

6. O mercado editorial en México

Despois de ter analizado a situación económica xeral do país, neste capítulo realízase unha análise pormenorizada do sector editorial mexicano, abordando o estado da oferta e da demanda de produtos editoriais en México coa finalidade de coñecer as regras de xogo deste mercado.

6.1. Análise da oferta

Segundo o estudio do Centro de Investigación e Docencia Económica, no ano 2004 o 6,7% do PIB mexicano estaba relacionado coas industrias culturais, e o 1,3% estaba referido á industria editorial, o que en volume supón 8.000 millóns USD.

6.1.1. Producción editorial do sector privado

Na seguinte táboa inclúense as principais variables que indican a evolución da produción editorial de libros en México. Os últimos datos dispoñibles amosan unha **evolución negativa no número de títulos publicados** aínda que positiva no número de exemplares, o que significa unhas tiradas máis amplias; reflíctese no aumento do 9% no total de exemplares producidos entre 2003 e 2004, acadando a cantidade de 132.300.497 exemplares no ano 2004.

Evolución do sector editorial privado

	Año 2002	Año 2003	Año 2004	Var. % 2003 - 2004
Número de editores	220	217	216	-0,46
Producción de títulos (edición propia)	15.542	15.233	14.726	-3,33
Producción de exemplares	102.784.578	91.136.609	101.401.323	11,26
Títulos en coedición	1.460	1.881	2.200	16,96
Exemplares en coedición	17.102.308	29.954.895	30.899.174	3,15
Total exemplares producidos	119.886.886	121.091.504	132.300.497	9,26

Fonte: CANIEM

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

A pesar desta evolución positiva nos tres últimos anos, debemos ter en conta que a década dos 90 foi de crise para o sector editorial. A desfavorable evolución da produción das vendas incidiu nunha **reducción importante do número de editores** pois de 423 existentes en 1991 só se contabilizaron 237 en 1999. Ademais, hai que considerar que en 1991 producíronse 21.500 títulos e para o 2001 esta cifra foi xa soamente de 16.012, é dicir, estes datos mostran unha diminución na produción tanto de títulos (-11.5%) como de exemplares (-15.2%). Tendo en conta estes datos, podemos sinalar a tendencia favorable do sector observada no período 2003/2004, cun incremento na produción de exemplares dun 9,26%. Cabe destacar que o principal incremento ocorreu en edicións propias, cun incremento dun 11,26%, mentres as coedicións aumentaron nun 3,15%.

Segundo a Cámara Nacional da Industria Editorial Mexicana, o prezo media de venda de libros das editoriais a distribuidores foi de 46,08, 45,50 e 45,35 pesos mexicanos por exemplar para os anos 2002, 2003 e 2004 respectivamente.

A evolución do **valor das vendas globais de libros aumentou** nos últimos anos ata alcanzar en 2004 os 635 millóns USD; tendo en conta a diminución do prezo unitario dos exemplares, dedúcese que as vendas incrementáronse. Concretamente, entre 2003 e 2004 fixérono un 8,77% pasando de 140 a 152 millóns de exemplares vendidos. En 2004, os exemplares producidos ascenden a 132 millóns de exemplares, os exportados a case 11 millóns mentres que se contabilizan importacións en cifra de 20 millóns de exemplares.

6.1.2. *Actividade editorial do sector público*

En opinión da CANIEM, un dos principais problemas que enfrenta a industria editorial mexicana é a actividade editorial do **Estado**. Este **convértese no principal competidor** para os editores mexicanos. Segundo cálculos da CANIEM máis do 60% de todo o que se publica en México é publicado por Institucións Públicas. Isto supón ao redor de 160 millóns de exemplares. De todos os libros editados polo Goberno, uns 150 millóns de exemplares son producidos pola Comisión Nacional do Libro de Texto Gratuíto (CONALITEG) e os 10 millóns restantes sono por distintas dependencias, como o Fondo de Cultura Económica (FCE), a Universidade Nacional Autónoma de México (UNAM), o Consello Nacional para a Cultura e as Artes (CONACULTA), así como os gobernos e universidades estatais.

A CANIEM intenta que o sector privado participe cada vez máis nos plans editoriais do Goberno. Así, pretende que o sistema para a edición de libros de primaria acábese equiparando ao de secundaria, cunha maior participación das editoriais privadas. Preténdese, igualmente, que institucións públicas coediten con empresas privadas as súas publicacións. Un bo exemplo desta posible evolución é a CONACULTA que coedita o 80% das súas publicacións con iniciativa privada.

A CONALITEC

En México **os libros de texto son gratuítos** tanto na educación primaria como na secundaria. Desde 1960, a elaboración dos contidos dos libros de texto de primaria está en mans o Estado. A CONALITEG é o organismo encargado deste proceso, desde a produción ou compra destes libros ata a súa distribución final.

Aproximadamente o 25% dos **libros de primaria** son producidos nos talleres da CONALITEG. O resto prodúcese en talleres e imprentas privados. Polo tanto, para o mesmo grao escolar os libros utilizados son os mesmos en toda a República.

En canto aos **libros de texto para secundaria**, o sistema varía. Como se dixo anteriormente tamén son gratuítos. O Goberno licita unha serie de contidos e as editoriais presentan os seus títulos, que deben cumprir con estes requisitos. Despois é a SEP (Secretaría de Educación Pública) quen elixe os títulos que comprará ás editoriais. Entre os criterios que se teñen en conta, está a opinión dos profesores. Os libros elixidos varían en función do Estado. Dada a posición privilexiada do Estado como comprador, os acordos aos que chegan adoitan ser bastante vantaxosos para el mesmo e as marxes dos editores bastante reducidos. Participan algo menos de 25 editoriais, entre nacionais e estranxeiras, que publican entre 15 e 20 millóns de libros. En calquera caso, o labor da CONALITEG, en canto os libros de texto para a educación secundaria é de comercialización máis que de produción. A seguinte táboa mostra información de interese sobre o labor editorial da Administración Mexicana: ofrece unha estatística da produción editorial pública actualizada ata Xuño de 2006 e categorizada por sectores.

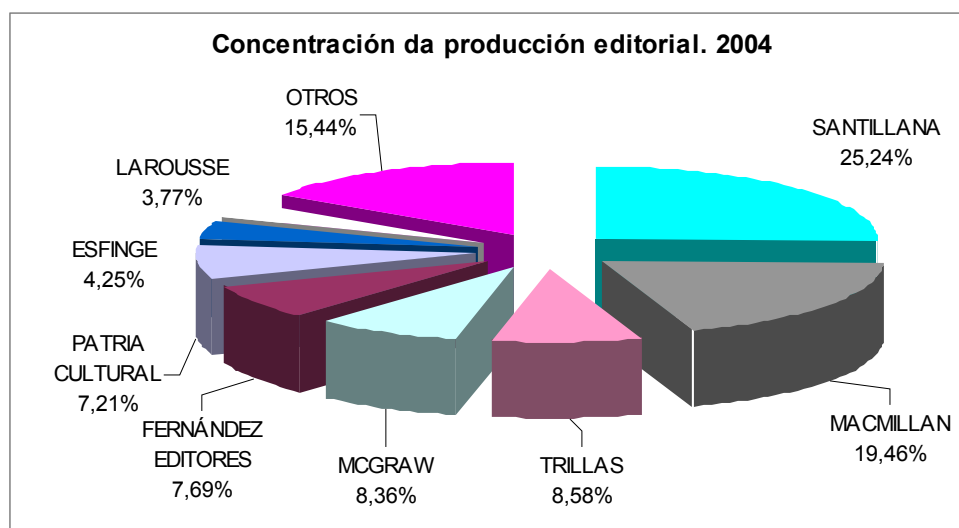
Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

Evolución da actividade Editorial do estado Mexicano por curso escolar

	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2005-2006	2005-2006	2006-2007
Preescolar	4.000.550	4.468.950	4.415.950	4.414.730	7.907.160	0
Primaria alumno	112.600.678	109.301.904	118.202.541	100.196.182	109.178.872	111.938.700
Historia y Geografía	2.537.939	3.136.350	2.768.200	2.763.907	2.883.850	2.711.700
Secundaria alumno	20.336.075	18.182.254	15.073.323	36.128.762	36.317.849	24.362.531
Telesecundaria	9.293.144	10.833.659	12.011.278	11.892.404	12.467.021	7.331.568
Lenguas indígenas	1.759.161	2.036.987	2.073.912	2.137.689	2.765.218	1.337.720
Bibliotecas de aula		22.585.046	17.728.304	15.781.967	19.362.313	0
Bibliotecas escolares		15.581.880	20.610.548	14.550.000	12.034.777	0
Otras ediciones	11.216.426	12.858.267	7.373.711	13.448.247	80.177.503	3.516.350
Total libros	161.743.973	198.985.297	200.257.767	201.313.888	283.094.563	151.198.569
Otros Impresos	5.974.700	5.355.344	7.256.693	111.134.605	129.440.512	23.050
Producción total	167.718.673	204.340.641	207.514.460	312.448.493	412.535.075	151.221.619

Fonte: CONALITEG

O seguinte gráfico pon de manifesto a concentración das editoriais privadas na produción de libros de secundaria encargados pola Administración, posto que oito editoriais concentran o 84,86% das compras totais(150 millóns de exemplares).



Fonte: CONALITEG

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

En 2005, as vendas del FCE foron de 5.223.008 exemplares, cun valor de 17.766.759 USD.

UNAM

A UNAM é un dos maiores editores do país. A maioría destas edicións son publicacións periódicas (entorno a 200) pero tamén teñen unha importante produción de libros.

CONACULTA

A través da Dirección Xeral de Publicacións, durante o período 2000-2005 publicáronse cerca de 1.500 títulos, con 6 millóns de exemplares e se coeditaron 704 títulos.

6.1.3. Análise cualitativa da produción

Para analizar a composición cualitativa da produción, atenderase a dous criterios. Por un lado, en función da división editorial: Texto, Interese xeral, Ciencia e técnica e Religiosos. Por outra banda, establecese unha división en función de que se trate de reedicións, reimpresións ou novidades.

O seguinte cadro recolle a composición do sector segundo estas divisións. Pódese observar que son os libros de texto os que acaparan a maior parte de produción.

Composición cualitativa da produción editorial

División editorial	2003			2004			Var. % 2003-2004
	Títulos	Ejemplares	%	Títulos	Ejemplares	%	
Texto	4.020	44.368.356	49	3964	52.673.518	52	18,72
Interés general	5.448	26.530.229	29	5.606	29.622.389	29	1,66
Ciencia y Técnica	4.916	17.597.371	19	4.762	13.910.878	14	-20,95
Religiosos	849	2.640.652	3	395	5.194.538	5	96,71
Total	15.233	91.136.609	100	14.726	101.401.323	100	11,26

Fonte: CANIEM

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

En termos relativos, todas as divisións aumentaron a súa porcentaxe sobre o total dos exemplares publicados en detrimento de a división de **Ciencia e técnica**. En termos absolutos de exemplares publicados, tamén foi Ciencia e técnica a única división que experimentou un descenso. O aumento porcentual máis significativo, tanto en exemplares como en títulos se produciu na división de **Relixión**. En termos absolutos, as divisións de **Interese xeral** e **Texto** suman en conxunto un aumento de máis de 10 millóns de exemplares, debido sobre todo a que foron as principais beneficiarias do programa de Bibliotecas de aula e Bibliotecas escolares que a Secretaría de Educación pública (SEP) desenvolveu neste período.

Referido ás reedicións, reimpresións e novidades, no seguinte cadro móstrase a porcentaxe que supón cada unha delas sobre o total de exemplares producidos nos anos 2003 e 2004.

Novidades, reedicións e reimpresións

Tipo de edición	2003			2004			Var. % 2003-2004
	Títulos	Ejemplares	%	Títulos	Ejemplares	%	
Novidades	4.271	24.856.438	27,3	3.798	23.146.456	22,8	18,72
Reediciones	1031	5.596.506	6,1	857	4.995.681	4,9	1,66
Reimpresiones	9.931	606.83.665	66,6	10.071	73.259.186	72,3	-20,95
Total	15.233	91.136.609	100	14.726	101.401.323	100	11,26

Fonte: CANIEM

6.1.4. Importacións e exportacións

No que se refire ás **importacións**, Estados Unidos e España son os países que acaparan a maior das importacións mexicanas de libros.

España, aínda que segue ostentando o primeiro posto como país do que México importa libros, está perdendo cota de mercado a favor de Estados Unidos, China e Tailandia; tanto é así, que no período 2004-2005 as exportacións editoriais de España diminuíron nun 14 %, pasando de 123 a 109 millóns de USD.

Cinguíndonos ao criterio de divisións editoriais para libros, a de *interese xeral* foi a maior importadora tanto en cantidade de exemplares (9.293.763 unidades) como en

valor dos mesmos (29.586.542 USD). A división de libros *relixiosos*, pola súa banda, ocupa o último lugar do ranking tanto en número de exemplares (71.498 unidades) como en valor dos mesmos (apenas 385.000 USD).

O principal destino das **exportacións** son os Estados Unidos. Este é un mercado en alza para a industria mexicana xa que Estados Unidos é un os mercados con máis hispano-falantes do mundo. É rechamante que, sendo España un dos principais exportadores a México destes produtos, non figure entre os dez primeiros países da exportacións mexicanas. Tras Estados Unidos, Guatemala, Venezuela, Honduras e Colombia son os países receptores de produtos editoriais mexicanos.

Os libros de texto máis exportados tanto en número de exemplares, títulos e valor foron, con diferenza, os da división *ciencia e técnica*. En segundo lugar de importancia situaríanse os de *interese xeral*. Os libros *relixiosos* son os menos exportados por México.

6.1.5. A piratería e o fotocopiado ilegal

Segundo datos da CANIEM, a **reproducción ilegal de textos** xerou á industria editorial unha perda por 555 millóns USD en 2004. A piratería industrial, que é a que vende copias ilegais de libros completos, xera unha perda de 185 millóns USD para os autores.

No caso do **fotocopiado**, o problema é máis severo, pois fotocópanse preto de 25 millóns de exemplares, o que representa un custo de 370 millóns USD, é dicir, o dobre da piratería industrial.

Entre as **medidas propostas** polo consello directivo da CANIEM, está a idea de que Secretaría de Educación Pública (SEP) agregue aos libros de texto de educación Cívica e Ética unha **lenda alusiva aos dereitos de autor e editor**, para que desde pequenos, os alumnos sexan conscientes da necesidade de respectar o marco legal aplicable a un libro. Outra das medidas que se debaten na actualidade, é o pago dunha cota por parte das empresas fabricantes das máquinas fotocopiadoras, e destinar os fondos cobrados a crear **campañas de concienciación** para difundir entre a poboación a cultura da legalidade. Ademais, exponse a posibilidade de contratar avogados para defender os dereitos dos autores e, se é que sobran recursos deste pago, repartilos entre os membros da CEMPRO (Centro Mexicano de Protección e Fomento dos Dereitos). As fotocopias de libros nos arredores de institucións

universitarias do Distrito Federal, no 2006, custan en media 20 centavos de peso por folia, si se trata de textos inferiores a 100 follas, e 15 centavos cando pasan esa cifra.

6.1.6. *Estratexias de marketing: prezos e marxes comerciais*

O **desconto habitual a librerías** sitúase entre o 30-40 por cento sobre o prezo de venda ao público. Esta marxe redúcese a un 20-30 por cento cando se trata de libros de texto. Por outra banda, o **desconto a distribuidoras** está en torno ao 40 por cento sobre o prezo de venda ao público, en función do poder de distribución que teña devandita empresa e se a empresa distribuidora traballa exclusivamente coa editorial.

O factor que máis encarece a importación do libro é o manexo desta mercancía no desembarco da mesma, para o seu paso do barco ao camiión. aconséllase moverse cunha **política de prezo neto**, sen descontos. E así mesmo, recomendar un prezo de venda ao público.

A política das distribuidoras mexicanas nos casos en que non se vendan os libros acordados no pedido, é negociar coa editorial. Normalmente trátase de dar un prezo de venda menor, de promoción, para liquidar os libros, xa que devolvelos a España é bastante custoso. Estes puntos concretos deberíanse precisar á hora de resolver o contrato de distribución en México coa ou as empresas seleccionadas

6.2. **Análise da demanda**

Despois de coñecer as variables que definen a oferta editorial en México, a continuación analízanse as características da demanda.

6.2.1. *Tendencias xerais de consumo*

México é un país que conta con máis de cen millóns de habitantes (103.263.388 , sendo 50. 249.955 homes e 53.013.433 mulleres segundo o último censo do 2005) Esta **poboación** caracterízase por ser **urbana** (o 70%) e **moi nova**; o 30.64% da poboación mexicana (31.650.104) ten menos de catorce anos e o 56.96% (58827112) menos de trinta.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

Aínda que éste pode parecer un mercado de grandes dimensións, a poboación mexicana le moi pouco. A **falta de lectores** é, sen dúbida, o principal problema para o sector editorial en México. Non hai datos oficiais pero se manexan cifras de 0,5 libros lidos por habitante e ano. Neste índice non se teñen en conta os libros de texto escolares. Do que se conclúe que cada adulto mexicano le un libro cada dous anos. Isto converte a México nun dos países con menor índice de lectura do mundo.

Por outra banda, os **índices de analfabetismo** en determinadas zonas do país son moi elevados e especialmente alarmantes nas comunidades indíxenas. Así, o índice de analfabetismo do país para maiores de 15 anos é do 8,5%. Esta porcentaxe sobe ata o 31,7% nas comunidades indíxenas.

Para paliar esta situación o Goberno Federal lanzou no 2002 o programa “**Cara a un País de Lectores**”. Este programa ten un suplemento “Bibliotecas no Aula” que pretende a adquisición de 25 títulos distintos para cada nivel e grao, para cada unha das case 800.000 aulas que hai en México, desde preescolar ata terceiro grao de secundaria. Ademais, outro dos obxectivos do programa é a remodelación de recintos bibliotecarios e a creación dunha Biblioteca Nacional nova.

6.2.2. Análise do comportamento do consumidor

A falta de lectores é o maior problema ao que se enfrenta a industria editorial mexicana. A poboación mexicana ten moi **pouco hábito de lectura** e busca materiais cargados de imaxes. Ademais, por este motivo, as tiradas son máis pequenas, o que aumenta os custos de produción.

O **volume das vendas de libros aumentaron** en México do ano 2003 ao 2004 nun 8,35 % do valor total das mesmas e nun 8,77% en canto ao número de títulos.

A continuación mostrase unha táboas que indica a composición das vendas (volume en función do tema durante o ano 2004. Ao observar a composición das **vendas por tipo de edición**, apréciase que máis de 84% do total de exemplares vendidos foron edicións propias, mentres que a venda de importación representou 14,8% e a de saldos menos do 1%. A maior cantidade de exemplares de edición propia foi vendida pola división de Texto, mentres que Interese xeral vendeu a maior cantidade de exemplares de importación e de saldos.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

Ventas en valor por tipo de edición. 2004 (en miles de pesos mexicanos)

División editorial	Ediciones Propias		Importaciones		Saldos		Venta Total	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Texto	66.871	52,12%	8.053	35,60%	145	12,26%	75.069	49,35%
Interés general	38.405	29,93%	8.665	38,30%	1.007	85,06%	48.076	31,61%
Ciencia y técnica	19.138	14,92%	5.828	25,76%	26	2,20%	24.993	16,43%
Religiosos	3.893	3,03%	76	0,33%	6	0,48%	3.975	2,61%
Total	128.307	100%	22.622	100%	1.183	100%	152.112	100%

Fonte: CANIEM

6.3. Canles de distribución

Segundo un recente censo elaborado pola CANIEM, o ALMAC (Asociación Mexicana de Libreiros) e a CONACULTA existen en México 1.452 **puntos de venda**. Este censo arroxa a seguinte información:

- 606 son librerías e oficinas de venda e distribución de libros
- 65 destas librerías contan con varias sucursais. Entre todas supoñen 406 sucursais nos distintos estados do país.
- 36 son librerías universitarias
- 135 son librerías das propias editoriais
- 269 son outros puntos de venda

Para a obtención das seguintes cifras pediuse aos editores que rexistrasen os exemplares vendidos por **canle de comercialización**, distinguindo os que foron distribuídos pola propia empresa dos que foron distribuídos por terceiros. No que se refire a devolución, solicitouse a porcentaxe real en ambos os tipos de distribución.

Os datos obtidos sinalan que do total de libros vendidos nas distintas canles de comercialización, 79,8% foron distribuídos polos propios editores e 20,1% por terceiros.

Por canles de comercialización, as **vendas ao Goberno** ocuparon o primeiro lugar de importancia para a venda de libros no sector con 37,21% do total e unha devolución total de 2,93%.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

As **librerías**, canle natural do libro, exhibiron e desprazaron ao redor de 24,95% dos libros vendidos no ano e ocuparon o segundo lugar de importancia, a pesar de rexistrar a segunda porcentaxe máis alto de devolución no ano: 16.69%.

As **tendas de autoservicio** foron a terceira mellor opción para a venda de libros, a pesar de que unicamente venderon un 8% do total de vendas no sector e a súa devolución foi a máis alta do sector: 24,34%.

As **exportacións** e as **vendas a escolas** ocuparon o cuarto e quinto lugar de importancia na venda de libros, ao vender 7,18% e 6,61% do total de exemplares no sector, sendo a venda a escolas a que rexistrou a porcentaxe máis alta de devolución de entre as dúas categorías cun 6,21 %.

Vendas ao Goberno

En canto ás vendas ao Goberno, xa falamos do os diferentes programas que o anterior Goberno puxo en marcha en 2002 para o fomento da lectura. O Estado mexicano non só intervén no sector actuando como editor, senón tamén como o máis importante canle distribuidora de libros. Sobre todo, tras a posta en marcha do programa “Bibliotecas no Aula”. De aí o importante aumento que tivo esta canle no ano da súa posta en marcha.

Librerías

As librerías son a segunda canle en importancia na comercialización. Tamén foron as que máis libros devolveron ás editoriais en termos absolutos. É destacable a lixeira melloría desta canle, que alcanzou os 38 millóns de exemplares vendidos en 2004, cun aumento do 3% sobre o ano anterior. No entanto, en termos relativos, o peso do sector segue decrecendo; este descenso é só a continuación dunha tendencia que empezou anos atrás.

Así, en 1996 correspondeu ás librerías un 45% da venda total de libros no país; en 1998 a participación foi do 37%; en 1999 do 35,6% e no 2000 baixou ao 30%; no 2002 esta canle só distribuíu un 27,3% e para 2004 o % é do 24,95%.

México conta, segundo os datos proporcionados pola Asociación Nacional de Libreiros, con ao redor de 600 librerías en toda a República. Isto supón tan só **unha librería por cada douscentos mil habitantes**

Do mesmo xeito que ocorreu noutros países, en México pecharon moitas librerías nos últimos anos. Unha delas é que as grandes superficies foron gañando terreo na

distribución de libros xa que, debido á súa capacidade de negociación, son capaces de ofrecer ao consumidor mellores prezos polos mesmos títulos. Por outra banda, o feito de que a CONALITEC compre os libros directamente ás editoriais, supuxo restar ás librerías unha boa parte do negocio. Ademais, a escaseza de lectores é un factor decisivo no número de librerías.

Dentro desta canle podemos distinguir as cadeas de librerías e as librerías tradicionais. As cadeas máis importantes, con sucursais por todo o país son **Cristal** con 42 sucursais e **Porrúa** con máis de 30 sucursais. En México DF e Estado de México teñen unha forte presenza **Ghandi**, con 10 sucursais, e **A casa do libro**, con 9. Ghandi, a pesares de contar con menos sucursais que Porrúa e A casa do libro, é a cadea de librerías con maior volume de facturación.

Grandes superficies e tendas departamentais

A través desta canle distribuíronse 2.157.000 exemplares en 2004, o que representa un aumento do 14% sobre o ano anterior. As grandes superficies, do mesmo xeito que sucede en España, distribúen en xeral unha variedade limitada de títulos, xeralmente “Best Sellers”, dos que compran un maior número de exemplares que as librerías, podendo negociar un prezo menor e rebaxar deste xeito o prezo de venda ao público. Dese modo foron gañando terreo aos libreiros tradicionais.

En canto ás tendas departamentais, as mais importantes do país son **Palacio de Hierro** e **Liverpool**. Os departamentos de libro de Palacio de Hierro son, en realidade, Librerías Porrúa. **Sanborns** é unha tenda departamental (moi parecida ao VIPS en España). Venden gran variedade de publicacións periódicas tanto mexicanas como estranxeiras e tamén algúns títulos de libros, xeralmente “Best Sellers”. Conta con máis de 100 establecementos (70 en Cidade de México e 56 no resto do país). É un dos puntos con maior volume de venda en México.

As grandes superficies, distribúen unha menor variedade de títulos que as tendas departamentais. Entre elas tamén hai diferenzas na cantidade de títulos e exemplares que distribúen. Así as que contan cun departamento de libros máis completo son en canto a distribución, **Comercial Mexicana** e **Wal Mart**. Tamén distribúen libros, pero en menor cantidade, **Xigante** e **Costco**.

Vendas a escolas

As vendas a escolas experimentaron un lixeiro descenso do 1,6% pasando de 10.200.000 a 10.000.000 de exemplares; con todo, as vendas a empresas privadas incrementáronse nun 100% pasando de 3.000.000 a 6.000.000 de exemplares vendidos.

Importación

A maioría dos distribuidores mencionados non son importadores de libros directos senón que compran a distribuidores-importadores mexicanos e sobre todo a editoriais. Só as grandes cadeas de librerías do país importan, ocasionalmente, directamente desde España e Estados Unidos pero só naqueles casos nos que non poden atopar en México o título do seu interese.

As editoriais son as principais importadoras de libros. A forma de entrada en México varía en función da editorial. As grandes editoriais como Santillana e Planeta importan desde España, pero tamén editan aquí gran parte dos libros que distribúen. Por exemplo, Planeta calcula que ao redor do 70% dos títulos que distribúe, son editados en México e o 30% restante é importado de España.

As editoriais mas pequenas dedícanse só a importación destes libros desde España sen editar neste país ningún libro.

6.4. Aspectos clave do sector editorial en México

A industria editorial Mexicana enfróntase na actualidade a varios problemas, o máis importante dos cales é a **falta de lectores**. Estímase que en México se len 0.5 libros por persoa e ano se non se teñen en conta os libros de texto. Esta falta de lectores afecta ao prezo do produto xa que ao ser as tiradas das editoriais máis pequenas, é máis custosa cada unidade producida. Aínda que a produción recuperouse nos tres últimos anos, aínda non se alcanzaron os niveis que había antes da crise do 95.

Outro dos problemas aos que ten que enfrontarse a industria, é a **actividade editorial do Estado**. Varios organismos públicos son editores dos seus propios libros, o Estado convértese así no principal competidor dos editores mexicanos. Máis do 60% da produción editorial mexicana provén do Estado, segundo datos da Cámara da Industria Editorial Mexicana. Estase intentando que esta produción leve a cabo, cada vez máis a miúdo, mediante coedicións entre os organismos públicos e os privados.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

A **piratería e o fotocopiado ilegal** é outro dos problemas ao que se enfrenta a industria editorial mexicana. Segundo CEMPRO (Centro Mexicano de Protección e Fomento dos Dereito de Autor) en México se *piratean ao redor de 10 millóns de libros ao ano.

As **importacións mexicanas de libros en español** proveñen fundamentalmente de España e de Estados Unidos. Con todo, España non se atopa nin sequera entre os dez principais receptores de exportacións mexicanas de produtos editoriais. Son os países latinoamericanos os principais receptores de produtos editoriais mexicanos. As propias editoriais son as principais importadoras de libros. Librerías e grandes superficies só importan directamente moi ocasionalmente. Moitas editoriais estranxeiras teñen oficinas en México, que se dedican exclusivamente a labores de importación e comercialización.

O **número de librerías en México** é moi baixo. Calcúlase que hai unhas 600 en toda a República. Isto supón que hai aproximadamente unha librería por cada 171 mil habitantes. As vendas de libros nas grandes superficies aumentaron nos último anos, en detrimento de as vendas por librerías tradicionais.

O Goberno é o **principal distribuidor de libros** en México. As compras do Goberno ás editoriais son sobre todo libros de texto para a educación primaria e secundaria. En 2002, a implantación do programa Bibliotecas no Aula supuxo un incremento importante das compras do goberno ás editoriais.

O sector de libros infantil e xuvenil é o que ten maiores **perspectivas de crecemento**. Por unha banda, non recuperou aínda os niveis de produción que tiña antes da crise do 95 (unha situación que afectou a todo o sector); baste como exemplo a redución do valor da produción editorial, que pasou de 59 millóns *USD en 1995 a tan só 37 millóns en 2000.

No entanto a poboación mexicana é moi nova (case un 57% da poboación ten menos de 30 anos), polo que a perspectiva de crecemento anteriormente mencionada ten vimbias para consolidarse. Ademais, os programas que o Goberno puxo en marcha para o fomento da lectura, están dirixidos a este sector novo da poboación. Así o programa “Bibliotecas no Aula” supuxo a adquisición por parte do Estado de 30 millóns de exemplares.

A análise da situación do **sector editorial español en México**, require un dobre enfoque:

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

- a. **cuantitativo**, que nos di que España é o principal subministrador de produtos editoriais a México, por diante de Estados Unidos, aínda que perde cota de mercado a favor deste e outros países, especialmente asiáticos (China e Tailandia).
- b. **cualitativo**, do que se desprende que o produto español é percibido como ben editado, interesante e con potencial comercial. É posible, por todo o anterior, afirmar que as posibilidades do sector editorial español oriéntanse máis cara ás edicións de calidade, con deseños orixinais e coidados, que á produción estandarizada de libros de texto, abrigo se temos en conta o intervencionismo que neste último tipo de títulos ten o Goberno mexicano.