



**Estrategia
de Internacionalización
del Sector Editorial**

Chile 2014-2024

Estrategia de Internacionalización del Sector Editorial

Chile 2014-2024



CÁMARA
CHILENA
DEL LIBRO



colabora:



El libro es un pájaro con más de cien alas para volar.

RAMÓN GÓMEZ DE LA SERNA

Se agradece al equipo de Santiago Creativo
que participó en esta propuesta:

Evelyn Navarrete, Rosa Rojas, Bernardo Arroyo,
Alejandro Yáñez, Gabriel Nesvara y Leonardo Ordóñez.

Así también a Adrián Puentes
y Armando Uribe Echeverría.

Índice

I. Introducción	9
II. Diagnóstico del sector	15
III. Planificación del Proceso de Internacionalización del Sector Editorial	19

I. Introducción

El libro y la lectura juegan un rol transversal en muchos de los desafíos que tenemos como país. Elevar la calidad de la educación, reducir los índices de desigualdad, terminar con la extrema pobreza, lograr una mayor participación ciudadana, fortalecer la democracia y, en definitiva, alcanzar un desarrollo integral, son temas que se vinculan estrechamente con los niveles de comprensión lectora de los chilenos. Una sociedad con buenos niveles de lectura, donde el libro es un elemento cotidiano en la vida de la mayoría de sus miembros, es una sociedad formada por sujetos activos, que construyen diariamente la comunidad de la que forman parte.

En este sentido, los representantes de las Asociaciones que hemos participado de este proceso de planificación estratégica hablamos desde el centro de una actividad que tiene un extraordinario impacto en la conservación, transmisión y desarrollo de la cultura del país. Este es un dato relevante al momento de proponer

una estrategia de internacionalización: frente a la posible homogeneización cultural producida por la globalización, reconocemos nuestra labor en la valoración de nuestras identidades específicas, en el fortalecimiento de la producción cultural e intelectual local, y en la generación de caminos de intercambio más equilibrados para la producción intelectual y cultural de nuestros países.

Al analizar las posibilidades de internacionalización del sector editorial, debemos contemplar una aproximación multidimensional. Si bien aspiramos a desarrollar nuestro sector en la perspectiva de internacionalizar la actividad y llegar a nuevos mercados, lo hacemos no solo como una actividad económica, sino también porque privilegiamos al libro y el espacio social que genera como un patrimonio simbólico, que va más allá de un bien transable en el mercado y que constituye un aporte consustancial a una sociedad diversa, sustentable y democrática. Por eso, los actores de la industria editorial podemos cumplir la función de vectores de la identidad cultural local hacia el resto del mundo, al lograr un intercambio diverso y equilibrado del libro chileno con otras industrias del mundo.

Por supuesto, las industrias creativas suponen destacar la condición de bienes económicos de los bienes y servicios culturales y, como tales,

transables en el mercado, pero ello sin perder el carácter específico de estos, como lo consagra la “Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales” de Unesco. En cuanto industria, el principal soporte del sector editorial es la creatividad de los creadores, traductores y actores de toda la cadena del libro, un sector de valor económico que contribuye efectivamente a la creación de empleos, la innovación y el emprendimiento, como también a una sociedad más democrática, creativa, y pro activa.

Al respecto, el Banco Central de Chile ha señalado: “Aquel que lee un libro o una revista no solo obtiene satisfacciones personales durante su lectura, sino que puede adquirir capacidades y conocimientos que incrementan su capacidad productiva y pueden contribuir a la generación de flujos económicos o culturales futuros”.¹ Es decir, su impacto sobre la formación del capital humano tiene también efectos económicos significativos que transforman a este sector en un actor relevante en el desarrollo del país.

Es necesario considerar que la evolución del PIB mundial, desde una economía productora de

1 Cuentas Satélites de Cultura. Manual Metodológico para su Implementación en Latinoamérica. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. CAECID. Convenio Andrés Bello. 2009. Pp. 24.

bienes a una economía basada en el desarrollo del conocimiento, hace que en la actualidad el 67% de la producción de riqueza esté basada en los servicios, entre ellos los que se prestan desde las industrias creativas. De hecho, los que más invierten en el desarrollo de I+D y en las industrias creativas son los países desarrollados. En cuanto a Chile, una investigación realizada por el Consejo Nacional para la Innovación y la Competitividad en el 2007 dio cuenta que de 38 sectores productivos, las industrias creativas se consideraron entre las que tienen mayor potencial de desarrollo, por su movilización de recursos, absorción de mano de obra y creación de valor simbólico e identitario asociado a un territorio.

La experiencia de otras industrias editoriales en el mundo demuestra que el desarrollo del sector se relaciona con la posibilidad de circular más allá de su territorio y lengua. Considerando el desarrollo y la masificación de las tecnologías involucradas en el proceso editorial, las distancias geográficas parecieran acortarse. En ese sentido, la calidad de nuestros servicios editoriales, de nuestros catálogos y autores, pueden transformar a un país pequeño y distante en un actor relevante en el panorama editorial internacional.

Nuestra industria editorial se encuentra en un momento crucial de su desarrollo. Junto a problemas heredados desde hace décadas —en particular por el golpe de Estado—, que provocaron un gran deterioro de la valorización simbólica del libro en nuestra sociedad y de toda la cadena del libro (empobrecimiento de los canales de distribución, insuficientes librerías y bibliotecas, bajos niveles de compra y lectoría de libros, etc.), Chile presenta actualmente un nivel de producción editorial muy auspicioso con gran impulso en la creación y producción.

Esto constituye una fortaleza innegable, que nos permite trazar una serie de objetivos y pasos para el futuro con vistas a la internacionalización del sector, cuya implementación de manera articulada con la Política Nacional del Libro y la Lectura debería potenciar un círculo virtuoso para el libro en nuestro país.

Este documento, elaborado por representantes de las tres agrupaciones que reúne a los editores, detalla los pasos de una estrategia consensuada de internacionalización de nuestra industria editorial. A partir de un diagnóstico del sector, hemos establecido una serie de objetivos estratégicos, tareas, recursos y plazos de cumplimiento para los próximos años.

II. Diagnóstico del sector

El proceso reflexivo y analítico surgido de una discusión amplia y participativa nos permitió elaborar las siguientes conclusiones, estructuradas sobre la base de la metodología FODA (fortalezas, oportunidades, desafíos y amenazas). Como siempre ocurre con esta herramienta, es probable que un atributo o situación pueda ser considerada como una fortaleza en un contexto determinado y como una debilidad en otro.

Tomando en cuenta esta precisión, nuestro análisis y conclusiones son los siguientes:

Nuestro sector exhibe en la actualidad una variada gama de fortalezas que dicen relación fundamentalmente con la existencia de organizaciones consolidadas y visibles, al mismo tiempo que se aprecia y valora positivamente el surgimiento de nuevos actores que han venido a enriquecer la discusión en la industria, ampliando la mirada y posibilidades de acción. De hecho, las tres agrupaciones de editoriales existentes

nos hemos coordinado para enfrentar el desafío de proyectar la actividad editorial a un sitio de mayor relevancia y significación para la cultura nacional.

La existencia de gran cantidad de autores, la diversidad de temas que se abordan, como también la posibilidad de ofrecer catálogos amplios, de muy buena factura, a precios competitivos en el mercado final, parecen ser señales auspiciosas a la hora de avanzar en la consolidación de la industria del libro.

No podemos ignorar, por cierto, algunas dificultades estructurales que afectan nuestro desarrollo, como es el caso del evidente aislamiento geográfico respecto de los principales mercados, cuestión que eleva los costos de transporte. Como tampoco podemos ignorar la inexistencia, hasta el momento, de una estrategia común para relacionarse con las instituciones públicas y de internacionalización del sector que contribuya a empoderarnos y optimizar nuestra influencia para cambiar el orden de cosas existente.

La reflexión nos ha permitido darnos cuenta de la heterogeneidad de niveles de conocimiento sectorial en relación al funcionamiento de otros mercados, constatándose también la falta de estrategias adecuadas de visibilización

y exportación del libro chileno, al igual que cierta dificultad para entender las implicancias legales y tributarias que para el sector conlleva el surgimiento y desarrollo del libro electrónico.

Así también podemos concluir que constatamos con preocupación la existencia de bajos márgenes de rentabilidad, que dificultan la sobrevivencia de numerosas editoriales independientes. Esto se agrava por la carencia de políticas culturales potentes por parte del Estado de Chile en favor del desarrollo y consolidación del sector editorial en su bibliodiversidad, cuestión fundamental para el funcionamiento de una sociedad democrática e inclusiva.

Pese a estas preocupaciones y la constatación de nudos críticos, se visualizan también numerosas oportunidades para el desarrollo del sector, como aquellas derivadas del contexto internacional asociadas a la crisis económica que afecta a Europa y en particular a su industria editorial. América Latina y Chile en particular, afectados permanentemente por el colonialismo cultural, tenemos la oportunidad de mirarnos y valorar a nuestros creadores y nuestra producción, y con ello podemos potenciar el desafío de desarrollar el sector desde nuestra perspectiva e intereses culturales y económicos, revirtiendo la tradicional dependencia de los centros de poder.

De igual forma, se aprecian potenciales y favorables condiciones derivadas del contexto nacional, como el cambio de escenario relacionado con la asunción del nuevo gobierno, que plantea en su programa la promoción de la internacionalización del sector y la actualización e implementación de la Política Nacional del Libro y la Lectura, que aborda de manera sistémica toda la cadena del libro, desde el autor al lector, pasando por la lectura, las bibliotecas y bibliotecarios, las librerías, entre otros; así como también la existencia de diversas ferias, seminarios y talleres internacionales que permiten una mayor visibilización del libro y la posibilidad de configurar alianzas y redes con otros. También consideramos como oportunidades las expectativas que se abren con el libro electrónico, la digitalización, el sistema “print on demand” fuera de Chile y el desarrollo de nuevas vías de circulación hacia el exterior.

III. Planificación del Proceso de Internacionalización del Sector Editorial

3.1. Misión

Fomentar el intercambio cultural a través del libro como objeto simbólico, poniendo en valor, diversificando y consolidando la presencia del libro chileno en el exterior.

3.2. Visión

Pretendemos convertirnos en una industria visible, con identidad y presencia en los canales de difusión y distribución internacional, atendiendo a la diversidad, con identidad propia e institucionalidad fortalecida.

3.3. Objetivos estratégicos

El trabajo participativo desarrollado arrojó un conjunto de pasos u objetivos estratégicos, tendientes a crear el andamiaje asociativo y organizacional necesario para constituir a nuestro sector editorial en un actor relevante a la hora de internacionalizar la industria.

a. Validar una estrategia de internacionalización conjunta entre los actores del sector e instituciones públicas

Es un hecho reconocido, no solo por los que participamos de este proceso sino por lo que muestra la sistematización de experiencias internacionales en el ámbito editorial, que la ausencia de estrategias conjuntas del sector debilita la capacidad de influencia en la toma de decisiones orientadas a tener mayor presencia en el mercado, como la de impulsar políticas públicas significativas para los intereses del sector. Constatada la existencia de tres organizaciones que legítimamente representan sensibilidades distintas al interior de la industria, el primer paso de este plan es identificar los intereses compartidos y coordinar nuestros esfuerzos de manera de optimizar nuestra influencia.

El resultado de esta conversación es este plan de acción conjunto, que ha sido validado por todos los actores.

b. Dar visibilidad a la edición chilena a través de una marca sectorial sólida y con identidad

Este objetivo implica elaborar un proyecto para ser presentado ante PROCHILE en la perspectiva de construir una marca sectorial. En concreto,

se busca crear una estrategia y las herramientas adecuadas para difundir la edición chilena en el exterior. Por ejemplo, se considera diseñar una plataforma de difusión de la edición chilena en formato digital e impreso, que, junto con poner en valor el libro chileno, instale las bases para su exportación, venta de derechos y difusión del catálogo en el mercado internacional.

De esta forma, se aspira a construir una identidad común, vital para el despliegue efectivo de una estrategia de comunicación útil y pertinente.

c. Generar los mecanismos conjuntos de comercialización y distribución de la producción editorial chilena

Las decisiones estratégicas en este punto están orientadas a la creación de un centro exportador representativo del sector editorial que consolide, gestione y democratice la comercialización y distribución del libro chileno en el exterior.

Esta entidad debería mostrar un sector editorial fortalecido en torno a objetivos compartidos, con participación activa de las tres asociaciones que reúnen a los editores.

Para ello es indispensable el desarrollo de redes de contacto a nivel internacional, la generación de políticas públicas tan pertinentes como

concordantes con dicho objetivo y la concreción de acuerdos colectivos relativos a la distribución.

El centro exportador debería hacerse cargo de manera directa de parte significativa de la exportación de los libros editados en Chile, como también ser un espacio articulador para la venta de derechos de la edición local como de la venta de los libros digitales chilenos. Estas tres áreas, señaladas en orden de prioridad, constituyen las principales líneas de acción para la internacionalización del sector. Cada una tiene mercados prioritarios diferentes, los que en más de un caso se entrelazan. En el primero, los clientes son distribuidoras, librerías, bibliotecas, instituciones públicas y lectores en el exterior. Se venden libros en formato impreso desde Chile. En el segundo caso, la venta de derechos, los clientes son mayoritariamente editoriales o agentes de otras latitudes. En el último, el libro digital, los clientes son distribuidores o agregadores de libros digitales. En los tres, el centro exportador debería generar modelos para jugar un rol asesor y/o como operador directo de las ventas, según opciones de las editoriales.

En este ámbito, también es de interés estratégico para el sector la formación de una red de librerías público/privadas en Chile y Latinoamérica que aseguren un espacio de exhibición de la producción editorial latinoamericana.

d. Elaborar un plan de perfeccionamiento técnico para capacitar a los agentes de la industria editorial en la internacionalización del sector

En este ámbito resulta de primera importancia equilibrar, consolidar y desarrollar las competencias necesarias del capital humano de nuestro sector editorial para abordar los requerimientos prácticos de un proceso de internacionalización. De allí entonces que resulte pertinente la capacitación en idiomas y conocimientos técnicos que posibiliten la especialización de editores en comercio internacional, la generación y desarrollo de redes que faciliten la capacitación interna así como la consolidación de buenas prácticas conducentes a la internacionalización del sector.

e. Comprometer al sector y a las instituciones públicas relacionadas con el libro y la cultura con la estrategia editorial

El planteamiento en este punto se orienta a lograr el compromiso de las instituciones públicas que se relacionan con la industria editorial con los objetivos de este plan estratégico. Constituye al mismo tiempo un imperativo difundir la estrategia al interior de nuestro sector y ante otros actores vinculados con la industria del libro y la lectura.

Se espera, así, lograr el apoyo del Consejo del Libro, Consejo de la Cultura, ProChile, Dirac, Corfo, Dibam, SECH, Letras de Chile, etc.

f. Influir de manera activa en las políticas públicas relacionadas con el tema, propiciando programas orientados al desarrollo de la internacionalización del sector

Nuestro sector debe ser considerado como un actor relevante en el diseño de políticas públicas atinentes a la industria editorial. En gran medida esto depende de que seamos capaces de tener una presencia organizada, activa y visible en las distintas instancias involucradas con la toma de decisiones que afecten el sector editorial. La restitución de la mesa de internacionalización del libro sería un paso significativo en estos desafíos.

Será fundamental en tal sentido lograr una mejora o rediseño de las políticas en la materia. Temas prioritarios son en tal sentido el desarrollo de programas en Corfo, ProChile, Dirac y el Consejo del Libro y la Lectura que apunten a implementar la Política Nacional del Libro y la Lectura y fortalecer la industria nacional del libro y su salida al exterior. Un ejemplo destacado es el programa de apoyo a la traducción del Consejo Nacional del Libro, el que debe perfeccionarse para facilitar el apoyo directo

a editoriales de otras lenguas para la traducción de obras de autores chilenos, así como abrir una línea de apoyo para la traducción de obras de otras lenguas hacia el castellano. Las coediciones son un importante mecanismo de trabajo colaborativo a valorar en dichos programas. Parte importante del éxito del catálogo editorial español está en sus traducciones de las lenguas del mundo. Chile requiere tener una oferta atractiva en la materia para potenciar la internacionalización de su catálogo editorial.

g.- Implementar un plan de difusión y marketing funcional para el logro de los propósitos estratégicos

Nos proponemos, entre otras iniciativas, implementar un plan de difusión y marketing para el logro de los propósitos estratégicos, con objetivos a corto, mediano y largo plazo. Este deberá hacerse cargo de la diversidad de la producción editorial, evitando repetir el modelo que solo prioriza por lo más vendible.

3.4. Mercados de interés

A partir de la discusión y experiencias de los actores de la industria nacional, se definieron mercados de interés para tres ámbitos de acción:

Exportación de libros impresos: para este ámbito se distinguieron los siguientes

mercados de interés (en orden de importancia): países fronterizos (Argentina, Bolivia y Perú), México (a través de la FIL de Guadalajara), Colombia y otros países de Latinoamérica, España y EE.UU.

Exportación de libros digitales: para este ámbito se distinguieron los siguientes mercados de interés (en orden de importancia): EE.UU., Feria del Libro de Frankfurt, FIL de Guadalajara y España.

Venta de derechos: para este ámbito se distinguieron los siguientes mercados de interés (en orden de importancia): Feria del Libro de Frankfurt, Feria del Libro de Bolonia, FIL de Guadalajara, Feria del Libro de Sao Paulo, Feria del Libro de Londres.

4. Plan de Acción

Objetivo estratégico	Actividades	Resultado	Recursos	Plazo
Validar una estrategia de internacionalización conjunta entre los actores del sector e instituciones públicas	Generar consenso entre los tres gremios del libro, mediante acuerdos conjuntos, plan de acción para la internacionalización del libro y estrategias de acción	Documento conjunto que contenga misión, visión, plan estratégico y responsables.	Equipo de trabajo	6 meses Diciembre 2014
	Desarrollar cinco encuentros entre los diversos actores tendientes a generar confianza, compromiso y compartir objetivos (talleres realizados para construir esta estrategia de internacionalización)	Encuentros realizados con una participación significativa y representativa de actores	Equipo de trabajo	6 meses 2014
	Realizar una encuesta a todos los actores con el propósito de levantar comentarios y sugerencias para fortalecer la propuesta de internacionalización	Plan estratégico para la internacionalización validado con diversos actores	Equipo de trabajo	6 meses 2014

Objetivo estratégico	Actividades	Resultado	Recursos	Plazo
Dar visibilidad a la edición chilena a través de una marca sectorial sólida con identidad	Elaboración de proyecto ante PROCHILE (marca sectorial) para creación de una identidad común	Identidad común para la internacionalización de la edición chilena	Fondos concursables	Julio 2015
	Creación de espacio de difusión común de la edición chilena en la perspectiva de “poner en valor” al libro	La edición chilena del libro cuenta con un espacio en el cual se difunde el conjunto de la creación hacia el mundo	Fondos concursables	Aprobación proyecto marca sectorial 2015 - 2016 (renovarlo 2017 - 2018)
	Creación de una plataforma de difusión de la edición chilena a nivel digital e impreso tanto para la exportación de libros como para la venta de derechos (en el marco de la marca sectorial)	Plataforma operativa operando	Equipo de trabajo	2015 - 2019
	Elaborar e implementar plan de comunicación y prensa para difundir el catálogo	Estrategia de comunicación diseñada e implementada	Equipo de trabajo	2015 - hacia adelante

Objetivo estratégico	Actividades	Resultado	Recursos	Plazo
Generar los mecanismos conjuntos de comercialización y distribución de la producción editorial chilena	Crear un centro exportador que gestione y democratice la comercialización, distribución y promoción del libro chileno en el exterior	Directorio constituido y organigrama definido	Público / privado	2015 - 2016
	Desarrollar redes de contacto (bases de datos concretas) y acuerdos colectivos relativos a distribución, apoyo a traducciones de otros países, imprentas, otros gremios de editores, prensa, librerías, ferias y financiamiento público	Ampliación de redes internacionales y nacionales	Equipo interno Bases de datos proporcionadas por las editoriales	2015 - 2020
	Promover e implementar una red latinoamericana de librerías públicas y privadas con presencia en Chile	Mayor circulación del libro entre los países del continente	Fondos concursables Equipo interno	2016 - 2018

Objetivo Estratégico	Actividades	Resultado	Recursos	Plazo
Elaborar un plan de perfeccionamiento técnico para capacitar a los agentes de la industria editorial en la internacionalización del sector	Adquirir capacidad de negociación, fuerza de negociación	Institucionalidad con fortalezas de negociación y comercio exterior	Relaciones exteriores	2015
	Generar instancias de capacitación sobre procesos de comercialización internacional	Editores profesionalizados en comercialización internacional	Relaciones exteriores	2015
	Formación en idiomas técnicos para la negociación	Lograr niveles con estándar internacional	Corfo - ProChile	2015 - 2017
	Generación de redes internacionales con miras a la capacitación interna	Agenda anual de encuentros con actores internacionales del libro	Ventanilla abierta del fondo del libro	2015 - 2018
	Levantar buenas prácticas en otras áreas que hayan consolidado el proceso de internacionalización de su industria	Agenda anual para entrevistas y sistematización de buenas prácticas	Equipo de trabajo	2014 - 2015

Objetivo estratégico	Actividades	Resultado	Recursos	Plazo
Comprometer al sector y a las instituciones públicas relacionadas al libro y la cultura con la estrategia	Reuniones con las diferentes instituciones públicas vinculadas al libro y la cultura.	Apoyo de la estrategia por parte del Consejo del Libro, Consejo de la Cultura, de ProChile, de Dirac, Corfo, Dibam	Horas persona	Diciembre 2014 Enero Marzo 2015
	Difundir la estrategia en el sector y ante otros actores del mundo del libro y la lectura a través de reuniones en las asociaciones y con otras asociaciones del mundo del libro (SECH, Letras de Chile, Colegio de Bibliotecarios, etc.)	Los socios conocen el plan estratégico y adhieren con este	Horas persona	Diciembre 2014 Enero Marzo 2015

Objetivo estratégico	Actividades	Resultado	Recursos	Plazo
Influir de manera activa en políticas públicas relacionadas con el tema levantando alternativas de financiamiento orientadas al desarrollo de la internacionalización del sector	Indagar y difundir entre editores chilenos los fondos de apoyo a la traducción de otras lenguas para potenciar la publicación de traducciones en Chile.	Incremento de traducciones realizadas en Chile	Fondos de apoyo a la traducción de otros países en el exterior	2015 - 2017
	Hacer propuesta al Consejo del Libro para mejorar y ampliar la línea de traducción del libro chileno a otras lenguas, incorporando también traducciones al castellano para publicar en Chile.	Propuesta escrita y discutida para ser incorporada en concurso	Horas persona	2015
	Desarrollar una capacidad financiera para comunicar. plan de difusión y marketing	Visibilización de la industria y la lectura	Equipo interno	2014 - 2015
	Gestionar apoyo económico para participar en eventos institucionales	Aumento de la visibilización del libro chileno en el exterior	ProChile – Corfo Ministerio de Relaciones Exteriores	2015 - 2020
	Contribuir al impulso de programas específicos para el apoyo al sector cultural, y del libro en particular, por parte de ProChile y Corfo	Programas en Corfo y ProChile	Horas persona	2015 - 2016
	Generar una estrategia orientada a restituir la mesa del Consejo del Libro	Participación en mesa del Consejo del Libro	Equipo interno	2015 - 2024



Esta estrategia de internacionalización del sector editorial chileno fue elaborada por los representantes de la Asociación de Editores de Chile (editores independientes, universitarios y autónomos), la Cámara Chilena del Libro y la Agrupación Editores de la Furia. Santiago Creativo de CORFO cumplió un rol de facilitador y acompañante permanente del proceso de trabajo, aplicando una metodología participativa para identificar y abordar cada uno de los ejes estratégicos fundamentales que forman parte del resultado final que presentamos en este texto.

Santiago, diciembre 2014

Diagramación e impresión: Gráfica LOM

