

JULIO 2020

ESTUDIO SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Documento elaborado por G&G
Gestoría en Comercio Exterior y
**la Oficina Comercial de Chile en
Guadalajara- ProChile**



ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	4
II. CONTEXTO ECONÓMICO Y DEMOGRÁFICO	6
1. INFORMACIÓN MACROECONÓMICA DEL PAÍS	6
2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	7
3. BRECHA SOCIAL POBREZA EMPLEO	8
4. NÚMERO DE BIBLIOTECAS PER CÁPITA Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA	9
5. EDUCACIÓN	10
6. ACCESO Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	12
III. PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL LIBRO	14
1. EL SECTOR EDITORIAL COMO PARTICIPACIÓN DEL PIB	14
2. EL SECTOR EDITORIAL COMERCIAL DEL LIBRO 2016-2019	14
• EMPLEO	
• TIRAJE PROMEDIO DE EDITORIALES TRANSNACIONALES VERSUS EDITORIALES INDEPENDIENTES	
• COMPETIDORES Y PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL MERCADO	
• IMPORTACIONES	
3. VENTAS FÍSICAS	21
• LOS LIBROS DE TEXTO	
• COMPRAS PÚBLICAS, REQUISITOS PARA SER PROVEEDOR	
• PARTICIPACIÓN DEL SECTOR UNIVERSITARIO EN EL SECTOR EDITORIAL MEXICANO	
• DESCRIPCIÓN DE TEMÁTICAS DE DEMANDA	
• PROCESO DE REGISTRO ISBN	
4. VENTAS DIGITALES	25
• GÉNEROS MÁS COMERCIALIZADOS VS VENDIDOS	
• LISTA DE PLATAFORMAS DE VENTA EN LÍNEA	
• REQUISITOS PARA SER PROVEEDORES DE VENTA EN LÍNEA	
• LISTA DE REPRESENTANTES EDITORIALES PARA VENTA EN LÍNEA	
IV. PERFIL DEL CONSUMIDOR	35
1. CARACTERÍSTICAS	35
2. INFLUENCIAS Y TENDENCIAS EN DECISIONES DE COMPRA	36
3. PREFERENCIAS DE COMPRA	36
4. INCENTIVOS DEL SECTOR PRIVADO PARA AUMENTAR EL CONSUMO	36

V. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y ACTORES DEL MERCADO	39
1. DESCRIPCIÓN DE PROFESIONALES DEL SECTOR	39
2. LIBRERÍAS Y DISTRIBUCIÓN EN MÉXICO	41
3. DIAGRAMAS DE FLUJO EN CANALES SELECCIONADOS	42
4. ESTRATEGIA COMERCIAL DE PRECIO, PROVEEDORES Y MARCAS	44
5. PROCESOS PARA LA IMPORTACIÓN DEL LIBRO FÍSICO, DIGITAL, COEDICIÓN Y VENTA DE DERECHOS	46
VI. BENCHMARKING Y TENDENCIAS	48
1. PRINCIPALES EDITORIALES EN EL MERCADO	48
2. ATRIBUTOS DE DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS EN EL MERCADO	49
3. PRECIOS DE REFERENCIA DE PRODUCTO CHILENO Y COMPETIDORES EN EL MERCADO	50
4. CAMPAÑAS DE MARKETING DE COMPETIDORES EXTERNOS O PRODUCTORES LOCALES	53
VII. ACCESO A MERCADO	58
1. ARANCELES DE INTERNACIÓN PARA PRODUCTO CHILENO Y COMPETIDORES	58
2. OTROS IMPUESTOS Y BARRERAS NO ARANCELARIAS	58
3. REGULACIONES Y NORMATIVAS DE IMPORTACIÓN	58
4. REQUERIMIENTOS DE ETIQUETADOS Y TIPO DE EMBALAJE	59
5. LEGISLACIÓN Y REQUERIMIENTOS LOCALES	60
6. PROCESO DE INSERCIÓN AL MERCADO MEXICANO	61
7. RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INDUSTRIA EDITORIAL CHILENA	63
8. EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO POST COVID-19	66
VIII. CONCLUSIONES	68
IX. FUENTES DE INFORMACIÓN	70

I. INTRODUCCIÓN

México tiene una población de más de 126 millones de habitantes, y es la segunda economía más grande en Latinoamérica después de Brasil. Con un mercado de la industria de la edición de libros, periódicos y revistas valuado en US\$1,2 mil millones de dólares, un crecimiento de mercado reportado de 14,8% en número de títulos en 2018 y crecimiento a doble dígito interanual en las ventas en formato digital, su escena editorial es una realidad particularmente interesante.

Desde 1987, México es el hogar de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), la reunión editorial más importante del mundo de habla hispana y la segunda feria de libros más grande después de Frankfurt Buchmesse. A diferencia de sus homólogos europeos, Guadalajara también está abierto al público en general y presenta un rico programa literario que permite a los lectores interactuar con sus autores favoritos.

La industria editorial mexicana se enfrenta a una serie de desafíos, como la falta de interés por la lectura y la escasez de librerías, especialmente en las zonas más remotas y desfavorecidas del país. A pesar de que la tasa de alfabetización pasó del 12% al 90% entre la población de 10 a 15 años durante la década 1990-2000, esto no parece haber aumentado el interés por los libros entre las generaciones jóvenes. De hecho, el adulto mexicano promedio lee menos de dos libros por año. Además, la piratería acapara el 10 % del mercado anual, a pesar de los esfuerzos del Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CeMPro) para impedir la distribución de materiales que violan las leyes de propiedad intelectual.

El nivel de adopción de Internet es el segundo más alto en América Latina y se calcula que un poco menos del 70% de la población (alrededor de 80 millones de personas) puede acceder a internet. No obstante, hay mucho terreno que conquistar aún en el segmento de ediciones digitales pues a pesar de que año con año se tiene un crecimiento significativo, los ingresos por la venta de libros en formato digital representaron en 2018 menos del dos por ciento de las ventas totales del sector editorial en México.

Cuando se habla de la industria editorial mexicana, es necesario hacer una distinción entre el sector público y el privado. De los aproximadamente 300 millones de ejemplares que se producen en el país, el gobierno produce o distribuye alrededor de 217 millones, por tanto, el gobierno juega un rol preponderante en la industria, tanto como productor como consumidor.

El sector editorial mexicano vio un crecimiento en el número de editores independientes desde hace aproximadamente una década, desafiando las nociones habituales sobre que las personas en México no leen, no son suficientes librerías, entre otros, y simplemente comenzaron a publicar libros e intentar operar como editoriales exitosas en otras partes del mundo. Al mismo tiempo, aunque es cierto que en México los niveles de lectura no son alentadores, lo cierto es que todavía hay suficientes lectores a los que se puede llegar potencialmente mediante la publicación de libros de alta calidad.

Asimismo, la industria editorial chilena cuenta con una larga trayectoria y presencia en el mercado mexicano; desde 1990 es activo participante en la FIL Guadalajara, siendo invitado de honor en dos ocasiones (1999 y 2012). La firma del Tratado de Libre Comercio entre Chile y México, que entró en vigor en 1999 fortaleció las relaciones económicas y culturales entre ambos países, y el sector editorial no fue la excepción.

El propósito de este estudio es caracterizar al sector editorial en México a fin de que el ecosistema editorial chileno pueda identificar oportunidades en este mercado, que le permita incrementar su presencia en el catálogo ofertado para el consumidor mexicano. La metodología consistió en entrevistas directas a más de 50 especialistas del sector (editores, representantes gubernamentales, directivos de asociaciones y cámaras, empresas de consultoría), y consulta en fuentes primarias.

Durante el desarrollo de este estudio México y el mundo se encontraban en situación de contingencia y confinamiento por el impacto del COVID-19.

II. CONTEXTO ECONÓMICO Y DEMOGRÁFICO

México es hoy el octavo socio comercial de Chile, con un intercambio comercial en 2019 de US\$3,4 mil millones de dólares, reflejando el dinamismo de los últimos 20 años, cuando entró en vigor el Tratado de Libre Comercio. Las cifras indican que el valor de la relación comercial se ha triplicado desde el arranque del pacto comercial, con un crecimiento promedio de 6,0% anual, reflejando la larga y fructífera relación política, comercial y cultural de ambos países.

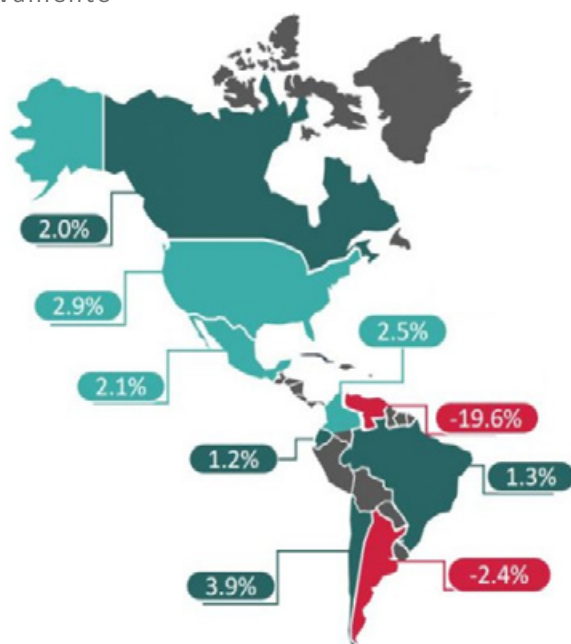
1. INFORMACIÓN MACROECONÓMICA DEL PAÍS

México cuenta con una superficie total cercana a los 2 millones de kilómetros cuadrados, lo que lo convierte en el 5º país con mayor superficie del continente americano y el 14º a nivel mundial. La economía mexicana es la 2ª más grande de América Latina y la 15ª a nivel mundial. La política monetaria implementada por el Banco de México ha creado condiciones propicias para el crecimiento económico sostenido, permitiendo alcanzar niveles de inflación estable y significativamente bajos. Previo a los efectos del COVID-19, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), a marzo de 2020 la inflación se ubicó en 3,25%. De acuerdo al Banco de México se prevé que la inflación continúe disminuyendo durante 2020 para llegar a niveles anuales de 2,7%.

México es una economía con especial fortaleza en el sector de servicios. En 2019, este sector representó el 63,8% del PIB y el 62% de la fuerza laboral, seguido por el sector industrial con el 28% del PIB y el 24% de la fuerza laboral, y el sector primario con el 3% del PIB y el 12% de la fuerza laboral. La economía mexicana ha venido creciendo a un ritmo promedio de 2,1% durante los últimos 10 años a pesar del complejo entorno global reciente.

En la década de los 80, México inició un importante proceso de apertura económica y comercial enfocado a la exportación. Gracias a una red de 11 tratados de libre comercio (TLC) con 46 países, los productos mexicanos tienen acceso preferencial a los principales mercados a nivel mundial que, en su conjunto, representan casi el 60% del PIB mundial y más de 1.200 millones de personas.

COMPARATIVO DE CRECIMIENTO ECONÓMICO GLOBAL 2018



12°

EXPORTADOR

A nivel mundial
(2018)

**Fuente: OMCE*

Según datos de Banco de México, en 2019 las exportaciones no petroleras desde México sumaron US\$435 mil millones de dólares, equivalentes a 38% del PIB nacional. En América Latina, las exportaciones de México representaron el 39,3% del total de la región en 2018, consolidándose como la principal potencia exportadora. Actualmente, México cuenta con una industria sólida y madura principalmente en sectores como el metalmecánico, automotriz, aeroespacial y eléctrico - electrónico, entre otros.

En 2019 México se ubicó en el lugar 60 de 190 (detrás de Chile que ocupa el lugar 59) en la clasificación mundial que mide la facilidad para hacer negocios del reporte Doing Business 2020, elaborado por el Grupo Banco Mundial.

Debido al reciente impacto del **COVID-19**, que ha alterado la economía a nivel mundial, en México la tasa trimestral de crecimiento económico a marzo 2020 se ubica en -1,2%. En junio 2020 la inflación ha alcanzado 3,17%. De acuerdo al FMI la contracción de la economía de México será del 10,5% en el PIB del 2020. México no solo es el país de América Latina con la previsión más negativa, también es una de las cinco naciones en el mundo que se espera tenga un mayor golpe a su economía, con la expectativa de que su PIB caiga a una tasa de dos dígitos.

11º

País + poblado del mundo
(2019)

*Fuente: INEGI

2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

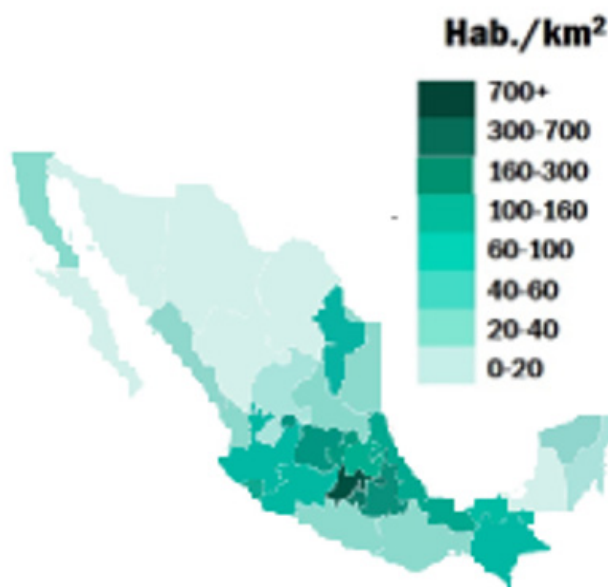
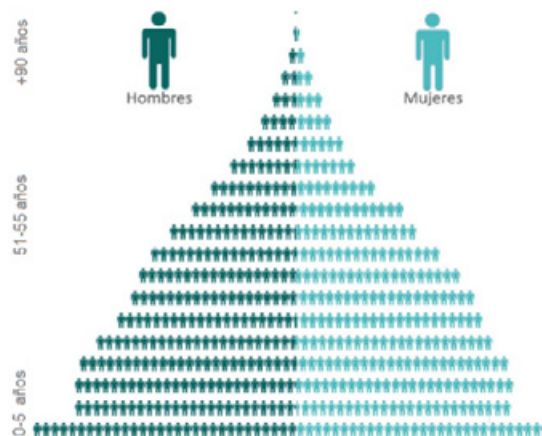
México es uno de los principales mercados a nivel mundial, con una población superior a los 126 millones de habitantes de los cuales el 46,8% (57,6 millones) corresponde a población económicamente activa (PEA) y 55,6 millones se encuentran ocupados. Alrededor del 43% de los habitantes del país son menores de 25 años y la edad promedio es de 27 años.

México vive un proceso demográfico muy positivo: la población en edad laboral (15 a 64 años) es mayor a la población dependiente (de 0 a 14 años y de 65 años en adelante), lo que impacta directamente al potencial productivo y económico del país.

Según proyecciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se estima que en las próximas dos décadas la población en edad laboral alcanzará los 80 millones de personas, lo que equivaldrá al 60% de la población total del país.

El país se compone de la Ciudad de México y 31 estados. Todos los estados se dividen en municipios autónomos; según el INEGI hay 2.458 municipios y 16 ayuntamientos. La ciudad más poblada del país es la capital, Ciudad de México, con una población de 12,3 millones (2020); y una población metropolitana de más de 20 millones. Aproximadamente el 50% de la población de México vive en una de las 55 grandes áreas metropolitanas. En total, más del 80% de la población vive en zonas urbanas.

La mayor población se concentra en el centro de México, entre los estados de Jalisco y Veracruz. Aproximadamente una cuarta parte de la población vive en la Ciudad de México y sus alrededores.



3.BRECHA SOCIAL

México tiene desafíos que abordar, como la tasa de pobreza, que sigue siendo alta, y se considera que aproximadamente el 40% de la población vive por debajo del umbral nacional de pobreza. Las tasas de criminalidad han aumentado anualmente, causando costos económicos adicionales, debido al aumento de las medidas de seguridad, lo que también ha afectado las iniciativas de inversión.

-POBREZA

En México el órgano encargado de medir los niveles de pobreza es el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), este organismo ha identificado que en los últimos 10 años se ha reducido la población en situación de pobreza en 2,5 puntos porcentuales. El problema de la pobreza es más agudo en el sureste del país y entre la población de los pueblos indígenas, los adultos mayores, la población con discapacidad y entre los niños, niñas y adolescentes.

En México se consideran diferentes indicadores para medir la pobreza de una forma multidimensional, entre otros: el nivel de ingreso, rezago educativo, acceso a los servicios de salud, acceso a la alimentación, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, acceso a los servicios básicos en la vivienda, grado de cohesión social, grado de accesibilidad a carretera pavimentada, entre otros. En base a estos indicadores solo el 21,9% de la población en México se considera como no vulnerable.

Resultado del impacto económico del COVID-19, CONEVAL estima que, al cierre del 2020, la pobreza por ingreso podría aumentar entre 7,2 y 7,8 puntos porcentuales. En sus estimaciones, entre 6,3 y 10,7 millones de personas se sumarían a la pobreza que ya existe.

PERSONAS EN SITUACIÓN DE POBREZA MÉXICO 2018



Fuente: Proyectos México, 2020 (INEGI).

GRADO DE VULNERABILIDAD DE LA POBLACIÓN EN MÉXICO 2018

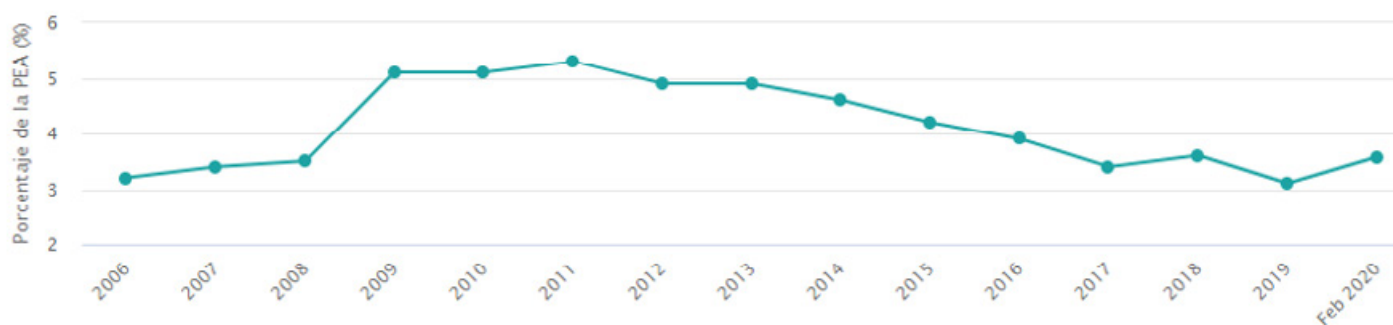


Fuente: Proyectos México, 2020 (INEGI).

- EMPLEO

De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), que es la principal fuente de información sobre el mercado laboral mexicano, durante el primer trimestre de 2020 se contaba con más de 55,3 millones de personas ocupadas, representando únicamente una tasa promedio de 3,6% de habitantes con desempleo. En los últimos 10 años México se ha caracterizado por tener una tasa de desocupación por debajo del 6%, siendo uno de los países con las tasas de desempleo más bajas entre los países que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), solo por debajo de República Checa, Japón, Alemania, Polonia, Países Bajos y Hungría. No obstante, el gran reto de México es que más de un 56% del total de la población ocupada en el país se emplea en el sector informal.

HISTÓRICO TASA DE DESEMPLEO EN MÉXICO 2006-2020



Una encuesta telefónica realizada por el INEGI de forma extraordinaria por la contingencia COVID-19 reveló que en abril 2020 se perdieron 12,5 millones de empleos formales e informales. Comparando con las cifras de empleo de abril respecto a las observadas durante el primer trimestre de 2020 las personas que reportaron haber dedicado al menos una hora a una actividad que le generó ingresos sufrieron una caída de -37,6%.

4 . NÚMERO DE BIBLIOTECAS PER CÁPITA

Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA

7.463

Bibliotecas públicas
(2017)

16.800

Habitantes por biblioteca

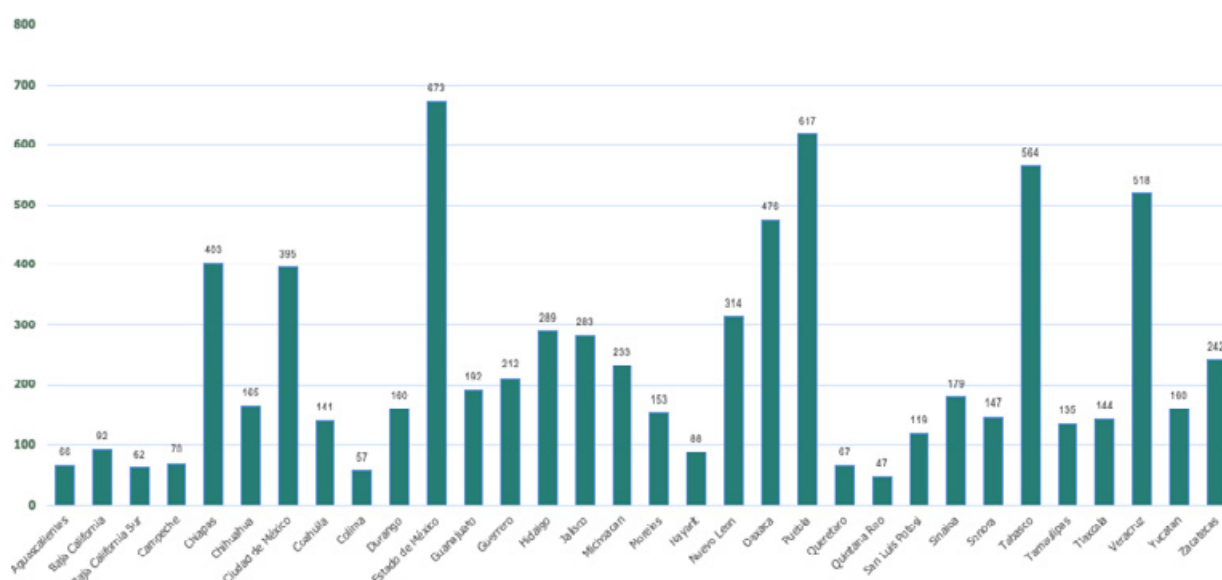
*Fuente: SIC

El sector bibliotecario en México se divide en dos ramas:

- Red Nacional de Bibliotecas Públicas, operada por el gobierno mexicano y es coordinada por la Dirección General de Bibliotecas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes;
- La Asociación Mexicana de Archivos y Bibliotecas Privados, que agrupa instituciones que manejan archivos y bibliotecas particulares (no gubernamentales). Esta asociación cuenta con 29 miembros, los cuales brindan acceso a sus archivos históricos, entre los que destacan: Citibanamex, Universidad Iberoamericana, Fundación Miguel Alemán, Centro de Estudios de Historia de la Fundación Carlos Slim, Fomento Cultural Banamex, Universidad Panamericana, entre otros.

De acuerdo con cifras publicadas por el Sistema de Información Cultural y recabadas por la Dirección General de Bibliotecas, en México la Red Nacional de Bibliotecas en 2017 (últimos datos disponibles) opera un total de 7.463 bibliotecas públicas distribuidas de la siguiente manera:

BIBLIOTECAS PÚBLICAS EN MÉXICO 2017



*Fuente: Elaboración propia con datos de Sistema de Información Cultural

5. EDUCACIÓN

De acuerdo a la Estadística del Sistema Educativo Nacional, durante el ciclo escolar 2018-2019, más de 36,6 millones de estudiantes atendieron a las más de 265 mil escuelas en México, de las cuales un 85,5% de la matrícula fue en instituciones públicas. La cobertura de educación básica incluye al 94% de la población en edad escolar. En 2018, el grado promedio de escolaridad fue de 9,5 años, manteniendo la curva ascendente constante a partir del año 2005. El índice de analfabetismo en México ha registrado disminución hasta llegar a un 4% en 2018. El gasto en educación representó el 6% del PIB en 2018.

SISTEMA EDUCATIVO MEXICANO (CICLO ESCOLAR 2018-2019)					
Tipo, Nivel y Sostenimiento	Total Alumnos	Mujeres	Hombres	Docentes	Escuelas
Total Sistema Educativo	36.635.816	18.373.677	18.262.139	2.100.277	265.277
Público	313.14.335	15.638.084	15.676.251	1.615.089	216.564
Privado	5.321.481	2.735.593	2.585.888	485.188	48.713
Educación Básica	25.493.702	12.566.924	12.926.778	1.224.125	233.163
Público	22.596.818	11.141.782	11.455.036	1.040.588	198.731
Privado	2.896.884	1.425.142	1.471.742	183.537	34.432
Educación Media Superior	5.239.675	2.660.635	2.579.040	418.893	21.010
Público	4.242.200	2.139.185	2.103.015	308.692	14.212
Privado	997.475	521.450	476.025	110.201	6.798
Educación Superior	3.943.544	1.980.888	1.962.656	414.408	5.535
Público	2.773.338	1.341.229	1.432.109	243.341	2.283
Privado	1.170.206	639.659	530.547	171.067	3.252
Capacitación para el trabajo	1.958.895	1.165.230	793.665	42.851	5.569
Público	1.701.979	1.015.888	686.091	22.468	1.338
Privado	256.916	149.342	107.574	20.383	4.231

Fuente: INEE, Cifras preliminares SEP/DGPPyEE, 2019.

Es importante mencionar que la infraestructura educativa se encuentra aún rezagada, esto ya que solo el 54,3% de escuelas de educación básica y el 68,8% de escuelas de educación media superior están equipados con computadoras. De igual forma, únicamente el 37,7% de escuelas de educación básica y el 50,3% de escuelas de educación media superior tienen acceso a internet. Otro de los graves retos del sistema educativo en México es la tasa de deserción escolar, ya que la tasa de graduación a niveles medio y superior es menor en comparación a Chile.

TASA DE GRADUACIÓN	CHILE	MÉXICO
Educación media superior	91%	57%
Educación superior licenciatura	36%	28%
Educación superior técnica	28%	2%

De acuerdo a los resultados del Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA) realizado por la OCDE en el año 2018 los estudiantes mexicanos:

- Los estudiantes en México obtuvieron puntajes más bajos que el promedio de la OCDE en lectura, matemáticas y ciencias.
- El desempeño promedio se ha mantenido estable en lectura, matemáticas y ciencias, a lo largo de la mayor parte de la participación de México en PISA.
- En México, el nivel socioeconómico fue un fuerte predictor del rendimiento en lectura, matemáticas y ciencias.
- Las mujeres obtuvieron 11 puntos más en lectura que los hombres (promedio OCDE: 30 puntos).
- El 55% de los estudiantes alcanzó al menos un nivel 2 de competencia en lectura. Estos estudiantes pueden identificar la idea principal en un texto de longitud moderada, encontrar información basada en criterios explícitos, aunque a veces complejos, y pueden reflexionar sobre el propósito y la forma de los textos cuando se les indica explícitamente que lo hagan.
- Alrededor del 1% de los estudiantes mostró un rendimiento superior en lectura, lo que significa que alcanzaron el nivel 5 o 6 en la prueba PISA de lectura. En estos niveles, los estudiantes pueden comprender textos largos, tratar conceptos que son abstractos o contra intuitivos, y establecer distinciones entre hechos y opiniones, basadas en claves implícitas relacionadas con el contenido o la fuente de la información.

41,1%

Lectores De 1 libro o
+Anual
(2020)

**Fuente: MOLEC*

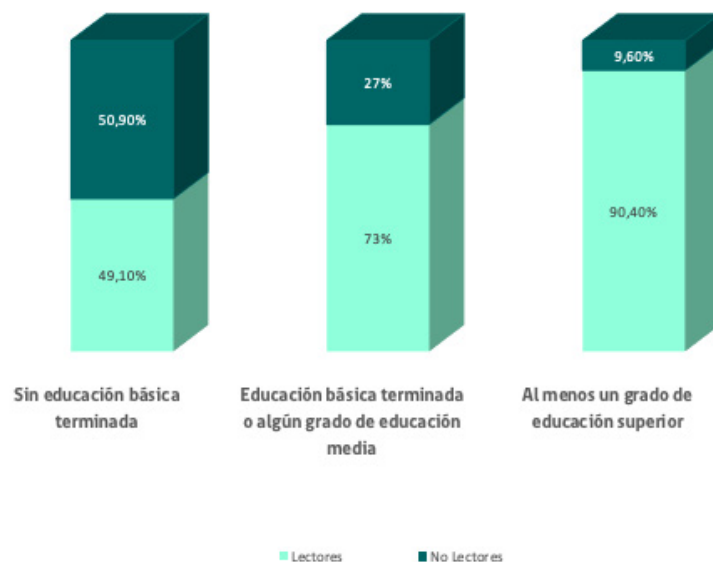
El INEGI cuenta con un Módulo sobre Lectura (MOLEC) que tiene como objetivo general información estadística sobre el comportamiento lector de la población adulta en México para poder conocer las principales características de la práctica de la lectura en el país, lo que ayudara a contribuir en el fomento de la lectura.

El estudio MOLEC realizado durante el primer trimestre del año 2020, arrojó como resultado que, el 41,1% de la población alfabeta de 18 y más años declaró leer al menos un libro en los últimos doce meses, esta cifra representa una disminución respecto al reporte del año 2006 (45,9%).

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA POBLACIÓN ADULTA POR CONDICIÓN DE LECTURA, SEGÚN NIVEL DE ESCOLARIDAD 2018

Se concluye que, a mayor nivel de escolaridad, la duración promedio de la sesión de lectura se incrementa: las personas con al menos un grado de educación superior leen un promedio de 49 minutos, mientras que las personas sin educación básica terminada registran en promedio 34 minutos por sesión.

El principal motivo para la lectura de libros fue por entretenimiento (38,7%), por trabajo o estudio (27,1%) o por cultura general (25,5%), entre otros con menor porcentaje.



6. ACCESO Y USO DE TECNOLOGÍAS

DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

El sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en México ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años; se ha convertido en una parte esencial de los procesos de desarrollo, con el acceso a teléfonos móviles, comprensiblemente importante en las zonas rurales. El acceso a Internet es un bien inestimable, que ayuda a las empresas en innovación y crecimiento, especialmente las pequeñas y medianas empresas (PYME) que dominan la economía mexicana.

El uso de dispositivos móviles, específicamente teléfonos inteligentes, ha sido un factor decisivo en la penetración de internet. Se estima que hay 86,5 millones de usuarios de dispositivos móviles en México, de los cuales el 95% son teléfonos inteligentes. Para los usuarios de internet, a menudo el principal problema es la lentitud en la velocidad de navegación.

+80

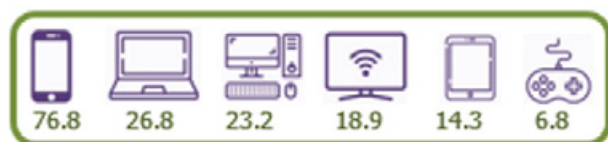
Millones Habitantes acceso a internet (2020)

*Fuente: SCT

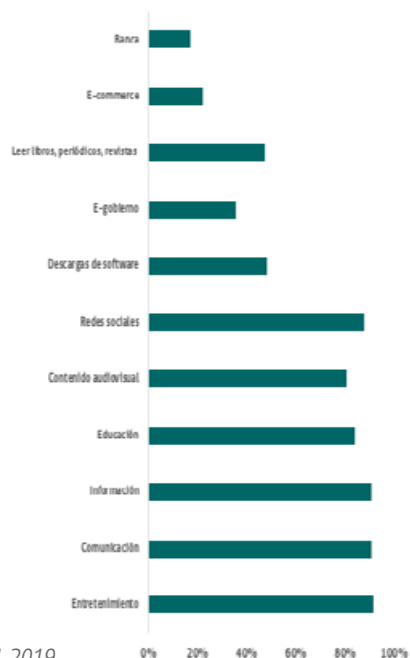
EDAD	USUARIOS DE INTERNET POR EDAD
55 años o más	9,80%
24 a 54 años	13,00%
35 a 44 años	17,30%
25 a 34 años	19,20%
18 a 24 años	15,80%
12 a 17 años	14,90%
6 a 11 años	10,00%

Fuente: ENDUTIH, 2019.

DISPOSITIVOS DE ACCESO A INTERNET EN MÉXICO (MILLONES) 2019



USUARIOS DE INTERNET POR TIPO DE USO 2019



Fuente: ENDUTIH, 2019.

Según la Encuesta Nacional sobre la disponibilidad y el uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), que tiene datos estadísticos de enero de 2015 a diciembre de 2019, el número de personas con acceso a Internet ha aumentado constantemente. En 2015, 62,4 millones de personas usaron Internet; en 2016, el número aumentó a 65,5 millones, en 2017 se registraron 71,3 millones y en 2018, se reportaron 74,3 millones de usuarios. En 2020, se estima que el 70% de la población total tendrá acceso a Internet, lo que representa aproximadamente 80 millones de personas.

Los avances e innovaciones recientes muestran que, como sociedad, México todavía se encuentra en una etapa de transición tecnológica. Esto se demuestra con un servicio casi exclusivo en áreas urbanas; en 2019, las comunidades rurales solo tenían un 47,7% de acceso a internet. De igual forma, la población joven de México tiene mayor participación como usuario de internet que niños y adultos mayores.

En 2019, el 95,3% de todos los usuarios accedieron a Internet a través de teléfonos móviles. Le siguen las computadoras portátiles, las computadoras de escritorio, las televisiones inteligentes, las tabletas y finalmente las que se conectan a través de una consola de videojuegos.

Los costos de comunicaciones se han mantenido bajos, y un teléfono celular con acceso a Internet se ha vuelto mucho más asequible. También hay planes y opciones cada vez más competitivos a precios razonables, lo que ha permitido que muchas más personas usen la red.

La gran mayoría de usuarios se conecta a la red para acceder a contenido de entretenimiento, redes sociales, para comunicarse y en menor medida para educación.

COVID-19 demostró que la capacidad tecnológica en México para trabajo y educación a distancia es limitada y concentrada en ciertos estratos. El **e-commerce** aumentó de forma exponencial.

III. PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL LIBRO

El sector editorial es considerado como una actividad secundaria, ya que la podemos encontrar dentro del ramo de las industrias manufactureras. Dentro de la clasificación de la industria manufacturera, el sector editorial está incluido en la industria del papel y la impresión la cual considera los libros, periódicos y revistas, así como su edición, imprenta, encuadernación y litografía.

1. EL SECTOR EDITORIAL COMO PARTICIPACIÓN DEL PIB

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) destaca que del Producto Interno Bruto (PIB) de México en el 2018, de MXN\$22,2 billones de pesos (US\$1.2 billones de dólares), de los cuales, el sector cultura solamente participó con 3,2%, estimado en MXN\$705 mil millones de pesos (US\$35,3 mil millones de dólares).

PIB 2018
0,112%

Industria editorial

*Fuente: CANIEM

La industria editorial tiene un papel modesto en la economía mexicana, ya que participó con 3,5% del PIB cultural, aproximadamente con MXN\$25 mil millones de pesos (US\$1,2 mil millones de dólares), contemplando la edición de libros, periódicos y revistas, principalmente.

DE ACUERDO CON LAS MEDICIONES DE NIELSEN BOOKSCAN MÉXICO, HASTA EL 14 DE JUNIO DE 2020, RESULTADO DEL IMPACTO ECONÓMICO DE COVID-19 LA CAÍDA DEL MERCADO EDITORIAL MEXICANO, ES DE -29,3% EN FACTURACIÓN RESPECTO A 2019.

2. EL SECTOR EDITORIAL COMERCIAL

DEL LIBRO 2016-2019

2018
+14,8%
Títulos

Produjo en el 2018 un total de 2.8176 títulos, es decir, 14,8% más que en el 2017. Las ventas de ediciones impresas representaron 133,5 millones de ejemplares, lo que representó una reducción de 1,7% en comparación con el 2017; sin embargo, los ingresos por ventas fueron de MXN\$10.584 millones de pesos (US\$529 millones de dólares), que representó un incremento de 4,5% con relación al año anterior. Si comparamos estas cifras con 2014 se observa que se han dejado de comercializar 10 millones de libros.

+4,5%
Ingresos

La venta de ediciones digitales facturó MXN\$195 millones de pesos (US\$9,7 millones de dólares), lo cual significó un incremento de 32,7% con respecto al año precedente.

-1,7%
Ejemplares

El mercado mexicano se divide principalmente en dos sectores: gobierno y sector privado. El sector editorial privado tiene tres canales principales de venta: gobierno, librerías y escuelas.

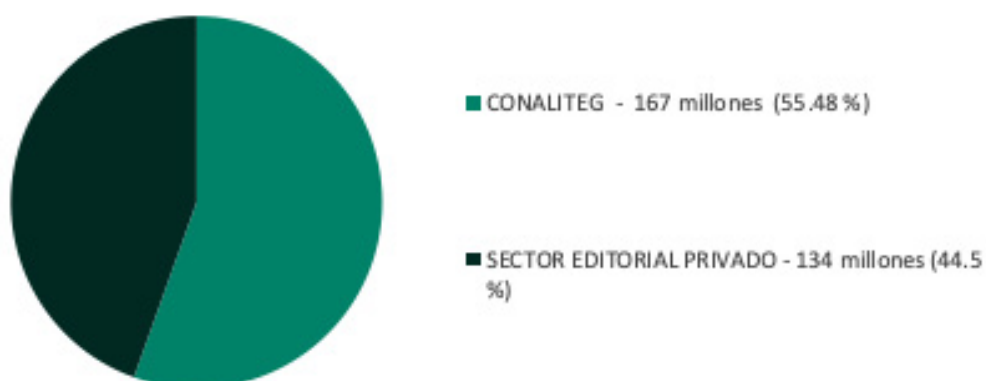
+32,7%
Edición digital

En 2018, el sector editorial privado y La Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) conjuntaron una producción de 300 millones de ejemplares lo cual implica que el gobierno ocupa un papel muy importante en este sector como editor y como comprador.

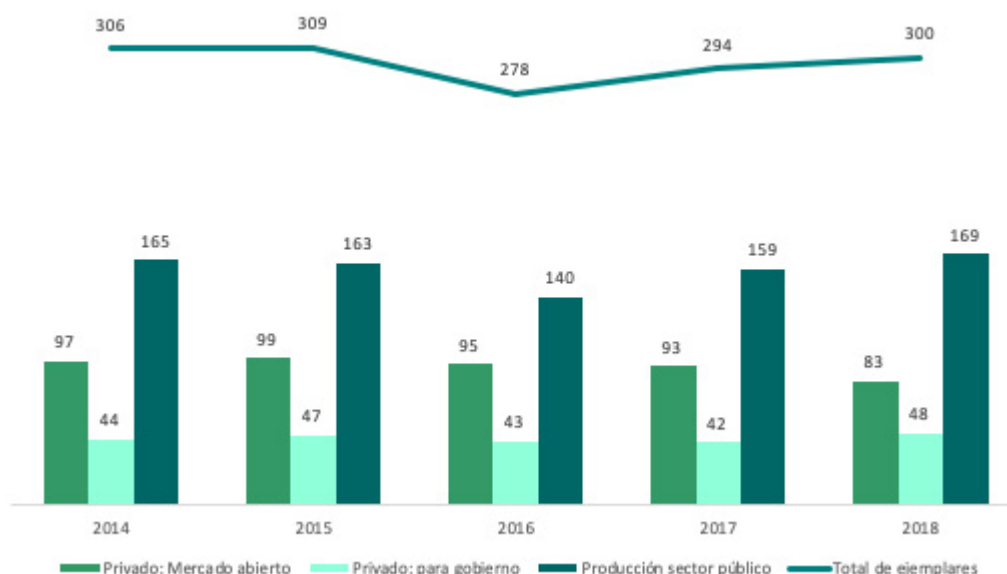
De los 131 millones de ejemplares producidos por el sector editorial privado, 48 millones fueron destinados a compras gubernamentales, es decir un 35% del total, principalmente para programas de texto gratuito para secundaria, programa de inglés y materiales lectura.

De los 131 millones de ejemplares producidos por el sector editorial privado, 48 millones fueron destinados a compras gubernamentales, es decir un 35% del total, principalmente para programas de texto gratuito para secundaria, programa de inglés y materiales lectura.

PRODUCCIÓN EDITORIAL EN MÉXICO 2018



PRODUCCIÓN EDITORIAL EN MÉXICO POR SECTORES 2018 (MILLONES DE EJEMPLARES)



Fuente: Indicadores CANIEM, 2018.

EMPLEO	TOTAL
Empleados de Base	7.351
Empleados Eventuales	516
Freelance	3.343
Empresas	924

- EMPLEO

En 2018, la producción de novedades fue de 9255 títulos, un incremento de 68% en comparación con 2017, mientras que las reimpressiones sufrieron una disminución de 0,54% en el mismo periodo.

La piratería y el fotocopiado ilegal es otro de los problemas a los que se enfrenta la industria editorial mexicana. Según el Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CeMPro), en México se piratean alrededor de 10 millones de libros al año.

De acuerdo a datos de CANIEM, en el año 2017, al considerar exclusivamente al sector privado, se tiene que la actividad de producción y comercialización de 227 editores privados, incluyendo los programas de Libros de Texto Gratuito para Secundaria, el Programa Nacional de inglés (PRONI) y el Programa de Bibliotecas, generó un estimado de más de 12 mil empleos directos e indirectos. Estos datos reflejan una disminución en el número de empleados contratados general del 3,1% con respecto a 2016. En comparación con otros sectores económicos, como la agricultura que genera más de seis millones de empleos, o la construcción con más de cuatro millones, o los más de 600 mil empleos que generan los servicios financieros, el sector editorial tiene una participación relativamente pequeña en el índice de ocupación del país.

-TIRAJE PROMEDIO DE EDITORIALES TRANSNACIONALES VERSUS EDITORIALES INDEPENDIENTES

De acuerdo al Sistema de Información Cultural, en México existen 411 editoriales, un gran porcentaje de las cuales se ubica en Ciudad de México (70%).

La industria editorial en México es un poliedro con muchos rostros. En el panorama se encuentran dos vertientes: las grandes cadenas editoriales y las llamadas editoriales independientes. Entre las primeras, los principales actores del mercado son Penguin Random House, que cuenta con sellos como Alfaguara, Aguilar, Debate, De bolsillo, Lumen y Caballo de Troya; Planeta, que tiene en su haber a Tusquets, Seix Barral, Espasa, Crítica, Paidós y Destino; y Santillana.

Mientras que en la trinchera de las independientes hay unos sellos más boyantes que otros, aunque la gran mayoría se enfrenta a los mismos retos: problemas de distribución y falta de dinero y tiempo. Algunas editoriales independientes han apostado a las alianzas y diálogo constante entre sellos para enfrentar el vendaval de las grandes compañías internacionales. Algunas editoriales independientes venden directamente al público en general y otras a través de cadenas de librerías, tiendas departamentales y de autoservicio y más recientemente por medio de plataformas de internet.

Aproximadamente el 80% de los editores se encuentran clasificados en el rango de pequeños, micro y en proyecto inicial, lo cual evidencia la alta dispersión del mercado editorial. Mientras que las empresas editoras transnacionales con presencia en México publican cerca de 1500 libros al año, una editorial independiente únicamente publica entre 10 y 30 títulos al año si es exitosa.

De igual forma, la tirada promedio de editoriales independientes es muy variada, hay quienes imprimen únicamente entre 100 y 500 ejemplares, a aquellos que imprimen 3000 y más. En el caso de editoriales transnacionales si hay una obra de interés pueden imprimirse hasta 100 mil ejemplares. Por ejemplo, en el caso de Penguin Random House, el tiraje inicial promedio es de 10 mil a 12 mil ejemplares.

411

Editoriales México
(2020)

**Fuente: SIC*

**LA CAÍDA DE VENTAS
RESULTADO DEL COVID-19
HA REPERCUTIDO SOBRE
TODO EN LOS SELLOS
INDEPENDIENTES, QUE SE
HAN VISTO OBLIGADAS A
FRENAR CONTRATACIÓN
DE OBRA, RETRASAR
LANZAMIENTOS, REDUCIR
SALARIOS Y RECORTAR
PERSONAL; EN EL CASO MÁS
DRÁSTICO LOS HA LLEVADO
AL CIERRE.**

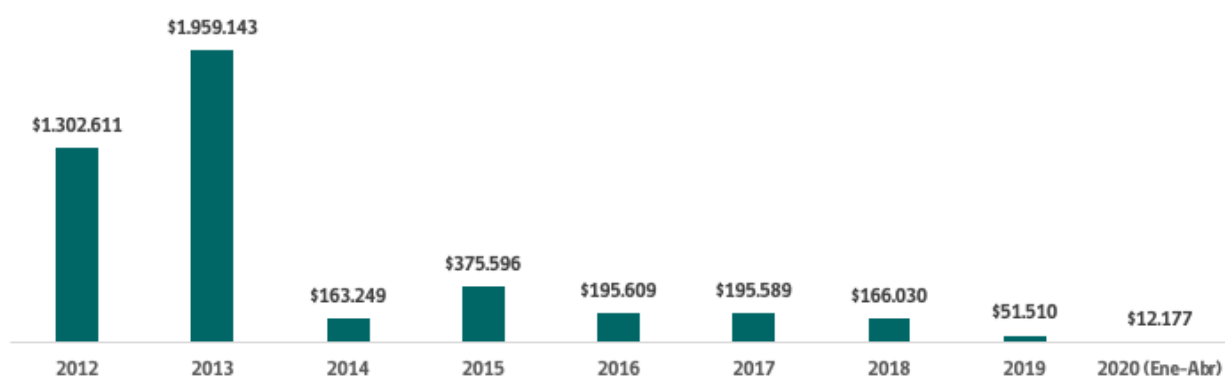
-COMPETIDORES Y PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL MERCADO

En México históricamente, los países que lideran el ranking de oferta editorial y que se mantienen a lo largo de los años son Estados Unidos y España. En la última década China, como centro de impresión, se ha posicionado como origen de los productos editoriales que importa México debido primordialmente a una mayor competitividad en precios. En años recientes España ha perdido parte de su cuota de mercado, no obstante, es importante destacar la gran presencia de editoriales españolas implantadas en México, por lo que también en muchos casos, las importaciones de España han sido sustituidas por producción local en México de libros españoles.

Las estadísticas de importaciones del sector de los países de América Latina nos muestran que la región no cuenta con un importante intercambio a pesar de tener similitudes de idioma y culturales.

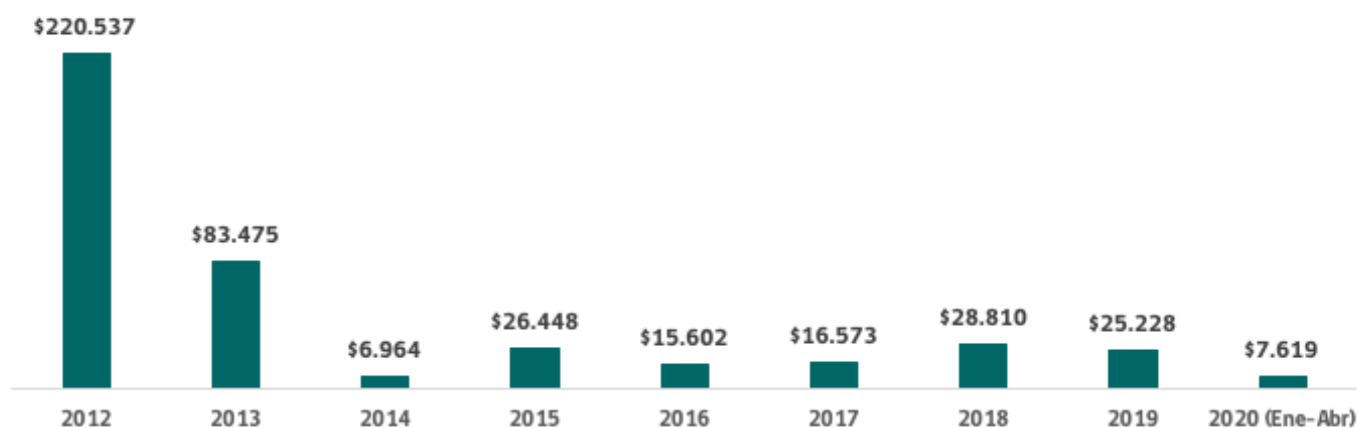
En el caso específico de Chile, México importó obras bajo la fracción arancelaria 4901.99.04 (obras en español) por US\$51,5 mil dólares durante 2019, siendo el año con el menor valor de importación en la última década. En cuanto a la venta por número de unidades, durante 2019 Chile envió a México 9120 ejemplares; en comparación durante el año 2018, que se vendieron 34.632 ejemplares. Chile tuvo una participación de mercado cercana al 5% durante 2011, pero en años recientes no ha logrado ventas por valores similares.

IMPORTACIONES 49019904 DE CHILE VALOR USD



Para el rubro de obras bajo la fracción arancelaria 4901.99.06 durante 2019, México importó de Chile US\$25,2 mil dólares, equivalentes a 3.083 ejemplares. Chile tuvo una mayor participación de mercado durante 2012.

IMPORTACIONES 49019906 DE CHILE VALOR USD



*Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

En cuanto a las ediciones de la partida 4901.99.99, Chile ha tenido una participación marginal con exportaciones menores a US\$2 mil dólares anuales durante la última década.

Asimismo, referente a las ediciones de la partida 4902.90.01, diarios y publicaciones periódicas impresos en español, en 2019 México importó US\$2,3 millones de dólares, no obstante, Chile no ha participado en este segmento durante los últimos cinco años. En cuanto a los diarios y publicaciones periódicas de la fracción 4902.90.99, México importó US\$4,8 millones de dólares en 2019, y Chile participó con la venta de 415 ejemplares por un valor de US\$4 mil dólares.

En el segmento de cuadernos para dibujar o colorear, para niños, México importó 21,6 millones de ejemplares, pero Chile no ha participado en este segmento durante los últimos cinco años.

- IMPORTACIONES

Para poder comprender el tamaño del sector editorial, se han obtenido las cifras de exportaciones e importaciones de la partida 49.01 así como de sus respectivas subpartidas en México, en el periodo de 2016 al primer cuatrimestre del año 2020. La participación porcentual en el mercado mexicano de las ediciones importadas es de aproximadamente 7%, porcentaje que se ha mantenido estable en los últimos años.

7%

Importaciones
México
(2019)

*Fuente: SIAVI

49011001: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, EN HOJAS SUELTAS, INCLUSO PLEGADAS. OBRAS DE LITERATURA UNIVERSAL Y LIBROS TÉCNICOS, CIENTÍFICOS O DE ARTE (USD)

	2020 ENE-ABR	2019	2018	2017	2016
EXPORTACIONES	629.826	593.261	702.604	860.668	1.062.032
IMPORTACIONES	1.891.156	6.665.338	9.476.107	16.018.651	17.736.791

*Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

Dentro de esta partida referente a publicaciones en hojas sueltas, podemos observar que tanto las importaciones como exportaciones en México han disminuido en los últimos años. Los principales países proveedores durante 2019 fueron, en orden descendente: Estados Unidos con más del 50% de participación, seguido de España y China con 19% cada uno, y Canadá con un 1%.

49011099: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, EN HOJAS SUELTAS, INCLUSO PLEGADAS. LOS DEMÁS (USD)

	2020 ENE-ABR	2019	2018	2017	2016
EXPORTACIONES	2.430.357	5.996.880	5.220.880	3.929.267	9.687.296
IMPORTACIONES	11.428.242	37.958.821	37.511.564	35.121.174	33.710.602

Dentro de esta partida referente a publicaciones en hojas sueltas, podemos observar que tanto las importaciones como exportaciones en México se han mantenido constantes. Los principales países proveedores durante 2019 fueron, en orden descendente: Estados Unidos con más del 89% de participación, seguido de China con 8%. Estos dos países dominan claramente esta categoría.

49019102: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS IMPRESOS EN ESPAÑOL. (USD)

	2020 ENE-ABR	2019	2018	2017	2016
EXPORTACIONES	2.647	56.185	44.158	155.293	193.969
IMPORTACIONES	155.908	638.422	393.529	834.528	1.473.628

Referente a los diccionarios y enciclopedias en español, no hay una tendencia clara en el mercado. Los principales países proveedores durante 2019 fueron, en orden descendente: España con 33% de participación de mercado, seguido de Estados Unidos con 30%, Colombia con 15%, China con 13%, e India con 5%. En cuanto al volumen importado, por número de ejemplares, en 2019 se adquirieron 1,06 millones de unidades, el volumen más alto de los últimos cinco años. No obstante, las cifras estadísticas no nos permiten cuantificar un precio promedio ya que las variaciones son abismales si comparamos periodos interanuales.

49019901: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, PARA LA ENSEÑANZA PRIMARIA. (USD)

	2020 ENE-ABR	2019	2018	2017	2016
EXPORTACIONES	395.351	4.281.507	4.046.398	2.255.581	544.733
IMPORTACIONES	549.875	3.156.480	3.647.659	4.944.395	4.769.499

*Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI

En la categoría de libros para la enseñanza primaria las importaciones han disminuido durante los dos últimos años, tanto en valor como en volumen. Durante 2019 se importaron 7,3 millones de ejemplares, con un precio promedio de US\$3,00 dólares. Si comparamos esta cifra con los dos años anteriores, es superior puesto que se tenían precios promedio de US\$2,00 y US\$1,05 dólares respectivamente. Los principales proveedores durante 2019 fueron, en orden descendente: Estados Unidos con 62% de participación en el mercado, China con 25%, y España con 5%.

49019904: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, OBRAS DE 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 4901.99.01, 4901.99.02 Y 4901.99.05. (USD)

	2020	2019	2018	2017	2016
	ENE-ABR				
EXPORTACIONES	4.830.743	22.823.021	19.477.867	21.355.524	22.868.863
IMPORTACIONES	49.930.569	124.154.128	122.384.552	114.086.651	114.132.882

**Fuente: Elaboración propia con datos de SIAVI*

México ha incrementado el valor de su importación de libros impresos en español en los últimos cinco años. El principal competidor en este segmento es España, que durante 2019 tuvo una participación cercana al 50%. Le siguen en orden de importancia: China con 17%, Estados Unidos con 12%, Japón con 5%, Argentina y Colombia con 2% cada uno. Si se considera el volumen de ejemplares importado, durante 2019 México adquirió 73,9 millones de ejemplares, un 1,2% adicional al volumen importado en 2018. Los precios promedio han permanecido constantes desde 2018, en US\$0,68 dólares por ejemplar.

49019999: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, LOS DEMÁS. (USD)

	2020	2019	2018	2017	2016
	ENE-ABR				
EXPORTACIONES	8.655.299	26.421.899	22.877.526	62.237.754	26.770.870
IMPORTACIONES	11.606.358	37.811.871	45.099.812	30.830.724	30.852.320

3. VENTAS FÍSICAS

**VENTAS
2018**

-1,7%

Edición impresa

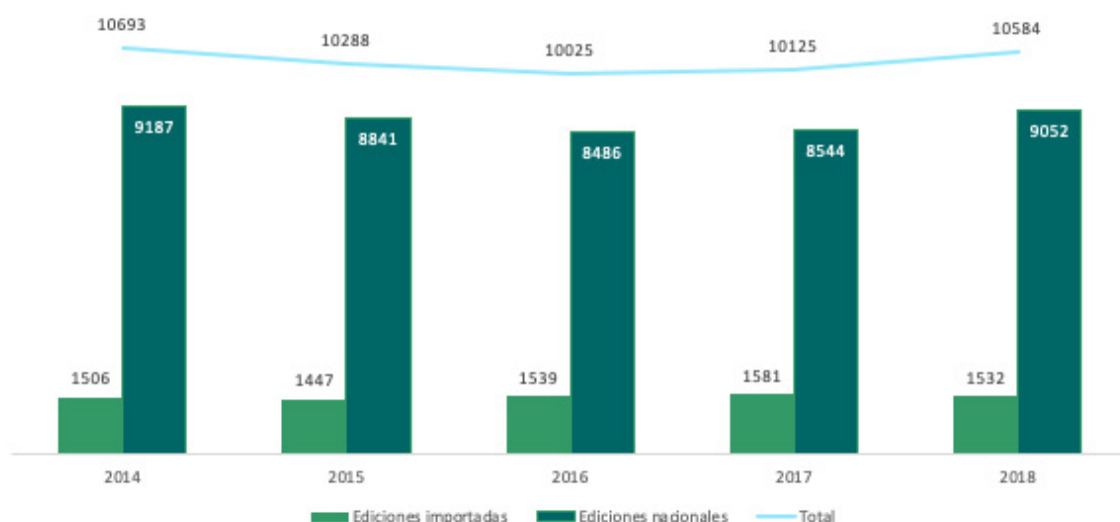
+32,7%

Edición digital

Las ventas físicas de ejemplares en México no han presentado crecimiento durante los últimos cinco años. Las ventas totales rondan entre los 10 y 10,5 millones de ejemplares anuales. Es importante destacar que la venta de ejemplares de ediciones nacionales representa un 85% de las ventas totales. En el caso de ediciones importadas, los volúmenes se han mantenido estables, aproximadamente en 1,5 millones de ejemplares al año.

En cuanto a la facturación generada por ediciones nacionales, en 2018 aumentó un 5,6% mientras que las ediciones importadas disminuyeron 3,2%, en comparación con el año anterior. La temática más vendida fue la de libros de educación básica, seguido de libros infantiles y juveniles y libros de enseñanza de lengua inglesa.

VENTA DE EJEMPLARES MÉXICO 2014-2018 (MILLONES)



- LOS LIBROS DE TEXTO

**178
millones**

Libros de texto
Ciclo escolar
2019-2020
México

*Fuente: SEP

La Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG) adquiere o produce en su propia planta o a través de terceros. Los libros de texto gratuitos para la educación básica en México. Así es como los libros de la Subsecretaría de Educación Básica, de la Secretaría de Educación Pública (SEP), se editan conforme a los planes y programas de estudios.

La CONALITEG cuenta con una imprenta en Querétaro donde se producen alrededor de 30 millones de libros al año. Los programas de preescolar, primaria y telesecundaria requieren de una producción estimada en de 220 millones de libros. Los que no son producidos en la planta, se contratan los servicios de impresión a empresas de artes gráficas establecidas. La SEP es la mayor editorial de México y el mayor cliente para las empresas que producen libros. Para el ciclo escolar 2019-2020 se canceló la impresión de 42 millones de libros debido al programa de austeridad del gobierno.

En el caso de secundaria, la SEP evalúa las propuestas que los editores privados presentan para las 17 materias contempladas en la matrícula escolar; con dichas propuestas se crea un catálogo donde los maestros y las autoridades educativas estatales seleccionan los libros que se usaran en los salones de clases. Cada año alrededor de 400 títulos son puestos a disposición de los maestros para que analicen y seleccionen el más adecuado para poder impartir sus clases. Se reparten alrededor de 30 millones de libros que son adquiridos por la CONALITEG y los gobiernos estatales.

Para los catálogos de las bibliotecas, la SEP lanza una convocatoria a los editores para invitarlos a participar con títulos que cumplan con las especificaciones generales de las bibliotecas.

- COMPRAS PÚBLICAS, REQUISITOS PARA SER PROVEEDOR

La CONALITEG por medio de la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales lanza diversas convocatorias a través de su página web, en el apartado de documentos. www.gob.mx/conaliteg/archivo/documentos?idiom=es&filter_id=2394&filter_origin=archive

Algunos de los requisitos para poder licitar en ciertas convocatorias son los siguientes:

- Ser persona de nacionalidad mexicana y acreditación de personalidad jurídica
- Acreditar el cumplimiento de ciertas Normas Oficiales Mexicanas y normas mexicanas
- Cumplir con las especificaciones de calidad del producto terminado
- Demostrar la capacidad de producción de la empresa y lista detallada de maquinaria disponible
- Brindar escritos de garantía de suministro de ciertos insumos
- Contar con un programa de producción
- Asegurar que los bienes a entregar tendrán una garantía de mínimo tres años contra defectos de producción

Es importante que la editorial chilena interesada en participar en estas licitaciones tenga un socio o distribuidor mexicano, ya que no podría participar de forma directa.

- PARTICIPACIÓN DEL SECTOR UNIVERSITARIO EN EL SECTOR EDITORIAL MEXICANO

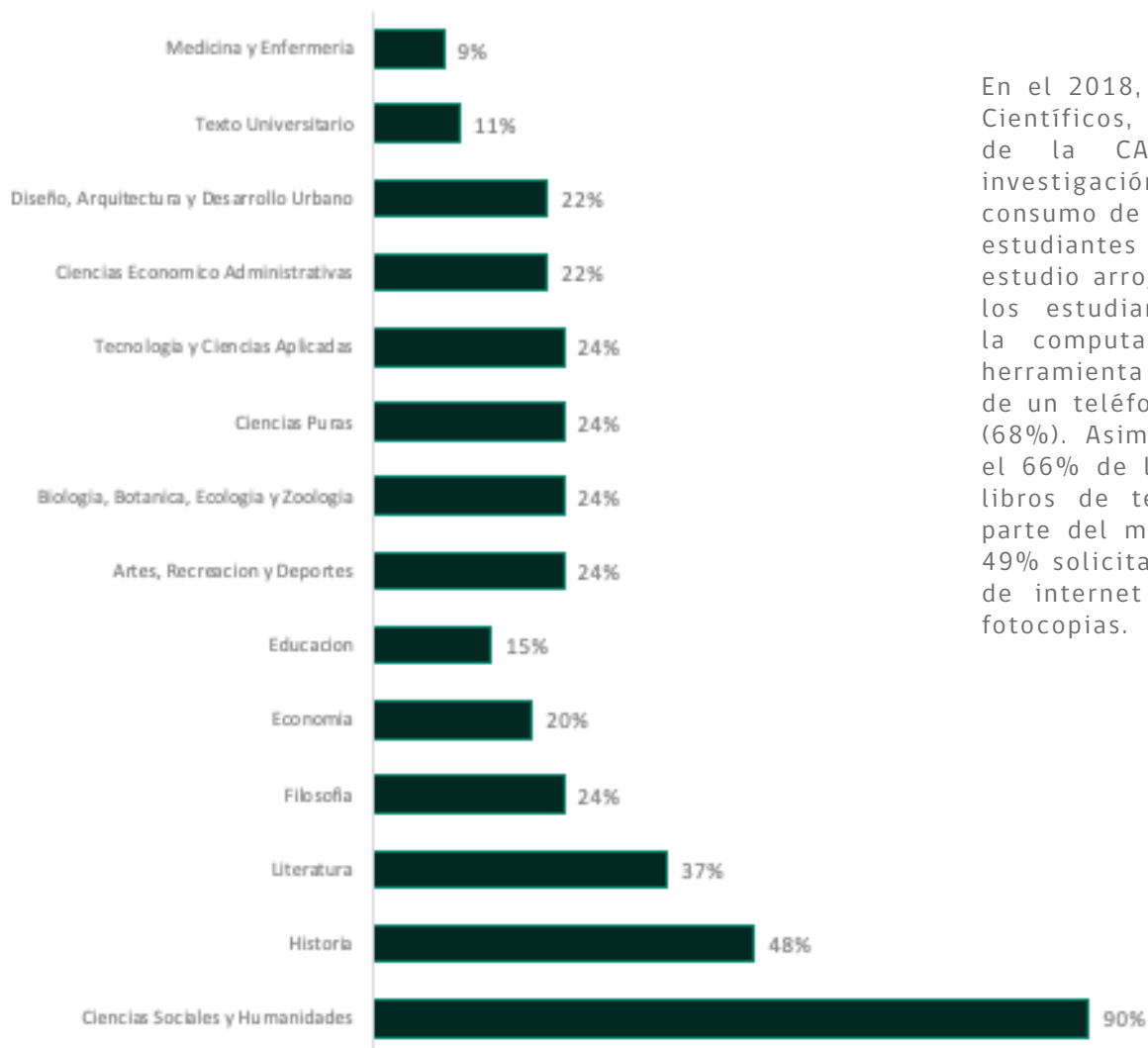
En México el 20% de la producción editorial es generada por las universidades, las cuales además organizan y participan en diversas ferias de libros en el país. Actualmente existe en México la Red de Editoriales Universitarias y Académicas de México (Red Altexto) que es una asociación civil formada por más de 60 sellos editoriales que en conjunto generan el 85% de los libros académicos del país y cuya producción anual es de cuatro mil obras con ISBN.

Entre las principales Editoriales Universitarias en México encontramos:

- El Colegio de México
- Universidad Autónoma de Chapingo
- Universidad Autónoma de Guadalajara
- Universidad Autónoma de México
- Universidad Autónoma Metropolitana
- Universidad de Guadalajara
- Universidad Nacional Autónoma de México
- Tecnológico de Monterrey
- Instituto Politécnico Nacional
- Universidad Iberoamericana

Las universidades que publican más de 100 títulos al año son: El Colegio de México, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad de Guadalajara y la Universidad Nacional Autónoma de México. El contenido publicado normalmente se trata de textos que no fueron solicitados por el editor en función de un proyecto editorial como son: tesis de posgrado, informes de investigación, memorias, apuntes de profesores, manuales, trabajos que provienen de la actividad académica docente o de investigación y que requieren un proceso de edición.

DISCIPLINAS CON MAYOR PORCENTAJE DE PUBLICACIONES DEL SECTOR EDITORIAL UNIVERSITARIO EN MÉXICO



En el 2018, el Comité de Libros Científicos, Técnicos y Médicos de la CANIEM realizó una investigación para conocer el consumo de libros técnicos entre estudiantes universitarios. Este estudio arrojó que la mayoría de los estudiantes (73%) utilizan la computadora portátil como herramienta de estudio, seguido de un teléfono móvil inteligente (68%). Asimismo, identificó que el 66% de los docentes solicita libros de texto impresos como parte del material de apoyo, un 49% solicita información tomada de internet y un 46% solicita fotocopias.

- DESCRIPCIÓN DE TEMÁTICAS DE DEMANDA

Como se ha mencionado anteriormente los libros de educación básica, infantiles y juveniles, así como para la enseñanza de inglés tienen la mayor venta. En cuanto a facturación por temática, los ejemplares de educación básica ocupan el primer lugar con el 41,2%, los cuales contemplan ejemplares de educación básica para mercado abierto como también textos de secundaria para gobierno. El segundo lugar representa el 18,1% y son los textos de enseñanza del idioma inglés tanto para mercado abierto como

para el gobierno por medio del PRONI y como tercer lugar se encuentran los textos infantiles, juveniles y didácticos los cuales representan un 11,7%. Durante 2018 los géneros literarios con mayor venta de ejemplares fueron: Literatura y ficción (7,9%), salud y desarrollo personal (3,5%), libros religiosos (2,5%), economía, finanzas, empresas y gestión (2,1%), y de enseñanza de lenguas (1,8%).

TEMÁTICA	NÚMERO DE EJEMPLARES (MILLONES)
Educación básica	
*Mercado abierto	3.369
*Texto de secundaria para gobierno	991
Infantiles, juveniles y didácticos	
*Mercado abierto	1.054
*Programa de gobierno	179
Enseñanza de lengua inglesa	
Mercado abierto	1.779
PRONI (programa gubernamental)	137
Literatura y ficción	836
Libros religiosos	261
Lenguas	190
Salud y desarrollo personal	337
Estilo de vida	121
Economía, finanzas, empresas y gestión	226
Matemáticas y ciencia	110
Sociedad y ciencias sociales	194
Otros	800
Total	10.584

- PROCESO DE REGISTRO ISBN



El ISBN (International Estandar Book Number), número de identificación único que es usado internacionalmente para la edición específica de cada libro que es publicado se emite por parte de la Agencia Nacional ISBN México. Aplica tanto para obras impresas como digitales. El proceso es:

PERSONA MORAL (EMPRESA EDITORIAL) PRIVADA O PÚBLICA

Requisitos	Tiempo de respuesta	Comentarios
1. ingresar al sistema en línea ISBN, ubicado en www.indautor.gob.mx , con su usuario y contraseña	5 días hábiles	La solicitud de número deberá realizarse cuando se encuentre el libro a máximo una semana de su ingreso a talleres de impresión haciendo de su conocimiento que no hay cancelaciones ni sustituciones de números.
2. Llenar formulario correspondiente		
3. Incluir datos de pago		

PERSONA FÍSICA (AUTOR-EDITOR)

Requisitos	Tiempo de respuesta	Comentarios
1. Original de los formatos ISBN-01 e ISBN-01-A, con firma autógrafa	1.- A través del Sistema en Línea ISBN (solo aplica para usuarios que se encuentren registrados en el Padrón Nacional de Editores): 5 días hábiles	La solicitud de alta en el Padrón Nacional de Editores y número ISBN se realizan conjuntamente, es por ello el trámite debe solicitarse cuando la obra se encuentre a dos semanas previas a la fase de impresión, maquilación o levantamientos en una plataforma.
2. Original del pago de derechos		
3. Copia legible de identificación oficial y vigente del autor-editor	2.- A través de ventanilla o correo postal: 10 días hábiles	
4. Original del pago de derechos en caso de requerir la expedición de la constancia de alta en el Padrón Nacional de Editores (trámite que deberá realizar necesariamente si es la primera vez que solicita un número ISBN).		
5. Original del pago de derechos y en caso de requerir la expedición de la constancia de número ISBN con código de barras.		

EN MÉXICO DURANTE 2018 UN 5% DE LOS ISBN EN PROMEDIO FUERON OTORGADOS A AUTORES-EDITORES.

*Fuente: https://indautor.gob.mx/isbn/usuario_editor.html

4. VENTAS DIGITALES

1,8%

Ventas libros
digitales
México
(2018)

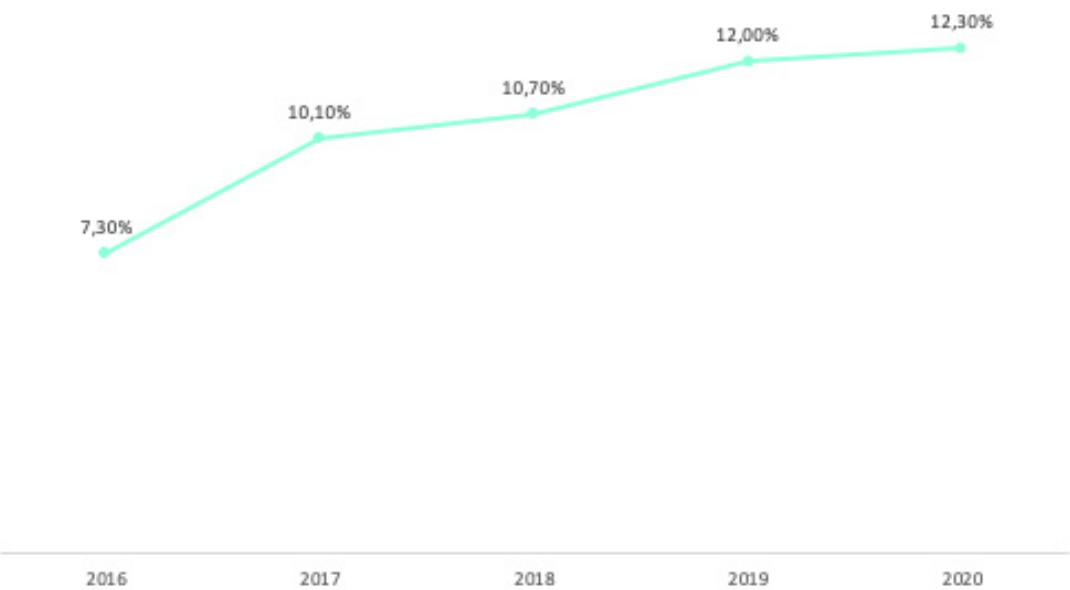
*Fuente: CANIEM

Para poder ser parte de la era tecnológica, los libros, revistas y editoriales han tenido que cambiar sus modelos de negocios incursionando en la creación de contenido en formato digital. Gran porcentaje de la población mexicana ha mostrado mayor interés en los formatos digitales, ya que tienen fácil acceso a ellos mediante su teléfono celular, debido a esto las librerías y editoriales que ofertan contenidos digitales han tenido un crecimiento importante en todo el mundo, ya que con estos formatos se permite el acceso a un sinfín de contenido sin importar autor, lugar de procedencia, idioma o edición, ya que están disponibles a un precio menor comparado con la versión impresa.

De acuerdo a los últimos indicadores de CANIEM, durante 2018 se tuvieron ingresos por MXN\$195,2 millones de pesos (US\$9,8 millones de dólares) por venta de ediciones digitales, lo que equivale a un incremento de 32,7% en comparación con el año anterior. No obstante, aún hay mucho camino que recorrer, ya que las ventas digitales representan únicamente un 1,8% de las ventas en comparación a las ediciones impresas.

Aunque la venta unitaria de e-books y audiolibros en plataformas como Amazon, Apple, Google, entre otras, siguen siendo el principal canal de ventas para las editoriales latinoamericanas, representando un 80% del total de las ventas, las plataformas de suscripción se están volviendo cada año más relevantes para el sector editorial.

PORCENTAJE DE POBLACIÓN LECTORA DE LIBROS EN FORMATO DIGITAL 2016-2020



Los lectores electrónicos en español, de entre 18 y 50 años de edad, leen un promedio de 20 libros al año. Estados Unidos es el país que encabeza el mercado de venta de libros digitales en español, seguido de México, aunque Chile y Colombia son los que más están creciendo en el mercado hispanohablante. El mercado del segmento del libro en formato digital se ha mantenido nueve años en crecimiento a doble dígito.

En 2018, en todo el mercado hispano-parlante, el promedio de crecimiento fue de 10%, del cual México creció el 7%, pero Chile creció el 33% y Colombia, el 24%.

-  Libros en papel en tiendas Físicas **67%**
-  Libros en papel en tiendas online **38%**
-  Libros en formato digital en tiendas online **18%**
-  En suscripción pagada **7%**
-  Audiolibros en internet **7%**
-  Descargar libros desde fuentes gratuitas **15%**
-  Audiolibros en CD **3%**

De acuerdo al estudio que realizó Picodi mediante encuestas sobre el comportamiento de compra de los mexicanos dentro del sector editorial. Los resultados de este estudio arrojan que un 67% prefiere comprar libros en tiendas físicas, mientras que un 18% prefiere el formato digital. Un 15% prefiere descargar libros desde fuentes gratuitas.

\$130 MXN pesos es el promedio de gasto por un libro electrónico.

<30% – 60% es el rango del precio del libro digital por debajo del físico.

12% de las ventas es el ratio entre el libro digital frente al impreso en México.

89% del mercado es dominado por las tres grandes plataformas: Google, Apple y Amazon.

US\$82 millones de dólares el valor del mercado global del libro electrónico.

Junio, julio, agosto, diciembre son los meses que más se lee, período vacacional.

Fuente: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Pormenores-del-mercado-del-libro-electronico-20191205-0068.html>

El gobierno mexicano apoya a los editores privados a través de subsidios y a través de varias iniciativas, aunque esto ha disminuido en los últimos años.

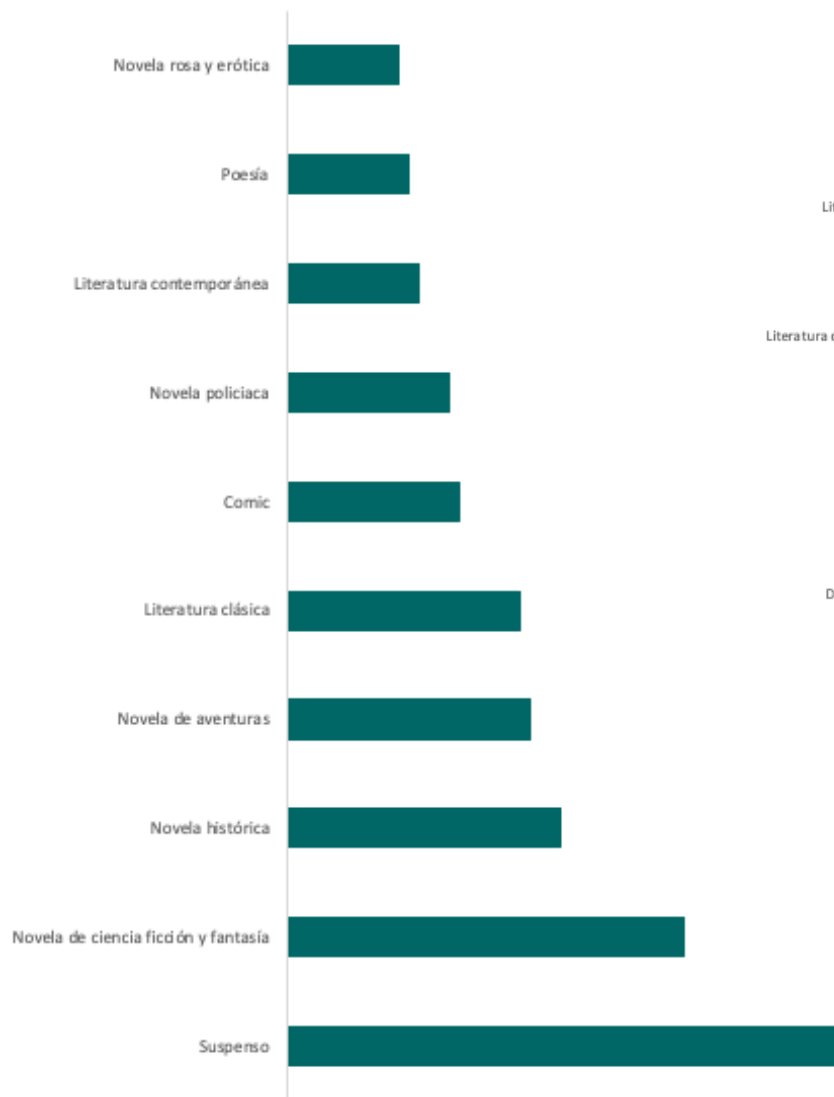
El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) es particularmente activo en el fomento del desarrollo del mercado de libros electrónicos. En 2014 lanzó LibrosMexico www.librosmexico.mx, una plataforma en línea diseñada para aumentar la visibilidad de los títulos mexicanos (tanto en forma impresa como digital). Este enorme catálogo de títulos mexicanos tiene como objetivo simplificar el proceso de adquisición de libros para los lectores, así como poner a disposición documentos históricos en forma digital de forma gratuita.

Esta plataforma es alimentada por los sistemas informáticos y de catalogación de todas las instituciones, personas, corporaciones, empresas públicas y privadas relacionadas con el libro: autores, agencias de derechos, editoriales, importadoras de libros, distribuidoras, librerías, bibliotecas y todo tipo de espacios de lectura.

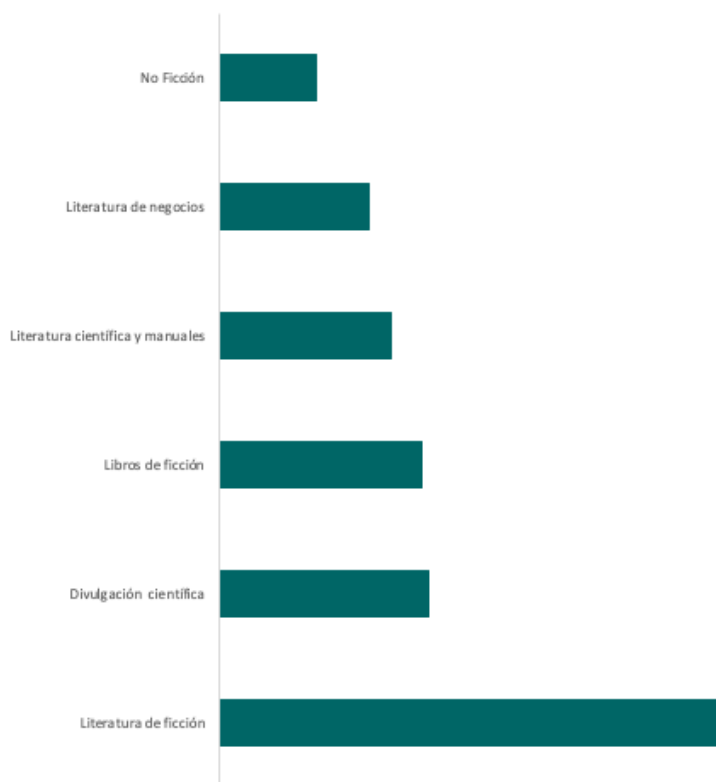
- GÉNEROS MÁS COMERCIALIZADOS VS VENDIDOS

De acuerdo al estudio realizado por la plataforma Picodi reveló datos referentes a los géneros y temáticas más populares en formato digital:

GÉNEROS MÁS POPULARES PARA LECTORES DIGITALES 2019



LIBROS MÁS BUSCADOS POR LECTORES DIGITALES 2019



Fuente: Picodi, 2019.

Desafortunadamente aún no existen cifras en el sector enfocadas al segmento de ventas digitales que permitan conocer más a detalle las tendencias de comercialización y consumo en México.

- LISTA DE PLATAFORMAS DE VENTA EN LÍNEA

Entre las empresas de venta en línea de formatos e-book que registran mayor número de ventas destacan: Kindle de Amazon y Apple Books. A continuación, se muestra un listado de las principales plataformas de venta en línea:

SITIO WEB	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
Amazon.com	Posee un gran catálogo de libros en español y en inglés. Lo mismo tiene libros físicos que electrónicos. En el caso de los libros electrónicos no se requiere adquirir un lector electrónico, se puede usar el celular o la tableta bajando la aplicación de Kindle.
Amazon.com.mx	Es filial mexicana de Amazon y cuenta con la ventaja de que sus libros tienen precio en pesos mexicanos. En ocasiones, se puede evitar el costo que implica la importación. Se pueden recoger algunos envíos en algún punto oficial de Amazon México.
ElSotano.com	Posee el catálogo bibliográfico del El Sótano más libros electrónicos que funcionan con la plataforma TAGUS. No es necesario comprar un lector electrónico.
Gandhi.com	Tiene todo el acervo bibliográfico de las tiendas físicas de Gandhi, así como de un catálogo propio con libros escasos y libros electrónicos.
Fondodeculturaeconomica.com	Posee el acervo bibliográfico y electrónico del FCE, así como algunos libros de otras editoriales.
Casadellibro.com.mx	Posee el respaldo de sus librerías físicas, así como también un catálogo mucho mayor en línea. El costo es en pesos mexicanos, no como su filial española, que sería en euros.
Agapea.com	Posee una gran colección de libros en línea. Hace unos años contaba con una sucursal en México, actualmente sigue haciendo envíos internacionales. También cuenta con libros en formato electrónico. El costo es en euros.
Porrua.com	Tiene el catálogo de la editorial y la librería, así como un acervo electrónico que requiere de la plataforma TAGUS.
Google Play	Aplicación de libros en línea de Google. Posee un gran catálogo y la confiabilidad que ofrece google. Es compatible con el sistema Android.
Elpendulo.com	Cuenta con el respaldo de las librerías físicas de El Péndulo y posee un gran catálogo de libros que sólo ahí se encuentran.
Bookdepository.com	Es un vendedor de libros en línea con sede en el Reino Unido con un amplio catálogo que se ofrece con envío gratuito a más de 160 países
Mixup.com.mx	Es una cadena de tiendas de música en CD y Vinilos, videojuegos, Blu-ray, libros y DVD's en México, que ofrece productos nacionales y de importación.
Laventanalibreria.com	Ofrece una experiencia de compra para todo tipo de lectores, a través de establecimientos accesibles, agradables y prácticos, los cuales cuentan con una amplia variedad de temas.
Educal.com.mx	Entidad paraestatal sectorizada en la Secretaría de Cultura cuyo objetivo es distribuir y comercializar libros y productos culturales.
LibreriaShidalgo.com	Librería que cuenta con un vasto acervo de obras literarias.
Libreriadante.com.mx	Empresa que cuenta con 15 librerías ubicadas en el sur del país. Cuenta con una amplia variedad de obras literarias de temáticas y estilos diversos.
Mercaolibre.com.mx	Empresa argentina dedicada a compras, ventas y pagos por Internet.
Kichink.com	Plataforma que se ocupa de la operación del comercio electrónico de tiendas cobrando una comisión del 7.5% por las ventas realizadas. Tiene una sección de libros.

A RAÍZ DEL CONFINAMIENTO POR COVID-19 EL CONSUMO DEL LIBRO DIGITAL HA VENIDO CRECIENDO ENTRE UN 20 Y 30%, TOMANDO EN CONSIDERACIÓN QUE ESTE MERCADO PARA MÉXICO ES TODAVÍA MUY REDUCIDO. DE ACUERDO AL INFORME BOOKWIRE, 45% DE LAS VENTAS DIGITALES EN AMÉRICA LATINA OCURREN EN MÉXICO, DONDE EL COMERCIO EDITORIAL POR ESTA RUTA SE HA INCREMENTADO ALCANZANDO 29%. NO OBSTANTE, LOS INGRESOS POR LA VÍA DIGITAL NO SUPERAN 12% DE LO QUE SE TENÍA ANTES. COMO PARTE DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA REACTIVAR EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO POST- COVID-19 LA CANIEM PUBLICA EN SU BOLETÍN SEMANAL UNA LISTA DE LIBRERÍAS QUE TIENEN VENTA POR INTERNET. ALGUNAS EDITORIALES Y LIBRERÍAS HAN PODIDO RECONVERTIRSE AL MUNDO DIGITAL DE MANERA INMEDIATA, MIENTRAS QUE LAS MÁS PEQUEÑAS, HAN TENIDO QUE BUSCAR AYUDA DE TERCEROS PARA LA IMPLEMENTACIÓN.

DIRECTORIO DE LIBRERÍAS CON VENTA POR INTERNET (JUNIO 2020)

NOMBRE COMERCIAL	PAGINA ELECTRONICA	COBERTURA	CONDICIONES
Agmex 2000 Librería Deportiva	www.librosdeportivos.com		
Assouline	www.assouline.com		
Cadabra & Books	www.cadabrabooks.com	Nacional	
Cafebreria El Pendulo	www.pendolo.com	Nacional e internacional	Gratis en compras mayores a MXN\$400 / US\$17,8 (solo nacional)
Cinar Editores	www.colofonlibros.com	Nacional	Ofertas por aniversario durante todo 2020
Colofon, S.A. de C.V.	www.colofonlibros.com	Nacional	Ofertas por aniversario durante el resto de 2020
Combel Editorial	www.combeeditorial.com.mx	Nacional	Costo MXN\$40 / US\$1,7 de envío a cualquier parte del país
Correo del Maestro S.A. de C.V. / Club de Lectores	www.clublectores.com	Nacional e internacional	Se puede pagar con tarjetas bancarias o depósitos bancarios. La página tiene la opción de elegir los libros por título, autor, palabra. Los precios están en puntos y los puntos equivalen a pesos de acuerdo con la Ley del Libro que respetan las editoriales
DISEDI / Distribuidora de Ediciones	www.disedi.com.mx		
Editorial Lectorum, S.A. de C.V.	www.lectorum.com.mx	Nacional	Envíos a todo el país con cargo al cliente y descuentos por volumen
Editorial Miguel Ángel Porrúa	www.maporra.com.mx	Nivel nacional e internacional	
Editorial Paidotribo México	www.paidotribo.com.mx		
Editorial Planeta Mexicana	www.editorialplaneta.com.mx		
Editorial Progreso-Grupo Edelvives	www.edelvivesmexico.com	Regional, nacional, internacional	
Editorial Terracota S.A. de C.V.	www.editorialpax.com	Nacional	Todos los destinos, todas las formas de pago
Editorial Trillas	www.etrillas.mx	Nacional e internacional	
El Armario Abierto	www.elarmarioabierto.com		
El Escritorio	www.escriptoriomoderno.com.mx		

NOMBRE COMERCIAL	PAGINA ELECTRONICA	COBERTURA	CONDICIONES
El Kiosko	www.libreriaelkiosko.com		
Fondo de Cultura Económica	www.fondodeculturaeconomica.com		
Gilda Consuelo Salinas Quiñones/Trópico de Escorpio	www.tropicodeescorpio.com	Nacional	Pago por PayPal y envíos por FedEx
Grupo Editorial Neisa	www.neisa.com.mx	Nacional	
Instituto Nacional de Salud Pública	www.spmedicaciones.mx	Nacional e internacional	Costo variable de acuerdo al destino y peso de la obra
La Ventana Librería	www.laventanalibreria.com		
Librería Beityala	www.beityala.com		
Librería Bonilla	www.libreriabonilla.com.mx		
Librería Carlos Fuentes	www.libreriacarlosfuentes.mx	Nacional	
Librería Correo de la UNESCO	www.correounesco.com.mx		
Librería Cristina Mundo Hispano	www.editorialmh.com.mx		
Librería Ditesa	www.libreria-ditesa.com	Local y nacional	Envío gratis en compras mayores a MXN\$600 / US\$26,7
Librería Ediciones Urano México	www.edicionesuranomexico.com		
Librería El Sótano	www.elotano.com	Nacional e internacional	
Librería Emaús	www.libreriaemaus.com.mx		
Librería Erandi	www.libreriaerandi.com.mx		
Librería Española	www.tulibreria.mx		
Librería Fantástico	www.fantasticocomic.com		
Librería Gandhi	www.gandhi.com.mx	Nacional e internacional	Servicio gratis a todo el país / Rappi
Librería IMCP	www.imcp.org.mx		
Librería Impronta	https://impronta.spincommerce.com	Regional, nacional, internacional	Cualquier destino, cualquier forma de pago
Librería Iztaccíhuatl de Monterrey	www.edimsa.com.mx		
Librería La Rueca de Gandhi	www.laruecadegandhi.com		
Librería León	www.librerialeon.com.mx		
Librería Libelli	www.libelli.com.mx	Nacional e internacional	Envío gratis en compras mayores a MXN\$400 / US\$17,8
Librería LibArte de Tejupilco	www.librarte.com.mx	Regional	Envío a domicilio sin costo, en compras mayores a MXN\$300
Librería Maranatha	www.libreriamaranatha.com		
Librería Morelos Grand Plaza Toluca	www.libreriamorelos.com		
Librería Norma Ediciones	www.librerianorma.com		
Librería Nostra Ediciones	www.nostraediciones.com		
Librería Parroquial de Clavería	www.parroquial.com.mx		

Librería Parthenon	www.libreriaparthenon.com.mx		
Librería Porrúa Hermanos y Cía.	www.porrua.com	Nacional e internacional	
Librería Profética	www.profetica.com.mx	Nacional	Gratis en Puebla y Cholula, MXN\$80 / US\$3,5 envío a cualquier parte de la república
Librería Saturno	www.libreriasaturno.com		
Librería Selector	www.selector.com.mx		
Librería Soluciones Bibliográficas	www.solucionesbibliograficas.com		
Librería Tecnilibros	www.tecnilibros.com.mx	Local y nacional	Amazon /via telefónica
Librería Universal	www.libreriauniversal.mx		
Librería Virgo	www.libreriavirgo.com.mx	Nacional, internacional	1. Se aceptan pagos con tarjetas bancarias y PayPal 2. Servicio de pedidos online 3. Ofertas y promociones mensuales 4. Ventas a mayoreo contactar ventas@libreriavirgo.com.mx. 5. Servicio a domicilio en ciudades con sucursal física
Librerías Cuéllar Ayala	www.cuellarayala.com		
Librerías Delti	www.delti.com.mx	Nacional	Entrega en librería y envío a domicilio, formulario de contacto para asesoría, promociones
Librerías Gonvill	www.gonvill.com.mx	Nacional e internacional	MXN\$98 / US\$4,3 nacional / varía el precio en envío internacional
Librerías San Pablo	www.sanpablo.com.mx		Nacional MXN\$89 / US\$3,9 a cualquier parte de la república / Amazon
Libros para Imaginar	www.librosparaimaginar.com.mx	Nacional	Envío a domicilio sin costo en la Ciudad de México a partir de una compra mínima de MXN\$350 / US\$15,5 y envío a domicilio sin costo en la República Mexicana a partir de una compra mínima de MXN\$599 / US\$26,6
Libros, Libros, Libros	www.libroslibrosmexico.com		

NOMBRE COMERCIAL	PAGINA ELECTRONICA	COBERTURA	CONDICIONES
Libros, música y videos	www.librosmusicayvideos.com		
Lóscrito Librerías	www.loscrito.mx		
Manual Moderno	https://tienda.manualmoderno.com	Nacional	Envío gratis a toda la República Mexicana en compras mayores a MXN\$300 / US\$13,3
Marcia Vázquez Sanz	https://alfonsojaviermonarrezrios.blogspot.com	Internacional	
Odessa Librerías	www.odessalibrerias.com.mx		
Proveedora Escolar	www.laproveedora.com	Regional, nacional	PayPal o depósito bancario
RGS Libros	www.rgslibros.com		
Sigi's Lese-Eck	www.sigis.com.mx		
Siglo XXI Editores	www.sigloxxieditores.com.mx	Nacional	25% de descuento y envío gratis a partir de MXN\$600 / US\$26,7
Tienda del Museo Nacional de Antropología Universidad Nacional Autónoma de México	www.tiendadelmuseo.com.mx		
Universidad Nacional Autónoma de México	www.libros.unam.mx	Nacional, internacional	30% de descuento en todas la compras y envío gratis a toda la República Mexicana. La entregas pueden ser demoradas por la contingencia

- REQUISITOS PARA SER PROVEEDORES DE VENTA EN LÍNEA

El comercio electrónico en México continúa creciendo debido a la gran aceptación cultural por parte de los usuarios de internet, que además de seguridad y fiabilidad en las tiendas en línea, toman en cuenta aspectos como tamaño del catálogo de productos, métodos de pago, tiempos de entrega, así como atención y seguimiento al cliente. Según informe de Google las generaciones Z y millennials representan más del 60% de la población mexicana, con una penetración de internet de 83% de la generación Z y 70% de los millennials, impulsando así el crecimiento de la economía digital.

De continuar con esta tendencia al alza en el

+17%

E-commerce
México (2021)

**Fuente: AMI*

comercio electrónico, el negocio de las ventas a través de internet crecerá al menos 17% para el 2021, según Asociación Mexicana de Internet, convirtiendo a México en uno de los mercados con e-commerce más afianzados de América Latina.

Los requisitos para darse de alta como proveedores de venta en línea que piden estas plataformas son similares, aunque cada una de ellas maneja diferentes tipos de tarifas por el uso de la aplicación y distintos porcentajes de comisiones por cada venta. Entre los requisitos generales encontramos los siguientes:

- Todos los libros, revistas, calendarios, etc.; deberán publicarse utilizando el código ISBN de la editorial.
- Todos los productos deben ser nuevos (no se permite la venta de ningún producto usado en esta categoría).
- Todos los productos deben ser originales.
- Los vendedores deben tener dentro del

catálogo de la plataforma más de un artículo disponible, incluyendo variantes y colores, así mismo deberán controlar la calidad de los mismos.

- Todos los datos e imágenes de los listados deben ser aptos para todas las edades y apropiados para exponer ante cualquier comprador (no deben describir o incluir desnudez o contenido pornográfico, obsceno u ofensivo).

Una vez obtenida la autorización, se procede a la presentación de documentación como: nombre del titular de la cuenta e información de contacto, información general de la empresa, datos bancarios y facturas de los productos a comercializar para comprobar su origen legítimo. El vendedor es quien se encarga de crear el listado de los productos que aparecerán en su cuenta, dichos productos serán publicados en páginas de acuerdo a cada plataforma, como Amazon los publicará en Amazon de México, Estados Unidos y Canadá, mientras que Google Play y Apple cuentan con mayor alcance para el usuario. Cada plataforma maneja diferentes montos de inscripción al programa, así como distintos porcentajes de regalías para el autor, la editorial y la plataforma.

	AMAZON STORE	GOOGLE PLAY	IBOOKS DE APPLE
Títulos en español y otros idiomas	✓	✓	✓
Compatible con varias plataformas	Sí, con lector Kindle, Android, iOS, Windows o Mac	Sí, con Android, iOS y PC	Solamente con iPad, iPhone o iPod touch
Ofrece "muestras gratis" de una parte del libro a descargar	✓	✓	✓
Comprar un e-book y leerlo en cualquier dispositivo vinculado	✓	✓	✓
Tiene plataforma de auto publicación para autores independientes	✓	✗	✓
Regalías	entre 35% y 70% + costo de transferencia depende del precio del libro	entre 50% y 55% depende del precio del libro	70%
Formato digital e impreso	✓	Solo digital	Solo digital

- LISTA DE REPRESENTANTES DE EDITORIALES PARA VENTA EN LÍNEA

En México el concepto de representantes editoriales para venta en línea es bastante novedoso, por no decir nulo. Al ser un segmento emergente y de reciente impulso, las opciones son limitadas; algunos más que ser representantes son distribuidores o portales especializados:

- Ink - It (<https://ink-it.ink/>) Empresa especializada en la conversión y distribución de libros digitales y audiolibros, en apoyo a editores de 11 países y con una red de 50 puntos de venta (entre ellos Apple, Amazon y Google).
- Libranda (www.libranda.com) Empresa distribuidora de contenido digital editorial en lengua española. Distribuyen diversos libros digitales, audiolibros y otros formatos multimedia en tiendas, bibliotecas y plataformas de suscripción de todo el mundo.
- E-Libro (www.e-libro.mx) Empresa que distribuye libros, cursos, reservas, colecciones especiales, reportes y otros documentos en línea, en un ambiente que protege las marcas así como los derechos de autor.
- Book.com.mx (www.book.com.mx) Empresa mexicana de mayor crecimiento en la distribución y comercialización de libros impresos de importación. Actualmente ofertan libros de más de 20.000 editoriales de Estados Unidos, Inglaterra, Alemania y España.
- Cadabra & Books (<https://cadabrabooks.com>) Librería online con catálogos extendidos incluyendo libros descatalogados y ejemplares únicos.
- Busca Libre (www.buscalibre.com.mx) librería online con un catálogo de más de cinco millones de títulos.
- Sreetlib (www.streetlib.com) portal editorial que posibilita que autores y editores en México distribuyan digitalmente sus libros en todo el mundo, sin costo alguno por adelantado.

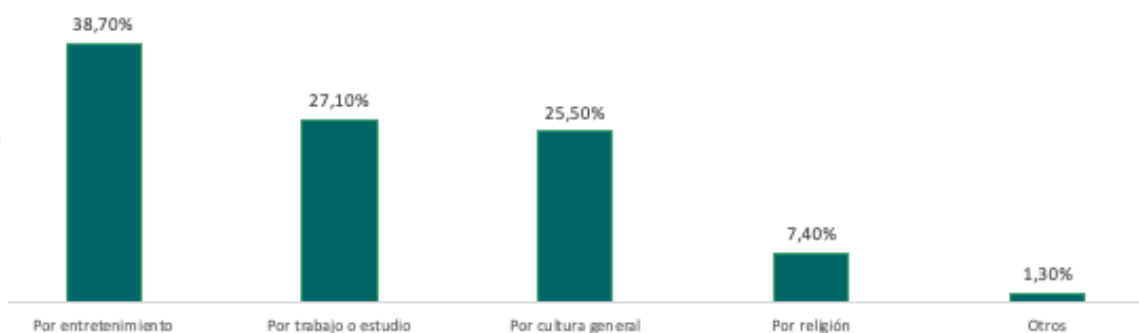
IV. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Durante muchos años la duda sobre qué leen los mexicanos, cuánto leen y por qué lo hacen ha estado vigente. Pero una cosa es preguntarlo y otra es encontrar respuestas totalmente confiables. Si bien antes de la era internet era complejo saber el tamaño del gusto del mexicano por las letras, hoy, con el uso masificado de los múltiples contenidos web y la inmensa ola de conversaciones en las redes sociales, armar estadísticas puntuales y medibles a lo largo del tiempo es una labor pendiente. Lo es porque una buena parte de la población ya no sólo lee en papel, sino que utiliza parte de su tiempo en revisar y leer información entretenida, noticiosa, educativa o chismosa por medios digitales, y todavía no existe un consenso en sostener que lo que se ve en redes sociales o blogs pueda ser considerado seriamente para medir el índice de lectura.

1. CARACTERÍSTICAS

De acuerdo al INEGI de la población de 18 y más años de edad alfabeta, se tiene que, cuatro de cada diez personas, declararon leer al menos un libro en los últimos doce meses cuyo promedio de lectura de este tipo de material fue de 3,4 ejemplares, menor que el de Uruguay, Chile, Argentina, Brasil o Colombia, según el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina. De la población lectora activa, un 43,8% de mujeres leyeron un libro en el último año, en comparación con un 38,1% de hombres. El nivel socioeconómico del lector mexicano es ABC+ (medio, medio alto, alto).

MOTIVACIÓN PARA LECTURA EN MÉXICO 2020



Para los lectores mexicanos activos el entretenimiento fue el principal motivo para la lectura de libros, seguido del trabajo o estudio y por cultura general. La duración promedio de la sesión de lectura es mayor conforme al nivel de escolaridad.

Los temas con mayor porcentaje de lectura en la población lectora activa son: literatura con un 42,3%, seguido de libros profesionales o de uso universitario con 35,5%, libros de autoayuda y superación 27,5%, cultura general 25,7% y otros.

Respecto a la asistencia de la población a establecimientos de venta o préstamo de materiales de lectura, el INEGI indica que los lectores tienen una preferencia por visitar establecimientos para obtener libros como sigue: área de libros y revistas en una tienda departamental (20,5%), seguida de librerías (17,8%), puesto de libros (14,1%) y el de menor frecuencia en una biblioteca (10,4%).

En el caso de los consumidores para libros en formato digital, México tiene un gran reto, puesto que en base a la Encuesta Nacional sobre consumo de medios digitales y lectura que llevó a cabo el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC) en 2015, un gran porcentaje de jóvenes y universitarios busca obtener contenido digital en forma gratuita, y menos de una tercera parte de los encuestados manifestó realizar una compra al adquirir dicho material.

2. INFLUENCIAS Y TENDENCIAS

EN DECISIONES DE COMPRA

En base a entrevistas realizadas a diferentes editoriales en México, nos podemos dar cuenta que las razones para comprar un libro dependen del público lector. Es decir, si el público es culto y lee constantemente, ellos buscan al prestigio del autor y prestigio de las editoriales sin importarles el precio. En cambio, si el público lee solo en ocasiones, ellos buscan la temática, publicidad y, de forma importante, el precio del libro.

De acuerdo a especialistas entrevistados del sector se estima que los lectores promedio consumen un libro principalmente porque se los recomienda un amigo, por decisión propia, porque tiene algún descuento y en menor medida por nominaciones a premios literarios, adaptación de un libro u opiniones de blogueros.

Representantes editoriales destacan la importancia de la contraportada en un libro, ya que es donde el lector lee la sinopsis y decide en gran parte si adquiere el libro o no.

3. PREFERENCIA DE COMPRA

De acuerdo con Nielsen BookScan, (servicio de medición de venta de libros de Nielsen México) la gente que compró libros físicos en el periodo de marzo 2020, los adquirió principalmente de:

- Tiendas multiespecialistas: Amazon, Liverpool, Mixup, Photofolio, Sears y Sanborns.
- Librerías: Book Depository, Librería Dante, Educal, Fondo de Cultura, Gandhi, Librerías Hidalgo, El Péndulo, El Sótano y La Ventana.
- Supermercados: Al Super, Casa Ley, Chedraui, Comercial Mexicana, HEB, Soriana, Walmart y Hemsá

Los establecimientos arriba mencionados representan una cobertura de mercado estimada entre 60 y 70%.

Es importante destacar que en México es muy común que un libro se regale o se preste, por lo que un lector no necesariamente implica una decisión de compra.

4. INCENTIVOS DEL SECTOR PRIVADO

PARA AUMENTAR EL CONSUMO

Las editoriales y librerías están en constante labor para dar mayor visibilidad a sus libros. Además, el creciente aumento de uso de tecnológicas de información e internet, los obliga a lograr un mejor contacto con sus potenciales lectores con la finalidad de lograr una mayor venta de ejemplares.

Una iniciativa es Entrepaginas, de la editorial Penguin Random House, que consiste en recomendar al usuario un libro de forma aleatoria pero personalizado en español mientras navega entre páginas web. De igual forma existen Library Extension y 100 Million Books los cuales te recomiendan un libro. Por este medio, los usuarios pueden personalizar su búsqueda por medio de sus preferencias de lectura y si el libro les interesa, lo pueden leer. Dicha plataforma además brinda libros que podrían ser de interés; y si el libro recomendado le gusta al usuario, se puede comprar la versión digital del libro o el audiolibro por medio de tiendas online (Amazon, Google, Apple, Casa del libro) que enlazan desde la página web de megustaleer.com.



Por otra parte, existen librerías que ofrecen membresías y promociones a sus clientes por medio de tarjetas de beneficios, en donde al ser cliente frecuente te bonifican puntos, ofrecen descuentos a ciertas obras y brindan boletos para eventos especiales. Un ejemplo de ello, es la Librería El Sótano que ofrece una tarjeta de cliente frecuente con el objetivo de premiar a sus clientes. Asimismo, Librerías Gandhi ofrece membresías para poder gozar de descuentos, obtener artículos exclusivos y obtener puntos al realizar una compra.

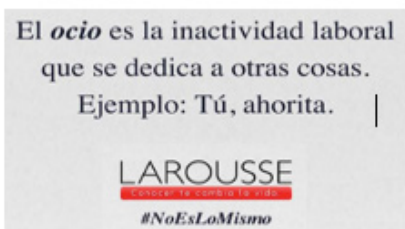
Otra estrategia que están adoptando las editoriales es formar parte de plataformas que se dedican exclusivamente a la venta de libros por internet. Un ejemplo de ello es Scribd, plataforma digital de suscripción de lectura que ofrece acceso ilimitado a libros, audiolibros, artículos periodísticos y de revistas, documentos y más. Scribd está disponible en dispositivos iOS y Android, así como en navegadores web. Aloja a más de 100 millones de lectores mensuales en todo el mundo. Algunas de las editoriales que forman parte de esta comunidad están: Planeta, Grupo Editorial Penguin Random House, Anagrama, Sexto Piso y El Colegio de México.



Otro proyecto que lanzó la editorial Fondo de Cultura Economía es la Librería Móvil, el cual llamó: Librobus. El Librobus es un camión expandible de 6,5 toneladas que se transforma en una librería con un acervo de hasta 4.000 mil ejemplares y con una capacidad para 10 personas. Todo esto en una superficie total de 27 m². La flotilla de Librobus puede llegar a diferentes comunidades y estar presente en eventos culturales en todo el territorio nacional.

El Librobus también ofrece productos culturales como discos, películas, juguetes didácticos y publicaciones periódicas.

Por último y con el creciente aumento de demanda de internet, todas las editoriales y librerías tienen constante presencia en redes sociales para ampliar su mercado. Algunas empresas han lanzado campañas en base a mensajes políticos y sociales y otras a esparcir conocimiento, el uso correo del lenguaje y a promover la lectura. Por ejemplo, Librerías Gandhi, Larousse y la Editorial Trillas presentaron las siguientes campañas:



LOS HÁBITOS DEL LECTOR MEXICANO CAMBIARON POR COVID-19 INCREMENTANDO LA COMPRA EN LÍNEA DE LIBROS IMPRESOS CON ENTREGA A DOMICILIO Y LIBROS EN FORMATO DIGITAL. EDITORES INDEPENDIENTES REPORTAN INCREMENTOS POR ESTE CONDUCTO DE 10, 15 Y 20 POR CIENTO RESPECTO A SUS VENTAS REGULARES, Y ALGUNOS SELLOS HAN ADOPTADO EL LIBRO DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA. NO OBSTANTE, AÚN NO HAY INFORMACIÓN CLARA SOBRE LOS CAMBIOS Y PREFERENCIAS DE LOS LECTORES MEXICANOS ANTE ESTA NUEVA NORMALIDAD.

V. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y ACTORES DEL MERCADO

El sector editorial en México ha enfrentado históricamente el reto de la distribución, sobre todo en las zonas más lejanas del centro del país y el número de librerías es limitado en comparación con otros países. Esta industria tiene su propia idiosincrasia donde conviven grandes editoriales transnacionales con un boyante número de editoriales independientes, ante la escasez de agentes literarios mexicanos y un número limitado de distribuidores.

1. DESCRIPCIÓN DE PROFESIONALES DEL SECTOR

En el sector editorial en México se encuentran los profesionales de la edición los cuales son los que se encargan de la producción de libros; y los profesionales de la difusión de libros, los cuales se encargan de la distribución y comercialización de dicho material. En cuanto a los profesionales de la edición se encuentran dos sectores: el sector gobierno y sector privado. En el sector gubernamental se encuentra:

LA COMISIÓN NACIONAL DE LIBROS DE TEXTO GRATUITOS www.conaliteg.sep.gob.mx

Es el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal que para cada ciclo escolar produce y distribuye de manera gratuita los libros de texto que requieren los estudiantes inscritos en el Sistema Educativo Nacional, así como otros libros y materiales que determine la Secretaría de Educación Pública. Todos los libros que son para educación primaria son producidos por la CONALITEG y todos los libros de texto para educación secundaria son elaborados por el sector editorial privado.

SECRETARÍA DE CULTURA A TRAVÉS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL <https://sic.cultura.gob.mx>

El Sistema de Información Cultural (SIC) es la plataforma de la Secretaría de Cultura que conjunta y ofrece información sobre el patrimonio y los recursos culturales del país, que se encuentran al servicio de la población. El

SIC cuenta con la participación de profesionales de centros de investigación, servidores públicos del sector cultura tanto del gobierno federal como de las entidades federativas y de expertos de diversos organismos nacionales e internacionales. A través de la Red Nacional de Información Cultural (RENIC), los institutos, consejos y secretarías de cultura de las 32 entidades del país, participan de manera activa en la construcción, actualización y mejora permanente de la información.

En el sector privado se encuentran compañías editoriales las cuales son independientes o pertenecientes a un grupo de editoriales transnacionales y las editoriales universitarias. En México, existen en total 411 editoriales distribuidas en todo el país.

Las editoriales en México se dividen en: independientes, transnacionales y universitarias. Una editorial independiente es aquella que es dueña de sí misma. Es decir, que no pertenece a una gran empresa editorial. Una editorial transnacional es aquella que forma parte de una empresa mayor. Por ejemplo, la editorial Santillana agrupa a distintos sellos como Alfaguara, Taurus, Punto de Lectura y Salamandra. Así, Alfaguara depende de Santillana, es decir, no es dueña de sí misma. Caso contrario, la editorial Sexto Piso sólo le responde a la editorial Sexto Piso. Por otra parte, una editorial universitaria es generadora de libros cuyo objetivo es apoyar la enseñanza y fortalecer la labor docente.

ENTRE LAS MÁS IMPORTANTES ASOCIACIONES SE ENCUENTRAN:

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

www.caniem.com/es/content/camara-nacional-de-la-industria-editorial-mexicana

Fundado en 1964, es un organismo gremial que agrupa a editores de libros y publicaciones periódicas. Su función primordial es brindar servicios de gestión y apoyo a sus socios y, paralelamente, a los integrantes de la cadena de valor del libro y las publicaciones periódicas; además, desarrolla un trabajo clave en la promoción y difusión del libro y la lectura, así como en apoyar la libre publicación y circulación de las ideas.

ASOCIACIÓN DE LIBRERÍAS EN MÉXICO

<https://almac.org.mx>

Tiene como misión consolidar, en un solo frente y espacio de convivencia, a la empresa dedicada a la comercialización del libro en sus diferentes formatos, con el fin de señalar y promover la observancia de sus intereses y derechos. Al día de hoy cuenta con 65 afiliados, lo que se traduce en más de 400 puntos de venta.

LIGA DE EDITORIALES INDEPENDIENTES (LEI)

<https://www.facebook.com/leimex/>

Es un colectivo de profesionales del libro abierto a la participación de todas las editoriales independientes radicadas en el país con el objetivo de promover la bibliodiversidad, la pluralidad, la equidad, la libertad de expresión. Busca impulsar acciones colectivas que generen espacios de difusión, exhibición, distribución y venta de sellos independientes. Por lo mismo, se plantea como objetivo vincularse con el canal de venta en general y las librerías independientes en particular para crear sinergias editor-librero.

ASOCIACIÓN DE LIBRERÍAS DE MÉXICO (ALMAC)

www.almac.org.mx

Agrupa a las principales librerías de México, a fin de sumar fortalezas para representar a este gremio.

RED DE LIBRERÍAS INDEPENDIENTES

<http://reli.com.mx>

Actualmente son cincuenta librerías independientes que forman parte de esta red la cual convoca a autores, editores y lectores a festejar el libro y la lectura.

ASOCIACIÓN MEXICANA DE BIBLIOTECARIOS

<http://ambac.org.mx>

Fundada en 1954, realiza cursos y talleres de actualización, reuniones ordinarias, asambleas de asociados y las Jornadas Mexicanas de Biblioteconomía, que son espacios para la exposición, discusión y análisis de asuntos relacionados con las bibliotecas y las ciencias de la información.

SOCIEDAD GENERAL DE ESCRITORES DE MÉXICO

www.sogem.org

SOGEM fue creada en 1976, al fusionarse la Sociedad de Escritores de Cine, Radio y Televisión con la Sociedad de Autores Mexicanos que afiliaba escritores escénicos y literarios, por lo que quedó constituida por cinco ramas de actividad literaria creativa: televisión, cine, radio, teatro y literatura.

RED ALTEXTO - EDITORIALES UNIVERSITARIAS Y ACADÉMICAS DE MÉXICO

<https://altexto.mx/qui%C3%A9nes-somos>

La Red Altexto fue de 2006 a 2020 una red de trabajo formada por los representantes de las instituciones de educación superior afiliadas a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior en México (ANUIES) y con actividad editorial. Actualmente, la Red Nacional Altexto es una asociación civil conformada por más de cincuenta sellos editoriales de todo el país. Entre sus actividades está promover y apoyar las actividades que realizan las áreas editoriales, así como representarlas ante organismos similares nacionales e internacionales; además, apoya la distribución y comercialización de las obras publicadas, facilita la participación de las instituciones afiliadas en ferias del libro nacionales y extranjeras, y fomenta la coedición entre sus integrantes y con otras instituciones.

Existen, además:

- Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas (CANAGAF) **www.canagraf.mx**
- Asociación Mexicana de Ilustradores (AMDÍ) **www.amdilustradores.org**
- Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI)
- Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM) **www.sacm.org.mx**
- Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor, Sociedad de Gestión Colectiva (CeMPro) **www.cempro.org.mx**

2. LIBRERÍAS Y DISTRIBUCIÓN EN MÉXICO

2.795

Librerías México
(2019)

*Fuente: INEGI

En cuanto a los profesionales de la difusión de libros, se encuentran las Librerías, las cuales se encargan de distribuir dicho material en la república mexicana. Según datos del Sistema de Información Cultural, en México existen aproximadamente 2.795 librerías distribuidas en todo el país. Según los datos del INEGI, la media en el país es una librería por cada 45.000 personas, un número muy reducido en comparación con otros países.

El gran porcentaje de librerías son tradicionales (60%), seguido de librerías editoriales (20%) y en menor medida librerías universitarias, librerías-papelerías y cadenas de consumos culturales. Una tercera parte de las librerías de México son pequeños lugares con menos de 50 metros de área de exhibición. La Ciudad de México sobresale como el lugar con mayor concentración de librerías seguido por los estados de Jalisco, Estado de México, Nuevo León, Puebla, Veracruz y Baja California.

Entre las principales librerías encontramos:

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA: Cuenta con 117 librerías distribuidas en todo México y 12 librerías ubicadas en el extranjero (Argentina, Colombia, España, Ecuador, Perú, Estados Unidos, Chile y Guatemala).

LIBRERÍAS GANDHI: Cuenta con 44 librerías (21 en la Ciudad de México y 23 en el interior de la República. Además, Librerías Gandhi cuenta con kioscos en Palacio de Hierro y Walmart Supercenters.

LIBRERÍAS PORRÚA: Tiene más de 60 librerías ubicadas en diferentes estados del territorio nacional.

LIBRERÍAS GONVILL: Cuenta con una cadena de 31 librerías en la zona Centro - Norte del país.

También existen otras librerías que no cuentan con gran cantidad de puntos de venta; sin embargo, son importantes en términos de ventas, como son: El Sótano, la cual cuenta con 11 sucursales ubicadas en Ciudad de México, Estado de México, Querétaro, Jalisco y Guanajuato. La Casa del Libro cuenta con 13 sucursales localizadas en el Estado y Ciudad de México. El Péndulo cuenta ahora con siete sucursales, todas dentro de la Ciudad de México.

SANBORNS - en 2019, la cadena de librerías con mayores puntos de venta en el país fue Sanborns, tienda departamental propiedad de Carlos Slim, con 170 puntos de venta; lo cual pone de manifiesto que las tiendas departamentales y de autoservicio contribuyen a la compra de libros.

NUMERALIA LIBRERÍAS EN MÉXICO

\$130 MXN pesos / US\$5,8 es el promedio de gasto por un libro electrónico.

43% son matrices el resto son sucursales.

+30% de los puntos de venta están en CDMX, seguido de los estados de Jalisco y de México.

62% son librerías tradicionales, 19% librerías editoriales y 7% librerías universitarias.

33% librerías pequeñas con menos de 50 metros de espacio.

55% de los puntos tiene un fondo de tipo general, 25% exhibe un fondo especializado

**Fuente: CANIEM, Resumen estadístico de puntos de venta del libro, Coordinación de Información estadística de México 2014.*

Existe la asociación de librerías independientes (RELI), que agrupa a 35 librerías de barrio e independientes, con el objetivo de promover de forma conjunta su catálogo. Han desarrollado una plataforma online para la venta de más de 80.000 títulos disponibles para entrega a domicilio. www.libreriasindependientes.com.mx

3. DIAGRAMAS DE FLUJO EN CANALES SELECCIONADOS

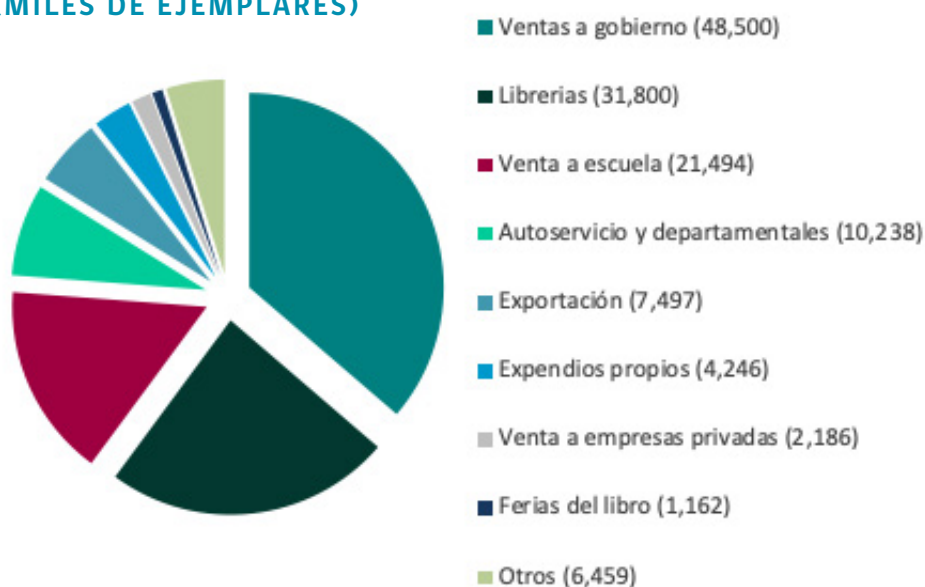
El sector editorial en México tiene características particulares, que lo hacen único y poco comparable a otros mercados Latinoamericanos, tanto por su número de habitantes y dimensión geográfica, como por la convivencia entre editoriales transnacionales implantadas en el país con un creciente número de editoriales independientes. Los profesionales del sector encuentran opciones limitadas para la publicación y comercialización de sus obras, sin incluir los retos de la distribución.

En 2018 el canal de venta a gobierno se mantuvo como el principal para el sector privado, con la compra de 36% de los ejemplares, un incremento del 11,5% en comparación con 2017. Las librerías se mantienen en segundo lugar de venta, comercializando el 24% aunque presentaron una reducción de 1,2 millones de ejemplares. El canal de escuelas representó una venta del 16% del total, aunque registró un volumen menor de dos millones de ejemplares en comparación a 2017.

La gran dependencia del sector editorial lo deja vulnerable a cambio de programas y recortes presupuestarios de gobierno.

Los agentes literarios mexicanos son prácticamente inexistentes. De hecho, la mayoría de los autores mexicanos que tienen un agente tienen un agente español o incluso británico o estadounidense. Por lo tanto, el papel de los agentes literarios para las editoriales es importante como en cualquier otro mercado editorial del mundo, pero ninguno de los agentes con los que se ocupan las casas mexicanas es mexicano, siempre son internacionales.

CANALES DE COMERCIALIZACION 2018 (MILES DE EJEMPLARES)



Fuente: Indicadores CANIEM, 2018.

En México hasta ahora es limitado el número de agencias literarias, sí hay agentes mexicanos, pero no están en el país. Algunas agencias literarias en el país son:

- Agencia VF Agencia Literaria fue la primera agencia establecida y representa a autores y periodistas de México, Latinoamérica y España.
- www.vfagencialiteraria.com
- Agencia Literaria Mexicana, ofrece servicios de evaluación, promoción, enlace, gestión, contratación y difusión de manuscritos con casas editoriales. Representación de agencias literarias internacionales.
- Base Tres, ofrece servicios editoriales, coordinación de eventos en la industria del libro, internacionalización de editoriales y servicios de agencia literaria y proyectos editoriales. www.base-tres.com
- Meigas, Agencia Literaria www.meigas.com.mx

En la cadena de suministro del libro, el distribuidor es el que está entre el editor y el librero. Es la empresa que acerca los libros a la librería y la que se encarga de devolver los ejemplares no vendidos a la editorial.

En general, en los países latinoamericanos no hay presencia de distribuidoras fuertes consolidadas, principalmente por el tamaño de los mercados. Las grandes dificultades de la distribución de libros se relacionan con la extensa geografía, la concentración de la comercialización en las grandes urbes, la carencia de librerías y la escasa demanda debido a unos bajos ingresos per cápita y una población con unos hábitos de lectura muy débiles. Al principio, eran las propias librerías las que se encargaban de importar libros para su propio abastecimiento y para distribuir en otros puntos de venta, principalmente en países con una industria editorial menos desarrollada. También era común que fuesen las principales editoriales las que se dedicasen a la distribución de sus fondos y, en algunos casos, de los de otras editoriales.

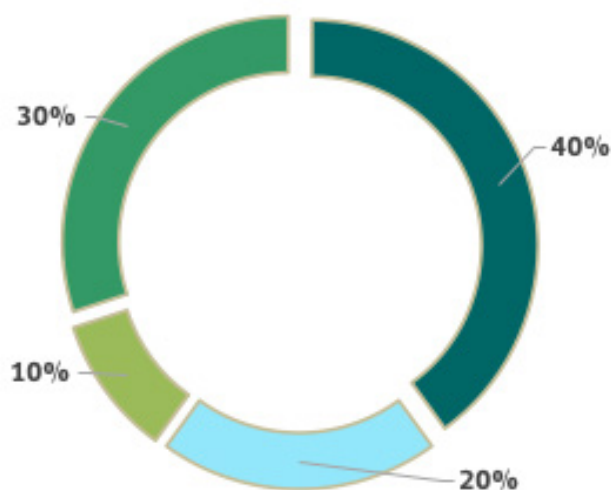
EDITORIAL

Agentes Literarios
Distribuidores
Librerías

Las editoriales tienen un papel preponderante en México en toda la cadena desde la producción, comercialización, importación y venta de libros, tanto al público como a gobierno. Las casas editoriales llevan a cabo un contrato con el autor para los pagos de regalías y los

derechos de la obra. Se incluye además diseño editorial y arte en forro, registro de obra, y producción.

MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas.

■ Punto de Venta ■ Distribuidor ■ Autor ■ Editorial

Se estima que los márgenes de distribución para cada canal son: 40% para el punto de venta, 20% para el distribuidor (que puede ser la editorial misma) y el resto para la editorial; de ahí se desprende el porcentaje para el autor, que recibe entre 8 y 10%.

En el caso de libros vendidos por medio de plataformas digitales, las regalías pueden subir de un 50 hasta 70%.

Para aquellos autores chilenos interesados en conocer el diagrama de flujo para que una editorial en México lleve a cabo la publicación de su obra se puede consultar

https://www.fondodeculturaeconomica.com/subdirectorios_site/Normateca/FCE-GEC.02.pdf

4. ESTRATEGIA COMERCIAL DE PRECIO, PROVEEDORES Y MARCAS

La industria editorial en México se encuentra estancada, sin claros niveles de crecimiento.

Según el INEGI, en 2015 de cada 100 personas mayores de edad 50 declararon haber leído al menos un libro. En 2018, esta cifra bajó a 45. Estos factores influyen mucho en poder utilizar una estrategia de precio, recordando así que el precio es la única variable de mercadeo que terminara ofreciendo ingresos a las editoriales.

En el mundo editorial no es común encontrar marcas, en este sector se le da más importancia al prestigio de la editorial, así que para tener éxito en el mercado es importante que la editorial cuente con una imagen consolidada. Los autores muchas veces deciden trabajar con editoriales de mayor reconocimiento porque de esa forma pueden lograr éxito en el mercado. Sin embargo, hablando de marcas, la imagen de marca importa aún más si pensamos en los lectores más jóvenes, que tienen una mayor relación con el concepto marca, en todo lo que atañe a sus preferencias de gustos y compras.

De acuerdo a la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, en sus artículos 22, 23, 24, 25, 26, 27 se menciona el concepto de precio único de venta, que menciona entre otros puntos:

- El editor o importador fijará libremente el precio de venta al público, que registrará como precio único.
- 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.
- Los vendedores de libros al consumidor final deben aplicar el precio único de venta al público sin ninguna variación, excepto 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.
- El precio único, no se aplica a las compras que, para sus propios fines, excluyendo la reventa, hagan el Estado, las bibliotecas que ofrezcan atención al público o préstamo, los establecimientos de enseñanza y de formación profesional o de investigación.

PRECIO UNICO

Nivel nacional Descuento+18 meses

La política del precio único no consiste en que todos los libros cuesten lo mismo, sino que un libro tenga el mismo precio de venta al público en cualquier parte del territorio nacional. Esto significa el fin a la competencia desleal e igualdad entre las librerías pequeñas con las librerías

más grandes; puesto que da fin a las grandes rebajas de las librerías transnacionales y al mismo tiempo a las librerías pequeñas les permite mantenerse en el mercado. En abril de 2019 se turnó un proyecto de reforma para extender la vigencia del precio única hasta 36 meses, cuyo análisis sigue pendiente en el Congreso.

En la búsqueda por recortar los costos de producción y aumentar la rentabilidad general de la industria, los administradores de los grandes grupos editoriales no llegan a vincularse con el librero. Anteriormente se tomaba en cuenta el costo externo para determinar el precio de un libro; es decir: el costo del papel, la impresión, la corrección, la traducción, las regalías al autor, etc. Luego se multiplicaba ese costo por un factor de ganancia. Hoy se integran a la fórmula cálculos de posibles pérdidas —si el libro no se vende, si los volúmenes son robados en librerías o distribuidos de forma ilegal, de modo que ahora las firmas editoriales definen un precio nueve o diez veces mayor al costo de producción.

US\$9,4

Precio promedio Libro (2020)

*Fuente: CANIEM

De acuerdo a reportes de la firma consultora Nielsen, el precio promedio general de venta al público en México es de MXN\$212 pesos (US\$9,4 dólares). Los libros de cocina, salud, autoayuda y ediciones de carácter divulgativo tienen un precio de venta al público de MXN\$207 pesos (US\$9,2 dólares). Por otra parte, las

ediciones de no ficción, científico y técnico para adulto tienen un precio promedio de MXN\$268 pesos (US\$11,9 dólares). Las ediciones de ficción para adulto tienen un precio promedio de MXN\$255 pesos (US\$11,3 dólares).

En comparación, de acuerdo al estudio de 2018 de la Asociación de Editores de Chile, se concluyó que un libro producido en Chile cuesta \$11.139 CLP (\$313,50 MXP).

Es importante destacar que el 23,5% de los ejemplares vendidos, así como 21,5% de la facturación se generó con sólo 500 títulos distintos (best-sellers). La política de precios para los libros electrónicos vuelve a los best-sellers el único producto económicamente viable y deja de lado a las ediciones más "riesgosas" y a las pequeñas editoriales independientes. Esto genera una evidente concentración de los títulos que, además, no corresponde a los intereses locales de los lectores.

5. PROCESOS PARA LA IMPORTACIÓN DEL LIBRO FÍSICO, DIGITAL, COEDICIÓN Y VENTA DE DERECHOS

En México un porcentaje muy alto de las editoriales que importan libros lo hacen de forma directa a fin de reducir costos. Si una librería oferta libros importados, es posible que lleve a cabo los procesos de importación una vez que se haya hecho la compra por parte del cliente final. Por ejemplo, en el caso de Librerías Gandhi los productos con la etiqueta "importados" son enviados a México desde Estados Unidos, y el envío puede llevar de 15 a 20 días naturales.

En México durante 2018, la coedición creció un 34,2% en comparación con el 2017, no obstante, la coedición representa únicamente el 6,2% del valor de la producción editorial en México. La coedición es un convenio que favorece poco al autor. Por principio de cuentas, éste debe pagar una cantidad equivalente a comprar 500 o 600 ejemplares de su obra a precio mayorista, que le son entregados tiempo después, mientras el coeditor conserva otros 500 o 400 para comercializarlos por su cuenta sin pago de regalías. Además, es común que el coeditor se reserve el derecho, que no la obligación, de reimprimir hasta 100 mil ejemplares, por los que solamente cubrirá el pago de regalías correspondiente. Lo que sucede a final de cuentas es que el autor conserva una cantidad grande de ejemplares cuya venta le resulta improbable y el coeditor queda en posición de generar una ganancia alta sin haber tomado ningún riesgo en caso de que la obra sea aceptada por el gran público. Los esfuerzos del autor por promover su obra terminan beneficiando a un tercero y limitando la capacidad del autor de pactar con un nuevo editor aun cuando la obra haya funcionado en el mercado, porque el coeditor tendrá derecho de vender la obra paralelamente hasta agotar la cuota pactada

en el contrato original.

Cabe destacar que la Secretaría de Cultura contaba con un programa de coediciones que

convocaba de manera anual a las editoriales mexicanas y a las personas físicas con actividad

empresarial en el ramo editorial a participar en la publicación de obras de autores mexicanos y extranjeros, en la modalidad de coedición, pero dicho programa fue sustituido en 2019.

Para la venta de derechos de una obra, usualmente se debe poner en contacto con el autor para saber si los derechos son suyos o de la editorial. Si son del autor se puede negociar la venta o cesión de los derechos directamente. Si los posee la editorial ésta no los venderá, pero sí podrá cederlos para poder realizar la adaptación por un porcentaje, y es importante revisar que no se hayan asignado esos derechos previamente a otra editorial o productora.

Un editor deberá negociar con el agente del autor o directamente con él, si es un editor extranjero lo más común es ponerse en contacto con la editorial que haya publicado el libro originalmente.

En cuanto a los derechos de autor, lo común es que se establezca un adelanto económico que cubre los primeros derechos de autor generados por la adaptación. El adelanto se paga: un tercio al autor cuando acceda a vender los derechos del libro, otro tercio cuando haga llegar el manuscrito y un tercio cuando la traducción se publique o salga la adaptación. Los derechos acostumbra a ser un porcentaje de su precio de venta neto, por lo común un 15%. El último paso consiste en negociar los detalles: los formatos de publicación (libro electrónico, libro de bolsillo, libros de tapa dura, entre otros), el titular de los derechos de autor (el autor o la editorial), la duración de la licencia, los derechos adicionales (una nueva autorización para otra área geográfica), etc.

6,2%

Coedición México
(2018)

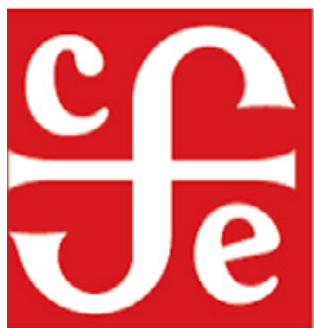
*Fuente: CANIEM

VI. BENCHMARKING Y TENDENCIAS

El predominio histórico del Estado ha impedido sistemáticamente el desarrollo de un sector editorial nacional sólido. La consecuencia de ello es que las empresas extranjeras dominan hoy el mercado editorial privado. Cinco grandes editoriales controlan el 70% del mercado editorial a nivel global. A su vez, estas empresas pertenecen a grandes conglomerados corporativos. Penguin Random House, parte del grupo Bertelsmann, por ejemplo, posee más de 250 sellos y marcas editoriales; entre ellas, Alfaguara.

1. PRINCIPALES EDITORIALES

EN EL MERCADO



En México se contabilizan 411 editoriales, de las cuales, las grandes compañías abarcan toda la cadena del sector incluyendo la edición, producción y distribución.

La editorial mexicana más importante, tanto por su historia como por su presencia en el sector, es el Fondo de Cultura Económica (FCE). El Fondo fue fundado en 1934 y es un grupo editorial en lengua española, asentado en México, con presencia en todo el orbe hispanoamericano, sin fines de lucro y sostenido parcialmente por el Estado. El Fondo ha publicado más de 10 mil obras, de las cuales cerca de 5.000 se mantienen en circulación, y cuenta con un catálogo electrónico de más de 2.000 títulos. Cuentas con 8 filiales en el extranjero (Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, Guatemala y Perú). En México cuenta con 115 librerías.

De acuerdo con diversas fuentes y publicaciones especializadas del sector consultadas, se considera que entre las principales editoriales independientes en el mercado mexicano están: Ambar Cooperativa, Alias, Ediciones Acapulco, Ediciones Antilope, Ediciones Impresas y Digitales Del Rio, Festina Publicaciones, La Dïéresis, Sur+, Textofilia Ediciones, Tumbona Ediciones.

Las editoriales más grandes con presencia en México incluyen:

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| • Fondo de Cultura Económica | • AM Editores |
| • Alfaguara | • Amate Editorial |
| • Almadia | • Caligrama Editores |
| • Sexto Piso | • Editorial CIDCLI |
| • Aldus | • Editorial de Otro Tipo |
| • Alias | • Editorial el Dragon Rojo |
| • Solar | • Editorial Lectorum |
| • Escritores Mexicanos Unidos | • Editorial Praxis |
| • Bonobos Editores | • Editorial Santillana México |
| • La Diéresis | • Editorial Terracota |
| • Ediciones Acapulco | • Factoria Ediciones |
| • Ediciones El Naranjo | • Ficticia Editorial |
| • Ediciones Sin Nombre | • La Tinta del Silencio |
| • Taller Ditoria | • Nostra Ediciones |
| • Trilce Ediciones | • Siglo XXI editores |
| • Ediciones Era | • Tumbona Ediciones |
| | • Editorial Porrua |

Estas editoriales aprovechan la cercanía con el cliente y el mercado, y fortalecen relaciones comerciales con distintos canales de distribución como son gobierno, librerías y tiendas retail.

Finalmente, aquellas editoriales transnacionales con presencia en México destacan:

- Ediciones MacMillan www.macmillan.com.mx
- Editorial Océano www.oceano.com.mx
- Penguin Random House www.penguinrandomhouse.com
- Santillana www.santillana.com.mx
- McGraw Hill Interamericana Editores www.mheducation.com
- Oxford University Press <https://global.oup.com/méxico/?cc=mx&lang=es>
- Richmond Publishing www.richmond.com.mx
- Pearson Educación www.pearsoneducacion.net/MX/

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 <https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=editorial>

2. ATRIBUTOS DE DIFERENCIACIÓN

DE PRODUCTOS EN EL MERCADO

En el mercado editorial cada libro es único, esto se deriva a que cada autor deja su esencia en cada arte literario, cada contenido es único a excepción de algunas obras de consulta llámese diccionarios, enciclopedias, manuales. Es por ello que cada editorial cuenta con cierta particularidad en base al contenido de sus libros y particularidad de sus temas. Algunos de los rasgos que pueden marcar esa diferenciación de productos en el mercado son: calidad de texto, contenido de calidad, que la editorial tenga acercamiento muy directo con el autor, que los autores generen atracción a la cultura y sean originales, calidad en edición, contar con dictaminadores de calidad, entre otros. Otras editoriales mencionan que es importante que el autor tenga acercamiento con el público por medio de charlas.

Por otra parte, aquellas editoriales cuyo cliente y enfoque principal son las ventas gubernamentales o de grandes volúmenes tienen como prioridad mantener costos reducidos en todo el proceso de producción editorial. En algunos casos han vuelto sus ojos a países asiáticos para disminuir costos de impresión, o bien adquirir insumos para impresión local.

En caso contrario, cuando se comercializan libros más especializados, con producción y diseño más detallado, y en volúmenes menores, el precio no es un factor determinante. Estos ejemplares se destinan en muchos casos a nichos de mercado específicos, comercializados a través de librerías especializadas.

Las editoriales independientes representan una buena oportunidad para incursionar en el mercado mexicano, puesto que tienen una mayor apertura para publicar a nuevos autores, así como ofrecen una atención más especializada a las obras de su catálogo, incluso prevaleciendo la calidad de contenido, más que cantidad de títulos.

3. PRECIOS DE REFERENCIA DE PRODUCTO CHILENO Y COMPETIDORES EN EL MERCADOZ

En México, a nivel interno, prevalece la idea de que el libro es un objeto oneroso; si bien es cierto que los libros en México son más caros que en otros países como Estados Unidos o España, resultado de elevados costos de producción por tirajes más reducidos, hay mucho de mito en la sentencia de que la gente no lee porque los libros son muy caros. En este sentido se compararon los precios de obras similares en Chile y México, aunque dadas las diferencias en ingreso per cápita, la cantidad de población, los subsidios particulares y la circulación de libros, no es fácil hacer una comparación totalmente justa del precio entre países

TABLA COMPARATIVA POR GENERO (2020)

GÉNERO	CHILE	MÉXICO
Poesía	\$4.000-\$29.900 CLP (\$112,70 - \$842,50 MXN)	\$22-\$773 MXN (\$781-\$27.442 CLP)
Infantiles	\$3.135-31.730 CLP (\$88,30 - \$894 MXN)	\$49-\$400 MXN (\$1.740-\$14.200 CLP)
Ensayos y Biografías	\$3.000-\$33.070 CLP (\$54,50-\$931,75 MXN)	\$149-\$575 MXN (\$5.290-\$20.412 CLP)

Se llevó a cabo una comparación entre los precios públicos ofrecidos por diferentes librerías en México y Chile de obras similares con los siguientes resultados:



DON QUIJOTE DE LA MANCHA, MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP
Feria Chilena del Libro	18.000,00 CLP	\$507,04	Librería Carlos Fuentes	\$150,00
www.feriachilenadellibro.cl			www.libreriacarlosfuentes.mx	
Librería Catalonia	4.900,00 CLP	\$138,03	Librería El Librero Larousse	\$355,00
www.libreriacatalonia.cl			www.ellibrero.com	



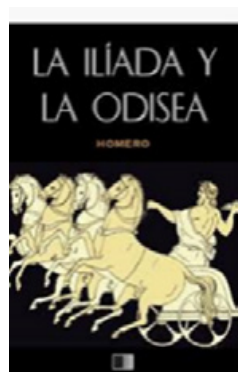
EL PRINCIPITO, ANTOINE DE SAINT-EXUPERY

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP
Punto&Coma	7.500,00 CLP	\$211,27	Librería Porrúa	\$290,00
www.puntoycomalibros.com			www.porrua.mx	
Librería La Chilena	5.000,00 CLP	\$140,85	Librería Gonvill	\$109,00
www.lachilenalibros.cl			www.gonvill.com.mx	



CIENT AÑOS DE SOLEDAD, GABRIEL GARCÍA MARQUEZ

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP
Feria Chilena del Libro	22.000,00 CLP	\$619,72	Librería El Pendulo	\$388,00
www.feriachilenadellibro.cl			www.pendulo.com	
Librería Antártica	22.000,00 CLP	\$619,72	Librería Porrúa	\$388,00
www.antartica.cl			www.porrua.mx	



LA ILIADA Y LA ODISEA, HOMERO

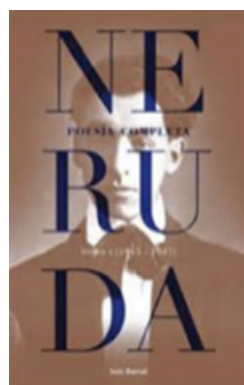
CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP
Punto&Coma	12.768,00 CLP	\$359,66	Librería el Sótano	\$187,50
www.puntoycomalibros.com			www.elsotano.com	
Librería Antártica	22.000,00 CLP	\$619,72	Librería Gonvill	\$172,50
www.antartica.cl			www.gonvill.com.mx	



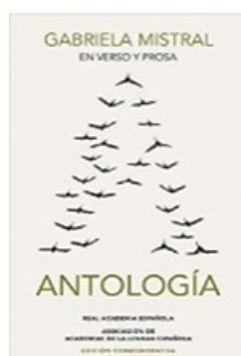
EL ARTE DE AMAR, ERICH FROMM				
CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP
Feria Chilena del Libro			Librería el Sótano	
www.feriachilenadellibro.cl			www.elsotano.com	
Rústico	16.500,00 CLP	\$464,79	Rústico	\$119,20
			Pasta Dura	\$309,00

En general se puede observar que los precios al público son más elevados en Chile que en México. Cabe señalar que en México los libros tienen una tasa cero de IVA.

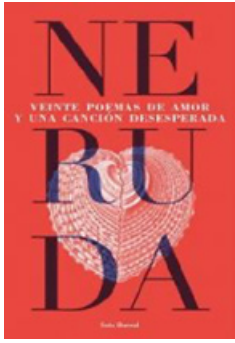
Específicamente hablando de autores chilenos, se detectó que, si no son autores como Pablo Neruda, Gabriela Mistral, o Isabel Allende, las opciones se limitan a formato digital y no impreso. A continuación, se presenta un comparativo de precios de ediciones impresas, mencionando que no fue posible identificar el país de impresión de la obra.



POESÍA COMPLETA NERUDA 1915-1947 TOMO1, PABLO NERUDA				
CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP
Feria Chilena del Libro	20.000,00 CLP	\$563,38	Librería Gandhi	\$398,00
www.feriachilenadellibro.cl			www.gandhi.com.mx	
Librería Antártica	20.000,00 CLP	\$563,38	Librería el Sótano	\$398,00
www.antartica.cl			www.elsotano.com	



ANTOLOGÍA EDICIÓN CONMEMORATIVA, GABRIELA MISTRAL					
CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Antártica Libros	15.000 CLP	\$422,50	Amazon México	\$387,87	R.A.E
www.antartica.cl			www.amazon.com.mx		
Librería Contrapunto	15.000 CLP	\$422,50	El Péndulo	\$409,00	Alfaguara
www.contrapunto.cl			www.pendolo.com		



VEINTE POEMAS DE AMOR Y UNA CANCIÓN DESESPERADA, PABLO NERUDA

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Feria del Libro Chilena	8.000 CLP	\$225,35	Librerías El Sótano	\$380,00	Navona
www.feriachilenadellibro.cl			www.elsotano.com		
Librería Contrapunto	7.500 CLP	\$211,25	Librerías Gandhi	\$380,00	Navona
www.contrapunto.cl			www.gandhi.com.mx		



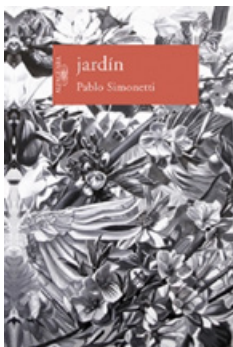
EL PLAN INFINITO, ISABEL ALLENDE

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Antártica Libros	7.000 CLP	\$197,20	Librerías Gandhi	\$325,00	Plaza & Janes Editores
www.antartica.cl			www.gandhi.com.mx		
Punto y Coma Librería	11.000 CLP	\$309,85	El Péndulo	\$309,00	De Bolsillo
www.puntoycomalibros.com			www.pendolo.com		



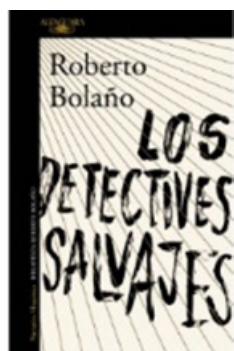
EL ÚLTIMO APAGA LA LUZ, NICANOR PARRA

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Feria del Libro Chilena	10.000 CLP	\$281,70	Librerías Gonvill	\$299,00	Plaza & Janes (De Bolsillo)
www.feriachilenadellibro.cl			www.gonvill.com.mx		
Librería Catalonia	8.000 CLP	\$225,35	Librerías Gandhi	\$299,00	De Bolsillo
www.libreriacatalonia.cl			www.gandhi.com.mx		



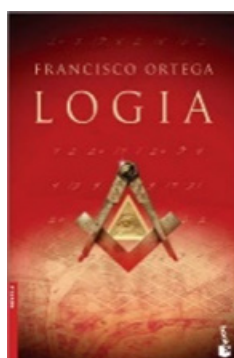
EL JARDÍN, PABLO SIMONETTI

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Antártica Libros	11.000 CLP	\$309,85	Amazon México	\$99,00	Alfaguara
www.antartica.cl			www.amazon.com.mx		
Punto y Coma Librería	11.000 CLP	\$309,85	Librerías Gandhi	\$99,00	Alfaguara
www.puntoycomalibros.com			www.gandhi.com.mx		



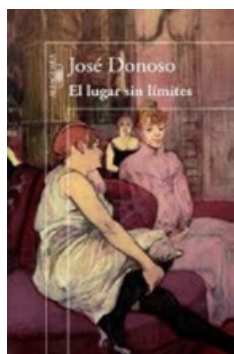
LOS DETECTIVES SALVAJES, ROBERTO BOLAÑO

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Feria del Libro Chilena	10.000 CLP	\$281,70	Librerías Gonvill	\$309,00	Plaza & Janes (De Bolsillo)
www.feriachilenadellibro.cl			www.gonvill.com.mx		
Punto y Coma Librería	18.000 CLP	\$507,00	Librerías Gandhi	\$379,00	Alfaguara
www.puntoycomalibros.com			www.gandhi.com.mx		



LOGIA, FRANCISCO ORTEGA

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Feria del Libro Chilena	12.105 CLP	\$341,00	Librerías El Sótano	\$288,00	Booket
www.feriachilenadellibro.cl			www.elsotano.com		
Punto y Coma Librería	10.900 CLP	\$307,00	Librerías Gandhi	\$418,00	Planeta
www.puntoycomalibros.com			www.gandhi.com.mx		



EL LUGAR SIN LÍMITES, JOSÉ DONOSO

CHILE	CLP	MXP	MÉXICO	MXP	Editorial
Antártica Libros	10.000 CLP	\$281,70	Librerías El Sótano	\$229,00	Alfaguara
www.antartica.cl			www.elsotano.com		
Feria del Libro Chilena	17.450 CLP	\$491,55	Librerías Gandhi	\$229,00	Alfaguara
www.feriachilenadellibro.cl			www.gandhi.com.mx		

Puede concluirse que la obra de autores chilenos es más barata en Chile que en México, y que los precios en México están por arriba del precio promedio de un libro, lo que los posiciona en un segmento de gama alta, para lectores especializados.

A fin de promover ventas durante la contingencia COVID-19, algunas editoriales están ofreciendo precios con descuento. Otros sellos han decidido unir fuerzas para animar las ventas. Cuadrivio, por ejemplo, se alió con Mantis y Atrasalante para ofrecer un paquete de tres libros en MXN\$500 pesos / US\$22,2 envío nacional incluido.

4. CAMPAÑAS DE MARKETING DE COMPETIDORES EXTERNOS O PRODUCTORES LOCALES

Las editoriales, tanto transnacionales como independientes, han lanzado interesantes campañas de marketing en México, siendo muy variadas en cuanto a su temática y público objetivo. Muchas de estas campañas van orientadas a los principales segmentos de venta por volumen como son los niños y jóvenes. A continuación, se detallan algunas de ellas:

EDITORIAL LAROUSSE - #RESCATAUNAPALABRA

Campaña que causó furor en redes sociales, buscaba rescatar y definir las palabras cotidianas que solo un mexicano podría entender. Los mensajes se concentraron en la exaltación de las palabras que se utilizan de forma coloquial y que tienen un significado determinado por la cultura mexicana. Esta campaña logro que las personas no dejaran de lado la consulta en Diccionarios, los cuales ya se habían quedado olvidados. www.conocertecambialavida.mx



PENGUIN RANDOM HOUSE GRUPO EDITORIAL - # MARATÓN DE LECTURA

Este maratón de lectura con motivo del Día Internacional del Libro se lanzó con el fin de ayudar a quienes más lo necesitan. Donde por cada 20 minutos leídos que se registren en su sitio web, donará un libro a cinco asociaciones: Pro niños de la calle I.A.P., PVO México, Nueva Visión Quinto Sol, Descubre, Navega y Aprende, A.C. y Fundación Perros y Libros A.C. Otro objetivo de esta campaña, además de los mencionados fines altruistas, es tratar de generar nuevos lectores asiduos. www.maratondelectura.com



En el caso de librerías, se han lanzado recientemente campañas enfocadas a descuentos y libros de regalo. A continuación, se describen algunos ejemplos:

LIBRERÍA EL SÓTANO www.elsotano.com/PromocionesDescuentos

En su página web cuenta con diferentes descuentos en literatura infantil.

Pequeño editor es un proyecto que se dirige a pequeños y adultos. Hoy desarrolla proyectos audiovisuales, experiencias participativas y libros, propiciando el acceso a la cultura escrita en la infancia.

25% de descuento

En la compra de \$350 o más del fondo de VR Editoras, recibe de regalo un ejemplar de

201 Mensajes para una madre maravillosa

Válido un libro de regalo por ticket de compra. Aplica en compras por Internet y vía telefónica. Hasta agotar existencias.

En el caso de editoriales de tamaño pequeño o independientes, su promoción se centra en venta en librerías y feria locales, recientemente se incorporan a promociones online. En otros casos las editoriales celebran alianza con las universidades a fin de promover su material.

La CANIEM y CeMPro, en conjunto, lanzaron una campaña para promover acciones antipiratería entre el público en general. Con este propósito fueron elaborados materiales promocionales, distribuidos entre sus socios y librerías pertenecientes a la ALMAC, con el fin de que sean utilizados en sus canales de comunicación y redes sociales.



Debido a la crisis sanitaria de COVID-19, se incrementó el uso de diversas plataformas para leer libros en línea y la compra de libros disminuyó. Por ello, editoriales y librerías modificaron sus campañas de marketing. En otros casos llevaron a cabo campañas de fondeo y donación, sobre todo para editoriales independientes. Se ha apostado por la comunicación en redes sociales para mantener el vínculo y promoción con los lectores, así como la implementación de promociones y descuentos. En otros casos se han vendido “bonos literarios” para cuando las librerías abran de nuevo. Abajo se enlistan algunos ejemplos.

ALMADIA, ERA Y SEXTO PISO –DEPENDIENTES DE LECTORES

Estas tres editoriales se unieron y lanzaron una campaña de fondeo “Dependientes de Lectores” cuya finalidad era que público en general apoyara con donaciones para que sus proyectos editoriales continuaran y garantizaran el pago de salario, regalías, renta, impuestos y demás obligaciones. Las donaciones se podían hacer con un monto desde los MXN\$100 pesos / US\$4,4 hasta los MXN\$100 mil pesos / US\$4,453 y como recompensa a los donadores, se les ofrecían descuentos y obras de artistas. www.dependientesdelectores.mx



GRUPO SANTILLANA – #PONTENFORMA

Orientada a la educación, es un espacio donde se encontrarán los recursos digitales necesarios para preparar un #PlanDeRecuperación de primaria y secundaria, con la serie #EspaciosCreativos, facilitando el proceso de “escuela en casa”.

www.facebook.com/SantillanaMX



RED DE LIBRERÍAS INDEPENDIENTES - #HAZBARRIOLEYENDO

Esta asociación desarrolló la campaña con el objetivo de promover el consumo local de libros, y a la par lanzó una plataforma online para venta de libros.



LIBRERÍAS GANDHI- #YOMEQUEDOENCASACONGANDHI

Utilizan esta campaña para realizar eventos virtuales con autores, en sus redes sociales utilizan Facebook live para interactuar con los lectores y promocionar sus libros.

www.facebook.com/hashtag/yomequedoencasacongandhi
www.gandhi.com.mx



Como un esfuerzo conjunto de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) y la Asociación de Librerías de México (ALMAC) y con el objetivo de hacer saber al público en general que, a pesar de que las librerías y las ferias del libro estaban cerradas o suspendidas por COVID-19, era posible adquirir los libros, en los diferentes formatos disponibles, a través de las librerías o editoriales que tienen punto de venta en internet, se lanzó la campaña “De la librería a tu casa”.



VII. ACCESO A MERCADO

La industria editorial en México cuenta con un marco jurídico regulatorio y de protección que proporciona certeza para la participación de empresas locales y la entrada de competidores internacionales.

1. ARANCELES DE INTERNACIÓN PARA PRODUCTO

CHILENO Y COMPETIDORES

0%
Arancel

Gracias al Tratado de Libre Comercio entre Chile y México, los artículos del sector editorial están exentos de arancel. México cuenta con una gran red de tratados comerciales que favorecen el intercambio comercial con otras naciones. Derivado de esto, países como Estados Unidos y España, principales competidores en el sector, también

se encuentran beneficiados con tasa cero de arancel para productos editoriales.

Es importante destacar que la gran mayoría de artículos del capítulo 49, referente a la industria editorial se encuentran libres de arancel para su internación a México. En el caso de países con los que no se tiene tratado comercial, por ejemplo, China algunos productos se encuentran tasados con un 15% de arancel (4901.10.99, 4901.99.99, 4903.00.99).

2. OTROS IMPUESTOS Y BARRERAS

NO ARANCELARIAS

La importación de productos editoriales no está sujeta a restricciones a la importación, ni al pago del IVA, ya que los libros se tasan con 0% de IVA.

La importación está sujeta a otros impuestos menores como es el Derecho de Trámite Aduanero (DTA), que se pagará por aquellas operaciones que se efectúen utilizando un pedimento o documento aduanero correspondiente en términos de la Ley Aduanera. El importe es de 8% al millar sobre el valor en aduanas de la mercancía. En el caso de Chile este impuesto se exenta gracias al Tratado de Libre Comercio entre ambos países.

Además, no existen permisos previos, ni homologaciones para vender el producto a México.

<http://www.economia-snci.gob.mx/>

3. REGULACIONES Y NORMATIVAS

DE IMPORTACIÓN

Cualquier persona o empresa que desee llevar a cabo la importación de productos en México debe registrarse ante el Padrón de importadores. Sólo empresas o personas establecidas en el país pueden llevar a cabo este registro.

<https://www.sat.gob.mx/tramites/46063/inscribete-en-el-padron-de-importadores>

Una vez que el importador mexicano cuenta con el Padrón de importadores debe contratar a un agente aduanal que le apoye con el despacho aduanal de importación. Este proceso incluye la liberación de la mercancía ante el transportista, revisión física de la mercancía, elaboración del pedimento (que es el documento oficial que contiene todo el manifiesto del embarque), solicitud y pago de impuestos, semáforo aduanero (se define si se revisan o pasan libremente las mercancías). Una vez que se hace lo anterior está liberada la mercancía y se puede hacer uso de ella.

A fin de poder llevar a cabo la importación, y en base al artículo 36-A de La Ley Aduanera, los documentos requeridos para llevar a cabo la importación son:

- Factura comercial
- Conocimiento de embarque en tráfico marítimo o guía en tráfico aéreo
- Lista de empaque, incluyendo las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar las mercancías
- El documento con base en el cual se determine la procedencia y el origen de las mercancías para efectos de la aplicación de preferencia arancelarias. El certificado de origen entre México y Chile es de libre impresión.

https://www.aduana.cl/aduana/site/docs/20130417/20130417103419/certificado_mexico.pdf

4. REQUERIMIENTOS DE ETIQUETADOS

Y TIPO DE EMBALAJE

Las fracciones arancelarias relacionadas con el sector editorial no requieren ningún etiquetado específico para la internación del producto.

En México, en base a la Ley de Derechos de Autor los editores deben hacer constar en forma y lugar visibles de las obras que publiquen, los siguientes datos:

- nombre, denominación o razón social y domicilio del editor;
- año de la edición o reimpresión;
- número ordinal que corresponde a la edición o reimpresión, cuando esto sea posible,
- número Internacional Normalizado del Libro (ISBN), o el Número Internacional Normalizado para Publicaciones Periódicas (ISSN), en caso de publicaciones periódicas.

Los impresores deben hacer constar en forma y lugar visible de las obras que impriman:

- su nombre, denominación o razón social;
- su domicilio, y
- la fecha en que se terminó de imprimir.

Los libros impresos de origen de importación que se comercializan en México no ostentan ninguna etiqueta adicional.

En cuanto al embalaje, la única restricción se presenta en el empaque de madera, que se encuentra regulado por la NOM-144 SEMARNAT-2017. Esta norma establece medidas fitosanitarias y los requisitos de la marca reconocidas internacionalmente para los contenedores que se utilizan en el comercio internacional. Las medidas fitosanitarias aprobadas internacionalmente y reconocidas oficialmente por México son: el tratamiento térmico (HT); el tratamiento térmico mediante calentamiento dieléctrico (DH) y la fumigación con bromuro de metilo (MB).

5. LEGISLACIÓN Y REQUERIMIENTOS LOCALES

El marco regulatorio del sector editorial en México incluye:

- Ley Federal Del Derecho de Autor, publicada el 24 de diciembre de 1996 y reformada el 24 de enero de 2020. Esta ley tiene por objeto la protección de los derechos de los autores, editores, productores en relación con sus obras literarias en todas sus manifestaciones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual. En el artículo 42 se establecen los lineamientos para la contratación de editoriales con propósito de comercializar o divulgar la obra. En este mismo apartado se menciona 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. La ley menciona en el artículo 231 las sanciones aplicables cuando se cometa una infracción contra los derechos de autor, como es el 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 verificar el cumplimiento de esta Ley es el Instituto Nacional de Derechos de Autor y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

- Ley de Fomento para la Lectura y del Libro, publicada el 24 de Julio de 2008 y reformada

el 19 de enero de 2018. Establece normativas para el mejoramiento de los niveles de lectura y parámetros comerciales equitativos para la venta del libro al público. Se incluye el precio único al libro y periodos de gracia para otorgar descuentos.

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, así como los gobiernos estatales y municipales.

- Ley del Impuesto al Valor Agregado, publicada en 1978 y actualizada el 09 de diciembre de 2019, establece que los libros no generan IVA, no obstante, aquellos servicios empresariales que son parte del proceso de producción editorial si causan IVA a una tasa del 16%. Por ejemplo, las librerías si están sujetas al pago del IVA.

6. PROCESO DE INSERCIÓN AL MERCADO MEXICANO

El exportador chileno tiene diferentes alternativas para incursionar en el mercado mexicano, entre ellas:

- Grandes editoriales, quienes pueden llevarlo de la mano en todo el proceso desde la importación hasta la distribución comercial. Estas editoriales por lo general cuentan con espacios generosos en las principales ferias del sector.
- Alianza con editoriales independientes, que buscarán posicionar sus obras en los canales especializados en México.

En términos de importación, la forma de entrada de las editoriales en México varía en función de la editorial. Las grandes editoriales como Santillana, Océano o SM importan desde España, pero también editan en México gran parte de los libros que distribuyen. Por ejemplo, Océano, calcula que alrededor del 60% de los títulos que distribuye son editados en México y el 40% restante es importado de España.

Las editoriales transnacionales suelen realizar en exclusiva la distribución de sus libros. Las empresas distribuidoras normalmente manejan varias editoriales. En función del alcance de la distribución que se quiera abarcar, se recomienda no dar en exclusiva la distribución del libro a nivel nacional sino por zonas. Por lo tanto, como hemos dicho, además de las labores de edición y de importación, algunas editoriales del sector ofrecen servicios de distribución a otras editoriales nacionales y extranjeras.

Otras editoriales, más pequeñas, se dedican sólo a la importación de libros y su posterior comercialización en México, sin editar en este país ningún libro.

Por último, hay editoriales extranjeras no implantadas en México que llegan a acuerdos de representación con empresas editoriales mexicanas. Muchas veces las editoriales extranjeras que sí cuentan con un representante u oficinas en el área metropolitana recurren también a este tipo de acuerdos. El motivo es que, con su infraestructura, no pueden

abarcar todos los puntos del país. En este caso, la editorial lo que hace es acudir a ferias del libro nacionales para entrar más fácilmente en contacto con distribuidores del sector.

En México se llevan a cabo 159 ferias de libro, con alcance local, regional, nacional e internacional. Las principales son:

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO EN GUADALAJARA (FIL)

www.fil.com.mx

Guadalajara, Anual, noviembre-diciembre

La Feria Internacional del Libro de Guadalajara es la reunión editorial más importante de Iberoamérica y un extraordinario festival cultural. Fundada hace 34 años por la Universidad de Guadalajara, es una feria para profesionales 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, con un programa en el que participan autores de todos los continentes y diferentes lenguas, así como un espacio para la discusión académica de los grandes temas que cruzan nuestra actualidad. 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. Chile participa cada año con delegaciones comerciales de editores, escritores, ilustradores y agentes literarios que hacen uso del área de negocios del Stand de Chile.

ACTIVIDAD	2018	2019
Público asistente	818.810	828.266
Editoriales	2.280	2.417
Países representados en editoriales	47	48
Profesionales del libro	19.740	18.906
Agentes literarios	328	287
Empresas participantes en el Salón de Derechos	140	131
Presentaciones de libros	630	639
Foros literarios	257	253
Foros académicos	79	57
Premios y homenajes	20	13
Páginas vistas en el sitio web durante los nueve días de FIL	1.978.502	2.063.814

FERIA DEL LIBRO DEL PALACIO DE MINERÍA

<http://filmineria.unam.mx/feria/41fil/41filpm.html>

CDMX, Anual, febrero-marzo

Organizada por la Universidad Nacional Autónoma de México, siendo la feria más antigua del país. Cada año, más de ciento cincuenta mil visitantes abarrotan los patios y los bellos salones del recinto para conocer la mayor exposición bibliográfica que se da en la Ciudad de México y asistir a las más de mil quinientas actividades culturales que les ofrece la Feria. Cada año se cuenta con un Estado Mexicano como Invitado de Honor.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL DE CIUDAD DE MÉXICO

<https://filij.cultura.gob.mx/principal.html>

CDMX, Anual, noviembre

Además de la promoción del mercado editorial para niños y jóvenes, se realiza un extenso programa de actividades como talleres de fomento a la lectura, espectáculos escénicos (teatro, clown, danza, circo, títeres), cuentacuentos, música, cine, presentaciones de libros y charlas con escritores. De igual forma, el programa "Profesionales" pretende 'contribuir a la profesionalización de las personas que están involucradas en la cadena del libro, desde creadores hasta lectores'. Para ello se diseñan e implementan actividades dirigidas a autores, ilustradores, editores, diseñadores, promotores de lectura, libreros, bibliotecarios, narradores e investigadores.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO - FIL ZÓCALO

<http://www.filzocalo.cdmx.gob.mx/>

CMDX, Anual, octubre

Un encuentro organizado por la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, que busca fomentar la lectura entre los habitantes de la Ciudad de México y personas que la visitan. Presentaciones de libros, conferencias, charlas, homenajes, conciertos y talleres son parte de la programación durante 10 días de fiesta literaria.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO MONTERREY

<https://www.feriadellibromonterrey.mx/>

Monterrey, Anual, octubre

Es el evento cultural más grande del Norte de México en torno a los libros y sus autores. Tienen presencia las principales casas editoriales con sus autores. El programa de actividades incluye mesas redondas, talleres, firmas de libros y juegos para los más pequeños. Está organizada por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Para muchas editoriales independientes las ferias representan hasta el 70% del ingreso anual. Los encuentros libreros son una fuente de ingresos y que les permiten a editoriales independientes continuar con la publicación de novedades.

Debido a la crisis sanitaria de COVID-19, las próximas ediciones de las Ferias de Libro en México tienen un futuro incierto. Desde combinar diferentes sedes, hasta hacer encuentros híbridos (presenciales y virtuales), los organizadores están buscando planes para rescatar estos eventos y llevarlos a cabo.

Las editoriales chilenas pueden considerar además establecer una oficina de representación en México o bien constituir una empresa en México. Estas opciones les permitirán tener un mayor acercamiento con el mercado, con los distribuidores y clientes finales. Editoriales de otros países latinoamericanos como Colombia y Argentina ya han abierto oficinas en México a fin de incrementar la promoción de sus obras en el país.

Las oficinas de ProChile en México podrán apoyarlos con información y asesoría para implementarse exitosamente en el mercado mexicano.

7. RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INDUSTRIA

EDITORIAL CHILENA

La industria editorial de Chile ha tenido participación en México por décadas. Chile ha participado desde 1990 en forma consecutiva en la FIL Guadalajara, siendo invitado de honor en dos oportunidades: en 1999 y 2012, ocasión en que tuvo un imponente despliegue cultural con más de un centenar de invitados.

De acuerdo con entrevistas a especialistas del sector en México, se considera que la literatura chilena es de calidad, con grandes autores, no obstante, el consumidor mexicano tiene una percepción limitada y no conoce a muchos autores chilenos. En el caso de un lector promedio, el número de autores chilenos identificados se limita a un par, por ejemplo, Pablo Neruda, Isabel Allende, Gabriela Mistral o Roberto Bolaño.

Incluso, dentro del sector, los especialistas reconocen que no existe suficiente conocimiento de la obra chilena. Durante el desarrollo de este estudio, sólo un 35% manifestó conocer sobre literatura chilena, mientras que un 33% indicó conocer sólo a los autores más conocidos y un 30% consideró que no conoce sobre autores ni obras chilenos. Algunos editores mencionan que la distancia entre México y Chile, hacen que el lector desconozca la afinidad cultural entre ambos países, contrario a lo que pasa con Estados Unidos, cuya cultura ha permeado en el subconsciente del lector mexicano.

PERCEPCIÓN OBRA CHILENA EN SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO



Algunos representantes del sector editorial mexicano consideran que los autores chilenos deberían diversificar el contenido de sus obras de literatura contemporánea y alejarse de los temas políticos. Esto con el objetivo de conectar más con el lector mexicano, que no cuenta con gran conocimiento de la historia de Chile. El lector mexicano más crítico, busca el currículum del autor, cuáles han sido sus publicaciones, el éxito que ha tenido, la seriedad de sus trabajos y la difusión de los mismos; muestra interés por editoriales que hablen de temas económicos o sociales de Latinoamérica.

Poesía

Género reconocido

En el caso de lectores especializados en poesía el abanico se extiende, ya que los mexicanos consideran que la poesía chilena tiene buen reconocimiento, y se expande la lista no sólo a los grandes poetas (Huidobro, Mistral, Neruda, Rojas, Parra, Teillier, Rokha, Lihn, Zurita, Hahn) sino a otros menos conocidos o más jóvenes (Elvira Hernández, Miguel Arteche, Ludwig Zeller, Diego Maquieira, Claudio Bertoni, José María Memet, Eugenia Echeverría, Héctor Hernández Montecinos, Mario Meléndez, Francisco Leal o Enrique Winter). Han apoyado a la documentación en México gracias a trabajos de Hernán Lavín Cerda, Raúl Zurita, Omar Lara y otros que han acercado al mercado mexicano con la poesía del sur; Argentina y Perú, Chile ofrecen a los mexicanos tienen acceso a una propuesta y voz clara.

De acuerdo con entrevistas a representantes del sector son varias editoriales mexicanas que trabajan directamente con autores chilenos, pero principalmente con acuerdos de coedición para impresión de obras en México. Algunas editoriales manifestaron trabajar en asociación con editoriales chilenas. Algunas editoriales que han manifestado tener relación actual con editoriales y autores chilenos son: Tumbona Ediciones, Tabaquería Libros Independientes, Altres Costa Amic Editores, Dofiscal Editores (Thomson Reuters), Nitro Press, Resistencia, Editorial Almada, La Tinta del Silencio, Endora Ediciones, Amate Editorial, Herder Editorial, entre otras.

No se tiene registro de editoriales chilenas establecidas en México, en comparación con editoriales de Colombia y Argentina que ya cuentan con oficinas o presencia en México. Esto representa un reto para el sector chileno, ya que existe distanciamiento con el mercado. Los especialistas del sector identifican a Chile con un referente de buena edición a nivel internacional, pero en México no están presentes en este sector.

ALGUNOS RETOS ACTUALES PARA LA INDUSTRIA CHILENA EN MÉXICO INCLUYEN:

- costos, tanto del ejemplar (en México los libros no gravan IVA) como los costos asociados al transporte;
- promoción, al no contar con presencia en México los autores y editoriales chilenos tienen un campo de acción limitado. Es necesario crear lazos con grandes editoriales mexicanas y/o transnacionales con presencia en México para que éstas les hagan difusión en el país;
- el público lector mexicano no identifica a escritores chilenos, es necesario llevar a cabo encuentros y actividades para darse a conocer sobre todo en las nuevas generaciones;
- los autores chilenos tienen muchas obras enfocadas a su propia historia, y los mexicanos no sienten la cercanía con esas historias, por lo que hay que entender qué busca el consumidor mexicano;
- limitantes de distribución y punto de venta, que afectan a toda la industria en México;
- gobierno mexicano como productor-comprador;
- piratería y derechos de autor.

Existen muchas oportunidades para la industria chilena en México:

- México es un mercado natural para la oferta chilena, con lazos culturales y cercanía histórica,
- con el impulso al libro en formato digital, los costos pueden ser más competitivos además de lograr una cercanía con segmentos de mercado anteriormente desatendidos;
- hay variedad de plataformas en línea en las cuales los autores chilenos pueden introducir su obra para ser comercializada en México;
- existe facilidad de establecer un representante en México, o bien de

establecer oficinas y acuerdos de representación, bajo un marco legal sólido;

- hay un nicho de mercado de lectores ávido de nuevas propuestas de calidad;
- identificar nuevos canales de comunicación con los lectores, por medio de plataformas sociales para promover la literatura chilena en México;
- aquellos autores y editoriales que manejen temáticas de interés para el mexicano, podrán tener una probabilidad de éxito mayor;
- participar en las Ferias Internacionales del Libro, con el formato híbrido se puede tener un acercamiento al mercado, sin necesidad de tener una presencia física;
- aprovechar las herramientas de apoyo gubernamental para internacionalizar la pequeña y mediana empresa. ProChile cuenta con oficinas en México y participa activamente en los diferentes eventos del sector.

Cabe destacar que en el año 2012 se incrementó el número de ejemplares que se vendieron en México, y puede atribuirse esto a la promoción llevada a cabo como parte del programa FIL 2012. Esto indica que la cercanía con el mercado es un factor clave para lograr el éxito en el mercado mexicano.

8. EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO POST COVID-19

Es claro que el impacto sobre el sector editorial por cuenta de la crisis COVID-19 será considerable y que la recuperación es aún incierta. Hay que decir, además, que el mercado editorial de México venía dando muestras de estar experimentando un estancamiento, en medio de la lucha por la atención de los consumidores frente a la multiplicación de opciones tanto de ocio como de acceso a la información.

Las consecuencias de esta situación son bien conocidas por los propios agentes del sector: novedades que sustituyen más novedades, reduciendo significativamente la ventana de exhibición de los libros y con esta las posibilidades de los títulos para encontrar su público; aumento de las devoluciones por la incapacidad de las librerías de absorber dichas novedades, así como de las existencias en los depósitos de distribuidoras y librerías, y cada vez más títulos saldados, cuando no descatalogados y destruidos. Reimpresiones y rediciones solo representan el 22%.

Apostar por la reconversión o inserción del sector en el entorno digital será determinante para garantizar la competitividad interna y externa de las industrias editoriales de los países iberoamericanos. No se pueden ignorar, aun cuando pueda parecer muy pronto, posibles efectos duraderos sobre las formas de circulación y acceso al libro que esta situación de crisis acelerará y que muchos de los agentes del sector no están preparados para enfrentar. Esto lleva a considerar distintas líneas de acción que deberían configurar una agenda integral de inserción del sector en el entorno digital de corto y mediano plazo, muchas de las cuales son todo menos inéditas.

Entre las acciones que expertos del sector recomiendan para hacer frente a este retador escenario post COVID-19, se enlistan:

- Integrar y sistematizar las transacciones entre los distintos actores de la cadena, así como definir protocolos y buenas prácticas de intercambio de información.
- Implementar sistemas de gestión e intercambio de metadatos de la oferta editorial en venta.
- Acelerar la conversión a formatos digitales de los fondos de las editoriales.
- Optimizar los flujos de trabajo de las editoriales mediante la adopción de procesos de edición multiformato.
- Asegurar la presencia en línea de las librerías con una fuerte orientación al intercambio entre los libreros y los lectores y a la gestión de audiencias.
- Desarrollar soluciones conjuntas que les permitan a las librerías incursionar en la venta y entrega de libros a domicilio — plataformas de venta virtual y soluciones logísticas cogestionadas—.
- Incentivar la adopción de la impresión y distribución bajo demanda, especialmente en las librerías, lo que supondría en valor agregado en la experiencia de compra y de visita, y terminaría por introducir mayor eficiencia en la gestión inventarios y existencias en depósito en el conjunto de la cadena.
- Propiciar la visibilidad de tendencias en modelos de negocio en el entorno digital mediante su sistematización en una base de conocimiento
- Capacitar a los actores del sector en el uso de nuevas tecnologías de edición, distribución e impresión; nuevos modelos de negocio; gestión de metadatos; mercadeo digital; gestión de audiencias, entre otros.

En México, a fin de llevar a cabo la reactivación del sector, se llevó a cabo una Propuesta Legislativa de Recuperación del Sector Cultura, que actualmente se encuentra en análisis en la Cámara de Diputados. El presidente de la Comisión de Cultura y Cinematografía de la Cámara de Diputados presentó una propuesta legislativa en apoyo al sector que incluye:

- reforma a la Ley General de Cultura y Derechos Culturales que incorpora al Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA);
- reforma a la Ley del Impuesto al Valor Agregado para que las librerías tenga régimen fiscal de Tasa Cero;
- reforma a la Ley Federal del Derecho de Autor en materia de remuneración compensatoria por concepto de copia privada.

Aunque la Secretaría de Cultura ha hecho algunos esfuerzos, como el programa en línea y de apoyos “Contigo en la distancia”, con la creación de una plataforma en línea para acercar la cultura a los mexicanos, no existe una política integral sólida para ayudar a las empresas del sector durante la pandemia.

<https://contigoenladistancia.cultura.gob.mx/>

Las editoriales independientes son las que se han visto más afectadas. Los editores están a la espera de algún programa o convocatoria que permita reactivar la salida de más títulos. Lo que está en juego es la bibliodiversidad a la que contribuyen estas editoriales, ya que sin ellas el catálogo de obras disponibles será mucho menor. Por lo pronto, las editoriales independientes buscan salidas por sus propios medios y la LEI lanza iniciativas como La Venganza de las Editoriales, feria virtual del libro, con un amplio programa.

www.facebook.com/leimex



La industria editorial debe responder a esta problemática derivada del COVID-19 desde la difusión y distribución de la literatura mediante el incremento de la producción digital, que era un segmento que venía creciendo pero esto vino a impulsarlo de forma definitiva; ahora librerías, editoriales y autores tienen que redescubrir la forma de conectar con los lectores, principalmente en redes sociales y medios online, y finalmente, el sector tiene que dar el salto a la modernización implementando nuevas herramientas tecnológicas que permitan promover la venta online de medios impresos y digitales.

La CANIEM se ha pronunciado por trabajar de la mano de la Secretaría de Educación Pública y de la Secretaría de Cultura para generar una estrategia coordinada e incluyente. Como parte de esta estrategia, la Cámara ha decidido concentrar sus esfuerzos en la creación de un sistema de metadatos compartidos que permita la creación de un catálogo nacional de libros publicados: el Directorio de Libros Disponibles. Por medio de este sistema llamado Metabooks, los editores y libreros podrán administrar con mayor agilidad y eficacia sus inventarios, disponibles públicamente para los distribuidores.

VIII. CONCLUSIONES

México es un gran país, a pesar de todos los retos actuales que representa el sector editorial y de tener tasas medias de lectura ínfimas, México es el undécimo mercado más grande del mundo para el sector editorial. Con una de las ferias internacionales más grandes a nivel mundial, México se convierte año con año en el epicentro donde se discute el panorama literario de Latinoamérica.

Con una población mayoritariamente joven, y con una tasa de penetración de internet rondando el 70%, las expectativas para la promoción y fomento de la lectura, pueden ser alentadoras.

El impacto que ha tenido en fechas recientes el comercio online y el consumo de libros en formato electrónico es una tendencia que algunos indican llegó para quedarse, y ser un paliativo a los actuales problemas de distribución y escasez en el número de librerías en México.

El reto mayor de la industria es transformarse a una velocidad sin precedentes, implementando nuevas herramientas tecnológicas, innovando en estrategias de promoción y acercamiento con los lectores, y sobre todo, en integrar toda la cadena a esta nueva realidad. El libro impreso también debe reinventarse, para identificar los nichos de mercado a los cuales va dirigido y así encontrar los diferenciadores que lo harán exitoso.

En México la explosión de editoriales independientes trajo consigo una bibliodiversidad nunca antes vista, y ahora enfrentan el mayor de los desafíos al no poder incorporarse a la nueva realidad con la misma facilidad que las transnacionales que están implantadas en México y que cuentan con una gran participación del mercado.

Ante este panorama, la industria editorial chilena encuentra oportunidades en el mercado mexicano, tanto por la flexibilización de las reglas del juego, al incorporar nuevas tecnologías, canales comerciales y sistemas de distribución, como por el público especializado que está ávido de encontrar nuevas propuestas de calidad.

El marco legal en México permite al autor o editorial chilena encontrar diversas formas de asociación o alianzas comerciales para lograr tener presencia en el mercado. La cercanía con los lectores, y en general con toda la cadena es clave para lograr una mayor exposición. La participación en ferias y eventos especializados del sector es esencial para poder competir con las editoriales que ya cuentan con larga presencia en el país.

Asimismo, el mercado mexicano demanda cercanía, y presencia constante. El empresario chileno debe enfocar sus esfuerzos como parte de una estrategia integral y no únicamente llevar a cabo actividades aisladas para internarse en este mercado, incluso mediante la representación o establecimiento en México.

Chile y México han forjado una relación cercana y constructiva, basada en valores compartidos. Tras la firma del Tratado de Libre Comercio entre Chile y México, los vínculos entre chilenos y mexicanos se han ampliado y profundizado en todos los ámbitos. En el área económica, los intercambios entre ambos países se han expandido y consolidado. Chile es hoy el tercer socio comercial de México en América Latina y El Caribe.

Los vínculos culturales que mantienen México y Chile son enriquecedores. Destacados autores chilenos han ejercido una influencia en México, y se han desarrollado intercambios educativos y culturales entre los dos países.

La industria editorial chilena puede aprovechar el acceso preferencial de sus productos al mercado mexicano y dar a conocer una gama más amplia de autores y obras que interesen al lector mexicano. El reto está en encontrar de forma creativa, la forma de recortar, en el imaginario de los libros, la distancia física que separa a ambos países, con la tecnología hoy todo es posible.

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Asociación Mexicana de Archivos y Bibliotecas Privados:
<https://www.amabpac.org.mx/wp/>
- Red Nacional de Bibliotecas Públicas:
<https://www.gob.mx/cultura/acciones-y-programas/red-nacional-de-bibliotecas-publicas>
- Sistema de Información Cultural:
https://sic.cultura.gob.mx/listaphp?table=biblioteca&disciplina=&estado_id=0
- Encuesta Intercensal 2015:
<http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P>
- Población Lectora en México:
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/EstSociodemo/MOLEC2018_04.pdf
- CONEVAL, 10 años de la Pobreza Multidimensional en México:
https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Documents/Pobreza_18/Pobreza_2018_CONEVAL.pdf
- INEGI, Principales Indicadores Laborales: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2020_trim1.pdf
- OCDE, Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos:
https://www.oecd.org/pisa/publications/PISA2018_CN_MEX_Spanish.pdf
- Secretaría de Cultura, ISBN, Indautor:
<https://www.indautor.gob.mx/isbn/>
- Bookwire:
<https://www.bookwire.de/es/>
- Libros más vendidos:
<https://www.informabtl.com/sabes-que-libro-es-el-mas-vendido-en-amazon-y-apple-en-mexico/>
- ALTEXTO, Foro Internacional sobre la edición universitaria:
<https://altexto.mx/noticia/foro-internacional-sobre-la-edici%C3%B3n-universitaria>

- AMAZON, requisitos para venta por medio de la plataforma:
https://m.media-amazon.com/images/G/33/3P_MX/3PMX-Guia-de-principiantes-para-Vender-en-Amazon-2020-v2._CB1198675309_.pdf

- FORBES, Comercio electrónico:
<https://www.forbes.com.mx/comercio-electronico-crece-5-en-mexico/>

- <https://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/publicar-un-libro-tiene-su-precio>

- Ink-it, Como vender mi libro en las principales tiendas online: <https://ink-it.ink/wp-content/uploads/2020/05/Gui%C3%A1-Vender-mi-libro-electro%C3%A1nico-ebook-en-las-principales-tiendas-online.pdf>

- Gobierno de México, CONALITEG:
<https://www.gob.mx/conaliteg/acciones-y-programas/programa-de-produccion>

- Gobierno de México, DGP:
<https://www.gob.mx/cultura/acciones-y-programas/como-publicar-con-nosotros>

- Libranda, Informe Anual del Libro Digital:
<https://libranda.com/wp-content/uploads/2020/04/Informe-Anual-del-Libro-Digital-2019.pdf>

- CERLALC, Las Editoriales Universitarias Iberoamericanas:
<https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2019/05/Editoriales-universitarias.pdf>

- Canales de distribución del sector editorial en México:
<https://libranda.com/servicios/distribucion/>

- Panorama del mercado editorial y contexto internacional
<http://www.caniem.com/es/blog/status-del-mercado-editorial-en-m%C3%A9xico-y-contexto-internacional>

- Informe Anual del Libro Digital:
<https://libranda.com/wp-content/uploads/2020/04/Informe-Anual-del-Libro-Digital-2019.pdf> / <http://www.caniem.com/es/blog/informe-anual-del-libro-digital-2019>

- Venta de libros digitales y audiolibros:
<http://www.caniem.com/es/blog/informe-bookwire-la-venta-de-libros-digitales-y-audiolibros-creci%C3%B3-un-35-en-2019>

- Editoriales independientes en México:
<http://www.caniem.com/es/blog/%E2%80%99Clas-editoriales-mexicanas-peque%C3%B1as-necesitan-respiradores-o-morir%C3%A1n%E2%80%9D>

- Tendencias de la industria editorial 2020:
<http://www.caniem.com/es/blog/8-tendencias-de-la-industria-editorial-para-el-2020>

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), PIB y Cuentas Nacionales, 2019: <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>

- Estadísticas macroeconómicas de México:
<https://www.proyectosmexico.gob.mx/en/home/>

- Indicadores del Sector Editorial Privado en México 2018:
https://play.google.com/booksreader?id=YlzBDwAAQBAJ&hl=es_419&pg=GBS.PA2016
- El sector editorial iberoamericano y la emergencia del COVID-19, CERLAC, Mayo2020.
<https://cerlalc.org/publicaciones/el-sector-editorial-iberoamericano-y-la-emergencia-del-covid-19/>

- Ley Federal de Derechos de Autor:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122_240120.pdf

- Ley de Fomento para la Lectura y el Libro:
www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL_190118.pdf

- Comprar o vender derechos de autor:
<https://www.escriitores.org/recursos-para-escriitores/recursos-2/articulos-de-interes/24672-comprar-o-vender-derechos-de-autor-de-una-obra-literaria>

- Políticas, Bases y lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios CONALITEG:
www.conaliteg.gob.mx/images/stories/conaliteg_pdf/normateca/procedimientos/2018/2018-03-02_pobalines_2018.pdf

- Convocatoria a la licitación pública electrónica nacional:
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/550567/2020-05-05_e56_convocatoria.pdf
- Editoriales con presencia en México:
https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=editorial&disciplina=&estado_id=0
- Proyecto de reforma de Ley de Fomento para la Lectura y el Libro:
<https://comunicacionnoticias.diputados.gob.mx/comunicacion/index.php/boletines/sergio-mayer-presenta-paquete-legislativo-de-recuperacion-del-sector-cultura>

Tipo de cambio estimado de \$20.00 USD/MXN (diciembre 2018).
Tipo de cambio estimado de \$35.50 CLP/MXN (junio 2020).

Documento elaborado por G&G
Gestoría en Comercio Exterior y
**la Oficina Comercial de Chile en
Guadalajara- ProChile**

