



Libro en Perú: llenando estantes



Perú ofrece un mercado prometedor pero todavía desconocido para la mayor parte de los pequeños y medianos editores españoles.

El país sudamericano no es solo un brillante y prolífico vivero de escritores contemporáneos. Es también un nicho interesante para las empresas editoriales, ya que alberga una masa crítica emergente de lectores hispanohablantes interesada en los títulos y novedades procedentes del otro lado del Atlántico.

No obstante, el consumo de material de lectura sigue siendo bajo. Según datos peruanos, en 2016 se publicaron alrededor de 6.400 títulos y 6.743 en 2017, unas cifras que se consideran modestas.

Los datos apuntan a un cierto estancamiento del libro en papel, mientras que el

electrónico ha multiplicado su presencia por dos. Esta tendencia alumbró una de las claves del negocio editorial en Perú: aun cuando el mercado de títulos impresos no ha alcanzado la plena madurez, la industria salta etapas y apunta ya al predominio del soporte digital.

Liderazgo español en las exportaciones

En años recientes se ha observado una evolución estable de los ejemplares de libros llegados desde el extranjero, con un ligero repunte en los dos últimos ejercicios.

Sin embargo, el valor económico de

esas importaciones ha caído de los 73 millones de dólares registrados en 2015 a los 66 millones en 2017, según la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima.

Más allá de estas oscilaciones, nuestro país está firmemente afianzado como líder de las exportaciones a Perú, seguido de Estados Unidos, China y Colombia.

En 2016, las ventas editoriales españolas en el país andino rozaron los tres millones de ejemplares, por un valor de unos 12 millones de euros. En 2017, las ventas fueron muy similares, aunque el valor aumentó hasta los 13 millones de euros. Casi el 90% del volumen exportado



fueron libros, mientras que los productos restantes entraban en la categoría de los fascículos y material de quiosco.

Dentro del apartado de libros, se aprecia un predominio de los títulos relacionados con la enseñanza no universitaria (38,9% del total), seguido de los dedicados a la educación infantil y juvenil (11,6%), las ciencias sociales (9,8%), el ámbito científico-técnico (8,6%) y la literatura (7,9%).

Vaivenes

El volumen de material editorial español exportado a Perú en 2016 fue casi un 22% menor que el de 2015, lo que se debe sobre todo al retroceso de los libros especializados en ciencias sociales (sus ventas se desplomaron a la mitad en un año).

También sufrieron fuertes descensos los títulos literarios y los de educación infantil y juvenil, que se redujeron en más del 40%, mientras que los dedicados a la especialidad científico-técnica lo hicieron en un 36%. No obstante, los malos datos se amortiguaron por la inmensa subida (163%) de las exportaciones de libros de enseñanza no universitaria.

Esta fuerte oscilación se explica en parte por la dependencia respecto a los concursos públicos de adquisición de textos educativos. Según Antonio María Ávila,

Documentación

El sector editorial en Perú desde una perspectiva de la empresa española
Ed. Ofecomex Lima, junio 2018, 4 págs., en español

director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España, la buena noticia es que el Gobierno peruano está convocando muchos concursos de adquisición de libros, lo que hace que este mercado sea “una plaza importante en la estrategia de las editoriales españolas”.

Ávila señala que Perú no tiene todavía el suficiente calibre para ser un verdadero referente para nuestras exportaciones de material de lectura. No obstante, es su progresión futura la que lo hace interesante. “El mercado está aumentando de manera notable, lo que se ve apuntado por las 10 filiales de grupos editoriales españoles que producen allí”, sostiene.

La piratería y otros frenos

El principal factor que limita las exportaciones al mercado peruano es la reducida demanda, motivada por el bajo índice de lectura que persiste en un país con grandes niveles de pobreza y fuertes asimetrías en cuanto al nivel educativo. Apenas se lee una media de tres títulos al año, cifra muy inferior a la de otros países latinoamericanos.

Persiste también una percepción del

libro como un producto caro. Esta consideración es lógica si tenemos en cuenta que el precio de estos productos es similar en Perú y en España, a pesar de que el PIB per cápita es cuatro veces mayor en nuestro país.

Otra limitación es la ausencia de una legislación efectiva que incentive el consumo editorial. La Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura, que entró en vigor en 2004, ofrece exenciones tributarias que han fortalecido al sector, si bien la normativa vence este año y no está claro qué fórmula la sustituirá ni qué ventajas puede brindar a los sellos extranjeros.

Más allá de estas debilidades estructurales, preocupa especialmente la notable prevalencia de la piratería, que mueve alrededor de 150 millones de soles cada año (unos 38,7 millones de euros).

Walter Sanseviero, director de la distribuidora peruana Heraldos Negros, sostiene que la mejor manera de mitigar este fenómeno es desincentivarlo mediante el abaratamiento del producto, lo que ha llevado a varias editoriales a realizar ediciones más económicas. También cree que puede ser de ayuda optar por la impresión local: “Es importante que grandes y pequeñas editoriales extranjeras impriman algunos títulos en Perú, porque de esta manera se ahorran gastos logísticos y se permite ofrecer al lector un precio acorde con la canasta básica”.

Las firmas pequeñas buscan hueco

A pesar de las mencionadas limitaciones, la presencia de las editoriales españolas es notable, aunque los únicos que están sólidamente asentados son los grandes nombres de la industria, como Grupo Planeta o Penguin Random House Grupo Editorial, que disponen de oficinas en Lima.

Más difícil les resulta a las editoriales pequeñas y de carácter independiente, ya que sus reducidos recursos les impiden instalarse en el mercado peruano.



ENLACES

Feria Internacional del Libro de Lima

<http://www.fillima.com.pe>

Informe PuntoEdu sobre la industria editorial peruana

<http://investigacion.pucp.edu.pe/institucionales/informe-puntoedu-la-industria-editorial-peruana>

Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura

http://www.bnp.gob.pe/documentos/proyecto_editorial/Ley-n-28086.pdf

Market Access Database. Comisión Europea

<http://madb.europa.eu>

Portal de barreras comerciales.

Secretaría de Estado de Comercio de España

<http://www.barrerascomerciales.es>

COMPARATIVA DEL VALOR DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE MATERIAL EDITORIAL A PERÚ EN LOS AÑOS 2015-2016

	2015	2016	Diferencia del valor exportado entre 2015 y 2016
Libros			
Libros de literatura	1.231	695	-43,5%
Libros para el público infantil y juvenil	1.784	1.029	-42,3%
Libros de enseñanza no universitaria	1.315	3.460	163,1%
Libros científico-técnicos	1.213	769	-36,6%
Libros de ciencias sociales	1.759	870	-50,5%
Libros de Derecho y Economía	270	247	-8,5%
Libros de divulgación	791	399	-49,5%
Libros prácticos	484	372	-23,1%
Libros de religión	1.082	687	-36,5%
Diccionarios y enciclopedias	766	282	-63,2%
Cómics	59	29	-50,8%
Otros libros	76	47	-38,1%
TOTAL LIBROS EXPORTADOS	10.830	8.886	-17,9%
Fascículos y material de quiosco	2.081	1.193	-42,6%
TOTAL MATERIAL EDITORIAL EXPORTADO	12.911	10.080	-21,9%

FUENTE: OFECOMES LIMA. DATOS EN MILES DE EUROS

Además, carecen de una red de distribución local efectiva y, por tanto, tienen que exportar los libros a un precio final que resulta demasiado elevado.

Sanseviero señala que el acceso de las pequeñas editoriales al mercado se ve limitado por la propensión de las librerías peruanas a centrarse únicamente en la venta de los títulos de los grandes grupos. En su opinión, muchos de los mejores libros son producidos por sellos de tamaño más reducido, pero la falta de visibilidad se erige en una importante barrera.

Las dificultades a las que se enfrentan los pequeños sellos son importantes, pero no necesariamente infranqueables. Existe un genuino interés por parte del mercado peruano en los productos de estas editoriales, que suelen ser muy apreciados por un segmento de consumidores que busca diferenciación.

No obstante, las mayores oportunidades no se encuentran en los pequeños feudos literarios del lector especializado sino sobre todo en los libros infantiles.



Esto se debe fundamentalmente a la gran cantidad de población de entre 1 y 14 años, así como al abundante material que requieren los planes de fomento de la lectura lanzados regularmente por las instituciones educativas.

También presenta grandes oportunidades el libro digital, que, como hemos visto, crece de forma fulgurante mientras el formato físico se estanca. Los soportes electrónicos suponen un abaratamiento del producto final, lo que permite mitigar el obstáculo del precio.

En cualquier caso, la industria editorial española necesita trabajar para incrementar la visibilidad de sus títulos en Perú. Para ello, es recomendable complementar las fórmulas tradicionales con planes de promoción innovadores y basados en las redes sociales. De especial interés resulta en este sentido el auge del *booktube*, que permite recomendar libros a través de la plataforma YouTube.

Protagonismo español en Lima

Este año, las oportunidades para que nuestras editoriales se den a conocer van a ser especialmente notables, ya que España será la invitada de honor en la Feria Internacional del Libro de Lima (FIL), que se celebrará entre el 20 de julio y el 5 de agosto en la capital peruana.

Según Sanseviero, la feria “es una vitrina fundamental para que las editoriales den a conocer sus novedades o libros de fondo”, sobre todo aquellas que no tienen visibilidad durante el resto del año.

Nuestro país estará presente por medio de un stand en el que se incluirán libros premiados y diversas exposiciones culturales. Por su parte, la Federación de Gremios de Editores contará con un espacio propio en el que participarán alrededor de 40 editoriales.

Antonio María Ávila cree que el hecho de que la feria esté dedicada a España aporta “una visibilidad especial” que complementa las restantes acciones realizadas por las editoriales en otros períodos. El evento permite multiplicar las posibilidades de ampliar contactos y buscar nuevos clientes.

Además, la participación española incluirá una modalidad novedosa y adicional a la exposición de libros: una zona de venta. Esta última es, en opinión de Ávila, una oportunidad para que las pequeñas empresas, que no tienen representación en Perú, puedan hacerse más visibles y acceder al mercado de forma directa.

Un precedente esperanzador es el éxito cosechado por México como país invitado en la edición anterior de la FIL. Según la información difundida por la prensa

DIRECCIONES DE INTERÉS

EN PERÚ

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima
Avda. Jorge Basadre, 405
Lima 27
Tel. 00 51 144 217 88
lima@comercio.mineco.es

EN ESPAÑA

ICEX España Exportación e Inversiones
Pº de la Castellana, 278
28046 Madrid
Tel. 900 349 000
informacion@icex.es

Federación de Gremios de Editores de España

C/ Santiago Rusiñol, 8
28040 Madrid
Tel. 915 359 960
fgee@fge.es

peruana, la feria batió en 2017 su récord de asistentes y transacciones, y la mayoría de los 12.000 libros que se vendieron durante el evento fueron mexicanos.

Las editoriales españolas tienen ahora en su mano hacer uso del excepcional escaparate que se les brinda en Lima para obtener un rendimiento semejante.

PABLO DÍEZ

SÍGANOS

