

La situación española en su contexto internacional

POR RAMÓN M. PANÉ RECASENS

UNA ESTRUCTURA REPETIDA

UNA DIFÍCIL EVALUACIÓN CUANTITATIVA

TABLA 3
ESTIMACION DE LA TIRADA MEDIA EN 1990

EL VOLUMEN DE LOS MERCADOS

CONSUMO Y COMERCIALIZACIÓN

La comparación del sector y el mercado español del libro con las cifras internacionales, especialmente de los países desarrollados, permite contextualizar y valorar sus problemas y tendencias. Al igual que su propio producto, el sector del libro es en los países desarrollados un sector maduro; significa esto que el crecimiento en términos reales de las magnitudes que caracterizan sus mercados es, en general, lento.

El potencial teórico de crecimiento es, en esos mismos países, aún muy elevado si se atiende al todavía gran número de no lectores: en Europa occidental, por ejemplo, el 38 por ciento de los adultos declararon en 1990 no haber leído un libro y el 45 por ciento no haber comprado un libro en los últimos meses.

Ahora bien, ¿representa este importante número de no-usuarios habituales de libros una limitación para su mercado o una oportunidad real de crecimiento?. No hay para esta cuestión una respuesta unánimemente aceptada, tomando en consideración que la competencia que suponen los medios electrónicos y audiovisuales de información, formación y entretenimiento es y seguirá siendo intensa en los próximos años.

En cuanto a los países en vías de desarrollo, donde ciertas magnitudes relativas a la publicación y venta de libros han tenido en los últimos veinte años una evolución al alza más rápida, el potencial de conversión de no-usuarios en usuarios está limitado por la pobreza y los altos niveles de analfabetismo; además, la adquisición de la habilidad para leer no supone la inmediata adquisición de hábitos de lectura. Con todo, la actividad lectora es consustancial al

desarrollo de la capacidad intelectual del individuo. Y el libro, insustituible en la transmisión de ciertos conocimientos.

Por ello, sin incurrir en alarmismos, sin que nada permita afirmar que la práctica de la lectura está en decadencia y el libro en retirada, cobra cada vez más importancia la reflexión acerca de la construcción y la potenciación de una «cultura del libro» y la necesidad de persistir en los esfuerzos de fondo dirigidos a desarrollar la capacidad de las personas para leer y los hábitos y gusto por la letra impresa. En esta labor, los planes de enseñanza y los ambientes académicos y familiar adquieren una gran relevancia.

UNA ESTRUCTURA REPETIDA

Aparte de estos elementos, básicos para la comprensión de la problemática de fondo del libro, y volviendo nuestra mirada hacia el sector económico -y, también, cultural- que la produce y comercializa, cabe decir que las mayores posibilidades de crecimiento de dicho sector se darían en la edición internacional. El libro es, antes que otra cosa, soporte duradero de una lengua. Y la edición internacional depende en gran medida de la lengua, de las lenguas contempladas como mercados. Las lenguas con mayor expansión ofrecen, por lo tanto, el mayor potencial de mercado.

El caso de la edición en inglés, además de otros factores culturales y económicos coadyuvantes, es el ejemplo más significativo. En este sentido, las nuevas formas de acceso a los mercados exteriores, coedición, coproducción, codistribución, abren una vía de investigación y análisis de gran interés para la formulación de estrategias. Además, se debe insistir en el enorme potencial de desarrollo que supone, a medio y largo plazo, para la edición en español, la existencia de un mercado potencial de cientos de millones de hispanoparlantes. ¿Cuál es la situación de los tres subsectores -edición, distribución y venta- que componen el sector del libro? La composición del sector editorial es parecida en todo el mundo.

La regla de Pareto se cumple: un pequeño número de editores grandes produce un gran número de títulos y genera la mayor parte de la cifra de negocios del sector; estas empresas, sin embargo, no tienen los tamaños de las grandes empresas de otros sectores. En el otro extremo, el número de pequeños editores es muy grande y probablemente lo seguirá siendo puesto que las economías de escala no son tan importantes en el sector del libro como en otros productos más susceptibles de estandarización; esto, dicho de otra forma, conforma el bajo nivel de las barreras de entrada en la actividad de edición, que hasta es posible se reduzcan gracias a los nuevos medios de autoedición.

Por ese motivo también, aunque el proceso de adquisición de editoriales nacionales por grupos multinacionales siga desarrollándose, no se prevé que se produzca en el próximo futuro una concentración excesiva de la industria editorial. En cualquier caso, por el momento, la existencia de grandes grupos editoriales es un fenómeno propio, mayoritariamente, del entorno anglosajón, probablemente como consecuencia de la preeminencia del inglés como primera lengua internacional: entre los doce mayores grupos editoriales por volumen de ventas en 1990, seis eran norteamericanos, tres británicos y uno australiano; los dos restantes eran uno

francés, y otro alemán. En la difusión y distribución del libro también se perciben las dinámicas empresariales de concentración, fusión, absorción, en conexión muy directa con la gran industria editorial y los grupos internacionales multimedia.

El papel de los negocios con un mayor poder de observación de los mercados y con capacidad para influir en la opinión y en el consumo, es cada vez más relevante para el sector; su papel en el establecimiento de los precios y en la selección editorial será determinante en las formas de hacer. De la misma forma lo es la clara tendencia a la potenciación de las estructuras de distribución para un mercado dado, lo que explica el gran interés de las grandes empresas editoriales por el control de la distribución y el creciente esfuerzo por parte de las empresas distribuidoras en la mejora de su gestión y de sus capacidades de servicio a los mercados de origen y de destino y la racionalización de las comunicaciones logísticas y de las infraestructuras de transporte. El previsible desarrollo de los mercados internacionales del libro se empieza a acelerar como consecuencia de la adopción por los participantes más adelantados de nuevos métodos de distribución que incluyen mejoras en el transporte pero, sobre todo, en las formas de comunicación.

La transmisión electrónica de pedidos y otras informaciones comerciales (EDI, Electronic Document Interchange), como paradigma de las nacientes formas de distribuir el libro, está a punto de dar lugar a la creación de una norma europea, cuya adopción por los más importantes protagonistas del sector, incrementará la internacionalización del mercado.

También en la venta del libro se está produciendo una cierta tendencia a la internacionalización a través de la apertura de negocios en otros países por parte de las grandes cadenas de librerías. Pero la comercialización del libro es esencialmente una actividad nacional, regional o incluso local, vinculada fundamentalmente a la librería como tradicional punto de encuentro entre el comprador y el libro. De problemas similares a los de la mayoría del comercio minorista, la librería enfrenta, con obligadas mejoras en su gestión y en su capacidad de servicio, la competencia de las nuevas formas de venta en grandes superficies, de las cadenas, de otros puntos de venta como los quioscos y de los esfuerzos de los editores para acceder al mercado.

En el caso de algún país, como Alemania, los sectores en su conjunto han acordado medidas para configurar a la librería como canal básico de la venta de libros. Como tópicos de debate y también como condicionantes de la realidad de los mercados europeos, aparecen cuestiones como la regulación del precio fijo y de los aspectos fiscales -con el IVA en primer lugar-, la propiedad intelectual en sus dos vertientes de derechos de autor y compensación por la copia, la reprografía ilegal y el papel que juegue la Comunidad Europea en el ámbito industrial y de la cultura. Y también en el sector internacional la crisis aparece como telón de fondo, al menos en las manifestaciones públicas, no tanto en la interpretación de las cifras: «Desde el 89 los indicadores de la crisis se han disparado ...» «La lectura ha pasado a ser un drama nacional», se lee en un artículo del semanario francés *Le Point* de 1992. Quizás Francia ha sido, en este sentido, el país europeo que más ha radicalizado el discurso en relación a la llamada «crisis del sector», crisis que lo es, sobre todo, de adaptación a las nuevas condiciones de la competencia: competencia por los recursos domésticos, por obtener una mayor y mejor parte del tiempo que las personas dedican al ocio.

UNA DIFÍCIL EVALUACIÓN CUANTITATIVA

La caracterización en cifras del sector del libro no es tarea fácil: en primer lugar, porque la información disponible, salvo la relativa a algunos países, no es muy abundante o fácilmente accesible; en segundo lugar, porque los grados de fiabilidad son muy variables; en tercero, porque cada país tiene sus propias peculiaridades y hábitos en la elaboración de sus estadísticas. Lo que complica la homogeneización de datos y las comparaciones internacionales. Aun así, abordamos esta cuestión con la intención de situar de una manera suficientemente expresiva y representativa el sector español del libro en un contexto más amplio.

Para ello, tomamos como referencia los países europeos de nuestro entorno económico y cultural más próximo (Alemania, Francia, Reino Unido e Italia) y Estados Unidos, extendiendo la descripción a otros países en aquellos aspectos que así la requieran. La tabla 1 refleja el número de títulos publicados anualmente, incluyendo tanto las nuevas ediciones, es decir, nuevos títulos, como reimpressiones de títulos publicados con anterioridad. La tendencia en los países europeos de nuestro entorno, salvo Alemania, es clara: incrementos anuales importantes; la evolución de esta magnitud en Alemania ha estado afectada por la reunificación que, como es bien sabido, tuvo lugar en 1990.

Cabe completar esta tabla haciendo referencia a otros países que cuentan -o han contado, antes de los cambios geopolíticos acaecidos en los últimos años- con un número elevado de títulos publicados: la URSS, con una media de 82.524 entre 1980 y 1987; Corea del Sur, con 42.891 entre 1986 y 1988; Japón, con 40.561 entre 1986 y 1987; y China, con 40.265 en 1985. Para disponer de una visión más matizada y completa, la magnitud recogida en la tabla 1 debe ponerse en relación con el número de habitantes de cada país, obteniendo así la tabla 2, es decir, la cuantificación de títulos publicados per cápita. Sin embargo, también esta tabla debe ser completada para obtener una visión suficientemente fiel: un buen número de países se sitúa por encima de los 1.000 títulos por millón de habitantes, superando claramente a los que figuran en la tabla 2. Son los casos de Dinamarca, con 1.948; Suiza, con 1.758; Finlandia, con 1.716; Suecia, con 1.150; Austria, con 1.084; Nueva Zelanda, con 1.043; y Corea del Sur, con 1.021.

TABLA 1
NÚMERO DE TÍTULOS PUBLICADOS

País	1986	1987	1988	1989	1990	Promedio 1980-1988
Estados Unidos	-	-	67.130	64.483	46.976	-
Alemania (1)	63.679	65.680	68.611	66.590	61.015	66.180
Francia	30.424	30.982	31.720	35.889	38.414	37.767
Italia	24.262	26.785	30.171	33.893	37.780	15.001
Reino Unido	56.496	54.746	56.514	61.195	63.980	50.898
España	36.912	38.814	40.365	38.715	42.207	33.283

Fuente: *Euromonitor Market Direction* sobre estadísticas nacionales.
Nota: (1) Alemania unificada en 1990.

TABLA 2
TÍTULOS PUBLICADOS EN RELACIÓN A LA POBLACIÓN

País	1986	1987	1988	1989	1990	Promedio 1980-1988
Estados Unidos	-	-	273	259	187	-
Alemania (1)	1.043	1.074	1.119	1.074	-	981
Francia	549	557	568	639	680	679
Italia	424	467	525	589	656	262
Reino Unido	995	962	990	1.069	1.114	893
España	955	1.000	1.035	989	1.073	858

Fuente: *Euromonitor Market Direction* sobre datos de la Unesco y estadísticas nacionales.
 Nota: (1) Alemania occidental.

Ahora bien: las cifras anteriores -datos siempre presentes en cualquier documento o informe referido al sector del libro independientemente del país de que se trate- poco dicen si no se correlacionan con otra magnitud: la evolución de las tiradas medias. Y es aquí donde aparecen las primeras dificultades a efectos de realizar comparaciones internacionales: la información sobre las tiradas medias es mucho menos fácilmente accesible y, en algunos casos, sólo puede deducirse de manera indirecta y con escaso nivel de fiabilidad. Así, pues, la tabla 3 -que estima el valor de la dimensión que estamos considerando en un momento concreto y que, en consecuencia, no permite seguir su evolución en el tiempo- debe ser tomada con mucha cautela y, muy probablemente, ser sometida a una profunda revisión.

TABLA 3 **ESTIMACION DE LA TIRADA MEDIA EN 1990**

Estados Unidos = 27.500
 Alemania = 6.500
 Francia = 10.000
 Italia = 5.400
 Reino Unido = 6.000/7.500
 España = 5.104

Fuente: Elaboración propia sobre estadísticas nacionales.

De cualquier manera, es un fenómeno constatable en los últimos años que incrementos significativos en el número de títulos publicados se corresponden con decrementos importantes en el volumen de las tiradas medias. Todo ello, aunque no existen evidencias estadísticas incontestables al respecto, suele coincidir en el tiempo con una cierta tendencia a la «desintensificación» de los hábitos de lectura, aunque no necesariamente con la disminución del número de lectores.

Para completar esta primera perspectiva del sector del libro, al menos en lo que a volumen de títulos se refiere, añadamos que las estimaciones disponibles cuantifican en una cuarta parte del total de los libros editados en el mundo los publicados en lengua inglesa; los publicados en ruso y alemán suponen otra cuarta parte. Finalmente, la tabla 4 recoge el número de títulos traducidos en todo el mundo, clasificados por idioma original; aunque esta estadística corresponde a 1.984, puede considerarse aún sustancialmente válida dado que sus valores no sufren variaciones muy significativas en cortos períodos de tiempo.

TABLA 4
 TÍTULOS TRADUCIDOS EN 1984
 POR IDIOMA ORIGINAL

Idioma Original	Número de Títulos
Inglés	22.724
Ruso	6.230
Francés	5.422
Alemán	4.311
Lenguas escandinavas	1.927
Italiano	1.544
Lenguas clásicas	1.035
Español	839
Árabe	536
Japonés	204
Chino	163
Otros	7.470
Total	52.405

Fuente: UNESCO.

EL VOLUMEN DE LOS MERCADOS

Desde el punto de vista económico y comercial, la dimensión central de todo sector de actividad es el volumen o tamaño de su mercado. En este sentido, la tabla 5 recoge esta variable en lo que respecta a los mercados interiores de los países que hemos tomado como referencia. Para una correcta interpretación de dicha tabla deben tenerse presentes las siguientes definiciones:

- Ventas al por menor: Las realizadas al consumidor o usuario final del libro (en otras palabras, los individuos o personas físicas).
- Ventas institucionales: Las realizadas a las entidades o instituciones, públicas o privadas (de otro modo, las personas jurídicas: empresas, administración pública, bibliotecas, instituciones de enseñanza, etc.).
- Ventas totales: Suma de ventas al por menor y ventas institucionales

TABLA 5
 TAMAÑO DEL MERCADO

En millones de las respectivas monedas	Ventas al por menor			Ventas totales
	1989	1990	% 1990/1989	1990
País				
Estados Unidos (1)	7.260	7.984	+10,0	-
Alemania (2)	7.347	8.262	+12,5	11.475
Francia	14.700	15.300	+4,1	20.400
Italia(3)	3.075	3.370	+9,6	3.744
Reino Unido	1.235	1.410	+14,2	2.100
España(3)	187	220	+17,6	259

Fuente: *Euromonitor Market Direction*.

Notas: (1) Ventas netas de editores.

(2) Alemania unificada en 1990.

(3) Cifras en miles de millones.

En el caso de España, la fuente utilizada cuantifica en 259.000 millones de pesetas el tamaño total del mercado interior en 1990. De ellos, 220.000 millones corresponden a ventas al por menor y 39.000 millones a ventas institucionales. De acuerdo con estos datos, el mercado español sería el que mayor incremento habría experimentado en 1990, en cuanto a ventas al por menor, en relación a los demás países considerados.



Hay que tener en cuenta que en las cuantificaciones y análisis sectoriales elaborados en España no suelen utilizarse los conceptos de «mercado al por menor» y «mercado institucional», diferenciación que, a nuestro juicio, es sumamente importante y conveniente y que, por otro lado, es común en otros países de Europa.

Por ello no disponemos de cifras alternativas que permitan contrastar directamente y validar las aportadas en este artículo.

De hecho, la presente cuantificación del mercado español se compadece mal con el dato del volumen de facturación de las empresas editoriales que se desprende del Estudio del mercado interior del sector editorial de la Federación de Gremios de Editores de España, cuestión que se discute en otro artículo de esta separata dedicada a analizar más específicamente el mercado español. Aún así, nuestra opinión, basada en ciertas comprobaciones indirectas, es que las cifras aquí manejadas son sustancialmente válidas.

En cualquier caso, es habitual encontrar serias dificultades para cuantificar con precisión los mercados «al por menor» e «institucional» en cualquier país; sirvan los siguientes ejemplos como una muestra de lo que decimos:

– La composición de las ventas institucionales puede variar de un país a otro; así, en el Reino Unido, los libros de texto son considerados como parte del mercado institucional ya que en su mayoría son adquiridos por las instituciones de enseñanza para sus alumnos; en España, por contra, los libros de texto son comprados por las familias para sus hijos y, en consecuencia, constituyen parte importante del mercado al por menor.

– Las compras realizadas por personas pero relacionadas con su trabajo, pueden acabar siendo compensadas por las empresas o instituciones que las emplean, produciendo sesgos que no recogen las estadísticas.

La tabla 6 «Tamaño del mercado en 1990» convierte a dólares americanos y ECUs las cifras anteriores a fin de facilitar las comparaciones internacionales.

Esta tabla incluye, asimismo, una columna que muestra el porcentaje que representan las ventas al por menor sobre las ventas totales. Puede comprobarse que, en el caso de España, este porcentaje es notablemente elevado -tan sólo Italia lo supera- lo que, en definitiva, supone que el mercado institucional -es decir, el que constituyen empresas e instituciones, públicas y privadas- es relativamente pequeño en nuestro país.



VICTORIA MARTOS

TABLA 6
 TAMAÑO DEL MERCADO EN 1990

En millones de US\$ y ECU\$	Ventas al por menor		Ventas Totales		Venta por Menor/Total
	En US\$	En ECU\$	En US\$	En ECU\$	%
Estados Unidos(1)	7984	6272	-	-	-
Alemania(2)	5164	4026	7172	5592	72
Francia	2833	2213	3777	2951	75
Italia	2813	2214	3125	2460	90
Reino Unido	2330	1975	3500	2941	67
España	2139	1.701	2.542	2.003	85

Fuente: *Euromonitor Market Direction*/Elaboración propia.
 Notas: (1) Ventas netas de editores. (2) Alemania unificada en 1990.

Esta constatación está en línea con una preocupación, reiteradamente manifestada por el sector, referida al bajo volumen de compra de libros por parte de la Administración Pública española por comparación a la práctica habitual en otros países de nuestro entorno. Aún así, el mercado institucional ha incrementado claramente su peso en el mercado total en los últimos años.

La tabla 7, «Evolución de las ventas al por menor» recoge la variación de esta magnitud entre 1986 y 1990. La última parte de la tabla («Índice de Crecimiento real», con base en 1986) permite comprobar que, de nuevo, el mercado español ha tenido un comportamiento muy similar al de los países de nuestro entorno económico, situándose en las posiciones de cabeza.

TABLA 7: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS AL POR MENOR

En millones de las respectivas monedas nacionales, a valores corrientes

País	1986	1987	1988	1989	1990
Estados Unidos(1)	5.314	5.910	6.458	7.260	7.984
Alemania (2)	6.295	6.564	6.898	7.347	8.262
Francia	11.400	12.300	13.400	14.700	15.300
Italia (3)	2.250	2.710	2.865	3.075	3.370
Reino Unido	920	1.050	1.130	1.235	1.410
España (3)	143	150	157	187	220

En millones de las respectivas monedas nacionales, a valores constantes de 1986

País	1986	1987	1988	1989	1990
Estados Unidos(1)	5.314	5.699	5.985	6.413	6.693
Alemania (2)	6.295	6.551	6.796	7.044	7.714
Francia	11.400	11.900	12.700	13.400	13.500
Italia (3)	2.250	2.585	2.602	2.628	2.705
Reino Unido	920	1.008	1.034	1.048	1.094
España (3)	143	143	142	159	175

Índice de crecimiento real

País	1986	1987	1988	1989	1990
Estados Unidos(1)	100	107,2	112,6	120,7	126,0
Alemania (2)	100	104,1	108,0	111,9	122,5
Francia	100	104,4	111,4	117,5	118,4
Italia (3)	100	114,9	115,6	116,8	120,2
Reino Unido	100	109,6	112,4	113,9	118,9
España (3)	100	100,0	99,3	111,2	122,4

Fuente: *Euromonitor Market Direction/Elaboración Propia.*

Notas: (1) Ventas netas de editores. (2) Alemania unificada en 1990. (3) Cifras en miles de millones.

CONSUMO Y COMERCIALIZACIÓN

La tabla 8, «Gastos per cápita en libros en 1990» está elaborada mediante una operación muy simple: la división del volumen de ventas al por menor por la población total de cada país.

TABLA 8
 GASTOS PER CÁPITA EN LIBROS EN 1990

País	US\$	ECUs
Alemania	64,79	50,52
España	55,74	43,70
Francia	50,32	39,31
Italia	48,86	38,45
Reino Unido	41,01	34,47

Fuente: *Euromonitor Market Direction.*

Como la propia fuente indica, España ocupa un «impresionante» segundo lugar que sorprende tratándose de un país que tradicionalmente «lee poco». Aunque la fuente utilizada no profundiza en posibles explicaciones, cabe pensar que este «segundo puesto» estadístico de España viene afectado por factores como los siguientes: escaso desarrollo relativo del mercado institucional español, lo que comporta, en consecuencia, una cifra proporcionalmente más alta del valor del mercado al por menor, que ha sido el utilizado para el cálculo de la tabla; diferente consideración y tratamiento de los libros destinados a la enseñanza; precio medio de los libros...; y, en gran medida, paridad de la peseta -de hecho, utilizando la paridad actual, España figuraría en un lugar inferior. En cualquier caso, otros países como Finlandia, Suecia, Dinamarca, Bélgica, Suiza, Austria, etc., que no han sido considerados en la elaboración de la tabla se sitúan por delante de España.

La tabla 9, «Canales de comercialización del libro en 1990», trata de establecer las bases para una comparación de las vías más utilizadas en diferentes países para hacer llegar el libro al

consumidor final (aunque en el caso de España y del Reino Unido incluye también el que hemos denominado mercado institucional).

La tabla pone de relieve la existencia de fuertes diferencias entre los países, consecuencia de hábitos y tradiciones comerciales muy arraigados y, hasta cierto punto, peculiares de cada entorno nacional.

En el caso de España, destaca el bajo porcentaje relativo que poseen las librerías -similar al francés- y la alta cuota que corresponde a la modalidad puerta a puerta -similar a la italiana. La comercialización a través de correo/clubs alcanza un nivel comparable a la de la mayoría de países. La comercialización a través de grandes superficies es relativamente elevada por comparación a otros países.

En cualquier caso, debe ser tenido en cuenta al interpretar esta tabla que la homologación de canales o modalidades entre diferentes países es, en ocasiones, difícil. Por otro lado, las cifras españolas están extraídas del Estudio del mercado interior del sector editorial que no incluye la edición institucional ni autor-editor; asimismo, como indica la nota (1), ha sido necesario imputar la comercialización a través de distribuidora ajena a otros canales para facilitar las comparaciones, lo cual supone un factor de distorsión adicional.

TABLA 10
 EL MERCADO EXTERIOR DEL LIBRO: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

En millones de las respectivas monedas nacionales, a valores corrientes

Exportaciones	1986	1987	1988	1989	1990	1990 (En ECU _s)
Francia	-	-	2.571	2.914	2.980	431
Alemania	874	930	1.012	1.153	1.206	588
Italia	-	-	-	28.603	371.122	244
Reino Unido	430	480	487	515	570	798
España (1)	33.860	32.109	29.703	28.824	29.211	226
Importaciones						
Francia	-	-	2.489	2.813	3.037	439
Alemania	503	539	575	668	730	356
Italia	-	-	-	116.381	136.015	89
Reino Unido	80	90	100	110	120	168
España (1)	5.661	7.758	9.761	12.744	14.142	109
Saldo						
Francia	-	-	+102	+101	-57	-8
Alemania	+371	+391	+437	+485	+476	+232
Italia	-	-	-	+170.222	+235.107	+154
Reino Unido	+370	+390	+387	+405	+450	+630
España (1)	+28.199	+23.351	+19.942	+16.081	+15.069	+117

Fuente: *Euromonitor Market Direction*/elaboración propia.

Notas: (1) Estadísticas de Comercio Exterior.

Finalizando la aportación de cifras para comparar el sector español del libro con el de otros países, la tabla 10, El mercado exterior del libro: exportaciones e importaciones refleja la evolución de tales magnitudes entre 1986 y 1990. Incluye también el saldo neto.

Destaca claramente la evolución negativa de las exportaciones españolas por comparación a las de otros países: todos estos incrementan sus cifras. El fenómeno es bien conocido y viene explicado por las circunstancias del mercado hispanoamericano en los últimos años, no compensadas suficientemente por el crecimiento experimentado en otros mercados.

Por otro lado, todos los países sin excepción incrementan sus importaciones; sin embargo, el porcentaje de incremento en el caso español es muy superior al de los restantes: 155 por ciento en el período considerado frente a un máximo del 50 por ciento, correspondiente al Reino Unido.

Es necesario hacer constar que, para la elaboración de esta tabla, la fuente utilizada toma, en

el caso de España, cifras procedentes de «Estadísticas de Comercio Exterior», inferiores a las facilitadas por La Federación de Cámaras del Libro, que son las consideradas por el sector como las más ajustadas a la realidad.

