

**Sesión IX Congreso de la Asociación de Historia Económica:
La internacionalización de la empresa española en perspectiva histórica.
Coordinadores: E. Torres y N. Puig**

El proceso de internacionalización del sector editorial español

María Fernández Moya, UCM-IESE¹

1.- Introducción

En 1898, la liquidación del imperio español dio impulso a una de las experiencias más prolongadas e interesantes de internacionalización de la empresa española: la del sector editorial. Sus promotores fueron un grupo de editores, catalanes en su mayoría, que vieron en las repúblicas iberoamericanas la prolongación natural del estrecho mercado nacional y en la afinidad de lengua y cultura una ventaja comparativa clara. La historia tortuosa de España y de las principales repúblicas americanas pondría numerosas trabas a la materialización de esa visión, es cierto, pero la apuesta se reveló acertada. España es hoy la cuarta potencia editorial y gran parte de ese éxito se debe a su fuerte presencia en los mercados latinoamericanos.

El objetivo de este trabajo es analizar el proceso de internacionalización de uno de los sectores más abiertos de la economía española: la industria editorial. A diferencia de la mayoría de estudios sobre internacionalización de la empresa española, que centran su análisis en las últimas décadas del siglo pasado, este trabajo parte de dos hipótesis: que la internacionalización ha sido un proceso de aprendizaje gradual y acumulativo que sólo se entiende cuando se examina a largo plazo, y que las personas y las redes sociales tejidas por éstas dentro y fuera de España han tenido un papel fundamental en la configuración del sector editorial español.

Los estudios sobre internacionalización de empresas han experimentado un considerable auge en las últimas décadas desde distintas disciplinas de las ciencias sociales. Los primeros análisis científicos sobre este fenómeno se los debemos a una generación de economistas aplicados que empezó a publicar en los años sesenta, en la que destacan John Dunning y Raymond Vernon². La Historia de la Empresa, sin salir del mundo anglosajón, se ha incorporado también al estudio de

¹ Este trabajo de investigación ha sido posible gracias al apoyo financiero del proyecto del Ministerio de Educación y Ciencia SEJ2006-15151 y al apoyo intelectual de la profesora Núria Puig.

este proceso, con autores como Mira Wilkins, Alfred Chandler, Geoffrey Jones o Mark Casson³. En España, el interés por el proceso de internacionalización y la formación de empresas multinacionales ha ido creciendo, convirtiéndose en objeto prioritario de estudio. Sin embargo, la internacionalización de la empresa española ha llamado más la atención de la Economía Aplicada y de la Dirección de Empresas que de la Historia Económica y de la Empresa. En las primeras áreas se inscriben los trabajos de Juan Muñoz, Juan José Durán, José Antonio Alonso y Manuel Guillén⁴. El papel, fundamental, de América Latina en la internacionalización de la empresa española lo han estudiado Pablo Toral y Félix Martín⁵. Desde una perspectiva histórica, las publicaciones mencionadas presentan dos problemas que han inspirado este trabajo. El primer problema es la falta de profundidad temporal, pues, si bien es cierto que las multinacionales españolas se han hecho visibles en los últimos 15 años, el origen de muchas de ellas se remonta al primer tercio o a los años cincuenta y sesenta del siglo XX. El segundo problema está relacionado con el objeto de esta investigación: el sector editorial. Y es que, por sectores, la atención de los estudios disponibles se centra en la banca, el sector energético, la telefonía y diversas industrias y sectores de vocación internacional. Las editoriales, que han liderado desde hace más de un siglo la exportación y la inversión directa españolas, apenas se mencionan. Así, mi propósito en este trabajo es analizar el proceso de internacionalización de uno de los sectores más rentables de la economía española y menos atendidos por la Historia Económica, la industria editorial. La reconstrucción y el análisis que aquí se ofrecen revelan que la internacionalización de las empresas españolas ha sido un proceso de aprendizaje que sólo se entiende cuando se examina a largo plazo. Elaborado con fuentes primarias y secundarias, este ejercicio muestra que desde finales del siglo XIX hasta la actualidad, los libros han sido uno de los capítulos fundamentales de la exportación española los países de América Latina, México y Argentina principalmente. Las editoriales españolas iniciaron el proceso de internacionalización en el primer tercio del siglo XX, apoyándose en la actuación de agentes de ventas o cediendo la gestión de sus catálogos a editoriales de mayor tamaño y con sede en el país. La guerra, y sobre todo la posguerra, alejan al sector editorial del mercado mexicano, que queda en manos de editoriales nacionales y argentinas, muy fortalecidas ambas por la labor intelectual y empresarial de los

² Dunning (1958), Vernon (1966 y 1971).

³ Wilkins (1970 y 1991), Chandler (1990 y 2005), Jones (2005) y Casson (2000).

⁴ Muñoz (1978), Durán (1999), Alonso (1998) y Guillén (2004).

⁵ Toral (2001), Martín y Toral (2005).

exiliados españoles. Desde los años sesenta, gracias al apoyo financiero del gobierno franquista y con la experiencia acumulada desde principios de siglo, las editoriales españolas recuperan su actividad exportadora y se hacen hegemónicas en los mercados latinoamericanos, especialmente en el mexicano. En la última etapa franquista, América Latina absorbe alrededor del 60% de la producción editorial española y las crisis financieras latinoamericanas de los años setenta y ochenta hacen tambalearse al sector español. Las medidas restrictivas de distintos gobiernos latinoamericanos a la entrada del libro español, así como la salida a las sucesivas crisis financieras en los años ochenta, obligan a las editoriales españolas, que están experimentando un importante crecimiento, a cambiar de estrategia: una parte de su producción se traslada a América Latina.

2.- La forja de un negocio: la exportación de libros a América Latina de finales del XIX a 1936

El espectacular desarrollo de la industria editorial en el primer tercio del siglo XX marca el inicio de una nueva era en el mundo de los libros y la edición. La modernización industrial y comercial vino de la mano de avances técnicos y de la separación de las profesiones de editor y librero. El número de títulos publicados, indicador de la capacidad de la industria, pasó de 724 en 1901 a 2.010 en 1931⁶. Ese crecimiento que es especialmente intenso en la década de los veinte, acentuándose con la llegada de la II República: de 1922 a 1935 el número de editoriales aumentó de 148 a 276⁷. El gremio estaba dividido en dos cámaras de representación en las ciudades que concentraban la mayor parte de la oferta editorial, la Cámara Oficial del Libro de Barcelona, creada en 1918, y la Cámara Oficial del Libro de Madrid, fundada en 1922.

El tejido editorial español de comienzos del siglo XX estaba formado por algunas editoriales nacidas en el siglo XIX, como Espasa (1860), Hernando (1828), Bailly-Baillière (1848), Reus (1852), Montaner y Simón (1868), Calleja (1875), Sopena (1896) y Salvat (1897); y las creadas a comienzos del nuevo siglo, como Gustavo Gili (1902), Seix Barral (1911), Labor (1915), Biblioteca Nueva (1917), Ediciones Morata (1920), Aguilar (1923), Juventud (1923), Calpe (1918), Espasa-Calpe (1925) y la Compañía Iberoamericana de Publicaciones (1925). Durante la Dictadura de Primo de Rivera surgió el movimiento de avanzada, un grupo de editoriales que centraron su

⁶ Martínez Martín (2001), p. 210.

⁷ Martínez Rus (2001), p.239.

producción en libros políticos, como salida a la censura previa que durante esta etapa afectaba a las publicaciones periódicas. Nacieron compañías como Ediciones Oriente (1928), Historia Nueva (1928), Post-Guerra (1927), Cenit (1928), Ulises (1929), Jasón (1929), Zeus (1930), y Ediciones Hoy (1931). A las que se sumaron durante la etapa de la Segunda República editoriales como Gráfica Socialista y Ediciones Europa-América. Las editoriales más importantes fueron transformándose, lentamente, en sociedades anónimas. Pero no todas, en el periodo republicano, el censo de la industria editorial recogía 250 compañías, de las que sólo 45 estaban constituidas como sociedades anónimas⁸. El tejido del sector no estaba formado por grandes compañías con fuerte capacidad financiera, sino por editoriales familiares o pequeñas compañías. Las dificultades por las que pasaron estas editoriales en los años veinte y treinta son espejo de la situación económica española, en la que el alto índice de analfabetismo y la baja renta *per capita*, unidos al alto coste del papel y al ahogo económico que suponían las altas cifras de inmovilizado en almacenes, no ofrecían a las editoriales ni mercado atractivo ni grandes perspectivas de beneficios. Los grandes capitales, como los inversores extranjeros, optaron por negocios más lucrativos.

Son todas estas editoriales las que protagonizaron el proceso de modernización y también las que comenzaron la exportación a América Latina. La vocación americanista de las editoriales españolas arrancó de finales del siglo XIX, en pleno debate sobre el nuevo papel internacional de España. Si bien la estrategia americana respondía a intereses económicos, era una baza fundamental para redefinir y recuperar el protagonismo español en América Latina. El libro se convirtió así en un elemento de importancia económica y trascendencia espiritual, asumiendo el papel de embajador cultural⁹. Fueron las editoriales catalanas de estructura familiar las pioneras en este comercio exportador: Montaner y Simón, Espasa, Sopena y Salvat¹⁰. También las que más se involucraron, mientras que las madrileñas se centraban, salvo excepciones como editorial Calleja o Calpe, en el mercado nacional. Según datos de la Cámara Oficial del Libro de Barcelona para 1932, el 70% de la exportación total de libros españoles correspondía a Barcelona y el 30% a Madrid¹¹.

⁸ Martínez Rus (2001), p. 236.

⁹ AGA, Asuntos Exteriores, Caja 447.

¹⁰ Gili (1944), p. 42.

¹¹ De la parte madrileña un 15% correspondía a Espasa Calpe.

Las editoriales españolas comenzaron ese proceso de internacionalización movidas por la necesidad de buscar nuevos mercados. España contaba, *a priori*, con ventajas frente a sus competidoras internacionales para hacerse con este interesante mercado: el idioma, una cultura y un pasado común. Un “alma análoga”, según testimonios de la época, además de, por supuesto, las colonias de emigrantes españoles en América Latina¹². Pese a estas ventajas, que en teoría podían facilitar el proceso de internacionalización, las editoriales españolas chocaron con importantes problemas al intentar entrar en aquellos mercados: fuerte competencia extranjera, altos precios, dificultades de transporte y distribución e inadecuación de la oferta¹³. Las plazas latinoamericanas estaban dominadas a comienzos del siglo XX por editoriales francesas, alemanas, inglesas y estadounidenses que publicaban en castellano. Las editoriales españolas se fueron introduciendo en aquellos mercados de forma paulatina, el desembarco no fue simultáneo en todos los países, sino progresivo. Argentina fue el primer país al que se dirigieron las editoriales españolas y “la primera conquista”. Argentina además de un importante consumo local, desempeñaba un papel fundamental en la reexportación de libros por todo el continente, especialmente en el Cono Sur, y en ella se concentraba casi toda la inversión directa de las casas españolas. El siguiente cuadro permite ver cómo se repartía el mercado y cuál fue el ritmo de penetración de las editoriales españolas en los dos principales polos editoriales de Latinoamérica, Argentina y México:

Cuadro 1

**Importación de libros y folletos impresos en Argentina entre 1911 y 1920
(Cantidad en kilogramos)**

| | 1911-1914 | Porcentajes | 1915-1918 | | 1919 |
|--------------------|-------------------|-------------|------------------|------------|----------------|
| Alemania | 658.929 | 6% | 37.087 | 1% | - |
| España | 4.517.699 | 41% | 2.631.017 | 47% | 242.153 |
| Estados Unidos | 448.625 | 4% | 637.416 | 11% | 98.628 |
| Francia | 1.579.599 | 14% | 728.579 | 13% | 87.622 |
| Inglaterra | 2.009.658 | 18% | 849.148 | 15% | 34.026 |
| Italia | 1.753.584 | 16% | 632.062 | 11% | 34.579 |
| Otros Países | 155.413 | 1% | 103.317 | 2% | 13.581 |
| Total Kilos | 11.123.507 | | 5.618.626 | | 510.589 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de la publicación del Ministerio de Estado “El libro en la Argentina Contribución al estudio sobre el libro español en la América española” (1920).

¹² Informe de la Oficina de Información Comercial y Propaganda Españolas. AGA, Asuntos Exteriores Caja 447.

Cuadro 2

Importación de libros y folletos impresos en la República Mexicana entre 1911 y 1920

(Cantidad en kilogramos)

| PAÍS | 1911 A 1914 | Porcentaje | 1915 A 1918 | Porcentaje | 1919 A 1920 | Porcentaje |
|----------------|----------------|------------|------------------|------------|----------------|------------|
| Alemania | 112.960 | 3% | 7.425 | - | 45.520 | 3% |
| China | 3.550 | - | 2.114 | - | 2.785 | - |
| Cuba | 21.635 | 1% | 36.410 | 1% | 15.340 | 1% |
| España | 860.615 | 23% | 1.175.900 | 37% | 250.330 | 16% |
| Estados Unidos | 1.086.100 | 29% | 1.450.820 | 45% | 755.840 | 48% |
| Francia | 1.363.830 | 36% | 417.290 | 13% | 362.410 | 23% |
| Inglaterra | 17.740 | - | 6.545 | - | 7.530 | - |
| Italia | 316.125 | 8% | 90.730 | 3% | 122.615 | 8% |
| Suiza | 11.850 | - | 4.165 | - | 5.325 | - |
| Total Kilos | 3.794.405 | | 3.191.425 | | 1.567.695 | |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados del Informe de la Oficina de Información comercial y propaganda españolas. AGA Sección Cultura Caja 373.

Las estadísticas son suficientemente expresivas. Muestran que en Argentina desde 1910 el dominio español en el mercado del libro era un hecho. La internacionalización de casas editoriales, con inversión directa y presencia estable, como Salvat, Calleja o Sopena facilitaron, potenciaron y dieron estabilidad en el tiempo a la exportación española de libros a este destino. La lucha con las editoriales inglesas, italianas y francesas había tenido lugar en la etapa inmediatamente anterior, aunque estos países seguían manteniendo porcentajes representativos en el mercado del libro argentino. El cuadro 2, en cambio, muestra que son Estados Unidos, Francia, España y en menor medida Alemania los que se reparten el mercado editorial en México, teniendo en cuenta que la producción nacional tenía poca importancia, sobre todo para libros de calidad. En México, el reflejo de la Gran Guerra se aprecia en las caídas de porcentajes de Estados Unidos, Alemania y Francia, y en el caso mexicano es el momento que utiliza España para aumentar su participación. Algo más tarde, por tanto, que en Argentina.

¿Qué ofrecían las editoriales extranjeras? Las editoriales estadounidenses como Appleton, las francesas Garnier y Bouret, la alemana Brockhaus, y la inglesa Ackermann tenían mayor capacidad comercial y financiera que las españolas, tiradas más amplias, y precios de venta

¹³ Problemas comunes a toda Hispanoamérica.

menores¹⁴. Además, podían ofrecer formas de pago flexibles y prestaban especial atención a la propaganda, presentando de forma regular su producción bibliográfica en catálogos y boletines. Estaban agrupadas en organismos gremiales, el *Buchhandlerhaus* en Alemania y *Maison du Livre Francaise* en Francia, que favorecían la organización comercial, aumentando la eficacia, mejorando la distribución y disminuyendo costes. Las editoriales italianas aprovecharon en su desembarco americano las colonias de compatriotas establecidas en Argentina. Como se aprecia en los cuadros precedentes el porcentaje de mercado es muy superior en Argentina que en México.

Después de la competencia extranjera, el elevado precio final del libro era sin duda el problema más importante al que se enfrentaba el libro español para ampliar su difusión en América Latina. Las causas de esos precios poco competitivos se encontraban tanto en su fabricación en España como en el transporte y la distribución en Hispanoamérica. Para el coste de producción en España tenían especial importancia el elevado precio de las materias primas para la fabricación de los libros, sobre todo el papel, monopolizado por La Papelera Española, y el bajo número de tiradas, que encarecía la edición. El cambio de la moneda española, sobrevalorada respecto a las monedas locales, encarecía la exportación de nuestros productos a aquellos países¹⁵.

El coste del transporte era otro motivo de carestía del libro en el punto de venta. El servicio postal era el más utilizado para los envíos. Aunque era más regular y barato que los fletes, los editores se quejaban de su carestía en comparación con los servicios de correos europeos. Enviar un paquete a América Latina desde España costaba 4,5 francos. Desde Francia, 3 francos¹⁶. Se consiguió paliar este problema, de forma notable, con la firma del Convenio Postal Hispano-Americano el 13 de noviembre de 1920 y la adhesión a la Unión Postal Panamericana en 1921, que establecía rebajas en el franqueo y un sistema reducido de tarifas fiscales, muy favorable para las editoriales españolas, ahora con clara ventaja frente a las europeas. Esta forma de comercio, a través del sistema de correos, genera un problema a la hora de cuantificar la exportación editorial española a América Latina en el primer tercio del siglo XX. Las únicas cifras disponibles corresponden a la Estadística General del Comercio Exterior, y estas cantidades están sesgadas a la baja, ya que no registran los envíos por correo, sino únicamente los efectuados en

¹⁴ Gili (1944), p. 95.

¹⁵ Sobre política monetaria de la época, véase Comín (1988).

cajas, esto es, una mínima parte de las exportaciones¹⁷. Por eso son más fiables las cifras de presencia en el mercado latinoamericano realizadas por las oficinas comerciales o por personal especializado, a petición del Ministerio de Estado, que se ofrecen en los cuadros 1 y 2.

El deficiente sistema de comunicaciones alargaba los tiempos de espera de los pedidos, lo que generaba dos problemas adicionales: la falta de interés por el libro trascurrido ese tiempo y la aparición de ediciones fraudulentas, principalmente chilenas¹⁸.

Las formas de pago establecidas por las editoriales españolas a sus clientes latinoamericanos eran diversas, pero en general menos favorables y más rígidas que las de las editoriales extranjeras. La mayoría de las editoriales españolas, condicionadas por una débil estructura financiera, no podían ofrecer un sistema de pago a plazos. Cuando lo hacían era con plazos muy cortos, a 30 ó 60 días, y en algunos casos exigiendo un 50% o 60% por adelantado¹⁹.

Otro de los principales problemas para aumentar la difusión del libro español en América Latina era la falta de adaptación de los catálogos a los gustos del nuevo mercado. Los editores publicaban para el mercado español e intentaban colocar los mismos ejemplares en el mercado mexicano²⁰. Tampoco se hacía publicidad de las obras editadas. Los libreros compraban en firme, sin posibilidad de devolución, pero muchas veces no sabían qué compraban, ni estaban informados de las novedades para poder elegir. El primer catálogo que reunía la producción global de las editoriales españolas apareció entre los años 1923 y 1936, en tres tomos. En países como Francia y Estados Unidos, los catálogos se publicaban mensualmente²¹.

Para hacer frente a todos estos problemas la exportación de libros españoles a América Latina, el sector apenas contó con apoyo gubernamental importante hasta la II República. Desde el Ministerio de Estado, las únicas medidas de ayuda al sector editorial de los gobiernos anteriores a la República, fueron las bonificaciones y primas a la exportación a través de la industria papelera, reguladas por los Reales Decretos de 15 de febrero y 12 de mayo de 1922 y modificados en el Comité Regulador del Papel de 1928. Los productores nacionales debían efectuar un descuento sobre el precio del papel, equivalente al 25% de los derechos arancelarios que debían pagar las

¹⁶ Martínez Rus (2001), p. 364.

¹⁷ Gili (1944), p. 88.

¹⁸ AGA, Asuntos Exteriores, Caja 447 y Caja 463.

¹⁹ AGA, Asuntos Exteriores, Caja 447.

²⁰ Venegas (1931), p.15.

²¹ Martínez Rus (2001), p. 359 y 360.

clases similares de papel importadas del extranjero. El porcentaje aumentaba al 40% cuando los libros tenían como destino la exportación, y a un 60% cuando dichos libros eran exportados a través de sindicatos de exportación reconocidos por las Cámaras Oficiales del Libro. En 1932 se sustituye esta política de primas a la exportación por el descuento de un 5% en el papel destinado a catálogos y prospectos²².

Con escaso apoyo y coordinación por parte del Estado, los editores españoles tampoco aunaron esfuerzos para solucionar de forma conjunta los problemas que ocasionaba la exportación y la distribución en América Latina. El único intento destacable fue la creación de dos consorcios a comienzos de los años treinta: el Consorcio Nacional de Editores Exportadores en Barcelona y el Sindicato Exportador del Libro Español en Madrid, promovidos ambos por las Cámaras Oficiales del Libro. Estas entidades trataban en teoría de fomentar la difusión del libro en Hispanoamérica y Filipinas, ocupándose de labores de distribución y de propaganda, a la vez que se encargarían de gestionar para sus asociados el cobro de las primas a la exportación que otorgaban los fabricantes de papel a los editores sindicados, en función de lo dispuesto en el Comité Regulador del Papel en 1928. Pero ninguno de los dos organismos consiguió los objetivos previstos. Con la desaparición de las primas a la exportación en 1932, la actividad del Consorcio barcelonés se paralizó. Por su parte el Sindicato Exportador del Libro Español apenas consiguió agrupar a 15 de los 140 editores madrileños²³. La experiencia de ambos organismos sugiere que el impulso procedía más del interés por maximizar las primas a la exportación, que por un intento de aunar esfuerzos para mejorar los canales de difusión del libro.

La Segunda República marcó un punto y aparte en la actuación gubernamental. El primer intento oficial de “ordenar” la exportación de libros a América Latina tiene lugar con la creación del Instituto del Libro Español (ILE), organismo con objetivos ambiciosos pero con una vida breve. El ILE nace en abril de 1935, en el seno del Ministerio de Instrucción Pública, para fomentar la exportación de libros a Hispanoamérica. El Instituto intentaba así paliar las carencias de la iniciativa privada de las editoriales. Sus funciones eran formar y difundir la bibliografía, organizar ferias y exposiciones en el extranjero y crear depósitos de libros. El ILE proyectó la construcción

²² Martínez Rus (2001), p. 341.

²³ Martínez Rus (2001), p. 388.

de depósitos de libros en México, Lisboa y Santiago de Chile. Ninguno de los tres llegó a ponerse en marcha, y el Decreto de 3 de octubre de 1936, puso fin al Instituto Libro Español.

A pesar de no contar con apoyo gubernamental importante ni desarrollar una acción gremial conjunta que facilitase la distribución de libros españoles en América Latina, las editoriales españolas contaron con una fuerte presencia en aquellos prometedores mercados desde los años veinte. Las editoriales españolas exportaban una media del 39% de su producción, aunque algunas casas catalanas, como Salvat, Maucci o Gustavo Gili, superaban el 50%. Las cuotas de mercado de las editoriales españolas eran altas en Argentina (45%), Cuba (48%), Perú (30%), Panamá (8%), Chile (19%) y Nicaragua (10%)²⁴. En México, por ejemplo, las cuotas de mercado eran importantes en literatura (40%), pedagogía (25%), industria (10%), medicina (25%) y revistas (25%), e incluso algunas editoriales españolas, como Calleja, participaron de las compras públicas de la Secretaría de Educación mexicana²⁵. ¿Qué estrategias desarrollaron las editoriales españolas para conquistar aquellos mercados? Las casas españolas no actuaron desde finales del XIX hasta la Guerra Civil a través de un sistema de distribución fijo para difundir su producción en América Latina. La mayoría de ellas fueron adaptando gradualmente su estrategia en función de su capacidad financiera, su conocimiento del mercado, la capacidad de sus directivos, y su volumen de negocio en el país. La primera aproximación al nuevo mercado solía hacerse a través de contactos puntuales con librerías, de forma no exclusiva, fomentados por el viaje al país de algún directivo de la editorial. El desconocimiento de aquel mercado era la tónica general de las editoriales españolas. Por ello, una política habitual de las casas fue ceder sus fondos para que los distribuyese en un país concreto, o en toda América, una editorial de mayor tamaño. Otras editoriales comercializaban su catálogo en Hispanoamérica a través de agentes de ventas, viajantes exclusivos o compartidos por varias editoriales²⁶. Era el caso de Salvat, Editorial Labor, Editorial Sopena, Calleja y Montaner y Simón. Pero el grupo de editoriales con mayor volumen de negocio en América Latina tras la etapa prospectiva y exportadora dio paso a la inversión directa, estableciendo sedes en las principales capitales. La mayoría de las editoriales prefirió para instalar su delegación la ciudad de Buenos Aires. Como ya hemos visto Argentina además de un

²⁴ Martínez Rus (1998), p.175.

²⁵ Informe de la Oficina de Información y Propaganda españolas a la Secretaria General del Congreso de Ultramar. AGA, Asuntos Exteriores, Caja 463.

²⁶ AGA, Asuntos Exteriores, Caja 463.

importante consumo interno tenía un papel fundamental en la reexportación dentro del continente americano. En Buenos Aires tenía delegación Labor, Sopena, Salvat, Gustavo Gili, Calleja, Renacimiento, Espasa-Calpe o la Compañía Iberoamericana de Publicaciones (CIAP). Estas dos últimas editoriales fueron sin duda las más importantes en el primer tercio del siglo XX, por tamaño y volumen de facturación, y también tuvieron sede en México. La Compañía Iberoamericana de Publicaciones (CIAP) se creó en 1925 con el respaldo de la Banca Bauer y Cía, representantes de la familia Rothschild en España, con un capital social de 600.000 pesetas. Su rápido crecimiento se debió a la compra sucesiva de varias editoriales, como Renacimiento, Fé, Mundo Latino, Mercurio, Atlántida, Estrella y Hoy. Abrió delegaciones en Buenos Aires, Chile, Uruguay, Ecuador y México. En 1931, la CIAP quebró arrastrando en su caída a la Banca Bauer²⁷. Pero la gran editorial española antes de la Guerra Civil fue sin duda Espasa Calpe. Se había creado en 1925 a partir de la fusión de dos editoriales, la catalana Espasa (1908) y la madrileña Calpe (1918). La nueva sociedad nació en Bilbao, con el capital social más elevado de las editoriales de la época, 16 millones de pesetas²⁸. El catálogo de Espasa, con su producto estrella la Enciclopedia, y la capacidad económica de Calpe, respaldada por La Papelera Española y el Banco de Bilbao, se aliaron para crear una empresa editorial moderna con capacidad para conquistar los mercados latinoamericanos. Igual que Calpe, Espasa Calpe fue un proyecto casi personal de Nicolás de Urgoiti, decidido a crear una editorial al estilo europeo, con capacidad financiera y una cuidada selección de colaboradores, procedentes del entorno de Urgoiti y encabezados por José Ortega y Gasset²⁹. Espasa Calpe diseñó un plan de internacionalización, moderno y adaptado al mercado americano, aprovechando los contactos de sus editoriales matrices en estos países. La estrategia consistía en abrir delegaciones para aumentar la exportación, sirviendo eficazmente libros de precio asequible por todo el continente. Salvaba con ello muchos de los obstáculos que sufrían el resto de editoriales, pues el contacto directo les daba un mayor control sobre la propaganda y los precios y les permitía conocer la demanda de aquel mercado. Desde 1926 contó con una sucursal en Argentina desde donde atendía los mercados de Chile, Uruguay y Paraguay³⁰. En febrero de 1930 abrió una delegación en México, y al año

²⁷ López-Morell (2006).

²⁸ Estatutos Espasa Calpe.

²⁹ Véanse Sánchez Vígil (2005) y Cabrera (1994).

³⁰ Memoria Espasa Calpe 1929.

siguiente en Cuba, que tuvo que cerrar en 1932³¹. Las sedes de Argentina y México eran oficinas de administración y depósitos, del sello propio y de las editoriales que le habían delegado sus fondos, como Aguilar o Revista de Occidente. El conjunto de sucursales americanas aportaba entre un 6% y un 14% de las ganancias de la compañía, y suponía entre un 5% y un 13% del activo total³². Las inversiones directas en América Latina conferían a Espasa Calpe un valor estratégico muy superior al de otras editoriales de la época, que supo rentabilizar cuando estalló la Guerra Civil española y durante la etapa franquista.

3.- Caída, recuperación y auge de la exportación editorial (1939-1975)

La situación de la industria editorial española tras la Guerra Civil era desoladora. Aparte del exilio de muchos hombres de letras, la falta de papel, las restricciones eléctricas, la escasez de divisas y las malas condiciones económicas del país en la posguerra, hacían inviables muchas empresas editoriales y, por supuesto, la exportación. Las dificultades obligaron a los editores a desatender las plazas latinoamericanas, perdiendo así las cuotas de mercado obtenidas en el periodo anterior. Si antes de la guerra el porcentaje de producción editorial que exportaba una casa española era del 39%, a mediados de los años cuarenta ese porcentaje bajó al 10%, además de reducirse el número de editoriales con capacidad para exportar³³. En el caso de México, el sector tuvo que lidiar con una dificultad añadida, pues la victoria final del bando nacional supondría la ruptura de las relaciones políticas entre ambos países desde 1939 hasta 1977.

En contraste con la dramática situación de las editoriales españolas, las casas argentinas y mexicanas crecieron de forma vertiginosa, consolidándose en sus mercados nacionales y países vecinos. Muchas de estas editoriales americanas estaban fundadas o dirigidas por españoles republicanos exiliados en estos países. La importante cuota de mercado que tenía el libro español en aquellos países, el conocimiento y los contactos de los editores españoles en aquellos mercados, y el acercamiento entre Hispanoamérica y España en la II República fueron fundamentales para facilitar el exilio republicano. En México fue clave el apoyo gubernamental, cardenista, aunque los exiliados españoles contaron también en su adaptación e introducción en

³¹ Memorias Espasa Calpe 1929-1934.

³² Memorias Espasa Calpe 1929-1934.

³³ Gili (1944) p. 90.

el país con otras ayudas importantes: la Casa de España, el Fondo de Cultura Económica y su propia red social de contactos³⁴.

La aportación al mundo cultural mexicano del exilio español ha sido ampliamente estudiada³⁵. Los exiliados españoles crearon nuevas editoriales que dinamizaron el sector editorial de su país de acogida. Fue el caso de Editorial B. Costa-Amic, Editorial Arcos, Proa, Editorial Leyenda, Editorial Séneca, Era, Ediciones Rex, Ediciones Atlántida, Ediciones España o Minerva. Pero las tres figuras fundamentales fueron José González Porto, creador de la editorial mexicana UTHEA y dueño desde los años cuarenta de la casa catalana Montaner y Simón; Joan Grijalbo, fundador en 1939 de la editorial Grijalbo; y Rafael Giménez Siles, promotor durante su estancia en México de editoriales como EDIAPSA y de distribuidoras como Librería Cristal. En Argentina, las editoriales creadas por exiliados con mayor presencia en el mercado de habla castellana eran: Editorial Sudamericana, Emecé, Sur y Losada. Tanto éstas como las mexicanas, favorecidas por la férrea censura española, que prohibía a las editoriales nacionales editar muchos libros que pasaron a sus manos, y por la producción literaria de los exiliados, eclipsaron a las editoriales españolas en los años cuarenta y cincuenta. Las editoriales hispanoamericanas, se convirtieron de este modo en una gran amenaza, al desterrar de sus mercados a las editoriales españolas y amenazar con dar el salto al mercado español. Solamente una editorial española podía competir con las pujantes editoriales americanas en este primer franquismo: Espasa Calpe. La Guerra Civil había cortado la recepción de remesas desde la casa matriz de Espasa Calpe a sus filiales americanas y, casi simultáneamente, habían aparecido ediciones fraudulentas de autores exclusivos de Espasa, publicadas en Chile y en México. En un intento por no perder aquellos mercados, Espasa comienza a editar en Argentina, desde donde distribuye al resto del continente. La elección de Buenos Aires frente a la delegación de México se debió a motivos políticos³⁶. Prácticamente durante toda la etapa franquista, la casa bonaerense fue mucho más dinámica que la sede de Madrid, apenas dedicada a la reedición de la Enciclopedia. La apuesta de Espasa por el mercado americano era fuerte, y las sedes, además de ser muy activas, tenían mucho peso dentro de la estructura de la empresa: entre el 25% y el 43% del activo total³⁷. Si comparamos estas cifras con

³⁴ Lida (1988), p. 115.

³⁵ Véanse Caudet (2005), Mateos (2005) y Santonja (2003).

³⁶ Escolar (1999), p.242.

³⁷ Memorias de Espasa Calpe 1940 -1954.

las de los primeros años treinta (5% al 13%), podemos comprobar el crecimiento de la inversión directa de Espasa Calpe en América Latina. La estrategia le permitió percibir de estos mercados entre un 13% y un 34% de sus ganancias totales, una importante fuente de divisas para la compañía además de una garantía para mantener su presencia en Iberoamérica.

A pesar de la difícil situación económica, el sector editorial contó con un aliado. El gobierno franquista apoyó e intentó controlar la industria editorial, como parte de una estrategia cultural que pretendía legitimar el Régimen en España y en el extranjero³⁸. Con este objetivo se creó en 1941 el Instituto Nacional del Libro Español (INLE) y la Editora Nacional. El INLE se encargaría de dirigir la política oficial, las publicaciones bibliográficas y la protección comercial³⁹. Por su parte, la Editora Nacional era un organismo semi-autónomo con carácter comercial que se ocupaba de editar publicaciones cercanas al Régimen. El control lo ejercía el nuevo gobierno con una férrea censura según la normativa dispuesta en 1938, en el entonces bando franquista, y que fue el marco jurídico de referencia hasta 1966, año en el que se publica una nueva Ley de Prensa impulsada por el ministro Manuel Fraga Iribarne⁴⁰. Otro exponente de la acción tutelar del Estado a favor del sector editorial fue la publicación de la Ley de Protección del Libro en 1946. La Ley establecía una serie de medidas teóricas con difícil aplicación práctica. La primera consistió en establecer rebajas en el precio del papel, fijando una prima por cada kilo de papel editorial consumido para acercar en lo posible su precio al que regía en el mercado internacional. En segundo lugar, la Ley de 1946 permitía reponer el papel exportado mediante importaciones libres de arancel. En la práctica, las autorizaciones eran expresas y discrecionales, lo que limitaba el beneficio de la medida. Y disponía finalmente una exención del Impuesto de Utilidades, que se aplicaba exclusivamente sobre los beneficios invertidos en inmuebles o en maquinaria. Al ser mínimo el número de editoriales que eran propietarias de sus edificios o que poseían talleres de artes gráficas, esta medida apenas suponía ventajas para el mundo editorial⁴¹. La Ley, en definitiva, apenas ofrecía protección y beneficios reales para el sector editorial. A la altura de 1961 sólo se había conseguido aplicar el primer punto. El segundo y el tercero topaban con la barrera

³⁸ Delgado (1992).

³⁹ Martínez Rus (2001), p. 420.

⁴⁰ Véase Cisquilla (2002).

⁴¹ AGA, Cultura, Caja 000475.

infranqueable de una reglamentación que parecía hecha más para impedir que para posibilitar la aplicación de la ley, habiendo gozado de ella apenas el 1% de las exportaciones⁴².

Pero el gran cambio de la industria editorial española tuvo lugar en los años sesenta. Desde los años cincuenta y a medida que la situación económica del país se normalizaba, las editoriales españolas retomaron su actividad productiva. Se crearon casas como Planeta (1949), Taurus (1954), Plaza y Janés (1959) y Anaya (1959), que se unieron a las fundadas en la década anterior (Tecnos, Ariel, Gredos, Castalia, Destino, y Bruguera) y a editoriales históricas como Espasa Calpe, Aguilar, Gustavo Gili, Labor y Salvat. En los años sesenta se incorporaron Santillana (1960), Alfaguara (1964), Alianza Editorial (1966) y Anagrama (1969). Y se renovaron por completo Seix Barral (1914), una casa tradicional catalana dirigida por Carlos Barral y Víctor Seix que a la muerte de este último se escindió en Barral Editores y Seix Barral, y la editorial Lumen (1940), bajo la batuta de Esther y Oscar Tusquets, que en 1969 fue sustituida por Tusquets Editores⁴³. Todas estas editoriales formaron un sector cada vez más poderoso y cohesionado, que se articuló en dos asociaciones que rozaban la clandestinidad: la Asociación Nacional de Editores (Madrid) y el Gremi de Catalunya (Barcelona). La cabeza visible era Francisco Pérez González, presidente de la Asociación Nacional de Editores y cofundador de Taurus y Santillana. Los editores agrupados, presionaron al gobierno para que apoyara al sector editorial. El gobierno franquista aceptó las demandas de los empresarios, convirtiéndolas en la base del nuevo marco jurídico. La acción colectiva fue muy eficaz, sin que se promulgara una nueva Ley de Protección del Libro una serie de decretos emitidos entre el año 1963 y 1971 vinieron a anular de hecho la ley de 1946, oficialmente vigente⁴⁴. El primer cambio fue la incorporación de los editores particulares, del sector privado a la cúpula del INLE, gracias a la Orden Ministerial de 23 de noviembre de 1961. A partir de ese momento se dictaron un conjunto de normas, sugeridas desde la esfera empresarial, que pretendían ser la solución a los problemas de la etapa anterior: la importación de papel, la exención del Impuesto de Utilidades, la desgravación fiscal a la exportación, la facilidades de financiación, y la reforma de las pólizas de seguros a la exportación.

El Decreto 784/1966, de 31 de marzo autorizaba a los editores españoles a importar papel en régimen de franquicia arancelaria, en la misma proporción que el papel exportado a través de

⁴² AGA, Cultura, Caja 000475.

⁴³ Véase Moret (2002).

libros previamente. Este Decreto permitió que se cumpliera una medida dispuesta en la Ley de 1946, eliminando las trabas burocráticas que dejaban a la discrecionalidad de la Administración la aplicación de la norma. La exención de la tributación fiscal del Impuesto de Utilidades fue derogada por la Ley de Reforma Tributaria de 11 de junio de 1964. Esta declaraba exentas de tributar a las “ventas de libros, revistas, periódicos y diarios” por el nuevo impuesto general sobre el Tráfico de Empresas⁴⁵. Uno de los mayores acicates para el sector editorial fue la desgravación fiscal a la exportación. Aprobada en el año 1963, la medida consistía en la devolución por parte de la Hacienda Pública de la totalidad o de una parte de los impuestos indirectos soportados en los procesos de producción y comercialización del libro objeto de exportación. La desgravación fiscal era de un 9% sobre el valor total de lo exportado, a la que se añade en 1967 un 2% de beneficio por ser “un sector ordenado”.

El gobierno facilitó la financiación de empresas editoriales a través de dos figuras: los créditos a la exportación y los créditos prioritarios. Entre 1963 y 1970 una serie de ordenes ministeriales establecieron el sistema de crédito a la exportación con las siguientes características: duración de un año natural con posibilidad de renovación, límite máximo en el 55% del volumen total de exportaciones realizadas por la firma solicitante en el año anterior, tipo de interés máximo del 4,5% anual, redescotándose los efectos correspondientes por el Banco de España, obligatoriamente al tipo del 3,6%⁴⁶. Las editoriales acudieron de forma masiva a esta fórmula de financiación⁴⁷. En el pasivo de la editorial Seix Barral desde 1966 a 1968 el crédito a la exportación suponía entre un 8% y un 12% del pasivo total. Santillana S.A. presentó en sus cuentas para 1967, un crédito a la exportación de 4 millones pesetas, lo que suponía un 4% del pasivo, de 1968 a 1975 el crédito a la exportación suponía entre un 5% y un 8% del pasivo total⁴⁸. La otra fórmula de financiación preferente eran los créditos prioritarios. Su aplicación nace de la calificación del sector editorial como “sector prioritario” según la Orden de Presidencia del Gobierno de 4 de febrero de 1964. Existían tres modalidades en función del destino final del crédito: inversiones fijas, depósitos o ediciones populares. El máximo financiable era el 70% del

⁴⁴ Cedán Pazos (1972), p. 47.

⁴⁵ Cedán Pazos (1972), p. 224.

⁴⁶ Orden Ministerial de 13 de febrero de 1963, Orden Ministerial de 27 de agosto de 1970, Orden Ministerial de 26 de noviembre de 1970.

⁴⁷ Cuentas Anuales Barral Editores, 1974 y 1976, Cuentas Anuales Editorial Labor 1970, Cuentas Anuales Santillana 1967-1977, Cuentas Anuales de Seix Labor 1966-1968.

presupuesto, la duración entre 3 y 9 años, el tipo de interés era el 5,625% anual para préstamos hasta 6 años, y 5,875% para los de plazo superior. En 1970, la Orden Ministerial de 27 de noviembre, suprime la financiación de depósitos y eleva el tipo de interés al 7%. Las editoriales recurrieron también a esta fórmula de financiación, si bien no de forma masiva. En la Editorial Santillana, por ejemplo, para el periodo 1967-1975 el crédito prioritario supuso entre el 1% y el 4% del activo total⁴⁹. Otras disposiciones tomadas por el gobierno franquista, como la reforma del seguro de crédito a la exportación, la facultad de dar de baja en los activos los fondos editoriales depreciados o la disminución de las tarifas postales, también beneficiaron a la exportación editorial.

Apoyándose en todas estas medidas, el sector editorial español pasó de ocupar el puesto 30 en la industria editorial mundial en 1949 al quinto lugar en 1974. Las exportaciones se dispararon. En torno a 1963, distintos gobiernos comenzaron a establecer medidas restrictivas a la entrada del libro español. Cuba estaba prácticamente cerrada por razones políticas. Chile introdujo fuertes aranceles que afectaban a las editoriales españolas, pero no a argentinas y mexicanas porque sus países pertenecían a la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio. En Colombia, a partir de septiembre de 1962, se hace necesaria una licencia previa de importación para la entrada de libros al país. Brasil, que había sido un brillante comprador de libros, se encontraba en un periodo de estancamiento con tendencia a la baja. Venezuela tras un aumento espectacular en 1962, el establecimiento de diversas trabas burocráticas a los exportadores frenó en seco las importaciones en 1963. Argentina, primer destino de la exportación editorial española hasta entonces, pierde su hegemonía frente a México tras las medidas restrictivas del gobierno argentino en julio de 1962. Así, ante la crisis o las barreras de entrada en otros mercados americanos, México se convirtió en el principal país receptor de la oferta editorial española⁵⁰. Un país con el que España no tenía relaciones oficiales pasa a ser así el mejor cliente de su oferta cultural.⁵¹ A diferencia del resto de países en México los libros podían entrar libremente, sin impuestos ni aduanas, siendo además, uno de los mercados con menor índice de morosidad,

⁴⁸ Cuentas Anuales Santillana 1967-1975.

⁴⁹ Cuentas Anuales Santillana 1967-1975.

⁵⁰ Si en 1960 la exportación española de libros a México era de 490 toneladas, en 1972 la cifra ascendía a 11.644 toneladas.

⁵¹ El ejemplo editorial nos permite comprobar la continuidad en las relaciones oficiosas entre España y México pese a la ruptura de relaciones oficiales En la línea de lo estudiado por Clara E. Lida, Lida (2001).

frente a sus vecinos latinoamericanos. El papel activo del gobierno mexicano en el sector editorial, fue otro de los motores que impulsaron la exportación hacia México. El gobierno mexicano asumió en 1959 la gestión y distribución de libros de texto gratuitos para enseñanza primaria. La Comisión Nacional de Libros de texto Gratuitos se creó el 12 febrero de 1959, como organismo dependiente de la Secretaría de Educación Pública. A través de esta entidad el Estado marcaba los contenidos de los libros de primaria, que tenían carácter de textos únicos. De 1959 a 1970 el Estado mexicano se encargaba de la edición de los textos, que más tarde se imprimían en industrias privadas. Desde 1970, la comisión de pedagogía marca los contenidos de los libros, para su uniformidad, pero son editados por empresas privadas, a las que el Estado compra la producción. El sector de libros de texto tiene en México un gran mercado, pero desde esta etapa, su comercialización pasa forzosamente por la intermediación gubernamental. La distribución de ejemplares pasó de 15 a 70 millones de pesos mexicanos entre 1959 y 1975, muestra de la gran demanda que tiene este tipo de libros. Aunque esta intromisión del Estado en el sector editorial, dio lugar a reacciones hostiles de los editores privados, lo cierto es que su actividad ha continuado de forma ininterrumpida hasta nuestros días, y algunas empresas editoriales tienen al Estado como uno de los principales clientes en México.

Las editoriales españolas tomaron posiciones en el mercado mexicano. Las importaciones de libros en México constituían del 35% al 50% del mercado editorial mexicano, y de ellas España aportaba un 70%, Argentina un 10%, Estados Unidos otro 10% y Venezuela un 5%⁵². Casas como Salvat, Bruguera, Aguilar, Alianza Editorial, Daimon, Grijalbo y Planeta monopolizaban la venta del libro en el país americano. La etapa de crecimiento exportador llega a su punto máximo en 1972 con 11.644 toneladas, un 64,8% de la importación editorial total del país. Esta entrada masiva, unida a la tendencia ascendente de las importaciones editoriales en México y al déficit cada vez mayor del sector editorial mexicano, llevó al gobierno mexicano a establecer barreras a la entrada de libros españoles en 1974.

Fue la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, el gremio de editores mexicanos, la que planteó al Gobierno Federal la necesidad de poner límites a la importación de libros. Las restricciones propuestas consistían en limitar la importación de libros a un máximo de 1.500

ejemplares por título y establecer un permiso previo a la importación, un sistema por cupos a las librerías en función de las ventas en el último año o en los últimos dos años⁵³. En el fondo, era una medida de protección a la industria editorial, que iba a obligar a las editoriales extranjeras con importante volumen de venta en México a editar en el país, bien creando filiales propias, bien en colaboración con algún socio⁵⁴. Su objetivo último era limitar la importación y fortalecer el tejido editorial mexicano. Su anuncio conmocionó al sector editorial español, que vio peligrar su principal mercado en América Latina. Un obstáculo importante para afrontar la nueva situación era la falta de relaciones oficiales entre el gobierno mexicano, que seguía fiel a la II República, y la España franquista. Los editores recurrieron a sus propios contactos en México, a los exiliados españoles y los amigos de la causa republicana, entre ellos muchos editores para negociar con el gobierno mexicano⁵⁵. Pero las medidas se dictaron y el comercio con México se resintió. No obstante, la consecuencia más importante de este nuevo marco institucional fue un cambio en la estrategia de las editoriales españolas con mayor presencia en el país, que abrieron o potenciaron sus filiales mexicanas y comenzaron a editar desde aquel país. La política de edición local se extendería más tarde al resto de países latinoamericanos.

En función de su capacidad financiera y de su volumen de ventas en aquel mercado, las editoriales siguieron varios modelos de distribución. Las editoriales de menor tamaño seguían trabajando con la figura de delegado comercial, que representaba su catálogo en aquellos países. Lo normal era contar con un delegado por país o por área. El modelo más habitual para las editoriales españolas era trabajar con una distribuidora local. Era fundamental este canal para las editoriales pequeñas y medianas, en las que el papel del distribuidor era muy importante para comercializar los libros en América Latina. Pero el sistema que siguieron las editoriales con mayor presencia en Hispanoamérica fue el de instalar una empresa filial nacional. Con el conocimiento del mercado adquirido en la etapa anterior y un volumen de ventas importante, muchas editoriales dieron el paso hacia la inversión directa, o ampliaron la estructura implantada en el periodo anterior. Algunas empresas fundaron sociedades mixtas o locales, en compañía de un socio local o de forma individual. Esta línea de actuación la siguieron Espasa Calpe, Gustavo Gili, Plaza-

⁵² AGA, Cultura, Caja 87413.

⁵³ AGA, Cultura, 87413.

⁵⁴ AGA, Cultura, 87413.

⁵⁵ AGA, Cultura, 87413.

Janés, Santillana, Labor, Salvat, Océano, Aguilar, Bruguera, Alianza Editorial y Planeta. Las editoriales grandes solían tener implantación en varios países de Hispanoamérica, México, Argentina, Colombia y Chile, principalmente, y desarrollaron una política clara dirigida al mercado local, con adaptación de títulos, formas de venta y propaganda a la demanda del país⁵⁶. Las antiguas delegaciones pasaron a ser empresas distintas, sometidas a la legislación de cada país, con una separación jurídica clara respecto a la casa matriz y cada vez mayor autonomía.

¿Puede considerarse este proceso heredero de la experiencia del primer tercio de siglo? Comparando las editoriales con mayor presencia en el mercado hispanoamericano en esta etapa con las pioneras observamos que muchas de ellas participaron en las dos etapas. Espasa, Gili, Labor, Salvat y Aguilar, participaron tanto en los inicios de la actividad exportadora en las primeras décadas del siglo, como en esta segunda fase exportadora. Estos ejemplos son una muestra evidente de la naturaleza acumulativa de la internacionalización⁵⁷. Se mantiene también en esta etapa la presencia de las editoriales familiares, muy activas en el proceso de internacionalización. Son los casos de Seix Barral, Santillana, Gustavo Gili, Salvat y Aguilar, que ya conocían aquel mercado antes de 1936 y, Barral Editores o Planeta que irrumpen en el panorama editorial exportador en la etapa franquista.

A través de estos canales de distribución, la exportación a América Latina creció de forma espectacular. A principios de los setenta, las editoriales españolas tenían en el mercado americano entre un 50% y un 60% de su volumen total de ventas, lo que las hacía especialmente sensibles a la situación económica y monetaria de estos países⁵⁸.

4.- La transformación del negocio y el crecimiento de los grandes grupos editoriales (1975-2005)

Con los primeros síntomas de inestabilidad económica en América Latina en los años setenta las editoriales españolas vieron peligrar su principal mercado de exportación. Con razón, pues las cifras de ventas a Iberoamérica cayeron cerca de un 20% entre 1975 y 1978⁵⁹. Lo peor, sin embargo, estaba por llegar. En agosto de 1982, el gobierno mexicano amenazó con no cumplir el

⁵⁶ *El Libro Español*, febrero 1974, pp. 79-80.

⁵⁷ En la línea de lo estudiado por Fernández y Puig (2004).

⁵⁸ *El Libro Español*, enero 1977 pp. 18-20.

⁵⁹ *El Libro Español*, enero 1977 pp. 18-20.

pago de su deuda externa pública y se desata una crisis, no sólo en México sino en toda América Latina, donde el flujo neto de préstamos bancarios se detuvo en seco⁶⁰. La crisis supondría un duro golpe para el sector editorial español volcado en aquellos mercados. Podemos señalar tres consecuencias fundamentales de esta situación: la salida del mercado de muchas editoriales pequeñas, la concentración del sector en grandes grupos, y el cambio de estrategia de las editoriales con mayor presencia en América Latina.

La crisis afectó especialmente a las editoriales de menor tamaño. En 1982-1983, la concentración de la oferta exportadora era clara: el 23% de las empresas acaparaban el 50% de las exportaciones y el restante 50% se lo repartían unas 770 editoras⁶¹. Si enlazamos esta estructura con la crisis económica latinoamericana, vemos que las grandes editoriales aguantaban el envite de la crisis, pero las pequeñas tenían un volumen medio de exportación bajísimo (20 millones de pesetas), viendo algunas comprometida su supervivencia. De 1972 a 1985 cesaron en su actividad 1.277 editoriales, un 71% de las cuales era de pequeño tamaño⁶². La crisis latinoamericana también aceleró en España un proceso de concentración, que en buena parte de Europa ya se había iniciado en los setenta. Las editoriales grandes iniciaron una estrategia de adquisiciones sucesivas de casas pequeñas y medianas, en muchos casos familiares, que les convertiría en grandes grupos editoriales. A la concentración editorial creciente, que llega a su punto álgido en los noventa, se une la entrada de las multinacionales de edición como el grupo Mondadori, más tarde Grupo Random House Mondadori. Estos cambios alteraron drásticamente el panorama de la edición en España. El mundo editorial se polarizó en grandes grupos editoriales generalistas (Planeta, Santillana, Grupo Océano) y pequeñas firmas (Tusquets, Salamandra, Pre-Textos y Castalia). La oferta editorial exportadora también se concentró. Si en 1982 un 23% de las editoriales realizaban un 50% de la exportación, para 1985 apenas el 4% del tejido del sector exportaba el 60%⁶³. Pero, aparte de las quiebras y la reestructuración del sector, la salida a la crisis de la deuda animó a las editoriales a cambiar su estrategia en América Latina. El grupo de editoriales con mayor presencia en el continente siguió apostando por aquellos mercados y, en lugar de retirar sus inversiones, optaron por aumentar la producción local a través de sus filiales

⁶⁰ Bulmer (1998), p. 424.

⁶¹ Galán (1986), p. 214.

⁶² Galán (1986), p.159.

⁶³ Galán (1986), p. 214.

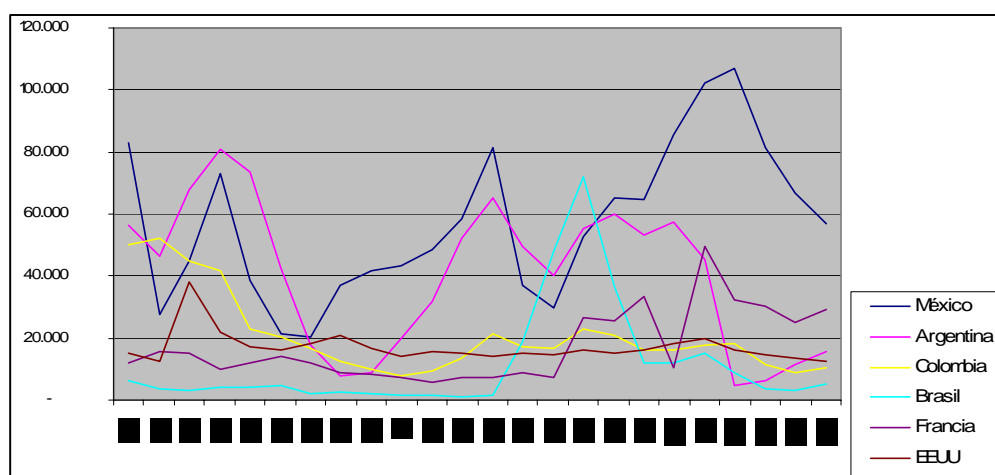
en los países⁶⁴. Se consolida así una estrategia que veíamos en los setenta, aumentando tanto el número de editoriales que la adoptan, como el número de títulos publicados por las filiales. Esta estrategia suponía la adaptación plena a los mercados, de unas filiales que se transformaron en editoras locales.

En los años noventa otra crisis económica, de nuevo con origen en México, sacudió América Latina, la denominada *Efecto Tequila*. Los primeros días de la presidencia de Ernesto Zedillo, en diciembre de 1994, el nuevo gobierno autorizó la libre flotación peso-dólar, y automáticamente el peso se devaluó un 100%. Comenzó la fuga masiva de divisas y las empresas volvieron a tener problemas para pagar sus deudas. Superada la crisis, desde 1997 México es la estrella indiscutible de las exportaciones editoriales españolas, aún cuando los grupos editoriales más importantes editan parte de su producción en el país. La evolución de las compras mexicanas confirma la solidez de este mercado, frente a la variación negativa, cercana al 12%, entre 1998 y 1999 en las exportaciones de España a Latinoamérica. El cuadro inferior nos muestra las exportaciones editoriales de España a los principales países destino⁶⁵:

Gráfico 1

Exportación de libros españoles a los principales mercados nacionales (1982-2005)

(Miles de Euros. Constantes)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FEDECALI.

⁶⁴ *El Libro Español*, febrero 1984 p. 25.

⁶⁵ Según datos de la Federación Española de Cámaras del Libro en el periodo 1982-2005. Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI). Asociación sin ánimo de lucro, integrada por las Cámaras de Madrid, Barcelona y Euskadi. FEDECALI, al ser una asociación de inscripción voluntaria, sólo incluye en sus datos las cifras correspondientes a sus asociados. Para el sector que nos ocupa, la edición de libros, FEDECALI recoge

En esta última etapa y de nuevo como consecuencia de la ausencia de iniciativas coordinadas, las editoriales españolas participan en los mercados latinoamericanos a través de dos estrategias que son función de su implicación en aquel mercado, de su volumen de ventas y de su capacidad comercial. Mientras unas continúan con el tradicional sistema de exportación con distribuidores ajenos, otras han cambiado definitivamente su estrategia, editando de forma masiva en América Latina, México y Argentina principalmente. El primer modelo estaría representado por las editoriales españolas poco implantadas en América Latina, que cuentan con un representante u oficina en algún punto del país, pero no con empresas filiales. Dada su pequeña infraestructura, trabajan en el país con una distribuidora local o española.

El segundo modelo de participación para las editoriales con mayor presencia en América Latina consiste crear una filial local, receptora de la exportación española, pero también editora de un porcentaje importante de los libros que distribuye la empresa en el país. No se trata de colocar excedentes o de compensar las crisis del mercado interno con las ventas en el extranjero, sino de participar en aquel mercado con una empresa local, plenamente adaptada a la demanda del país e integrada en los circuitos de comercialización públicos y privados. Las editoriales cuentan con un catálogo troncal, común para toda el área lingüística, al que añaden una serie de títulos propios del país en el que operan, con autores y temas locales. Las dos apuestas más fuertes en esta dirección son las de Planeta y Santillana. La editorial Planeta nació en 1949, creada por Jose Manuel Lara. Planeta había iniciado su proceso de internacionalización en los años sesenta, aprovechando las medidas gubernamentales de fomento al sector, en México, Colombia y Argentina. La editorial comenzó a producir en América Latina a través de Planeta México en 1983, pero en 1985 refuerza su presencia comprando la editorial mexicana Joaquín Mortiz. Fue la primera de una larga serie de compras que incluyen editoriales como Emecé, Espasa-Calpe, Ariel, Destino, Seix Barral, Minotauro o Paidós. Planeta calcula que en 2004 alrededor del 70% de los títulos que distribuyó en México fueron editados en el país. El 30% restante se importó de España⁶⁶.

aproximadamente el 90% de la exportación. Los datos para prensa y otro tipo de publicaciones tienen mayor margen de error.

⁶⁶ ICEX (2004).

La editorial Santillana, fundada en 1958 por Jesús Polanco y Francisco Pérez González, inicio pronto su proceso de internacionalización. A principios de los años sesenta ya tenía presencia estable en Chile y Argentina, y a mediados de la década en México. Un punto importante de su estrategia ha sido trabajar siempre con personal y directivos locales. La editorial empezó a publicar en México, el inicio de la estrategia de edición local, a finales de los años setenta. Fruto del proceso de concentración de la industria se incorporaron a la empresa distintos sellos: Taurus en 1974, Alfaguara en 1980 y Aguilar en 1986, esta última con fuerte presencia en toda América Latina. Todos los sellos editan, y sobre todo reeditan, en América Latina. Dentro de los ingresos de Santillana en el año 2000, el conjunto de los países americanos aportaba un 55% de las ventas y más del 70% del resultado. En México, la presencia de Santillana es especialmente importante, tiene cerca de un 35% del mercado mexicano en libros escolares, lo que le sitúa como líder del mercado de aquel país.

La estrategia de edición local a través de filiales latinoamericanas, unida al proceso de concentración del sector, llevó en los años ochenta y en los noventa a la absorción de editoriales históricas autóctonas por parte de las empresas españolas. En el sector editorial mexicano, por ejemplo, la inversión española fue especialmente significativa en 1993 y 1996, años en los que absorbió un 31% y 30% de la inversión total española en México⁶⁷. Obviamente, estas inversiones no responden, como ocurre en otros sectores, a procesos de privatización por parte de los gobiernos latinoamericanos⁶⁸. Tampoco a la reciente necesidad del sector español de conquistar nuevos mercados, que compensasen la entrada de editoriales europeas en España tras la incorporación de nuestro país a la Unión Europea⁶⁹. Como estamos comprobando, estas inversiones son fruto de una estrategia de internacionalización, iniciada en los primeros años del siglo XX. La experiencia y el conocimiento a lo largo del siglo se han ido acumulando en casas centenarias como Salvat y se han transmitido a otras más jóvenes, como Planeta o Santillana, fichando directivos de editoriales históricas para sus sedes latinoamericanas o adquiriendo editoriales de exiliados españoles en México y Argentina como Joaquín Mortiz, Emecé o Sudamericana. Se trata, pues, de un proceso de internacionalización secular, que se ha

⁶⁷ ICEX, Base de datos Estacom.

⁶⁸ Véanse para inversiones españolas en la última etapa: Alonso (1998), Guillén (2004), Toral (2001), Martín y Toral (2005), Durán (1999).

⁶⁹ Guillén (2004).

desarrollado con altibajos, pero que ya forma parte de la cultura de uno de los sectores empresariales más dinámicos de nuestro país.

5.- Conclusiones

El objetivo de este trabajo ha sido explicar desde una perspectiva histórica uno de los procesos de internacionalización más intensos y más interesantes del momento: el del sector editorial. Para ello se ha reconstruido la evolución del sector desde principios del siglo XX y siguiendo la pista de sus principales mercados exteriores. Hemos comprobado que las editoriales fueron pioneras en la internacionalización de la empresa española en las primeras décadas del siglo XX. Los editores españoles, especialmente los catalanes, comenzaron ese proceso de internacionalización movidos por la necesidad de buscar nuevos mercados, debido a la estrechez del nacional, y por las facilidades que ofrecía Hispanoamérica en cuanto a idioma, historia compartida y amplias colonias de españoles residentes en aquellos territorios. Aunque inicialmente se trataba de un porcentaje pequeño de exportación reactiva, a demanda, con el nuevo siglo América Latina se convirtió en un mercado en el que se inició una estrategia firme de internacionalización. Las editoriales intentaron superar los problemas inherentes a la entrada en estos mercados -precio, transporte, distribución e inadecuación de la oferta- con estrategias individuales diversas y escasa o nula acción colectiva y apoyo gubernamental. La internacionalización no fue tanto obra de editoriales con gran capacidad económica y una estructura compleja (si exceptuamos los casos de Espasa Calpe y la Compañía Iberoamericana de Publicaciones), sino editoriales pequeñas y familiares, como Calleja, Espasa y Salvat que exportaban un alto porcentaje de su producción, utilizando un sistema de distribución basado, inicialmente, en la acción de representantes y agentes de ventas, que les permitió, más tarde, pasar a la inversión directa. Este prometedor proceso de internacionalización sufrió un importante revés al estallar la Guerra Civil española y durante la larga posguerra. No fue hasta la década de los sesenta, cuando el sector editorial retomó con fuerza su actividad exportadora. Los editores españoles, agrupados en una eficaz acción colectiva, presionaron al gobierno franquista para que adoptase medidas a favor del sector. El gobierno aceptó y ese apoyo gubernamental financió el segundo y definitivo desembarco en América Latina. Desde mediados de los años sesenta, el alto volumen de negocio que para las editoriales suponía el mercado americano las hacía

especialmente vulnerables a las condiciones económicas de estos países. Por eso, las crisis económicas de finales de los años setenta y ochenta, especialmente la crisis de la deuda mexicana de 1982, arrastraron a la quiebra a algunas editoriales y obligaron al sector español a reestructurarse. Comenzó la etapa de fusiones y compras, las pequeñas casas prácticamente desaparecieron, y se crearon los grandes grupos editoriales, que acogieron bajo su gestión a distintos sellos. A pesar de las crisis, los editores españoles han seguido apostando por los mercados latinoamericanos; unas operan con el tradicional sistema de exportación con distribuidores locales, otras han cambiado definitivamente su estrategia: la importación y distribución de libros españoles ha sido sustituida por la edición masiva en algunos países latinoamericanos, especialmente México y Argentina.

¿Cómo aprendieron los editores españoles el camino de la internacionalización? A diferencia de otros sectores productivos los empresarios españoles no aprendieron el proceso de internacionalización de la mano de sus socios extranjeros en España. A comienzos del siglo XX, en el sector editorial español apenas encontramos ejemplos significativos de inversores extranjeros. El proceso fue el contrario, la internacionalización facilitó el contacto directo con otros modelos empresariales. Cuando los editores españoles llegaron a América Latina las editoriales alemanas, francesas, inglesas y norteamericanas copaban aquellos mercados, y de ellas aprendieron las modernas técnicas de gestión editorial y las pautas para introducirse en aquellos países. Las editoriales españolas han rentabilizado esas lecciones a lo largo de todo un siglo. Hoy son ellas las que tienen la llave para la internacionalización de casas alemanas, inglesas o francesas dentro del área lingüística castellana.

En definitiva, el trabajo permite verificar la naturaleza acumulativa de un proceso de internacionalización. Un fenómeno que, si bien tiene su fase más visible en los últimos 15 años, con editoriales como Planeta o Santillana, se inicia a principios del siglo XX. De hecho, las estrategias actuales de estas grandes editoriales españolas y sus filiales latinoamericanas son la prueba fehaciente de que, a pesar de la trayectoria irregular y dramática de la economía española del siglo XX, hay un saber hacer acumulado. Sólo desde la perspectiva de la historia se puede entender el proceso de formación de estas multinacionales del castellano. Hemos

comprobado también que en ese proceso de internacionalización han participado de forma muy activa las empresas familiares. Su papel ha sido fundamental tanto en la etapa inicial (Salvat, Calleja, Espasa) como en la más reciente en la que los principales grupos continúan bajo gestión familiar (Santillana, Planeta, Grupo Océano).

Son, por tanto, la evolución y la experiencia acumulada a lo largo de todo el siglo las que explican en buena medida la posición actual de la industria editorial española, la cuarta a nivel mundial, y su fuerte vocación exportadora. La fortaleza y el crecimiento del sector, así como su estructura, se basan en su fuerte y temprana internacionalización y su alta penetración en el mercado latinoamericano, su gran ventaja competitiva a nivel internacional. Este trabajo nos permite afirmar que ese proceso secular de internacionalización ha estado marcado por tres variables: una eficaz acción colectiva, el desarrollo de estrategias diferenciadas según mercados y la importancia de las relaciones sociales.

Durante todo el siglo XX, las editoriales españolas no supieron dar una respuesta colectiva adecuada a sus principales problemas de distribución en España y en el exterior. Esto contrasta con la experiencia de otros países europeos. A diferencia de países como Alemania, Holanda o Francia entre los editores españoles no hubo, durante todo el siglo XX, intentos serios y particulares de coordinación, de canalizar de forma conjunta la distribución de libros. Sin embargo, los editores fueron capaces de agruparse para defender sus intereses y solicitar al gobierno franquista medidas de apoyo al sector. Una acción colectiva diferente pero muy rentable, que es en gran parte responsable del éxito actual del sector.

Si la reciente historiografía empresarial recalca que cualquier experiencia de internacionalización pasa por las personas, este trabajo destaca cómo en el sector editorial éstas son la clave para entender cómo se forjó esa estrategia y cómo se transmitió la experiencia acumulada⁷⁰. La importancia de las relaciones sociales ha sido especialmente determinante (y visible) en el proceso de internacionalización hacia América Latina. A lo largo del pasado siglo, las editoriales españolas han tejido una importante red de contactos en Hispanoamérica, que pasa tanto por la colonia de emigrantes residentes en aquellos países, como por los intelectuales y el sector

público. La política cultural de la II República, que impulsó el intercambio con los países latinoamericanos, afianzó las redes de conexión a ambos lados del Atlántico. La labor y el trabajo de los exiliados, que llegaron a los dos principales mercados exteriores de la industria editorial española, México y Argentina, acogidos por esa red social e intelectual, aumentaron el conocimiento de aquellos países. Es cierto que los exiliados republicanos fortalecieron el tejido editorial mexicano y argentino, convirtiendo a ambos en grandes competidores, pero no lo es menos que su presencia y su integración en la vida cultural de aquellas naciones permitió acentuar los nexos de unión entre España e Hispanoamérica. En el caso mexicano fueron estas redes sociales las que sustentaron el incremento del diálogo empresarial, del comercio editorial, sustituyendo durante la etapa franquista a las relaciones oficiales, rotas entre 1939 y 1977. A día de hoy, las relaciones sociales siguen siendo el centro del negocio editorial, una riqueza que se incluye dentro del denominado capital simbólico de la empresa.

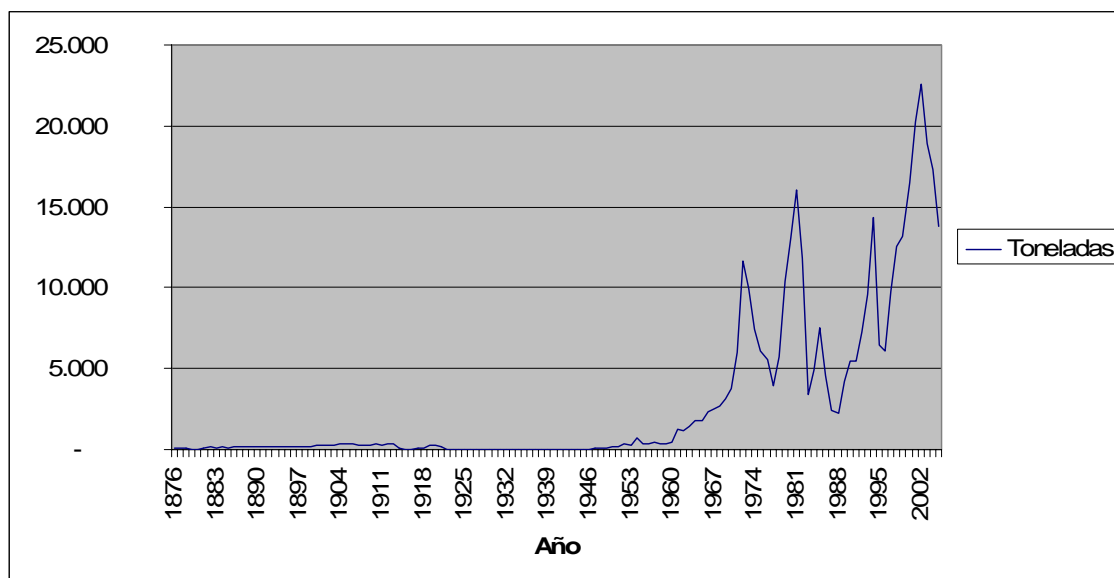
A lo largo de todo el siglo XX, los editores españoles han desarrollado estrategias de internacionalización totalmente distintas en función de las características de los nuevos mercados. La barrera idiomática, la cercanía cultural y la existencia de redes sociales de acogida han marcado la elección de esa estrategia. La amplia y continuada presencia en América Latina es la clave del éxito del sector editorial español. La aparente cercanía cultural de aquellos mercados permitió a los editores españoles no utilizar ningún tipo de intermediario al iniciar el proceso de internacionalización. Obviamente la experiencia en los mercados latinoamericanos fue determinante para dar el salto a los mercados de habla no castellana, pero para penetrar en estos nuevos mercados, que los empresarios españoles percibían como lejanos y en los que no contaban con el apoyo de una red de contactos, los editores recurrieron a socios extranjeros, locales o multinacionales.

⁷⁰ Casson (2000).

ANEXO I

GRÁFICO DE EXPORTACIÓN DE LIBROS A MÉXICO 1876-2004

Cantidad en Toneladas



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Estadística general del comercio exterior de España.

FUENTES PRIMARIAS

- Archivo General de la Administración, Sección Cultura y Asuntos Exteriores.
- Archivo del Ministerio de Hacienda, Estadísticas del Comercio Exterior de España, 1876-2003.
- Fondo del Banco Urquijo, Fundación Juan March.
- Archivo de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.
- Cámara del Libro de Madrid, datos Federación Española de Cámaras del Libro.
- Instituto de Comercio Exterior (ICEX).
- Secretaria de Educación de México. CONALITEG.

BIBLIOGRAFÍA

Publicaciones Periódicas

- *El Libro Español (1958-1986)*, Madrid, Instituto Nacional del Libro Español.

Libros y artículos

ALONSO, José Antonio (1998): *Competir en el exterior. La empresa española y los mercados internacionales*, Madrid, ICEX.

BOIX, Emilio (1920): *El libro en la Argentina. Contribución al estudio sobre el libro español en la América española*, Madrid, Imp. Ministerio de Estado.

BULMER-THOMAS, Víctor (1998): *La historia económica de América Latina desde la Independencia*, Mexico D.F., Fondo de Cultura Económica.

CABRERA CALVO SOTELO, Mercedes (1994): *La industria, la prensa y la política: Nicolás M^a de Urgoiti (1869-1951)*, Madrid, Alianza.

CASSON, Mark (2000): *Economics of international business: a new research agenda*, Cheltenham, Edward Elgar.

CAUDET ROCA, Francisco (2005): *El exilio republicano de 1939*, Madrid, Cátedra.

CEDÁN PAZOS, Fernando (1972): *Edición y comercio del libro español (1900-1972)*, Madrid, Editora Nacional.

- CHANDLER, Alfred D.(1990): *Scale and scope: the dynamics of industrial capitalism*, Cambridge, Mass, Belknap Press of Harvard University Press.
- CHANDLER, Alfred D. (ed.)(2005): *Leviathans: Multinational Corporations and the New Global History*, Cambridge, Cambridge University Press.
- CISQUELLA, Georgina (2002): *La represión cultural en el franquismo: La censura de libros durante la Ley de Prensa (1966-1976)*, Barcelona, Anagrama.
- COMÍN, Francisco (1988): *Hacienda y economía en la España contemporánea (1800-1936)*, Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda.
- DELGADO GÓMEZ-ESCALONILLA, Lorenzo (1992): *Acción cultural y política exterior: la configuración de la diplomacia cultural durante el régimen franquista (1936-1945)*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- DUNNING, John H. (1958): *American Investment in British Manufacturing Industry*, London, George Allen and Unwin.
- DURAN HERRERA, Juan José (1999): *Multinacionales españolas en Iberoamérica. Valor estratégico*, Madrid, Pirámide.
- FERNÁNDEZ, Paloma y PUIG, Núria (2004), "Knowledge and Training in Family Firms of the European Periphery: Spain, 18th-20th Centuries", *Business History* 46 (1), pp. 79-99.
- GALÁN PÉREZ, José Manuel (1986): *Análisis estructural del sector editorial español*, Madrid, Pirámide.
- GILI ROIG, Gustavo (1944): *Bosquejo de una política del libro*, Barcelona, Impresora Hispano Americana.
- GUILLÉN, Manuel (2004): "La internacionalización de las empresas españolas", *Información Comercial Española*, 812, pp. 211-224.
- ICEX (2004): *Informe Sector Editorial 2004*, México D.F., Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México.
- JONES, Geoffrey (2005): *Multinationals and global capitalism: from the nineteenth to the twenty-first century*, Oxford, New York: Oxford University Press.
- LIDA, Clara E. (1988): *La casa de España en México*, México D.F., El Colegio de México.
- LIDA, Clara E., coord. (1994): *Una inmigración privilegiada. Comerciantes, empresarios y profesionales españoles en los siglos XIX y XX*, Madrid, Alianza Editorial.

- LIDA, Clara E (2001): *México y España en el primer franquismo, 1939-1950: rupturas formales, relaciones oficiosas*, México D.F., El Colegio de México.
- LÓPEZ-MORELL, Miguel A., y MOLINA ABRIL, Alfredo (2006): "La Compañía Iberoamericana de Publicaciones, primera gran corporación editorial en castellano", texto inédito presentado en el IX Seminario de la Universidad Complutense de Madrid.
- MATEOS, Abdón (2005): *De la guerra civil al exilio: los republicanos españoles y México: Indalecio Prieto y Lázaro Cárdenas*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- MARTÍN, Félix E., y TORAL, Pablo (2005): *Latin America's quest for globalisation: the role of Spanish firms*, Burlington, VT, Ashgate Pub. Co.
- MARTÍNEZ MARTÍN, Jesús A. (dir) (2001): *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Madrid, Marcial Pons.
- MARTÍNEZ RUS, Ana (1998): *La proyección editorial en Hispanoamérica en el primer tercio del siglo XX*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, tesina inédita.
- MARTÍNEZ RUS, Ana (2001): *La política del libro durante la II República: socialización de la lectura*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones (Recurso electrónico).
- MORET, Xavier (2002): *Tiempo de editores. Historia de la edición en España, 1939-1975*, Barcelona, Ediciones Destino.
- MUÑOZ, Juan et al. (1978): *La internacionalización del capital en España*, Madrid, Editorial Cuadernos para el Diálogo.
- NADAL, Jordi (1986): *El fracaso de la revolución industrial en España, 1814-1913*, Barcelona, Ariel.
- PAZOS CERDÁN, Fernando (1972): *Edición y comercio del libro español (1900-1972)*, Madrid, Editora Nacional.
- PÉREZ GONZÁLEZ, Francisco (2000): "Orígenes de los proyectos editoriales en México", *Economía Exterior*, nº 12, pp.29-32.
- PLA BRUGAT, Dolores (1994): "Características del exilio en México en 1939" en LIDA, Clara E., (coord.) *Una inmigración privilegiada. Comerciantes, empresarios y profesionales españoles en los siglos XIX y XX*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 218-231.
- SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel: *Calpe: paradigma editorial (1918-1925)*, Gijón, Trea.

SANTONJA, Gonzalo (2003): *Los signos de la noche: de la guerra al exilio, historia peregrina del libro republicano entre España y México*, Madrid, Castalia.

TORAL, Pablo (2001): *The Reconquest of the New World: Multinacional Enterprises and Spain's Direct Investment in Latin America*, Burlington, VT, Ashgate.

VENEGAS, José (1931): *Los problemas del libro español en lengua castellana*, Madrid, Imprenta Galo Sáez.

VERNON, Raymond (1966): "International Investment and International Trade in the Product Life Cycle", *Quarterly Journal of Economics*, 80, pp. 190-207.

VERNON, Raymond (1971): *Sovereignty at Bay: The Multinational Spread of US Enterprises*, New York, Basic Books.

WILKINS, Mira (1970): *The emergence of multinational enterprise: American business abroad from the colonial era to 1914*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.

WILKINS, Mira (1991): *The Growth of multinationals*, Aldershot, Edward Elgar.