciones del interior del país) y la formación para el sector gráfico y editorial que ofrece la Fundación Gutenberg, en asociación con la Universidad Tecnológica Nacional y la Universidad de San Andrés. Un importante número de profesionales y técnicos egresados de estas carreras y de los cursos está trabajando en editoriales de capitales nacionales y extranjeros.

Argentina cuenta con ventajas comparativas en *traducciones*. En el país son varias las instituciones que dictan carreras de nivel universitario y que brindan una excelente formación en diferentes lenguas extranjeras. Esto implica el desarrollo de un capital humano muy valioso, capaz de generar empleos de calidad superior.

Si bien la cantidad y nivel de excelencia de los traductores argentinos es una fortaleza y una ventaja competitiva que actualmente tiene el país por el tipo de cambio, también en este caso las remuneraciones ofrecidas están incidiendo negativamente en la calidad de los trabajos, ya que lo normal es que los traductores ajusten el tiempo que destinan a la traducción de una obra en función de los honorarios percibidos. Otra consecuencia negativa

de las bajas remuneraciones, es que existe un alto grado de «intrusamiento» de la profesión (incorporación al mercado de personas que dominan el idioma extranjero pero no son profesionales de la traducción), que además de afectar a los traductores profesionales, lleva a que los trabajos carezcan de calidad y tengan graves errores de interpretación que pueden confundir el sentido que el autor quiso darle en cada fragmento de su obra.

Si bien el *diseño* ha mostrado en sus diferentes facetas (gráfico, modas, producto, interiores, etc.) un desarrollo importantísimo en los últimos años, y existe un auge de carreras terciarias y universitarias, la calidad del diseño de portada sigue siendo deficiente. En el caso de las editoriales que integran a diseñadores de portada dentro de su personal estable (asalariado), es frecuente que éstos deban realizar varios trabajos simultáneamente, lo que les resta tiempo para consustanciarse con cada libro y plantear propuestas originales que salgan de un diseño estándar. Cuando para el trabajo se contrata a un diseñador externo, el problema muchas veces se repite, porque se suelen pagar valores muy bajos con relación a otras áreas de actividad de los diseñadores. Además, la posibilidad abierta tras la devaluación para los diseñadores de vender sus trabajos a países extranjeros a precios relativamente más altos, genera menor interés de éstos de ocuparse en puestos de las editoriales locales.

Teniendo en cuenta que el *diseño de portada* es un elemento fundamental para la diferenciación de producto, la falta de valorización de este aspecto conspira fuertemente contra la competitividad de los libros argentinos, que quedan en franca desventaja respecto de las industrias de otros países, que dedican recursos mucho más significativos a este tema. El problema del diseño de tapa se puede apreciar claramente al comparar la mayoría de los libros editados en el país, especialmente los de editoriales pequeñas, con los de edición extranjera.

### *El papel como insumo crítico*

Es importante destacar que mientras para las empresas productoras de papel, la venta para el uso editorial es una fracción menor en el total, por lo que un cambio en la cantidad resulta marginal en su negocio, para las firmas editoriales el papel es un insumo clave, que representa alrededor de la mitad del costo industrial y cuya escasez significa un freno difícil

de superar. En la actualidad, las empresas productoras de papel están trabajando al 90% de la capacidad instalada, unos 15 puntos porcentuales más que en la segunda mitad de los noventa, lo que alerta sobre limitaciones para responder a aumentos de demanda.

En el año 2004, el papel más frecuentemente utilizado para la producción de libros fue el de obra nacional (58%), seguido del de ilustración nacional (16%) y luego del de ilustración importado (11%). El porcentaje de papel importado total (diario, obra, ilustración, semibiblia, cartulina) fue de 18%, guarismo que contrasta fuertemente con el 70% de promedio correspondiente al quinquenio 1996-2000, lo que demuestra claramente la sustitución de importaciones de papel tras la devaluación.

El papel argentino, según gráficos y editores, todavía no tiene los estándares de calidad que permitan aumentar su uso en la exportación de libros a los países más exigentes (como los europeos, Estados Unidos, etc.). Los diseñadores reciben con frecuencia el pedido de elaborar sus trabajos sobre papeles extranjeros, que tienen mejor absorción de tintas y uniformidad en la pigmentación, lo que da cuenta de la preferencia internacional por otra materia prima. Además, el precio interno del papel nacional se rige por la evolución internacional, y en los últimos años ha aumentado significativamente aun cuando la devaluación redujo su costo de producción en el país. Por último, el suministro para el mercado interno, también está sujeto a los excedentes sobre los volúmenes exportados, los que les permite imponer las condiciones de venta.

En la actualidad, las editoriales y las imprentas gráficas manifiestan tener dificultades para abastecerse de papel, situación no compartida por la Cámara que representa a los fabricantes de este insumo. En determinados momentos del año, sobre todo cuando se producen picos de demanda internacional del insumo, las empresas productoras de libros deben ingresar a una «lista de espera», lo cual genera incertidumbre al momento de tomar un pedido, altos costos de transacción en la búsqueda de un proveedor internacional sustituto y pérdida de negocios para quienes no tienen alternativa de abastecimiento o posibilidad de espera<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> En algunos momentos de 2003, han existido demoras de hasta 45 días para la entrega de papel.

En general, las editoriales e imprentas no cuentan con recursos para hacerse de un *stock* propio y, cuando lo tienen, están físicamente imposibilitadas de acumular volúmenes grandes.

Dada la situación actual, si no se toman medidas que aseguren el abastecimiento en tiempo y forma de papel para la impresión de libros, existe el riesgo de que la reactivación del mercado editorial argentino quede limitada.

Si bien existe la posibilidad de importar papel por valores similares al del producto argentino, esto requiere cierta escala, el pago adelantado en divisas y costos de transacción que las empresas de menor tamaño no pueden afrontar, que se suma al costo de aprendizaje que implica realizar transacciones internacionales.

A continuación se mencionan algunas de las medidas que están siendo promovidas a través del foro, para solucionar los problemas relacionados con el abastecimiento, la calidad y el financiamiento del papel.

En primer lugar, se plantea promover mayores esfuerzos de I&D en la cadena celulósico-papelera, promoviendo la innovación tecnológica del sector a través de la articulación entre firmas y centros de investigación. En ese sentido, de acuerdo a la opinión de algunos empresarios del sector gráfico, hay fallas que se relacionan con una insuficiente investigación para la mejora del producto final, la que podría lograrse aún con el parque industrial existente. Las potencialidades de un accionar en ese sentido son evidentes en el importante salto de calidad que tuvo el papel argentino en los últimos años, en el que fue destacada la participación del Departamento de Calidad de Papel del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).

Deberían generarse incentivos para que las productoras de papel estrechen sus vínculos con las instituciones de investigación públicas y privadas que pudieran hacer aportes para el mejoramiento de la calidad del producto final (coloración, textura, gramaje, resistencia) y del cuidado del medio ambiente, como por ejemplo, el INTI o el Instituto Tecnológico de Buenos Aires. Esto permitiría la obtención de certificaciones de calidad internacionales sobre estándares cada vez más altos.

Otra medida importante es incentivar la localización o relocalización de plantas productoras de papel en áreas cercanas a las fuentes de materias primas. La necesidad de esta medida se relaciona con la pérdida de competitividad frente a otros países como el cercano Brasil. Allí, la disposición

geográfica de las unidades productivas de cada etapa guarda criterios de eficiencia muy superiores a los argentinos, ya que integran en un área reducida los diferentes procesos, desde el cultivo del bosque hasta el punto de salida del producto más elaborado (por ejemplo, el puerto). Esto adquiere mayor relevancia, dado que en la década pasada se produjo el cierre de numerosos ramales ferroviarios, lo que tuvo un fuerte impacto negativo sobre los costos de transporte, al tener que ser sustituido por camiones.

Dado que el sector requiere de inversiones significativas para sostener la demanda de papel, resulta importante que las empresas tengan incentivos para realizarlas. En tal sentido, son favorables instrumentos tales como el subsidio de tasa y la Ley de Promoción de Inversiones (amortización acelerada y devolución de IVA). Podría incluso diseñarse un paquete de incentivos específicos para el sector que potencie las ventajas de contar con materias primas e insumos de alta calidad (bosques y plantas de producción de celulosa). Cabe acotar que, si bien en la actualidad, la creciente demanda desde el mercado externo e interno vuelve más atractiva la realización de inversiones, las que se están realizando todavía son insuficientes para afrontar el crecimiento que se prevé de la demanda en los próximos años.

### *El proceso de impresión y encuadernación*

Las imprentas que hacen libros como actividad principal son una pequeña porción del total, que se reduce aún más si se toma en consideración únicamente a aquellas cuya producción de libros les representa un porcentaje importante sobre de las ventas.

La *convertibilidad* favoreció el equipamiento de empresas gráficas con maquinaria y tecnología avanzadas, especialmente para producir impresos comerciales. Esta dotación conseguida en los años noventa las hace aptas para reorientarse a la producción de libros con altos estándares de calidad. El grupo de empresas que estaría en condiciones de producir libros con alta calidad puede subdividirse en dos: uno que ya está haciéndolo y otro que está en el umbral y por tanto requiere de inversiones adicionales en maquinaria, capacitación o contratación y, eventualmente capacitación, de mano de obra<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> FAIGA estima que el 60% de las imprentas puede producir libros porque cuenta con máquinas planas o rotativas que las hacen aptas. No obstante, sólo una fracción de éstas podría hacerlo con altos estándares de calidad.

El cambio en los precios relativos redujo significativamente los costos de impresión locales (en buena medida por una caída en los salarios medidos en divisa), devolvió competitividad al sector gráfico, abriendo buenas posibilidades para la sustitución de impresiones que antes se realizaban en otros países y para el crecimiento de exportaciones de libros editados dentro y fuera del país. En la actualidad, las editoriales imprimen la abrumadora mayoría de los libros en la Argentina (95% de los ejemplares), al tiempo que una cantidad creciente de libros de edición extranjera se imprimen en el país para ser distribuidos y comercializados en el mercado interno y en el exterior.

Algunas imprentas argentinas dedicadas a la producción de libros están trabajando cerca del tope de su capacidad instalada. Otras, que se especializan en otros tipos de productos, podrían ampliar la oferta, pero todavía no encuentran señales confiables para reconvertir su producción. Muchas de ellas todavía tienen deudas en dólares originadas durante la *convertibilidad*.

Si bien la industria gráfica posee personal capacitado, hay determinadas tareas que requieren de experiencia y profundo conocimiento, dos cualidades que se traducen en mayores costos salariales, los que sólo algunas empresas pueden pagar. Es por eso, que imprentas muy bien equipadas pero que no cuentan con personal idóneo para utilizar eficientemente la capacidad instalada, están realizando trabajos de regular calidad.

Por otra parte, la *encuadernación* de libros, pocas veces está integrada dentro de las imprentas. En general, combina procesos mecánicos y manuales con alto impacto en el producto final tanto en términos de costos, como de calidad. Por un lado, las tareas manuales implican un tiempo que sólo puede reducirse con máquinas más modernas que complementen el proceso de encuadernación. En este sentido, si bien la baja de los salarios en términos de moneda extranjera tras la devaluación generó ventajas competitivas en este tramo de la producción, significa también un «cuello de botella» en momentos de fuerte demanda (como los anteriores al inicio de clases) por el alto uso de la capacidad instalada, que suele generar demoras que repercuten en el incumplimiento de los plazos previstos por las editoriales para el lanzamiento de novedades y reimpressiones. Otros factores que están incidiendo en los problemas son las demandas de impresión de libros que

el Estado les compra a las editoriales para distribuir en las escuelas, y una demanda externa creciente para encuadernar libros editados en el exterior.

Por otro lado, la calidad de la encuadernación en la Argentina, está lejos aún de los estándares internacionales, lo que determina una inferior calidad del producto terminado, aun cuando la impresión sea buena. Es muy común escuchar que el libro argentino se desmembra o deja ver el encolado, lo que actúa en contra del posicionamiento de la industria editorial en el extranjero, así como también de los servicios de impresión en el país.

Si bien el equipamiento para impresión coloca a algunas empresas en los niveles internacionales, en general, Argentina no se equipó de algunas máquinas que hacen encuadernaciones demandadas a nivel internacional; por ejemplo, para tapas semiduras, que tienen una presencia similar a la de un libro de tapas duras, pero con un costo inferior. Eso es una desventaja a la hora de competir por mercados extranjeros, sobre todo en los segmentos de libros infantiles y de arte.

A veces, la escala requerida para hacer una encuadernación de buena calidad a costos razonables (cosido, encolados prolijos, etc.), determina que se prefieran formas más económicas que terminan reduciendo el estándar de los productos finales.

En Argentina, y a diferencia de otros países, hay pocos estímulos para la *modernización tecnológica*. El alto nivel de la capacidad instalada utilizada, por un lado, y la brecha de calidad existente entre la mayoría de las imprentas que hacen libros y los estándares internacionales en algunos procesos como la encuadernación por otro, señalan la necesidad de nuevas inversiones en el sector. De lo anterior se desprende que de no realizarse nuevas inversiones las posibilidades de expansión de la producción –y en particular de la exportación– estarán limitadas. Y si bien existen algunos estímulos para la adquisición de bienes de capital, suelen estar limitados a aquellos producidos en el país.

La falta de trayectoria exportadora de las empresas gráficas durante los años noventa, dificulta su inserción en el mundo a través de las exportaciones, a pesar de que el tipo de cambio actual la favorece. Es por eso que si bien saben que hay oportunidades para el comercio con el exterior, no incurren en acciones sostenidas para explotarlas.

Para salvar las limitaciones que existen en la actualidad para sostener el crecimiento de la demanda del sector y mayores estándares de calidad,

se necesita que las empresas del sector que no se dedican a la producción de libros se orienten progresivamente hacia esta actividad, como forma de responder a la creciente demanda interna y a la proveniente de editoriales del exterior, evitándose así cuellos de botella para el sector editorial, mejores condiciones de calidad a partir de la competencia, y una diversificación de las actividades que realizan las empresas gráficas. Para ello, se requiere de señales claras y sostenidas en el tiempo que impulsen a las empresas a reconvertirse cuando fuera necesario, invertir en modernización tecnológica, capacitación del personal y a usar más eficientemente la capacidad instalada.

También resulta imprescindible un estrechamiento de la relación entre las empresas y los centros de capacitación (como la Fundación Gutenberg) que amplíe los beneficios de las pasantías tanto para las firmas como para los estudiantes o recién graduados, dado que en el sector gráfico, como en tantas otras ramas afectadas por el proceso de desindustrialización de los años noventa, se produjo una pérdida de oficios que dificulta la contratación de mano de obra capacitada. Si bien en el Instituto Gutenberg, fundado hace 90 años y financiado con fondos del sector, se desarrollan cursos y carreras para el perfil de técnico o profesional requerido por las empresas, lo que determina que no haya dificultades en el reclutamiento ni en la formación para los puestos, la oferta de capacitación está muy concentrada en el Área Metropolitana de Buenos Aires y escasea en el interior del país, cuestión que debería corregirse. Por otra parte, los cursos son muy onerosos, lo que excluye a un segmento vasto de potenciales interesados.

Asimismo, dado que la impresión de libros argentinos ha ganado en competitividad, el Estado debe actuar como facilitador para la participación de las empresas gráficas en las más importantes ferias de editores del mundo, como las de México y España. Allí se efectúan rondas de negocios y la presencia de productores argentinos ayudaría a la consolidación de la producción gráfica argentina en el mundo, aprovechando la actual coyuntura favorecida por los precios relativos post-convertibilidad.

### *La importancia de la escala en la producción industrial*

Una de las razones que dificulta los negocios en el sector editorial, son las bajas tiradas de las ediciones, que se traducen en costos más altos

por ejemplar por el escaso aprovechamiento de las economías de *escala*, lo que a su vez eleva el precio de venta de los libros al público. Las bajas tiradas están afectadas por las dificultades económicas que muestra el mercado local, pero también por el aún escaso dinamismo de las exportaciones. Y, para que las ventas al exterior crezcan, uno de los requisitos fundamentales es, además de precios competitivos y una mejora de la calidad, la mejora de los instrumentos financieros disponibles que permitan aumentar las inversiones y el capital de trabajo.

Dentro de los problemas de calidad más frecuentes se destacan la falta de un trabajo de *editing* en el cual interactúen autores y editores, diseños de portada estandarizados y carentes de atractivo, falta de cuidado sobre la relación entre el papel utilizado y la técnica de impresión, y una encuadernación muchas veces precaria. A eso se le suma –sobre todo en los libros realizados por encargo– una distribución deficiente, falta de exhibición en los canales de venta y desconocimiento del material por parte de los vendedores.

### *Problemas de articulación en la cadena de proveedores*

El enfoque de cadena de valor implica que la calidad también requiere una *buena articulación con los proveedores y un buen cálculo de los tiempos*. En ese sentido, existen varios problemas en la etapa de producción industrial, que se han agudizado en la medida que el sector muestra claras señales de reactivación, se sustituyen importaciones y aumentan las exportaciones. *Existen cuellos de botella para la obtención de determinados tipos de papel, la impresión por parte de las gráficas y la encuadernación.*

La necesidad de cumplir con los tiempos pactados, sin duda puede inducir a errores por insuficiencia de controles de calidad, o a la postergación de los lanzamientos previstos por las editoriales. Esto último puede resultar grave cuando dichos lanzamientos estaban concebidos para momentos críticos (ferias del sector, inicio del ciclo escolar, festividades donde se venden masivamente libros para regalo, etc.) o cuando existen pedidos en firme del exterior. En este último caso, no sólo se ponen en riesgo los negocios que se están desarrollando, sino que se sienta un precedente que atenta contra la concreción de contratos en el futuro.

Existe una *falta de conocimiento adecuado por parte de los editores* de aspectos técnicos relativos a la producción industrial, como las características y calidad de los distintos tipos de papel, y los sistemas de impresión y encuadernación que se están desarrollando basado en nuevas tecnologías. Este desconocimiento los lleva a cometer errores en sus elecciones, los que atentan contra la calidad de los productos. Es claro que el panorama de los años noventa desincentivaba la impresión local a favor de la realizada en el extranjero y esto trajo como consecuencia negativa que los editores locales se desactualizaran con respecto a las innovaciones tecnológicas que tuvieron lugar en las industrias papelera y gráfica, porque muchas veces los contratos con el exterior se realizaban sin que mediara un trato personal entre editores e impresores.

### *Canales de venta de libros*

La «*Guía de compradores profesionales de libros*», publicada en 1999 por la CAL, estableció la existencia de 2.826 locales de venta minorista de libros. Esta cifra sobrestimaría en mucho el número real, ya que en el listado se incluyeron comercios para los cuales la venta de libros es una actividad secundaria o marginal<sup>8</sup>. De todas maneras, aún considerando que están sobredimensionados, los datos relevados dan cuenta de un volumen importante de comercios minoristas que venden libros. Los locales están fuertemente concentrados en la Ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense, mientras que en algunas provincias existe apenas un puñado de librerías.

De acuerdo con información de la Cámara Argentina de Papeleros, Libreros y Afines (CAPLA), habría en la actualidad, alrededor de 400 comercios especializados en libros en todo el territorio nacional.

El sector de librerías se transformó en los últimos años, después de la conformación de unas diez grandes cadenas que concentran al menos la mitad de las ventas minoristas, aunque el número de locales sólo representaría el 15% del total de bocas. Replican un modelo de amplia difusión en el mundo, donde las librerías independientes han ido cediendo espacio

---

<sup>8</sup> El listado completo incluía librerías, distribuidores, importadores y exportadores, papelerías, farmacias, quioscos y comercios de grandes superficies.

a conglomerados poderosos, que en muchos casos integran la venta de libros con la de música. Cabe mencionar que varias cadenas también son propietarias de editoriales importantes. Estas poseen una red muy importante de sucursales, en cantidades que varían entre 10 y 25 locales. Algunas están concentradas en el Área Metropolitana de Buenos Aires, mientras que otras tienen presencia en casi todas las ciudades más importantes del país<sup>9</sup>. Algunas de estas fueron adquiridas por empresas de capitales extranjeros, otras son propiedad de familias argentinas con tradición en el negocio, y se da el caso de aquellas que fueron adquiridas por empresarios argentinos procedentes de sectores económicos sin ninguna vinculación. Sea cual fuere el caso, todas ellas comparten varios elementos comunes: disponen de varias sucursales, locales espaciosos para facilitar el tránsito del público, una buena exhibición de los libros en estantes y vidrieras, áreas ambientadas para la consulta de libros infantiles, espacios de lectura para adultos y, cada vez más frecuentemente, servicio de cafetería y ámbitos para el desarrollo de espectáculos artísticos y encuentros con escritores. En cuanto a los rubros temáticos, la oferta es muy variada, siendo el fuerte los libros de ficción y los de no ficción de interés general. La oferta es en cambio más pobre en libros de textos escolares y técnicos<sup>10</sup>. El punto más débil de las cadenas es que sus vendedores están poco capacitados para asesorar profesionalmente al público.

Durante la década del noventa, el proceso de concentración de las librerías fue acompañado por una integración de tipo vertical, donde varias cadenas son, a la vez, propietarias de editoriales. Se destacan dos casos principales: uno es el del poderoso grupo editorial *Santillana*, de capitales españoles, que adquirió la cadena de librerías *Fausto* como forma de capitalizar una importante deuda. El otro es el del grupo *ILSHA*, que tiene la propiedad de la Editorial *El Ateneo* y las librerías *Yenny-El Ateneo*. La integración vertical permite a las editoriales exhibir de manera privilegiada sus obras en sus cadenas de librerías, lo que le resta mercado a los libros de otras editoriales, y en especial a los de autores menos conocidos.

<sup>9</sup> Las principales cadenas de librerías son *Yenny-El Ateneo*, *Fausto*, *Cúspide* y *Librerías Santa Fe*. Por ejemplo, *Yenny-El Ateneo* llegó a tener 32 locales en 2001, aunque esa cantidad se redujo en la actualidad.

<sup>10</sup> Aunque no en todos los casos es así; por ejemplo, *Cúspide* es una librería con una fuerte tradición en la venta de libros técnicos.

Las librerías independientes, en general, son de tamaño pequeño o mediano (frecuentemente de propiedad familiar) y constituyen la gran mayoría. Tienen como característica distintiva una atención más personalizada, el asesoramiento sobre qué libros adquirir para consumo personal u obsequio, y la especialización en rubros temáticos que difícilmente se consiguen en el resto de los canales de venta (libros especializados en temas académicos, técnicos, religiosos, textos escolares). Esto les permite convivir en el mercado con las empresas de mayor tamaño, amparadas también por la Ley de precio único que favorece indirectamente la diversidad y la producción de contenidos dirigidos a segmentos cortos de la población que son comercializados fundamentalmente por las librerías especializadas.

Durante la crisis de *convertibilidad*, muchas librerías pequeñas cerraron. Particularmente en el interior, esto determinó una escasez de comercios especializados que actúa en contra del hábito de la lectura y el consumo de libros.

Dado que el hábito del libro y la lectura se desarrolla y se sostiene a través del ingreso a las librerías, se recomienda mayor convocatoria a actividades vinculadas a la cultura dentro de los locales (lectura de obras, talleres para niños y adultos, etc.). De esta manera, las librerías se instalarán en la conciencia colectiva como ámbitos familiares y seguros, asociados no sólo a la cultura sino también al entretenimiento, la socialización y el juego.

Los supermercados se han convertido en pocos años en un canal de venta muy importante, favorecidos por dos condiciones: el surgimiento de los hipermercados, que brinda amplios espacios para la exhibición de nuevos productos, y la enorme cantidad de bocas de expendio, que permite llegar a lugares donde el desarrollo de las librerías es escaso. Su oferta se concentra en relativamente pocos títulos, que al ser adquiridos en grandes cantidades, les permite negociar descuentos muy altos. Sin embargo, su importancia relativa dentro de los canales de venta del libro en Argentina, ha caído significativamente desde el año 2002.

Las disquerías son otro de los nuevos actores en la venta de libros surgidos en los noventa, especialmente la cadena *Musimundo*, que trabajó con una oferta de material y prácticas comerciales parecidas a la de los supermercados. A partir de la crisis que la afectó, su venta de libros cayó considerablemente, básicamente por la drástica reducción del número de locales.

La venta *on-line* de libros a través de *Internet* es todavía incipiente en la Argentina. Por un lado, está limitada por los mismos factores que en general afectan el desarrollo del *e-commerce* en el país: la falta de confianza sobre la circulación de datos personales por la red y el temor a utilizar tarjetas de crédito para cerrar las transacciones. Además de estos factores más estructurales, también es cierto que, al menos hasta el momento, la infraestructura con la que cuentan los sitios *web* de librerías y editoriales es precaria, no tienen el suficiente grado de actualización y la oferta de libros que se encuentra es parcial.

Pero a pesar de estas dificultades, el canal está creciendo. Y si se observa el desarrollo que ha tenido en los países con un alto porcentaje de hogares conectados a la red, es esperable que en el futuro se produzca un salto importante en las ventas. Más aún si se tiene en cuenta que el libro es el principal producto que los internautas adquieren *on-line*, y que existe una gran cantidad de sitios de librerías y editoriales en funcionamiento, entre las que se destacan *Yenny-El Ateneo*, *Librerías Santa Fe* y *Cúspide*. Otros factores que deberían jugar a favor son el crecimiento de las ventas, son el porcentaje de población que vive en ciudades donde la oferta de las librerías es muy pobre y la importante cantidad de argentinos que vive en el exterior, muchos de ellos profesionales o con alto nivel educativo y cultural.

Un canal de venta tradicional que sigue vigente son los círculos de lectores. Los quioscos constituyen otro de los canales que se han visto fortalecidos últimamente. A su favor tienen la enorme cantidad de puestos en todo el país y los amplios horarios de atención. Fundamentalmente comercializan «coleccionables» de distintos géneros (histórico, literario, infantil, pedagógico, etc.).

Aún a pesar de las inversiones para mejorar los espacios y la ambientación de las librerías, se observa una pérdida del hábito de ingreso en estos comercios, lo que acota las posibilidades de venta. De acuerdo con datos de CAPLA, se leen 0,8 libros por habitante al año, cuando hace un par de décadas, se leían 4. Habría algún mecanismo que actúa en la gente desincentivando el ingreso en las librerías que se confirma al observar que en la «Semana del Libro», cuando se colocan los libros en la calle, acercándolos a la gente que transita, las ventas aumentan entre un 12% y un 15%, de acuerdo con CAPLA. La misma fuente reclama mayor facilidad

en los trámites requeridos frente al Gobierno de la Ciudad para la exposición de la mercadería en la vía pública durante esta semana, que se han hecho muy difíciles en los últimos años.

El Estado local debe promover el acercamiento entre los lectores y las librerías, bajo la concepción de que son éstas las principales mediadoras entre las obras y los lectores. A tal fin, debería establecer requisitos más accesibles y fáciles de tramitar para la «Semana del Libro» y estimular otros eventos especiales de este tipo.

Si bien el establecimiento del precio único para libros fijado por las editoriales resulta una medida hacia la igualdad de condiciones de competencia entre grandes y pequeños comercios minoristas –sobre todo para la venta de *best sellers*–, el tope para el descuento que determina la Ley es fácilmente burlado por las editoriales que cuentan con una librería del mismo grupo empresarial y venden a consumidores que no tienen exigencias de factura (como los grados o divisiones de escuelas). Además, como efecto secundario, esta forma de efectuar las compras por fuera de la librería –que es el comercio por excelencia para esto– es contraria al desarrollo del interés de los niños y jóvenes por el ingreso a las librerías, canales indispensables para el fomento del libro y la lectura.

En la mayoría de las librerías pequeñas y medianas, falta equipamiento informático y sistemas adecuados de gestión, lo que hace engorrosos los controles de *stock*, la determinación de las necesidades de reposición, el conocimiento de las novedades, y la integración a la red del «Portal del Libro» desarrollado por la Cámara Argentina del Libro. Los códigos de barras del ISBN que figuran en todos los libros, permiten que con un lector óptico y un *soft* sencillo se pueda mejorar significativamente el manejo de información en estas empresas, pero en la actualidad, alrededor del 40% de las librerías no cuentan con un sistema de información y gestión que les permita apropiarse de las ventajas del portal, que ya se encuentra en funcionamiento.

Como en los otros eslabones de la cadena de valor del libro, pero muy especialmente en el correspondiente a librerías, es necesario un mejor conocimiento de las firmas que están en actividad. Para ello, se requiere la conformación de un sistema estadístico que provea de información actualizada sobre librerías: cantidad de establecimientos, localización, número de empleados, rango de facturación, antigüedad, grado de uso de

herramientas informáticas para el manejo de *stocks* y de ventas, etc. En este sentido, una mayor difusión de equipos de informática y de programas de gestión y de acceso a información pública o semi-pública (como el Portal del Libro), sería muy beneficiosa. Créditos a tasas accesibles para la mejora tecnológica de las librerías, sobretodo de las de menor tamaño es una iniciativa que tendría fuerte impacto.

También deben dirigirse acciones de capacitación para un mejor conocimiento del personal de venta sobre los títulos y autores que las librerías ofrecen a los lectores. Estos agentes son la interfase entre el libro y el lector por lo que el conocimiento de éstos del material ofrecido y la orientación que hagan al lector en función de sus preferencias mejorará la eficiencia del sector en su conjunto y actuará en favor de mayores ventas de libros. La posibilidad de tomar parte del crédito fiscal para capacitación, podría facilitar una mayor profesionalización del sector.

### *El mercado externo y los desafíos del nuevo contexto macroeconómico*

La devaluación del peso mejoró sustancialmente la competitividad de los libros editados en el país, y como consecuencia, se produjeron cambios notorios en los niveles de importaciones y exportaciones.

Durante la década de los noventa, la *balanza comercial* de libros de Argentina era deficitaria, producto de un tipo de cambio que daba ventajas por precio a la compra de producción extranjera respecto de la nacional. Después de la devaluación, en el año 2002, la brecha deficitaria se acortó, pero aun se mantiene. De hecho, aunque las exportaciones de libros se recuperaron con respecto a la fuerte caída que siguió al abandono de la *convertibilidad*, las importaciones también han venido recuperando terreno, y el saldo de balanza comercial ha vuelto a ser negativo (U\$S 13 M).

Si bien la competitividad precio de los libros argentinos se originó fundamentalmente en la devaluación, inicialmente también contribuyeron la reducción de la plantilla de personal asalariado, la falta de ajuste en los precios y en las remuneraciones pagadas por los distintos servicios editoriales, y el congelamiento de la mayoría de los costos de estructura (alquileres, servicios públicos). Aun así, como sucedió en otras ramas de la actividad económica, hasta el segundo semestre de 2002 las exportaciones de libros no sólo no reaccionaron, sino que incluso disminuyeron,

debido a que las empresas estuvieron empantanadas por graves problemas devenidos del congelamiento de los depósitos bancarios (lo que popularmente fue denominado «corralito») la desaparición o disminución drástica del financiamiento por parte de los proveedores, etc. y los ajustes de estructura obligados por la realidad. Algunas editoriales directamente paralizaron la edición de novedades, lanzaron nuevos títulos con tiradas muy conservadoras o se limitaron a la reimpresión de títulos agotados.

En el contexto de un mercado muy achicado, operó un proceso de sustitución de importaciones, por un lado, y de estrategias más agresivas hacia mercados externos de editoriales que buscaron compensar la caída en el mercado interno, por los de otros países. Así, en los rubros de literatura de ficción y ensayos, ciertos libros de autores extranjeros que con anterioridad a la devaluación resultaba conveniente importar, comenzaron a editarse localmente. Aunque con la devaluación los derechos de autor se incrementaron en la misma proporción que el precio de las divisas extranjeras, la ecuación comenzó a ser rentable, sobre todo en los casos en que una parte de la producción se colocaba en el exterior, ya que además de venderse una mayor cantidad de ejemplares, se bajaban los costos unitarios de producción por las economías de escala del proceso de impresión. En otros casos, directamente, la edición nacional tenía como principal objetivo la exportación, mientras que era el mercado interno el que actuaba en forma complementaria para optimizar costos a través de una tirada más amplia.

La estrategia de los editores para penetrar en mercados externos en esta etapa, ha sido tratar de establecer precios con el exterior no muy superiores a los del mercado interno. Quienes en un principio lograron aprovechar mejor las nuevas condiciones fueron las grandes editoriales de capital extranjero, ya que a los países latinoamericanos les resulta más barato comprar las ediciones argentinas, que abastecerse de las filiales de la misma firma editorial ubicadas en países geográficamente más cercanos. En ese sentido, juega a favor que el costo de transporte de libros representa un componente relativamente reducido del precio de venta, no afectándose, por lo tanto, la ventaja de competitividad.

Aunque muchas de las editoriales extranjeras son españolas, las ediciones que se están realizando para exportar no suelen tener ese destino como mercado. En el caso de ficción, la causa principal es que el lector español prefiere leer libros «traducidos» que incorporen los giros lingüísticos loca-

les. Por lo tanto, si se quiere ingresar en el mercado español se debe realizar una segunda edición además de la destinada al mercado latinoamericano (para el que se trabaja con una suerte de español «neutro»), que incorpore la jerga local. Esto encarece los costos de producción por el aumento de los costos fijos, y además se pierde una parte de las economías de escala de impresión. Sin embargo, la razón principal por la que resulta complicado exportar a España, parece ser cierta norma no escrita por la cual las editoriales españolas, no aceptan ceder la edición de obras importantes a sus subsidiarias latinoamericanas.

Como se dijo, los países latinoamericanos son los principales destinos que están teniendo las renovadas exportaciones de libros argentinos. Si se observan las estadísticas correspondientes al año 2004, casi la cuarta parte de las exportaciones de libros argentinos tiene como destino a México. Si a este último se le agregan Chile y Brasil, estos tres países concentran casi la mitad del total de las exportaciones nacionales (46%). Luego de estos países se ubica España, con casi el 9% del volumen exportado, mientras que de una lista de países latinoamericanos, los que se encuentran en los primeros lugares por orden de importancia son Uruguay, Bolivia, Perú, Ecuador, Venezuela y Colombia que acaparan el 31% del total. El volumen de exportación alcanzado en 2004 fue de casi U\$S 31,5 M. Por su parte, las importaciones recuperaron mucho del terreno perdido con posterioridad a la devaluación, lo que muestra que el margen para seguir sustituyéndolas aún es importante.

Luego de la caída de la *convertibilidad*, las *importaciones* cayeron abruptamente, debido al fuerte encarecimiento de los libros provenientes del exterior (hasta 150%) y a la disminución de la demanda interna. Otro factor que incidió en esta merma fue el gran *stock* de ejemplares que se había acumulado a diciembre de 2001, tanto en los depósitos de los importadores, como en los propios canales de venta<sup>11</sup>. En el año 2004 las importaciones fueron de U\$S 44,6M.

También existe una fuerte concentración de las importaciones de libros por origen. Sólo España representó 51% de las compras totales al extranjero

<sup>11</sup> Según los datos proporcionados por una de las importadoras líderes (*River Side*), a mediados de 2002 el volumen importado se había reducido en 70% con respecto al año anterior. Caídas similares y aún mayores fueron reportadas por las editoriales que importan libros de sus subsidiarias en el exterior.

en el año 2004. Un dato para destacar es que Estados Unidos se ubicó en el segundo lugar en importancia (10%), superando ampliamente a los países latinoamericanos hispanoparlantes, lo que se explica por una comunidad latina muy grande, que consume libros adquiriéndolos directamente o consultándolos en bibliotecas, grandes compradoras de ejemplares.

Un aumento en el dinamismo de las exportaciones de libros argentinos con insumos y mano de obra predominantemente nacionales, significa un impacto positivo prácticamente para todos los eslabones de la cadena de valor del sector: editoriales, proveedores de servicios de edición, imprentas y canales de comercialización.

Asimismo, la exportación, al posibilitar aumentar la escala de las tiradas, reduce significativamente el precio unitario por ejemplar, permitiendo la reducción del PVP o un aumento del margen de rentabilidad.

Dado las ventajas actuales dadas por el tipo de cambio, y la buena calidad de los profesionales y técnicos argentinos, actualmente están teniendo un fuerte impulso las exportaciones de servicios editoriales (como traducción, diseño, editing, corrección de estilo, ilustración es, etc.), así como la de derechos de autor e impresión de libros editados en terceros países. En el caso de los servicios, las exportaciones se ven favorecidas por el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, que permiten trabajar de manera virtual, evitando los costos de transporte de las personas y del envío de los productos.

La promoción de la participación de las editoriales argentinas en las ferias internacionales del libro más importantes del mundo, es un elemento clave de cualquier política de fomento a las exportaciones, puesto que en ellas se concretan buena parte de los negocios internacionales, tanto de venta de libros como de derechos editoriales. Así, la presencia en ferias internacionales y otros eventos de comercialización y difusión del libro resulta central en un proyecto de expansión de las exportaciones. A tal fin, se deberá promover la asociatividad de las editoriales argentinas, para participar en estos eventos, con el objeto de compartir costos de exposición, estadía, e iniciativas de promoción conjuntas.

En este punto, la labor de las cámaras resulta central para que las editoriales argentinas puedan tener presencia, ya que éstas instalan *stands* institucionales que reducen significativamente los costos de exhibición.

Otra iniciativa importante es la publicación de catálogos colectivos de las editoriales, que permiten difundir de manera integral y optimizando costos, la oferta del material que las editoriales argentinas llevan a las ferias, fortaleciendo, además, la marca libro argentino.

Luego de varios años donde el Estado estuvo prácticamente ausente en la ayuda para que las editoriales puedan participar en estos eventos, en la actualidad, a través de la Fundación Exportar, se subsidia hasta el 40% de los gastos que les demanda a las editoriales tener presencia en las ferias internacionales. Asimismo, además de las ferias, es clave aprovechar la red de embajadas y consulados de la cancillería Argentina, para promover el libro argentino en el mundo, facilitar contactos comerciales y detectar posibilidades de nuevos negocios para el sector editorial, ya que la información que pueden aportar dada su presencia permanente en los distintos mercados, ayuda a que se genere una comunicación ágil para la transmisión de información. En este punto, la participación de las Cámaras vuelve a ser fundamental. Para lograr estos objetivos, debe existir un intercambio permanente de información, así como encuentros periódicos entre el sector público y los empresarios que permitan delinear nuevas estrategias.

El apoyo a la realización de ferias inversas, invitando a editores extranjeros al país para compartir espacios de encuentro con editoriales nacionales y autores locales, con el fin de generar nuevos negocios es otra estrategia que ha comenzado a desarrollarse en el país y que debe continuar fomentándose. En ese sentido, cabe destacar que hace tres años que se desarrolla un emprendimiento de carácter privado apoyado por algunas embajadas de países extranjeros y desde el año 2005 también por la Cámara Argentina del Libro, en el cual se invita al país a diez editores de diversos países cuidadosamente seleccionados, que ya trabajan con literatura latinoamericana, que permanecen una semana en el país profundizando su conocimiento de la literatura argentina, interiorizándose sobre las novedades y tomando contacto directo con los autores que trabajan en distintos géneros, con el objetivo de mejorar su conocimiento sobre la producción bibliográfica argentina, tomar contacto directo con los autores y comprar derechos editoriales.

Existe en Argentina una debilidad, incluso en comparación con países que tienen un mercado similar de autores nacionales, en la cantidad y calificación de agentes editoriales. Esta figura resulta fundamental en la venta

de derechos de autores argentinos, ya que son ellos quienes mantienen relaciones fluidas con los editores extranjeros interesados en publicar obras de autores latinoamericanos y, particularmente, argentinos.

Para la mayoría de las editoriales resulta difícil y costoso desarrollar departamentos propios de venta de derechos. Partiendo de esa dificultad, se recomienda desarrollar acciones en forma asociada. En ese sentido, en enero de 2004 siete editoriales argentinas medianas y pequeñas se asociaron en «Letras Argentinas» con los siguientes objetivos: difundir las obras de escritores argentinos en otras lenguas, afianzar lazos entre los editores locales y sus colegas extranjeros y ayudar a la generación de ingresos para los autores y sus editores a través de las regalías que los contratos generen. La asociación entre los editores funciona como un organismo de soporte que provee información, ofrece asesoramiento y coordina acciones conjuntas que fomentan las ventas de derechos de autor, con un coordinador que se hace cargo de esas tareas. Llegado el momento de concretar las ventas, la responsabilidad es de cada editorial.

También resulta imprescindible crear un fondo para la traducción de obras de autores argentinos para facilitar la exportación de derechos editoriales nacionales a editoriales extranjeras para que las publiquen en idioma extranjero. Este instrumento ha sido desarrollado por gran cantidad de países, sumamente diversos en cuanto al alcance de su idioma. Por ejemplo, ha sido adoptado por Grecia, Polonia y Brasil, cuyas lenguas prácticamente no se hablan en otros territorios; pero también en España, México y Francia. De esta forma, al disminuirse el costo de las traducciones, se reduce la barrera a la entrada dada por el idioma para la edición de autores nacionales en países de lengua extranjera. Asimismo, dada la gran cantidad de países que han desarrollado este estímulo a las traducciones de sus obras, aquellas que no lo poseen están en desventaja para competir.

También debe avanzarse en mejorar, a través del portal del libro, la información que existe sobre los títulos publicados por editoriales en el país, con registro ISBN, para potenciar la demanda por parte de editoriales y bibliotecas del exterior.

En abril de 2004 se inauguró el portal del libro argentino con información detallada sobre todos los títulos editados en el país, no sólo en español sino también en idiomas extranjeros. El objetivo central de este

instrumento es utilizar la Internet para desarrollar una comunidad virtual que permita capturar, almacenar y distribuir la información proveniente de la base de datos de ISBN de Libros Argentinos. Para facilitar la exportación de títulos, resulta importante que existan referencias sobre los libros y los autores al menos en idioma inglés, lo cual requiere fundamentalmente un esfuerzo por parte de las propias editoriales.

Finalmente, reiteramos que cabe resaltar la importancia de articular acciones en toda la cadena de valor, para consensuar los estándares de calidad que debe tener el libro argentino.

En efecto, para ingresar en los mercados extranjeros y consolidar la presencia del libro argentino, es condición necesaria contar con ciertos estándares de calidad en todas las etapas del proceso de producción del libro. Por eso, la cadena debe acordar criterios y comprometerse a cumplirlos en beneficio de todos.

## **FINANCIAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR Y GENERACIÓN DE PROCESOS ASOCIATIVOS**

### *Financiamiento para la compra de papel*

Como se ha mencionado más arriba, uno de los problemas que más afecta las posibilidades de crecimiento de la industria del libro argentina es la falta de financiamiento. Esta restricción limita las posibilidades de producción para el mercado interno y la exportación, al tiempo que dificulta la planificación de la producción debido a faltantes de papel que, en parte, se originan en la imposibilidad de realizar compras con mayor antelación por la falta de acceso a crédito.

En el caso específico del mercado externo, como se ha referido, a pesar de las ventajas que otorga el tipo de cambio, las editoriales tienen enormes dificultades para financiar la colocación de sus libros en el exterior, ya que los mismos son entregados –al igual que en los canales de venta locales– mayormente en consignación, y con plazos de pago que rondan los seis meses. Esta situación incluso afecta a las empresas de capitales multinacionales, que no tienen posibilidades de financiar a las propias subsidiarias de sus empresas en otros países, y en esos casos deben limitarse a la venta de los derechos de autor.

Como también se ha mencionado más arriba, el papel es un insumo crítico para la edición de libros. Dado que se trata de un *commodity*, se rige por precios internacionales, con lo cual, devaluación mediante, las editoriales vieron aumentar en su matriz de costos, el peso de este insumo.

A través del Foro se está desarrollando un sistema de financiamiento especialmente diseñado para el sector editorial, que se espera que además de solucionar el acceso al papel por parte de editoriales e imprentas, redunde en una mayor eficiencia en el funcionamiento de toda la cadena de valor.

A tal fin se está elaborando con el apoyo de *Garantizar SRL* (una de las más importantes sociedades de garantías recíprocas –SGR– del país), un novedoso producto financiero para el papel. Dado que el principal problema para acceder al crédito por parte de las editoriales es la escasez de patrimonio neto, que sirva como garantía para respaldar las deudas que asumen con el sector financiero (el mayor activo con el que cuentan son los derechos editoriales, que son intangibles), se plateó el esquema que se desarrolla a continuación.

En primer lugar, se considera al *stock* de libros en consignación que poseen las editoriales en un conjunto de librerías seleccionadas pertenecientes a las cadenas más importantes, como un activo sujeto de ser usado como contra-garantía. Lo novedoso del método es asignarle valor a un activo que para los bancos, en el caso de que las editoriales no paguen, no les sirve para recuperar los fondos prestados, ya que resulta imposible convertir los libros no vendidos en un activo líquido. Por esa razón, en la lógica del sistema tradicional, las PyMEs editoriales no son sujeto de crédito, salvo que los propietarios pongan como garantías reales bienes propios (viviendas, automóviles, etc.).

Sobre ese *stock* se realizaría un aforo, y el tercio de ese valor se tomaría como la contra-garantía con que las editoriales respaldarían el financiamiento *Garantizar*. El monto obtenido de esta relación, daría el límite máximo del crédito para financiar la compra de papel al cual podrían recurrir las editoriales. En la medida que las editoriales vayan cancelando sus obligaciones, pueden volver a solicitar financiamiento hasta el límite establecido, sin que para ello sea necesario realizar una nueva presentación de carpetas.

Cada editorial abriría una cuenta especial, sin chequera, en la cual las librerías realizarían los depósitos de los libros vendidos, en los plazos

convenidos con las editoriales. Como las editoriales irán reponiendo y lanzando nuevos títulos al mercado, se generaría un sistema de altas y bajas controladas por *Garantizar*, que serviría para mantener el *stock* dentro de ciertos márgenes a convenir. La importancia de esta cuenta radica en la necesidad de la SGR de contar con una herramienta de control que le permita seguir el flujo de caja del negocio.

Una vez al mes, *Garantizar* realizaría una liquidación del estado de cuenta y, previa deducción de los intereses y de su comisión, se realizaría la transferencia del saldo a una cuenta de libre disponibilidad del editor. La tasa de interés que cobraría el banco sería la de mercado para operaciones «seguras»<sup>12</sup> sobre los montos efectivamente utilizados (no sobre el cupo fijado para cada empresa). Los intereses a pagar podrían reducirse, ya que a través del Foro se está buscando incluir esta operatoria en el sistema de «subsidio de tasa a las PyMEs» que lleva a cabo la Secretaría de Industria, Comercio y PyMEs.

Lo interesante de este instrumento es el que transforma en garantía un bien (el libro) que es tangible pero no tiene ningún valor como prenda para el sistema financiero convencional, dado que ninguna institución buscaría recuperar el capital vendiendo los libros que, por otra parte, si no tienen respuesta por parte del mercado, no tienen posibilidad alguna de ser colocados. En otras palabras, los libros, no son bienes susceptibles de garantizar ninguna operación para el sistema financiero tradicional, pero a través del sistema propuesto, las editoriales estarían obteniendo un crédito similar al del tipo «a sola firma».

Se trata de un sistema novedoso, que bien instrumentado, abriría la posibilidad de avanzar sobre otros activos susceptibles de ser financiados, como por ejemplo los derechos de autor, que tienen la dificultad adicional de ser intangibles.

Dado que parte del virtuosismo del sistema se basa en el control de los flujos del negocio, una externalidad positiva de este método sería la mejora que podría aportar sobre la información disponible de las operaciones del sector. A su vez, incentivaría la informatización de muchos puntos de ventas y el desarrollo de *software* de gestión, especialmente en canales de venta que podrían sumarse al sistema en sucesivas etapas.

<sup>12</sup> Entendemos por operaciones «seguras» aquellas cuyo riesgo de cobranza está acotado por la calidad de la garantía.

Es a través del desarrollo de sistemas de este tipo como se consigue impulsar la asociatividad en sectores poco propensos al trabajo en «equipo». En ese sentido, las editoriales podrían realizar compras conjuntas que les permitiesen obtener mejores precios, sin que ello implique solidarizarse frente a las dificultades de pago que pueda tener alguna de ellas. De esta forma, mejorando el poder de negociación de uno de los eslabones débiles de la cadena de valor, se posibilitaría la mejora de la visión de conjunto del sector y se lograría una mejor integración de los fabricantes de papel y de los distribuidores de ese insumo.

En tal sentido, se espera que este sistema de financiamiento mejore la eficiencia del funcionamiento de toda la cadena del sector editorial, en términos de mayor previsibilidad y planificación de los *stocks* necesarios para financiar la demanda de las editoriales, evitando faltantes y demoras en el lanzamiento de novedades y reimpressiones, y potenciando el negocio de la exportación. En este último aspecto cabe destacar que las ventas se realizan con un plazo de pago, que al presente no calza con la cancelación de la compra del papel.

A través de la mejora en la eficiencia y planificación del proceso productivo, todos los agentes de la cadena de valor, estarían cada vez más incentivados por estrategias *win-win*. En otras palabras, este sistema no se basa en la obtención de beneficios de un sector a costa del otro –lo cual lo haría inviable– sino de una estrategia pensada para que todos los actores mejoren la perspectiva de su negocio.

Como restricción, cabe mencionar que, debido a limitaciones de orden legal que figuran en su estatuto, *Garantizar* no puede aplicar este sistema a aquellas empresas que no sean PyMEs. Sin embargo, existe la posibilidad de utilizar la misma lógica trabajando con créditos directos de distintos bancos comerciales (dado que estas empresas tienen mayores posibilidades de reunir los requisitos para acceder al crédito convencional), o bien utilizar el sistema de garantías propuesto, en la medida que las compras las efectúe una empresa gráfica.

### *Financiamiento para la adquisición de derechos de autor*

Para editar obras de autores extranjeros es usual que las editoriales deban pagar los derechos de autor por adelantado. En el caso de que los

autores sean consagrados o que el libro haya tenido buenos resultados de venta en su idioma original, el costo de adquisición de los derechos puede ser muy oneroso. Cuando los autores nacionales o latinoamericanos son consagrados, es habitual que exijan un pago importante por adelantado, a cuenta de derechos que obtendrán de acuerdo a las ventas. Asimismo, en el caso de las obras extranjeras, el costo de una buena traducción también produce una cantidad de dinero relevante.

El apoyo para la compra de derechos de autor, compra de traducciones y otros intangibles (dibujos, etc.), tendría impacto tanto sobre las ventas al extranjero (por nuevas posibilidades de venta de obras traducidas y/o ilustradas a países de Hispanoamérica, con las que Argentina tiene la ventaja de compartir el español como lengua madre), como sobre la comercialización en el mercado interno, aportando diversidad a la oferta cultural en el país.

Por otra parte, con la devaluación, el costo en moneda local de adquirir derechos extranjeros se elevó considerablemente con relación al precio de venta de los libros. Por tal razón, el sector requiere de un apoyo financiero que le permita competir con editoriales de otros países como España, Colombia o México. Dado que estas obras muchas veces son editadas para exportarlas al mercado regional, el tipo de financiamiento debe contemplar especialmente en este caso la necesidad de plazos que permitan el retorno de la inversión.

Para brindar apoyo financiero a la compra de derechos debe avanzarse con instrumentos crediticios originales, puesto que, al ser intangibles, los bancos y otras instituciones de financiamiento no pueden constituir prendas sobre ellos. Al mismo tiempo, son inversiones que entrañan un riesgo significativo y un plazo de amortización considerable.

### *Financiamiento para la adquisición de bienes de capital*

En el caso del financiamiento para la adquisición de bienes de capital, debe tenerse en cuenta cuáles son los plazos adecuados para que las inversiones comiencen a generar retornos que permitan hacer frente a la amortización. Por ejemplo, en el caso de las inversiones de ampliación de la capacidad de producción de papel, se requieren varios años de construcción de las nuevas plantas hasta que éstas puedan comenzar a funcionar

adecuadamente (los plazos requeridos para la puesta en marcha de los equipos son más largos que en otros sectores)<sup>13</sup>.

## Piratería

Desde el lado de la demanda, la *piratería* y la reprografía ilegal son prácticas prohibidas por las leyes, enmarcadas dentro de la categoría del delito penal, que causan importantes pérdidas económicas a los agentes que participan del negocio editorial.

Hasta hace poco, el problema de la *piratería* –central en los subsectores culturales de la música y del video– no era tan prioritario de resolver para las editoriales, frente a un mayor perjuicio a la violación de los derechos de propiedad intelectual que es la reprografía (fotocopiado ilegal), hacia donde se orientaban casi exclusivamente las acciones de combate. Sin embargo, este problema ha ido creciendo en los últimos años, afectando especialmente a las editoriales que producen libros de gran tirada.

A fin de combatir la *piratería*, se proponen las siguientes medidas:

En el marco de la Foro de IBC, se está constituyendo el Foro contra la *piratería* y la reprografía ilegal, en asociación con otros sectores de la industria afectados por estos delitos (disco, video *software*) para articular una política común de defensa de la propiedad intelectual.

Los sectores de la música y de videogramas, estiman que el material *pirata* representa más de la mitad del mercado, lo que significa que por cada producto legal comercializado, hay más de uno ilegal. Si bien no se dispone de estimaciones para el libro, se conoce que el fenómeno de la *piratería* está creciendo rápidamente en el sector –en especial en el último año– y se teme que –de no mediar las acciones necesarias– se convierta en una amenaza para las editoriales y los autores, como ocurre en Bolivia, Venezuela, Ecuador o Paraguay.

La articulación del sector del libro con otras áreas afectadas por la *piratería*, como la industria fonográfica, la industria del videograma y la industria del *software*, permitirá compartir experiencias, hacer un trabajo conjunto con el Poder Judicial, el Poder Legislativo, la Policía y las

---

<sup>13</sup> La puesta en marcha de una nueva línea de producción para una fábrica de papel puede llevar varios años, lo que requiere un financiamiento a largo plazo.

áreas pertinentes del Poder Ejecutivo, para desarrollar acciones de concientización, capacitación, educación a los consumidores, identificación y denuncia de los delitos, etc. En esta asociación para combatir la *piratería* y la reprografía ilegal, la Cámara Argentina de Productores de la Industria Fonográfica (CAPIF), podrá aportar su experiencia en la realización de campañas de concientización y acciones de detección de laboratorios que producen discos piratas, ya que viene trabajando en el tema hace tiempo, dado que para ese sector la *piratería* es el problema más importante.

El Foro de IBC también se ha propuesto realizar *campañas públicas de concientización* sobre las consecuencias de la *piratería* y la reprografía ilegal en las diferentes cadenas de valor, articuladas entre el sector público y el privado. Estas campañas deberán estar dirigidas a la población en general y a sectores específicos, en particular, en los que el consumo de material ilegal sea frecuente (estudiantes universitarios, por ejemplo). También son importantes las acciones de capacitación, educación a los consumidores, identificación y denuncia de los delitos.

Por otra parte, se promueve la *realización de campañas de concientización y capacitación para el Poder Judicial y la Policía Federal* (que tienen a su cargo la detección y la represión de delitos de *piratería*, tales como la División de Delitos Especiales y la Policía Informática) sobre las distintas modalidades y características que asumen los delitos de *piratería* y el perjuicio económico que causan a los eslabones de la cadena de valor que trabajan en forma legal, ante la falta de un castigo proporcional a la magnitud de los ilícitos y, por ende, de señales que inhiban a quienes delinquen a continuar con dichas prácticas.

Uno de los mayores obstáculos en el combate de la *piratería*, es que cuando los ilícitos son detectados, las consecuencias para los que incurren en ellos no resultan graves. Si bien se trata de un delito de carácter penal, es habitual que los jueces apliquen la figura de la *probation*, lo que suspende el juicio. En definitiva, cumplido el plazo que se fija para tareas de resarcimiento a la sociedad, los autores de estos ilícitos quedan libres de antecedentes penales. Por lo tanto, si con posterioridad cometen un delito de carácter similar, no son considerados reincidentes.

La falta de condenas efectivas se debería, como también sucede en el sector de la música, a que los jueces minimizan la gravedad del delito de *piratería*, dado que implícitamente lo comparan con otros de amplio

repudio por parte de la sociedad (como los homicidios o los secuestros extorsivos). Asimismo, al no aplicar multas, ni resarcimiento económico por los derechos perdidos, los productores y demás agentes perjudicados quedan sólo con la alternativa del juicio penal, que por los montos en juego muchas veces no se justifica.

Para avanzar en los problemas vinculados con la justicia y las penas, resulta necesario contar con leyes que contemplan la violación de los derechos de propiedad intelectual vinculados con nuevos medios de reproducción y distribución, dado que existe una falta de puesta al día en la legislación para tratar el ilícito de la *piratería*, lo que también atenta contra la justa sanción a las personas que incurrir en estas acciones. Esto se manifiesta por ejemplo, en la dificultad de asociar algunos elementos utilizados en la producción de libros «piratas» con las que serían de acuerdo con la ley pruebas de reproducción ilegal.

También resulta necesario agilizar los procedimientos de laboratorio para detectar copias *piratas*. En la actualidad, estos procedimientos para determinar la legalidad de un producto de música, video o libro llevan varios meses, lo que determina que cuando se conoce el resultado, las acciones que puedan emprenderse contra los autores del delito, resulten imposibles: transcurrido ese tiempo, desaparecen otras pruebas e incluso las personas involucradas en las acciones.

Una buena parte del sector y de la ciudadanía en general no es consciente de los recursos que les brindan los organismos de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial, tanto a nivel nacional como local y la oportunidad que constituyen para avanzar en la lucha contra la *piratería*, mediante el establecimiento de multas y la interdicción de la mercadería ilegal. Por un lado, pueden hacer valer los derechos de los consumidores que compran libros *piratas* de buena fe creyendo que son originales. Asimismo, a través de las facultades que otorga Lealtad Comercial, se puede sancionar a quienes producen libros eludiendo el pago de los derechos de las editoriales y los autores. Asimismo, en el caso de que las ventas se realicen a un precio inferior al PVP, se pueden aplicar sanciones por la violación de la Ley que establece un precio único de venta al público que es fijado por las editoriales, y debe ser respetado por todos los canales de comercialización.

La incorporación de hologramas, numeración u otros elementos identificatorios de ejemplares legales, especialmente en los libros con tirada

masiva, basado en un entendimiento de las cámaras del libro y empresas editoriales es un elemento que podría ayudar a que los consumidores distingan entre los libros legales y los piratas, aunque es necesario evaluar la relación costo-beneficio de impulsar el uso de esta innovación, ya que algunas editoriales locales comenzaron a utilizar hologramas, pero luego los dejaron de utilizar.

### **Reprografía ilegal**

También la reprografía se ha convertido en un problema grave para el sector del libro en Argentina. La reprografía ilegal, es la reproducción parcial o total de una obra por medio de técnicas de fotocopiado, las que están expresamente prohibidas por el Código Penal argentino. Esta práctica implica una pérdida económica para todos los agentes que están involucrados en el negocio editorial. Se produce particularmente sobre el material educativo producido para el nivel secundario, y muy especialmente el destinado al nivel universitario, las maestrías y otros cursos de posgrado.

A partir de la aceptación de que la lucha para evitar la fotocopia es muy difícil de librar, en el mundo han surgido organizaciones que intentan legalizar su utilización, recuperando los derechos para las editoriales y los autores. En la Argentina, la CAL delegó esta responsabilidad en el Centro de Administración de Derechos Reprográficos de la Argentina (CADRA), que es un organismo privado encargado de cobrar los derechos por la copia de material bibliográfico de aquellas editoriales que lo autoricen. El CADRA puede otorgar una autorización para fotocopiar hasta el 20% de una obra, y las casas fotocopadoras deben pagar una cápita de acuerdo a la cantidad de máquinas con las que están equipadas. Todavía no se está en condiciones de realizar una evaluación de la medida, ya que esta organización ha comenzado a funcionar recientemente.

La CAL estima que la reprografía ilegal ocasiona pérdidas por entre \$150 y \$200 millones anuales, que equivalen al 40% del mercado del libro. De acuerdo a este cálculo, y considerando un promedio del 10% en concepto de regalías, los autores (nacionales y extranjeros) dejarían de percibir entre \$15M y \$20M por año<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Estas estimaciones fueron realizadas considerando los niveles de ventas y precios del año 2001, por lo cual las cifras podrían diferir de las actuales.

Dado que la fotocopia está muy arraigada en la cultura estudiantil, se ha comprobado que aún en los casos donde fotocopiar un libro cuesta lo mismo o menos que comprarlo, los estudiantes igual suelen elegir fotocopiarlo. El problema es que existe un hábito de selección bibliográfica por parte de los docentes, centros de estudiantes, casas de fotocopias y alumnos, que deriva en el armado de compilados de capítulos de diferentes libros que luego se reproducen en función de las demanda.

Por tales razones, es necesario generar una campaña de concientización sostenida en el tiempo que difunda el concepto de que la reprografía es un delito que atenta contra los derechos de propiedad intelectual. Asimismo, deberán marcarse las consecuencias que tiene la reprografía en términos de fragmentación del conocimiento (se leen partes de libros, pero no obras completas), falta de conformación de bibliotecas personales por parte de los estudiantes, desincentivos para el surgimiento de nuevas obras y autores (porque la reprografía atenta contra la rentabilidad de las novedades), disminución de ingresos para editoriales y autores, etc.

Dado que una parte muy significativa de la reprografía ilegal tiene lugar en las universidades, se busca promover que las editoriales y los autores recuperen parte de los derechos de autor que pierden por la reprografía ilegal, permitiendo una autorización limitada de las reproducciones, a cambio del cobro de derechos.

Esto último requiere un acuerdo entre las autoridades de las universidades, docentes, centros de estudiantes, editoriales, etc., para estimular el uso del libro y evitar el fotocopiado, por ejemplo, promoviendo ediciones económicas que hagan la compra de los libros accesible a los estudiantes. En tal sentido, cualquier iniciativa en esa dirección no puede obviar que la fotocopia está muy instalada culturalmente tanto entre estudiantes como profesores, y que las editoriales tradicionalmente han tenido intereses enfrentados con los centros de estudiantes, dado que estos últimos obtienen una parte sustancial de sus recursos a través de la fotocopia de apuntes.

En este sentido, se busca que las universidades a través de los docentes y las editoriales, puedan establecer cuáles libros son importantes en cada una de las materias, para que estas últimas puedan realizar ediciones más económicas, teniendo en cuenta que se podrían realizar tiradas significativas.

Asimismo, si bien en Argentina el mercado de libros usados existe, su grado de desarrollo es bastante acotado, lo que se traduce en márgenes de

intermediación muy altos entre los precios de venta y de compra de un título de similar estado. La forma de reducir estos márgenes de intermediación es incrementando sustancialmente el mercado del libro usado, lo cual podría lograrse a través de campañas que promuevan la lectura y compra de libros (tanto nuevos y usados), como alternativa a la fotocopia. Un razonamiento similar puede hacerse respecto del mercado de alquiler de libros, que son prestados a cambio de un pago al estudiante durante el período que dura el cursado de la materia.

Por su parte, la promoción de la impresión de libros agotados a través del sistema de *print on demand*, resulta clave, dado que en muchos casos esa es la única alternativa para evitar que la adquisición sea a través de la fotocopia, ya que si el libro no puede encontrarse en el mercado, se legitima su fotocopiado.

Existen casos en los cuales los libros son fotocopiados debido a que la edición se agotó y el libro no es reeditado ni reimpresso. En parte, esta situación se debe a que, dada la generalización de la fotocopia, los editores muchas veces no tienen incentivo para reimprimir un libro. Se genera por lo tanto un círculo vicioso, en el que la falta de originales lleva obligadamente a la fotocopia (que de alguna manera en este caso queda legitimada), lo cual, a su vez, inhibe la reimpresión de libros agotados, que en muchos casos se encuentran descatalogados. Cuando ocurre esta situación, una alternativa plausible –además del desarrollo de un mercado del usado, ya planteado– es que las editoriales realicen pequeñas tiradas con el sistema de impresión sobre demanda, o directamente aprovechar este sistema para imprimir los libros a medida que son solicitados por los estudiantes. Cabe aclarar que este sistema no requiere de una tirada mínima, y resulta más económico que el tradicional hasta una cierta cantidad.

### Síntesis y conclusiones

La Argentina desarrolló tempranamente una industria editorial de calidad en los géneros de ficción y no ficción, que se proyectó a través de las exportaciones a los países de la región y España. Dicha producción, si bien se basó en importantes autores nacionales, tuvo como elemento clave la edición de obras de autores extranjeros traducidos al español.

Luego de alcanzar un pico de producción a mediados de los años setenta, la industria editorial argentina comenzó un período de larga

decadencia que tuvo origen en el achicamiento del mercado interno debido a –entre los factores más importantes– las recurrentes crisis económicas, la pérdida del hábito de lectura, la competencia con otros entretenimientos y medios de información y el impacto de la reprografía y la *piratería*. A su vez, el nivel de calidad de los libros argentinos se resintió notablemente, perdiendo el lugar de liderazgo que tenía en la región frente a México y Colombia.

En la Argentina de los años noventa se produjo un proceso de fuerte concentración, en el cual varias de las principales editoriales de capital nacional pasaron a manos de poderosos grupos extranjeros. Sin embargo, cabe destacar que en dicho período se constituyeron varias nuevas editoriales PyMEs, que aprovecharon la creciente segmentación del mercado de lectores en temáticas específicas. El tipo de cambio que rigió durante la *convertibilidad* favoreció la importación masiva de libros, al tiempo que un 20% de los ejemplares editados localmente se imprimía en el exterior, afectando a la industria gráfica nacional. Los precios relativos vigentes, sumados al deterioro de la calidad, limitaron fuertemente las posibilidades de expandir las exportaciones. La debacle producida por la salida de la *convertibilidad* sumió a la industria editorial argentina en la mayor crisis de su historia, dada por la dramática caída tanto del número de títulos como de ejemplares editados.

El nuevo esquema macroeconómico y algunas políticas públicas llevadas a cabo por distintos organismos del Estado, han permitido que a partir de 2003 los niveles de producción se elevaran significativamente, alcanzándose valores similares a los observados antes del inicio de la recesión. Desde entonces, la mayoría de las impresiones se volvieron a realizar en el país y se verificó un mayor dinamismo de las exportaciones.

El futuro para la industria del libro se presenta auspicioso, aunque para que el sector argentino recupere el lugar perdido se necesita solucionar diversos problemas, potenciar las fortalezas y combatir las debilidades y amenazas que se presentan a corto, mediano y largo plazo. En esa línea, la constitución del Foro Nacional de Industrias de Base Cultural tiene como objetivo la articulación de esfuerzos públicos y privados para lograr una visión estratégica, fijar un Plan de Acción, y poner en marcha una batería de medidas e instrumentos que promuevan la generación de valor agregado por parte del sector, la incorporación de mano de obra calificada,

dinamicen las exportaciones y desarrollen el hábito de la lectura en la población, especialmente en los niños y en los sectores de menores recursos. El Foro ha incorporado a representantes públicos y privados que actúan o inciden en cada uno de los eslabones de la cadena de valor, puesto que se considera que ésta es la única forma de superar las restricciones que actualmente existen para sostener el crecimiento de la producción y trabajar para lograr mejorar los estándares de calidad.

Una política de largo plazo requiere que el Estado en conjunto con el sector privado y no gubernamental trabaje en el desarrollo de políticas de promoción del libro y la lectura, que incluyan campañas públicas en favor del hábito de la lectura, mejoren la dotación de las bibliotecas públicas, populares y escolares, capaciten a los maestros y sensibilicen a los padres para que los niños se familiaricen con la lectura. Para ampliar los efectos de la intervención pública se necesita, además de incrementar progresivamente los recursos económicos, integrar y mejorar la articulación entre las distintas iniciativas que actualmente se desarrollan, y con aquellas otras que surjan a futuro.

Las editoriales actualmente encuentran la falta de financiamiento para la compra de papel como uno de los principales escollos, dado que se trata del principal insumo industrial, y cuyos precios prácticamente se triplicaron como efecto de la devaluación, ya que se determinan en el mercado internacional. Otro de los problemas es que existen faltantes de *stock* en determinados tipos de papel o demoras en los procesos de entrega de los pedidos. Por tal motivo, se está trabajando en la adopción de un sistema que permita que las editoriales medianas y pequeñas accedan al financiamiento a través de una sociedad de garantías, pudiendo ofrecer en contra-garantía (dado su escaso patrimonio neto) el aforo de los libros que tienen en consignación en las principales cadenas de librerías. Se espera que este sistema permita aumentar la producción, desarrollar entre las editoriales *pools* de compras para lograr mejores precios, e incrementar la colocación de libros en el exterior. Asimismo, el acceso al financiamiento por parte de las editoriales les permitirá planificar con antelación sus compras y, a las papeleras, adaptar su producción a la demanda de cada tipo de papel, reduciendo los faltantes y las demoras en la entrega.

La expansión de las exportaciones requiere que las editoriales puedan participar en las principales ferias internacionales, y para eso necesitan

apoyarse entre sí (por ej., a través de *stands* comunes y elaboración conjunta de catálogos). Las menos poderosas también precisan un subsidio para solventar los altos costos de traslado y estadía. Pero también es necesario que las editoriales puedan acceder al mercado de derechos editoriales extranjeros, y traduzcan obras para editarlas con destino a los mercados interno y externo. En ese sentido estas últimas, más allá de los ingresos que reportan «*per se*», resultan estratégicas para aumentar la tirada de las ediciones y lograr una reducción en los costos medios por ejemplar por las economías de escala del proceso de impresión.

El incremento de la producción y de las exportaciones, también está sujeto a las restricciones de los eslabones industriales. En ese sentido, las fábricas de papel, las imprentas y las encuadernadoras se encuentran trabajando con altos niveles de uso de la capacidad instalada. Se requiere, por lo tanto, realizar inversiones que permitan extender la frontera de producción y modernizar los equipos teniendo en cuenta la necesidad de mejorar los procesos productivos e incorporar nuevas tecnologías. La innovación tecnológica resulta clave para mejorar la calidad y competitividad de los libros argentinos, que deben competir en el exterior con la poderosa industria española, y con los otros grandes jugadores hispano-parlantes de la región. La calidad también implica la necesidad de mejorar componentes de la edición propiamente dicha: traducción, diseño de portada, *editing*, etc.

Es imperioso encontrar soluciones a los problemas de reprografía ilegal y *piratería*, ya que ambos atentan contra la expansión de la demanda interna. En el primer caso, los principales perjudicados son los editores y autores de libros de textos, y en el segundo los libros de ficción de gran tirada. Por último, cabe mencionar que debido a la gran elasticidad-ingreso de los consumos culturales, el crecimiento de la demanda dependerá de la recomposición de los ingresos reales, la reducción de los índices de desempleo y la caída de los altos niveles actuales de pobreza.

## BIBLIOGRAFÍA

CANASBALELLAS, A.M.

2002 «¿Derechos de autor?» en *El mundo de la edición de libros*. De Sagastizábal, L. y Estévez Fros, F. (comp.). Buenos Aires: Editorial Paidós.

1998 Cámara Argentina del Libro / Cámara Argentina de Papel, Librería y Afines / Dirección de Bibliotecas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: *Estudio sobre hábitos de lectura*. CAL. Buenos Aires.

CEDEM

2005 Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: Industrias culturales, en *Coyuntura Económica de la Ciudad de Buenos Aires 14*. Buenos Aires. Abril.

CEP

2005 *La industria del libro en la Argentina*. Buenos Aires: Ministerio de Economía y Producción.

DE SAGASTIZÁBAL, L.

2002 «El libro, entre la oferta y la demanda» en *El mundo de la edición de libros*. De Sagastizábal, L. y Estévez Fros, F. (comp.). Buenos Aires: Editorial Paidós.

DEL CARRIL, F.

2002 *La producción editorial*. Comp. Desagastizábal, L. y Estévez Fros, F. Editorial Paidós.

FIDANZA, E.

2002 «¿Quién es el lector?» en *El mundo de la edición de libros*. De Sagastizábal, L. y Estévez Fros, F. (comp.). Buenos Aires: Editorial Paidós.

GETINO, O.

1995 *Las Industrias Culturales en la Argentina. Dimensión Económica y Políticas Públicas*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

KATZ, A.

2002 «¿Qué es el libro hoy?» en *El mundo de la edición de libros*. De Sagastizábal, L. y Estévez Fros, F. (comp.). Buenos Aires: Editorial Piados.

Ley 25.542: Defensa de la Actividad Librera.

Ley 25.446: Fomento del Libro y la Lectura.

PERELMAN, P.

2003 *Industria de Generación de Contenidos y Bienes Culturales, componente de «Lineamientos para fortalecer las fuentes del crecimiento económico»*. CEPAL-ONU.

SEIVACH, P.

2003 *Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires. Evolución reciente y potencialidades. Complejos del libro, diarios y revistas, música, cine y publicidad, video y televisión*. CEDEM, Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano, Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Buenos Aires.

ZAID, G.

1996 *Los demasiados libros*. Barcelona: Editorial Anagrama.