



Estudios de Mercado

El mercado del libro en Argentina Junio 2014

Este estudio ha sido realizado por
Sara Lema Bouza, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Buenos Aires

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	8
4. DEMANDA	21
5. PRECIOS	28
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	35
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	36
8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	39
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	46
10. OPORTUNIDADES	47
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	48

1. RESUMEN EJECUTIVO

- Argentina cuenta con una población de 40.117.000 habitantes, de los cuales 35% (13,7 M) son menores de 19 años. La tasa de alfabetización del país es del 98% y cuenta con 2 millones de universitarios y 5,5 millones de habitantes con estudios secundarios completos.
- En 2013 se registraron 27.757 títulos y se imprimieron 88.171.750 ejemplares. La cantidad de registros aumentó un 0,34% respecto a 2012, mientras que el número de ejemplares disminuyó un 9%. Argentina es el tercer país latinoamericano en cantidad de títulos editados, por detrás de México y Brasil, según datos del CERLALC
- Argentina es el 3er. exportador de libros de América Latina (USD19 M en 2013), a la que destina el 77% de su exportación total. Es el 6º importador de libros de la región (USD40 M en 2013), siendo España su principal proveedor con el 45% del total. Hay una fuerte presencia directa del sector editorial español en el país a través de filiales.
- Las importaciones han caído un 55% desde el máximo de la última década alcanzado en 2011 (USD117 M), como consecuencia de las restricciones a la importación establecidas por el gobierno argentino.
- La Fundación El Libro informa como facturación del sector en valores PVP, con datos de 2012, teniendo en cuenta el denominado sector editorial comercial (aprox. el 50% de títulos y ejemplares nacionales), más unos 4 millones de ejemplares con ISBN extranjero: USD 533 M (tipo de cambio promedio 2012 USD1/ARS4,6), es decir, unos 2450 M de pesos argentinos (ARS)
- La tirada promedio de los registros sin “Edición de Autor” y sin e-book, para distribución directa y en librerías (59% de los registros) fue de 2.969 ejemplares. El 46% de estos registros tuvo una tirada de menos de 1000 ejemplares. Sólo 7 títulos superaron los 100.000 ejemplares.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

- Las principales temáticas registradas son literatura (27%), libros infantiles y juveniles (18%), Ciencias sociales (13%) y libros de texto (6%).
- El 55% del total de títulos corresponde a empresas editoriales, un 17% a empresas comerciales y un 12% a edición de autor; el resto son universidades e instituciones públicas o privadas.
- Los líderes del mercado son los grandes grupos mundiales del mercado del libro de habla hispana: Penguin Random House, Grupo Planeta y Grupo Prisa.
- Según datos de operadores del sector, las cadenas de librerías suponen un 25% de las ventas de libros, las librerías independientes un 37%, los medios alternativos un 19% (colegios, universidades, profesionales, congregaciones religiosas, jugueterías y papelerías), los supermercados y quioscos un 6%, la venta directa otro 6% y, por último, los ministerios y otros organismos públicos el 7% final.
- Existe una fuerte concentración del sector en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la Provincia de Buenos Aires donde se publican el 83% de los títulos registrados.
- El libro digital sigue mostrando un nivel de crecimiento lento: 16% de los registros corresponden a este formato, mientras que el 83% corresponde a libros en papel y 1% a fascículos. No obstante, hay que destacar que el 40% de las publicaciones registradas por las instituciones educativas y la universidad pública son en formato digital.
- El libro está exento de IVA (21%).
- La ley establece un precio uniforme para la venta al público.
- El establecimiento de una licencia previa de importación para todo tipo de bienes, denominada Declaración Jurada Anticipada de Importación – DJAI, constituye la principal barrera de acceso al mercado. No se debe realizar ningún embarque sin que el importador cuente con la DJAI aprobada. La falta de definición de los criterios para aprobar o rechazar una DJAI, dificultan y encarecen enormemente las operaciones de comercio exterior y determinan la imposibilidad para el importador de hacer una previsión de sus compras.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

Delimitación del sector

El objeto de este informe es analizar la situación actual del mercado del libro en Argentina. No forman parte del mismo los demás productos editoriales como diarios o revistas.

En España la Ley 10/2007 define el libro como “obra científica, artística, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier otro soporte susceptible de lectura”.

En Argentina no existe una definición legal del libro en el conjunto de normas que regulan el sector (pueden consultarse en www.infoleg.gov.ar):

- Ley 11.723 - Régimen legal de la propiedad intelectual
- Ley 25.446 - Ley de fomento del libro y la lectura
- Ley 25.542 - Ley de Defensa de la Actividad Librera (que establece el precio uniforme de venta al público de los libros), reglamentada en la Resolución 75/2002

El sistema de clasificación arancelaria utilizado en Argentina es la Nomenclatura Común del MERCOSUR (N.C.M.), que coincide en los seis primeros dígitos con el TARIC europeo. Cuando hay mayor desagregación en las subpartidas, puede no haber coincidencia. El MERCOSUR es una unión aduanera imperfecta que agrupa a Brasil, Argentina, Paraguay, Venezuela y Uruguay.

Los libros están incluidos dentro del capítulo 49, que recoge los productos editoriales de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados y planos; y mas concretamente en la partida 4901, “Libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas”.

La partida 4901 está compuesta por las siguientes subpartidas:

- 4901.10: “En hojas sueltas, incluso plegadas”
- 4901.91: “Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos”
- 4901.99: “Los demás”

Mientras que la nomenclatura del TARIC desagrega esta partida únicamente hasta 6 dígitos, la argentina amplía estas tres subpartidas añadiendo 2 dígitos de la NCM y otros 3 dígitos del llamado Sistema Informático Malvina (SIM).

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

POSICIONES ARANCELARIAS Y DESCRIPCIÓN

N.C.M.	Descripción
4901	LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, INCLUSO EN HOJAS SUELTAS.
4901.10.00	En hojas sueltas, incluso plegadas
4901.10.00.1	En juegos o surtidos
4901.10.00.110	Elementos complementarios indispensables para la utilización de los impresos y que no posean valor propio de comercialización (precio no diferenciado)(R.ex ANA 634/93)
4901.10.00.120	Elementos complementarios no indispensables para la utilización de los impresos o que posean valor propio de comercialización (precio diferenciado)
4901.10.00.190	Los demás
4901.10.00.900	Los demás
4901.9	Los demás
4901.91.00.	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos
4901.91.00.1	En juegos o surtidos
4901.91.00.110	Elementos complementarios indispensables para la utilización de los impresos y que no posean valor propio de comercialización (precio no diferenciado)(R.ex ANA 634/93)
4901.91.00.120	Elementos complementarios no indispensables para la utilización de los impresos o que posean valor propio de comercialización (precio diferenciado)
4901.91.00.190	Los demás
4901.91.00.900	Los demás
4901.99.00.	Los demás
4901.99.00.1	En juegos o surtidos
4901.99.00.11	Elementos complementarios indispensables para la utilización de los impresos y que no posean valor propio de comercialización (precio no diferenciado)(R.ex ANA 634/93)
4901.99.00.111	Que contengan agar-agar
4901.99.00.112	Que contengan preparaciones de belleza o maquillaje
4901.99.00.113	Que contengan algún artículo de la partida 95.03
4901.99.00.119	Los demás
4901.99.00.12	Elementos complementarios no indispensables para la utilización de los impresos o que posean valor propio de comercialización (precio diferenciado)
4901.99.00.121	Que contengan agar-agar
4901.99.00.122	Que contengan preparaciones de belleza o maquillaje
4901.99.00.123	Que contengan algún artículo de la partida 95.03
4901.99.00.129	Los demás
4901.99.00.190	Los demás
4901.99.00.9	Los demás
4901.99.00.910	Directorios
4901.99.00.92	Guías turísticas
4901.99.00.921	De contenido exclusivamente cultural (datos históricos, geográficos, de gobierno o de índole similar), de un país o de una ciudad
4901.99.00.929	Las demás
4901.99.00.930	Horarios de vuelo
4901.99.00.940	Productos alcanzados por la Res. 163/2005 SCT
4901.99.00.990	Los demás

Elaboración propia a partir de datos de Guía Práctica S.A.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Según el SIM, el libro está integrado en la posición arancelaria 4901.99.00.990, “Los demás”. A pesar de que queda excluida de este estudio la partida 4902 (“diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad”), las notas de la propia N.C.M. establecen que corresponden a la partida 4901 “los diarios y publicaciones periódicas encuadernados, así como las colecciones de diarios o de publicaciones periódicas presentadas bajo una misma cubierta, aunque contengan publicidad”.

Por último, cabe puntualizar que también quedan excluidos del estudio los libros infantiles en los que no exista un texto continuado, las imágenes proporcionen mayor información que el texto o las imágenes ilustren todos los episodios y no parte de ellos, que están encuadrados en la partida arancelaria 4903. Esta partida incluye además, los “álbumes o libros de estampas para niños y cuadernos infantiles para dibujar o colorear”. Estos ítems se prestan a gran confusión por lo que es necesario aclarar que entre los criterios para su inclusión en un nomenclátor u otro, no figura el carácter educativo de los libros, puesto que éste se presume en unos y otros, sino las razones expuestas anteriormente y que tienen que ver con el propio contenido del libro y la importancia que tengan en el mismo las imágenes y el texto. La relevancia de su inclusión en una u otra partida viene porque, tal y como se detallará más adelante, la partida 4901 está exenta de derechos arancelarios, tasa estadística e IVA a la importación, mientras la partida 4903 no lo está, como se explicará más adelante en el apartado de acceso al mercado.

En cualquier caso, el peso del libro entre los demás productos editoriales de la partida 4901 es muy sustancial, representando en 2013 el 77% de las importaciones totales y el 95% de las exportaciones totales:

IMPORTACIONES y EXPORTACIONES 4901 vs. 4901.99.00.99

Valores FOB en USD

Año	4901		Libros: 4901.99.00.99		Cuota libros vs. 4901	
	Importaciones	Exportaciones	Importaciones	Exportaciones	Cuota Imp.	Cuota Exp.
2009	95.258.108	33.594.749	63.472.012	29.868.087	66,63%	88,91%
2010	102.962.324	40.145.983	73.312.134	36.007.129	71,20%	89,69%
2011	117.076.120	29.715.232	84.292.989	26.648.721	72%	89,68%
2012	63.499.487	27.348.168	39.335.000	24.614.989	61,95%	90,01%
2013	52.251.680	19.371.503	40.464.749	18.544.317	77,44%	95,73%

Elaboración propia a partir de datos de SIF América

3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

Tamaño del mercado

Aunque no hay datos económicos sobre la producción de libros, sí los hay en cuanto al número de títulos y ejemplares impresos que, junto con los datos de importación y exportación, dan una idea del tamaño del mercado local.

LIBROS. TÍTULOS Y EJEMPLARES (unidades)

Año	Títulos	Variación anual títulos	Ejemplares	Variación anual ejemplares
2013	27.757	0,34%	88.171.750	-9,08%
2012	27.661	-12,72%	96.977.765	-18,30%
2011	31.691	20,10%	118.700.987	56,79%
2010	26.387	11,79%	75.707.363	-15,26%
2009	23.605	3,18%	89.340.118	-7,98%
2008	22.877	1,23%	97.083.918	4,65%

Fuente: Observatorio Industrias Creativas a partir de datos del registro de ISBN y de la Cámara Argentina del Libro

El número de títulos y ejemplares alcanzó su pico en 2011, coincidiendo con el mayor volumen de importaciones, por lo que se puede afirmar que el 2011 fue el mejor año para el mercado editorial de la última década. En 2012 disminuyeron los títulos y ejemplares con respecto a 2011, fruto del importante freno en el crecimiento de la economía argentina, aunque el mercado se ha recuperado algo en 2013, al menos en número de títulos. En 2013 se registraron 27.757 títulos y se imprimieron 88.171.750 ejemplares. La cantidad de registros aumentó un 0,34% respecto a 2012, mientras que el número de ejemplares disminuyó un 9% (la cantidad de títulos y ejemplares puede ser mayor ya que no es obligatorio el registro de las reimpressiones).

La balanza comercial ha sido históricamente negativa, sin embargo, el déficit comercial ha disminuido de forma importante en los últimos 2 años. Esto se debe a la abrupta caída de las importaciones como consecuencia de la implementación en 2012 de las restricciones a la importación establecidas por el gobierno argentino (Declaraciones Juradas Anticipadas de Importación DJAI). El 2011 había sido record de importaciones de libros en la última década en Argentina. Las exportaciones no han contribuido a esa mejora del déficit puesto que han caído en los últimos tres años.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

BALANZA COMERCIAL (4901) ARGENTINA

	2009	2010	2011	2012	2013	Dif.12/13	Dif. 09/13
Exportaciones	33.594.749	40.145.983	29.715.232	27.348.168	19.371.503	-29,17%	-42,34%
Importaciones	95.258.108	102.962.324	117.076.120	63.499.487	52.251.680	-18,71%	-45,15%
Saldo Come.	-61.663.359	-62.816.341	-87.360.888	-36.151.319	-32.880.177	9,05%	46,68%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF América

Argentina es el tercer exportador de libros de América Latina, a la que destina el 77% de su exportación total. Es el sexto importador de libros de la región, siendo España su principal proveedor con el 35% del total

Si consideramos únicamente el libro como lo entendemos vulgarmente, descartando impresos, folletos, diccionarios y enciclopedias, directorios y guías turísticas, las cifras bajan pero se mantienen la proporcionalidad dada la alta incidencia que tiene el libro dentro de la posición arancelaria 49.01: 77% de las importaciones (USD 40,5 M) y 95% de las exportaciones (USD 19 M), en 2013. La cuota de participación de España en el total de importaciones pasa a ser de un 45%.

BALANZA COMERCIAL LIBROS (4901.99.00.990) ARGENTINA

	2009	2010	2011	2012	2013	Dif.12/13	Dif. 09/13
Exportaciones	29.868.087	36.007.129	26.648.721	24.614.989	18.544.317	-24,66%	-37,91%
Importaciones	63.472.012	73.312.134	84.292.989	39.335.000	40.464.749	2,87%	-36,25%
Saldo Come.	-33.603.925	-37.305.005	-57.644.268	-14.720.011	-21.920.432	-48,92%	34,77%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF América

La Fundación El Libro informa como facturación del sector en valores PVP, con datos de 2012, unos USD 533 M (tipo de cambio promedio 2012 USD1/ARS4,6), es decir, unos 2.450 M de pesos argentinos. Esta cifra sólo tiene en cuenta el denominado sector editorial comercial (aprox. el 50% de títulos y ejemplares nacionales), más unos 4 millones de ejemplares con ISBN extranjero.

PRODUCCIÓN EDITORIAL COMERCIAL 2012

Editoriales ¹	Títulos	Ejemplares	Tirada promedio
324	12.000	46.000.000	3.916

Elaboración propia a partir de los datos de Fundación El Libro

PRODUCCIÓN EDITORIAL COMERCIAL 2012

Ejemplares	Valor PVP	Precio promedio
50.000.000 ²	533 USD	10,66 USD

Elaboración propia a partir de los datos de Fundación El Libro

¹ Su actividad principal es la producción y venta de libros con un fin comercial

² Aproximadamente 4 millones de ejemplares tienen ISBN extranjero

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Otras fuentes, como el Observatorio de la Industria Editorial, estima que el mercado nacional de venta de libros al público consiguió en 2012 un volumen de ARS 3.200 millones, evidenciando así un crecimiento del 18,5% respecto a los valores del año anterior. Esta evolución positiva responde a un incremento interanual del orden del 22,3% en el precio promedio de venta al público (P.V.P.) de los libros (que pasa de los ARS 55,7 a los ARS 68,1), el que se alcanza en un contexto de leve caída de la cantidad de ejemplares vendidos (-3,1%).

El Observatorio de la Industria Editorial también indica que en el caso de libros de “consumo general”, categoría en la que no contabilizan a los libros de texto, profesionales y técnicos, el volumen de ventas en 2012 alcanzó los ARS 2.100 millones y los 32,8 millones de ejemplares. El precio promedio de estos libros sería entonces de ARS 64.

Producción local

La producción de libros en Argentina está liderada por los grandes empresas del mercado mundial del libro de habla hispana: Penguin Random House, Planeta y Prisa (Santillana), todas instaladas en Argentina.

Editorial Planeta Argentina es filial de la española Grupo Planeta y llega a Argentina en 1966 con el objetivo de instalar una empresa editorial en el país para promocionar escritores latinoamericanos y, especialmente, argentinos. Ha tenido un gran crecimiento tanto propio como mediante la compra de sellos locales: Minotauro (2001), Emecé (2002), Ediciones Paidós (2003) y cuenta con una presencia muy consolidada en el país que la convierte en líder del mercado.

Penguin Random House es filial argentina del grupo homónimo, fruto del acuerdo a nivel global entre Bertelsmann y Pearson. Su gran hito en Argentina fue la compra en 1998 de la editorial local más importante del país, la Editorial Sudamericana, y con la que se integró por completo en 2008. La reciente compra en 2014 de Alfaguara al Grupo Prisa, afianza su presencia en el mercado argentino, disputándole el liderazgo a Planeta.

Santillana, filial del Grupo Prisa, tras la venta de Alfaguara, está enfocada en el área educativa y especializada en libros de texto, siendo líder en este ámbito en el mercado argentino.

Los grandes grupos internacionales coexisten con un importante número de empresas locales de diversas características y tamaños que editan libros. Según la Cámara Argentina del Libro (CAL), 3.047 entidades editaron libros durante 2012, 338 más que en el año anterior. Ese número incluye, además de las empresas editoriales propiamente dichas, a empresas de otras ramas o instituciones académicas y organizaciones culturales y sociales que realizan publicaciones, e incluso a personas que editan sus propios libros (edición de autor).

Según informa el Observatorio de Industrias Creativas (OIC), del universo de entidades que registraron ISBN en nuestro país en 2012, 471 corresponden a organizaciones con una considerable actividad editora (que definimos como aquellas que editan al menos diez publicaciones al año). La información que se viene relevando para los anuarios del OIC permite decir también que en los últimos años estas entidades se han incrementado en forma sostenida: eran 386 en 2006; 395 en 2007; 401 en 2009; 427 en 2010; y 452 en 2011.

Más allá de la coexistencia de grandes y pequeñas estructuras productivas, distinta es la cuestión de la concentración del mercado: para el año 2008, la CAL informaba que el 42% de la producción editorial estaba concentrada solamente en el 3% del conjunto de las empresas que editan más de 50 títulos anuales (OIC, 2009). Al respecto, señala que no se cuenta con información pos-

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

terior sobre la distribución de la oferta de títulos según tamaño de empresa ni de niveles de participación en el mercado que permita conocer cuán concentrado se encuentra actualmente.

RANKING 2012 EDITORIALES SEGÚN CANTIDAD DE TÍTULOS

Total en unidades

	País	2012	Cuota
1	Random House Mondadori	807	2,92%
2	Grupo Editorial Planeta	727	2,63%
3	Dunken	710	2,57%
4	Santillana	648	2,34%
5	Clarín (Arte Gráfico Editorial Argentino S.A)	540	1,95%
6	Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara	491	1,78%
7	Ediciones Lea	400	1,45%
8	Matías Martino	364	1,32%
9	Editorial Guadal	358	1,29%
10	Editorial Vértice	337	1,22%
	Subtotal	5.794	20,96%
	Otros	21.867	79,04%
	Total	27.661	100%

Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA)

La primera editorial argentina en cuanto a número de títulos registrados es Dunken. Fundada en 1988, cuenta con más de 4000 obras. Esto es porque es una editorial fundamentalmente de obras a pedido del autor. Su línea editorial abarca una gran diversidad de géneros.

El Grupo Clarín, conocido por ser la editorial del periódico de tirada nacional más importante de Argentina, es el conglomerado de medios más importante del país y de los más grandes de Latinoamérica.

Ediciones Lea nace en 2003 vinculada a los creadores de la revista cultural del mismo nombre. Cuenta con un amplio catálogo con diferentes colecciones, entre ellas, Ojos de Papel, su propuesta de libros para niños y jóvenes. Creció mucho en 2012, pasando de no alcanzar los 200 títulos a llegar a los 400.

Matías Martino Editor se especializa en libros prácticos, así como en libros y cuadernos infantiles y comics.

Editorial Guadal, fundada en 2001, es una de las empresas líderes en libro infantil con más de 1500 títulos, propios (El Gato de Hojalata) y licencias (Disney, Kitty).

La Editorial Vértice (sin relación con la homónima española) está especializada en libros infantiles y trabaja con las principales licencias del mercado en este sector. Se ha mantenido en el ranking con un crecimiento estable durante lo últimos cinco años, incrementando siempre el número de títulos.

Vi-Da Global desaparece del top 10 en 2012 tras haberse situado en primer lugar el año anterior, lo que hace suponer que los títulos registrados en 2011 fueron excepcionales con respecto al desarrollo normal de esta empresa que “provee servicios online y móviles combinando diferentes

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

herramientas de marketing y publicidad con creatividad y tecnología, para acercar el producto al cliente a través del entretenimiento”.

También ha pasado algo similar con la Edición de Autor, que ha pasado de contar con más de 1.000 títulos registrados a desaparecer por completo en 2012.

Otras editoriales destacadas son La Ley Editora e Impresora propiedad de Thomson Reuters y dedicada a los títulos de temática jurídica, con constante representación en el ranking con registros de 450 títulos aproximadamente durante los últimos 5 años; Ediciones UNL, la editorial de la Universidad Nacional del Litoral; Aique, la editorial nacional de libros de texto más importante y Estrada que también se dedica a libros escolares.

En cuanto a ejemplares impresos, Clarín lidera el ranking con las publicaciones opcionales asociadas al periódico.

RANKING 2012 EDITORIALES SEGÚN CANTIDAD EJEMPLARES IMPRESOS

Total en unidades

	País	2012	Cuota
1	Clarín (Arte Gráfico Editorial Argentino S.A)	25.578.500	26,38%
2	Editorial Vértice	5.703.054	5,88%
3	Atlántida	4.843.700	4,99%
4	Grupo Editorial Planeta	3.468.604	3,58%
5	Random House Mondadori	3.132.824	3,23%
6	Editorial Universitaria de Buenos Aires SEM	2.320.756	2,39%
7	Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara	2.287.000	2,36%
8	Matías Martino	2.174.500	2,24%
9	EVIA (Ediciones Visuales Alberdi S.A.)	2.163.000	2,23%
10	Educ.ar S.E.	1.994.220	2,06%
	Subtotal	53.666.158	55,34%
	Otros	43.417.760	44,66%
	Total	97.083.918	100%

Elaboración propia a partir de los datos del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA)

Atlántida es una editorial generalista que, además del negocio de los libros, también publica revistas tanto en formato papel como online. Las editoriales Vértice y Atlántida se mantienen estables en el top 10, aunque escalan algunos puestos en el último año. A diferencia de otro asiduo al top 10, Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, que pierde más de un millón de ejemplares en los últimos dos años.

Evia, dedicada principalmente a la publicación de revistas prácticas: de tareas, cocina y “hazlo tu mismo”, mantiene un constante crecimiento hasta superar los dos millones de ejemplares en 2012.

Los más nuevos en el ranking son la Editorial Universitaria de Buenos Aires, Educ.ar SE y Matías Martino. La Editorial Universitaria de Buenos Aires es la editorial de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Como editorial universitaria es la más importante de Argentina y publica libros relacionados con las ciencias sociales y el libro científico técnico, además de divulgación general.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Educ.ar SE es el portal educativo del Ministerio de Educación de Argentina y genera contenidos digitales de aprendizaje para docentes y alumnos.

La Asociación Casa Editora Sudamericana (ACES), que había alcanzado los 10 millones de ejemplares en 2011 (2ª en el ranking después de Clarín) y que había liderado el ranking en 2009 y 2010, salió de top 10 de editoriales en 2012, con tan solo un millón y medio de ejemplares impresos.

El Ministerio de Educación es otro de los que ha reducido su producción de los últimos años, para colocarse en la 12ª posición con un millón y medio de ejemplares.

Todas estas empresas están asociadas a alguna de las dos cámaras del sector. La Cámara Argentina de Publicaciones (CAP) agrupa a unas 50 empresas, principalmente las de mayor tamaño, muchas de las cuales son de capital internacional, y la Cámara Argentina del Libro (CAL), con unos 500 socios, resulta mayormente representativa de las editoriales PyME de capital local. Unas pocas editoriales forman parte de ambas instituciones.

Formatos

El libro digital sigue mostrando un nivel de crecimiento lento pero constante: en 2012 el 17% de los registros corresponden a este formato, mientras que el 83% corresponde a libros en papel. No obstante, hay que destacar que el 40% de las publicaciones registradas por las instituciones educativas y la universidad pública son en formato digital. En todo el período analizado, la participación de este formato aumentó de forma constante, creciendo más de cuatro veces entre 2007 y 2012.

La cantidad de títulos que se editan como *e-books* (categoría en la que la CAL incluye CD, DVD, descargas, *láser discs* y *e-books* propiamente dichos), en el total de títulos editados es ligeramente superior al promedio latinoamericano (16,9%).

Más allá de esta evolución, las ventas en este formato son poco significativas para la industria editorial local. Según estimaciones del Observatorio de la Industria Editorial, éstas representan menos del 1% del mercado de libros en papel.

TÍTULOS PUBLICADOS EN FORMATO E-BOOK

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012/2007
<i>E-Book</i>	977	981	981	1.586	4.982	4.754	387%
Total	26.320	22.877	23.605	26.387	31.691	27.661	5%
E-book / total	3,7%	4,3%	4,2%	6,0%	15,7%	17,2%	363%

Elaboración propia a partir de los datos del Observatorio de Industrias Creativas

Temáticas

En Argentina, la Cámara Argentina del Libro, en base a datos de la Agencia Argentina de ISBN, hace una clasificación comercial que denomina “Margarita” sobre la base de los registros en papel del Sector Editorial Comercial - SEC sin e-book (publicaciones de empresas editoriales que declaran distribución directa o en librerías): un total de 10.695 títulos, que representan un 39% del total de registros.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

TEMÁTICAS REGISTRADAS 2013. CLASIFICACIÓN COMERCIAL ARGENTINA "MARGARITA"

	Títulos		Tirada	Tirada promedio
<i>Literatura</i>	2.820	26,4%	4.894.887	1.736
Libros infantiles y juveniles	2.577	24,1%	9.689.438	3.760
Ciencias sociales/humanas	1.115	10,4%	1.528.592	1.371
Derecho	954	8,9%	768.456	806
Texto	654	6,1%	3.609.604	5.519
Religión	436	4,1%	965.910	2.215
Astrología e Esoterismo y autoayuda	312	2,9%	1.056.242	3.385
Arte	258	2,4%	308.463	1.196
Psicología	239	2,2%	277.040	1.159
Tiempo libre, hogar y juegos	224	2,1%	307.350	1.372
Economía y empresa	207	1,9%	228.552	1.104
Filosofía	168	1,6%	321.251	1.912
Gastronomía	153	1,4%	869.950	5.686
Medicina	135	1,3%	1.513.250	11.209
Ciencias exactas, físicas y naturales	93	0,9%	160.450	1.725
Deportes	66	0,6%	119.000	1.803
Geografía y turismo	41	0,4%	111.600	2.722
Libro objeto	38	0,4%	89.450	2.354
Ciencias aplicadas	35	0,3%	47.200	1.349
Orientalismo	30	0,3%	68.689	2.290
Informática	21	0,2%	18.140	864
Total	10.695	100%	27.161.414	2.540

Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia Argentina de ISBN

Importaciones

4901.99.00.990 IMPORTACIONES 2009

Ranking	País	Valor FOB USD	Cuota
1	España	26.276.677	41,4%
2	Estados Unidos	6.499.820	10,24%
3	China	5.413.818	8,53%
4	Reino Unido	2.948.878	4,65%
5	Colombia	2.815.215	4,44%
6	Chile	2.763.330	4,35%
7	Uruguay	2.498.433	3,94%
8	Hong Kong	2.267.581	3,57%
9	Singapur	2.195.085	3,46%
10	Brasil	2.054.183	3,24%
	Otros	7.738.992	12,19%
	Total	63.472.012	100%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF América

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

4901.99.00.990 IMPORTACIONES 2010

Ranking	País	Valor FOB USD	Cuota
1	España	24.822.847	33,86%
2	China	9.907.415	13,51%
3	Estados Unidos	6.646.620	9,07%
4	Chile	5.702.608	7,78%
5	Hong Kong	4.483.721	6,12%
6	Uruguay	4.260.432	5,81%
7	México	3.278.633	4,47%
8	Reino Unido	3.222.440	4,4%
9	Colombia	2.189.730	2,99%
10	ZF Nva Helvecia (Uruguay)	2.085.947	2,85%
	Otros	6.711.743	9,16%
	Total	73.312.134	100%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF America

4901.99.00.990 IMPORTACIONES 2011

Ranking	País	Valor FOB USD	Cuota
1	España	27.795.355	32,97%
2	China	12.783.295	15,17%
3	Chile	7.223.251	8,57%
4	Estados Unidos	7.012.311	8,32%
5	Hong Kong	5.320.826	6,31%
6	Uruguay	4.943.144	5,86%
7	Reino Unido	3.115.878	3,7%
8	México	3.065.716	3,64%
9	Brasil	2.595.297	3,08%
10	Colombia	2.436.738	2,89%
	Otros	8.001.177	9,49%
	Total	84.292.989	100%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF America

4901.99.00.990 IMPORTACIONES 2012

Ranking	País	Valor FOB USD	Cuota
1	España	16.690.550	42,43%
2	Estados Unidos	4.831.204	12,28%
3	China	2.955.548	7,51%
4	Brasil	2.466.431	6,27%
5	Reino Unido	2.255.519	5,73%
6	Uruguay	2.048.580	5,21%
7	México	1.512.468	3,85%
8	Hong Kong	1.391.447	3,54%

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

9	Chile	945.145	2,4%
10	ZF Colonia (Uruguay)	890.079	2,26%
	Otros	3.348.029	8,51%
	Total	39.335.000	100%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF America

4901.99.00.990 IMPORTACIONES 2013

Ranking	País	Valor FOB USD	Cuota
1	España	18.042.640	44,59%
2	Estados Unidos	4.562.279	11,27%
3	China	4.202.791	10,39%
4	Reino Unido	2.420.164	5,98%
5	Brasil	2.082.323	5,15%
6	Hong Kong	1.717.241	4,24%
7	México	1.182.432	2,92%
8	Uruguay	1.149.923	2,84%
9	Colombia	1.070.300	2,65%
10	ZF Colonia (Uruguay)	824.895	2,04%
	Otros	3.209.762	7,93%
	Total	40.464.749	100%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF America

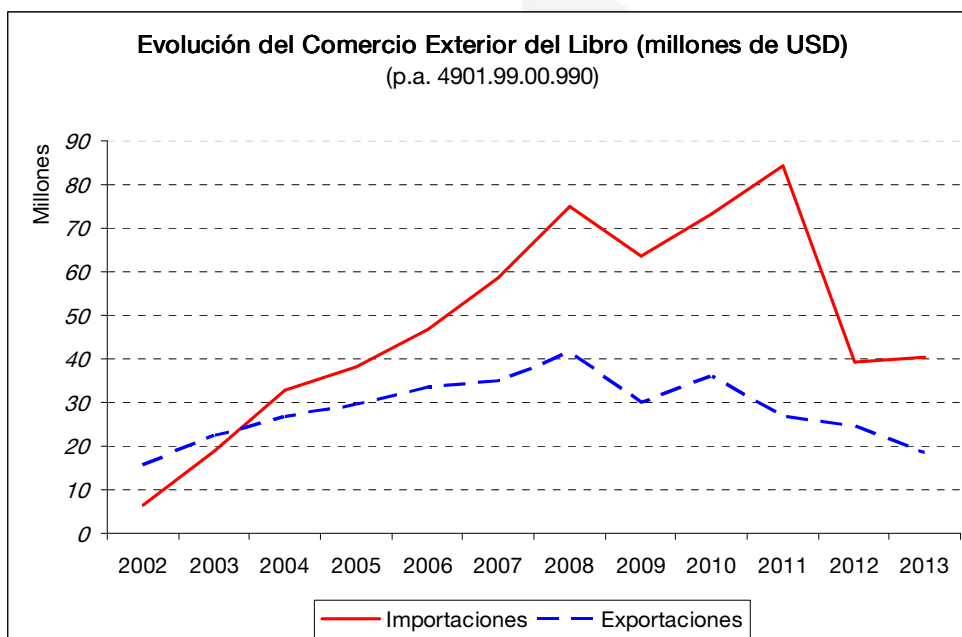
RANKING 2009-2013 IMPORTACIONES 4901.99.00.990

Valor de las importaciones FOB en USD

País	2009	2010	2011	2012	2013	Cuota	Dif.12/13
1 España	26.276.677	24.822.847	27.795.355	16.690.550	18.042.640	44,59%	8,10%
2 Estados Unidos	6.499.820	6.646.620	7.012.311	4.831.204	4.562.279	11,27%	-5,57%
3 China	5.413.818	9.907.415	12.783.295	2.955.548	4.202.791	10,39%	42,20%
4 Reino Unido	2.948.878	3.222.440	3.115.878	2.255.519	2.420.164	5,98%	7,30%
5 Brasil	2.054.183	1.704.525	2.595.297	2.466.431	2.082.323	5,15%	-15,57%
6 Hong Kong	2.267.581	4.483.721	5.320.826	1.391.447	1.717.241	4,24%	23,41%
7 México	2.019.027	3.278.633	3.065.716	1.512.468	1.182.432	2,92%	-21,82%
8 Uruguay	2.498.433	4.260.432	4.943.144	2.048.580	1.149.923	2,84%	-43,87%
9 Colombia	2.815.215	2.189.730	2.436.738	500.189	1.070.300	2,65%	113,98%
10 ZF Colonia (Uruguay)	577.961	465.874	685.551	890.079	824.895	2,04%	-7,32%
12 Chile	2.763.330	5.702.608	7.223.251	945.145	772.164	1,91%	-18,30%
13 ZF Nva Helvecia (Uruguay)	1.680.442	2.085.947	2.155.668	749.492	347.564	0,86%	-53,63%
23 Singapur	2.195.085	454.062	100.627	-	32.089	0,08%	-
Otros	7.738.992	6.711.743	8.001.177	3.348.029	3.209.762	7,93%	-4,13%
Total	63.472.012	73.312.134	84.292.989	39.335.000	40.464.749	100,00%	2,87%

Elaboración propia a partir de los datos de SIF América

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA



Tras el default de 2002, las importaciones fueron recuperándose y no pararon de crecer hasta la crisis internacional de 2009. En los dos años siguientes volvieron a crecer alrededor de un 15% anual hasta que en 2012 el gobierno estableció restricciones a las importaciones en general, exigiendo una licencia previa para importar (Declaración Jurada Previa de Importación-DJAI), y al libro en particular, imponiendo la certificación del contenido de plomo y metales pesados en las tintas usadas en los libros. La confluencia de ambas circunstancias es lo que explica la fuerte caída de las importaciones en 2012, especialmente, de los orígenes donde se ejecutaban servicios gráficos (impresiones).

El objetivo de la norma técnica sobre las tintas (promulgada en 2010, pero que se hace efectiva a partir de 2012), impulsada por el sector gráfico argentino, tenía como objetivo forzar la impresión en Argentina de los libros que se comercialicen en el país y que en los últimos años, especialmente 2010 y 2011, se había desviado a otros países, concretamente, China, Hong Kong, Chile y Uruguay. Esta desviación provocada por el importante encarecimiento de los costos locales, la falta de capacidad del sector local y de calidad en determinados productos, así como el ahorro que supone imprimir en único lugar para varios mercados cuando se trata de importar pequeñas cantidades.

A lo largo de 2012, ante la creciente necesidad de dólares para hacer frente a los compromisos de deuda y al crecimiento imparable de las importaciones de energía, la Secretaría de Comercio Interior convocó a muchos sectores importadores para exigirles un equilibrio en sus respectivas balanzas comerciales como condición para autorizar las importaciones. El libro fue uno de ellos.

Las Cámaras que agrupan al sector acordaron con el gobierno disminuir el desequilibrio de la balanza comercial del sector compensando las importaciones con exportaciones, capitalización de deudas, aportes de capital u otros mecanismos de compensación. En tanto no se acrediten esos mecanismos, el gobierno no autoriza las importaciones.

Estas trabas encarecen los costos operativos y dificultan enormemente la logística y las operaciones de comercio exterior. En 2013, aunque siguieron los problemas, las importaciones se estabilizaron y crecieron globalmente un 2,87%, si bien la evolución fue muy dispar según el origen, pasando del crecimiento del 113% de Colombia, el 42% de China, el 23% de Hong Kong, el 8% de

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

España y el 7% del Reino Unido, hasta la caída del 43% de Uruguay, del 21% México, 18% de Chile, 15% de Brasil y 5% de EEUU, considerando el top 10 de los importadores.

España ha mantenido siempre el liderazgo en el sector, aunque han quedado lejos las cifras récord de importación de libros españoles de finales de la década de los 90 cuando se superaban los USD 40 millones/año. La cuota de mercado descendió más de un 8% en 2011 con respecto a 2009, pero se ha recuperado en 2013 hasta superar en más de un 3% la cuota de 2009. Este incremento no viene acompañado de una subida en el valor de las ventas (FOB), ya que éstas han caído más de un 30% desde 2009.

Argentina fue el 6º receptor de libros españoles en 2013 y el 5º en 2012, por lo que se trata de un mercado clave para las editoriales españolas.

En cuanto a las materias, los libros se suelen agrupar en seis grandes categorías:

- Libros de divulgación general, dirigidos a todo tipo de público. En esta categoría se encuadran literatura, libros prácticos, comics, etc
- Libros de texto o de uso escolar, para enseñanza no universitaria
- Libros infantiles y juveniles: engloba las publicaciones dirigidas al público más joven
- Libros científico técnicos: libros especializados en diferentes campos de las ciencias técnicas, naturales y de la salud. Este tipo de libros, dependiendo de la temática, usualmente son producidos por editoriales especialistas en el campo de estudio
- Libros ciencias sociales: aglutinan los libros de derecho y economía, además de los de humanidades, filosofía, psicología, etc
- Libros religiosos: biblias y otros libros centrados en la religión.

Por materias, los últimos datos de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) sobre exportaciones españolas a Argentina son de 2012:

EXPORTACIÓN ESPAÑA A ARGENTINA POR MATERIAS 2012

Materia	Valor €	Número ejemplares	Precio €	% Total Valor €
Divulgación general	4.520.286	810.651	5,58	34,67%
Literatura	2.151.711	444.879	4,84	16,50%
Divulgación general	1.370.200	186.007	7,37	10,51%
Libros prácticos	822.430	139.502	5,90	6,31%
Cómics	50.258	9.957	5,05	0,39%
Otros	125.687	30.306	4,15	0,96%
Científico técnico	2.609.338	177.980	14,66	20,01%
Infantil y juvenil	2.377.165	638.764	3,72	18,23%
Ciencias sociales	1.822.795	342.819	5,32	13,98%
Ciencias sociales	1.707.176	320.897	5,32	13,09%
Derecho y economía	115.619	21.922	5,27	0,89%
Religión	1.120.677	342.790	3,27	8,60%
Texto (No universitarios)	587.783	118.384	4,97	4,51%
Total	13.038.044	2.431.388	5,36	100%

Elaboración propia a partir de los datos de los Informes Comercio Exterior del Libro 2011 y 2012 de la Federación Española de Cámaras del Libro

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

La materia más importante de la exportación española hacia Argentina es la divulgación general. Ésta representa casi un 35% del valor de las exportaciones totales, destacando la literatura con un 16,5% sobre el total. El libro de texto tiene la menor participación, con solo un 4,5% de valor sobre el total, dado que, por la lógica del mercado, la mayoría de libros de texto se imprimen en el país. Las empresas españolas presentes en el mercado local son muy fuertes en este segmento: Santillana, SM o Edelvives.

En la siguiente tabla se puede observar la evolución 2010-2012 de las exportaciones españolas hacia Argentina clasificadas por materias:

COMPARATIVA EXPORTACIÓN ESPAÑA A ARGENTINA POR MATERIAS 2010-2012

Materia	Valor			Ejemplares			Precio (€)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Divulgación general	8.046.000	5.903.281	4.520.286	1.476.000	1.133.717	810.651	5,45	5,21	5,58
Literatura	4.497.000	3.335.770	2.151.711	930.000	688.004	444.879	4,84	4,85	4,84
Divulg. gral.	2.976.000	2.115.166	1.370.200	425.000	320.833	186.007	7,01	6,59	7,37
Prácticos	465.000	382.459	822.430	98.000	105.157	139.502	4,73	3,64	5,90
Cómics	25.000	28.831	50.258	6.000	7.951	9.957	3,90	6,63	5,05
Otros	83.000	41.055	125.687	17.000	11.772	30.306	5,03	3,49	4,15
Infantil y juvenil	1.409.000	1.173.872	2.377.165	977.000	448.824	638.764	1,44	2,62	3,72
Ciencias sociales	2.979.000	2.785.188	1.822.795	627.000	593.756	342.819	4,75	4,69	5,32
CC social	2.756.000	2.590.948	1.707.176	546.000	511.219	320.897	5,05	5,07	5,32
Dcho y eco	223.000	194.240	115.619	81.000	82.537	21.922	2,74	2,35	5,27
Científico técnico	3.599.000	4.087.344	2.609.338	309.000	308.072	177.980	11,64	13,27	14,66
Texto (No univer.)	1.903.000	1.550.454	587.783	405.000	314.623	118.384	4,70	4,93	4,97
Religión	833.000	943.598	1.120.677	166.000	191.701	342.790	5,02	4,92	3,27
Total	18.769.000	16.443.737	13.038.044	3.960.000	2.990.693	2.431.388	4,74	5,50	5,36

Elaboración propia a partir de los datos de los Informes Comercio Exterior del Libro 2011 y 2012 de la Federación Española de Cámaras del Libro

En general, se aprecia una disminución en el valor de las exportaciones de libros de España a Argentina en ese periodo, con excepción del libro infantil y el libro religioso. También por subsectores, dentro de divulgación general, los libros prácticos, los cómics y otros libros de divulgación general han aumentado el valor de sus exportaciones.

Respecto al resto de los orígenes, el segundo proveedor de Argentina es Estados Unidos, que fue superado en algunos años por China cuando ésta era el principal origen de los servicios gráficos contratados desde Argentina. Por este motivo, China, tercero en el ranking, llegó a controlar un 15% del mercado en 2011.

Les siguen Reino Unido y Brasil, que han mantenido sus ventas más o menos estables a lo largo de los últimos cinco años, con un 6% y un 5% de cuota del mercado de importación, respectivamente. La sexta posición es de Hong Kong que, después de China, ha sido el segundo proveedor de servicios de impresión de Argentina.

El resto del ranking lo ocupan los países latinoamericanos de habla hispana: México, Uruguay y sus zonas francas, Colombia y Chile. Mientras que México y Colombia cuentan con una industria editorial que los define como proveedores tradicionales del mercado argentino, Chile y Uruguay, así como sus zonas francas, son fundamentalmente proveedores de servicios gráficos que se han

visto beneficiados por la deslocalización de impresiones a partir de 2009 y desde 2012 han sido los principales afectados por las medidas impuestas por el gobierno argentino.

Principales importadores.

Las principales marcas extranjeras en el mercado son parte de los grandes grupos editoriales a nivel mundial: Planeta, Penguin Random House, Santillana, Ediciones SM, Tusquets, Ediciones B, etc. Todas ellas se establecieron con una filial en Argentina y las más grandes fueron comprando editoriales locales. A pesar de tratarse de grandes editoriales extranjeras, imprimen el 80% de sus productos en Argentina. En un segundo nivel, operan otras editoriales españolas más pequeñas y distribuidores, editores y librerías locales como Grupal, Proeme, Cúspide, Yenny-El Ateneo, SBS Librería Internacional, Ediciones Continente, Brihet e Hijos, Waldhuter, Editorial Losada, Editorial Del Nuevo Extremo, Ágape Libros, Apuntes Libros, Riverside Agency, Nicolás Von Der Pahlen, etc.

Derechos de autor

Según la Fundación TyPA (Añón, 2014), en el período 2001- 2007 se vendieron un promedio de 92 licencias para la edición de libros argentinos en el extranjero, mientras que durante el período más corto 2008-2012, la cifra asciende a 142. De acuerdo a ese informe, este incremento puede explicarse por el fenómeno global de aumento de las traducciones del español (por lo menos hasta 2011), la presencia de Argentina como país invitado de honor en la Feria de Frankfurt 2010 y la creación en 2009 del Programa Sur (PROSUR) de subsidio a las traducciones, creado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto para la participación del país en dicha edición de la feria y sostenido posteriormente. El PROSUR otorga una subvención de hasta USD3200 por obra al editor extranjero. <http://programa-sur.mrecic.gov.ar>

Desde hace más de 10 años, la Fundación TyPA estimula la compra y venta de derechos de traducción, promoviendo con éxito a los autores argentinos en el exterior. Las Jornadas Profesionales de la Feria del Libro son el marco para el Salón de Derechos, un punto de encuentro que crece año tras año y que facilita todo tipo de negocios en torno al texto. <http://www.typana.org.ar>

Con el apoyo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a través de su Dirección de Industrias Creativas, la Fundación El Libro lanzó el portal *Books from Argentina*, que reúne la oferta de derechos de la industria editorial local, con 400 títulos disponibles para su traducción a otras lenguas.

4. DEMANDA

Preferencias de los consumidores

El censo de 2010 cifra la población de la República Argentina en 40.117.096 personas. El 92% vive en núcleos urbanos y el 46,1% del total se concentra en la provincia de Buenos Aires, incluyendo la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Si a esto se le suman las provincias de Córdoba, Santa Fé y Mendoza, la concentración asciende al 66,6%. Al tratarse de un país tan extenso, el octavo del mundo, la densidad de población es baja (10,6 habitantes por km²).

Por edades, el 25,5% de la población tiene 14 años o menos, el 64,3% entre 15 y 64 años y el 10,2% de la población 65 años o más. El analfabetismo en el país es del 1,9% para mayores de 10 años y el uso del ordenador entre mayores de 3 años es del 53,3%.

Según La Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura³, realizada por el Consejo Nacional de Lectura en 2011, solo un 4% de la población nunca ha sido lectora y un 90% lee en la actualidad. El 53% de la población lee a diario (de 5 a 7 días por semana), mientras que los lectores de algunos días por semana (de 1 a 4 días por semana) crecieron hasta alcanzar el 32%. Los lectores de poca frecuencia (menos de una vez a la semana) suponen un 5% de la población.

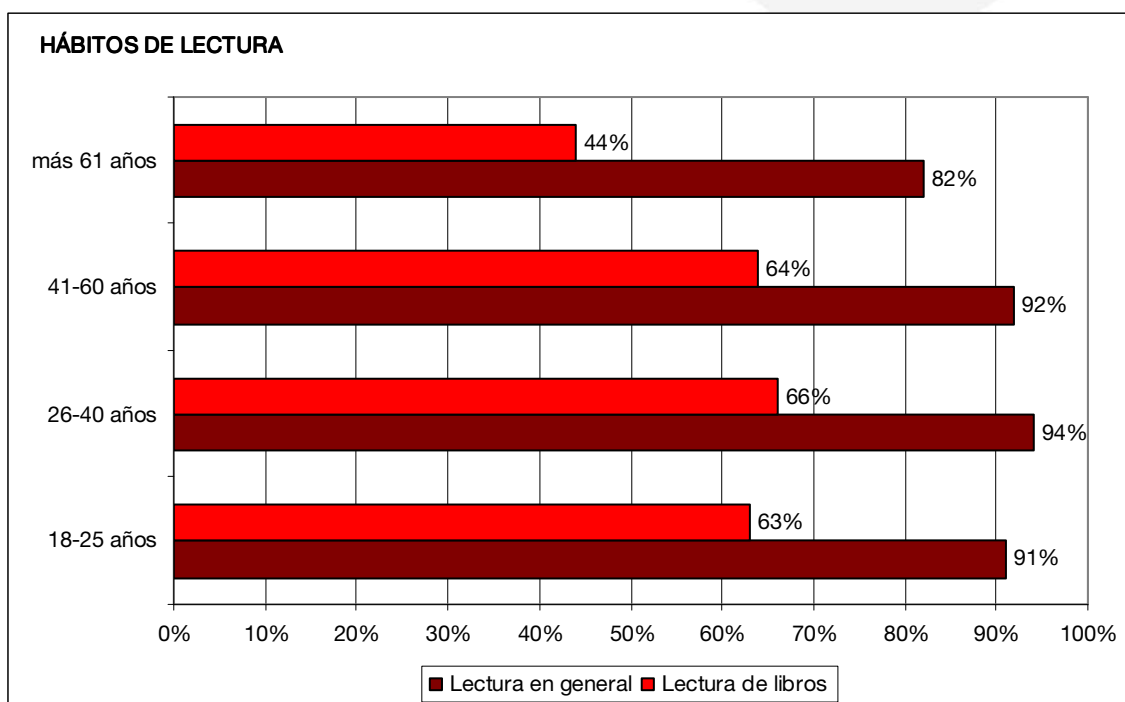
En cuanto al formato utilizado para la lectura, el 80% de la población lee periódicos, un 60% revistas y un 59% de la población un libro o más anualmente. También hay que tener en cuenta que las nuevas tecnologías han introducido nuevos hábitos de lectura y cada vez es más común ver a personas utilizando *tablets* u otros dispositivos para leer. Actualmente, un 44% de la población lee durante más de 10 minutos en la pantalla del PC.

La lectura es inelástica, en cuanto a que no se lee mucho más o mucho menos por la situación económica, pero la venta de libros si es muy elástica, ya que la compra por parte de los consumidores depende mucho de sus ingresos. En 2011, diez años después de la gran crisis de 2001, la venta de libros había aumentado sustancialmente: el 69% de la población consigue libros comprándolos, un 15% lo obtiene prestado, a un 5% se los regalan, a un 4% se los compra alguien de la familia, un 2% lo obtiene en las bibliotecas y un 2% lee libros que hay por casa. El libro digital sigue teniendo un uso marginal, y solo un 1% de la población descarga los libros por Internet.

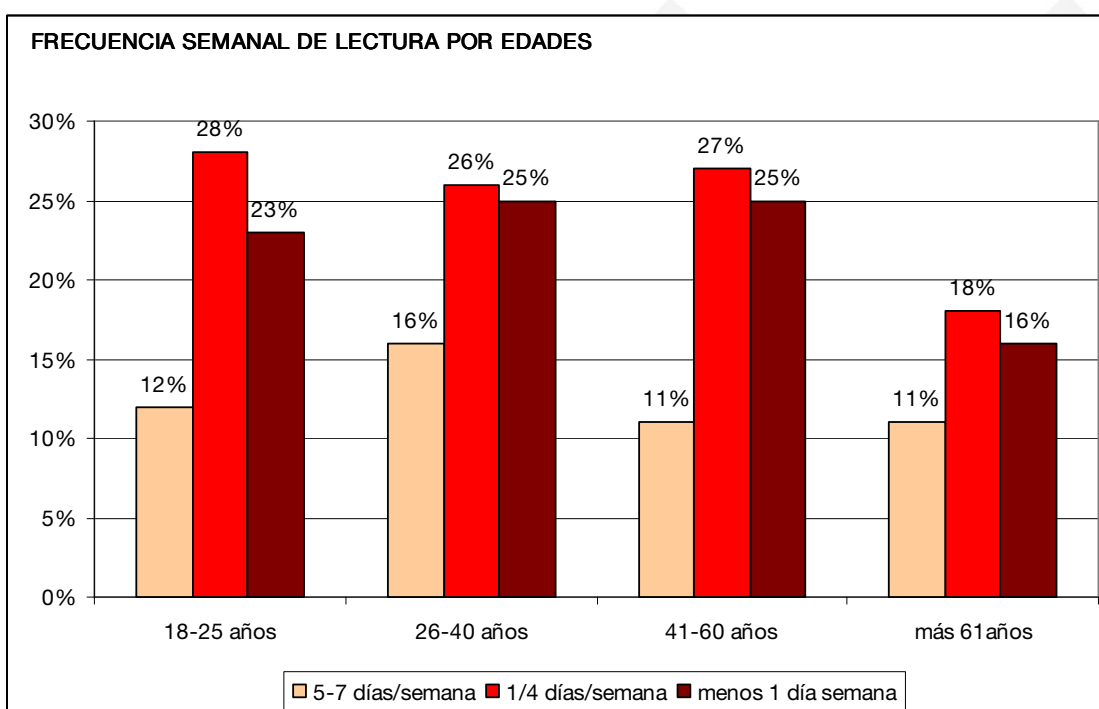
³ Esta encuesta fue realizada entre octubre y noviembre de 2011 a población de 12 años o más residente en localidades de más de 30.000 habitantes de toda Argentina. Los resultados expuestos excluyen a la población de 12 a 17 años, por razones comparativas, dado que en la anterior encuesta de 2001 no se completó este segmento de población.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

El uso del ordenador para la lectura está aumentando, pero la sustitución es prácticamente nula. Entre los lectores digitales, el 67% lee libros únicamente en papel, un 7% en papel y pantalla y sólo un 1% ha sustituido el antiguo formato para leer libros solo en pantalla.



El grupo de edad más lector, tanto de libros como de otro tipo de material de lectura, es el que comprende a personas entre 26 y 40 años, seguido muy de cerca por los grupos de 41 a 60 años y el de personas entre 18 y 25 años. Las personas que menos leen son las mayores de 61.

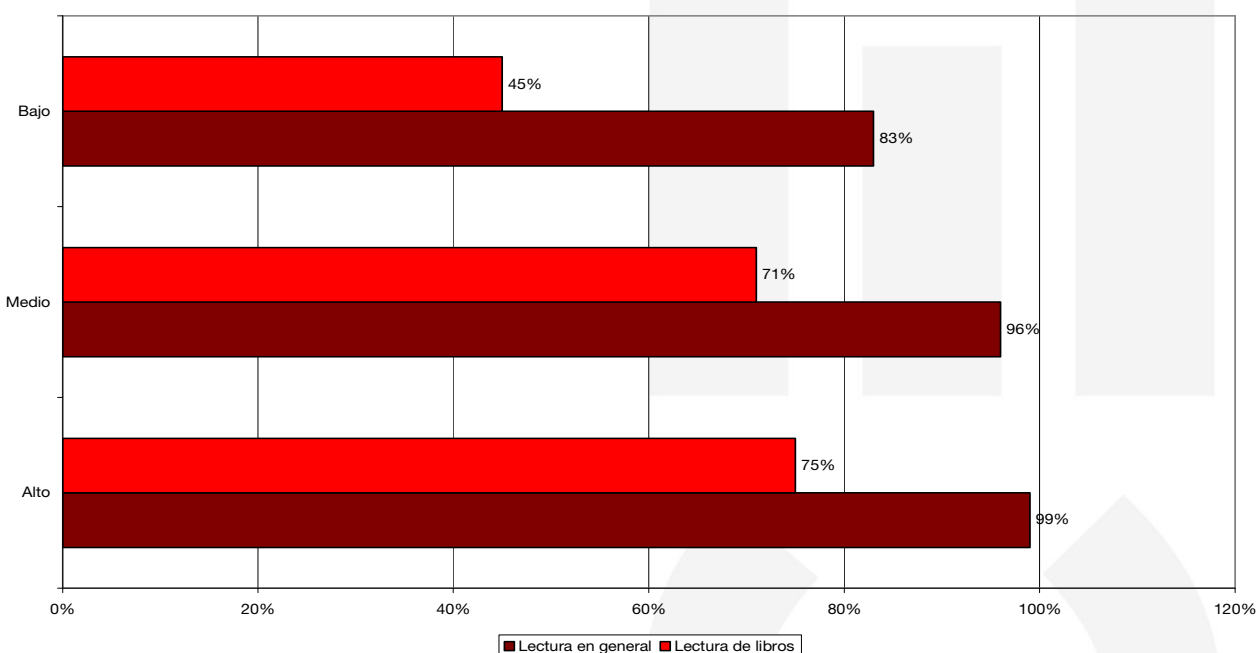


EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Una vez más las personas que leen más frecuentemente son las de 26 a 40 años. Hay que tener en cuenta que estos porcentajes están basados en el porcentaje anterior de cuantas personas del grupo de edad en cuestión lee, por lo que es necesario relativizarlos. Un 11% de las personas de entre 41 y 60 años y de las personas mayores de 61 años leen casi todos los días, pero hay que tener en cuenta que solo un 44% de la población mayor de 61 lee mientras que un 64% de las personas de entre 41 y 60 años leen (un 20% más). Esto quiere decir que si únicamente se tiene en cuenta a la población lectora, los mayores de 61 leen más a menudo.

La lectura en Argentina viene condicionada por el nivel socioeconómico. Si bien es cierto que las cifras de la clase media son ligeramente inferiores a las de la clase alta; las personas de nivel socioeconómico bajo leen mucho menos que las personas de niveles medio y alto, especialmente en el caso de lectores de libros.

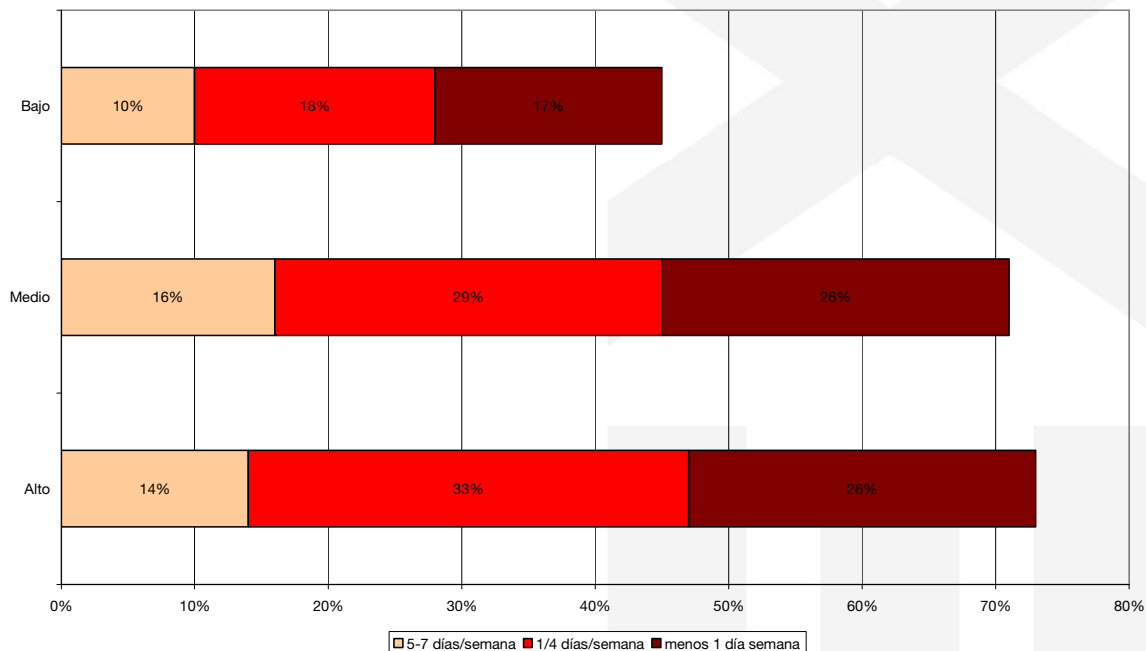
LECTORES POR NIVEL SOCIOECONÓMICO



La frecuencia de lectura también queda condicionada por el nivel socioeconómico y la gran diferencia se observa entre las clases media y alta y la clase baja, con una frecuencia de lectura muy inferior a la de las otras dos.

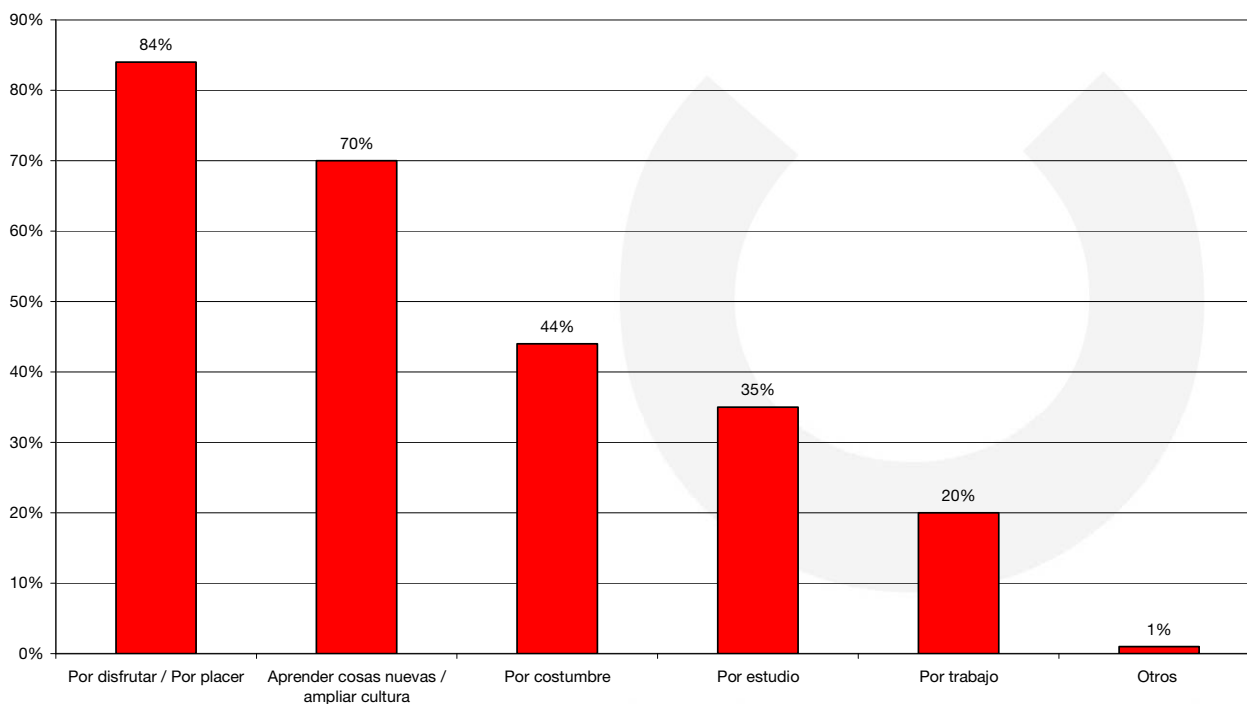
EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

FRECUENCIA DE LECTURA DE LIBROS POR NIVELES SOCIOECONÓMICOS



Los motivos principales para la lectura son el ocio y la cultura; la gente lee por placer y para aprender cosas nuevas.

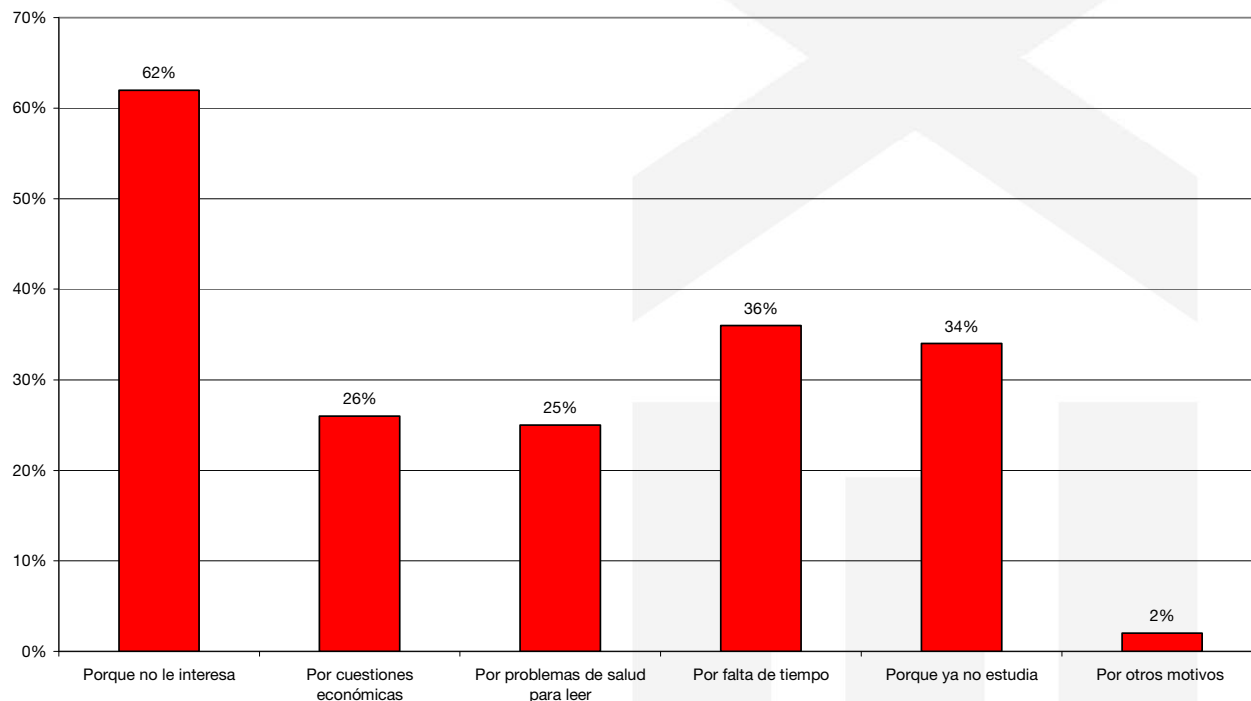
MOTIVOS DEL HÁBITO DE LECTURA



El principal motivo para no leer es que la gente no quiere y no está interesada en hacerlo.

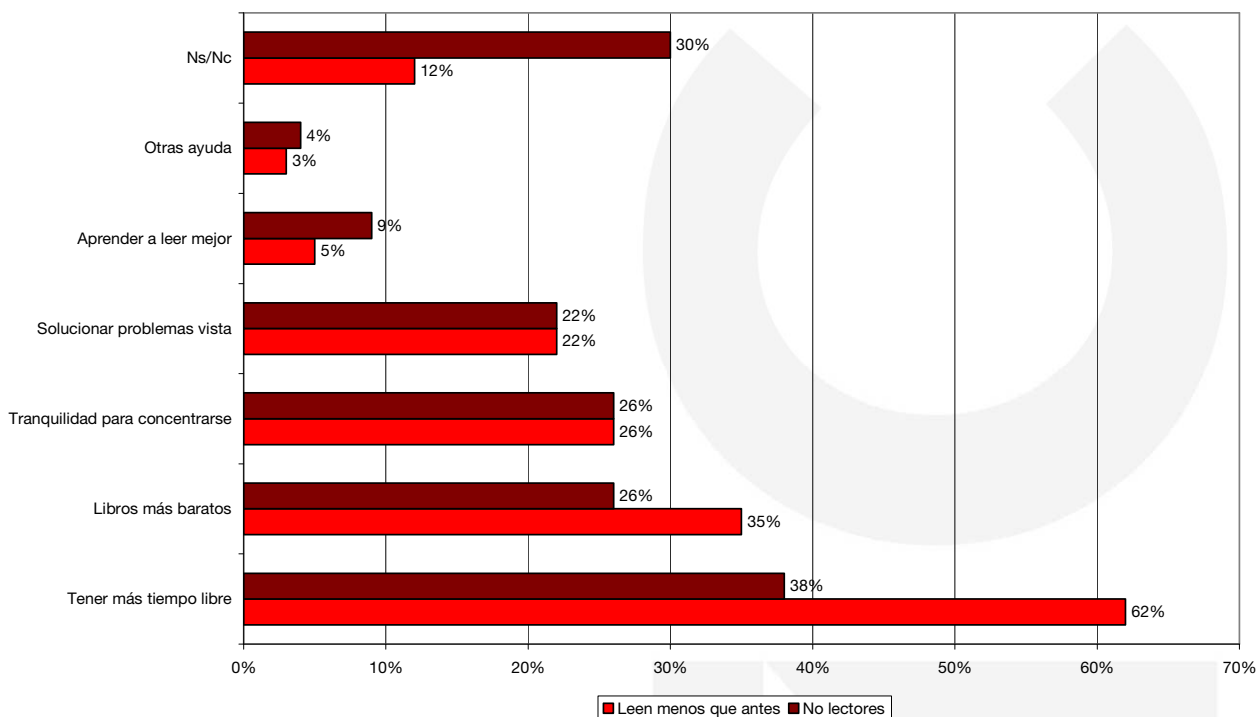
EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

MOTIVOS PARA NO LEER



El mayor incentivo a la lectura es el tiempo libre. La reducción del precio de los libros también sería un importante aliciente para las personas que leen menos que antes.

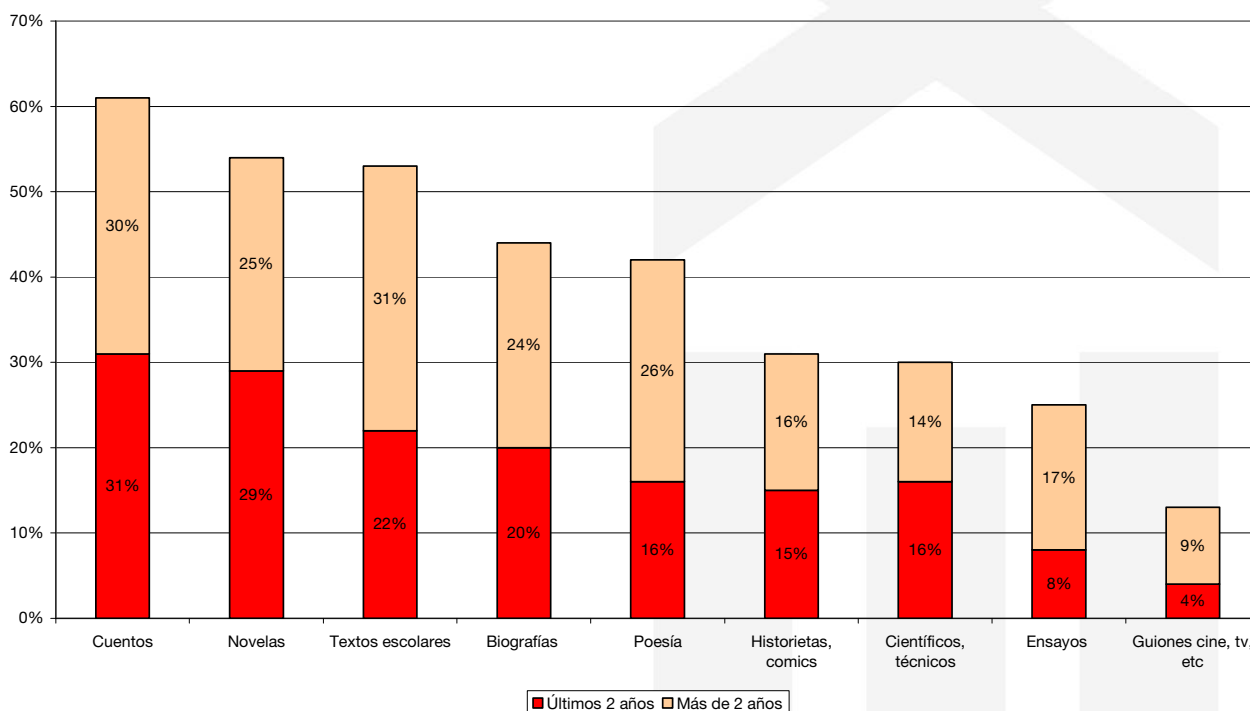
INCENTIVOS A LA LECTURA



EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Sin tener en cuenta los textos escolares, que en muchas ocasiones se leen por obligación, los géneros más leídos son los cuentos, las novelas, la poesía y las biografías.

GÉNEROS MÁS LEÍDOS



Factores de decisión en la compra

El factor más decisivo a la hora de comprar un libro es el precio. El poder adquisitivo medio argentino no es muy elevado por lo que los libros, al tratarse de bienes prescindibles, pueden quedar relegados a compras puntuales. La Ley 25.542 establece un precio fijo de venta al público para los libros nuevos para todas las librerías. El nivel de precio varía en función del género, así los libros técnicos tienen un precio mayor que los libros de divulgación general.

Dado que el precio es el mismo en las librerías, el segundo elemento clave es la calidad de impresión y encuadernación. En libros de temáticas muy concretas, el diseño también es un elemento diferenciador. Además, la disposición del libro en la librería es clave para lograr una mayor visibilidad. La guía y atención del librero es otro aspecto fundamental.

Estacionalidad

La estacionalidad depende de la tipología del libro. Los libros de ciencias sociales y los libros técnicos no tienen un factor estacional importante y su venta es relativamente uniforme durante el año, aunque las ventas disminuyan durante el verano austral (enero y febrero), debido a la interrupción de las clases universitarias.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Los libros religiosos tienen una estacionalidad diluida a lo largo del periodo escolar (de marzo a diciembre). Esto se debe a que muchos de los colegios de Argentina son religiosos y existen lecturas recomendadas de este tipo para los alumnos.

En los libros de divulgación general e infantil y juvenil, más que estacionalidad, se puede hablar de fechas álgidas de compras. La primera es la Feria del Libro, que tiene lugar en Buenos Aires en los meses de abril y mayo. Las editoriales presentan novedades y hay firmas de libros por parte de autores. Más de un millón de personas la visitan todos los años. Además, se permiten descuentos de hasta un 10% en los precios de los libros. El día del amigo, el 20 de Julio, es otra fecha señalada para las ventas de libros. En Navidad también aumentan las ventas, ya que los libros son un regalo recurrente en esas fechas. El día del niño, el tercer domingo de agosto, es una fecha señalada para los libros de cuentos. Por último, “la noche de las librerías”, que se viene celebrando entre finales de noviembre y mediados de diciembre, es un evento importante para las ventas de libros, dado que las librerías permanecen abiertas hasta tarde y se organizan diversas actividades relacionadas con el sector.

La Feria del Libro también constituye una fecha importante para las compras de una parte del sector público ya que durante la feria tiene lugar la Reunión Nacional de Bibliotecarios. La Comisión Nacional de Bibliotecas Populares CONABIP reparte entre los responsables de esas bibliotecas el presupuesto para la compra anual de libros y en la feria obtienen un 50% de descuento, con lo que muchos de ellos concentran las compras del año en ese momento.

Los libros donde la estacionalidad de la demanda es más importante y está más concentrada son, sin duda, los libros de texto. Así las ventas de este sector se concentran a principio de curso, en el mes de marzo, con ventas muy residuales el resto del año.

5. PRECIOS

Descripción y evolución

En términos interanuales, según la Encuesta de Librerías (ENLI), que realiza el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en esta ciudad, la evolución 2012 muestra para la venta de libros una caída del 0,53% en unidades y un aumento del 27,4% en la facturación, comportamientos disímiles que se explican por el incremento de precios. Resultantes de una encuesta a librerías que en 2012 representan un mercado de alrededor de 6,3 millones de libros y 473,6 millones de pesos, estos datos marcan un alza en el P.V.P. de los libros del 28% en 2012, desde los 59 pesos promedio en 2011 a los 75 pesos promedio en 2012.

El P.V.P. promedio resulta un indicador insuficiente para analizar los distintos segmentos de mercado, toda vez que la diversidad de géneros en los libros es muy amplia. Por caso, el precio promedio del libro infantil fue de 42 pesos, muy por debajo del promedio general.

La legislación obliga a que todo editor, importador o representante de libros establezca un precio uniforme de venta al público (PVP) de los libros que edite o importe; de ahí que el importador busque la exclusividad evitando la competencia en costes. Considerando el caso de que un título no sea importado en exclusividad, cada uno de los compradores podrá fijar un Precio de Venta al Público diferente. Sin embargo, lo más habitual es que sean las propias editoriales las que, por una cuestión de imagen, busquen que los distintos agentes establezcan un precio más o menos homogéneo. Esta ley ha beneficiado al sector de las librerías más pequeñas que no pueden competir con las grandes cadenas, los supermercados y los nuevos canales.

Los únicos descuentos sobre el PVP admitidos se enumeran en el artículo 4° de la citada Ley:

“De hasta un diez por ciento (10%) del PVP, para las ventas realizadas durante ferias, días y semanas consagradas al libro, declaradas de interés público (...), o cuando la venta se realice a bibliotecas y/o centros de documentación, o a instituciones culturales y de bien público sin fines de lucro”.

“De hasta un cincuenta por ciento (50%) cuando los adquirentes sean el Ministerio de Educación, la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP), y otros organismos públicos, que realicen compras para ser distribuidas en forma gratuita a instituciones educativas, culturales y científicas, o a personas de escasos recursos. En tal caso, los ejemplares llevarán inscripta la constancia de que su venta está prohibida”.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Por último, en el artículo 6º se determinan cuáles son los libros exentos de establecer un precio uniforme de venta al público:

- Los libros editados en número limitado para un público restringido, numerados correlativamente y de calidad formal.
- Los libros artísticos, entendiéndose por tales los editados total o parcialmente mediante métodos artesanales o artísticos.
- Los libros antiguos y de colección.
- Los libros usados.
- Los libros que hayan quedado fuera de catálogo por decisión del editor.
- Los libros importados a precio de saldo, siempre que hayan sido saldados previamente en su país de origen por el editor, de acuerdo a las disposiciones legales vigentes en el mismo.
- Las ventas previas que se hagan para costear la edición de un determinado libro.

Componentes

Cuando se habla de la formación del precio del libro hay que distinguir el proceso que siguen los libros editados en Argentina y los libros importados.

La venta de libros al público está exenta de IVA, pero no su producción. La adquisición de *inputs* que las editoriales consumen en el proceso de producción está gravada con el 21%. De esta manera, el IVA se convierte en un “coste fiscal” para las editoriales locales y se crea una asimetría de manera que el libro nacional soporta una mayor carga que el libro importado.

En cambio, el editor nacional no tiene riesgo de cambio, frente al importador que sí lo sufre y debe buscar siempre acortar los plazos de pago para minimizar su efecto adverso en una economía como la argentina cuya moneda se deprecia continuamente.

El IVA es un problema también para las librerías. Los libros están exentos de IVA pero la tienda tiene que soportar el IVA de los servicios que consume. Para poder compensarlo las cadenas de librerías han incorporado la música a su oferta, que no está exenta del IVA.

En la Ciudad de Buenos Aires, la producción y comercialización de libros están en una situación especial respecto del pago del Impuesto a los Ingresos Brutos (2,5% s/ventas) ya que las actividades de edición, comercialización y alquiler de libros, diarios, periódicos, revistas y videogramas continúan eximidas de tributación.

En el caso del libro nacional, el editor fija el PVP y sobre él se realizan descuentos al librero o distribuidor de entre el 35% y el 50%. En el caso del libro importado, es el importador quien fija el PVP. Su precio de compra suele ser el PVP del país de origen sin IVA, con un 60% de descuento. El importador suele aplicar un *mark up* de 3 sobre ese precio para fijar el PVP en Argentina. El descuento que le ofrece al librero o distribuidor también oscila entre el 35 y el 50%, en función del poder de negociación del cliente.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Moneda de referencia

La divisa de referencia es el dólar estadounidense o el euro, en función del país de origen de la operación.

Medios y plazos de pago

El establecimiento de un gravamen a la exportación del 5% sobre precio FOB y, aún más, la obligatoriedad de liquidar las divisas correspondientes a la exportación, llevó a una sustitución del sistema de venta en consignación en favor del sistema de venta en firme.

En el mercado local, las ventas a librerías sí se realizan en consignación y los plazos de pago se han extendido a mes de venta y 60 días, o mes de venta y 90 en el caso de las grandes cadenas de librerías. Tras el cobro de la factura del librero, el importador paga al proveedor del exterior a 120 o 150 días. En importaciones de más de 500 ejemplares, a pesar de importar con factura en firme, el pago se realiza sobre lo vendido.

Los pagos al exterior se realizan mediante transferencia bancaria.

Muestra de precios recogidos localmente.

La muestra de precios se ha realizado sobre diferentes materias y dentro de ellas, respecto a títulos recomendados por los libreros.

Científico técnico:

1. Needell, Jeffrey D.; *Belle Epoque Tropical*, Prometeo, 2012. (Tapa blanda - ISBN: 978-987-558-256-9)

Precios libro Belle Epoque Tropical – Jeffrey D. Needle						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	150ARS	150ARS	150ARS	150ARS	150ARS	-

2. Hofstadter, Douglas R.; *Godël, Escher, Bach: un eterno y grácil bucle*, Tusquets, 2010. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-670-060-3)

Precios libro Godël, Escher, Bach – Douglas R. Hofstadter						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	185ARS	185ARS	185ARS	-	185ARS	185ARS

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Ciencias sociales:

1. Silvestri, Luciana; Vassolo, Roberto S.; *Dirección estratégica en países emergentes*, Granica, 2011. (Tapa blanda - ISBN: 978-950-641-611-9)

Precios libro Dirección estratégica en países emergentes – Luciana Silvestri y Roberto S. Vassolo						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	-	139ARS	139ARS	139ARS	139ARS	139ARS

2. De Bono, Edward; *Mas allá de la competencia*, Paidós, 2010. (Tapa blanda – ISBN: 978-950-125-051-0)

Precios libro Mas allá de la competencia– Edward De Bono						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	159ARS	159ARS	159ARS	159ARS	159ARS	-

Religioso:

1. Bergoglio, Jorge y Skorka, Abraham; *Sobre el cielo y la tierra*, Sudamericana, 2013. (Tapa blanda – ISBN: 978-950-07-3293-2)

Precios libro Sobre el cielo y la tierra – Jorge Bergoglio						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	109ARS	109ARS	109ARS	109ARS	109ARS	109ARS

2. Bergoglio, Jorge y otros; *Biblia. Diálogo vigente*, Planeta, 2013. (Tapa blanda – ISBN: 978-950-49-3706-7)

Precios libro Biblia. Diálogo Vigente – Jorge Bergoglio						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	169ARS	169ARS	169ARS	-	169ARS	169ARS

Texto:

1. *Carpeta de lengua I – Prácticas del lenguaje*, Santillana, 2013. (Tapa blanda – ISBN: 978-950-46-3379-2)

Precios libro Carpeta de lengua I – Ed. Santillana						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	-	-	90ARS		90ARS	90ARS

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

2. Pizarrita Pizarrón: *Prácticas del lenguaje 3*, Aigue, 2013. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-06-0548-5)

Precios libro <i>Prácticas del lenguaje 3</i> – Ed. Aigue						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	-	-	130ARS	-	130ARS	130ARS ⁴

Divulgación general:

1. Magnus, Ariel; *La 31 (una novela precaria)*, Interzona, 2012. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-1180-95-0)

Precios libro <i>La 31</i> – Ariel Magnus						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	110ARS	110ARS	110ARS	110ARS	110ARS	-

2. Salazar, Alonso; *La parábola de Pablo*, Booket, 2012. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-580-513-2)

Precios libro <i>La parábola de Pablo</i> – Alonso Salazar J.						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	79ARS	79ARS	79ARS	79ARS	79ARS	79ARS

3. Borges, Jorge Luis; *Cuentos Completos*, Sudamericana, 2012. (Tapa dura – ISBN: 978-950-07-3865-1)

Precios libro <i>Cuentos completos</i> – Jorge Luis Borges						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	259ARS	259ARS	259ARS	259ARS	259ARS	259ARS

4. Allende, Isabel; *El juego de Ripper*, Sudamericana, 2014. (Tapa blanda – ISBN: 978-950-07-4660-9)

Precios libro <i>El juego de Ripper</i> – Isabel Allende						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	199ARS	199ARS	199ARS	199ARS	199ARS	199ARS

⁴ Precio referente a *Pizarrita Pizarrón: Prácticas del lenguaje 2/1*, Aigue, 2013. El nivel 3 no está disponible pero sí los dos anteriores con el mismo precio.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

5. Padura, Leonardo; *El hombre que amaba a los perros*, Tusquets, 2013. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-670-029-0)

Precios libro El hombre que amaba a los perros – Leonardo Padura						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	144ARS	144ARS	144ARS	144ARS	144ARS	144ARS

6. Lispector, Clarice; *La bella y la bestia*, Corregidor, 2013. (Tapa blanda – ISBN: 978-950-05-2054-6)

Precios libro La bella y la bestia – Clarice Lispector						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	95ARS	95ARS	95ARS	95ARS	95ARS	95ARS

7. Kusama, Yayoi; *Obsesión Infinita*, Malba, 2013. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-1271-50-4)

Precios libro Obsesión Infinita – Yayoi Kusama						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	280ARS	280ARS	-	-	280ARS	-

8. Neret, Gilles; *Salvador Dalí*, Taschen, 2011. (Tapa dura – ISBN: 978-3-8365-3120-7)

Precios libro Salvador Dalí – Gilles Neret						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	180ARS	180ARS	180ARS	-	-	-

Infantil y Juvenil:

1. Rebouças, Thalita; *¿En serio Má?!*, V&R, 2014. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-612-761-5)

Precios libro En serio Má? – Thalita Rebouças						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	99ARS	99ARS	99ARS	99ARS	-	99ARS

2. Gariando, Luigi; *Gol: La unión hace la fuerza*, Montena, 2010. (Tapa blanda – ISBN: 978-987-178-322-9)

Precios libro Gol: la unión hace la fuerza – Luigi Gariando						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio	-	59ARS	59ARS	59ARS	59ARS	59ARS

3. Dautremer, Rebecca y Laury, Pierre; *El libro que vuela*, Edelvives, 2011. (Tapa dura – ISBN: 978-842-638-050-0)

Precios libro El libro que vuela – Rebecca Dautremer y Pierre Laury						
Librería	Paidós	Ateneo S	Cúspide	Antígona	Santa Fé	Henry
Precio		110ARS	110ARS	110ARS	110ARS	110ARS

6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los importadores y editores argentinos valoran especialmente la oferta editorial española por su amplísima variedad y por la calidad de su edición. Es recurrente entre ellos la queja contra las trabas a la importación que les impiden hacerse con la variedad de títulos que estarían dispuestos a adquirir. Algunos se aventuran con unos pocos ejemplares de editoriales menos conocidas, pero las circunstancias actuales obligan a los importadores a centrarse en títulos más “seguros”.

Respecto a la calidad de impresión, actualmente reconocen que el nivel de las impresiones argentinas ha mejorado mucho y que en impresión *offset* la diferencia hoy en día es mínima, pero en otro tipo de impresiones esta diferencia sigue siendo importante. Además, la encuadernación es otro problema ya que no se consigue localmente una calidad como la europea.

En general, los autores españoles más reconocidos internacionalmente, también lo son en Argentina, especialmente Enrique Vila-Matas, Arturo Pérez-Reverte y Almudena Grandes.

7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canales habituales

Se pueden distinguir las siguientes figuras de distribución:

- Importador-distribuidor: empresas que importan productos del exterior y los distribuyen directamente a las librerías y a otros clientes
- Editor-distribuidor: empresas editoras locales o establecidas en el mercado que desarrollan también la labor de distribución. Es una de las figuras más comunes
- Distribuidor-librero: punto de venta que asume el papel de distribuidor relacionándose directamente con el editor o con una empresa distribuidora, tanto para el producto nacional, como para las importaciones. Esta figura nace en los años 90 cuando los proveedores de libros se instalan en Argentina. La integración vertical diversifica su negocio
- Distribuidor: empresa distribuidoras independientes de la producción, cuya oferta puede ser de producto nacional o importado. No es una figura muy común y solo se suele utilizar para llegar a las librerías más pequeñas del interior a la que editores o importadores no llegan de otra manera
- Editor-distribuidor-librero: empresas editoras que desarrollan directamente la labor de distribución y surten sus propios puntos de venta. En general, es una figura poco común ya que la experiencia ha demostrado que las librerías de las editoriales no tienen mucho éxito
- Editor-distribuidor-venta directa: empresas editoras que desarrollan directamente la labor de distribución y realizan venta directa a través de vendedores, clubes del libro, correo directo y/o suscripciones
- Nuevas tecnologías: incipiente medio de distribución que constituye un canal diferente al resto. Las compras por Internet en Argentina están en pleno auge, y las tiendas *online* están demostrando ser un gran canal para la distribución

En el mercado argentino, y a diferencia de lo que sucede en el español, el libro importado no cuenta con un canal de entrada claramente definido. La actividad de importación la realizan tanto las editoriales como los distribuidores o los libreros. En este último caso, generalmente se trata de grandes cadenas. En el caso de las editoriales, importan fundamentalmente títulos que se refieren a los temas en los que están especializados en su actividad como editor. También existen distribuidores/importadores especializados en determinados subsectores, como en el caso del libro religioso, de enseñanza de idiomas e infantiles.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

En el caso del libro nacional, en la mayoría de las editoriales trabajan directamente con las librerías y sólo recurren a la figura del distribuidor para llegar a pequeñas librerías o zonas geográficas muy alejadas del principal centro de distribución que es Buenos Aires. Aunque la comercialización directa por parte de las editoriales les permite aumentar su margen de ganancias, es necesario contar con una estructura muy amplia.

Las librerías en Argentina son un negocio de poca rentabilidad. Hay que recordar que el PVP es uniforme y aunque hay exención de IVA en la venta, los insumos y servicios que consume no lo están, entre ellos, los alquileres, cuyos precios han crecido enormemente, especialmente en la zona centro y norte de la Ciudad de Buenos Aires, donde se produce la mayor concentración de librerías del país. La problemática del IVA les ha llevado a incorporar a su oferta productos como la música que sí están gravados, para compensar el IVA soportado. Sin embargo, sólo las grandes cadenas pueden permitirse disponer de espacio físico para ello. Además el incremento de los precios de los alquileres ha llevado a muchas librerías independientes a reducir su espacio o a mudarse a otras zonas.

Otra ventaja de las grandes cadenas de librerías es el creciente número de títulos que compiten por espacios reducidos en las librerías. Esta nueva dinámica genera una elevada rotación y provoca que si un título no alcanza las ventas esperadas en un reducido lapso vuelva rápidamente al depósito de las editoriales. La situación supone una ventaja comparativa para las grandes librerías que por su tamaño admiten una mayor cantidad de libros en exhibición.

Las pequeñas librerías no pueden competir con las grandes cadenas en estos aspectos, por lo que su futuro pasa por la diferenciación vía especialización en las temáticas, la selección de títulos que realicen y la guía y atención que presten al consumidor.

La diferenciación en la oferta de usos pasa por el horario de apertura de los locales que se extiende las 24 hrs (Av. Corrientes).

Esta situación explica que, a pesar de que existen pocas cadenas de librerías (solo dos con más de 10 establecimientos: Yenny/El Ateneo con 47 sucursales y Cúspide con 16 librerías), éstas tengan mucho poder de negociación con editores e importadores. Además de las mencionadas, Librería Santa Fé y La Boutique del Libro son otras cadenas destacadas.

De todas formas, las librerías independientes sostienen un muy importante volumen del mercado total nacional. Según el Observatorio de la Industria Editorial, las grandes cadenas concentraron el 32% de la facturación del sector en 2012, correspondiendo el 68% al resto de las librerías.

La guía de librerías porteñas *El libro de los libros* (Indij, 2009), cifra en 372 librerías existentes en la ciudad de Buenos Aires, pertenecientes a 269 empresas libreras. Éstas son cadenas de librerías y librerías independientes cuya actividad principal es la venta de libros (no incluyen papelerías y otras superficies). Un estudio posterior, el Mapa de Librerías de la Ciudad de Buenos Aires, elaborado por Opción Libros, da cuenta de la existencia de 378 locales que venden libros, a partir de los cuales se identificaron 293 empresas libreras, si bien los criterios para su consideración no fueron los mismos. En ambos informes se concluye que en los últimos años se mantiene la preponderancia de las librerías de un solo local por lo que se puede concluir que no se está produciendo una concentración del canal librero a favor de las cadenas.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

La venta por Internet se concentra mucho través de estas grandes cadenas, dado que en la actualidad la mayoría de portales de Internet destinados a la venta de libros en Argentina, tienen el respaldo de una librería física.

Otras vías de venta al público son los supermercados y quioscos. Éste último concentra la oferta de opcionales asociados a los grandes medios gráficos del país y otras ediciones de bolsillo.

Finalmente, el consumo del Estado, a través de los programas de fomento de la lectura o de equipamiento de escuelas del Ministerio de Educación; la CONABIP, que provee a más de 2.000 bibliotecas populares que operan bajo su órbita; y la propia venta directa, principalmente a la Biblioteca del Congreso. El gasto per cápita por parte de los organismos culturales provinciales y de la Secretaría de Cultura de la Nación es de 66 pesos por habitante. Esta cifra asciende a los 82 pesos per cápita si se suman las aportaciones de organismos de cultura descentralizados. Por último, si también se añaden los programas culturales de organismos no necesariamente culturales, la cifra per cápita destinada es de 124 pesos. Este gasto incluye todo tipo de programas culturales y no únicamente los destinados al libro.

De acuerdo a datos surgidos de estudios de mercado de la consultora Promage para el Observatorio de la Industria Editorial, en 2012 las librerías reunieron el 79% de las ventas de libros en el país, mientras que los “otros canales” y las compras estatales absorbieron el 21% restante.

Según datos de operadores del sector, las cadenas de librerías suponen un 25% de las ventas de libros, las librerías independientes un 37%, los medios alternativos un 19% (colegios, universidades, profesionales, congregaciones religiosas, jugueterías y papelerías), los supermercados y quioscos un 6%, la venta directa otro 6% y, por último, los ministerios y otros organismos públicos el 7% final.

Principales puertos y aeropuertos.

La principal vía de entrada de productos al país es a través de la ciudad de Buenos Aires, ya sea por vía marítima o aérea.

8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

Aranceles

Los libros están exentos de arancel y de la Tasa Estadística (0,5% sobre el precio CIF). La excepción son los libros de una antigüedad superior a los 100 años, que pasan a la posición arancelaria 9706.00.00.100, cuyo derecho de importación es del 4%.

Como se explicaba en el apartado de definición del sector, los libros infantiles en los que no exista un texto continuado, las imágenes proporcionen mayor información que el texto o las imágenes ilustren todos los episodios y no parte de ellos, se corresponden con la partida arancelaria 4903. En este caso el arancel es del 16%.

Impuestos: IVA y otros especiales

La importación de libros a Argentina, así como su posterior comercialización están exentas del pago de IVA (21%).

Las excepciones mencionadas anteriormente sí están sujetas al pago de un IVA a la importación del 21% y un IVA adicional del 20%, en el caso de que el producto vaya a ser revendido en el mercado interno. Además, el importador debe abonar un 6% en concepto Anticipo al Impuesto a las Ganancias (equivalente al Impuesto de Sociedades) y un 2,5% en concepto de Anticipo de Ingresos Brutos. El IVA y estos otros impuestos se aplican sobre la base imponible conformada por el precio CIF, más el arancel y la tasa estadística. Todos estos conceptos impositivos son deducibles para el importador.

Requisitos comerciales y técnicos

Declaraciones Juradas Anticipadas de Importación (DJAI)

La principal barrera de acceso al mercado argentino es la existencia de una licencia previa para importar todo tipo de bienes.

Desde febrero de 2012 se establecieron las Declaraciones Juradas Anticipadas de Importación - DJAI que el importador debe obtener “en forma previa a la emisión de la Nota de Pedido, Orden de Compra o documento similar utilizado para concertar operaciones de compras en el exterior”. La DJAI afecta a todas las importaciones y viene a convertirse en una licencia para importar, puesto que debe estar aprobada (“Oficializada”) para poder tramitar la importación en la Aduana.

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Ante la incertidumbre de los plazos y los criterios para autorizar o no las DJAI, no debe realizarse ningún embarque sin contar con la declaración aprobada.

La obtención de la DJAI es un trámite electrónico con la AFIP (equivalente a la AEAT), que debe resolver en 72 hrs. Sin embargo, también intervienen otros organismos (Secretaría de Comercio Interior, Senasa, Anmat, dependiendo del tipo de producto) que dilatan el proceso y pueden extender su dictamen hasta 15 días corridos. A través del Sistema creado por la AFIP, todos los trámites fueron centralizados en una única ventanilla ("Ventanilla Unica Electrónica del Comercio Exterior") que permite al importador acceder y cumplimentar con todos los requisitos formales y legales solicitados por los distintos Organismos gubernamentales. Pueden consultarse los detalles en <http://www.afip.gob.ar/djai/> y la legislación en <http://www.infoleg.gov.ar/>.

Si la DJAI es aprobada, tiene un plazo de validez de 180 días, prorrogables por única vez otros 90 días. Si la DJAI es "observada" (que significa ni aprobada ni rechazada), se inicia un proceso de negociación con el organismo que la haya observado para poder obtener la autorización. No están claramente definidos los motivos por los que una DJAI pueda ser "observada" y tampoco está definido el trámite que hay que seguir para superar esa "observación".

La Administración argentina venía exigiendo a los importadores que equilibraran sus importaciones con exportaciones, exigiendo la exportación de 1 dólar por cada 1 dólar que se quiera importar. Esta exigencia no está recogida en ninguna norma, pero podía traducirse en la no concesión de las DJAI si no se acreditaban exportaciones, de cualquier producto y a cualquier país, por el mismo importe que se solicita.

Tras el cambio de dirección en la Secretaría de Comercio Interior (SCI) a fines de 2013, se han priorizado otras alternativas al equilibrio de la propia balanza comercial, fundamentalmente, la financiación de las compras en el exterior o la capitalización de la deuda. En principio, las pequeñas y medianas empresas quedan fuera del nuevo régimen, siempre y cuando se dediquen a producir en el país y necesiten (y acrediten fehacientemente) que las importaciones reclamadas son necesarias. Si, por el contrario, la pyme en cuestión se dedica sólo a la importación quedará fuera de cualquier tipo de prioridad para recibir dólares provenientes de las reservas del BCRA.

Además de las "pymes productivas", según definieron fuentes del Palacio de Hacienda, se facilitarán operaciones de importación estratégica como las vinculadas a la salud (insumos para hospitales, remedios, etc), infraestructura (energía, herramientas y máquinas para la obra pública) y las actividades culturales y deportivas (libros, películas, visitas de artistas y deportistas), además de un concepto poco claro de "servicios y bienes esenciales".

La realidad es que los importadores siguen recurriendo a la justificación de exportaciones para poder obtener la autorización de sus importaciones, para lo cual suelen recurrir a terceros exportadores que les ceden un cupo de sus exportaciones para acreditarlas ante la Secretaría de Comercio. Esto supone un encarecimiento de las operaciones, puesto que la cesión es por un precio, y una limitación en cuanto a su capacidad de importación, puesto que están sujetos a la disponibilidad de lo que le puedan ceder.

Declaraciones Juradas Anticipadas de Importación de Servicios DJAS

A partir del 3 de abril 2012 rige la obligatoriedad de presentar una Declaración Jurada Anticipada para la importación de servicios (DJAS). La tramitación de la DJAS la realiza el importador ante la Administración Federal de Ingresos Públicos – AFIP (equivalente a la AEAT española), en caso de

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

que se den las circunstancias previstas en la Resolución General AFIP 3276/2012 en cuanto al concepto de la operación y su monto.

La Resolución General 3276/12 de la AFIP, modificada por la Resolución AFIP 3395/12, establece cuáles son los conceptos para los que se deberá obtener la DJAS “validada sin observaciones” en el Programa de Consultas de Operaciones Cambiarias (COC):

- 614 (“Pasajes ganados por buques y aeronaves”)
- 625 (“otros servicios de información e informática”)
- 627 (“patentes y marcas”)
- 628 (“regalías”)
- 629 (“derechos de autor”)
- 630 (“primas por préstamos de jugadores”)
- 631 (“servicios empresariales profesionales y técnicos”)
- 634 (“servicios personales, culturales y recreativos”)
- 652 (“pagos de garantías comerciales [...]”)
- 659 (“derechos de explotación de películas [...]”)
- 660 (“servicios de transferencia de tecnología [...]”)
- 662 (“Gastos de turismo y viajes de operadores turísticos por servicios contratados al exterior”)
- 747 (“otras rentas pagadas al exterior”)
- 973 (“compra de activos no financieros no producidos”)

Además, dicha Resolución establece unos montos mínimos como segunda condición para que la DJAS deba ser tramitada:

- Retribuciones de servicios igual o superior a 100.000 dólares
- Retribuciones de servicios en que el monto de cada cuota resulte igual o superior a 10.000 dólares
- Servicios por montos indeterminados, que deben informarse en todos los casos

Cuando la prestación sea de ejecución continuada, se considerará la sumatoria de los montos previstos por todo el plazo del contrato.

El trámite de la DJAS lo realizan, en todos los casos, los residentes en el país a través del Sistema creado por la AFIP para todos los trámites, que fueron centralizados en una única ventanilla (“Ventanilla Única Electrónica del Comercio Exterior”) y que permite al importador de bienes y servicios acceder y cumplimentar con todos los requisitos formales y legales solicitados por los distintos Organismos gubernamentales.

En cuanto al plazo, la normativa actual exige que las DJAS cambien de estado dentro de los 10 días de oficializadas, es decir, de haber sido ingresadas al sistema.

Los datos que deben consignarse al momento de la solicitud de la DJAS son los siguientes:

1. Fecha del contrato
2. Lugar de celebración del contrato (país)
 - a) Lugar de ejecución de la prestación (país)
 - b) Plazo de vigencia del contrato
3. Prestador del servicio

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

- a) Apellido y nombres, razón social o denominación
- b) Número de inscripción o identificación tributaria en el país de residencia
- c) Domicilio
- d) País de residencia
- e) Aplica Convenio de Doble Imposición (CDI): SI/NO. En caso afirmativo informar artículo del CDI.
- f) Vinculación (de acuerdo a la Resolución General N° 1122)
- g) Concepto del servicio. Podrá seleccionar más de un servicio

4. Monto total del contrato ó factura

- a) Tipo de moneda
- b) Monto Estimado
- c) Monto
- d) Montos cancelados con anterioridad a la fecha de vigencia de la presente

5. Contrato o factura originado en la renegociación de contratos anteriores. En caso afirmativo, indicar:

- a) Número de registro del contrato o factura anterior renegociada
- b) Número de DJAS

6. Forma de pago

- a) Cantidad de Cuotas, Fecha de vencimiento de la primer cuota, Fecha de vencimiento de la última cuota
- b) Monto de las cuotas: Tipo de moneda y Monto
- c) Forma de cancelación del primer pago: Transferencia bancaria, Banco de destino de los fondos, Número de cuenta de destino de los fondos, Titular de la cuenta destino de los fondos y Beneficiario del pago
- d) Compensación
- e) Otras

Se deberá presentar documentación que avale la genuinidad de la operación en cuanto al concepto, prestación del servicio del no residente al residente y monto a girar al exterior. Para acreditar la genuinidad del servicio prestado el importador debe adjuntar junto con la solicitud de la DJAS en la “Ventanilla Única Electrónica del Comercio Exterior”, un archivo en formato “.pdf” de la versión digitalizada del contrato que respalda la prestación del servicio.

De no existir contrato, se presentará la factura en la que se explique de forma detallada el concepto del servicio, o documento equivalente que cumpla la misma función. Si el servicio prestado no surge de forma expresa de la factura (por ejemplo, se detalla un código o se brinda información ambigua) es necesario presentar copia del contrato de prestación de servicios autenticado.

Si el servicio no tiene relación con la actividad que desarrolla el residente, es obligatorio presentar copia autenticada del contrato y dictamen de un auditor sobre la existencia de la obligación. El

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

dictamen deberá certificar la efectiva prestación del servicio, dejando constancia de la documentación evaluada y del cumplimiento de los requisitos de inscripción que fueran aplicables a nivel nacional por la naturaleza del servicio.

Una vez obtenida la DJAS, la transferencia puede requerir además la aprobación del Banco Central, si se dan los supuestos previstos en la Comunicación “A” 5264, modificada por las Com. “A” 5295, 5318 y 5330 del citado organismo.

De acuerdo a las Comunicaciones antes mencionadas, por los conceptos de servicios comprendidos en la Resolución AFIP 3276/2012, se establece que la transferencia está sujeta a la conformidad previa del Banco Central de la República Argentina (BCRA) en los siguientes casos:

- El beneficiario es una persona vinculada con el deudor en forma directa o indirecta, ó está constituido o domiciliado en países de nula o baja tributación, o cuando el pago sea a una cuenta constituida en esas jurisdicciones, y
- Los contratos generen en el año a nivel del concepto del mercado de cambios, pagos y/o deudas superiores al equivalente a U\$S100.000
- Los pagos de “*activos no financieros no producidos*” siempre están sujetos a conformidad previa del BCRA (independientemente del monto)

Para el BCRA existe vinculación cuando se dé alguna de las siguientes condiciones: (i) una ejerza, directa o indirectamente, el control de la otra o una es controlada por quien o quienes ejercen el control de la otra; o (ii) cuando tengan directores comunes, siempre que esos directores conformen la mayoría simple de los órganos de dirección de cada una.

Hay que tener en cuenta que es el banco pagador quien le requiere al importador toda la documentación que entiende necesaria para autorizar la transferencia (es responsable solidario frente a la AFIP), por lo que si se considera que está exceptuado de la solicitud de la DJAS, hay que demostrarle al banco que no se incurre en ninguno de los supuestos anteriores o, que siendo uno de esos casos, el importe del servicio está determinado y no es superior a USD 100.000, y si hay pagos parciales, éstos son inferiores a USD 10.000 y, sumados no superan la cifra global anterior.

Si por el contrario, se incurre en la obligación de presentarla, hay que recordar que no se exige, como en el caso de importación de bienes, antes de hacer la operación, sino que es necesaria para poder hacer el pago. Por lo tanto, hay que tomar todos los recaudos necesarios para documentar la operación con el doble objetivo de que el importador pueda obtener la DJAS y que el banco no ponga problemas en el momento del pago.

Hay que recordar que no se trata de una autorización automática sino, al contrario, más bien discrecional, sin que estén definidos los motivos por los que se pueda “observar” (es decir, no autorizar) una DJAS. Dado que no es posible solicitar la DJAS previamente a la celebración del contrato (hay que aportarlo), es recomendable incluir en el mismo alguna condición resolutoria para el caso de no obtenerse la DJAS y, en cualquier caso, no iniciar la prestación del servicio, en tanto el importador no confirme la autorización de la DJAS.

Pueden consultarse los detalles en <http://www.afip.gob.ar/djas/> y la legislación en <http://www.infoleg.gov.ar/>

Certificación de producto

Por otra parte, a la hora de importar más de 500 ejemplares de un título hay que tener en cuenta que existe un control de plomo en tinta. Este requisito obliga a aportar tres ejemplares a un laboratorio independiente para que confirme que no existe plomo en la tinta utilizada. Los importadores consideran este requisito más un trámite y un costo que una barrera, ya que hasta la fecha no se han encontrado libros que incumplan la norma. Aun así, muchos de los importadores, excepto en casos excepcionales, no importan más de 499 ejemplares de ningún libro.

Régimen de certificación establecido en la Res. 453/2010 (tanto para fabricantes locales como para importadores):

1. deberán hacer certificar para las tintas, lacas y barnices empleados en la industria gráfica (1), la condición de poseer un contenido de plomo inferior a 0.06 gramos por cien gramos (0.06%) de masa no volátil, aplicando la norma ASTM 3385.
2. deberán acreditar que los productos gráficos impresos (2) que se usen en territorio argentino no exceden los límites establecidos para la migración de todos los metales pesados indicados en la tabla 1 de alguna de las normas que a continuación se enumeran: IRAM NM 300-3; EN 71-3 ó ISO 8124-3, mediante una certificación de producto.

(1) *“Aclarar que el listado de productos alcanzados por la obligación establecida en el Artículo 1º de esta Disposición se limita a los siguientes: - Tintas de imprimir, incluso las concentradas y las sólidas, salvo las tintas de seguridad para impresión de papel moneda, las cuales quedarán exentas de cualquier tipo de tramitación en el marco de esta Disposición. - Lacas y barnices destinados a la industria gráfica.”*

(2) *Los productos gráficos enumerados en el ANEXO de la Resolución S.C.I. N° 453/2010 son exclusivamente los productos gráficos impresos en la superficie del producto y no los impresos en el formulado en la masa (dentro de los libros se encuentran hojas de colores o laminas que contienen pigmentos y no se encuentran impresas; lo que quiere decir es que en estos casos no llevan ensayo).*

Los fabricantes nacionales (las imprentas) y/o importadores de tintas y/o productos gráficos deberán obtener un certificado emitido por un Organismo de Certificación reconocido por esta autoridad, el cual deberá basarse en lo actuado por un Laboratorio de Ensayo reconocido: Sistemas 4 o 5 para caso 1 y Sistema 7 para caso 2.

En la práctica, esta obligación sólo la cumplen los importadores. A las imprentas locales no se les está exigiendo en ninguna forma que acrediten el cumplimiento de la norma para poder imprimir y tampoco hay inspectores que las controlen.

El proceso de certificación de productos gráficos impresos (caso 2) se basa en verificar mediante ensayos, que dichos productos no registren migración de metales pesados por causa de la tinta y sustratos empleados. Los niveles de migración mencionados se determinan mediante ensayos basados en técnicas de lixiviación sobre el producto impreso, dando como resultado la conformación de una solución, y determinándose mediante absorción atómica los valores de migración. Los plazos y modalidades de la obligación de la certificación de productos gráficos están definidos en el ANEXO III de la Disposición 26/2012 (Etapa 1: 12.07.2012, Etapa 2: 12.03.2013 y Etapa 3: 12.11.2013).

En la práctica, el importador realiza una importación sin derecho a uso (la nota la debe emitir la certificadora con la que se va a trabajar); una vez que la mercancía está en depósito, la certifica-

dora retira tres ejemplares por lote (es la certificadora la que define lo que se considera lote a efectos del ensayo) que entrega al laboratorio y hace el análisis. Se hace sobre el interior del libro y sobre las tapas salvo que estén plastificadas o barnizadas (es la mayoría de los casos), en cuyo caso no se realiza ensayo sobre ellas. El ensayo tarda 4-7 días (aunque hay un servicio de urgencia para hacerlo en 48 hrs.). Aunque en el informe del ensayo se menciona también los límites de plomo, éstos se refieren a su condición sobre el papel impreso, que puede ser distinto al contenido en la tinta aisladamente, por lo que la Declaración Jurada sobre el contenido de plomo en la tinta se debe seguir presentando igualmente.

El costo aproximado es de unos 560 pesos + IVA por ensayo. El laboratorio factura directamente al cliente. A esto hay que sumar la factura de la certificadora.

Están exentas las importaciones de pequeños lotes de libros entendiéndose como pequeñas cantidades aquellas menores de 500 unidades mensuales de ejemplares, de igual título, formato, cubierta y número de páginas. Éstas sólo deberán presentar una declaración jurada, que contenga la siguiente información: Descripción del producto. Cantidad de unidades impresas / importadas. Posición arancelaria. País de origen. Razón social del Fabricante nacional / Importador. Domicilio legal. C.U.I.T. e ISBN.

Están excluidos los productos gráficos de exclusivo uso artístico, pigmentos y publicaciones diarias o periódicas (diarios, periódicos, revistas actuales con ediciones semanales o quincenales) que deberán gestionar el correspondiente Certificado de excepción ante un Organismo de Certificación reconocido, en forma previa a la oficialización de la destinación aduanera para integrarlo a la misma, como asimismo aquellas mercaderías que ingresen al país en carácter de muestras, importaciones temporarias y mercaderías en tránsito. También están excluidos los materiales impresos destinados a ser distribuidos y/o utilizados en ferias, exposiciones u otros eventos que hubiesen sido declarados de interés turístico por el Ministerio de Turismo de la Nación.

INTI, IRAM y TUV Rheiland son los organismos de certificación reconocidos. Los laboratorios habilitados son LENOR y el de la Cámara Argentina del Juguete.

Por último, hay que tener en cuenta la Resolución 2514/1993 de la Administración Nacional de Aduanas que reglamenta el control a la importación y la exportación de las publicaciones en las que se describe o representa total o parcialmente el territorio continental, insular y antártico de la Republica Argentina. El Instituto Geográfico Militar (IGM) es el responsable de expedir el certificado que acredite la adecuación de las representaciones totales o parciales del territorio nacional de la República Argentina incluidas en todo tipo de publicaciones, gráficas o literarias.

Complementariamente, el artículo 1º de la Ley 24.943, modificatoria de la Ley 22.963, establece que "La publicación de cualquier documento cartográfico, folleto o mapa que haya sido aprobado por el Instituto Geográfico Militar de acuerdo a las normas establecidas en esta ley, deberá llevar una inscripción al pie del mismo, en forma visible y clara, que exprese "Aprobado por el Instituto Geográfico Militar" con su correspondiente número de expediente de aprobación.

9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Proyecciones sobre la evolución del mercado

La economía argentina ha sabido recuperarse, tras la crisis económica sufrida en 2001, y el promedio anual de crecimiento entre los años 2003 y 2011 ha sido del 8,3%, superando todos los años el 8,5% anual a excepción de 2008 y 2009, cuando estalló la crisis a nivel mundial. Durante los últimos dos años el crecimiento se ha ralentizado pero las cifras siguen siendo importantes: un 4,9% de crecimiento en 2013 (base 1993). Estas cifras indican el gran desarrollo de la economía argentina y muestran las oportunidades de crecimiento de las empresas que trabajen en este país.

En materia de comercio exterior, las importantes restricciones que actualmente existen en Argentina para exportar y, especialmente, importar se van a mantener. No se esperan mejoras este año por lo que es una realidad a tener en cuenta por parte de cualquier empresa que quiera distribuir sus productos en este mercado.

Las ventas por Internet son una nueva realidad para la sociedad argentina a la que se está uniendo cada vez más gente. Los importadores lo consideran una vía alternativa para no tener que vender al librero y conseguir así un beneficio más alto al realizar la venta directa. También son innegables las facilidades que le da Internet a un consumidor para poder analizar las novedades y el fondo de una librería sin tener que buscar de manera física. Así, Internet se perfila como un buen medio para la distribución y venta del sector del libro en el futuro en Argentina.

El libro electrónico sigue sin ser una realidad inminente en Argentina. La aceptación es muy baja y los libreros aun no perciben este sistema como una amenaza al libro tradicional.

10. OPORTUNIDADES

Oportunidades de negocio

La Feria del Libro de Buenos Aires es el gran escaparate del sector. Algunos expositores realizan grandes ventas en esta feria que pueden ascender al 10% de la facturación anual. Hay que tener en cuenta que en esta feria los libros se venden con un 10% de descuento sobre el PVP, según lo permitido por la ley.

Afirman los profesionales que la feria abre puertas y que “dura todo el año”, ya que en ésta se resuelven acuerdos y se realizan contactos de cara al futuro. El coste de los stands ha aumentado enormemente en los últimos 10 años, y aunque algunos afirman que nunca se recupera el costo del stand en la feria, todos están de acuerdo en que a pesar de los precios es necesario estar ahí, ya que supone promoción.

El Liber en España también supone una oportunidad de negocios entre editoriales españolas y compradores argentinos. Todos los años, la Federación de Gremios de Editores de España FGEE, junto con el ICEX, organizan una visita de compradores de todo el mundo, entre ellos argentinos. Los profesionales argentinos que llegan a LIBER están deseosos de conocer las novedades del sector y consideran esta feria una cita imperdible.

11 ■ INFORMACIÓN PRÁCTICA

Ferias

Feria Internacional del Libro de Buenos Aires

www.el-libro.org.ar

La feria más importante del sector en Argentina es la Feria del Libro de Buenos Aires. Este evento organizado por la entidad sin ánimo de lucro Fundación El Libro sumará su 40º edición en 2014. Actualmente, ocupa más de 45.000 metros cuadrados, cuenta aproximadamente con 1.500 expositores de más de 40 países y es la más concurrida en el mundo de habla hispana. Durante sus tres semanas de duración, en las que tienen lugar unas 1.500 propuestas culturales, la visitan más de un millón de lectores y más de 10.000 profesionales del libro.

Los tres primeros días se realizan las jornadas profesionales, dedicadas exclusivamente a la industria editorial y a la capacitación de editores, librerías, distribuidores, agentes literarios, gráficos, traductores, ilustradores y bibliotecarios, además de docentes y otros mediadores de lectura. Tras estas jornadas, la feria se abre al público.

Feria del Libro Infantil y Juvenil

www.el-libro.org.ar/infantil

La Feria del Libro Infantil y Juvenil es una de las pocas ferias del mundo dedicada exclusivamente a la difusión del libro entre niños y jóvenes. Al igual que la Feria del Libro de Buenos Aires, la organiza cada año la Fundación El Libro y en 2014 tendrá lugar su 23º edición. Actualmente participan más de 100 expositores y la visitan más de 300.000 personas.

Esta feria se celebrará durante los meses de julio y agosto de 2014 y en ella tendrán lugar múltiples actividades, como el encuentro de profesionales del libro infantil y juvenil.

Asociaciones

Cámara Argentina del Libro

Dirección: Avda Belgrano 1580, Piso 4. C1093AAQ. Ciudad Autónoma de Buenos Aires

EL MERCADO DEL LIBRO EN ARGENTINA

Teléfono: +541143818383

Web: www.camaradellibro.com.ar

Email: cal@editores.org.ar

Cámara Argentina Publicaciones

Dirección: Lavalle 437, Piso 5, Oficina A. C1047AAI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Teléfono: +541152189707

Web: www.publicaciones.org.ar

Email: info@publicaciones.org.ar

Cámara Española de Comercio (sector de libros y revistas)

Dirección: Avda Belgrano 863, Piso 7. C1092AAI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Teléfono: +541143452100

Web: www.cecra.com.ar

Email: recepcion.cecra@cecra.com.ar