

El sector editorial en México

El sector editorial en México

Este estudio ha sido realizado por Serguei Brovtsyn Goriashko bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México

Agosto de 2012

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. Análisis cuantitativo	9
1.1. Tamaño de la oferta	9
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	12
1.3. Comercio exterior (editores mexicanos)	16
1.4. Empleo	16
2. Análisis cualitativo	16
2.1. Producción	16
2.2. Obstáculos comerciales	17
Barreras arancelarias	17
Barreras no arancelarias	19
Piratería	20
El papel del Gobierno	20
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	22
1. Análisis cuantitativo	22
1.1. Canales de distribución	22
1.2. Esquema de la distribución	23
1.3. Principales distribuidores	28
2. Análisis cualitativo	30
2.1. Estrategias de canal	30
2.2. Estrategias para el contacto comercial	30
2.3. Condiciones de suministro	31
2.4. Promoción y publicidad	31
2.5. Tendencias	32
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	34
1. Tendencias generales del consumo	34
1.1. Factores sociodemográficos	34
1.2. Factores económicos	34
1.3. Distribución de la renta disponible	42
1.4. Tendencias sociopolíticas	42

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

1.5. Tendencias culturales	43
Tropicalización	43
E-book	43
1.6. Tendencias legislativas	44
Ley del libro	44
Programa Nacional de Lectura	45
Bibliotecas escolares y Bibliotecas de aula	45
2. Análisis del comportamiento del consumidor	46
2.1. Hábitos de consumo	46
Perfil sociodemográfico	47
2.2. Hábitos de compra	48
2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor	49
2.4. Preferencias	49
3. Percepción del producto español	50
V. ANEXOS	51
1. Informes de ferias	51
2. Listado de direcciones de interés	53
2.1. Empresas	53
3. Bibliografía	54

ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Actualmente, la **industria editorial** en México se encuentra compuesta por 222 editores, de los cuales solamente cerca de un 5% cuentan con una facturación anual superior a los 200 millones de pesos al año. En conjunto, estas empresas obtienen más de la mitad de los ingresos totales del sector. Por otra parte, cerca del 80% de los editores se encuentra distribuidos en el rango de pequeños, micro y en proyecto inicial, lo cual evidencia la alta concentración del mercado editorial. En conjunto, el sector privado produce 129,2 millones de libros cuyas ventas dejan ganancias a la industria por 8.000 millones de pesos.

En lo que respecta al **empleo**, esta industria dio trabajo a 12.762 personas en 2010, una participación relativamente pequeña en el índice de ocupación del país (0,03%). En lo referente al comercio exterior de las empresas editoras, los últimos datos disponibles indican que en 2010 se exportaron 15,4 millones de ejemplares (75,1 millones de dólares), mientras que las importaciones ascendieron a 12,9 millones (55,1 millones de dólares). Estos datos hacen referencia exclusivamente a la actividad económica de los editores mexicanos. Aún así, la industria editorial no es deficitaria comercialmente todos los años e, incluso, en algunos períodos ha observado superávits importantes, como ocurrió entre 2004 y 2006. Al hacer una desagregación de la procedencia de las importaciones de libros en México, se observa como España ocupa el segundo lugar durante los últimos 5 años, lo cual confirma que México es un mercado natural para el sector editorial español.

Si analizamos los **hábitos de lectura**, México se caracteriza por tener un nivel promedio bajo, menor que el de países industrializados, e incluso inferior a algunos países con desarrollo similar. México ocupa la posición número 107 dentro de un total de 108 países de acuerdo con el índice de lectura elaborado por Naciones Unidas. Respecto al perfil del lector, se observa un aumento entre los más jóvenes y, principalmente, entre quienes tienen más formación académica y un mayor estatus económico. En cuanto a los libros más vendidos, por categoría temática, los libros de texto ocupan la primera posición de las ventas totales, seguidos de los de interés general, los de ciencia y técnica y, finalmente, los religiosos. De esta forma, encontramos uno de los primeros **obstáculos comerciales** en el sector, ya que, tanto la producción, como las ventas de la industria, se encuentran en gran medida determinadas por la participación del Gobierno mexicano. La actividad pública en la producción editorial siempre supera el 50% y en su papel de Estado-comprador, las ventas de la industria privada al Gobierno ocupan el primer lugar en importancia en el sector, con algo más de la tercera parte de las ventas totales.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Además de la actividad editorial del Estado, encontramos otros obstáculos como la piratería y el fotocopiado ilegal. Según CEMPRO (Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor), en México se piratean alrededor de 10 millones de ejemplares al año.

En cuanto al sistema de **distribución**, hay que destacar dos puntos. En primer lugar, las compras del Gobierno determinan, en parte, el funcionamiento de la producción y distribución editorial. La edición e impresión de textos gratuitos y materiales didácticos en México está a cargo de un organismo descentralizado llamado Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito (CONALITEG). En segundo lugar, México cuenta, según los últimos datos proporcionados por la Asociación Nacional de Libreros, con alrededor de 600 librerías en toda la República. Esto supone tan sólo una librería por cada 200.000 habitantes, lo cual representa unas cifras muy bajas en comparación con las de España y otros países europeos. Las grandes superficies dominan la distribución del sector.

Por todo ello, México, a pesar de tener tasas medias de lectura ínfimas, es el undécimo mercado más grande del mundo. Por su extensión, el idioma común con España y la buena aceptación del producto español, es un mercado con gran potencial y que supone una buena oportunidad para las editoriales españolas que quieran internacionalizarse.



I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

Esta nota sectorial tiene como objetivo ofrecer una visión general de la situación actual del sector editorial en México. Se trata de un mercado amplio que abarca desde libros hasta tarjetas postales impresas. En la clasificación arancelaria, lo encontraríamos en el **Capítulo 49**: “Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados y planos”, que incluye los siguientes subcapítulos:

- **49.01** Libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas.
- **49.02** Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad.
- **49.03** Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños.
- **49.04** Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadernada.
- **49.05** Manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, planos topográficos y esferas, impresos.
- **49.06** Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico) de los planos, dibujos o textos antes mencionados.
- **49.07** Sellos (estampillas) de correos, timbres fiscales y análogos, sin obliterar, que tengan o estén destinados a tener curso legal en el país en el que su valor facial sea reconocido; papel timbrado; billetes de banco; cheques; títulos de acciones u obligaciones y títulos similares.
- **49.08** Calcomanías de cualquier clase.
- **49.09** Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres.
- **49.10** Calendarios de cualquier clase impresos, incluidos los tacos de calendario.
- **49.11** Los demás impresos, incluidas las estampas, grabados y fotografías.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Dentro del sector editorial, el estudio se centrará en las siguientes partidas, ya que éstas son las que suponen un mayor interés para la industria editorial española:

49	PRODUCTOS EDITORIALES, DE LA PRENSA O DE OTRAS INDUSTRIAS GRÁFICAS; TEXTOS MANUSCRITOS O MECANOGRAFIADOS Y PLANOS
49.01	Libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas
4901.10	En hojas sueltas, incluso plegadas
4901.91	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos
4901.99	Los demás

Hay que tener en cuenta que la segunda subpartida en importancia, la 49.02, Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad, supone, en relación a las exportaciones de España a México en valor, apenas una séptima parte de lo que representa en este concepto la subpartida que se analizará en este estudio, la 49.01.

ICEX

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO¹

1.1. Tamaño de la oferta

La industria editorial de México está formada actualmente por 222 editores, de los cuales sólo cerca de un 5% son considerados grandes (se pueden destacar empresas como Limusa, Trillas, Fondo de Cultura Económica, Porrúa, Conaculta/Educal, Artes de México o la UNAM), y tuvo en 2010 un valor de facturación de 8.907.294.017 pesos (aumento del 8,1% con respecto a 2009).

Para analizar más a fondo el tamaño del sector editorial, se han obtenido las cifras de importaciones y exportaciones de México de la partida 49.01 y sus respectivas subpartidas:

TABLA 1: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, INCLUSO EN HOJAS SUELTAS (49.01)

(Dólares americanos)

	2007	2008	2009	2010	2011	Variación 2010-2011
Importaciones	462.749.892	456.447.153	370.791.953	368.042.140	372.911.225	1,32%
Exportaciones	177.461.381	173.123.359	151.917.658	160.394.970	164.726.483	2,70%

Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) – Secretaría de Economía

TABLA 2: LIBROS, FOLLETOS E IMPRESOS SIMILARES, INCLUSO EN HOJAS SUELTAS, INCLUSO PEGADAS (49.01.10) (Dólares americanos)

	2007	2008	2009	2010	2011	Variación
--	------	------	------	------	------	-----------

¹ Los datos presentados en este capítulo, se obtuvieron del informe elaborado por la CANIEM: “Indicadores del sector editorial en México 2010”, que se circunscribe, en el sector privado, a las empresas con actividades de edición y producción en el país. Por lo tanto, no se incluye la actividad de editores particulares sin fines de lucro ni la de los distribuidores.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

						2010-2011
Importaciones	46.037.569	37.616.016	38.540.756	50.974.177	45.587.614	-10,57%
Exportaciones	6.192.951	6.969.541	5.159.092	9.306.018	11.147.526	19,79%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

TABLA 3: DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS, INCLUSO EN FASCÍCULOS (49.01.91)

(Dólares americanos)

	2007	2008	2009	2010	2011	Variación 2010-2011
Importaciones	20.881.708	19.656.405	11.310.344	12.347.183	11.106.606	-10,05%
Exportaciones	4.039.664	4.581.240	4.187.186	4.626.582	2.890.962	-37,51%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

TABLA 4: LOS DEMÁS (49.01.99)

(Dólares americanos)

	2007	2008	2009	2010	2011	Variación 2010-2011
Importaciones	395.830.615	399.174.732	320.940.853	304.720.780	316.217.005	3,77%
Exportaciones	167.228.766	161.572.578	142.571.380	146.462.370	150.687.995	2,89%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

Como se puede observar, en general todas las partidas han visto reducidos sus valores en el año 2009 donde, en la mayoría de los casos, se nota una fuerte reducción del comercio. A su vez, también se puede observar un leve repunte, ya sea en el año 2010 ó en 2011, pero se muestra como una reacción débil, que en más de una ocasión no se mantiene. Es llamativo el caso de la partida 49.01.91, Diccionarios y Enciclopedias, incluso en fascículos, ya que de 2010 a 2011 el descenso es generalizado tanto en importaciones como en exportaciones. En cualquier caso, cabe destacar que el único valor que es superior a su equivalente de hace cinco años es el de las exportaciones de la partida 49.01.10 Libros, Folletos e Impresos similares, incluso en hojas sueltas, incluso pegadas.

Por otro lado, el tamaño de un sector productivo viene, en muchas ocasiones, determinado por su importancia en la economía del país. Por ello, se analiza el peso que tiene el sector editorial dentro del PIB mexicano. Se considera el sector editorial como una actividad secundaria, englobada dentro de las industrias manufactureras, actividad económica que transforma una gran diversidad de materias primas en diferentes artículos para el consumo. Está constituida por empresas desde muy pequeñas hasta grandes conglomerados. Según la clasificación de esta industria, el sector editorial estaría incluido en la industria del papel y de la impresión, que considera los libros, periódicos y revistas, la edición de todos ellos, imprenta, litografía y encuadernación.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

El sector editorial tiene un papel modesto en la economía mexicana, con una participación que, a finales de la pasada década, apenas alcanzaba el 0,4% del PIB nacional. Sin embargo, aunque esta contribución es limitada y la industria editorial no está atravesando su mejor momento, en términos generales la participación ha aumentado considerablemente en los últimos años.

TABLA 5: Participación del sector en el PIB
(Millones de pesos)

AÑO	a PIB	b Manufacturera	b/a %	c Papel	c/b %	c/a %	d Impresión	d/b %	d/a %
2007	11.320.836	2.004.409,8	17,71%	41.956,2	2,09%	0,37%	15.046,5	0,75%	0,13%
2008	12.181.256	2.111.791,4	17,34%	44.487,8	2,11%	0,37%	15.339,8	0,73%	0,13%
2009	11.937.249,7	2.035.882,6	17,05%	48.490,7	2,38%	0,41%	16.469,7	0,81%	0,14%
2010	13.089.712,3	2.170.781,7	16,58%	53.016,1	2,44%	0,41%	16.909,5	0,78%	0,13%
2011	14.342.320,9	2.524.073,5	17,60%	53.826,6	2,13%	0,38%	17.452,2	0,69%	0,12%

Fuente: Banco de México

El peso de la industria manufacturera dentro del cómputo global del PIB es considerable, superior al 17%. No obstante, las partidas de papel e impresión tienen un peso sustantivamente menor en el PIB. En el primer caso, supone menos de un 3% del PIB y en el segundo, no llega ni al 1%. Aunque esos porcentajes se han estabilizado en los últimos años, sí hay que considerar que los valores han mantenido una tendencia creciente, lo cual implica un desarrollo del sector. Esto se puede verificar claramente con los datos de la tabla que se adjunta a continuación. El sector manufacturero creció un 14% de 2010 a 2011, el del papel ha mantenido crecimientos superiores al 8% entre 2008 y 2010, y el de la impresión aumentó un 3,11% en el último año.

TABLA 6: Crecimiento del sector respecto al PIB
(Millones de pesos)

AÑO	PIB	Manufacturera	Crecimiento	Papel	Crecimiento	Impresión	Crecimiento
2007	11.320.836	2.004.409,8		41.956,2		15.046,5	
2008	12.181.256	2.111.791,4	5,08%	44.487,8	5,69%	15.339,8	1,91%
2009	11.937.249,7	2.035.882,6	-3,73%	48.490,7	8,25%	16.469,7	6,86%
2010	13.089.712,3	2.170.781,7	6,21%	53.016,1	8,54%	16.909,5	2,60%
2011	14.342.320,9	2.524.073,5	14,00%	53.826,6	1,51%	17.452,2	3,11%

Fuente: Banco de México

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Analizando la procedencia de las importaciones de la partida 49.01, que es la genérica del sector, establecemos un ranking de los 10 primeros países que exportaron a México en los últimos 5 años:

TABLA 7: Año 2007

(Millones de dólares)

Ranking		Valor	%
	El Mundo	462,75	100,00%
1	Estados Unidos	203,95	44,07%
2	España	107,21	23,17%
3	Colombia	36,31	7,85%
4	China	31,32	6,77%
5	Tailandia	13,67	2,95%
6	Argentina	9,42	2,04%
7	Reino Unido	6,77	1,46%
8	Hong Kong	4,84	1,05%
9	Grecia	4,67	1,01%
10	Italia	4,59	0,99%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

TABLA 8: Año 2008

(Millones de dólares)

Ranking		Valor	%
	El Mundo	456,45	100,00%
1	Estados Unidos	185,32	40,60%
2	España	110,21	24,15%
3	China	35,94	7,87%
4	Colombia	30,51	6,68%
5	Tailandia	13,99	3,07%
6	Argentina	11,10	2,43%
7	Hong Kong	7,71	1,69%
8	Reino Unido	6,79	1,49%
9	Francia	5,07	1,11%
10	Chile	5,02	1,10%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

TABLA 9: Año 2009

(Millones de dólares)

Ranking		Valor	%
	El Mundo	370,79	100,00%
1	Estados Unidos	168,83	45,53%
2	España	76,92	20,75%
3	China	32,02	8,63%
4	Colombia	21,81	5,88%
5	Tailandia	10,34	2,79%
6	Hong Kong	6,66	1,80%
7	Argentina	6,40	1,73%
8	Chile	5,09	1,37%
9	Grecia	4,55	1,23%
10	Reino Unido	3,82	1,03%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

TABLA 10: Año 2010

(Millones de dólares)

Ranking		Valor	%
	El Mundo	368,04	100,00%
1	Estados Unidos	171,91	46,71%
2	España	69,00	18,75%
3	China	37,98	10,32%
4	Colombia	18,29	4,97%
5	Tailandia	9,21	2,50%
6	Hong Kong	9,19	2,49%
7	Argentina	6,11	1,66%
8	Grecia	4,89	1,33%
9	Chile	4,46	1,21%
10	Reino Unido	4,23	1,15%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

TABLA 11: Año 2011

(Millones de dólares)

Ranking		Valor	%
	El Mundo	372,91	100%
1	Estados Unidos	157,33	42,19%
2	España	75,31	20,20%
3	China	49,38	13,24%
4	Colombia	19,71	5,29%
5	Tailandia	9,42	2,53%
6	Chile	7,68	2,06%
7	Argentina	5,15	1,38%
8	Perú	4,97	1,33%
9	Reino Unido	4,88	1,31%
10	Corea del Sur	4,18	1,12%

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Como se puede observar, los países que lideran el ranking se mantienen a lo largo de los años. Las exportaciones de Estados Unidos y España, primero y segundo respectivamente en este período, suponen normalmente entre un 60% y un 70% de las importaciones de libros en México. A pesar de la disminución del valor de las importaciones, Estados Unidos ha ido ganando algo de cuota de mercado, mientras que España ha perdido parte de su porcentaje. Respecto al tercer país exportador de libros a México, a partir del segundo año de análisis (2008), China supera a Colombia en esa posición y fortalece su posición en los últimos años analizados. El motivo sería la mayor competitividad en precios de los productos procedentes del país asiático.

También es interesante la irrupción en ese ranking, en 2011, de dos países como Perú o Corea del Sur, que hasta entonces no habían tenido tanto protagonismo.

Esta desagregación de las importaciones por país, permite ver cómo México es un mercado natural para el sector editorial español. Si se observan las cifras de importación de los 5 primeros países del ranking, Estados Unidos ocupa el primer lugar:

TABLA 12: Ranking 2007-2011
(Millones de dólares)

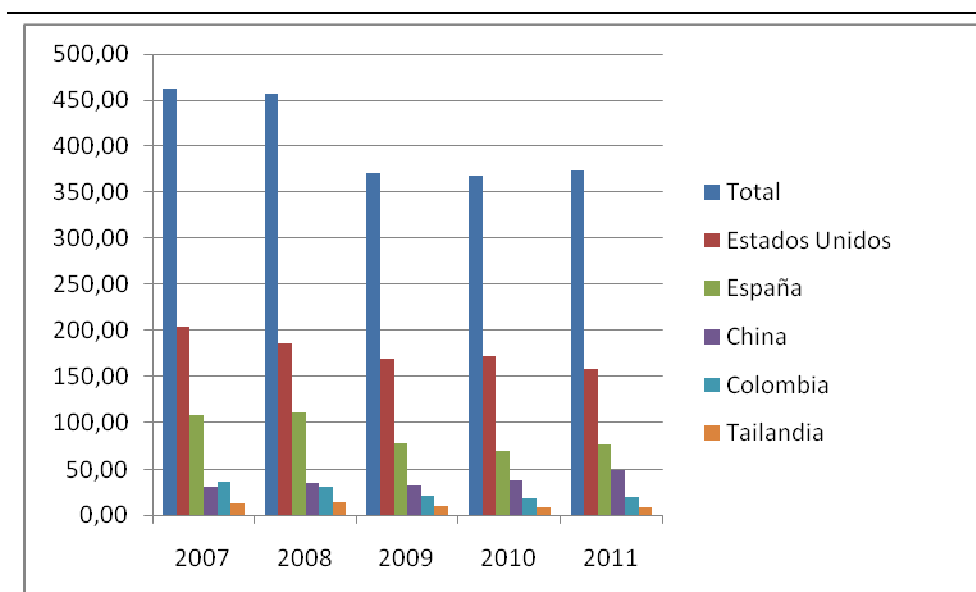
	2007	2008	2009	2010	2011
Estados Unidos	203,95	185,32	168,83	171,91	157,33
España	107,21	110,21	76,92	69,00	75,31
China	31,32	35,94	32,02	37,98	49,38
Colombia	36,31	30,51	21,81	18,29	19,71
Tailandia	13,67	13,99	10,34	9,21	9,42

Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

En todo caso, es importante destacar la gran presencia de editoriales españolas implantadas en México, por lo que, en muchos casos, las importaciones de España han sido sustituidas por producción local en México, e incluso en otros países como China, de libros españoles.

GRÁFICO 1: Procedencia importaciones 2007-2011

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO



Fuente: SIAVI – Secretaría de Economía

En cuanto a la producción editorial en México, en la siguiente tabla se puede ver qué porcentaje de la producción de los años 2009 y 2010 corresponde a novedades, reediciones o reimpressiones:

TABLA 13: Producción por tipo de edición

Tipo de edición	2009				2010			
	Títulos	%	Ejemplares	%	Títulos	%	Ejemplares	%
Novedades	6.162	33%	39.612.000	33%	9.075	64%	49.781.000	39%
Reimpressiones	12.456	67%	82.242.000	67%	16.273	36%	79.433.000	61%
Total	18.618	100,00%	121.853.000	100,00%	25.348	100,00%	129.213.000	100,00%

Fuente: CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana)

A partir de 2006 y hasta 2009, se experimentó una disminución en el número de ejemplares producidos, causada, principalmente, por la reducción en la producción de ejemplares para programas del Gobierno. En 2010 se registró un aumento en la producción debido al incremento de las ediciones propias, mientras que la producción para programas del Gobierno registró el valor mínimo del período en este mismo año.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

1.3. Comercio exterior (editores mexicanos)

En 2010, se exportaron desde México 15,4 millones de ejemplares por un valor de venta de 75,1 millones de dólares americanos. Ese año supuso un cambio respecto a la tendencia decreciente experimentada en las exportaciones mexicanas en el período 2006-2009, año en el que se produjo el mayor descenso. De esta misma manera, en el 2010, también se presentó un incremento en el valor de facturación de las exportaciones, de un 24,2%.

En cuanto a las importaciones, éstas alcanzaron en 2010 la cifra de 12,9 millones de libros, con un valor total de 55,1 millones de dólares.

1.4. Empleo

La editorial es una industria con una presencia relativamente pequeña en cuanto a creación de empleo en México. En 2010 se generaron un total de 12.762 empleos, lo que significó un aumento del 3,2% con respecto a 2009 y supuso un 0,03% del total del índice de ocupación en el país. Este incremento proviene principalmente de los contratos freelance, en los que se registró un incremento del 13,3% respecto al año anterior.

Por el contrario, en 2010, se observó un descenso en los contratos de base o nómina, al pasar de los 7.714 empleos en 2009 a los 7.552 de los últimos datos registrados (una disminución del 2,1%).

ICEX

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

Si se analiza la producción de ejemplares en México, es clave atender la temática de la misma, la cual viene reflejada en el nivel de ventas. La categoría que más se vendió en 2010 fue la de educación básica, con el 42,1% del total de ejemplares. Además, esta misma temática es la que más aportó a la facturación total, con un 35,7%.

Por supuesto, hay un claro liderazgo de los libros de texto (gratuitos) que se distribuyen en la educación primaria y secundaria del país. Tras este rubro, la temática de lenguas se colocó en segunda posición, en cuanto a ejemplares vendidos y también en lo que se refiere al monto de venta, con una participación del 11,7% y 17,6% respectivamente.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

TABLA 14: Clasificación temática de las ventas

Temática		Ejemplares (Millones)		Valor venta (Millones de pesos)	
		Número	%	Número	%
Educación básica	Educación básica mercado	30,9	22,3	2.196,9	24,7
	Secundaria para Gobierno	27,5	19,8	987,4	11,1
Lenguas		16,2	11,7	1.570,7	17,6
Tecnología, ciencias aplicadas		5,3	3,8	788,4	8,9
Literatura		8,0	5,8	725,3	8,1
Filosofía y sicología		7,0	5,1	488,8	5,5
Literatura infantil	Infantiles para mercado	8,8	6,3	320,4	3,6
	Bibliotecas infantiles	4,3	3,1	82,0	0,9
Ciencias sociales		4,0	2,9	376,4	4,2
Generalidades		8,5	6,1	371,5	4,2
Religión		7,7	5,6	347,7	3,9
Literatura juvenil	Juveniles para mercado	3,9	2,8	207,6	2,3
	Bibliotecas juveniles	0,3	0,2	7,6	0,1
Ciencias puras		1,9	1,4	198,4	2,2
Otros		4,3	3,1	238,1	2,7
Total		138,6	100	8.907,2	100

Fuente: CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana)

2.2. Obstáculos comerciales

Barreras arancelarias²

Dado que México y la Unión Europea han firmado un tratado de libre comercio, vigente desde el año 2000, la exportación de libros y productos editoriales a México está exenta de aranceles, siempre que los productos sean originarios de la UE.

Por otro lado, los principales impuestos que soportan los productos importados son los siguientes: el Impuesto General de Importación (arancel), el Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) y el Derecho de trámite aduanero (DTA).

² Fuente: Base de datos DIA

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

1. ARANCELES GENERALES DE IMPORTACIÓN

Prácticamente todas las fracciones de la partida 4901 comprenden productos cuya importación en México está libre de arancel, independientemente de la procedencia del producto. Cabe mencionar, de manera específica, dos partidas cuya importación está prohibida, la 4908.90.05: “Impresas a colores o en blanco y negro, presentadas para su venta en sobres o paquetes, aún cuando incluyan goma de mascar, dulces o cualquier otro tipo de artículos, conteniendo figuras o ilustraciones que representen a la niñez de manera denigrante o ridícula, en actitudes de incitación a la violencia, a la autodestrucción o en cualquier otra forma de comportamiento antisocial, conocidas como ‘Garbage Pail kids’ y con indicaciones de haber sido impresas en los Estados Unidos de Norteamérica, o en cualquier otro país por ‘Topps Chewing Gumm, Incorporated’ o por cualquier otra empresa o denominación comercial” y la 4911.91.05: “Impresas a colores o en blanco y negro, presentadas para su venta en sobres o paquetes, aún cuando incluyan goma de mascar, dulces o cualquier otro tipo de artículos, conteniendo figuras o ilustraciones que representen a la niñez de manera denigrante o ridícula, en actitudes de incitación a la violencia, a la autodestrucción o en cualquier otra forma de comportamiento antisocial, conocidas como ‘Garbage Pail kids’ y con indicaciones de haber sido impresas en los Estados Unidos de Norteamérica, o en cualquier otro país por ‘Topps Chewing Gumm, Incorporated’ o por cualquier otra empresa o denominación comercial”.

2. DERECHO DE TRÁMITE ADUANERO (DTA)

Se pagará en aquellas operaciones aduaneras que se efectúen utilizando el pedimento o documento aduanero correspondiente en los términos de la Ley Aduanera. En el caso de España (Unión Europea), la tasa o cuota será del 8 por mil sobre el valor que tengan los bienes para los efectos del impuesto general de importación. Se puede optar por este porcentaje o por una cuota fija, cantidad que se somete a revisión semestralmente y que actualmente se establece en 223 pesos.³

3. IVA⁴

La fracción 49 forma parte del anexo 27 de las reglas de carácter general en materia de comercio exterior para 2011, publicado en el D.O.F. de fecha 03 de agosto de 2011, por lo que estos productos están exentos del IVA en México.

La importación de productos editoriales en otros soportes

Cada vez es más frecuente la producción de libros en soporte diferente al papel, o bien que los libros en papel vayan acompañados por otros soportes. Por este motivo, se estudian a continuación las barreras arancelarias para la partida 85: “Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de

³ Información en <http://www.cre.gob.mx/documento/72.pdf>

⁴ Base legal D.O.F. 31/marzo/2004

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos”, que incluye la subpartida 85.23 “Discos, cintas, dispositivos de almacenamiento permanente de datos a base de semiconductores, tarjetas inteligentes (“smart cards”) y demás soportes para grabar sonido o grabaciones análogas, grabados o no, incluso las matrices y moldes galvánicos para fabricación de discos, excepto los productos del Capítulo 37”. Concretamente, hay que hacer referencia a la partida 85232907: “Cintas magnéticas grabadas, para la enseñanza, con sonido o imágenes, técnicas, científicas o con fines culturales, reconocibles como concebidas exclusivamente para instituciones de educación o similares”.

En el caso de productos editoriales que incluyan alguno de estos soportes, seguirían exentos de arancel al importarlo en México a partir del 1 de enero de 2010, según lo publicado en D.O.F. a fecha 24 de diciembre de 2008, siempre que los productos procedan de la Unión Europea.

Respecto al IVA, se aplicaría un 11% en Región y Franja Fronteriza⁵ y 16% en el resto del país⁶.

Barreras no arancelarias

En México las barreras más habituales son, por una parte, el cumplimiento de determinadas Normas Oficiales Mexicanas (NOMs) y por otra parte, registros previos que son necesarios para la importación o exportación de bienes especialmente sensibles. Las importaciones de libros no se ven afectadas por ninguno de estos trámites: no deben cumplir ninguna NOM específica, ni es necesario ningún trámite de registro previo a la importación.

Además, toda importación requiere de un documento llamado “Pedimento de Importación”. Este documento debe ir acompañado de la siguiente documentación:

- Factura Comercial en español
- Guía aérea o conocimiento de embarque (dependiendo del medio de transporte utilizado)

Asimismo, en México, todas aquellas personas o empresas que deseen realizar importaciones, deben estar inscritas en el Padrón General de Importadores, trámite que deben realizar en el SAT (www.sat.gob.mx) dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Por último, cabe mencionar que la aduana mexicana exige el cumplimiento riguroso de todos los requisitos impuestos a las mercancías y es extremadamente formalista y rigurosa en cuanto a la documentación a aportar y a la cumplimentación de la misma.

⁵ Artículo 2, Ley del IVA, D.O.F. 29/diciembre/1978

⁶ Artículo 1, Ley del IVA, D.O.F. 29/diciembre/1978

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Piratería

La piratería y el fotocopiado ilegal son los dos principales problemas a los que se enfrenta la industria editorial mexicana. Según CEMPRO (Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor) en México se piratean alrededor de 10 millones de ejemplares al año.

Según la Fundación “Sí Podemos”, debido a la piratería en la producción y venta de libros, la industria editorial en México registra pérdidas anuales superiores a los 1.300 millones de pesos. Según este organismo, la piratería deja pérdidas a los autores de títulos por más de 110 millones de pesos sólo en concepto de derechos.

Según datos de la CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana), la reproducción ilegal de textos genera a la industria editorial unas pérdidas de más de medio millón de dólares. En el caso del fotocopiado, el problema es más severo, pues se calcula que se fotocopian cerca de 25 millones de ejemplares, lo que representa unas pérdidas de 370 millones de USD, es decir, el doble de la piratería industrial.

Una de las medidas que se proponen desde CANIEM es que la Secretaría de Educación Pública (SEP) agregue en los libros de texto de educación Cívica y Ética una leyenda alusiva a los derechos de autor y editor para que, desde pequeños, los alumnos sean conscientes de este problema.

Otra de las medidas que se pretende tomar, para paliar el grave problema de la piratería y las copias, es la del pago de una cuota por parte de las empresas fabricantes de las máquinas fotocopiadoras. Los fondos que resulten de ese cobro serán destinados a crear campañas de concienciación, para difundir entre la población la cultura de la legalidad. Además, se contratarán abogados para defender los derechos de los autores y, si sobran recursos de este pago, se repartirán entre los miembros de la CEMPRO. Las fotocopias de libros en los alrededores de instituciones universitarias del Distrito Federal cuestan, en promedio, 20 centavos de peso por hoja, si se trata de textos inferiores a 100 hojas, y 15 centavos cuando rebasan esa cifra.

Por otro lado, el problema de la piratería en México es de base, ya que adquirir productos fotocopiados o pirateados es un hábito generalizado en México. Una encuesta realizada por la Cámara de Comercio de México (CANACINTRA) en 2009, reveló que el 88% de los encuestados había adquirido algún artículo pirata y que sólo el 58% tenía una percepción negativa de la piratería.

Por último, cabe señalar que México firmó, en 2012, el Acuerdo Comercial contra la Falsificación (ACTA) con la finalidad y compromiso de combatir de manera más eficiente la falsificación y piratería de marcas, invenciones, obras intelectuales y artísticas. Este instrumento multilateral, que también suscriben Australia, Canadá, Corea, Estados Unidos, Japón, Marruecos, Nueva Zelanda, Singapur y la Unión Europea, establece un marco general internacional con el fin de detener el comercio ilegal de productos pirateados y/o falsificados, incluyendo su distribución masiva por medios digitales.

El papel del Gobierno

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Al igual que en la mayor parte de Latinoamérica, aunque con marcadas excepciones, como es el caso de Brasil, en México, el Gobierno tiene una participación muy importante dentro de la producción de libros de texto por medio de dos canales, como Estado-editor y al mismo tiempo, como Estado-comprador. En su papel de Estado-editor, a través de la Comisión Nacional del Libro de Texto Gratuito (CONALITEG), edita aproximadamente el 60% de la producción nacional, con más de 215 millones de ejemplares producidos para el año fiscal 2010.

Por otro lado, en su papel de Estado-comprador, las ventas de la industria privada al Gobierno ocupan el primer lugar de importancia en el sector, con algo más de la tercera parte de las ventas totales. Para el 2010, estas compras ascendieron a 32 millones de libros.

De acuerdo con información difundida por la CONALITEG, durante 2010, el total de libros producidos por este organismo ha sido de 245.361.562 (222.034.122 por impresores externos y 23.327.440 por la planta propia de CONALITEG en Querétaro).

TABLA 15: Producción y compra de ejemplares de libros de texto de CONALITEG clasificadas por niveles

	2007	2008	2009	2010
Preescolar	9.593.760	12.122.005	10.012.350	11.437.550
Primaria alumno	103.445.914	114.733.518	120.193.520	113.746.692
Historia y Geografía	839.450	5.323.027	514.850	2.937.250
Telesecundaria	29.478.760	26.969.640	29.457.900	30.171.930
Lenguas indígenas	961.550	2.660.950	2.541.473	4.589.320
Otros impresos	20.258.009	98.651.808	36.627.520	53.868.969
Total	164.577.443	260.460.948	199.347.613	216.751.711

Fuente: CANIEM, 2010

El desfase en las cifras de producción de libros se debe a que la CANIEM no incluye en las estadísticas los ejemplares de secundaria alumno (21.867.593 en 2010), ni de bibliotecas escolares y de aula (6.742.258 en 2010), debido a que los ejemplares de estos programas son producidos por el sector editorial privado.

Como conclusión de este análisis, se puede deducir que el propio Gobierno se constituye como el cliente principal de la industria editorial privada en México y, a la vez, en el principal competidor para esa misma industria.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

El concepto de distribución se refiere a la colocación del producto en los puntos de venta adecuados para su comercialización por parte de empresas cuyo objetivo es propiamente la distribución de productos editoriales de diversos y diferentes fondos a cualquier establecimiento de ventas al detalle donde se vendan libros y revistas, ya sean librerías, grandes superficies, papelerías, bazares, tiendas de ocasión, quioscos, etc.

La cadena de distribución del libro ha experimentado cambios importantes en cada uno de sus eslabones. Los avances tecnológicos se han incorporado paulatinamente en los procesos de producción y se empiezan a registrar importantes cambios en las formas de su distribución y acceso. La alteración de la, hasta ahora, exclusiva forma física del libro abre la posibilidad a diferentes métodos de distribución. Junto con el libro impreso convivirán otros formatos que permitirán nuevas maneras de acceder a los contenidos física y digitalmente.

Se podría decir que para que un libro sea distribuido en los puntos de venta, no es imprescindible la labor de una distribuidora independiente. Sin embargo, las ventajas de este tipo de empresas son importantes, especialmente para los pequeños y medianos editores.

Algunas de ellas son:

- Costes de transacción: tanto editoriales, como librerías, reducen la cantidad de transacciones en la medida en que un editor se puede entender con una sola distribuidora, en caso de tener exclusividad, o con unas pocas, para distribuir los libros en una gran cantidad de puntos de venta en lugar de tener que relacionarse directamente con cada uno.
- Oportunidades: muy relacionado con lo anterior, la labor de las distribuidoras aumenta la diversidad de la oferta bibliográfica de las librerías y se llevan más libros a más puntos de venta que, de otra manera, muy posiblemente no llegarían. Se fortalece la diversidad y la sostenibilidad de las pequeñas y medianas editoriales.
- Conocimiento del mercado: en la medida en que las distribuidoras reúnan la comercialización de libros de varios sellos editoriales, pueden llegar a concentrar

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

información valiosa sobre el sector editorial. Las distribuidoras tienen información sobre la tendencia de pedidos, ventas, etc.

En general, en los países latinoamericanos, no hay presencia de distribuidoras fuertes, 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, las propias librerías 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.

En cuanto a los problemas que se le presentan a los editores en la venta final de sus productos, se encuentra el bajo índice de hábitos de lectura de la población, la escasa promoción de la misma, la piratería, los escasos puntos de venta y la situación económica, todos ellos clasificados como exógenos. En cuanto a los problemas endógenos, destaca la poca capacitación de los empleados, la baja rentabilidad, la competencia desleal y las políticas de descuentos, entre otros.

Con el fortalecimiento de la producción local de las editoriales españolas en algunos países latinoamericanos, esta tendencia se acentuó más y con la importación de los libros de las casas matrices para su distribución, se ha penetrado en los mercados locales. Se realizaron alianzas entre editoriales⁷ para que les distribuyeran sus fondos en regiones específicas. Las distribuidoras independientes no llegan a cuotas de mercado superiores al 30%.

1.2. Esquema de la distribución

En el siguiente gráfico se puede ver cómo se distribuye la comercialización de libros en función del canal. Como se puede observar, para todos los años, los canales con más peso en el mercado son: el Gobierno, las librerías y ya, en menor medida, las exportaciones, ventas a escuelas y tiendas de autoservicio y departamentales.

⁷ Fuente: CERLALC-Conferencia “La Distribución del Libro en América Latina”.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

TABLA 16: Canales de comercialización miles de ejemplares

Año	2007	2008	2009	2010	
				Número	%
Ventas al Gobierno	46.619	48.140	44.142	46.496	33,5
Librerías	42.084	41.705	40.468	39.999	28,9
Exportaciones	14.991	14.894	11.545	15.466	11,2
Ventas a escuelas	13.789	9.822	9.722	12.476	8,9
Tiendas de autoservicio y departamentales	12.747	11.013	11.926	10.611	7,7
Expendios propios	1.825	2.240	1.908	3.870	2,8
Ventas a empresas privadas	3.710	2.972	3.152	2.426	1,8
Ferías del Libro	1.658	1.378	1.329	1.226	0,9
Venta directa a crédito	991	1.094	1.131	1.170	0,8
Otros ⁸	8.715	5.431	3.680	4.867	3,5
Total	147.129	138.689	129.003	138.607	100

Fuente: CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana)

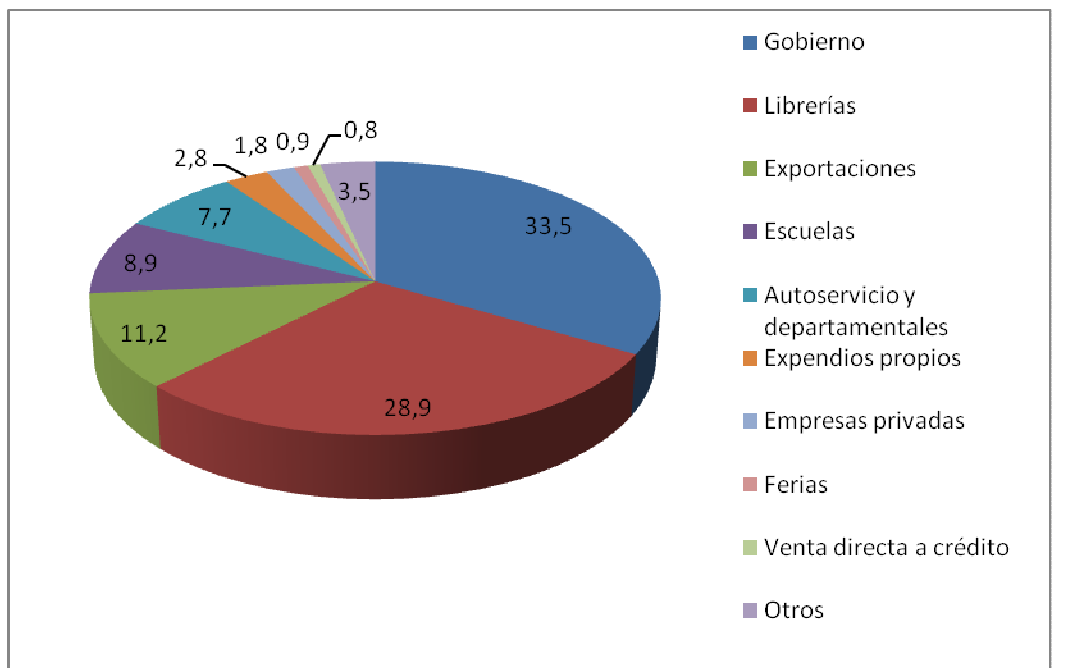
Entre las principales tendencias que se observan en los últimos años, se pueden destacar las siguientes:

- Las ventas al canal del Gobierno aumentaron algo más del 5% desde 2009, pero este ascenso es más bien una recuperación de las ventas del canal, debido a que en el período 2008-2009, el valor se redujo drásticamente.
- Hay una disminución progresiva de las ventas al canal de librerías, las tiendas de autoservicio y departamentales, y en las ferias del libro.
- El significativo repunte de la cantidad de las exportaciones (más de un 25% de aumento en el año 2010 respecto al año anterior), de la venta a escuelas (22%) y de las ventas en las librerías de las propias editoriales -expendios propios- (50%).

⁸ Puestos de periódicos, centros de documentación, correo directo, etc.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

GRÁFICO 2: Canales de comercialización 2010



Fuente: CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana)

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

TABLA 17: Ejemplares, facturación y precio promedio por canales de comercialización en 2010. Pesos y %

Canales de comercialización 2010	Ejemplares Núm. piezas	Facturación Pesos	Precio Promedio de venta Pesos
Librerías	39.998.980	3.748.022.189	93,7
Puestos de periódicos	419.012	15.036.735	35,9
Tiendas de autoservicios y departamentales	10.610.585	528.474.452	49,8
Ferias de libros	1.226.113	99.582.558	81,2
Ventas a gobierno:			
• Texto gratuito para secundaria	27.473.631	987.422.388	35,9
• Bibliotecas de Aula y Escolares	4.595.981	89.628.177	19,5
• Otrs Instituciones	14.426.473	587.629.835	40,7
Ventas a escuelas	12.475.699	1.111.375.444	89,1
Ventas a bibliotecas y centros de documentación	350.233	49.976.785	142,7
Ventas a empresas privadas	2.426.381	260.759.491	107,5
Ventas a asociaciones de padres de familia	18.190	3.104.519	170,7
Ventas directas a crédito	1.169.761	98.613.557	84,3
Correo directo	273.483	87.090.116	318,4
Expendios propios	3.869.910	232.985.983	60,2
Internet	83.410	16.720.036	200,5
Otros eventos	177.004	19.454.487	109,9
Exportaciones	15.465.867	907.023.962	58,6
Otros canales	3.546.345	64.393.303	18,2
Total	138.607.058	8.907.294.017	64,3

Fuente: CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana), 2010

Para 2010, la CANIEM realizó un estudio del valor de facturación por canales de comercialización, del que puede observarse lo siguiente:

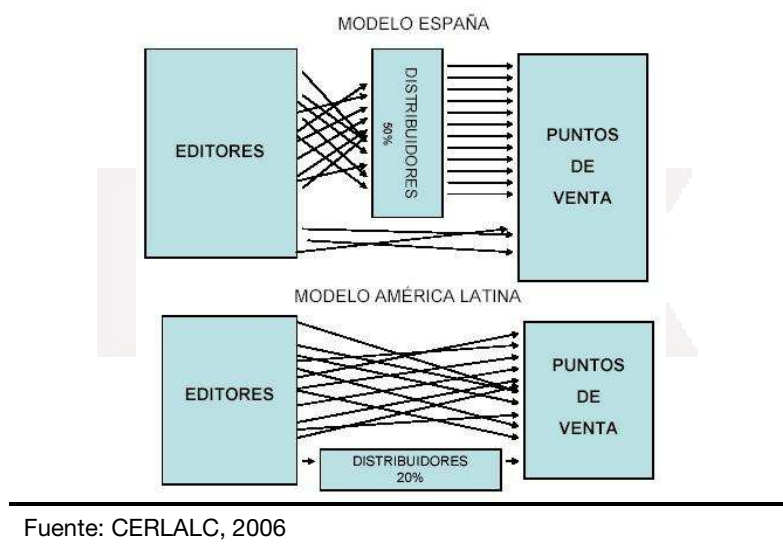
- Aún cuando en número de ejemplares la venta al Gobierno representa un 33,5% del total comercializado, en facturación, su posición de liderazgo ya no es tal, puesto que sólo aporta el 18,7% del total. Aun así, es la segunda partida más grande. Esto se debe a que el Gobierno no es un comprador al uso, fija unos precios rígidos para la adquisición de sus materiales y no participa en el mercado como el resto de los actores.
- Las librerías son el principal canal de venta en cuanto a facturación, ya que aportan el 42,1% del total. El precio promedio de las ediciones vendidas a estos negocios es de 93,7 pesos.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

- El tercer valor de facturación más alto se consigue a través de la venta a escuelas y colegios, que aporta el 12,5% del total. El precio promedio de los libros vendidos a través de este medio es de 89,1 pesos, muy similar al observado en librerías.
- Las exportaciones, en facturación, contribuyen con un 10,2% de la venta total y registran un valor de 58,6 pesos por libro en promedio.

En el siguiente gráfico se ve plasmado el esquema de distribución de España y de los países latinoamericanos. La diferencia estriba en el poco peso que tienen los distribuidores en el mercado editorial en Latinoamérica. Sólo un 20% del total de libros vendidos en los distintos canales de comercialización fueron distribuidos por terceros; el resto fue distribuido por los propios editores.

GRÁFICO 3: Sistema de distribución editorial



Fuente: CERLALC, 2006

Las compras del Gobierno determinan en parte el funcionamiento de la producción y distribución editorial. La edición e impresión de textos gratuitos y materiales didácticos en México está a cargo de un organismo descentralizado llamado Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito (CONALITEG). Esta organización, junto con la Secretaría de Educación Pública, diseña los textos gratuitos y realiza todo en sus instalaciones, encargándose de la distribución de los libros y material producidos.

La distribución de los textos y materiales se inicia en enero de cada año con el apoyo de las Secretarías de Defensa y Marina, la Procuraduría General de la República, los gobiernos estatales, las presidencias municipales, organizaciones civiles y los padres de familia. Los libros se reparten en dos almacenes de la Comisión, que distribuyen los materiales a almacenes centrales en los diferentes estados del país, en donde las autoridades educativas se encargan de entregar los materiales a los diferentes planteles educativos en junio, antes de que inicie el curso escolar.

1.3. Principales distribuidores

Como ya se mencionó, el Estado es el principal comprador de libros infantiles y juveniles, en concreto, la CONALITEG, que es la encargada de adquirir libros para el programa “Bibliotecas en las Aulas”. Para poder optar a este programa, es requisito indispensable que los libros sean editados en México por editoriales mexicanas, lo cual supone una barrera insalvable, en apariencia, para las editoriales extranjeras. En la práctica no tiene por qué ser así, ya que los productos de las editoriales extranjeras implantadas en México se consideran producto mexicano.

Como ya se mencionó, otra manera legal de superar esta barrera consiste en llegar a un acuerdo con una editorial o imprenta mexicana para que edite el libro y se lo ofrezcan a CONALITEG como un producto plenamente mexicano. En realidad, la mayor barrera para acceder a este mercado es el bajo precio que paga el Gobierno, y que puede hacer que no resulte atractivo para productos extranjeros de mayor calidad, pese al volumen de producción que implica la venta al gobierno. En cualquier caso, se observa una tendencia al alza en los precios pagados por el Gobierno.

En lo que respecta al mercado privado, México cuenta, según los últimos datos proporcionados por la Asociación Nacional de Libreros, entre 400 y 600 librerías en toda la República. Esto supone tan sólo una librería por cada doscientos mil habitantes, lo cual representa unas cifras muy bajas en comparación con las de España y otros países europeos.

Al igual que ha ocurrido en otros países, en México han cerrado muchas pequeñas librerías en los últimos años. Son varias las causas para esta escasez de librerías: una de ellas es que las grandes superficies han ido ganando terreno en la distribución de libros. Debido a su capacidad de negociación, son capaces de ofrecer al consumidor mejores precios por los mismos títulos. Por otra parte, el hecho de que la CONALITEG compre los libros de texto directamente a las editoriales, supone restar a las librerías una parte importante del negocio. Hasta hace cinco años, los libros de texto de educación secundaria se distribuían en las librerías; ésta era una fuente de ingreso importante y segura, que los libreros perdieron cuando la CONALITEG empezó a distribuir directamente los libros que compraba a las editoriales. Además, la escasez de lectores es, evidentemente, un factor que ayuda a explicar el bajo número de librerías independientes.

A pesar de ello, el número total de librerías se ha mantenido en los últimos años. Esto se debe a que, a pesar del cierre de algunos puntos de venta (sobre todo pequeños establecimientos particulares), las grandes cadenas de distribución (tiendas departamentales y grandes superficies) abren cada vez más sucursales, y suelen contar con un departamento de libros.

En el canal de librerías, se puede distinguir entre las cadenas de librerías y las librerías tradicionales. Las cadenas más importantes son: Cristal, con más de 40 sucursales en todo el país y Porrúa, con más de 30 sucursales también repartidas por toda la República. Además, esta librería vende también a través de la cadena de grandes superficies de material para oficina, Office Max. También hay que citar las librerías del FCE (Fondo de Cultura Económica), que aparte de ser la editorial mexicana más importante, cuenta con más de 22 librerías en las que distribuye libros de todas las editoriales, aunque dando especial

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

importancia a su propio sello. En México DF y Estado de México tienen una fuerte presencia: Gandhi, con 13 sucursales y la Casa del Libro, que cuenta con una decena de sucursales. Gandhi, a pesar de contar con menos sucursales que Cristal y Porrúa, es la cadena de librerías con mayor volumen de ventas, ya que las ventas de libros se concentran en la Ciudad de México. Es también la librería que cuenta con más títulos.

Estas dos cadenas iniciaron, a mediados de la década pasada, una agresiva campaña de promoción, con grandes descuentos que desencadenó en una guerra de precios entre las distintas cadenas, aunque la Ley del Libro aprobada en marzo de 2008, que estableció el precio único, intentó terminar con esta estrategia agresiva que perjudicó fundamentalmente a las pequeñas librerías. Así, las pequeñas librerías que se encuentran a pie de calle, son las que más han acusado la incursión de las grandes superficies en el sector y, como se ha indicado, quedan muy pocas en el país.

A través de las grandes superficies y tiendas departamentales se han distribuido 10.611.000 ejemplares en 2010. Las grandes superficies, al igual que sucede en España, distribuyen en general una variedad limitada de títulos, generalmente *“best sellers”*, de los que compran un mayor número de ejemplares que las librerías, pudiendo negociar un precio menor y rebajar de esta manera el precio de venta al público. De este modo, han ido ganando terreno a los libreros tradicionales. En cuanto a las tiendas departamentales, las más importantes del país son Palacio de Hierro y Liverpool. Los departamentos de libros de Palacio de Hierro son, en la actualidad, espacios concesionados que administra la cadena de librerías Gandhi (inicialmente eran librerías Porrúa). A su vez, Sanborns, cadena de restaurantes con tiendas, con casi 380 puntos de venta por todo el país, (con un esquema similar al de las tiendas VIPS en España), vende gran variedad de publicaciones periódicas, tanto mexicanas, como extranjeras, y también algunos títulos de libros, generalmente *“best sellers”*. Es el punto con mayor volumen de venta en México, y atiende a un modelo de compra impulsiva, personas que lo visitan para comer o hacer otras compras y que acaban comprando también un libro.

Las grandes superficies distribuyen una menor variedad de títulos que las tiendas departamentales. Entre ellas, también hay diferencias en la cantidad de títulos y ejemplares que distribuyen. Así, las que cuentan con un departamento de libros más completo son, en cuanto a distribución, Comercial Mexicana y WalMart. También distribuyen libros, pero en menor cantidad, Soriana y Costco.

En Otros Canales se incluyen puestos de prensa, ventas a bibliotecas, ventas en eventos diferentes a ferias y también las ventas por Internet y por correo. Estas últimas son muy bajas en México (menos del 1%), si se comparan con las de otros países.

La mayoría de los distribuidores mencionados no son importadores de libros directos, sino que compran a importadores-distribuidores mexicanos y, sobre todo, a editoriales. Sólo las grandes cadenas de librerías del país importan, ocasionalmente, desde España y Estados Unidos, pero únicamente en aquellos casos en los que no pueden encontrar en México el título de su interés.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Si se hace una distinción de los canales en corto, largo y venta directa: es el canal corto el que se muestra como más importante en México, seguido del canal de venta directa y por último, con menor importancia, el canal largo. El canal largo incluye medios como las librerías, los quioscos, las grandes superficies, las tiendas de autoservicio y tiendas departamentales. Aun así, en los últimos años, se ha registrado una amplia dinámica en el funcionamiento de los canales, produciéndose un descenso en la tasa anual de venta de ejemplares en el canal corto. Esta pérdida de participación del canal corto se refleja en una tendencia a incrementar el uso de las distribuidoras como forma de llegar al canal final de venta al público, las librerías.

En una encuesta realizada por la CANIEM, se pidió a los editores que registraran los ejemplares vendidos por canal de comercialización, distinguiendo los que fueron distribuidos por la propia empresa de los que fueron distribuidos por terceros. Los datos obtenidos señalan que del total de libros vendidos en los distintos canales de comercialización, más del 80% fue distribuido por los propios editores y menos de un 20% por terceros.

Por canales de comercialización, las ventas al Gobierno ocuparon el primer lugar de importancia en el sector en 2010 (33,5%). Las librerías, canal natural del libro, exhibieron y vendieron el 28,9% de los libros en el año y ocuparon el segundo lugar en importancia. Por último, las exportaciones fueron la tercera opción más importante para la venta de libros, con el 11,2% del total de ventas en el sector y una tasa de devolución que se encuentra entre las más bajas del mercado.

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Un rasgo particular del sector editorial es que existen dos formas de venta de libros: en firme o en consignación. La primera es aquella que se materializa como tal, al momento de la entrega de la mercancía a la librería. La segunda, la más frecuente, consiste en la entrega por parte de las editoriales de una cantidad de libros a las librerías para que los vendan, con el compromiso de declarar (de forma mensual) las ventas efectivamente realizadas. Este mecanismo puede contemplar o no un plazo máximo o mínimo para la devolución de libros.

En términos de importación, la forma de entrada de las editoriales en México varía en función de la editorial. Las grandes editoriales como Santillana - Alfaguara, 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.

Otras editoriales más pequeñas, se dedican sólo a la importación de libros desde España 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

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

libro nacionales para entrar más fácilmente en contacto con distribuidores del sector. Entre las más importantes destacamos la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (www.fil.com.mx), la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil de Ciudad de México (filij.conaculta.gob.mx) o la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería (feria.mineria.unam.mx), también en Ciudad de México.

La editorial española suele 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 se ha explicado, además de las labores de edición y de importación, algunas editoriales del sector ofrecen servicios de distribución a otras editoriales nacionales y extranjeras. Para importaciones de la fracción arancelaria 49.01 es requisito obligatorio que el importador se inscriba en el Padrón de Importadores de la S.H.C.P. (Artículo 59, fracción IV de la Ley Aduanera). A este respecto, conviene recordar que la aduana mexicana exige el cumplimiento riguroso de todos los requisitos impuestos a las mercancías y es extremadamente formalista en cuanto a la documentación que es necesaria aportar y la cumplimentación de la misma.

2.3. Condiciones de suministro

Estados Unidos es el país que, comparativamente, cuenta con más ventajas en este aspecto, ya que tiene los precios más bajos de transporte, al manejar el intercambio de mercancías por medio terrestre en la frontera norte de México. Las negociaciones con los fabricantes estadounidenses son DAF (Delivery at frontier), donde el importador mexicano recibe el producto en frontera y lo introduce asumiendo gastos de transportes y seguros. El plazo de entrega varía y puede ser de unas horas hasta un máximo dos días, desde la frontera hacia las principales ciudades.

En cuanto a importaciones por medio marítimo, España tiene el segundo mejor tiempo de tránsito, 15 días, sólo superado por Colombia, que tiene 8 días. China ya supera los 17 días. España también tiene los mejores costes tras Colombia. Como ejemplo, un contenedor de 20' procedente de Colombia cuesta alrededor de 1.500 USD y de China, 3.500 USD. El precio aproximado de un flete similar de Valencia hasta México D.F. oscila entre los 1.200 € y los 1.600 €⁹.

2.4. Promoción y publicidad

En México, el precio es un recurso fundamental para atraer a los compradores. Por ello, se debe analizar la sujeción de las cotizaciones a las posibles variaciones en el tipo de cambio entre el euro y el dólar americano. Cuando el euro se cotiza al alza, la importación de libros desde Europa, en concreto desde España, se encarece por lo que se reducen las cantidades importadas de libros españoles, o se editan en México para abaratar costes.

⁹ Cotización de iContainers, agosto 2012.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

El factor que más encarece la importación del libro es el manejo de la mercancía en el desembarco, al trasladarla del barco al camión.

El descuento habitual a librerías se sitúa entre el 30-40% sobre el precio de venta al público. Este margen se reduce a un 20-30% cuando se trata de libros de texto. Por otra parte, el descuento a distribuidoras está en torno al 40% sobre el precio de venta al público, en función del poder de distribución que tenga dicha empresa, así como los posibles acuerdos de exclusividad que se hayan firmado con la editorial.

En este sentido, se aconseja al empresario moverse con una política de precio neto, sin descuentos, y se recomienda sugerir un precio de venta al público.

La política de las distribuidoras mexicanas en los casos en que no se vendan los libros acordados en el pedido, es negociar con la editorial. Normalmente, se trata de dar un precio de venta menor, de promoción, para liquidar los libros, ya que devolverlos a España es bastante costoso. Estos puntos concretos se deberían precisar a la hora de firmar un contrato de distribución en México.

La estrategia de precios seguida por alguna de las editoriales españolas implantadas en el mercado mexicano es posicionarse como una marca *Premium price*, como es el caso de SM, o establecerse con un precio accesible y más económico, como es el caso de Combel.

Además del precio, otra forma de promoción muy utilizada en los últimos años por las editoriales es ofrecer, junto con la venta del libro, una serie de servicios complementarios, como una asesoría enfocada al producto, sobre todo en el caso de venta a colegios, o lo que es conocido como marketing educacional: se ofrecen productos complementarios al propio libro (foro, web, exámenes, etc), de manera que incremente la función didáctica del mismo.

2.5. Tendencias

Como se ha comentado, la distribución tiende a concentrarse cada vez más en manos del Estado; mientras que la distribución en el mercado se está concentrando en manos de las tiendas departamentales, en detrimento de las librerías tradicionales. El principal distribuidor de libros en el mercado mexicano es Sanborns, una tienda parecida a VIPS, en la que se distribuyen principalmente *best sellers*, y últimas novedades, dirigida a un público que compra por impulso.

Tanto el sector de producción como el sector de distribución se ven afectados por la entrada de las nuevas tecnologías. Como consecuencia de las nuevas facilidades para transmitir información digital, los mecanismos y los puntos de distribución del libro también se han modificado significativamente. Además de proporcionar la infraestructura para canales de distribución virtuales, Internet constituye también un medio de bajo coste para difundir y promover la venta de libros, particularmente a medida que los mercados de libros se fragmentan cada vez más. Los precios que se ofrecen en estas empresas que operan como “librerías virtuales” son significativamente menores que los que pueden ofrecer las librerías pequeñas e independientes que operan en forma convencional.

La CANIEM elaboró, en agosto de 2011, una breve encuesta de indicadores principales con el objeto de detectar y cuantificar las perspectivas del sector. Entre los resultados se encuentra que el 38% de los encuestados pronostican un incremento en la producción,

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

mientras que un 50% considera que también se incrementará el coste de producción y el 48% piensa que dicho coste se mantendrá. El 56% de los encuestados sugiere también que el coste del papel se incrementará.

La mitad de los encuestados espera que el número de ejemplares vendidos se incremente, pero sólo el 41% supone que el valor de facturación se incrementará. También, en su mayoría, consideran que el nivel de facturación se mantendrá sin cambios. Asimismo, para un 73% de los editores, el precio de venta de sus ediciones no cambiará.

El 61% de los participantes en la encuesta piensa que el porcentaje de devolución se mantendrá igual y con respecto a la expectativa del año anterior, se observa que el segmento que cree que el porcentaje de devolución se reducirá, creció 3 puntos porcentuales.



ICEX

IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

México tiene una población estimada de 112 millones de habitantes al cierre de 2010, con datos del último Censo de Población y Vivienda 2010, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), con una tasa de crecimiento en el período 2005-2010 de 1,8%. De estos 112 millones de habitantes, la mitad son menores de 26 años, por lo que se trata de una población muy joven. Alrededor del 75% de la población se centra en zonas urbanas y aproximadamente una quinta parte de la población vive en la Ciudad de México (Distrito Federal y conurbación).

1.2. Factores económicos

1.2.1. Aspectos generales

México, país OCDE desde 1994, es la decimocuarta economía del mundo y segunda en Iberoamérica (detrás de Brasil) con un PIB de 1.154.784 MUSD, según datos estimados del FMI para 2011 y una renta por habitante superior a los 10.000 dólares en ese año. Asimismo, está estratégicamente situado en el norte del continente americano con una frontera de más de 3.000 Km. con Estados Unidos y una población muy joven (aproximadamente el 63% de los 112 millones de habitantes tiene menos de 35 años).

México es miembro del GATT desde noviembre de 1986 y, por tanto, miembro de la OMC desde el 1 de enero de 1995. Inmerso en un vertiginoso proceso de apertura al exterior desde mediados de los ochenta, México se ha convertido, en los últimos años, en una potencia comercial a escala mundial, y la primera de América Latina. Con datos de la OMC, en 2010 México exportó 298.000 millones de dólares (puesto número 15 en el ranking mundial), por encima del nivel de exportación de España (245.000 millones de dólares, puesto número 18) y muy por encima, también, del segundo país latinoamericano por nivel de exportación, Brasil, con 202.000 millones de dólares. El volumen de importaciones de México, 311.000 millones de dólares según esa misma fuente (puesto número 16 en el ranking mundial) es prácticamente igual al de España (312.000 millones de dólares, puesto número 14) y un 50% superior a las compras al exterior de Brasil (191.000 millones de dólares).

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Por otro lado, su estratégica situación geográfica en el continente americano y su extensa red de Tratados de Libre Comercio, 11 vigentes en total, le otorgan acceso preferencial a los mercados de 43 países y a más de 1.000 millones de consumidores y favorecen el intercambio comercial, así como la utilización de México como destino de inversión para aprovechar las oportunidades que ofrece como plataforma exportadora hacia otros mercados. Los TLC-s más significativos son, sin lugar a dudas, el TLCAN (TLC de América del Norte) que entró en vigor en 1 de enero de 1994 y el TLC con la UE que entró en vigor en el año 2000.

Destaca, además, la participación de México en otros mecanismos de integración como APEC, así como en otros organismos internacionales como el ALCA (Área de Libre comercio de las Américas) del cual es gran defensor junto con Estados Unidos. No obstante, ante la falta de acuerdos entre los países del continente, México está trabajando con otros países suramericanos para crear un espacio de libre comercio en la zona.

Por todo lo anterior, México puede considerarse como una economía abierta, con un grado de apertura $(M+X)/PIB$ cercano al 60%.

1.2.2. Coyuntura económica

En la última década el PIB mexicano se ha expandido a una tasa promedio anual de un 2,2%, con importantes altibajos (en el 2006 creció 4,9% y en el 2010 un 5,5%, pero en el 2009, por ejemplo, decreció 6,5%). En el lustro posterior a la crisis de 1995, la economía creció a un ritmo promedio de un 5,5% por año.

En el año 2001, la economía de México sufrió un doble golpe: una recesión en Estados Unidos, principal mercado para las exportaciones mexicanas, y el acceso de China a la Organización Mundial de Comercio. La combinación de una débil demanda externa y una fuerte competencia de países asiáticos, tuvieron como resultado un prolongado periodo de estancamiento. No obstante, México se recuperó, y mantuvo un crecimiento constante hasta 2008, año en que comenzó una severa crisis económica. Así, en ese año se produjo un deterioro significativo en la situación económica del país por efecto de la crisis global desencadenada en EEUU, y cerraba con un reducido crecimiento del 1,3%. El año 2009 no fue mejor y México estuvo marcado por una fuerte recesión. Las políticas contracíclicas no lograron contener la caída del empleo ni del PIB, que cerró 2009 con un descenso del 6,5%, el mayor en décadas. Al previsible fuerte impacto que tendría la recesión de EEUU en México, dado el peso de su sector exterior en el PIB y la señalada dependencia del vecino del norte, se unió la caída histórica de más del 20% de los ingresos del petróleo, tanto por el desplome del precio desde su máximo histórico en 2008 como por la caída en la producción (recordamos que México ha tenido y sigue teniendo una gran dependencia respecto a los ingresos derivados del petróleo). El país cerró 2009 con un déficit del 2,3%, el más elevado desde 1990, y una deuda neta del sector público del 30,3% del PIB, la mayor desde 1995, incluyendo la deuda de PEMEX, aunque en niveles inferiores al promedio de la OCDE y con finanzas comparativamente más saneadas. El desempleo alcanzó en septiembre de 2009 también su mayor nivel en 10 años, un 6,41%.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

No obstante, durante 2010, en México se consolidó el proceso de reactivación de la actividad que inició a finales de 2009. Hubo una cierta recuperación de los niveles de producción, consecuencia del crecimiento de la economía mundial, en particular, por el de la actividad industrial en Estados Unidos, principal inversor y comprador de los productos mexicanos. Este último impulsó de manera importante las exportaciones mexicanas, lo cual fue transmitiéndose gradualmente a los componentes del gasto interno. La recuperación de los niveles de exportación reflejó mayores niveles de utilización de la capacidad instalada de la industria manufacturera. Sin embargo, a finales de 2010, los niveles de capacidad utilizada permanecían por debajo de los establecidos previamente a la crisis.

Así, la misma causa de la fenomenal caída del PIB mexicano en 2009 (6,5%, la mayor en décadas) está detrás de su rápida mejoría de 2010, con un crecimiento del 5,5% anual del PIB. Como se anticipaba, la recuperación se sustentó en un mayor volumen de las exportaciones de manufacturas a EEUU, con un crecimiento superior al 35% en ese periodo, la mayor variación en 15 años. La actividad industrial creció un 6,1% en 2010, destacando especialmente las manufacturas que avanzaron un 9,9%, y dentro de éstas, el sector automotriz. Sin embargo, de nuevo la situación internacional tuvo un reflejo en la desaceleración de la actividad en los primeros meses de 2011, aunque el año concluyó con un crecimiento del 3,9%, un comportamiento más moderado que el año anterior, pero en línea con las estimaciones de autoridades y analistas. Los últimos datos hacen referencia a un crecimiento del 4,6% de la economía mexicana en el primer trimestre de 2012 en relación con el mismo trimestre de 2011, superando las expectativas tanto de analistas como del Gobierno (estimación 4%) y representa el mayor aumento en un dato trimestral en año y medio. A pesar de que el dato es muy positivo los analistas esperan cierta desaceleración en la segunda mitad del año.

En cuanto a la Inversión Extranjera Directa, cabe señalar que ésta experimentó una caída de más del 40% en 2009, la peor contracción desde 1960, situándose en 15.205 millones de dólares, la cifra más baja en los últimos 10 años, pero se produjo una mejora de los datos de IED durante 2010, gracias sobre todo a las inversiones de grandes empresas multinacionales (siendo la más relevante la compra de la embotelladora FEMCO por parte de Heineken), año que arrojó una cifra de 19.627 millones de dólares. Los datos de la Secretaría de Economía estiman 19.554 millones de dólares en concepto de IED para 2011, dato con el que la IED se mantiene como la tercera fuente de divisas, tras las exportaciones petroleras y las remesas. La cifra de IED recibida durante el primer trimestre de 2012 se sitúa en 4.372,4 millones de dólares, un 8,7% inferior a la recibida en el mismo trimestre de 2011 (4.787,1 millones). La balanza comercial por su parte sigue registrando cifras positivas con un crecimiento del 7,6% de las exportaciones totales en el primer semestre del año (184.136,6 millones de dólares) y un 7,7% de las importaciones (180.846,9 millones), con un saldo positivo de 3.289,7 millones de dólares.

En lo que se refiere al nivel de desempleo, éste alcanzó en septiembre de 2009 su mayor nivel en diez años: 6,41%, para iniciar una senda descendente desde entonces, llegando a un 4,94% en diciembre de 2010, y aunque mostró cifras superiores en algún momento del año, cerró 2011 en el 4,51%. En junio de 2012 se sitúa en 4,81%, el menor para ese mismo mes desde 2008. Aunque este indicador ha ido mejorando y durante este sexenio el número de cotizantes a la Seguridad social ha aumentado en 1,8 millones, el desempleo y el subempleo siguen siendo problemas estructurales de México (a junio de 2012, el 29,7% de

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

la población ocupada se sitúa en el sector informal. El último dato hecho público por la Secretaría de Hacienda cifra la creación “neta” de empleo formal en 2011 en 590.797 empleos, lo que representaría el tercer mayor nivel de empleo generado en los últimos 12 años.

La inflación, por su parte, cerró el año 2011 en el 3,82%, dentro del rango objetivo del Banco de México (3% +/- 1) y por debajo del dato registrado en 2010 (4,4%), mientras que el déficit público se situó en el 2,5% del PIB frente al 2,8% de 2010 (0,6% del PIB frente al 0,8% del PIB excluyendo la inversión de PEMEX). La inflación anualizada a cierre de junio de 2012 se situaba en el 4,34%% (su mayor nivel en 18 meses) y la inflación acumulada en el primer semestre, en 0,80%.

Por lo que se refiere al tipo de cambio, el peso registró en 2010 un nivel promedio de 12,62 pesos por dólar y una apreciación de 72 céntimos, favorecido por la entrada de capitales de cartera en México. En marzo de 2011, bajó la barrera de los 12 pesos por dólar, su menor nivel desde 2008, manteniéndose por debajo de los 12 hasta agosto de ese año. A partir de ese momento, la incertidumbre en los mercados financieros ha generado una gran volatilidad en el tipo de cambio, que llegó a cotizarse por encima de los 14 pesos por dólar, su mayor nivel desde marzo de 2009, en los meses de septiembre y octubre del 2011.

En definitiva, México mantiene condiciones macroeconómicas sólidas y sin grandes desequilibrios, aunque entre sus debilidades podríamos señalar la excesiva dependencia de los EE.UU. y de su ciclo económico, la excesiva concentración de los ingresos presupuestarios en las aportaciones de PEMEX (entre el 30 y el 40% dependiendo del precio internacional del barril), la amenaza de la competencia china para el sector manufacturero (sobre todo en EE.UU., principal mercado de la exportación mexicana), la baja productividad, la pérdida de competitividad y la persistencia de importantes focos de pobreza y desigualdad.

En la siguiente Tabla se pueden ver los datos más significativos de la economía mexicana:

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Cuadro 1: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	2008	2009	2010	2011
PIB				
PIB (MUSD a precios corrientes) estimación INEGI PIB anual aplicando cambio promedio (1)	934.700	875.776	1.036.117	1.154.695
PIB (MUSD a precios corrientes) estimación FMI	1.142.629	874.903	1.039.121	1.154.784
Tasa de variación real (%)	1,3	-6,5	5,5	3,9
Tasa de variación nominal (%) (2)	8,1	-2,5	10,01	9,7
INFLACIÓN				
Media anual (%)	5,1	5,31	4,16	3,41
Fin de período (%)	6,5	3,57	4,40	3,82
TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL				
Media anual (%) cetes a 28 días	7,8	5,39	4,40	4,24
Fin de período (%) cetes a 28 días	7,9	4,51	4,45	4,31
Tasa de interés interbancaria a un día del Banco de México. Fin de período (3)	8,25	4,5	4,5	4,5
EMPLEO Y TASA DE PARO (INEGI)(4)				

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Cuadro 1: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	2008	2009	2010	2011
Población (x 1.000 habitantes)	107.012	107.550	108.396	114.259
Población activa (x 1.000 habitantes)	45.178	47.041	47.131	50.273
% Desempleo sobre población activa	4,3	5,3	5,4	4,8
DÉFICIT PÚBLICO (5)				
% de PIB	0,1	0,2	0,8	0,6
DEUDA PÚBLICA				
en MUSD (interna + externa) BRUTA	241.503	317.499	359.749	362.789
en % de PIB (cálculo aproximado de la SHCP).	21,3	30,5	30,5	32,4
EXPORTACIONES DE BIENES (6)				
en MUSD	291.342,5	229.783	298.473	349.676
% variación respecto al período anterior	7,1	-21,16	29,89	17,2
IMPORTACIONES DE BIENES (6)				
en MUSD	308.603,2	234.385	301.482	350.842
% variación respecto a período anterior	9,4	-24,05	28,63	16,4
SALDO B. COMERCIAL				
en MUSD	-17.260,3	-4.677	-3.009	-1.166
en % de PIB (1) aprox.	-1,8	-0,53	-0,29	-0,12
SALDO B. CUENTA CORRIENTE				

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Cuadro 1: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	2008	2009	2010	2011
en MUSD	-15.724,8	-5.238	-3.094	-9.030
en % de PIB (1)	-1,4	-0,6	-0,54	-0,78
DEUDA EXTERNA (7)				
en MUSD (pública y privada)	192.154	197.173	199.760	201.344
en % de PIB (cálculo de la SHCP)	14,5	16,9	16,9	17,9
SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA				
en MUSD TOTAL	26.764	46.536	33.395	27.125
amortizaciones	20.583	41.341	28.358	21.697
intereses	6.181	5.195	5.037	5.428
en % de exportaciones de b. y s.	9,1	20,3	11,2	7.75
RESERVAS INTERNACIONALES				
en MUSD	85.274	90.837	113.596	149.209
en meses de importación de b. y s. aprox.	3,3	4,2	4,2	5,1
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA				
en MUSD	26.295,4	15.338,8	20.708,6	19.554,4
TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR				
media anual	11,15	13,50	12,62	12,43
fin de período	13,83	13,06	12,37	13,94

Fuentes: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI). Datos de empleo (INEGI-ENOE);

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

deuda y finanzas públicas SHCP "Informe sobre la situación económica, finanzas públicas y deuda pública". Datos de Balanza de Pagos, tipo de cambio, tipos de interés y reservas internacionales del Banco de México. Datos de Inversión, Secretaría de Economía.

Notas: (1) Para el PIB en millones de dólares se ha hecho un cálculo con la cifra de PIB anual proporcionada por el INEGI en pesos 14.352.866 aplicando el tipo de cambio promedio para el año 2011 de 12.43 pesos por dólar. Esta cifra es muy similar a la estimación del FMI que también se recoge en la tabla aunque tienen una ligera variación el relación con el dato utilizado por el Banco de México para los porcentajes sobre el PIB de los diferentes apartados de la Balanza de Pagos.

(2) La tasa de variación nominal calculada por el INEGI, resultado de la variación del PIB real (3,9%) y del "Índice de Precios Implícitos del Producto" (5,5%).

(3) El Banco de México utiliza, oficialmente, desde el 21 de enero de 2008, un nivel objetivo para los tipos de interés de financiación interbancaria como instrumento de política monetaria en sustitución de "el corto" (saldo objetivo diario para las cuentas corrientes de la banca en el banco central) utilizado hasta ese momento.

(4) Las cifras calculadas por el INEGI para ocupación y empleo, están basadas en las estimaciones de población de la CONAPO que difieren de los últimos resultados del Censo de Población y Vivienda 2010 (donde la población asciende a 112.336.538 personas).

(5) La cifra de déficit público que se maneja incluyendo la deuda de PEMEX en el 2011 es del 2,5%.

(6) Los datos de exportación e importación consignados en la tabla corresponden con los datos de la Balanza de Pagos del Banco de México y difieren ligeramente de los datos de ProMéxico que se utilizan para el desglose por países y productos de la balanza comercial.

(7) Deuda externa: datos de la SHCP.

1.2.3. Expectativas económicas

No cabe duda de que las perspectivas de la actividad económica mundial continúan deteriorándose y México no está al margen de esta situación.

Según el Banco de México el crecimiento para el 2012 se situará entre el 3,25 y el 4,25% (mejorando su expectativa inicial de entre el 3,0 y el 4,0%) y la estimación de la Secretaría de Hacienda es de un crecimiento del 3,5% en 2012 y del 3,8% en 2013. Esto pone de manifiesto uno de los principales problemas de la economía mexicana. Si bien presenta buenas cifras y sin grandes desequilibrios, tiene dificultades para crecer de forma sostenida a ritmos superiores al 4%, a diferencia de otras economías emergentes. Asimismo, se estima un déficit de 8.000 millones de dólares para la balanza comercial (0,7% del PIB) y de 17.000 millones para la cuenta corriente (1,4% del PIB), manteniéndose el rango para la inflación entre el 3 y el 4%.

Por último, la última encuesta elaborada por el Banco de México entre analistas privados, en junio de 2012, recoge una estimación de crecimiento del PIB del 3,72% para 2012 y de 3,42% para 2013 (bajando del 4,5% de la encuesta anterior) con una tasa de inflación anual en 2012 del 3,81% (frente al 3,65% de la encuesta anterior) y un tipo de cambio, a cierre de año, de 13,22 pesos por dólar (por encima de la previsión de 13,03 pesos de la encuesta anterior).

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

1.3. Distribución de la renta disponible

El indicador más fiable disponible sobre la distribución de la renta en México es la “Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares” que elabora el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). La última encuesta recoge datos de 2010 y ha sido publicada en el 2011.

En esta encuesta se aprecia claramente que las diferencias en los niveles de ingresos y gastos entre deciles de población son muy notorias. Los deciles I al VI (el 60% de los hogares con menores ingresos) concentraron sólo el 28,4% del ingreso frente al 33,9% que recibe el decil X (10%), el de mayores ingresos. No obstante, parece que la distribución de la renta ha mejorado desde 2008, bajando la concentración de ingresos en el decil X y aumentando en los deciles I al VI. En cualquier caso, siguen existiendo grandes disparidades y desequilibrios, tal y como puede observarse en la tabla adjunta.

Distribución del ingreso corriente total trimestral, en deciles de hogares.

Decil	2000	2002	2004	2005	2006	2008	2010
Decil I al VI	25,3	27,0	26,9	26,7	27,6	26,7	28,4
Decil VII al IX	36,1	37,4	36,9	36,8	36,7	37,0	37,7
Decil X	28,6	35,6	36,2	36,5	35,7	36,3	33,9
Total	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

(<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/Encuestas/Hogares/regulares/Enigh/default.aspx>)

1.4. Tendencias sociopolíticas

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos del 5 de febrero de 1917, establece que México es una República Representativa, Democrática y Federal, constituida por 31 Estados y un Distrito Federal, unidos en una Federación, pero libres y soberanos en su régimen interno.

El poder legislativo reside en el Congreso de la Unión integrado por la Cámara de Diputados (www.camaradediputados.gob.mx) y por el Senado (www.senado.gob.mx). La Cámara de Diputados está constituida por 500 diputados de los que 300 son elegidos por mayoría relativa y 200 por el principio de representación proporcional, mediante el sistema de listas regionales votadas en cinco circunscripciones plurinominales de cuarenta escaños cada una y se renueva cada tres años. El Senado, por su parte, está compuesto por 128 senadores, 96 son elegidos por mayoría relativa y 32 son elegidos por el principio de representación proporcional, mediante el sistema de listas votadas en una sola circunscripción plurinomial nacional, y se renueva cada seis años.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Los tres grandes partidos del escenario político mexicano son el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido de Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

El poder ejecutivo reside en el Presidente de la República y su Gabinete. En julio de 2012, el Sr. Enrique Peña Nieto accedió a la presidencia de la República por un período de seis años. Peña Nieto es el presidente proveniente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), que ha regresado al poder, tras la derrota del Pan, que mantuvo la presidencia durante dos legislaturas consecutivas.

1.5. Tendencias culturales

Tropicalización

Este término se refiere a la necesidad de adaptación al mercado y a las características locales del sector.

En primer lugar, se deben atender las particularidades del idioma. A pesar de ser España y México dos mercados, de la misma lengua, es necesario hacer adaptaciones de algunos términos y expresiones, sobre todo, en la literatura infantil. Por ello, las editoriales extranjeras tienden a incluir cada vez más a autores mexicanos, al igual que se introducen temáticas relacionadas con la realidad mexicana, como es el caso de la literatura asociada al problema del narcotráfico.

E-book

Un e-book es un fichero informático cuyo contenido es una obra escrita. Al tratarse de un archivo informático, éste puede ser leído en varios soportes, desde una computadora hasta un celular; con la creación de lectores, dispositivos especialmente indicados para la lectura de texto, éstos también son conocidos popularmente como libros digitales, además de e-book, libro electrónico o ecolibro.

El e-book se crea a partir de los mismos contenidos y diseños de sus publicaciones en papel. La comercialización de estos libros se realiza de forma segura mediante el comercio electrónico a través de Internet, para evitar de esta manera su copia ilegal.

El International Standard Book Number (ISBN), en su manual de Usuario, reconoce los libros electrónicos como sujetos de código ISBN.

Este nuevo formato editorial ofrece una serie de ventajas:

- **Comercialización:** el e-book permite al consumidor descargar por internet publicaciones en su ordenador o lector. Para ello, el usuario debe acceder al sitio web de una editorial o librería y realizar el proceso de compra, sin importar la hora ni el lugar del mundo donde se encuentre.
- **Disponibilidad inmediata:** el proceso es simple e inmediato, el usuario compra el libro, lo descarga y lo lee.
- **Menor coste de producción:** es más económico producir una publicación en este formato que en el tradicional porque no utiliza papel, tinta ni intermediarios. Esta

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

modalidad resulta especialmente beneficiosa para comercializar libros agotados o realizar publicaciones nuevas.

- Valor agregado e interactividad: con el e-book se pueden realizar actualizaciones o ampliaciones de los libros. Además, permite utilizar gráficos multimedia, links a páginas web, buscador de palabras, etc.
- Posibilidad de comercializar una publicación por partes: el e-book se puede comercializar por partes o capítulos, brindando así la posibilidad al cliente de comprar sólo aquello que le interese, y a menor coste.
- Seguridad: es mucho más fácil fotocopiar un libro que desproteger un e-book.

En el caso concreto del mercado mexicano, existe un gran atraso en el uso de esta tecnología para la difusión de textos. Si bien es un país que se adecua a los avances tecnológicos por su cercanía a Estados Unidos y por el apego de la población a la tecnología, el libro electrónico no ha causado todavía un gran impacto en México.

España reportó, en el año 2010, ingresos por un monto de 74 millones de dólares en venta de libros electrónicos. Sin embargo, en México, ni siquiera se han comenzado a recopilar todavía datos de producción y ventas. En el informe de actividades de 2010 de la CANIEM, los editores mexicanos no han reportado ninguna cifra en esa materia.

Según datos obtenidos en 2010 por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), en América Latina, sólo el 1% de las editoriales han publicado 40 o más libros electrónicos, y 79% de las casas editoras no han publicado un solo libro digital.

Sin embargo, hay quienes creen que los e-books tienen potencial en el área educativa ante el crecimiento de la lectura online. Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), un 22% de la población, alrededor de 6 millones de personas, usa la red para leer periódicos.

La tienda de libros mexicana Gandhi ha sido pionera al ofrecer su catálogo completo en internet. Asimismo, fueron los primeros en ofrecer libros electrónicos en su tienda online. Según la web, sus libros son compatibles con el lector de PDFs Sony Reader y con cualquier software de PC, Mac o Linux, que sea compatible con el formato de Adobe.

1.6. Tendencias legislativas

Ley del libro

El 30 de abril de 2008, la Cámara de Diputados aprobó la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro con una abrumadora mayoría, superando así el veto que, el entonces Presidente Vicente Fox, había interpuesto en 2006.

Entre las características de esta ley, es de especial importancia para la industria, la instauración del precio único, lo cual favorecerá a las librerías y cadenas de librerías que, al tener un poder de negociación inferior al de las tiendas departamentales, no podían competir en precios con éstas. Esta situación había causado, en los últimos años, un fuerte incremento de las ventas de las tiendas departamentales en detrimento de las librerías tradicionales, ya que estas últimas carecen del tamaño y el volumen de ventas suficientes como para competir en poder negociador con las cadenas departamentales.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Programa Nacional de Lectura

El Programa Nacional de Lectura (PNL) se crea en 2002 y toma el lugar del Programa Nacional para el Fortalecimiento de Lectura y la Escritura (PRONALEES) y el Programa Rincones de Lectura, vigentes de 1995 a 2001 y de 1986 al año 2002 respectivamente. El PNL tiene como objetivo que los alumnos de niveles básicos produzcan y utilicen materiales escritos de manera cotidiana, para hacer posible la formación de lectores y escritores autónomos entre la niñez mexicana, al tiempo que se provee a las escuelas de espacios de interacción entre los miembros de la comunidad escolar, es decir, entre alumnos, padres, maestros, bibliotecarios, etc.

En 2011, el programa contó con un presupuesto de 26 millones de pesos aproximadamente.

Bibliotecas escolares y Bibliotecas de aula

Los programas de bibliotecas escolares y bibliotecas de aula son las principales herramientas del PNL. A través de ellos se adquieren los títulos que se encuentran disponibles en las bibliotecas instaladas en escuelas públicas del sistema de educación básica (preescolar, primaria y secundaria). A diferencia de la biblioteca escolar, la cual está disponible para toda la comunidad escolar, las bibliotecas de aula buscan responder de manera más directa a las necesidades de cada uno de los grados, permitiendo que maestros y alumnos se responsabilicen de la organización, el uso y la conservación del acervo bibliográfico, además de que ofrece la posibilidad de realizar lecturas compartidas en estos espacios.

Según los datos del PNL de 2010, el uso e instalación de las bibliotecas escolares y de aula, así como el porcentaje de entidades que realizaron los procesos de selección y difusión a la instalación y al uso de las propias bibliotecas, superó en más de un 15% las metas fijadas para ese año.

En el caso de bibliotecas escolares, desde 2001 se han adquirido más de 200 títulos para nivel preescolar, más de 1.000 para primaria y secundaria, y una decena de títulos compartidos para los tres niveles escolares. Por otro lado, a través del programa Bibliotecas de aula, los tres niveles de preescolar han recibido 115 títulos, los seis niveles que integran primaria entre 113 y 115 y, finalmente, para los tres grados que integran secundaria, han adquirido entre 115 y 117 títulos.

La problemática que intentan combatir ambos programas es la falta de una red de bibliotecas públicas eficiente en el país, que pueda dar servicio incluso a las escuelas más alejadas, y acercar la lectura a los niños de menores recursos. Ambos programas se suman a los esfuerzos que se han hecho en los últimos años por incrementar la Red Nacional de Bibliotecas del País.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor de libros en México se analiza a partir de la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales elaborada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) en 2010.

2.1. Hábitos de consumo

Si se analizan los hábitos de lectura, México se caracteriza por un nivel promedio bajo, menor que el de los países industrializados e incluso menor que el de algunos países con desarrollo similar. México ocupa la posición número 107 dentro de un total de 108 países, de acuerdo con el índice de lectura elaborado por Naciones Unidas. También se presentan variaciones en relación a la cantidad de libros que un mexicano lee al año. La Encuesta Nacional señala que los mexicanos leen entre uno o ningún libro al año, un estudio realizado por Naciones Unidas encuentra un promedio anual de 2 libros, 1,5 libros según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), y 1,2 libros, de acuerdo a los datos proporcionados por la UNESCO.

A modo comparativo, en el estudio de CONACULTA de 2010, un 27% de los encuestados en México afirmó haber leído al menos un libro durante el último año. Este porcentaje contrasta con el 82% que afirmó haberlo hecho en el Reino Unido, el 71% en Francia o el 59% de España.

En relación a los productos más leídos en el país, se encuentra el libro en primer lugar, seguido de los periódicos y las revistas. En último lugar se encuentran las historietas.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Perfil sociodemográfico

Se analiza el perfil sociodemográfico de los que afirman ser lectores de libros a partir de la siguiente tabla de datos:

TABLA 22

		T	¿Usted lee libros?				T
		O	No			O	
		T	Sí	¿Ha leído libros en algún momento de su vida?		T	
		A		Sí	No	NS/NC	A
		L					L
Nacional		4.057	56,4	30,4	12,7	0,5	100,0
Sexo	Hombre	1.615	56,7	31,3	11,1	0,9	100,0
	Mujer	2.442	56,1	29,7	14,0	0,2	100,0
Edad	12-17 años	679	66,6	56,8	6,4	0,2	100,0
	18-22 años	520	69,7	21,2	8,2	0,9	100,0
	23-30 años	809	52,6	33,9	13,2	0,3	100,0
	31-45 años	1.052	54,8	36,1	9,1	0,0	100,0
	46-55 años	459	52,8	26,1	20,8	0,3	100,0
	56 años o más	544	41,0	32,1	25,2	1,7	100,0
Escolaridad	Ninguna	153	20,0	31,1	44,0	4,9	100,0
	Primaria	1.115	43,8	33,5	22,4	0,4	100,0
	Secundaria	1.360	55,7	34,2	10,0	0,1	100,0
	Bachillerato	780	60,5	30,0	9,5	0,0	100,0
	Universidad o más	583	76,6	20,5	1,9	1,0	100,0
Nivel socioeconómico	Muy bajo	658	37,0	41,1	20,4	1,4	100,0
	Bajo	1.328	48,9	33,1	17,7	0,3	100,0
	Medio bajo	1.278	57,1	31,8	11,0	0,1	100,0
	Medio	556	79,2	16,7	4,1	0,0	100,0
	Medio alto / Alto	231	75,9	20,2	1,4	2,5	100,0

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

- Por sexo: no se registran diferencias significativas entre los porcentajes de hombres (56,7%) y mujeres (56,1%) que reportan leer libros, ni entre los que reportan haber leído libros alguna vez en su vida (31,3% y 29,7% respectivamente).
- Por edad: los niveles más altos de lectura de libros se dan entre los jóvenes de 18 a 22 años y de 12 a 17 años. En los grupos de edad entre los 23 y los 55 años, los porcentajes son muy similares, en tanto que para la población de más de 55 años, se encuentra un descenso significativo de los porcentajes.
- Por escolaridad: las diferencias asociadas al nivel educativo son más pronunciadas y los niveles de lectura crecen conforme éste aumenta, de 20% entre la población sin escolaridad, hasta 76,6% entre quienes tienen educación universitaria
- Por nivel socioeconómico: los niveles de lectura son menores en la población de estratos socioeconómicos bajo y medio bajo, en tanto que el nivel más alto de lectura se da en la población de nivel socioeconómico medio y desciende ligeramente para la población de niveles medio alto y alto.

2.2. Hábitos de compra

Según la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales elaborada por CONACULTA, del 29% de los encuestados que declaró haber leído al menos un libro durante el último año, el 59% confirmó haberlo comprado.

Si analizamos los hábitos de compra por perfil sociodemográfico encontramos que:

- Por sexo: no se aprecian diferencias significativas.
- Por edad: los jóvenes de 18 a 22 años son los que reportan porcentajes más bajos entre quienes no han comprado libros en el año aunque son, a su vez, los que reportan los porcentajes más altos de lectura: entre 6 y 10 libros y más de 10.
- Por escolaridad: el porcentaje de quienes declaran no haber comprado libros en el año es menor entre quienes tienen escolaridad universitaria y decrece conforme el grado de educación desciende.
- Por nivel socioeconómico: el porcentaje de quienes no compraron libros en el año es mayor entre el grupo de nivel socioeconómico muy bajo y decrece conforme el nivel socioeconómico es más alto.

En cuanto a la proporción de gasto invertido en libros, encontramos que más de la mitad declaró no haber gastado en libros en el año; cerca de una quinta parte respondió haber gastado menos de 500 pesos; y poco más de uno de cada 10, expresó haber gastado más de 500 pesos. Del presupuesto familiar, más de la mitad declaró gastar menos del 10% de su economía en la compra de libros.

El tipo de libro más comprado son los de literatura seguido de los escolares. Y el lugar donde acuden los consumidores con mayor frecuencia para adquirir el producto es a las librerías (prácticamente las cuatro quintas partes de los clientes adquieren el producto en ese tipo de establecimientos), seguido de ferias del libro, tiendas de autoservicio y en las propias escuelas.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

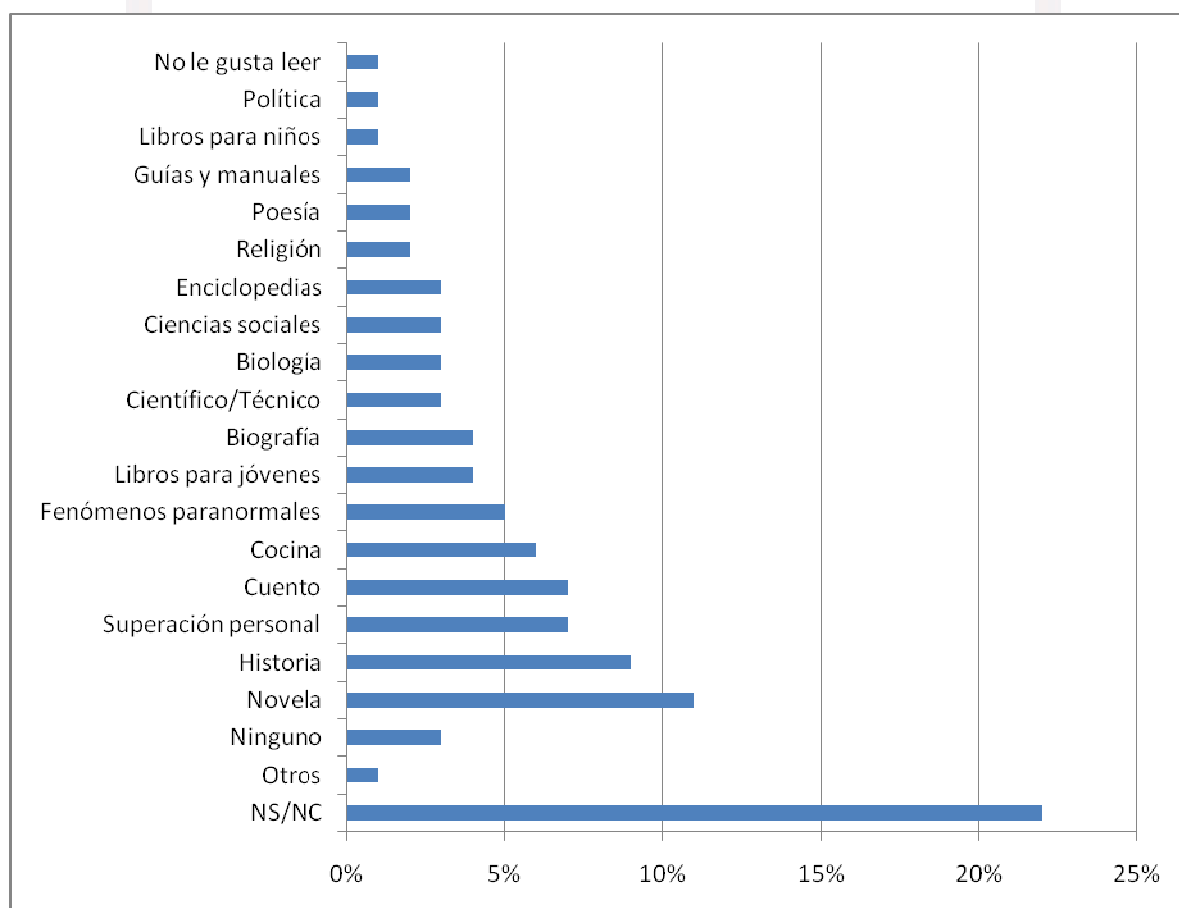
Como se ha mencionado, la oferta es muy reducida, concentrándose en las no muy numerosas librerías y las tiendas departamentales que, en general, se ubican en vecindarios de renta media-alta, lo cual afecta a los costes.

Además, la mayor o menor presencia del producto español depende directamente de la cotización y oscilación del tipo de cambio del euro respecto al peso mexicano (en 2011, osciló entre los 16 y los 18 pesos por euro), lo cual, pese a los grandes esfuerzos que están haciendo editoriales y distribuidoras para evitar una subida excesiva de los precios, reduciendo sus márgenes, acaba repercutiendo en los costes soportados por el consumidor.

2.4. Preferencias

Se hace un análisis del tipo de lectura de los consumidores a partir del siguiente gráfico:

GRÁFICO 4: Tipos de libros que se leen en México



Fuente: CONACULTA (Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales), 2010

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Por tipo de lectura, destacan, entre las preferencias de los entrevistados, las lecturas de novelas, las de historia, los cuentos y las de superación personal.

Entre los libros favoritos del público, se encuentran títulos como: la Biblia, “Juventud en éxtasis”, “Don Quijote de la Mancha” y “Cien años de soledad”. Los autores más mencionados por los lectores son: Carlos Cuauhtémoc Sánchez, Gabriel García Márquez, Miguel de Cervantes Saavedra y Octavio Paz.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Como ya se ha comentado, España es el segundo país proveedor de libros a México, después de Estados Unidos. Sin embargo, España no se encuentra ni siquiera entre los 10 primeros países a los que México exporta productos editoriales, sino que son los demás países latinoamericanos los principales compradores de la producción editorial mexicana.

La percepción del producto español es muy buena. México es uno de los pocos países en el mundo en el que la imagen del producto español es muy positiva, asociada a calidad y solvencia, a la altura de los procedentes de otros países europeos. Esto mismo ocurre en el sector editorial, donde se perciben las ediciones españolas como de mejor calidad que las mexicanas.

Además, México es un país totalmente abierto a los productos de origen español. No obstante, algunas editoriales manifiestan que en la mayoría de las temáticas, incluso en las asociadas al sector de la literatura infantil y juvenil, pese a estar abierto a las tendencias globales (Harry Potter, licencias Disney, etc), cada vez se está buscando más un producto adaptado a la idiosincrasia del país. La adaptación del producto supone una oportunidad de negocio interesante para las editoriales españolas que pretendan colocar su producto en México.

V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA

Edición: XXV

Fecha de celebración: del 26 de noviembre al 4 de diciembre de 2011

FIL Guadalajara - Oficina principal

Av. Alemania 1370, Colonia Moderna

Guadalajara, Jalisco, 44190 México

Tels: (+ 52-33) 3810-0331 y 3268-0900

Fax: (+ 52-33) 3268-0921

fil@fil.com.mx

www.fil.com.mx

Fecha de celebración próxima edición: del 24 de noviembre al 2 de diciembre de 2012

Lugar de celebración: Guadalajara

Es la feria de mayor relevancia a nivel mundial para la industria del libro en español.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DEL PALACIO DE MINERÍA

Edición: XXXIII

Fecha de celebración: del 22 de febrero al 5 de marzo de 2012

Tacuba núm. 5

Centro Histórico, 06000 México, D.F.

E-mail para contacto: feria@tolsa.mineria.unam.mx

Enlace relacionado: <http://feria.mineria.unam.mx/bienvenida.htm>

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Fecha de celebración próxima edición: febrero-marzo 2013

Lugar de celebración: Palacio de Minería (México, D.F.)

Organizador: UNAM (Universidad Autónoma de México)

Email: feria@tolsa.mineria.unam.mx

Página: www.feria.mineria.unam.mx

La Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería se define como el encuentro librero más antiguo del país y es la primera feria del libro especializada en venta directa al público.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DEL ZÓCALO, CIUDAD DE MÉXICO

Edición: XI

Fecha de celebración: del 14 al 23 de octubre de 2011

Zócalo

Centro Histórico, 06000 México, D.F.

Enlace relacionado: <http://www.feriadellibro.cultura.df.gob.mx/>

Fecha de celebración próxima edición: del 19 al 28 de octubre de 2012

Lugar de celebración: Zócalo (México, D.F.)

La Feria del Zócalo cuenta con la mayor concurrencia y oferta de actividades culturales del país; es el evento de promoción del libro y la lectura por excelencia.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE MONTERREY

Edición: XXI

Fecha de celebración: del 8 al 16 de octubre de 2011

Organiza el Instituto Tecnológico de Monterrey

Lugar de celebración: Monterrey (Centro Cintermex)

Centro Internacional de Negocios de Monterrey

Av. Fundidora 501

Colonia Obrera, Parque Fundidora

Monterrey, Nuevo León

64010 México

Tel: +52 (81) 8369-6975

Tel: +52 (81) 8369-6974

E-Mail: fil.mty@itesm.mx

Página: <http://fil.mty.itesm.mx/>

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

Fecha de celebración próxima edición: del 13 al 21 de octubre de 2012

Lugar de celebración: Zócalo (México, D.F.)

Con el propósito de fomentar en la comunidad el hábito de la lectura y el gusto por los libros, la Biblioteca del Tecnológico de Monterrey inició en 1989 la organización de la primer Feria Internacional del Libro Monterrey con la idea de reunir a lo más variado del mundo de los libros: sus autores, las empresas editoras, sus publicaciones y al público lector.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL

Edición: XXXI

Fecha de celebración: del 11 al 20 de noviembre de 2011

Lugar de celebración: Centro Nacional de las Artes (México, D.F.)

Avenida Rio Churubusco, Esquina Calzada Talplan

Organizadores: CONACULTA (participa el Ministerio de Cultura) Tel: (52 55) 91 71 64 49 y 91 71 64 50.

E-mail: dgpferias@correo.conaculta.gob.mx

CANIEM Tel: 52 55) 56 88 20 11 y 56 99 22 21

E-mail feriaslibros@caniem.com

Web: filij.conaculta.gob.mx

Fecha de celebración de la próxima edición: del 9 al 19 de noviembre de 2012

Lo más destacado de las editoriales especializadas en el público infantil y juvenil se dan cita para presentar sus más recientes ejemplares, los cuales abarcan una gran cantidad de temas: científicos, literarios, de entretenimiento, útiles para la escuela, entre otros. La audiencia va desde niños pequeños, todavía sin escolarización obligatoria hasta universitarios. Además se exhibe software para computadora, cd roms y diversos paquetes multimedia.

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

2.1. Empresas

La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México ofrece como Servicio Personalizado la identificación de socios comerciales de este sector. Para contratar este servicio puede contactar con la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España (mexico@comercio.mityc.es) o bien entrar en www.icex.es o llamar al 902 349 000.

3. BIBLIOGRAFÍA

- CANIEM: www.caniem.com, *Principales indicadores del sector editorial en México 2010*¹⁰
- INEGI www.inegi.gob.mx, Encuesta industrial mensual
- BANCO DE MEXICO www.banxico.org.mx
- ASOCIACION DE LIBREROS MEXICANOS, ALMAC www.almac-nacional.org.mx
- FEDERACION ESPAÑOLA DE CAMARAS DEL LIBRO, *Informe exportaciones 2008*
- CEMPRO www.cempro.com.mx
- CONACULTA: www.conaculta.gob.mx, *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales 2010*
- CONALITEG www.conaliteg.gob.mx
- SEP www.sep.com.mx
- FCE www.fce.com.mx/
- REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx> Artículo: “La Industrial Editorial Imposibilitada para recibir nuevas cargas fiscales” Edith Jiménez
- REFORMA: http://www.leydellibro.org.mx/granados_chapa2.shtml Artículo “Por fin, ley del libro” de Miguel Ángel Granados Chapa
- BASE DE DATOS DIA
- SISTEMA DE INFORMACIÓN COMERCIAL VIA INTERNET. Secretaría de Economía.
- Alianza de editoriales mexicanas independientes: <http://www.aemi.com.mx/>
- Asociación de libreros mexicanos, A.C.: <http://www.almac.org.mx/>
- Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos: http://www.conaliteg.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=33&Itemid=27
- Instituto Nacional del Derecho de Autor: <http://www.indautor.sep.gob.mx:7038/index.php>
- Informe Omniprom 2011 sobre el libro en México
- Estudio elaborado para CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) “El futuro del libro”, 2008

¹⁰ El estudio de la CANIEM esta basado en una encuesta realizada entre los editores del país. Para ello se realizó un censo entre los editores del país. Se dividieron en grupos en función de varios criterios. Se calculó la muestra necesaria en cada grupo. Se sorteó las empresas que participaron y se contactó con ellas hasta que el número necesario de empresas confirmó su conformidad en participar. Un equipo de encuestadores explicó el cuestionario a cada una de las personas designada por las empresas.

EL SECTOR EDITORIAL EN MÉXICO

- Conferencia “La distribución del libro en América Latina”, CERLALC-Richard Uribe, 2006
- Estudio elaborado por CERLALC “Estudio de canales de comercialización del libro en México”
- Boletín nº 7 CERLALC “Percepción sobre el clima empresarial editorial”
- CONACULTA, Encuesta a públicos de la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, 2007



ICEX