

PMS

Estudio de Mercado Servicios editoriales en México

Septiembre 2016

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Guadalajara - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



Tabla de contenido

I. Tabla de contenido	2
II. Resumen Ejecutivo	4
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).....	4
3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.....	4
4. Análisis FODA.....	5
III. Identificación del servicio	6
1. Nombre del servicio	6
2. Descripción del servicio	6
IV. Descripción general del mercado importador	8
1. Tamaño del mercado.....	8
2. Crecimiento en los últimos 5 años.....	9
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado	11
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	12
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	14
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios	15
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	15
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden endemanda de servicios.	16
9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios	17
V. Descripción sectorial del mercado importador	18
1. Comportamiento general del mercado.....	18
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio	20
3. Proporción de servicios importados	23
4. Dinamismo de la demanda	29
5. Canales de comercialización	30
6. Principales players del subsector y empresas competidoras	30
7. Marco legal y regulatorio del subsector	¡Error! Marcador no definido.31
8. Tendencias comerciales del sector	¡Error! Marcador no definido.32
VI. Competidores	33
1. Principales proveedores externos	33
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.	34
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.	36
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores.....	¡Error! Marcador no definido.

VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios36

VIII. Indicadores de demanda para el servicio36

IX. Otra información relevante del mercado de destino37

X. Opiniones de actores relevantes en el mercado39

XII. Contactos relevantes.....46

XIII. Fuentes de información (*Links*).47

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

I. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios de la Industria Editorial:

El proceso editorial se ha conformado a través del desarrollo de actividades específicas que cubren el ciclo del libro: la concepción, la redacción, la producción, la distribución, la lectura. En donde participan diferentes "actores": el que escribe el texto, el que lo produce, el que lo distribuye y el que lo lee, y muchos otros secundarios (De la Mora, 1994, p.35).¹

2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).

La demanda tiende al consumo de libros escolares o de texto, por lo que el volumen es captado por las compras gubernamentales. Sin embargo éstas no reportan los más grandes registros de facturación. Para ello el libro se debe comercializar en escuelas, librerías y tiendas de autoservicio.

Según los lectores, el 59% menciona haber comprado los libros que ha leído y un 46% leyó un libro regalado. La compra del consumidor final recae en la población adulta, con nivel educativo alto.

3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.

Establecer una oficina de representación para realizar ventas directas a librerías, universidades, escuelas y crear vínculos con editoriales mexicanas que vendan a Gobierno.

Habilitar sistema de venta en línea dentro de la plataforma editorial ya sea para compra de libro físico o electrónico.

¹ De la Mora, La cultura editorial en México, primer acercamiento, seminario "Situación y perspectivas de la actividad editorial en México". impartido por la Maestría en Edición de la Universidad de Guadalajara (CIEPEeLn) la Cámara de la Industria Editorial, México 13.F. del 27 de junio al 2 de julio de 1994.

Tener presencia en las ferias más importantes de libro en México: FIL Guadalajara (para hacer negocios y venta directa) y Feria del Palacio de Minería (venta directa, si se tiene representante en México)

4. Análisis FODA.

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el mercado para el cual está destinado el producto • Crear alianzas con editoriales mexicanas • Aprovechar los escritores ícono o de resonancia • Establecer un representante en terreno 		<ul style="list-style-type: none"> • México es mercado natural para la oferta chilena, con lazos culturales y cercanía histórica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los libros en México son productos desgravados. • Débiles canales de distribución.
Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Facilidad para establecer oficinas de representación. • Concentración de librerías en la capital. • México sede de la principal FIL de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitar el mercado en misión comercial especializada según la temática editorial. • Asistir al área de negocios de la FIL Guadalajara. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las herramientas de apoyo gubernamental para internacionalizar la pequeña y mediana empresa de la industria.
	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Negociadores acostumbrados a bajos precios. • Alto índice de piratería. • Transnacionales establecidas en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Detectar actores clave que sirvan de influenciadores y promotores de la editorial. • Considerar editar escritores mexicanos reconocidos para integrarlos en el contenido editorial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Detectado el comprador extranjero hacer la venta total. • Gestionar venta de derechos editoriales. • Abrir el portafolio de servicios y crear colaboraciones.

II. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Servicios de la Industria Editorial, específicamente en libro físico.

Se considera analizar cuantitativa y cualitativamente el estado comercial, regulatorio y el mercado del libro físico según la partida 4901 y las fracciones derivadas:

- 4901.1001: Obras de literatura universal y libros técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico
- 4901.9902: Para la enseñanza media
- 4901.9904: Obras de la literatura universal, libros o fascículos técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico, impresos en español, aunque contengan otros idiomas, excepto lo comprendido en las fracciones 4901.9901, 4901.9902 y 4901.9905
- 4901.9906: Las demás obras de la literatura universal, libros o fascículos técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico, impresos en español, aunque contengan otros idiomas, excepto lo comprendido en las fracciones 4901.9901, 4901.9902, 4901.9904 y 4901.9905
- 4901.9999: Los demás

2. Descripción del servicio

Según la Ley Federal sobre Derechos de Autor se le define al libro como toda publicación unitaria, no periódica, de carácter literario, artístico, científico, técnico, educativo, informativo o recreativo, impresa en cualquier soporte, cuya edición se haga en su totalidad de una sola vez en un volumen o a intervalos en varios volúmenes o fascículos por un editor de libros, que es la persona física o moral que selecciona o concibe una edición y realiza por sí o a través de terceros su elaboración. Comprenderá también los materiales complementarios en cualquier tipo de soporte, incluido el electrónico, que conformen, conjuntamente con el libro, un todo unitario que no pueda comercializarse separadamente (Ley federal sobre Derechos de Autor, 2016).

De acuerdo con el proceso editorial se han identificado etapas en la producción del libro y que se desarrollan a continuación:

La concepción: El trabajo del autor es concebir la idea que se va a plasmar en el libro por los medios que desee utilizar, investigaciones, análisis, conclusiones de un foro, inspiración o descripciones de la realidad tornándola ficción.

La redacción: El desarrollo del texto en sí, una compilación de datos o investigaciones según el tipo del libro basado en las ideas concebidas por el autor.

La producción: El proceso de las editoriales de seleccionar los textos de su interés, ya sea por el valor significativo, del autor o monetario; posteriormente su edición y publicación sean éstas de diversa índole como editoriales literarias, universitarias, revistas académicas, infantiles.

La distribución: La colocación del libro en puntos de venta como librerías, tiendas o ferias del libro para su consumo. También puede ser desde el autor imprimiendo su propio libro y tratando de venderlo a las editoriales; por medio de una editorial que lo edite y comercialice para colocarlo en puntos de venta. O directamente el autor por medio de publicaciones digitales que pueden ser blogs, revistas o periódicos en línea, que el mismo autor venda artículos a editoriales en línea, plataformas especializadas para la venta de libros en línea.

La lectura: El proceso final de la realización de un libro y tarea del consumidor que decida adquirir el libro que fue publicado. En este eslabón producto de la lectura también existe la producción de reseñas, análisis, charlas que se suman al proceso de producción editorial.

Los tipos de consumidor dependerán la especialidad o interés del comprador, pudieran ser infantiles, de material escolar y universitario, académicos o recreativo.

III. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

En México se registran 79.901.112 personas como lectores, dentro del rango de edad de 15 a 64 años². Por otro lado, según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México, (INEGI) se reconoce como lector al 84,2% de la población dentro del rango de 12 a 65 años edad en México.

Se consideran también las siguientes tablas que enlistan el número de bibliotecas, librerías y los títulos publicados para dar un panorama más amplio sobre el mercado mexicano.

Número de bibliotecas	
Total de bibliotecas	2.313
Habitantes por biblioteca	48.567

Número de librerías	
Total de librerías	1.722
Habitantes por librería	65.236

Fuente: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México, Conaculta, 2010.

Títulos publicados

Producción	Variación porcentual
Títulos: 23,955	2013-2014: 21,7%
Ejemplares: 141.449.687	2013-2014: -2,9%

Fuente: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Caniem, 2014.

Si consideramos los indicadores, algunas cifras preocupan, considerando a México como un país con una cultura milenaria e íconos de la literatura, ya que se ha publicado en diversos medios que México ocupa el lugar número 24 con 5,5 horas de lectura. La Encuesta Nacional de Lectura 2012 realizada por la Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura reveló que uno de cada dos hogares en México solamente tiene entre uno y 10 libros que no son escolares. El 54% de los encuestados indicaron que no leen cotidianamente y el 35% aseguró no haber leído un solo libro en su vida.

En el estudio “Hábitos de Lectura”, elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), México se posicionó en el puesto 107 de 108 países, con aproximadamente dos libros anuales por persona.

²Fuente: Central Intelligence Agency, CIA, 2016.

El 40% de los mexicanos jamás ha pisado una librería, el 13% nunca ha leído un libro y el 70% de los mexicanos lee lo mismo que antes o menos, según cifras de la Encuesta Nacional de Lectura del Conaculta.

<http://www.forbes.com.mx/el-top-20-de-los-paises-que-mas-leen/#gs.x2CkW8Q>

2. Crecimiento en los últimos 5 años

Hasta el 2006 la producción editorial privada, mostraba una tendencia positiva de crecimiento. Es destacable la producción durante el 2005, que ascendió a 137.467.709 ejemplares de libros, lo cual representa un crecimiento del 35,6 % con respecto al año anterior. Dicho crecimiento no pudo sostenerse ya que entre 2005 y 2006 tan solo creció un 0,1 %.

En cambio, en 2007, se reportaron poco más de 129,3 millones de ejemplares producidos por el sector privado únicamente, lo cual representa una caída del 6 % respecto al 2005.

Durante los dos años siguientes, 2008 y 2009, la producción editorial privada fue de 125,3 y 121,8 millones de ejemplares respectivamente.



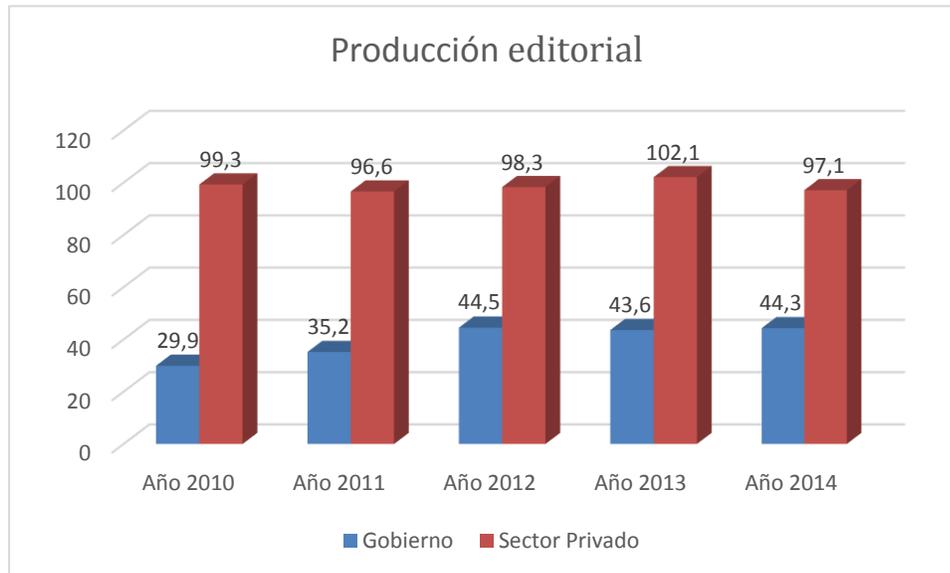
Sin embargo, a partir del 2010, la Industria Editorial muestra una recuperación que se reflejó en un incremento del 6 % respecto al año anterior. Dicho incremento representó la producción de 129,2 millones de ejemplares, para el 2011 la producción ascendió a 131,9 millones de libros. (Piedras, 2013, p. 80-81).³

³ Piedras Ernesto, "Desempeño Económico de la Industria Editorial en México", World Intellectual Property Organization, WIPO.

En 2014 la producción de libros del sector editorial privado fue de 141.449.687 ejemplares, de los que el 31% fueron ediciones para los Programas de Gobierno de Texto de Secundaria Gratuito.

Entre 2012 y 2014, la producción para estos programas se ha mantenido alrededor de 40 millones de piezas, por lo que variación observada en el sector proviene principalmente de los ejemplares que se destinan al mercado privado.

Fuente: Caniem, 2014



Fuente: <http://caniem.org/Graficas/actividad-editorial-del-sector-de-libros/>

VALOR DE FACTURACIÓN

En 2014 el sector editorial privado registró un valor de facturación neta de \$10.693 millones de pesos mexicanos, aproximadamente USD\$725 millones, incluyendo la venta a mercado privado y la venta para la Comisión Nacional de los Libros de Texto Gratuito, CONALITEG, de la Secretaría de Educación Pública del Gobierno de México.

La participación de estas últimas ediciones en la facturación fue de 11,7%, principalmente generada por los Libros de Texto Gratuito para Secundaria, que significó 1,104 millones de pesos, aproximadamente USD\$725 millones.

Comparado con 2013, se observa un decremento de 1,8% en el valor total, proveniente de la reducción en la venta de ediciones para el mercado privado, mientras que la facturación obtenida por la venta a Gobierno registró incremento

Fuente: Caniem, 2014

3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

La industria editorial en México cuenta con un marco jurídico adecuado para la entrada de competidores internacionales y leyes específicas de regulación y protección de derechos de autor, Ley del Libro y Precio Único.

En cuanto a la Ley Federal del Derecho de Autor, publicada el 24 de diciembre de 1996 y reformada el 13 de enero de 2016, señala en su artículo 1° lo siguiente:

La presente Ley, reglamentaria del artículo 28 constitucional, tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual.

Dentro de la misma Ley, se establecen los lineamientos para la contratación de editoriales con el propósito de divulgar o comercializar la obra.

Artículo 42.- Hay contrato de edición de obra literaria cuando el autor o el titular de los derechos patrimoniales, en su caso, se obliga a entregar una obra a un editor y éste, a su vez, se obliga a reproducirla, distribuirla y venderla cubriendo al titular del derecho patrimonial las prestaciones convenidas. Las partes podrán pactar que la distribución y venta sean realizadas por terceros, así como convenir sobre el contenido del contrato de edición, salvo los derechos irrenunciables establecidos por esta Ley.

En este mismo apartado, presenta que los editores de libros tendrán el derecho de autorizar o prohibir la reproducción directa o indirecta, total o parcial de sus libros, así como la explotación de los mismos; la importación de copias de sus libros hechas sin su autorización, y la primera distribución pública del original y de cada ejemplar de sus libros mediante venta u otra manera.

Asimismo, los editores de libros gozarán del derecho de exclusividad sobre las características tipográficas y de diagramación para cada libro, en cuanto contengan de originales. Las publicaciones periódicas gozarán de la misma protección que el presente capítulo otorgue a los libros.

Así como también existen sanciones en caso de cometer una infracción contra los Derechos de Autor que son mencionadas dentro de esta misma ley, principalmente en el artículo 231 el cual menciona que: Constituyen infracciones en materia de comercio las siguientes conductas cuando sean realizadas con fines de lucro directo o indirecto. Comunicar o utilizar públicamente una obra protegida por cualquier medio, y de cualquier forma sin la autorización previa y expresa del autor, de sus legítimos herederos o del titular del derecho patrimonial de autor; ofrecer en venta, almacenar, transportar o poner en circulación obras protegidas por esta Ley que hayan sido deformadas, modificadas o mutiladas sin autorización del titular del derecho de Autor.

Las instituciones encargadas de velar por que se cumpla esta Ley son el Instituto Nacional del Derecho de Autor y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

http://www.indautor.gob.mx/documentos_normas/leyfederal.pdf

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

Dentro del marco normativo para el mejoramiento de los niveles de lectura y establecimiento de parámetros comerciales equitativos para la venta del libro al Público, se establece la Ley de Fomento para la Lectura y del Libro publicada 24 de julio de 2008 y reformada el 17 de diciembre de 2015.

Tiene por propósito descrito en su Artículo 3 lo siguiente:

El fomento a la lectura y el libro se establece en esta Ley en el marco de las garantías constitucionales de libertad de escribir, editar y publicar libros sobre cualquier materia, propiciando el acceso a la lectura y el libro a toda la población. Ninguna autoridad federal, estatal, municipal o del Distrito Federal podrá prohibir, restringir ni obstaculizar la creación, edición, producción, distribución, promoción o difusión de libros y de las publicaciones periódicas.

Las instituciones responsables de aplicar esta Ley son:

- La Secretaría de Cultura.
- La Secretaría de Educación Pública.
- El Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura.
- Los Gobiernos estatales, municipales y el Gobierno de la Ciudad de México.

Dentro de esta misma Ley, se ha estipulado el precio único al libro y establece que no se puede otorgar descuentos al libro hasta después de 18 meses de haberse editado.

CAPÍTULO V DE LA DISPONIBILIDAD Y ACCESO EQUITATIVO AL LIBRO

Artículo 21.- En todo libro editado en México, deberán constar los siguientes datos: título de la obra, nombre del autor, editor, número de la edición, lugar y fecha de la impresión, nombre y domicilio del editor en su caso; ISBN y código de barras. El libro que no reúna estas características no gozará de los beneficios fiscales y de otro tipo que otorguen las disposiciones jurídicas en la materia.

Artículo 22.- Toda persona física o moral que edite o importe libros estará obligada a fijar un precio de venta al público para los libros que edite o importe. El editor o importador fijará libremente el precio de venta al público, que registrará como precio único.

Artículo 23.- El precio se registrará en una base de datos a cargo del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura y estará disponible para consulta pública.

Artículo 26.- Los vendedores de libros podrán aplicar precios inferiores al precio de venta al público mencionado en el artículo 22 de la presente Ley, cuando se trate de libros editados o importados con más de dieciocho meses de anterioridad, así como los libros antiguos, los usados, los descatalogados, los agotados y los artesanales.

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL_171215.pdf

Se encuentra en discusión establecer el precio único al libro digital y se debate entre fijar el mismo precio que el libro físico, sin embargo algunas editoriales están en contra del cambio de la propuesta de Ley ya que el precio del libro digital es más bajo que el libro físico, por otro lado la propuesta también establece en ampliar el periodo del precio único.

En cuanto al registro del Número Internacional Normalizado del Libro, ISBN, se debe considerar registrarse por todos y cada uno de los títulos de libro que se edite, sea en español o en diversos idiomas. El ISBN será diferente para todos los casos. También se debe registrar ISBN para todos los formatos de publicación electrónica.

En México, como parte del estímulo para el fomento a la lectura y con el propósito de acercar la cultura a toda la población, no existe el Impuesto al Valor Agregado (IVA) para los Libros; sin embargo, aquellos servicios empresariales que son parte del proceso de producción editorial, sí se considera aplicar el IVA y corresponde al 16% del valor del servicio.

La Ley del impuesto al Valor Agregado, publicada en 1978 y con última actualización el 11 de diciembre de 2013, establece:

Artículo 1. Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

- *Enajenen bienes.*
- *Presten servicios independientes.*
- *Otorguen el uso o goce temporal de bienes.*
- *Importen bienes o servicios.*

<http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/leyes/liva.html#art14>

5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

Apoos culturales para la creación literaria en México

En México existen diversos estímulos para la escritura o publicación, sin embargo son exclusivos para mexicanos. La institución que otorga este tipo de financiamiento es el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) que depende de la Secretaría de Cultura, y “busca propiciar una política incluyente, que respete y aliente la multiplicidad de las culturas, y la libertad de las personas para crear y expresarse.”

“Cuenta con una serie de convocatorias en diferentes ámbitos, que son en su mayoría programas de apoyo para el desarrollo de proyectos artísticos y culturales, incluyendo el apoyo a los nuevos autores mexicanos.”

<http://fonca.cultura.gob.mx/>

En la misma estructura gubernamental, pero a nivel estatal, cada estado (región) de México, a través de sus Secretarías de Cultura lleva a cabo programas de estimulación para la publicación de libros.

Por otro lado, existen fundaciones o instituciones civiles que engloban concursos para promoción de la escritura y publicación de libros; ya sea para mexicanos o latinoamericanos como:

La Fundación para las letras mexicanas: <http://flm.mx/C-CL.html>

Asociaciones de Escritores: <http://www.esritores.org/recursos-para-esritores/17809-premio-al-fomento-a-la-lectura-y-la-escritura-2016-mexico>

6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

Todos los estudiantes pertenecientes a la educación Preescolar, Primaria, Secundaria, Educación Indígena y Telesecundaria deben recibir libros de texto de manera gratuita, sin distinción de raza, sexo o condición socioeconómica. De esta forma, todos los alumnos tendrán la misma oportunidad de contar con una educación de calidad y así podrá garantizarse, de manera efectiva, el derecho a la educación gratuita plasmado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. De esta manera, el Gobierno de México, es el principal demandante de libros de texto, además de ser el más importante editor. Sus Instituciones, emanadas de la Secretaría de Educación Pública encargadas de esta labor son: La Dirección General de Planeación, Programación y Estadística Educativa, encargada de editar y publicar libros de texto; y la Comisión Nacional de los Libros de Texto Gratuitos, encargada de comprar y distribuir textos en escuelas.

De acuerdo con el “Diagnóstico del Programa B003 Edición Producción y Distribución de Libros y otros Materiales Educativos, Agosto 2014”, la población potencial es de 35,2 millones de estudiantes y 199.678 escuelas. Para cumplir con este objetivo, la estimación del costo operativo del programa fue de \$2.820.987.392 pesos mexicanos que se compone por: Costos directos \$2.763.602.068 pesos mexicanos y Costos indirectos \$57.385.324 pesos mexicanos, que incluyen actividades de apoyo administrativo y actividades de apoyo a la función pública y buen gobierno.

Concepto	USD TC \$13 año 2014
Costo Estimado Operativo	216.999.030,15
Costos directos	212.584.774,46
Costos indirectos	4.414.255,69

http://www.coneval.org.mx/Informes/Evaluacion/Diagnostico/Diagnostico_2014/Diagnostico_2014_SEP_B003.pdf

Como lineamiento, para ser proveedor del Gobierno de México, la editorial o distribuidor debe ser una empresa mexicana y ser avalada por el Gobierno para poder proveer el servicio.
<http://comprasep.sep.gob.mx/>

7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

Pro Libros México

En 2014 el Gobierno de México lanzó la plataforma digital LibrosMexico.mx que además de ser la biblioteca digital más grande del país, es también un canal profesional donde se pueden acceder a listas de contactos de editores, distribuidores e importadores de libros. Para registrarse, se requiere ser persona física o moral, tener un registro federal de contribuyente en México. pro.librosMexico.mx

E-Gobierno

Gob.mx es la plataforma que promueve la innovación en el gobierno, impulsa la eficiencia, y transforma los procesos para proveer de información, trámites y una plataforma de participación a la población. Es el replanteamiento de la relación ciudadano-gobierno.

Gob.mx es una iniciativa encabezada por la Coordinación de [Estrategia Digital Nacional](#) de la Presidencia de la República y la Unidad de Gobierno Digital de la Secretaría de la Función Pública, en colaboración con todas las dependencias de la Administración Pública Federal, a fin de brindar a los ciudadanos un gobierno integrado, cercano y moderno.

Telesecundarias

“La creación de la Secundaria por Televisión, a la que posteriormente se llamaría Telesecundaria, tuvo como objetivo esencial, en aquel momento, ampliar la cobertura llevando la educación secundaria a zonas rurales e indígenas. El servicio llegaría a localidades con menos de 2,500 habitantes donde, por causas geográficas o económicas, no era posible el establecimiento de escuelas secundarias generales o técnicas. Los materiales impresos elaborados para Telesecundaria incluyen los siguientes: Libro para el alumno, libro para el maestro, libros bimodales, manuales de laboratorio, compendio de mapas para el aula, compendio de textos básicos de consulta para cada asignatura, guía articuladora, cenefas”.⁴

8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en demanda de servicios

El espacio de negocios más importante del sector editorial en México y el mundo de habla hispana, es la Feria Internacional del Libro en Guadalajara, que se realiza anualmente entre noviembre y diciembre y donde Chile participa con delegaciones comerciales de editores, escritores, ilustradores y agentes literarios que hacen uso del área de negocios del Stand de Chile.

⁴ Martínez, María Cristina, et al; “Modelo Educativo para el Fortalecimiento de Telesecundaria, Documento Base” p.6, pp21-22, Secretaría de Educación Pública, Gobierno de México 2011.

La Feria Internacional del Libro de Guadalajara es la reunión editorial más importante de Iberoamérica y es un extraordinario festival cultural. Fundada hace 30 años por la Universidad de Guadalajara, es una feria para profesionales en donde el público es bienvenido, lo que la distingue del resto de las principales ferias que se realizan en el mundo. Sin descuidar su vocación como un encuentro de negocios, la FIL fue concebida como un festival cultural en el que la literatura es la columna vertebral. (FIL, s.f.).

Durante los nueve días de la Feria, el público escucha a sus autores preferidos; la industria del libro convierte a Guadalajara en su corazón, y la ciudad se llena de música, arte, cine y teatro del país o región invitado de honor. Autores, agentes literarios, bibliotecarios, librerías y más de 1,932 casas editoriales de cuarenta países están presentes año con año (FIL, s.f.).

<http://www.fil.com.mx/>

9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

Las principales asociaciones privadas en México son:

1. Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) <http://caniem.org/>
2. Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas (CANAGRAF) <http://www.canagraf.mx/>
3. Asociación Mexicana de Ilustradores (AMDI) <http://www.amdilustradores.org/>
4. Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes <http://aemimx.com/>
5. La Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM) <http://www.sacm.org.mx/>

Por otro lado, existen asociaciones universitarias como la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) <http://www.anuies.mx/> . En 2006 surgió la Red Nacional Altexto, compuesta por los representantes editoriales de las instituciones de educación superior del país. <https://alttexto.wordpress.com/>

Por último, la Industria Editorial también tiene relaciones estrechas con otros sectores de las industrias culturales. “Usualmente los productos de la Industria Editorial son utilizados por otras industrias culturales y creativas como material de apoyo. Los catálogos de exposiciones, los programas para obras de teatro o danza y los guiones cinematográficos son algunos ejemplos de cómo la Industria Editorial participa y se interrelaciona con el resto de las industrias culturales”.⁵

⁵ Piedras Ernesto, “Desempeño Económico de la Industria Editorial en México”, p.34 World Intellectual Property Organization, WIPO.

IV. Descripción sectorial del mercado importador

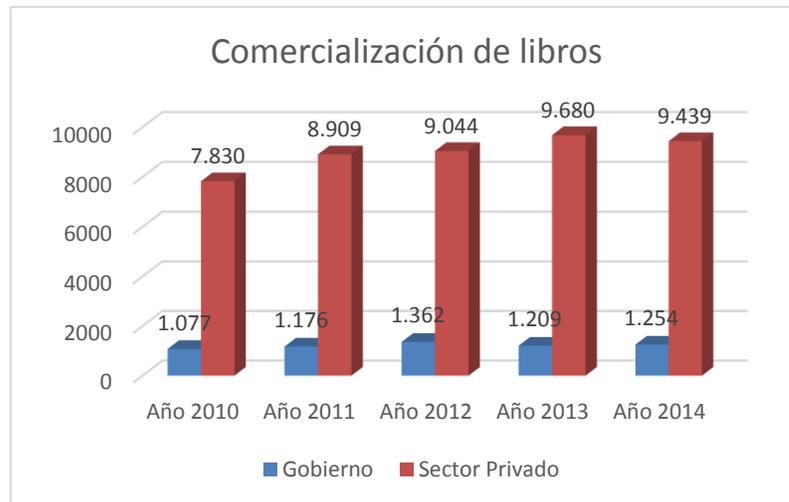
1. Comportamiento general del mercado

De acuerdo con el estudio “Actividad Editorial 2006-2013, Sector Editorial Privado en México” considera que el mayor volumen de compra se centra en los libros de texto, como las ventas totales facturadas de libros físicos, rondaron los \$10mil millones de pesos, aproximadamente USD\$770millones, en 2013; reporta un “incremento” del 4,6% respecto del valor en 2012. Sin embargo, de acuerdo con este documento, si se analiza a precios constantes, en 2013 se registró un aumento del 0,6%.

Por otro lado, la tendencia de mayores incrementos de facturación se reporta en los libros digitales, que en el mismo año 2013 registró \$19millones de pesos, aproximadamente USD\$1.461mil pero con un incremento del 17,6%. Las editoriales que más registraron ventas fueron aquellas especializadas en Ciencia y Técnica, puesto obtuvieron un 64% del valor de la venta.

<http://caniem.org/la-caniem-sostiene-reunion-con-autoridades-del-sat-2/>

Específicamente las ventas de libros de educación básica al Gobierno comprenden el 80% de la participación de la facturación. Sin embargo el total de ventas a Gobierno para el año 2014 registraron el 11%. El resto se distribuye mayoritariamente en escuelas y librerías, como se describirá más adelante.



Fuente: <http://caniem.org/Graficas/actividad-editorial-del-sector-de-libros/>

FACTURACIÓN POR TEMA

Durante 2014, la temática más vendida por el sector editorial privado en México fue la de Educación básica, que participó con 46.9% de los ejemplares y generó un valor de venta neto de 42.8%.

En segunda posición se colocaron las ediciones de enseñanza de lengua inglesa, que acumularon 13% de los ejemplares y 14.2% de la facturación.

Las ediciones de Literatura, estudios literarios, ficción y temas afines aportaron 7,9% al valor de facturación total mientras que los ejemplares vendidos significaron 7,6%

Fuente: Caniem, 2014.



Fuente: <http://caniem.org/Graficas/actividad-editorial-del-sector-de-libros/>

De acuerdo con datos de la CANIEM, en la siguiente tabla se describe el total de la producción en 2014, según temática y monto de facturación. Donde se tiene como tema principal la venta de libros en educación básica.

Tema	Ejemplares	Facturación USD
Educación Básica	67.039.097,00	4.548.106,99
Inglés	18.599.084,00	1.261.810,31
Infantiles	13.380.230,00	907.749,66

Información	7,594,972.00	515.262,69
Ciencias Sociales	2.125.334,00	144.188,20
Economía y Finanzas	1.656.361,00	112.371,85
Desarrollo Personal	4.550.548,00	308.721,03
Libros religiosos	6.244.206,00	423.623,20
Literatura y ficción	10.782.248,00	731.495,79
Matemáticas y ciencias	1.235.855,00	83.843,62
Medicina	1.355.841,00	91.983,79
Otros	8.508.919,00	577.267,23
Total	143.072.695,00	9.706.424,36

Fuente: <http://caniem.org/Graficas/actividad-editorial-del-sector-de-libros/>

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

Como se mencionó anteriormente, en 2014 la producción de libros del sector editorial privado fue de 141.449.687 ejemplares, de los que el 31% fueron ediciones para los Programas de Gobierno de Texto de Secundaria Gratuito (Caniem, 2014).

En cuanto a producción en América Latina, México lidera las ediciones registradas con ISBN con cerca de los 30,000 títulos en 2015.

Países	Número de Títulos con ISBN 2015	Variación % Títulos ISBN 2015/2014
Argentina	28.966	3,4
Brasil	88.685	2,2
Chile	6.268	9,9
Colombia	17.759	10,8
México	29.895	1,3
Total América Latina	197.578	-2,4
España	92,986	2,4
Portugal	18.715	-25,1
Total Iberoamérica	309.288	-2.8

<http://cerlalc.org/el-libro-en-cifras-boletin-estadistico-del-libro-en-iberoamerica/>

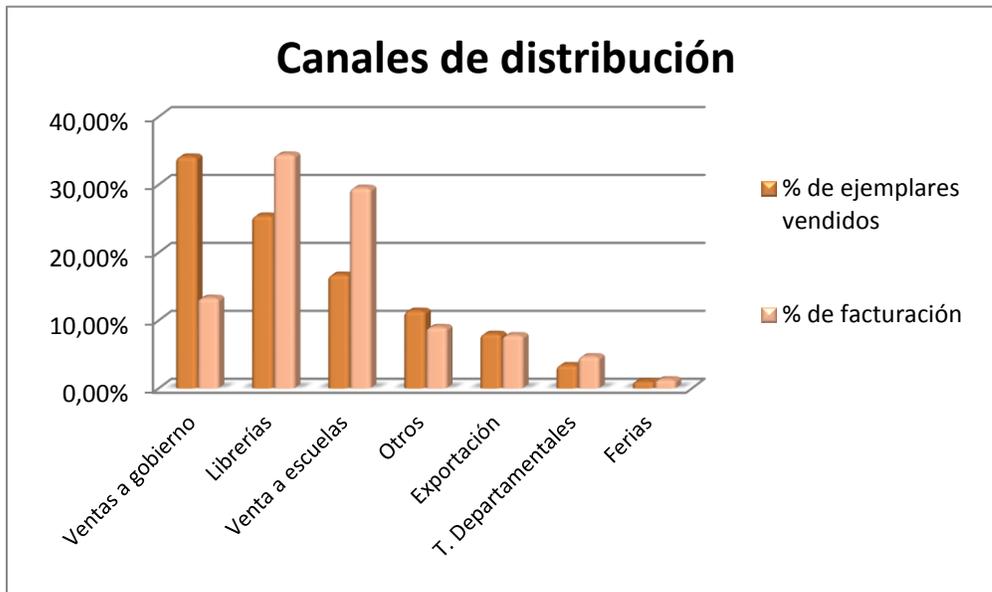
CANALES DE DISTRIBUCIÓN

*La venta a Gobierno significó 34,1% de los ejemplares vendidos, por lo que a través de este canal se distribuyó la mayor cantidad de piezas, sin embargo esta proporción no se mantiene en el monto facturado, puesto que la venta acumuló solamente 13% de la facturación.

*En caso contrario, el canal de venta de Escuelas generó 29% de la facturación, aun cuando se desplazó únicamente 17% de los ejemplares a través de este canal.

*Las librerías aportaron poco más de la tercera parte del monto de venta y a través de éstas se comercializó la cuarta parte de los ejemplares.

*Entre estos tres canales, se vendieron 76% de los libros y se acumuló 77% del monto de venta
Fuente: Caniem, 2014



Concepto	% de ejemplares vendidos	% de facturación
Ventas a gobierno	34.10%	13.30%
Librerías	25.40%	34.40%
Venta a escuelas	16.70%	29.50%
Otros	11.40%	9.00%
Exportación	8.00%	7.80%
Tiendas Departamentales	3.40%	4.70%
Ferias	1.00%	1.30%

Fuente: <http://caniem.org/Graficas/actividad-editorial-del-sector-de-libros/>

VENTA EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN POR TEMÁTICA

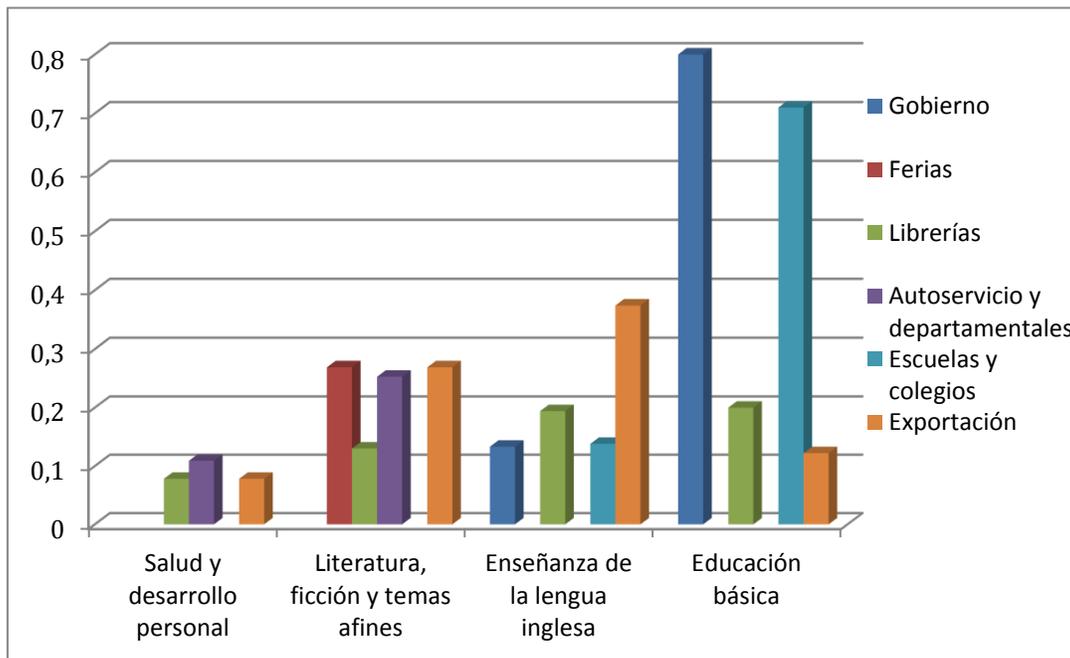
*En 2014, 92% de la facturación del sector privado se generó en 6 canales principalmente:

Gobierno, Librerías, Escuelas, Tiendas departamentales y de autoservicio, Exportaciones y Ferias del libro.

*Tanto en Escuelas como en Gobierno más de 70% de las ventas fueron libros de Educación básica.

*En las Librerías este tema fue el más vendido, además de ediciones de enseñanza de lengua inglesa y, en menor proporción, libros de literatura y ficción.

*A través de tiendas Departamentales y de autoservicio, se comercializaron principalmente libros de literatura, ficción y temas afines.



Fuente: <http://caniem.org/Graficas/actividad-editorial-del-sector-de-libros/>

3. Proporción de servicios importados

El análisis sobre CERLAC, El Libro en Cifras, junio 2016, nos detalla las exportaciones e importaciones del sector de los países de América Latina y nos da muestra que dentro de la región no se comercia a pesar de las similitudes culturales, el mismo idioma o coyuntura en idiosincrasias. Nuevamente, como en cuadros comparativos anteriores, vemos a México liderando tanto exportaciones como importaciones de libros.

Países	Exportaciones 2015 miles de USD FOB	Importaciones de libros 2015 miles de USD CIF
Argentina	26.866,00	41.176,00
Brasil	12,533.00	142.479.00
Chile	4.929,00	67.394,00
Colombia	40.961,00	67.985,00
México	173.338,00	351.831,00
Total América Latina	302.129,00	1.012.817,00
España	505.926,00	281.400,00
Portugal	38.617,00	51.387,00
Total Iberoamérica	846.672,00	1.345.604,00

<http://cerlalc.org/el-libro-en-cifras-boletin-estadistico-del-libro-en-iberoamerica/>

Dentro del mismo estudio, describe la cantidad de importaciones de los países de América Latina y el volumen porcentual de las compras intraregión con respecto de las importaciones totales. Lo que se considera que dentro de la misma región no leemos a nuestros propios autores.

Países	% Importaciones de libros Intra América Latina 2015	% Importaciones de libros Extra América Latina 2015
Argentina	7,30	92,70
Brasil	2,90	97,10
Chile	22,80	77,20
Colombia	27,80	72,20
México	4,20	95,80
Total América Latina	19,80	80,20

<http://cerlalc.org/el-libro-en-cifras-boletin-estadistico-del-libro-en-iberoamerica/>

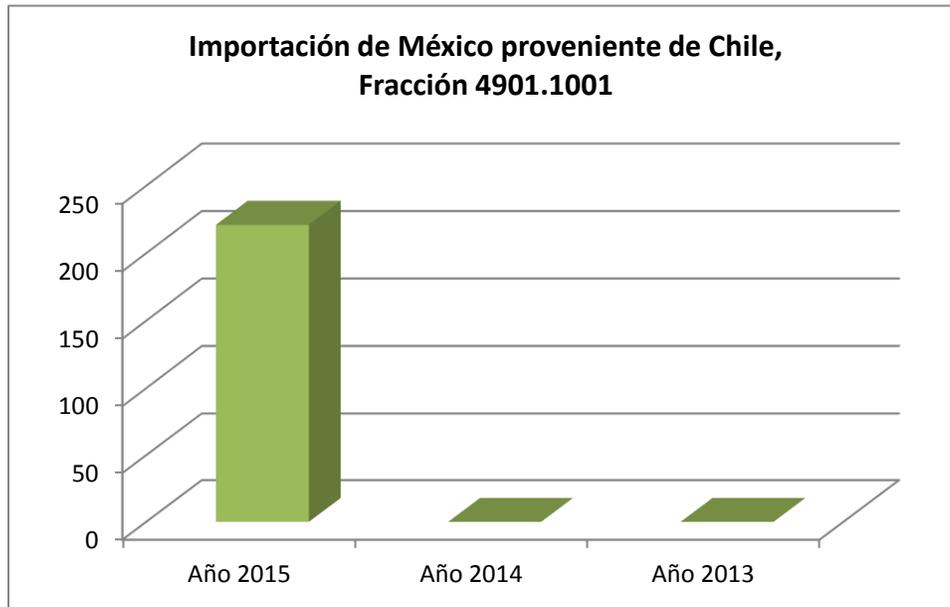
Específicamente México, en lo que se refiere a la importación de las principales fracciones arancelarias, se consideran las siguientes tablas de importación con el porcentaje de participación de Chile.

4901.1001

Obras de literatura universal y libros técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico

País	Jun 2016	2015	2014	2013
Estados Unidos	2.261.286	7.013.497	4.107.911	3.962.712
China	85.629	1.009.905	588.264	109.958
España	14.494	175.386	361.825	496.618
Argentina	55.748	191.827	258.715	83.054
Alemania	11.746	101.812	52.074	84.061
Corea del Sur	19.297	44.727	42.702	308
Canadá	63.787	78.285	27.036	103.672
Colombia	2.786	5.033	19.330	34.806
Rep. Checa	5.275	13.172	14.481	3.030
Irlanda	4.105	11.390	7.842	0
49° Chile	38	221	0	0
Subtotal	2.541.191	8.645.255	5.480.180	4.878.219
Total	2.591.346	8.979.331	5.566.630	5.421.307

Fuente: Sistema Arancelario Vía Internet, SIAVI

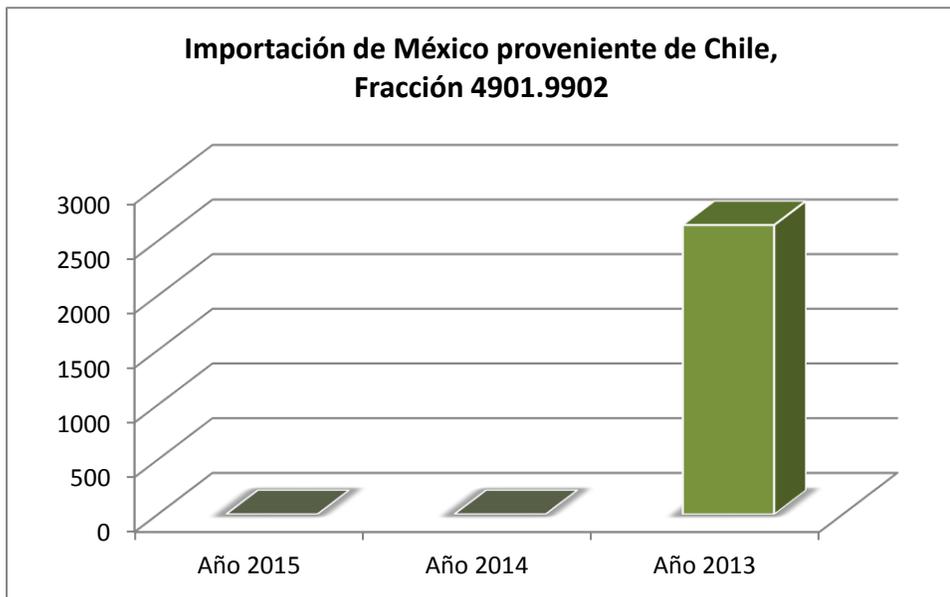


Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

4901.9902 Para la enseñanza media

País	Jun 2016	2015	2014	2013
Estados Unidos	519.278	3.096.683	2.879.624	1.957.278
China	551.171	1.084.733	1.693.511	795.124
Colombia	33.466	546.740	597.622	60.884
España	82.192	99.568	210.873	101.097
Reino Unido	7.319	1.518	72.394	1.200
Corea del Sur	0	3.421	70.997	0
Paraguay	0	31.169	52.105	0
Alemania	3.060	32.498	46.422	11.401
Ecuador	5.006	44.291	36.446	25.922
Japón	201	20.884	18.050	21.044
35° Chile	0	0	0	2.645
Subtotal	1.201.693	4.961.568	5.678.044	2.981.706
Total	1.458.672	5.024.403	5.795.901	3.241.330

Fuente: Sistema Arancelario Vía Internet, SIAVI

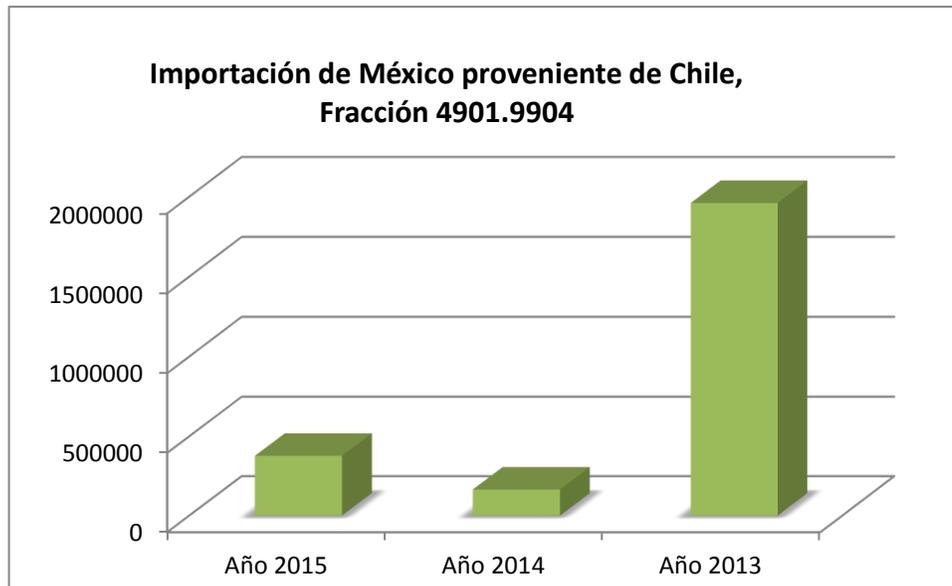


Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

4901.9904 Obras de la literatura universal, libros o fascículos técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico, impresos en español, aunque contengan otros idiomas, excepto lo comprendido en las fracciones 4901.9901, 4901.9902 y 4901.9905

País	Jun 2016	2015	2014	2013
España	16.742.943	55.773.500	68.309.954	64.339.949
China	7.331.642	26.366.778	29.792.328	28.631.508
Estados Unidos	6.215.181	18.652.419	17.920.696	18.189.236
Colombia	1.387.045	4.771.361	7.160.544	9.040.565
Tailandia	1.244.039	11.800	4.763.219	6.472.791
Brasil	38.745	1.789.241	3.625.297	4.037.964
Corea del Sur	385.795	3.469.374	3.371.452	2.227.160
Argentina	357.433	2.374.750	2.806.504	3.154.225
Italia	247.413	885.550	1.320.929	1.555.581
Perú	337.893	667.639	1.127.658	1.462.823
22° Chile	11.304	375.596	163.249	1.959.143
Subtotal	34.299.433	115.138.008	140.361.830	141.070.945
Total	35.855.811	121.246.950	148.889.050	150.749.386

Fuente: Sistema Arancelario Vía Internet, SIAVI

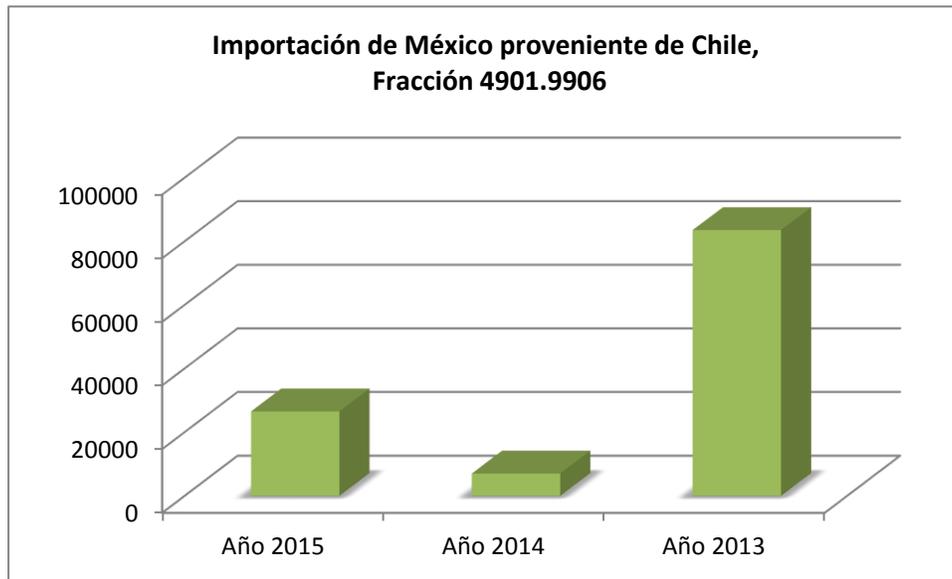


Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

4901.9906 Las demás obras de la literatura universal, libros o fascículos técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico, impresos en español, aunque contengan otros idiomas, excepto lo comprendido en las fracciones 4901.9901, 4901.9902, 4901.9904 y 4901.9905

País	Jun 2016	2015	2014	2013
Estados Unidos	13.402.270	51.596.160	61.449.309	54.623.250
China	3.405.138	18.178.023	19.544.846	17.914.890
Reino Unido	571.795	2.830.851	8.164.567	6.284.308
Tailandia	2.128.485	9.516.722	6.000.047	3.223.231
Grecia	896.684	4.944.653	5.562.847	5.579.884
Hong Kong	3.462.273	3.596.184	4.213.962	5.294.214
España	858.776	3.116.296	2.992.109	3.259.272
Italia	2.162.342	3.313.909	2.737.332	3.359.803
Francia	62.797	2.790.502	2.687.578	1.620.961
Perú	26.649	273.060	2.115.944	2.521.365
50° Chile	4.841	26.448	6.964	83.475
Subtotal	8.893.790	35.642.520	38.362.348	41.500.855
Total	9.053.377	36.452.388	38.876.706	42.791.362

Fuente: Sistema Arancelario Vía Internet, SIAVI

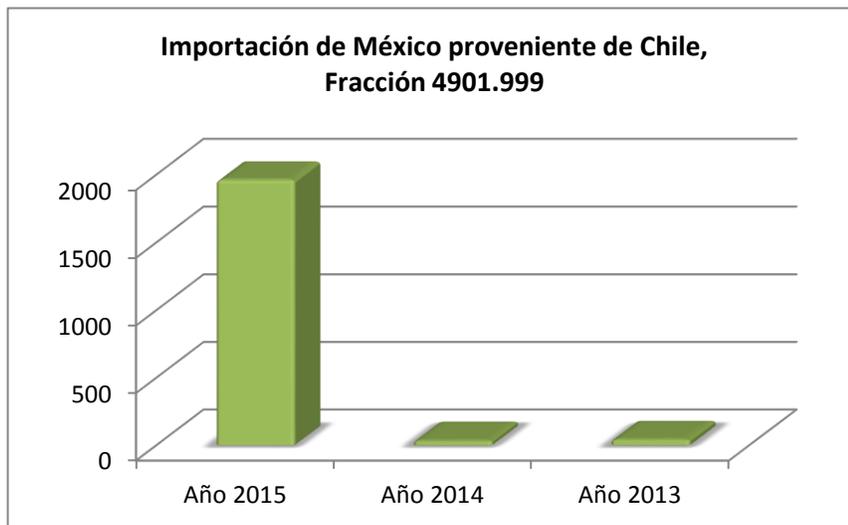


Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

4901.9999 Los demás

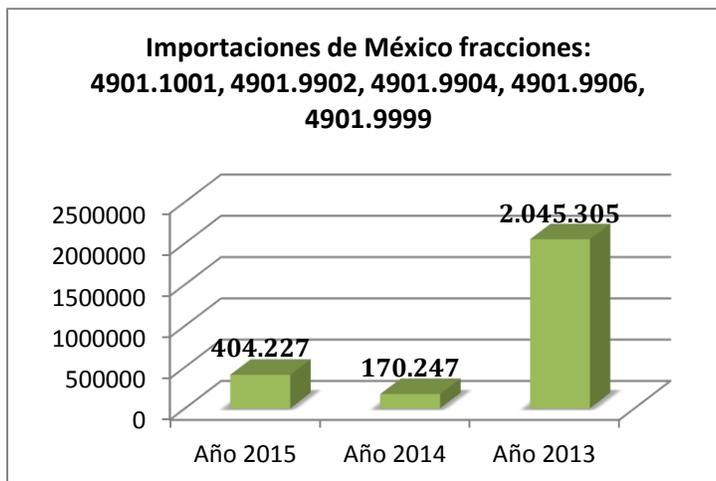
País	Jun 2016	2015	2014	2013
Estados Unidos	7.454.151	32.268.197	32.870.737	36.267.308
China	162.482	876.987	2.062.329	1.709.820
Colombia	477.496	1.488.646	1.689.601	2.024.986
Alemania	538.978	526.291	632.803	378.319
Canadá	122.374	280.742	364.080	440.517
Países Bajos	43.717	186.764	75.935	63.308
España	89.359	123.884	205.540	524.084
Irlanda	1.071	99.353	7.005	6.054
Perú	60	91.463	3.879	118
Japón	24.224	82.450	79.844	47.080
62° Chile	95	1.962	34	42
Subtotal	8.893.790	35.642.520	38.362.348	41.500.855
Total	9.053.377	36.452.388	38.876.706	42.791.362

Fuente: Sistema Arancelario Vía Internet, SIAVI



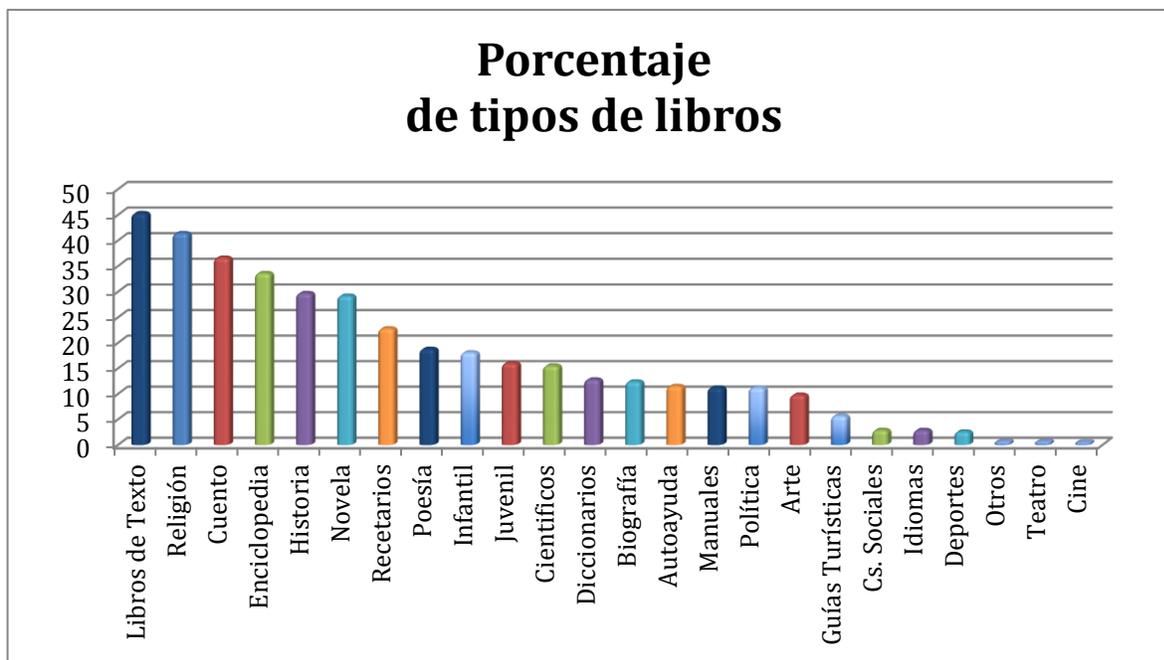
Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

Importaciones de México provenientes de Chile por total de fracciones analizadas en los últimos tres años:



4. Dinamismo de la demanda

En el siguiente gráfico muestra los tipos de lectura que prefieren los consumidores, en donde se puede mostrar que dentro de los que más se leen se encuentran: la novela, libros de religión y cuento, y dentro de los que menos se leen se registran los libros de idiomas, cine y teatro.



Fuente: Comisión Nacional de la Cultura y las Artes, CONACULTA, 2015. Principales tipos de libros leídos por gusto. Preguntas independientes, por lo que no suman el 100%. Sobre el 57.3% del total de entrevistas que declaró leer libros en la actualidad. <https://observatorio.librosmexico.mx/encuesta.html>

En la siguiente tabla se muestra el tipo de formato que se utiliza para la lectura de libros, en el que los libros comprados son la opción principal y los que menos se utilizan son los que se encuentran dentro del acervo de la casa.

Modelo de adquisición	Mención de respuesta
Comprados	59,1
Regalados	46,2
Prestados amistades	40,6
Prestados Biblioteca	15,9
Descargados gratuitos online	3,4
Fotocopias	8,1
Otro	0,9

Acervo familiar o escuela	0,7
---------------------------	-----

Fuente: Conaculta, 2015, <https://observatorio.librosmexico.mx/encuesta.html>

5. Canales de comercialización

Con base en la Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015, realizada por Conaculta, los consumidores que deciden comprar libros, lo hacen principalmente a través de librerías, a diferencia de la compra en línea.

Establecimiento	Mención de respuesta
Librería	69,8
Puesto Ambulante	16,9
Tienda autoservicio o departamental	17
Ferias del Libro	18,6
Mercado o Ferias libres	9,8
Otro	4
Escuela	4,8
Vendedor por casa	4,6
Librerías de libros usados	6,6
Puesto de periódicos	4,3
Venta de conocidos	2,3

Podemos encontrarnos también que son las mismas editoriales las que comercializan sus libros, a través de tiendas propias como librerías Porrúa, librerías Siglo XXI o directamente la editorial a tiendas departamentales o retail.

Para las editoriales extranjeras en México, han encontrado formas de comercializar en este sector como la venta de derechos del autor, la impresión en destino de venta, plataformas en línea de la editorial, librerías mexicanas con plataformas en línea, o representación de editoriales independientes que participan en ferias locales temáticas y dirigidas a consumidor final.

6. Principales players del subsector y empresas competidoras

La Editorial más importante en México por su historia y presencia en toda la cadena de producción es el Fondo de Cultura Económica (FCE) la cual inició en 1934 como respuesta a la necesidad de crear en el México posrevolucionario un instrumento que sirviera para crear pensamiento latinoamericano, lectores y divulgación de los asuntos económicos, políticos y sociales de la época. En 1945 inició su internacionalización con una sucursal en Argentina, a la fecha tiene presencia en España, Guatemala, Brasil, Chile, Perú, Colombia, Venezuela y Estados

Unidos. En México cuenta con 28 librerías distribuidas en 13 regiones. Además cuenta con una aplicación móvil donde se puede consultar y comprar en línea.

Es necesario señalar a Grupo Sanborns como la librería más grande de México, pertenece a Grupo Carso e integra tienda departamental y restaurante. Cuentan con 380 sucursales, con presencia en 54 ciudades en México, además sucursales en Panamá y El Salvador. Por lo que los libros que se comercializan en esta tienda responden a dos factores: grandes volúmenes y escritores conocidos.

Librerías Gandhi, establecida en 1971 en ciudad de México y considerada la referencia cultural e intelectual de México, la primera en lanzar su tienda de e-book y aplicación móvil para compra y descarga de libros, revistas, accesorios, entre otros productos desde aparatos móviles. Esta librería registra 32 establecimientos propios y la primera que ha logrado insertarse en el sector retail a través de una alianza con Palacio de Hierro (Tienda departamental para estrato social AB+) y Walmart Supercenter.

En lo que se refiere a competidores en México, el Sistema de Información Cultural cuenta con 339 editoriales, de éstas 234 están inscritas como socios de la Cámara Nacional de la Industria Editorial en México.

De las principales editoriales mexicanas se pueden nombrar: Porrúa, Siglo XXI Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Politécnico Nacional, Limusa, Alfa y Omega, Almadía. Por otro lado editoriales transnacionales importantes dentro del país como Penguin Random House, Pearson, Grupo Planeta, Larousse, Santillana, MacMillan, McGraw Hill, Oxford University entre otras (Caniem, s.f.).

Para conocer la lista de editoriales socias de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, consultar: <http://caniem.org/directorio-de-afiliados/>

Para consultar la lista de editoriales registradas en el Sistema de Información Cultural http://sic.conaculta.gob.mx/lista_nuevos.php?table=editorial&estado_id=0&municipio_id=

En cuanto a editoriales independientes que trabajan por hacerse un espacio dentro de la industria de las grandes empresas y que abogan por hacer de la industria un fortalecimiento cultural y social, se pueden encontrar como socias de la Alianza de Editoriales Independientes de México <http://aemimx.com/>

7. Marco legal y regulatorio del subsector

México, en el afán de favorecer la cultura y la comercialización de la industria editorial, como política de Estado ha favorecido la exención tanto de impuestos o aranceles a los libros o cualquier texto que enriquezca al acervo literario bibliográfico.

Sin embargo, para que una empresa pueda acceder a productos importados tiene que registrarse ante el Padrón de Importadores.

http://www.sat.gob.mx/aduanas/tramites_autorizaciones/guia_padrones/Paginas/inscripcion_pi.aspx

8. Tendencias comerciales del sector

Las Editoriales que se enfocan al sector de compras públicas o de grandes volúmenes, deben considerar reducir costos en toda la cadena del proceso de producción editorial, lo que esto implique considerar impresiones en países asiáticos que ofrecen ventajas de costos bajos. Un indicador que nos puede mostrar el volumen de impresión es la demanda de papel de impresión.

Por ejemplo la fracción arancelaria 4802.5501 correspondiente a papel para escribir de peso superior a los 40g/m e inferior a los 140g/m en la siguiente tabla puede observarse la demanda de México, Colombia, Argentina, Chile y España:

País	2015 Miles de USD	2014 Miles de USD	2013 Miles de USD
México	78,879.00	96,738.00	105,087.00
Colombia	7,709.00	7,629.00	6,512.00
Argentina	-	17,000.00	48.00
Chile	38,708.00	43,781.00	55,749.00
Fuente ALADI			
España	108,020.00	124,500.00	250,195.00
Fuente: SIAVI, datacomex.comercio.es			

Por otro lado, en los gráficos de importaciones según tipo u obra literaria, podrá observar con detenimiento la preponderancia de China en el ranking de proveedor de libros para México.

Sin embargo, cuando se considera la comercialización de libros artísticos, con gramajes más gruesos, en papeles especiales o cosidos a mano, la producción es más detallada, volúmenes menores que son los que producen editoriales independientes, se consideran una comercialización enfocada en librerías especializadas en nichos de consumo o como parte de la producción para la promoción de una empresa específica, institución, catálogo o memoria.

Las editoriales independientes tienen gran importancia porque dan oportunidades para que nuevos autores publiquen sus obras y tienen una atención más especializada hacia cada obra que se publica bajo su nombre, buscan contenidos de calidad más que cantidad de títulos.

Las tendencias mundiales indican la caída en el libro impreso decrece, tan solo en México puede observarse que del 2010 a la fecha la producción de libros se mantiene pero tiende a la baja (considerar el papel del Gobierno en la producción y demanda de libros) y que el mayor crecimiento en la facturación se muestra en los libros digitales.

La realidad de los medios digitales es que responden a una lógica de modernidad, innovación y gustos etarios. Los aparatos móviles son más accesibles, las versiones digitales son más baratas y en un móvil se encuentran miles de posibilidades de adquirir diversas versiones de productos y servicios; por otro lado el “streaming media” de las industrias culturales como los videojuegos, la música o el cine, alcanza también la industria editorial, sea en periódicos, revistas o libros.

La plataforma de libros digitales más grande del mundo, Bookwire, presentó el estudio “Evolución y tendencias digitales en Latinoamérica” en el Goethe Institut de la Ciudad de México en 2015. En él señala que el libro digital pasó de representar el 8% en 2010 al 14% en 2011 y 17% en 2013. Para el caso de México, la penetración de internet aumentó un 13%, pasó de 45,1 millones a 51,2 millones de internautas. La producción digital que en 2011 fue de 1.709 títulos, en 2012 fue de 2.739, lo que corresponde a un aumento de 60%, además estima que en 2013 se registraron 60.000 descargas mensuales y promedia el valor del mercado en una venta anual de USD\$6,48 millones.

<http://consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/el-mundo/item/693-evolucion-y-tendencias-digitales-en-latinoamerica-bookwire>

V. Competidores

1. Principales proveedores externos

Las Editoriales más importantes del sector, se encuentran establecidas en el mercado mexicano, por lo que aprovechan la cercanía con el consumidor, generan y fortalecen lazos comerciales con bibliotecarios, tiendas retail y relaciones gubernamentales.

- **Penguin Random House:** <http://penguinrandomhousegrupoeditorial.com/>
- **Pearson:** <http://www.pearsonenespanol.com/acerca-de/quienes-somos>
- **Grupo Planeta:** <http://www.planeta.es/es/el-grupo-planeta>
- **Larousse:** <http://red-larousse.mx/>

- **Santillana:** <https://www.santillana.com.mx/santillana>
- **MacMillan:** <http://macmillan.com.mx/our-publishing/>
- **McGraw Hill:** <http://www.mheducation.com/about.html>

2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Grandes Editoriales

Penguin Random House Grupo Editorial: publica libros para lectores de todas las edades y en todos los formatos —sea papel, digital o audio— en España, Portugal, los países de América Latina y Estados Unidos.

Pearson: es la empresa de educación más importante en todo el mundo. Proporciona materiales educativos, tecnologías, evaluaciones y servicios relacionados con la educación a profesores y alumnos. Opera en más de 70 países y publica de acuerdo con los planes de estudio de las diferentes naciones a través de diversos sellos.

Grupo Planeta: es el primer grupo editorial y de comunicación español de capital familia que lidera una amplia oferta al servicio de la cultura, formación, información y entretenimiento audiovisual. Tiene presencia destacada en España, Francia, Portugal y América Latina.

Larousse: se establece en México en 1965 para editar productos dirigidos al mercado mexicano, hechos en México. Hoy es líder en todos los mercados en que participa: diccionarios, libros prácticos, de referencia, de cocina, idiomas, infantiles y libros de texto.

Santillana: ha consolidado su especialización en la edición educativa. En América Latina es líder en el sector de libros para la enseñanza.

MacMillan: A mediados del siglo XX, la visión del ex primer ministro británico y presidente de la empresa, Harold Macmillan hizo de la educación un área de inversión clave para la organización, desde entonces es una de las editoriales educativas más importantes en el mundo.

McGraw Hills: su misión es acelerar el aprendizaje a través de la intuición, con la participación, experiencias eficientes y eficaces basadas en la investigación.

Editoriales independientes

Aldus: Género: Poesía, libros dedicados al ensayo, el aforismo y el arte. Autores: Raul Zurita, Hector Viel Temperley, Jerome Rothenberg.

Alias: Editorial mexicana sin fines de lucro, Género: obra textual de artistas: escritos suyos, entrevistas, ensayos, algunos catálogos, etc. Autores destacados: Melquiades Herrera, Manuel Rocha Iturbe, Gabriel Orozco, John Cage, Francias Picabia.

Almadía: Géneros: Narrativa, poesía, ensayo. Autores destacados: Francisco Hinojosa, Juan Villoro, J.M. Servían, Tedi Lopez Mills, Enrique Vila-Matas, Margo Glantz.

Ediciones Acapulco: Produce sólo tirajes limitados, de 100 a 500 ejemplares y únicamente primeras ediciones. Géneros: Narrativa. Autores destacados: Mónica Nepote, Ilán Ranchisnkey, Sergio Loo.

Ediciones Arlequín: Géneros: aforismos, cuento, novela, ensayo, microrrelato, no ficción, novela, poesía, teatro. Autores destacados: Cecilia Magaña, César López Cuadras, Dante Medina, Fernando Solana, Guadalupe Morfín, Martha Cerda, Rogelio Villareal, Teresa González Arce.

Bonobos editores: Géneros: Poesía, ensayo, traducción. Autores destacados: Josge Esquinca, Diana Garza Islas, Oscar David Lopez.

La Diéresis: Editorial artesanal, Géneros: Poesía. Autores destacados: David Huerta, Hernán Bravo Varela, Sor Juana Inés de la Cruz.

Ediciones El Naranja: Géneros: Literatura infantil y juvenil ilustrada. Autores destacados: Alejandro Magallanes, Antonio Ramos Revillas, Berta Hiriart, Francisco Hinojosa. Ilustradores: Amira Aranda, Cecilia Rébora, Trino.

Sexto Piso: Géneros: Ensayo, narrativa, novela gráfica, libro ilustrado. Autores destacados: Roberto Calasso, Milorad Pavic, Goran Petrovic, Ruth Padel, Giorgio Agamben.

Ediciones Sin Nombre: Géneros: Narrativa, poesía, ensayo. Autores destacados: Elsa Cross, Gerardo Deniz, Rainer Maria Rilke.

Taller Ditoria: Realizados artesanalmente. Géneros: Poesía, ensayo, cuento. Autores destacados: Juan Gelman, Fabio Morábito, Adriana Díaz Enciso, José Kozér.

Trilce ediciones: Géneros: literatura (poesía, novela crónica, ensayo), gastronomía (popular y especializada), fotografía, cine, novela gráfica.

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.

Los principales segmentos de venta por volumen son los niños y jóvenes para venta de libros de texto a través del Gobierno mexicano, escuelas y librerías.

En su mayoría las editoriales medianas o independientes, se centran en la promoción y venta en librerías y ferias locales o temáticas, que se establecen en los zócalos de las principales ciudades de México.

Las alianzas con las universidades, a pesar que las principales universidades en México tienen sus centros editoriales, son esenciales para poder promover la venta de libros o servicios para investigadores o escritores sean aficionados o de tiempo completo.

Publicidad, promoción, presencia, son elementos que la librería con mayor auge en México utiliza para insertarse en el sector académico, intelectual y joven mexicano. Librerías Gandhi ha mantenido una exitosa publicidad para inculcar a la sociedad el principio a leer y consumir libros sin importar el contenido literario o especializado.

VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Los principales obstáculos que pueden presentar las editoriales chilenas derivan en:

1. Precio, en primer lugar y el más importante obstáculo de los libros chilenos es que ya consideran un 19% más debido al IVA. Recordar que en México los libros no se gravan y que después de 18 meses de publicados se otorgan descuentos a discreción de los puntos de venta.

2. Piratería y Derechos de Autor es un tema que ha preocupado al Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CEMPRO) ya que han detectado 19 toneladas de libros apócrifos, 35 puntos de venta ilegales y han cateado 12 bodegas que se destinan a comercializar libros pirata. Además de la descarga ilegal de libros digitales que en 2014 se registraron 18 millones de descargas.

3. Visitas comerciales son esenciales para concretar negocios con editoriales mexicanas, librerías o tiendas retail. La participación en la FIL Guadalajara, si bien es importante, no es suficiente.

4. Representación y promoción nula, a pesar que grandes escritores chilenos son conocidos en México, tal es el caso de: Isabel Allende, Roberto Bolaño o los Premios Nobel Gabriela Mistral o Pablo Neruda; las editoriales que tienen lazos en México podrían crear talleres de lectura, ciclos literarios, semana de narrativa chilena o seminarios especializados que les sirva de promoción tanto de contenido como de venta con sus distribuidores en México.

VII. Otra información relevante del mercado de destino

En México existen gran cantidad de Ferias del libro, que se dividen por sectores o por géneros literarios, sin embargo se debe destacar la FIL Guadalajara como la única feria que ofrece una plataforma internacional de negocios.

Feria del Libro de Guadalajara

- Fecha de ejecución: 26 de Nov al 4 de Dic del 2016.
- Lugar de realización: Expo Guadalajara
- Contacto encargado de expositores: Armando Montes de Santiago
- Teléfono: +52 (52-33) 3810-0331 y 3268-0900
- Mail: armando.desantiago@fil.com.mx
- Página web: fil.com.mx

Feria del Libro del Palacio de Minería:

- Fecha de ejecución: 23 de febrero al de 6 marzo de 2017
- Lugar de realización: Palacio de Minería
- Contacto encargado de expositores: José María Plascencia Reyes
- Teléfono: +52 (55) 5512 8723, 5521 4687
- Mail: feria@mineria.unam.mx
- Página web: <http://ferialibromineria.mx/>

Feria del Libro de Monterrey

- Fecha de ejecución: 15 al 23 octubre 2016
- Lugar de realización: Cintermex
- Contacto encargado de expositores:
- Teléfono: +52 (81) 8369-6660
- Mail: contacto@feriadellibromonterrey.mx

- Página web: <http://www.feriadellibromonterrey.mx/>
- <https://es-la.facebook.com/FeriaDelLibroMty/>

Feria internacional del libro infantil y juvenil (FILIJ)

- Fecha de ejecución: 11 al 21 de noviembre del 2016
- Lugar de realización: Parque Bicentenario, Ciudad de México
- Contacto encargado de expositores: Pamela Novelo Sagredo
- Teléfono: +52 (55) 4155 0649, 4155 0200, 4155 0651
- Mail: infofilij@cultura.gob.mx
- Página web: <http://filij.cultura.gob.mx/>

Feria Internacional del Libro Politécnica

- Fecha de ejecución: 26 de agosto al 4 de septiembre 2016
- Lugar de realización: IPN/Centro de Formación e Innovación Educativa Zacatenco/Varios estados
- Teléfono: +52 (55) 5729 6300 , 5729 6000, exts. 66510, 66520
- Mail: filipn_mx@ipn.mx
divdecomer@ipn.mx
- Página web: <http://www.publicaciones.ipn.mx/Paginas/Inicio.aspx>

Feria Internacional del Libro en el Zócalo

- Fecha de ejecución: 14-23 de octubre de 2016
- Lugar de realización: Zócalo de la ciudad de México Distrito Federal
- Contacto encargado de expositores: Mariana Palerm
- Teléfono: +52 (55) 1719-3000
- Mail: apoyoeditorial_cultura@cdmx.gob.mx
- Página web: <http://www.cultura.cdmx.gob.mx/>
- <https://www.facebook.com/FILCDMX/>

Feria del Libro Aguascalientes

- Fecha de ejecución: 28 septiembre- 4 octubre de 2016
- Lugar de realización: Museo Descubre, Aguascalientes, Aguascalientes
- Teléfono: +52 (449) 910 2010, 916 9809 ext. 16 y 22, 918 3669
- Mail: feriadelibroaguascalientes@yahoo.com.mx
ferialibros38@yahoo.com.mx
- Página web: <http://www.mexicoescultura.com/actividad/138211/47-feria-del-libro-aguascalientes.html>

Feria Nacional del Libro FENADEL UNACAR

- Fecha de ejecución: 28 mayo- 5 junio de 2017
- Lugar de realización: Ciudad del Carmen, Campeche
- Contacto encargado de expositores: Joel Adir Acuña Gálvez
- Teléfono: +52 (938) 381 10 18
- Mail: jacuna@delfin.unacar.mx
mguzman@delfin.unacar.mx
- Página web: http://www.unacar.mx/contenido/fenadel2015/quienes_somos.html

Feria Nacional del Libro y Arte Universitario

- Fecha de ejecución: 22 al 29 de octubre de 2017
- Lugar de realización: Campeche
- Contacto encargado de expositores: Dirección de difusión cultural de la Universidad Autónoma de Campeche
- Teléfono: +52 (981) 816 2164, 811 9800 ext. 58099
- Mail: rencalad@uacam.mx
culturauac@uacam.mx
- Página web: <http://www.uacam.mx/>

Feria Internacional del Libro Estado de México

- Fecha de ejecución: 26 de agosto a 4 de septiembre de 2016
- Lugar de realización: Ciudad de México
- Contacto encargado de expositores: Comité Organizador
- Teléfono: (722) 226 23 00
- Mail: c.administrativa@filem.mx rectoria@uaemex.mx
- Página web: <http://www.filem.mx/>

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Felipe Ponce, Director General | Ediciones Arlequin | felipeponce@arlequin.mx | arlequin.mx

1. ¿Su empresa editorial cómo se ha fortalecido en el tiempo y en el mercado?
La constancia se logra adaptándose a los momentos y a los tiempos. Por ejemplo, trabajamos editando libros de texto, diversificamos nuestros servicios editoriales y en la búsqueda de nichos de mercado literario, impresión bajo demanda con tiros cortos de 300 o 400.
2. ¿Qué actividades de promoción realiza regularmente?
*Presencia en redes sociales: Facebook y twitter. Generamos notas periodísticas que generen publicidad no pagada en diarios, programas de radio. Lanzamientos de libros.
Con la Alianza de Libros nos vinculamos para estar presentes en la Feria del Libro Independiente que se lleva a cabo durante un mes.*
3. ¿En cuanto a servicios editoriales, podría proveer algunos precios?
Proveemos servicios editoriales para autores, instituciones públicos o privadas que deseen publicar profesionalmente un libro, en el proceso completo o parte. Otro servicio es de distribución especializada y limitada y otros de representación con los editores chilenos 2015. Hacemos traducciones del francés, inglés, catalán, esloveno, coreano al español.
4. ¿Sobre la edición digital, qué porcentaje de los libros impresos son digitalizados?
Todos los libros del catálogo tienen versión digital y en cuanto a precio varía, pero el promedio es -20% o -30% en comparación del libro impreso.
5. ¿Cómo gestionas el precio único con las librerías?
Si a los 18 meses, el libro está vigente en el catálogo y está activo, no tengo porqué bajar el precio. Los libreros sí pueden dar descuentos en el costo final del libro, pero lamentablemente no respetan la Ley del Precio Único, sobre todo las grandes superficies, pero no hay sanción.
6. ¿Cuáles son las dificultades en México para una empresa editorial?
Son dos fundamentales: carencia de distribuidores y carencia de librerías.
7. ¿Ha creado sociedades con algunas editoriales nacionales o extranjeras?
La alianza más fuerte que tengo es con la AEMI, en la que somos socios fundadores y con Beletrina editorial eslovena por la afinidad literaria con Arlequín, tenemos un convenio en el que publicamos a un autor esloveno cada año.
8. ¿Has aprovechado las herramientas de promoción del Gobierno que se otorgan a través de Secretaría de Cultura para participar en Ferias?
Sí, nuestros libros han viajado, pero no hemos estado presentes como Editorial. El Gobierno de México no otorga financiamientos para viajar en misión es comerciales individuales ni como sector.
9. ¿Qué países consideras que países consideras que apuestan por internacionalizar la industria editorial?
Chile, Colombia, España son países que apoyan fuerte a sus editoriales. Los tres países tienen agrupaciones bien organizadas que se hacen notar.

Comentario final:

*Las mejores opciones para vender libros tanto a consumidor final como a agentes o bibliotecarios son las Ferias del libro y se ha generado un cronograma de lanzamientos de libros entorno a la Feria del Libro de Guadalajara para aprovechar la participación de los profesionales del libro.
La industria editorial en México se ha diversificado en temáticas y en calidad literaria, prueba de ello es que se han creado cuando menos 100 empresas pequeñas que apuestan por un mercado de nicho.*

Verónica Mendoza, Directora | Base 3, servicios para profesionales de la industria editorial | veronica@base-tres.com | Anteriormente fue Directora de Expositores de la FIL Guadalajara | <http://www.base-tres.com/>

1. ¿Hace 30 años se ha realizado la FIL, de esa fecha a hoy cuáles son los hitos en la industria en México y latinoamericana?
*La FIL ha demostrado que se produjeron lectores, pesar que los índices de lectura bajos, la FIL provocó que la gente se emocionara con la lectura y que se educó a la gente para que creara el hábito de comprar libros. Lo que ha generado negocio para las editoriales.
Por lo que la FIL ha sido punta de lanza de editoriales pequeñas que además de permanecer por amor al arte, encontraron en la FIL una plataforma de negocios al principio localmente y posterior a nivel internacional y que la Feria abrió el espacio para que editoriales internacionales (Frankfurt y Estados Unidos) encontraran una oportunidad de mercado en México. Por otro lado, también la Feria ha contribuido a crear escritores y que encuentren en su escritura un modelo de negocio.*
2. ¿Consideras que esos cambios han sido apoyados por las actividades de negocios de FIL como plataforma de intercambio comercial?
*Sí, incluso la gran virtud de la Feria es que es un festival cultural y una plataforma comercial, ambas en iguales niveles de importancia. Donde un escritor puede tener vitrina y es acompañado por la editorial o agentes que asisten a hacer negocios.
El área de Salón de Derechos en 2004 era la gran apuesta y el siguiente paso de la plataforma de negocio de la Feria, que aprovecharon los países asiáticos y europeos.*
3. ¿Qué países consideras que han innovado en estrategias comerciales y puedes mencionar ejemplos?
*Perú, ha sido el país que más ha crecido en los últimos años en número de representantes editoriales y su presencia en stand. Este crecimiento también responde a un trabajo del Gobierno en presentar sus editoriales. Al tener más visibilidad, generaron más expectativa y se acercaron más distribuidores a Perú.
Ecuador, tuvo un crecimiento importante por su producción de libros académicos y libros de texto, mismo que también fue apoyado por el Gobierno.
Costa Rica se encuentra en un mercado muy pequeño por lo que su opción es exportar. También con apoyo del Gobierno tiene una presencia importante y arropada por la Universidad de Costa Rica y la Universidad Tecnológica de Costa Rica quienes producen muy buenos textos académicos. Son las dos instancias que han impulsado la presencia. Además se realizó una visita de todas las universidades de Costa Rica para mostrar sus materiales.
Colombia hace 10 años no tenía una presencia importante, ahora la participación de la editoriales es más comprometida y con el propósito de hacer negocios.
Los países asiáticos (China, Taiwan y Corea del Sur) consolidaron su presencia en el Salón de Derechos. Todos los países que han crecido lo han hecho a través del apoyo gubernamental, no se puede internacionalizar una industria sin esta vinculación.*
4. ¿Qué apoyos gubernamentales te parecen los más efectivos para promover la internacionalización de la industria editorial?
Dependerá del interés del país, pero todos los países que tuvieron mejores resultados son las que trabajan diversas instancias que aportan monetariamente y que los gobiernos además de financiar parte de la presencia, acompañan y asesoran a la industria en el mercado. Es inviable que el Gobierno otorgue apoyos sin asistir ni involucrarse en el trabajo de promoción.
5. ¿Cómo surgió el interés de los agentes europeos por consumir autores latinos?

En la FIL, el gran crecimiento de las agencias europeas que vendían derechos a las editoriales españolas se originó por la crisis en España que era el camino natural para llegar a Latinoamérica. Fue en 2004 que se implementó el Intercambio de Derechos y por primera vez se creó el negocio de agentes europeos con editoriales latinoamericanas y se regionalizó la venta de derechos.

Este impulso del programa de intercambio de derechos, fue un trabajo que se hizo de la mano de los programas de traducción en América Latina, puesto un autor que sí es conocido en su país, pero que no está traducido, una editorial de habla no hispana difícilmente le apostará por traducirlo.

Por otro lado la Secretaría de Cultura creó y mantuvo por tres años un programa de apoyo a editoriales mexicanas para traducir autores extranjeros y enviar a autores mexicanos a presentar sus obras con editoriales extranjeras, de manera que se dio un intercambio en la industria editorial y se amplió la paleta de autores extranjeros reconocidos en editoriales mexicanas, como de autores mexicanos en el extranjero.

6. ¿Consideras que se deberían establecer editoriales latinoamericanas en el mercado estadounidense para tener mayor presencia con el sector latino?

Si existe un apoyo gubernamental sí debería porque el mercado de Estados Unidos es complicado. En principio si no se tiene un distribuidor no se puede ingresar al mercado, este distribuidor hace un filtro del material y elige lo que se podría vender.

Por ejemplo las editoriales Urano, Tusquets, Ediciones B se unieron y establecieron una distribuidora en Estados Unidos para atender el mercado, sin embargo ellos que no son pequeñas han encontrado obstáculos para vender como ellos quisieran.

7. ¿En cuanto a la competencia de las editoriales transnacionales, qué herramientas comerciales recomiendas para afianzar y abarcar más en el mercado para las editoriales pequeñas?

En 2015 en la FIL se llevó a cabo una mesa de diálogo con los directores de Random House, Planeta y Sexto Piso y ante ese tema el Director de Sexto Piso mencionó que sólo se tienen dos maneras: la calidad de los materiales y la bibliodiversidad. Es decir la especialización de una editorial por la calidad literaria o la temática, puesto se va creando una imagen y una fuerza de marca de calidad.

Otra herramienta para competir es la internacionalización, porque si no vas al mundo a promoverte, difícilmente vas a lograr posicionarte, porque además te da prestigio en tu mercado, te eleva en la percepción del público. Las Ferias son las principales vitrinas para ello y si no se puede estar en todas, cuando menos elegir las más importantes de la Región, por ejemplo la Feria de Panamá que en el área de mercado creció de 15 agentes en 2015 a 52 agentes de 15 países en 2016, ello te da un indicador que sí hay mercado.

El seguimiento a las reuniones y la disciplina es fundamental y visitar los mercados después de asistir a una Feria abona a la concreción de negocios.

8. ¿Qué apoyos otorga el Gobierno de México a las editoriales mexicanas?

La Secretaría de Cultura de México administra un fondo de Proméxico para la participación de Editoriales mexicanas, que son convocadas a través de la CANIEM y es como se tiene presencia en varias Ferias como Frankfurt, Bolonia, Londres, Canadá y en Chile.

Se otorga USD\$1 millón para el programa de traducción de obras.

Se tiene un programa para la creación de las micro-empresas culturales, para que se pueda montar la empresa editorial.

Además de los apoyos de viaje a escritores, ilustradores, entre otros.

9. ¿Cómo consideras que ha evolucionado el libro electrónico en el mercado latino?

Ha sido muy lento, los indicadores se encuentran entre el 13% y el 16% de ventas y esto quizá responda al ritmo y la mentalidad del consumidor latino que no está acostumbrado a comprar textos en línea.

10. ¿Qué tan preparadas consideras a las editoriales latinas para ingresar al mercado en línea?

Todas las editoriales, sin excepción están preparadas, sin embargo no se tiene la cultura de consumir en estos formatos.

Prof. Alina Peña, PhD Letras Hispánicas | Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO | Universidad Privada) | e-mail: alinapena@gmail.com

Materias: Comunicación, Cultura y Sociedad, Historia del Arte y Análisis Narrativo

<https://carreras.iteso.mx/comunicacion-artes-audiovisuales>

1. ¿La mayoría de los estudiantes que están a tu cargo, de qué estratos socioeconómicos provienen?
Alta y media alta. Aquellos que son de clase media, acceden a estudiar en el ITESO a través de becas, la más alta es del 90%.
2. ¿Consideras que su entorno social es propicio para generar el gusto por la cultura y tener un bagaje cultural amplio?
No, muchos de mis estudiantes nunca han estado en un museo, no han asistido al teatro, en el cine pueden estar más expuestos porque en Guadalajara tiene buenos Festivales y tiene varias salas que proyectan varios ciclos; pero aun así están más expuestos al cine comercial. Lo mismo pasa con la música.
3. ¿En particular en el área de la literatura, has percibido cuáles son los gustos generales de los estudiantes?
Son muy variados y tienden a la literatura comercial que va ligada al cine de Hollywood; por ejemplo Harry Potter y Crespúsculo; también he detectado que consumen muchos libros de autoayuda. Muy pocos llegan a la Universidad con lecturas de Carlos Fuentes o Gabriel García Márquez.
4. ¿Qué comprensión lectora has detectado en tus estudiantes y cómo lo manifiestan?
*Es muy deficiente. La mayoría de los alumnos no pueden hacer un análisis del texto, depende de la disciplina y la rigurosidad del estudiante en comprender la lectura.
Un estudiante en la carrera tiene entre 50 y 56 asignaturas, de esas quizá ocho son teóricas por lo que tampoco se les pide un ejercicio de reflexión profundo.*
5. ¿Cuántos títulos de libros son obligatorios para un estudiante de tu materia o en general la licenciatura a lo largo de la carrera?
En la asignatura de análisis narrativo, tienen que leer de cuatro a cinco novelas y cuentos. También se les asignan ensayos, capítulos de libros. Pero en general los estudiantes leen de 30 a 40 páginas a la semana como máximo por asignatura teórica.
6. ¿Los estudiantes recaban más información en línea o a través de textos o libros impresos?
Estas generaciones por la proximidad del soporte técnico leen más textos en línea, por lo que sus investigaciones también son más frecuentes en línea que en bibliotecas físicas.
7. ¿Los estudiantes son conscientes de la especialización temática de las editoriales?
No
8. ¿Se fomenta la lectura no especializada en sus temas de estudio? Por ejemplo, novela, cuento, poesía, biografías, narrativa gráfica.
No

Comentario final

En la actualidad probablemente no se lea tanto, puesto los estudiantes están más expuestos a imágenes. Se consume más infografías, documentales, películas.

Prof. Karla Padilla, Mta. En Ciencias Sociales con especialidad en Relaciones Internacionales y Estudios del Pacífico | Coordinadora de la Licenciatura en Estudios Internacionales de la Universidad de Guadalajara (UDG | Pública)

http://www.cucsh.udg.mx/licenciaturas/licenciatura_en_estudios_internacionales

1. ¿La mayoría de los estudiantes que están a tu cargo, de qué estratos socioeconómicos provienen?
Es muy diversa la población, sin embargo, la mayoría es de clase media-alta 70%, alta 20% y el 10% de clase baja.

2. ¿Consideras que su entorno social es propicio para generar el gusto por la cultura y tener un bagaje cultural amplio?
Sí, los estudiantes están expuestos al consumo de productos y servicios culturales, sobre todo literatura y cine. Tienen conocimientos generales pero en la licenciatura se profundiza en varias materias como por ejemplo "Cultura e Identidad" y la complementan con obras literarias o científicas, documentales, películas de arte o comerciales, además la carrera propicia la lectura latinoamericana o europea, sea por hechos históricos o culturales por ejemplo.

3. ¿En particular en el área de la literatura, has percibido cuáles son los gustos generales de los estudiantes?
Al momento que un estudiante ingresa a la licenciatura, responden un cuestionario donde se les pide que escriban las últimas obras literarias que han leído, muy pocos responden una o dos, pero la mayoría supera los cinco títulos y han llegado a escribir más de diez libros. Ciertamente los alumnos leen más sagas, sin embargo traen antecedentes de literatura hispanoamericana, sobre todo mexicana. Hemos notado incluso que cuando van avanzando en la licenciatura se vuelven más selectivos y leen más libros por placer que complementan a las lecturas obligatorias de las materias.

4. ¿Qué comprensión lectora has detectado en tus estudiantes y cómo lo manifiestan?
La comprensión lectora es buena, pero son pocos los estudiantes al inicio de la carrera que pueden leer un texto técnico por ejemplo y hagan referencias ya sea con documentales, películas u otros textos, pero conforme avanzan en la carrera profundizan más y realizan análisis más diversos sea espacial o temporal.

5. ¿Cuántos títulos de libros son obligatorios para un estudiante de tu materia o en general la licenciatura a lo largo de la carrera?
En las asignaturas no se les exige leer el libro completo, más bien leen capítulos. Sin embargo, un estudiante promedio tiene de siete a nueve materias por semestre. Cada materia obliga de dos a cinco lecturas; por lo tanto un estudiante lee cuando menos 150 páginas a la semana.

6. ¿Los estudiantes recaban más información en línea o a través de textos o libros impresos?
Como somos una Universidad Pública, la bibliografía obligatoria de la carrera está en línea y ya sea que se les provea directamente desde el maestro que da la asignatura o busquen las lecturas en la biblioteca. El 80% de las materias se les proporciona a los alumnos desde el primer semestre todos los textos, sean capítulos o libros electrónicos.

Por otro lado hay profesores que sí les piden las versiones más actualizadas de libros del eje económico (Comercio, Finanzas, Economía) por lo que los estudiantes los tienen que adquirir de alguna manera.

7. ¿Los estudiantes son conscientes de la especialización temática de las editoriales?
No
8. ¿Se fomenta la lectura no especializada en sus temas de estudio? Por ejemplo, novela, cuento, poesía, biografías, narrativa gráfica.
Sí, los profesores siempre recomiendan textos desde otras perspectivas para que los estudiantes puedan complementar sus lecturas obligatorias.

Comentario final:

Si se quiere incentivar la industria editorial, considero que el vínculo directo para la promoción de un libro son los profesores, puesto ellos son los que deciden si les es útil para la docencia o para la investigación.

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

Como se ha visto en este estudio, la potencia que tiene México como industria editorial se refuerza por dos factores:

1. Gobierno de México como productor-comprador
2. Editoriales transnacionales establecidas en México

Para el Gobierno de México, es política de Estado proveer herramientas educativas a niños y jóvenes, puesto el artículo tercero de la Constitución Política de México, obliga al Gobierno proveer educación gratuita desde preescolar hasta nivel medio. Indirectamente el Gobierno mexicano, a través de las Universidades Públicas en los 31 estados, también es proveedor de educación superior y posgrados, lo que en la práctica la demanda de libros en la vida estudiantil supera los recursos del Gobierno para ser autosuficiente; razón por la cual recurre a editoriales que puedan proveer de esta demanda. Ser proveedor de Gobierno requiere establecerse en el mercado, por lo que la mayoría de las grandes editoriales han recurrido a esa estrategia.

Sin embargo, establecerse en el mercado mexicano es sólo una estrategia para poder imprimir en México o importar libros desde los países asiáticos para poder vender a librerías, escuelas y sector retail.

Por otro lado las alianzas o representaciones de compra directa o a consignación, puede resultar beneficioso mientras se aprende y conoce la metodología de venta en los canales de comercialización.

Viajar constantemente, aunque resulte en principio oneroso, es necesario en este mercado. El mexicano es un personaje, que como en sus cuentos, necesita de la magia y el encanto, el enamoramiento y el *apapacho*. Participar de sus tertulias, de sus ferias, de sus talleres de lectura y escritura; con lleva al conocimiento de los actores y sus escenarios comerciales.

Por otro lado, se debe analizar la creación de Editorial Chilena en México, con socios mexicanos para poder acceder financiamientos exclusivos para empresas mexicanas.

Un elemento esencial es la “visibilización” de la exportación intangible, exponer aquellos servicios que no se pueden detectar vía exportaciones tradicionales de mercancías, como el diseño, diagramación, publicidad, derechos, correcciones, entre otros. Pueden ser promovidos desde sus plataformas en línea, mismas que deben estar habilitadas para la compra de libros o e-books.

X. Contactos relevantes

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
Manuela Espindola, Encargada de Afiliados
Calle Holanda No. 13. Colonia San Diego Churubusco, Delegación Coyoacán. México D.F.
Teléfonos: +52 (55) 5688 2011
afiliacion@caniem.com
<http://www.caniem.com/>

Feria del Libro de Guadalajara
Armando Montes de Santiago, Director de expositores
Av. Alemania 1370, Col. Moderna, Guadalajara Jalisco
Teléfono: +52 (52-33) 3810-0331 y 3268-0900
armando.desantiago@fil.com.mx
fil.com.mx

Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes
Lilia Barajas, Relaciones Internacionales
liliab7@gmail.com
Calle Plan de San Luis 535 Col. Nueva Santa Maria Azcapotzalco, Ciudad de México CP 02800
Teléfono.+52 (55) 5355 6330

Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor. Sociedad de Gestión Colectiva.

Adelina Marin, Directora de Afiliados
Mail: adelina.marin@cempro.org.mx
Calle Ámsterdam 287-6p. Col. Hipódromo, Cuauhtémoc, CP. 06100
Teléfonos: +52 (55) 5601-3528, 5601-2756, 5604-9856
<http://cempro.com.mx/>

XI. Fuentes de información (*Links*).

De la Mora, La cultura editorial en México, primer acercamiento, seminario "Situación y perspectivas de la actividad editorial en México". por la Maestría en edición de la Universidad de Guadalajara (CIEPEeLn) la Cámara de la Industria Editorial, México 13.F. del 27 de junio al 2 de julio de 1994. http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/28-843wnk.pdf

Piedras Ernesto, "Desempeño económico de la industria editorial en México", World Intellectual Property Organization, WIPO.

Ley Federal de Derecho de Autor:

http://www.indautor.gob.mx/documentos_normas/leyfederal.pdf

Ley de Fomento a la Lectura y el Libro:

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL_171215.pdf

Ley del IVA

<http://www.aduanas-mexico.com.mx/claa/ctar/leyes/liva.html#art14>

Fondo Nacional Para la Cultura y las Artes:

<http://fonca.cultura.gob.mx/>

La Fundación para las letras mexicanas: <http://flm.mx/C-CL.html>

Asociaciones de Escritores: <http://www.esritores.org/recursos-para-esritores/17809-premio-al-fomento-a-la-lectura-y-la-escritura-2016-mexico>

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) <http://caniem.org/>

Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas (CANAGRAF) <http://www.canagraf.mx/>

Asociación Mexicana de Ilustradores (AMDI) <http://www.amdilustradores.org/>

Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes <http://aemimx.com/>

La Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM) <http://www.sacm.org.mx/>

"Actividad Editorial 2006-2013, Sector Editorial Privado en México"

<http://caniem.org/la-caniem-sostiene-reunion-con-autoridades-del-sat-2/>

El Libro en Cifras, Junio 2016

<http://cerlalc.org/el-libro-en-cifras-boletin-estadistico-del-libro-en-iberoamerica/>

“Diagnóstico del Programa B003 Edición Producción y Distribución de Libros y otros Materiales Educativos, Agosto 2014”,

http://www.coneval.org.mx/Informes/Evaluacion/Diagnostico/Diagnostico_2014/Diagnostico_2014_SEP_B003.pdf

Martínez, María Cristina, et al; “Modelo Educativo para el Fortalecimiento de Telesecundaria, Documento Base” p.6, pp21-22, Secretaría de Educación Pública, Gobierno de México 2011.

http://www.telesecundaria.sep.gob.mx/assets/pdf/Modelo_Educativo_FTS.pdf

Por otro lado, existen asociaciones universitarias como la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) <http://www.anuies.mx/> . En 2006 surgió la Red Nacional Altexto, compuesta por los representantes editoriales de las instituciones de educación superior del país. <https://altexto.wordpress.com/>

CONACULTA. (2015). Encuesta de lectura y escritura 2015. 10/06/2016, de Secretaría de Educación Pública Sitio web: <https://observatorio.librosmexico.mx/encuesta.html>

Secretaría de educación pública. (1957). Tarifa para el cobro del derecho de autor, por la ejecución, representación, exhibición o explotación de obras protegidas por la ley. Diario Oficial.

LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR . CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios. Última Reforma DOF 13-01-2016.

“ESTAS SON ALGUNAS DE LAS MEJORES EDITORIALES INDEPENDIENTES FUNDADAS EN MÉXICO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS”.

Pijama surf. <https://pijamasurf.com/2016/05/estas-son-algunas-de-las-mejores-editoriales-independientes-fundadas-en-mexico-en-los-ultimos-anos/>

INEGI

http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_04_3.pdf

The World Factbook. (2016). Country Comparison to the world. 15/06/2016, de Central Intelligence Agency

Sitio web: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2010.html>

CANIEM. (2014). Actividad editorial del sector de los libros. 15/06/2016, de CANIEM Sitio web: <http://caniem.org/Graficas/actividad-editorial-del-sector-de-libros/>

<http://fonca.cultura.gob.mx/>

<http://consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/el-mundo/item/693-evolucion-y-tendencias-digitales-en-latinoamerica-bookwire>

(*) Documento elaborado por la Representación Comercial en Guadalajara con el apoyo de Elizabeth Godoy, Estudiante de Relaciones Internacionales de la Universidad de Guadalajara