

Nota Sectorial: El Sector Editorial Mexicano. Oportunidades para las editoriales gallegas.

Juan José Juega Cuesta.

ÍNDICE	Pág.
I. RESUMEN Y CONCLUSIONES	4
II. INTRODUCCIÓN:	5
1. Objeto del estudio.	5
2. Básicos sobre la Evolución Económica del País.	6
3. Estructura de mercado	8
III ANÁLISIS DE LA OFERTA	10
IV ANÁLISIS DE LA DEMANDA	11
1. Tendencias generales de Consumo	11
2. Análisis del comportamiento del consumidor.	12
3. Determinantes de la demanda	13
V. LA SITUACION COMPETITIVA DE LA INDUSTRIA	15
1. Tratamiento fiscal	17
2. Distorsiones del mercado	17
VI ANALISIS DEL COMERCIO	19
1. Análisis Cuantitativo	19
2. Análisis Cualitativo	21
3. Análisis y evaluación de las barreras a la entrada en el sector	25
4. Obstáculos Comerciales	26
5. Barreras no arancelarias	30
6. Estrategias de Marketing: Precios y Márgenes Comerciales	30
7. La magnitud de la piratería y reprografía en México	31
VII. COMPETITIVIDAD EXTERIOR DE LA INDUSTRIA EDITORIAL	32
1. Comercio exterior de libros	32
2. Índice de apertura comercial	33
3. Exportaciones	33
4. Importaciones	33

VIII. ANALISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL SECTOR (FODA)	35
1. Introducción	35
2. Sesión de planeación FODA con editores de libros	35
3. Diagrama de agravamiento de la industria editorial de libros	36
VIII. ANEXOS	39
ANEXO 1: FUENTES DEL ESTUDIO	
ANEXO 2: FERIAS DEL SECTOR	
ANEXO 3.CONTACTOS COMERCIALES	

I. RESUMEN Y CONCLUSIONES

La industria editorial Mexicana se enfrenta en la actualidad a varios problemas, el más importante de los cuales es la falta de lectores. Se estima que en México se leen 0.5 libros por persona y año si no se tienen en cuenta los libros de texto. Esta falta de lectores afecta al precio del producto ya que al ser las tiradas de las editoriales más pequeñas, es más costosa cada unidad producida. Aunque la producción se ha recuperado en los tres últimos años, todavía no se han alcanzado los niveles que había antes de la crisis del 95.

Otro de los problemas a los que tiene que enfrentarse la industria, es **la actividad editorial del Estado**. Varios organismos públicos son editores de sus propios libros, el Estado se convierte así en el principal competidor de los editores mexicanos. Más del 60% de la producción editorial mexicana proviene del Estado, según datos de la Cámara de la Industria Editorial Mexicana. Se está intentando que esta producción se lleve a cabo, cada vez más a menudo, mediante coediciones entre los organismos públicos y los privados.

El Gobierno es el **principal distribuidor de libros en México**. Las compras del Gobierno a las editoriales son sobre todo libros de texto para la educación primaria y secundaria. En 2002, la implantación del programa Bibliotecas en el Aula supuso un incremento importante de las compras del gobierno a las editoriales.

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

El **número de librerías en México** es muy bajo. Se calcula que hay unas 600 en toda la República. Esto supone que hay aproximadamente una librería por cada 171 mil habitantes. Las ventas de libros en las grandes superficies han aumentado en los último años, en detrimento de las ventas por librerías tradicionales.

El sector de libros infantil y juvenil es el que tiene mayores **perspectivas de crecimiento**. Por una parte, no ha recuperado todavía los niveles de producción que tenía antes de la crisis del 95 (una situación que afectó a todo el sector); baste como ejemplo la reducción del valor de la producción editorial, que pasó de 59 millones USD en 1995 a tan sólo 37 millones en 2000.

No obstante la población mexicana es muy joven (casi un 57% de la población tiene menos de 30 años), por lo que la perspectiva de crecimiento anteriormente mencionada tiene mimbres para consolidarse. Además, los programas que el Gobierno ha puesto en marcha para el fomento de la lectura, están dirigidos a este sector joven de la población. Así el programa "Bibliotecas en el Aula" supuso la adquisición por parte del Estado de 30 millones de ejemplares.

El análisis de la situación **del sector editorial español en México**, requiere un doble enfoque:

- a) Cuantitativo, que nos dice que España es el principal suministrador de productos editoriales a México, por delante de Estados Unidos, aunque pierde cuota de mercado a favor de éste y otros países, especialmente asiáticos (China y Tailandia).
- b) Cualitativo, del que se desprende que el producto español es percibido como bien editado, interesante y con potencial comercial.

Es posible, por todo lo anterior, afirmar que las posibilidades del sector editorial español se orientan más hacia las ediciones de calidad, con diseños originales y cuidados, que a la producción estandarizada de libros de texto, sobretodo si tenemos en cuenta el intervencionismo que en este último tipo de títulos tiene el Gobierno mexicano.

II. INTRODUCCIÓN:

1.- Objeto del estudio

Este estudio tiene por objeto el análisis de la industria editorial en México y las oportunidades de introducción de las editoriales gallegas en el país.

Para este fin se ofrecen datos que definen la situación actual del mercado editorial, para facilitar una visión a las empresas que deseen implantarse en este mercado, ya sea pequeña, mediana o grande.

Se contemplan aspectos de gran importancia antes de adentrarse en el mercado mexicano, tales como la importante intervención del estado, el sistema fiscal, la piratería, además de otros como la situación económica del país o la tendencia de consumo.

Considerando los principales productos editoriales los correspondientes a las siguientes partidas:

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 pegadas
4901.91	Diccionarios y enciclopedias, incluso fascículos
4901.99	Los demás

Hay que señalar el importante papel que tiene el gobierno en el mercado editorial en México, en este estudio, aunque se hará referencia a esta parte del mercado, nos centraremos en la actividad editorial del sector privado.

La principal fuente de información para la realización de este estudio proviene del “Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana”, publicado por la CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial

Mexicana). Dicho informe fue publicado en Marzo de 2007 y contiene los últimos datos del sector.

2. Datos Básicos sobre la Evolución Económica del País.

México es un país que cuenta con más de cien millones de habitantes (103.263.388 , siendo 50.249.955 hombres y 53.013.433 mujeres, según el último censo del 2005) y una extensión territorial de 1.964.375 km². Es el mercado más importante para España en Latinoamérica, tiene una situación macroeconómica estable, aunque estos últimos años ha acusado la ralentización de la actividad en Estados Unidos, país del que depende a nivel de producción y comercio.

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

TABLA I. PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE MÉXICO

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
CRECIMIENTO PIB % real	- 4,8	3,7	6,9	- 0,3	0,9	1,3	4,4	3
EXPORTACIONES (MDD)	117.459	136.391	166.455	158.443	160.763	164.766	187.999	213.994
IMPORTACIONES (MDD)	125.373	141.975	174.458	168.396	168.679	170.546	196.810	221.414
SALDO BALANZA COMERCIAL(MDD)	- 7.913	- 5.584	- 8.003	- 9.954	- 7.916	- 5.779	- 8.811	- 7.558
IED (MDD)	8.238	13.153	16.404	26.537	13.626	12.751	17.910	17.804
DÉFICIT CUENTA CORRIENTE (MDD)	- 15.800	- 14.013	- 18.159	- 18.008	- 14.058	9.150	- 8.712	- 5.708
TASA DE DESEMPLEO (%)	3,16	2,50	2,20	2,42	2,70	3,41	3,92	3,58
INFLACIÓN (%)	18,61	12,32	8,96	4,40	5,70	3,98	5,19	3,33
TIPOS DE INTERÉS (CETES) (%)	24,80	23,60	15,26	11,31	7,18	6,20	6,80	9,19
DÉFICIT PÚBLICO (% DEL PIB)	1,24	1,15	1,10	0,73	1,20	0,62	0,25	0,09
RENDA PER CÁPITA	4.200	-	-	-	-	-	-	7.450

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, SHCP y Banxico

Datos generales comparativos México-España:

MÉXICO

- Octava potencia exportadora de la OMC tomando toda la UE como un bloque, y decimotercera en el ranking general por países.
- Según estimaciones del FMI, economía nº 13 en 2005 y PIB 715.000 MILL USD.

- Renta per. cápita: 7,4 miles de dólares.
- Comercio Exterior de bienes 2005:
 - X: 213.994 millones de dólares
 - M: 221.414 millones de dólares
 - $X+M/PIB^* = 56,1\%$
- Población: 106 millones (estimación 2005)
- Extensión: 1,96 millones de Km²

ESPAÑA

- Decimocuarta potencia exportadora en el ranking general por países de la OMC.
- Según estimaciones del FIM, economía nº 8 en 2005 y PIB 1.120.000 MILL USD.
- Renta per. cápita: 18,2 miles de dólares.
- Comercio Exterior de bienes 2005:
 - X: 192.498 millones de dólares
 - M: 289.801 millones de dólares
 - $X+M/PIB = 44\% **$

Población: 44 millones (2005. Fuente: INE)
 Extensión: 0,5 millones de Km

A continuación analizamos algunos puntos fuertes y débiles de la economía mexicana:

- Puntos fuertes:
 - México se ha convertido en una potencia industrial debido a su ingreso en el TLCAN, Tratado de libre Comercio de América del Norte.
 - En los últimos años, la estabilidad macroeconómica ha sido buena.
 - El ejercicio de control sobre las deudas, tanto interna como externa, junto con una balanza comercial moderada, ha atraído a la inversión extranjera.
 - Con un sector bancario consolidado desde la crisis económica de los años 1994 y 1995, el país ha sido mucho menos vulnerable a las crisis financieras.
- Puntos débiles:
 - La excesiva concentración de sus exportaciones a EE.UU.
 - El problema de competitividad en lo que a comercio se refiere, principalmente, por la competencia de China.
 - Las cuentas públicas han dependido excesivamente de los ingresos del petróleo.
 - La complicada situación política ha impedido el progreso de algunas reformas estructurales esenciales como mejoras en el sistema fiscal, energía, reformas laborales, etc.
 - Debido a la falta de inversión y mano de obra cualificada, no ha sido posible que se lleven a cabo esfuerzos encaminados a una mayor especialización productiva.

México es un mercado prioritario para España por las siguientes razones:

- Por su tamaño e importancia en la zona: Decimocuarta economía del mundo y primera en Ibero América, con un PIB de 715.000 M \$ y renta por habitante de 6.751 \$ en 2004.
- Por su dinamismo: Crecimiento del 4% en 2004 y previsiones no inferiores al 3,8% en 2005. Importante potencial de crecimiento a medio plazo (7%) si se realizan las reformas estructurales previstas

- Por su apertura al exterior: México es una economía abierta: Grado de apertura del 56%. Primera potencia comercial de Ibero América y 13ª en el mundo. Puerta de entrada en mercado NAFTA (EE.UU. y Canadá). Forma parte de numerosos Acuerdos de Libre Comercio, doce en total, que facilitan acceso preferencial a 43 países.

Distribución de la renta disponible

De acuerdo con la Strategic Research Corporation, los 20 millones de hogares existentes aproximadamente en México, pueden ser divididos en 5 niveles socio-económicos:

- Hogares de ingresos altos (A): Este grupo representa casi el 2% del total de los hogares. Las cabezas de estos hogares son generalmente propietarios de negocios grandes o medianos, gerentes corporativos, directores o profesionales graduados.
- Hogares de ingresos medios a altos (B): Este negocio incluye a los propietarios de negocios pequeños, profesionales y funcionarios públicos. El nivel de educación es, mínimo, de secundaria, aunque la mayoría cuenta con título profesional. Este grupo representa el 11% de los hogares mexicanos.
- Hogares con ingresos medios (C): Este grupo se conoce también como la naciente clase media. Está compuesta por dueños de pequeños negocios y trabajadores preparados por lo menos en grado de primaria. Representan el 22% de los hogares.
- Hogares con ingresos bajos (D): Esos hogares se caracterizan por estar formados por aquellas personas que realizan oficios que no requieren conocimientos previos como chóferes, mensajeros, criadas o veladores. La mayoría de este grupo no cuenta con una educación básica completa y trabaja en el sector informal del país. Este grupo representa el 36% de los hogares mexicanos.
- Hogares en situación de pobreza extrema (E): El restante 29% de los hogares mexicanos pertenece a este nivel socio-económico. Incluye a los desempleados y aquellos que son generalmente incluidos en los programas de asistencia social.

3. Estructura de mercado

De acuerdo con la información de CANIEM, en 2005 existían en México 279 empresas privadas dedicadas a la edición de libros, seis empresas de gobierno y 7 empresas privadas sin fines de lucro.

Según su tamaño, las 279 empresas del sector privado con actividad editorial se distribuían de la manera siguiente: el 83% eran empresas de proyecto inicial¹, micro y pequeñas. El 17% restante lo constituían empresas medianas, grandes y macro.

NÚMERO DE EMPRESAS POR TAMAÑO Y DIVISIÓN EDITORIAL

2005

Tamaño de Empresa	Texto	Interés general	Científicos, Técnicos y Profesionales	Religiosos	Enciclopedias, fascículos y colecciones	Total
Proyecto Inicial	12	52	28	6	1	99
Micro	14	37	28	8	2	89
Pequeña	7	21	10	6	0	44
Mediana	4	7	9	1	1	22
Grande	8	6	1	0	1	16
Macro	4	1	3	0	1	9
Total	49	124	79	21	6	279

Fuente: CANIEM

Conforme a su especialización, un elevado número de empresas se orientaban a la edición de libros de tres áreas temáticas: libros de interés general (124), libros científicos, técnicos y profesionales (79) y libros de texto (49). Un menor número de empresas se destinaba a la edición de libros religiosos y enciclopedias y colecciones.

La mayoría de las empresas editoriales (40%) factura entre 250 mil y 1 millón de pesos, por lo que se clasifican como empresas de proyecto inicial. El 32% de las empresas son micro (que facturan de 1 a 6 millones de pesos); el 15.7% son pequeñas (de 6 a 21 millones de pesos). Sólo 16 empresas son consideradas como grandes (de 81 a 200 millones de pesos) y nueve están se clasificadas dentro del rango macro, con una facturación superior a los 200 millones de pesos.

Según la división editorial, las empresas orientadas a la edición de libros de interés general constituyen el mayor número (44.4%), seguidas por las que editan obras científicas y técnicas (28.3%) y libros de texto (17.6%). El 9.6% de las empresas editaban libros religiosos y enciclopedias, fascículos y colecciones.

Sin embargo, desde la óptica de la facturación, la situación es otra. La más alta facturación la realizan las empresas de tamaño macro (46%), en alta medida productoras de libros de texto y científicos, técnicos y profesionales. Las empresas grandes ocupan el segundo lugar con el 33% de la facturación total de la industria, principalmente asociada a libros de texto y de interés general. Por su parte, las empresas medianas facturan el 12% del total, mayoritariamente por libros científicos, técnicos y profesionales y de interés general. Finalmente, las empresas iniciales, micro y pequeñas facturan el 10%, y se orientan a libros de interés general, científicos y técnicos y texto.

En resumen, nueve empresas de tamaño macro, específicamente, editoras especializadas en libros de texto, concentraban la mayor proporción del valor del mercado de la producción de libros en 2005. Aunque el mayor número de empresas se localiza en el rango de proyecto inicial (con una tendencia creciente: 41 empresas en 2003, 55 en 2004 y 99 en 2005), su nivel de facturación apenas representa el 1% del total de la industria.

La actividad editorial de libros en México ha registrado una elevada y creciente concentración geográfica. El Distrito Federal incrementa su participación en la producción al 90.5% en 2004, frente al 80.3 de 1998 y 73.1% de 1993. Menores aportes a la producción realizan México, Jalisco y Nuevo León.

Según INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) en 2001 la clase manufacturera Edición de libros y similares produjo un volumen total de 58.0 millones de ejemplares; para 2005 la producción había descendido a 46.9 millones.

Entre 1994 y 2005, más del 76% del volumen producido de libros correspondió a libros de texto y libros y otras ediciones especiales. El 24% restante se distribuyó entre ediciones literarias, humanísticas, científicas y técnicas. La producción de libros de texto, en sus tres categorías temáticas (primaria, secundaria y preescolar), representó alrededor del 64% del volumen total.

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA

De 1995 a 2006 la edición de libros y similares produjo en promedio un volumen de 631,090 mil piezas por año, con un valor medio de 3,893 millones de pesos. El volumen producido decreció a una tasa media anual de 5%, mientras que el valor de la producción se elevó 6.1% por año, lo cual indica que los precios relativos se incrementaron 3.9% por año.

La producción de libros por habitante ha venido disminuyendo desde 1998. Según INEGI, en 1998 se produjeron 0.63 libros por persona; para 2005 esta cifra llegó a 0.6 libros, lo que significa un reducción de 5.3%. Los datos de Caniem, en cambio, indican que en los mismos años la producción de libros por habitante paso de 1.3 a 1.33 libros por persona, cifras que denotan un incremento de 2.7% de un año a otro.

La oferta de libros por título

De 1999 a 2005, los oferta de títulos en catálogo crecieron 6.4% por año. La evolución, sin embargo, presenta una gran variabilidad de un año a otro.

En los últimos seis años la estructura de la oferta de títulos por división editorial ha tenido pocos cambios. Los títulos de libros de Interés general y los de Ciencia y técnica constituyen más del 80% del total (con 36.4% y 50.3%, respectivamente), mientras que los de texto representan el 8.2% y los religiosos 5.1%.

Precios relativos.

Entre 1995 y 2006 el precio relativo de la clase libros y similares se incrementó 3.9% por año.

Las ediciones científicas y libros y otras ediciones especiales registraron el mayor aumento de precios relativos (12.9%) en ese período, seguidas por las ediciones humanísticas (8.1%) y Técnicas (5%).

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De 1999 a 2005, la venta total de ejemplares creció 5.1% en promedio por año, mostrando una considerable variabilidad en ese período. Los ejemplares vendidos pasaron de 115 millones en 1999 a 157 millones en 2005. Para acumular una cifra de 908.9 millones de ejemplares en el período. La tendencia de las ventas fue positiva y creciente en el período.

En la estructura de las ventas han predominado tres de las cuatro divisiones editoriales: interés general, libros de texto, y ciencia y técnica. Sin embargo, entre 1995 y 2005 ocurrieron cambios relevantes ya que los libros de texto elevaron su participación considerablemente ya que pasaron de 32.8% al 42.8% del total. En el último año las ventas de libros de interés general equivalieron el 33.2% y los de ciencia y técnica el 23%. Los temas religiosos sólo aportaron el 6.8% de los ejemplares vendidos.

1. Tendencias generales de consumo

México es un país que cuenta con más de cien millones de habitantes (103.263.388 , siendo 50.249.955 hombres y 53.013.433 mujeres según el último censo del 2005) Esta población se caracteriza por ser urbana (el 70%) y muy joven; el 30.64% de la población mexicana (31.650.104) tiene menos de catorce años y el 56.96% (58827112) menos de treinta.

Aunque éste puede parecer un mercado de grandes dimensiones, la población mexicana lee muy poco. La falta de lectores es, sin duda, el principal problema para el sector editorial en México. No hay datos oficiales pero se manejan cifras de 0.5 libros leídos por habitante y año. En este índice no se tienen en cuenta los libros de texto escolares. De lo que se concluye que cada adulto mexicano lee un libro cada dos años. Esto convierte a México en uno de los países con menor índice de lectura del mundo.

Por otra parte, los índices de analfabetismo en determinadas zonas del país son muy elevados y especialmente alarmante en las comunidades indígenas. Así, el índice de analfabetismo del país para mayores de 15 años es del 8.5%. Este porcentaje sube hasta el 31.7% en las comunidades indígenas.¹

A continuación se muestra en una tabla y en gráficos cuales son los índices de analfabetismo de país según el Instituto Nacional de Estadística y de Información Geográfica.

INDICE DE ANALFABETISMO EN MÉXICO 2005

Índice de Analfabetismo en México 2005

15 o más años	Hombres	Mujeres	TOTAL
Población Alfabetizada	30.422.433	32.777.979	91,85%
Población Analfabeta	2.360.362	3.241.778	8,15%

Fuente: INEGI



2. Análisis del comportamiento del consumidor.

PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES:

La falta de lectores es el mayor problema al que se enfrenta la industria editorial mexicana. La población mexicana tiene muy poco hábito de lectura y busca materiales cargados de imágenes. Además, por este motivo, las tiradas son más pequeñas, lo que aumenta los costos de producción.

El volumen de las ventas (en pesos mexicanos) de libros aumentaron en México del año 2003 al 2004 en un 8.35 % del valor total de las mismas y en un 8.77% en cuanto al número de títulos.

VENTAS DE EJEMPLARES POR TIPO DE EDICIÓN

Al observar la composición de las ventas por tipo de edición, se aprecia que más de 84% del total de ejemplares vendidos fueron ediciones propias, mientras que la venta de importación representó 14.8% y la de saldos menos del 1%. La mayor cantidad de ejemplares de edición propia fue vendida por la división de Texto, mientras que Interés general vendió la mayor cantidad de ejemplares de importación y de saldos.

VENTAS POR TIPO DE EDICIÓN 2004

División editorial	Ediciones propias	Importaciones	Saldos	Venta total
Texto	66,870,707	8,053,388	145,095	75,069,190
Interés general	38,404,554	8,664,931	1,006,633	48,076,118
Ciencia y Técnica	19,138,046	5,828,459	26,978	24,993,482
Religiosos	3,893,267	75,650	5,671	3,974,589
Total	128,306,574	22,622,428	1,184,377	152,113,379
Porcentaje	84.26	14.88	0.86	100

Fuente: CANIEM

VENTAS EN VALORES POR DIVISIÓN EDITORIAL

Por facturación, las ventas de ediciones propias representaron 75% de la facturación total, mientras que por ediciones de importación ingresó el 24% y por saldos el 0,22%. La división de TEXTO obtuvo la mayor facturación del sector en ediciones propias, con 42.7% del total facturado, mientras que por importaciones, fue la división de CIENCIA Y TÉCNICA con 42% del total y la de INTERÉS GENERAL por venta de saldos, con 76% del total del sector.

VENTAS EN VALOR POR TIPO DE EDICIÓN 2004

División editorial	Ediciones propias	Importaciones	Saldos	Venta total
Texto	2,221,496,541	419,733,707	1,512,185	2,642,742,433
Interés General	1,551,373,362	545,882,071	11,604,343	2,108,859,777
Ciencia y Técnica	1,350,466,399	709,929,117	1,978,701	2,062,374,216
Religiosos	76,982,170	7,793,996	85,180	84,861,346
Total	5,200,318,472	1,683,338,891	15,180,409	6,898,837,772
Porcentaje	75.38	24.40	0.22	100

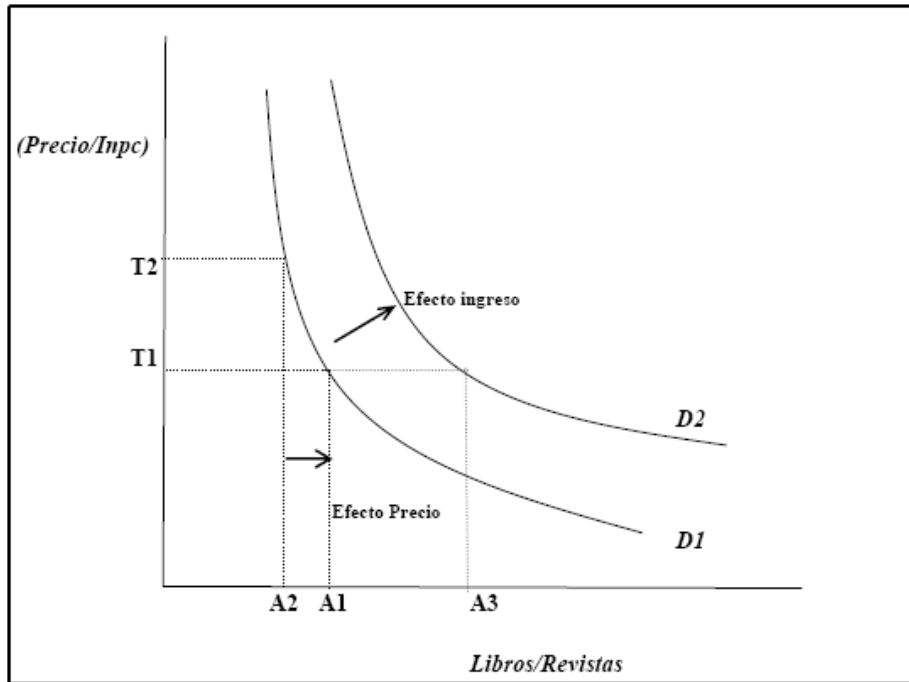
Fuente: CANIEM

3. Determinantes de la demanda

A través del modelo de demanda elaborado para libros y revistas, y de la estimación de las elasticidades de los principales determinantes de la demanda, se concluyó lo siguiente:

- i) la demanda de libros de Texto es más sensible a los movimientos de precios que la demanda de libros de Interés general, de Ciencia y técnicos y Religiosos,
- ii) en general, la demanda de libros es más sensible al ingreso de los consumidores que al precio de los libros,
- iii) en particular, la demanda de libros de texto y religiosos es más elástica al ingreso que los libros de Interés general. En los casos de la demanda de libros de Texto y de Ciencia se encontró que la matrícula escolar es un factor determinante significativo. La demanda de libros de Texto es más elástica a la matrícula que los de ciencia.

Determinantes económicos de la demanda de libros y/o revistas



Fuente Caniem.

Localización territorial de la industria.

La cadena productiva de la industria editorial se concentra fundamentalmente en términos geográficos en el D.F. y el estado de México. En ambas entidades se localiza la mitad de la capacidad productiva del conjunto de esta actividad. Sin embargo, se observa que en el período de 1988 a 2003 se presentó un proceso de ligera desconcentración a favor de entidades federativas del norte del país y, también, de Querétaro, con un debilitamiento relativo del D.F. y un mayor fortalecimiento del estado de México.

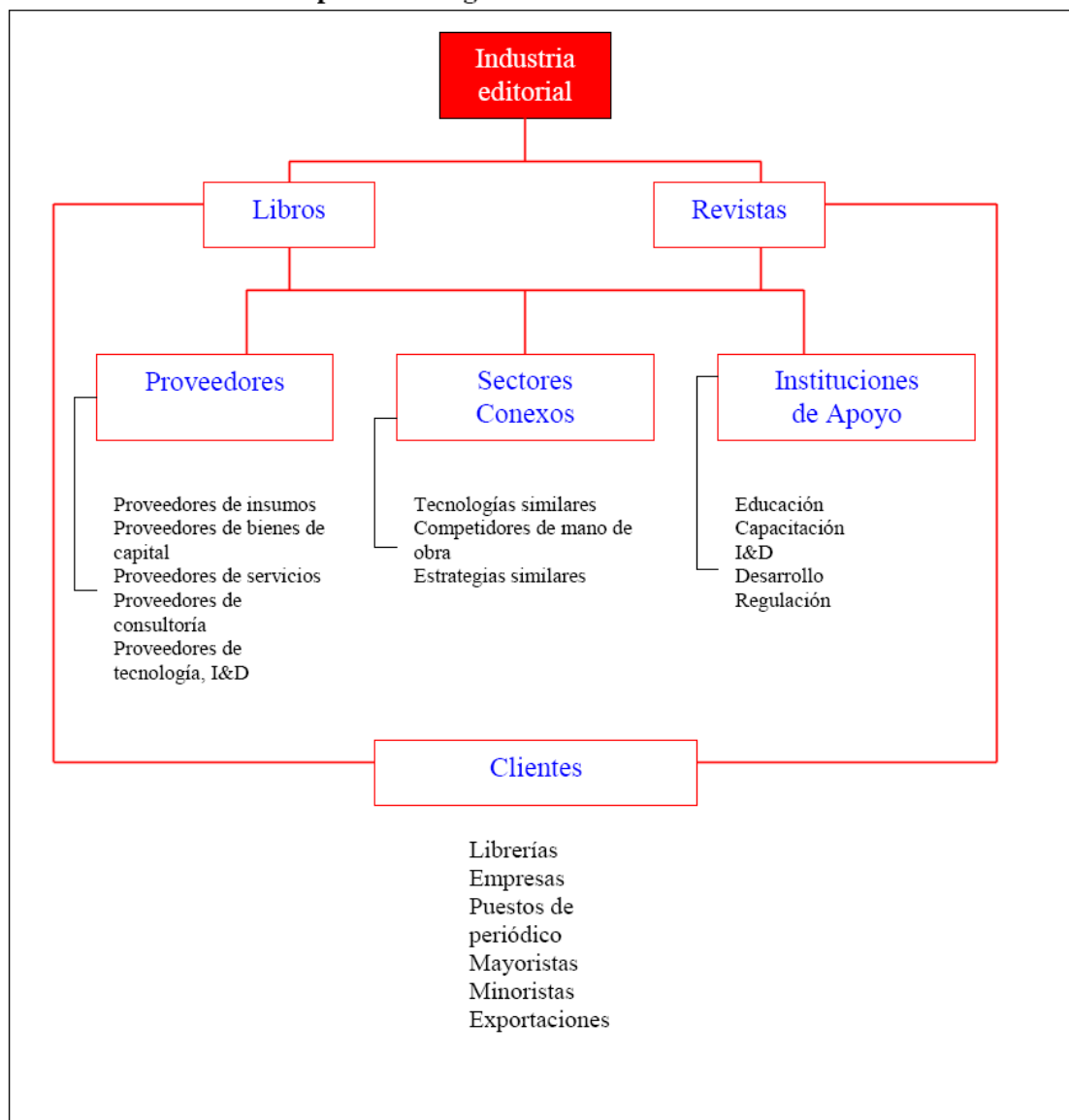
DETERMINANTES DEL TAMAÑO DE MERCADO DE LIBROS: SUPUESTOS DE COMPORTAMIENTO

Tasas de crecimiento

Año	Crecimiento Económico	Inflación	Precios				Población	Matrícula por nivel escolar			
			Libros de Ciencia	Libros de Interés General	Libros Religiosos	Libros de Texto		Primaria	Secundaria	Bachillerato	Licenciatura
1999	3.879	12.318	2.247	22.138	13.186	23.536	1.337	0.342	2.866	3.859	7.217
2000	6.599	8.959	7.142	-1.028	-1.399	21.925	1.319	0.461	2.729	4.363	7.458
2001	-0.170	4.403	-7.283	-6.055	36.587	-3.524	1.164	0.182	2.702	3.028	5.454
2002	0.890	5.701	-0.651	-7.193	-26.333	-10.181	1.137	0.344	2.440	6.552	6.547
2003	1.361	3.977	18.696	-18.327	-11.813	6.533	1.119	0.093	3.282	6.218	5.525
2004	4.156	5.191	-9.339	22.916	2.347	-14.701	1.106	-0.511	2.127	5.031	4.761
2005	2.916	3.333	4.267	10.037	57.602	8.854	1.094	-0.869	1.971	3.284	3.167
2006	4.700	4.100	2.200	8.500	23.200	6.500	1.088	-0.200	1.200	2.300	2.800
2007	5.100	3.500	1.600	4.700	7.800	5.600	1.061	-0.500	1.100	1.800	1.700

Fuente: Modelo econométrico de demanda de libros con información de IIEEM

Cadena productiva genérica de la industria editorial



V. LA SITUACION COMPETITIVA DE LA INDUSTRIA

a) La cadena conjunta de la industria editorial (impresión y edición) tiene un registro de productividad por hora-hombre ocupado que es inferior a la media del sector industrial del país y está, también, muy por debajo de otras actividades productivas que son intensivas en el uso de capital. Se observa que en el período de 1993 a 2005 la productividad de la cadena editorial se ha incrementado en menos de la mitad del nivel que se registra en términos medios en el conjunto de industrial nacional.

b) La cadena editorial presenta costos laborales más elevados que la media industrial nacional. Esto hace que sea una industria de costos crecientes y baja dinámica productiva.

c) Al interior de los diversos segmentos de la cadena productiva se detectó que la productividad es más baja en la parte de edición que en la de producción de papel y la impresión, y que, igualmente, al interior de la edición es el sector del libro el más afectado.

d) En su dimensión regional, la pérdida de competitividad ha ocurrido en los estados con mayor concentración productiva. Tal es el caso del D. F., donde la productividad en el segmento de revistas ha descendido en los últimos cinco años, en tanto se han fortalecido competitivamente otras plazas como México, Jalisco y otras de menor participación., En el sector de libros se advierte que la productividad en el D.F. ha descendido aún más que en el sector de revistas y, en contraparte, han ganado competitividad entidades de muy baja participación en el producto sectorial.

c) Rentabilidad

El sector del libro experimenta una caída tanto en los márgenes de ganancia, como en la rentabilidad. En el primer caso, los márgenes han disminuido progresivamente, alcanzando en 2003 su valor mínimo al ubicarse en sólo 43% del margen obtenido en 1994. Del mismo modo, la tasa de rentabilidad ha descendido, basta mencionar que este indicador pasó de 46% en 1994 a un 36% en 2003.

Esta disminución en los niveles de rentabilidad tiene efectos directos sobre los niveles de inversión, los cuales a su vez impactan de manera negativa a los niveles de productividad, y con ello los ritmos de crecimiento y competitividad del sector.

Evolución de la rentabilidad en la edición de libros

Año	Margen de ganancia*	Margen de ganancia Índice 1994=100	Coefficiente de inversión ** %
1994	936,174.04	100	46.70
1995	733,162.72	78.3	43.30
1996	498,979.26	53.3	38.20
1997	482,954.48	51.6	36.70
1998	506,781.23	54.1	38.30
1999	566,477.03	60.5	40.80
2000	487,247.49	52	38.50
2001	515,930.21	55.1	39.80
2002	469,190.22	50.1	38.10
2003	406,365.25	43.4	36.00

*Se calcula como la diferencia entre la producción y la suma de remuneraciones e insumos.

** Margen de ganancia sobre producción. Fuente: INEGI. Encuesta Industrial Anual.

d) Competitividad externa

Una primera aproximación a la competitividad externa del sector librero la brindan los coeficientes de exportación y de importación del sector. En el cuadro 70 se observa un deterioro de la capacidad competitiva con el exterior en la medida en que la participación de las exportaciones en la producción se ha reducido en 5.6%, mientras que la participación de las importaciones se ha incrementado poco más de un punto.

El coeficiente de importaciones alcanza su nivel más alto en el año 2002 para luego comenzar a descender. Este comportamiento indica una reducción de la dependencia externa. Sin embargo, ella no se estimuló por un aumento del esfuerzo exportador, el cual durante todo el período de análisis se ha reducido en casi un 50%.

1. Tratamiento fiscal

El mercado de libros se caracteriza por el hecho de que no se consideran como bienes básicos o necesarios para los consumidores; además, existen una serie de bienes complementarios y, sobre todo, sustitutos que afectan el comportamiento de la demanda (como son: los libros de texto gratuitos, libros electrónicos, internet, fotocopiado y el uso de los materiales disponibles en las bibliotecas). Esta circunstancia incide en el modo de operación del mercado, de tal manera que la demanda adquiere un mayor peso en la determinación de las cantidades, mientras que la oferta lo tiene en el caso de fijación de los precios.

2. Distorsiones del mercado

Adicionalmente al problema de los canales de distribución, la industria editorial enfrenta problemas de competitividad debido a distorsiones de mercado:

a) Una marcada tendencia a la reducción de los precios medios de los libros en los últimos cinco años, proceso que se ha acompañado de incrementos en los costos del papel, costos laborales y costos de impresión. La consecuencia de esto ha sido una reducción de los márgenes de ganancia brutos para las empresas del sector.

b) Asociado con el cierre de librerías y una menor red de puntos de venta, ha descendido el número de las empresas editoriales.

c) El mercado del libro opera bajo una estructura de altos márgenes de descuento que resulta poco competitiva en términos comparativos del funcionamiento del negocio en otros países. Se aprecia una gran dispersión de esa práctica de fijación de precios al consumidor final en función

del tipo de punto de venta. Esta cuestión hace poco atractiva la inversión en librerías por la competencia de los mayores compradores y las diferencias de los precios finales.

Los problemas centrales de la industria librera son asociados al actuar del gobierno:

Monopolio gubernamental en la educación primaria

- Competencia desleal del estado
- Falta de apoyo a la exportación
- Falta de legislación y políticas públicas que favorezcan el uso de libros y la lectura
- Falta de coherencia en la política de apoyos al libro y a la lectura
- Falta de una política de compra para bibliotecas, aulas y centros de trabajo
- Falta de incentivos fiscales a la cadena productiva
- Falta de incentivos fiscales a la inversión
- El gobierno entrega de manera directa a los usuarios los libros de texto y esto inhibe la asistencia del público a las librerías
- Falta de definición de los tiempos y condiciones para la entrega de trabajos al gobierno
- El estado mexicano es el principal productor y comprador y carece de políticas públicas el sector
- Falta de promoción del libro mexicano
- Falta de presupuesto para las bibliotecas públicas
- Unicidad en la elaboración, producción, distribución del libro de texto.

El sector de libros requiere de una gran capacidad para cabildear, negociar e incluso legislar a favor del libro y su cadena productiva.

VI. ANALISIS DEL COMERCIO

1. Análisis Cuantitativo

PUNTOS DE VENTA:

Según un reciente censo elaborado por la CANIEM, el ALMAC (Asociación Mexicana de Libreros) y la CONACULTA existen en México 1452 puntos de venta. Este censo arroja la siguiente información:

- 606 son librerías y oficinas de venta y distribución de libros.
- 65 de estas librerías cuentan con varias sucursales. Entre todas suponen 406 sucursales en los distintos estados del país.
- 36 son librerías universitarias.
- 135 son librerías y expendios de las propias editoriales, y
- 269 son otros puntos de venta.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para la obtención de las siguientes cifras 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. En lo que se refiere a devolución, se solicitó el porcentaje real en ambos tipos de distribución.

Los datos obtenidos señalan que: del total de libros vendidos en los distintos canales de comercialización, 79.8% fueron distribuidos por los propios editores y 20.1% por terceros.

Por canales de comercialización, las ventas al Gobierno ocuparon el primer lugar de importancia para la venta de libros en el sector con 37.21% del total y una devolución total de 2.93%.

Las librerías, canal natural del libro, exhibieron y desplazaron alrededor de 24.95% de los libros vendidos en el año y ocuparon el segundo lugar de importancia, pese a registrar el segundo porcentaje más alto de devolución en el año: 16.69%

Las tiendas de autoservicios fueron la tercera mejor opción para la venta de libros, pese a que únicamente vendieron 8% del total de ventas en el sector y su devolución fue la más alta del sector: 24.34%.

Las exportaciones y las ventas a escuelas ocuparon el cuarto y quinto lugar de importancia en la venta de libros, al vender 7.18% y 6.61% del total de ejemplares en el sector, siendo la venta a escuelas la que registró el porcentaje más alto de devolución de entre las dos categorías con un 6.21 %.

TABLA XI. DISTRIBUCIÓN Y DEVOLUCIÓN SEGÚN CANAL

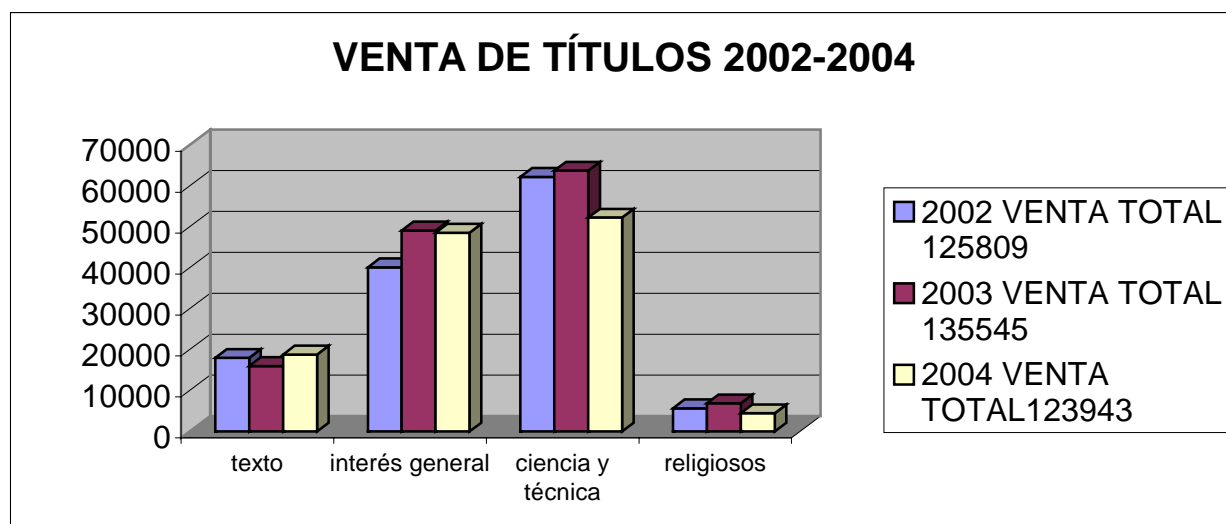
Canales de comercialización	Porcentajes de distribución			Porcentajes de devolución		
	Propia	Por terceros	Total	Propia	Por terceros	Total
Ventas a gobierno	45.55	4.17	37.21	2.91	0.02	1.46
Librerías	21.59	38.28	24.95	11.16	5.53	8.34
Tiendas de autoservicios y departamentales	9.55	1.95	8.02	16.93	7.41	12.17
Exportaciones	6.31	10.63	7.18	0.72	0.55	0.63
Ventas a escuelas	1.88	25.35	6.61	6.21	1.69	3.95
Ventas a empresas privadas	2.75	8.36	3.88	5.54	0.96	3.25
Otros canales	3.37	3.52	3.40	2.68	1.58	2.13
Ventas directas a crédito	3.93	1.06	3.35	3.73	0.82	2.27
Expendios propios	1.66	2.32	1.80	0.68	0.00	0.34
Otros eventos	2.02	0.00	1.61	0.25	0.00	0.13
Ferias de libros	1.24	1.46	1.28	4.94	2.38	3.66
Correo directo	0.04	2.80	0.60	-	-	-
Puestos de periódicos	0.05	0.07	0.05	0.00	3.33	1.67
Ventas a bibliotecas y centros de documentación	0.03	0.02	0.02	1.91	0.00	0.95
Internet	0.01	0.01	0.01	-	-	-
Ventas a asociaciones de padres de familia	0.01	0.00	0.01	-	-	-
Total	100.00	100.00	100.00	2.91	0.02	1.46

Fuente: CANIEM

En el siguiente gráfico se muestran la evolución de venta de títulos por división para el período 2002-2004.

GRÁFICO VIII. EVOLUCIÓN DE VENTA DE TÍTULOS POR DIVISIÓN

Fuente: CANIEM



Una de las explicaciones del retroceso competitivo en el sector está referida a las dificultades que existen en los canales de distribución:

a) Para el sector de los libros, el canal principal ha pasado a ser el gobierno y no las librerías. Esto ha ocasionado una reducción significativa de los puntos de venta que, de seguir con la tendencia actual, en los próximos años, reducirá el número de librerías a su mínimo histórico. La situación de la distribución de libros en México es completamente atípica con relación a los referentes internacionales, de tal manera que lo que se ve en otros países es que el número de las librerías ha ido aumentando y, con ello se fortalece el ámbito de la distribución.

Esta circunstancia ha generado por consecuencia que los puntos de venta de libros se hayan concentrado de manera significativa en unas cuantas entidades: DF, estado de México, Jalisco, Nuevo León, Veracruz y Guanajuato que representan 60% de los puntos de venta de libros en el país.

2. Análisis Cualitativo

En cuanto a las **ventas al Gobierno**, ya hemos hablado de los diferentes programas que el anterior Gobierno ha puesto en marcha en 2002 para el fomento de la lectura. El Estado mexicano no sólo interviene en el sector actuando como editor, sino también como el más importante canal distribuidor de libros. Sobre todo, tras la puesta en marcha del programa "Bibliotecas en el Aula" ya mencionado. De ahí el importante aumento que tuvo este canal en el año de su puesta en marcha.

El siguiente cuadro desmenuza la información recogida en la página 9 del presente estudio acerca del poder de los grandes grupos editoriales en la comercialización de los libros de texto. Concretamente, ofrece estadísticas para el curso 2006-2007 sobre las compras de la CONALITEG de libros de primer grado de secundaria a empresas mexicanas (de los 7.5 millones de libros que la CONALITEG va a adquirir, el grupo Santillana tiene un pedido de 1.470.000 ejemplares, casi un 20 % del total)

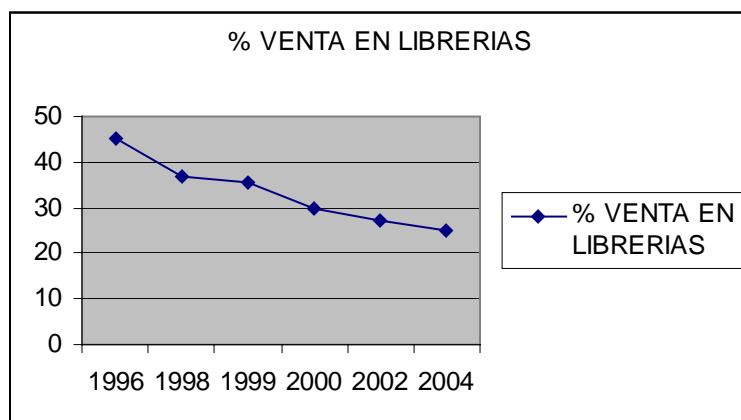
PRINCIPALES EDITORIALES EN MÉXICO

EDITORIAL	<i>ANGELES EDITORES</i>	<i>EDERE</i>	<i>ESFINGE</i>	<i>FERNANDEZ EDITORES</i>	<i>JAMER EDITORES</i>	<i>LIBRIS EDITORES</i>	<i>LIMUSA NORIEGA EDITORES</i>	<i>TRILLAS</i>
%	<i>0.13</i>	<i>0.22</i>	<i>1.04</i>	<i>2.23</i>	<i>0.47</i>	<i>0.71</i>	<i>7.7</i>	<i>0.25</i>
<i>EJEMPLARES</i>	<i>9750</i>	<i>16500</i>	<i>75000</i>	<i>167250</i>	<i>35250</i>	<i>53250</i>	<i>577500</i>	<i>18750</i>

Fuente: Conaliteg

Las **librerías*** son el segundo canal en importancia en la comercialización. También fueron las que más libros devolvieron a las editoriales en términos absolutos. Es destacable la ligera mejoría de este canal, que alcanzó los 38 millones de ejemplares vendidos en 2004, con un aumento del 3% sobre el año anterior; no obstante, en términos relativos, el peso del sector sigue decayendo; este descenso es sólo continuación de una tendencia que empezó años atrás. El siguiente gráfico (nº IX) muestra precisamente este descenso.

GRÁFICO IX. EVOLUCIÓN DE VENTAS EN LIBRERIAS COMO % DEL TOTAL



Así, en 1996 correspondió a las librerías un 45% de la venta total de libros en el país; en 1998 la participación fue del 37%; en 1999 del 35.6% y en el 2000 bajó al 30%; en el 2002 este canal sólo distribuyó un 27.3% y para 2004 el % es del 24.95%

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 doscientos mil habitantes.

Al igual que ha ocurrido en otros países, en México han cerrado muchas 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 ya que, 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 ingresos importantes y seguros 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 decisivo en el número de librerías.

Dentro de este canal podemos distinguir las cadenas de librerías y las librerías tradicionales: Las cadenas más importantes son **Cristal** con 42 sucursales en todo el país y **Porrúa** con más de 30 sucursales también repartidas por toda la República. Además, esta librería vende a través de la tienda departamental El Palacio de Hierro y de la cadena de grandes superficies de material para oficina Office Max. En México DF y Estado de México tienen una fuerte presencia **Ghandi** con 10 sucursales (8 en DF, una en Jalisco y otra en Monterrey) y la **Casa del Libro** que cuenta con 9 sucursales en el DF. Ghandi, a pesar de contar con menos sucursales que

Cristal y Porrúa, es la cadena de librerías con mayor volumen de ventas. Fueron las librerías que empezaron con la guerra de los precios en los libros y de ahí su mayor éxito. Las pequeñas librerías de barrio son las que más han acusado la incursión de las grandes superficies en el sector y como hemos dicho quedan muy pocas en el país.

Grandes superficies y tiendas departamentales: A través de este canal se han distribuido 12.157.000 ejemplares en 2004, lo que representa un aumento del 14% sobre el año anterior. 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 libro de Palacio de Hierro son, en realidad, Librerías Porrúa. Sanborns es una tienda departamental (muy parecida al VIPS en España). Venden gran variedad de publicaciones periódicas tanto mexicanas como extranjeras y también algunos títulos de libros, generalmente “Best Sellers”. Cuenta con más de 100 establecimientos (70 en Ciudad de México y 56 en el resto del país). Es uno de los puntos con mayor volumen de venta en México.

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 Wal Mart. También distribuyen libros, pero en menor cantidad, Gigante y Costco.

Las ventas a escuelas experimentaron un ligero descenso del 1.6% pasando de 10.200.000 a 10.000.000 de ejemplares; sin embargo, las **ventas a empresas privadas** se incrementaron en un 100% pasando de 3.000.000 a 6.000.000 de ejemplares vendidos.

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 (menos del 1%) en México si lo comparamos con otros países. El correo postal funciona bastante mal y el acceso a Internet está reservado a una pequeña parte de la población.

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

Las editoriales son las principales importadoras de libros. La forma de entrada en México varía en función de la editorial. Las grandes editoriales como Santillana y Planeta importan desde España, pero también editan aquí gran parte de los libros que distribuyen. Por ejemplo, Planeta calcula que alrededor del 70% de los títulos que distribuye, son editados en México y el 30% restante es importado de España.

Otras editoriales, más pequeñas, se dedican sólo a la importación de estos 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.

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 lograr, se recomienda no dar en exclusiva la distribución del libro a nivel nacional sino por zonas.

Por lo tanto, como hemos dicho, además de las labores de edición y de importación, algunas editoriales del sector ofrecen servicios de distribución a otras editoriales nacionales y extranjeras. En el siguiente gráfico se muestra la proporción de títulos importados distribuidos por las editoriales en función de la división editorial.

Como se observa en este cuadro las proporciones de títulos extranjeros distribuidos por las editoriales es mucho mayor que la de títulos nacionales en todos los temas. Es en la división editorial de religiosos en la que nos encontramos una mayor presencia de títulos nacionales (casi un 17 % del total de títulos distribuidos en esta división)

PROPORCIÓN TÍTULOS EXTRANJEROS DISTRIBUIDOS

DIVISION EDITORIAL	TÍTULOS DE EDITORES NACIONALES	%	TÍTULOS DE EDITORES EXTRANJEROS	%	TOTAL DE TITULOS EN DISTRIBUCIÓN	%
Texto			10737	12	10737	11,5
Interés general	4384	65	29296	34	33680	36,2
Ciencia y Técnica	2021	30	44567	51	46588	50
Religiosos	362	5	1773	3	2135	2,3
Total	6767	100	86373	100	93140	100

Fuente: CANIEM

Durante el año 2004, los editores privados mexicanos distribuyeron 93.140 títulos de los cuales el 92.74 % fueron de otros editores extranjeros y solo el 7.26 % de editores nacionales. En cuanto a las principales editoriales mexicanas que se dedican a la distribución de libros de editoriales extranjeras, Colofón es de las más importantes. El 99 % de la distribución de Colofón son ejemplares de empresas españolas. Océano también distribuye una gran cantidad de libros españoles.

3. Análisis y evaluación de las barreras a la entrada en el sector.

Panorama general

Las barreras de entrada se definen como las medidas que tratan de obstaculizar o impedir la aparición de nuevos competidores en un sector concreto. Las barreras de entrada obligan a que las empresas establecidas y las que buscan entrar a un sector se esfuercen por ser más eficientes que las demás, las primeras para mantener su posición y las segundas para lograr entrar.

En la cadena productiva del libro y las revistas podemos ubicar las siguientes barreras de entrada:

1) Elevado nivel de especialización y conocimientos adquiridos por las empresas que actualmente se encuentran en el mercado de libros y revistas. En México no hay carreras universitarias que den lugar a la formación de editores o publishers, por consiguiente el editor se va formando dentro de la actividad laboral y requiere seguir una curva de aprendizaje que puede tomar mucho tiempo. La existencia de carreras universitarias en la materia no sólo contribuiría a la profesionalización del sector, sino también a abrir la industria a nuevos entrantes.

2) Continua diferenciación de productos en el mercado de libros y revistas. A lo largo de los años el número de títulos en circulación ha tendido a incrementarse, las nuevas empresas entrantes encuentran difícil establecerse en el sector debido a la gran diversidad de títulos de libros y revistas, En particular empresas ya establecidas tienen en su cartera de autores a escritores de mayor renombre o bien cuentan con los derechos de best sellers difíciles de adquirir por una empresa nueva.

3) El sector opera bajo economías de escala, debido a la elevada concentración de la producción y la demanda. Tal y como hemos visto en otras secciones de este estudio la localización de la cadena productiva se encuentra concentrada en el Valle de México, región que opera como principal mercado. Incluso se puede afirmar que el número de empresas se ha ido ajustando a la baja, sobre todo en la industria librera, para adaptarse a un mercado de lento crecimiento y cuyo poder adquisitivo se reduce cada año por la pérdida del poder adquisitivo de los salarios.

4) El mercado del libro presenta fuertes barreras institucionales debido a que en México y de manera atípica a mercados de otros países, el Gobierno es productor y distribuidor de libros. Situación que obliga a normar de manera excesiva al mercado librero para cumplir con las disposiciones vigentes del sector educativo público. De hecho la participación privada en libros de texto para la enseñanza secundaria, es atendida únicamente por seis empresas, de las cuales dos de ellas concentran alrededor del 40% del mercado. La dificultad para entrar a ese mercado radica en que la reglamentación obliga a realizar inversiones muy fuertes y de alto riesgo.

Un editor puede participar si realiza una inversión inicial en producir un libro, la cual puede llevarle uno o dos años, después tiene que validar institucionalmente su producto para asegurar que cumple con los objetivos de los planes de estudio vigentes. En seguida, el editor debe invertir en un tiraje inicial para enviar un libro de prueba a los centros en los que los maestros seleccionan el libro de texto que van a utilizar en sus cursos: Nada garantiza que los maestros elijan el libro ya producido o que se logre un pedido de gran tiraje, por lo cual se corre el riesgo de no recuperar la inversión inicial.

5) Dificultades de acceso a los canales de distribución. Los canales de distribución de libros y revistas presentan una gran problemática a la que ya se ha hecho referencia antes. Como ya vimos la cobertura de las librerías se limita al 5% de los municipios del país, lo cual lleva a una gran concentración de la distribución en el Valle de México y a una gran competencia por el mercado. Las empresas editoriales ya establecidas cuentan con acuerdos y convenios comerciales con las empresas distribuidoras difíciles de homologar por empresas entrantes. En el caso de las revistas pese a existir mayor distribución en el país, existen pocas empresas distribuidoras y tienen un gran control de los canales existente, por lo cual a nuevos entrantes les resultaría muy costoso y prácticamente imposible crear sus propias redes de distribución.

Además las empresas distribuidoras de revistas establecen preferencias de distribución debido a que, en algunos casos pertenecen, a algún grupo editorial por lo cual priorizan la distribución de las revistas del grupo.

4. Obstáculos Comerciales

BARRERAS ARANCELARIAS

Los principales impuestos para la importación son: el Impuesto General de Importación (arancel), el Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) y el Derecho de trámite aduanero (DTA).

- ARANCEL GENERAL DE IMPORTACIÓN

Casi todas las fracciones de la partida 4901 comprenden productos cuya importación a México está libre de arancel, independientemente de la procedencia del producto. La siguiente tabla contiene el arancel que afecta a cada producto. También contiene información sobre cómo ha afectado la firma del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUE) en julio de 2000, a cada uno de estos productos. La interpretación de esta tabla es sencilla; basta observar aquellos productos que sí tienen arancel expresado en % y al lado la indicación de la velocidad de desgravación que expresa el ritmo temporal con el que se suprimirá dicho arancel; las claves son:

ARANCELES Y TASAS DE DESGRAVACIÓN APLICABLES PRODUCTOS EDITORIALES

CODIGO:	A, B: EXENTOS C: CON UN 3% HASTA FIN 2006; EN 2007 EXENTOS PROH: PROHIBIDA SU IMPORTACIÓN	
49	PRODUCTOS EDITORIALES, DE LA PRENSA O DE OTRAS INDUSTRIAS GRAFICAS; TEXTOS MANUSCRITOS O MECANOGRAFIADOS Y PLANOS.	
49.01	Libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas.	ARANCEL TASA DESGRAVACIÓN
4901.10	- En hojas sueltas, incluso plegadas.	

4901.10.01	Obras de la literatura universal y libros técnicos, Ex. científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico.		A
4901.10.99	Los demás.	20	B+
	- Los demás:		
4901.91	-- Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.		
4901.91.01	Impresos y publicados en México.	Ex.	A
4901.91.02	Impresos en español, excepto lo comprendido en las fracciones 4901.91.01. y 03.	Ex.	A
4901.91.03	Impresos en relieve para uso de ciegos.	Ex.	A
4901.91.99	Los demás.	Ex.	A
4901.99	-- Los demás.		
4901.99.01	Impresos y publicados en México.	Ex.	A
4901.99.02	Para la enseñanza primaria.	Ex.	A
4901.99.03	Anuarios científicos o técnicos, excepto lo comprendido en las fracción 4901.99.01.	Ex.	A
4901.99.04	Obras de la literatura universal; libros técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico, impresos en español, excepto lo comprendido en las fracciones 4901.99.01, 02 y 05.	Ex.	A
4901.99.05	Impresos en relieve para uso de ciegos.	Ex.	A
4901.99.06	Obras de la literatura universal; libros técnicos, científicos o de arte, incluso los de carácter biográfico, impresos en idioma distinto del español, excepto lo comprendido en las fracciones 4901.99.01, 02 y 05.	Ex.	A
4901.99.99	Los demás.	20	B+
49.02	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad.		
4902.10	- Que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo.		
4902.10.01	Diarios y publicaciones periódicas impresos en español.	Ex.	A
4902.10.99	Los demás.	Ex.	A
4902.90	- Los demás.		
4902.90.01	Diarios y publicaciones periódicas impresos en español.	Ex.	A
4902.90.99	Los demás.	Ex.	A
49.03	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños.		
4903.00	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear para niños.		
4903.00.01	Álbumes o libros de estampas.	20	B+
4903.00.99	Los demás.	20	B+
49.04	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadernada.		
4904.00	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadernada.		
4904.00.01	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadernada.	Ex.	A

4908.10	- Calcomanías vitrificables.		
4908.10.01	Calcomanías vitrificables policromas, elaboradas con pigmentos metálicos, sobre soportes de papel para ser fijadas a temperaturas mayores de 500o C, concebidas exclusivamente para ser aplicadas a loza, cerámica, porcelana y vidrio.	10	B+
4908.10.99	Las demás.	20	B+
4908.90	- Las demás.		
4908.90.01	Calcomanías transferibles sin calor, susceptibles de ser usadas en cualquier superficie, excepto lo comprendido en la fracción 4908.90.04.	20	B+
4908.90.02	Para estampar tejidos.	15	B+
4908.90.03	Calcomanías adheribles por calor, concebidas exclusivamente para ser aplicadas en materiales plásticos y caucho.	15	B+
4908.90.04	Franjas o láminas adheribles decorativas para carrocería de vehículos, recortadas a tamaños determinados.	20	C
4908.90.05	Impresas a colores o en blanco y negro, PROH 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.		
4908.90.99	Las demás.	20	B+
49.09	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres.		
4909.00	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres.		
4909.00.01	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres.	20	B+
49.10	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario.		
4910.00	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario.		
4910.00.01	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario.	20	B+

49.11	Los demás impresos, incluidas las estampas, grabados y fotografías.		
4911.10	- Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares.		
4911.10.01	Catálogos en idioma distinto del español, cuando se importen asignados en cantidad no mayor de 3 ejemplares por destinatarios.	10	B+
4911.10.02	Guías, horarios o demás impresos relativos a servicios de transporte de compañías que operen en el extranjero.	10	B+
4911.10.03	Folleto o publicaciones turísticas.	10	B+
4911.10.99	Los demás.	20	B+
	- Los demás:		
4911.91	-- Estampas, grabados y fotografías.		
4911.91.01	Estampas, dibujos, fotografías, sobre papel o cartón para la edición de libros o colecciones de carácter educativo o cultural.	10	B+
4911.91.02	Fotografías a colores.	20	B+
4911.91.03	Terapéutico-pedagógicos, reconocibles como concebidos exclusivamente para instituciones de educación especial o similares.	10	B+
4911.91.04	Figuras o paisajes, impresos o fotografiados sobre tejidos.	20	B+
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.		
4911.91.99	Los demás.	20	B+
4911.99	-- Los demás.		
4911.99.01	Cuadros murales para escuelas.	10	B+
4911.99.02	Boletos o billetes de rifas, loterías, espectáculos, ferrocarriles u otros servicios de transporte.	20	B+
4911.99.03	Impresos con claros para escribir.	20	B+
4911.99.04	Motivos decorativos para la fabricación de utensilios de plástico.	20	B+
4911.99.05	Tarjetas plásticas para identificación y para crédito, sin cinta magnética.	20	B+
4911.99.06	Terapéutico-pedagógicos, reconocibles como concebidos exclusivamente para instituciones de educación especial o similares.	10	B+

Como se puede ver en la tabla, prácticamente la totalidad de los productos están exentos de arancel.

-DERECHO DE TRÁMITE ADUANERO (DTA)

Para el primer semestre de 2007 se ha fijado en 202 pesos, pero se puede optar por pagar el 8 al millar del valor de la mercancía en aduanas. Se somete a revisión semestralmente.

-IVA

La fracción 49 forma parte del anexo 27 de las reglas de carácter general en materia de comercio exterior para 2006, publicado en el D.O.F. de fecha 31/marzo/2006, y está exenta.

5. Barreras no arancelarias:

En México las más habituales son por una parte el cumplimiento de determinadas Normas Oficiales Mexicanas o 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 registros previos a la importación.

Además, toda importación requiere de un documento llamado "Pedimento de Importación", éste documento debe ir acompañado de la siguiente documentación:

- Factura Comercial en Español.
- Guía aérea ó conocimiento de embarque (dependiendo del medio de transporte utilizado).

Por último, el Gobierno de México, a fin de controlar las operaciones de importación, ha creado el Padrón General de Importadores, en el que deben estar inscritos todos los importadores y el Padrón Sectorial de Importadores, en el que deben estar inscritos los importadores de determinados sectores productivos de país. Los importadores de libros en México deben estar inscritos en el Padrón General de Importadores (no así en el sectorial).

Por otra parte debemos mencionar 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 a aportar y a la correcta cumplimentación de la misma.

6. Estrategias de Marketing: Precios y Márgenes Comerciales.

El descuento habitual a librerías se sitúa entre el 30-40 por ciento sobre el precio de venta al público. Este margen se reduce a un 20-30 por ciento cuando se trata de libros de texto. Por otra parte, el descuento a distribuidoras está en torno al 40 por ciento sobre el precio de venta al público, en función del poder de distribución que tenga dicha empresa y si la empresa distribuidora trabaja exclusivamente con la editorial.

El factor que más encarece la importación del libro es el manejo de esta mercancía en el desembarco de la misma, para su paso del barco al camión.

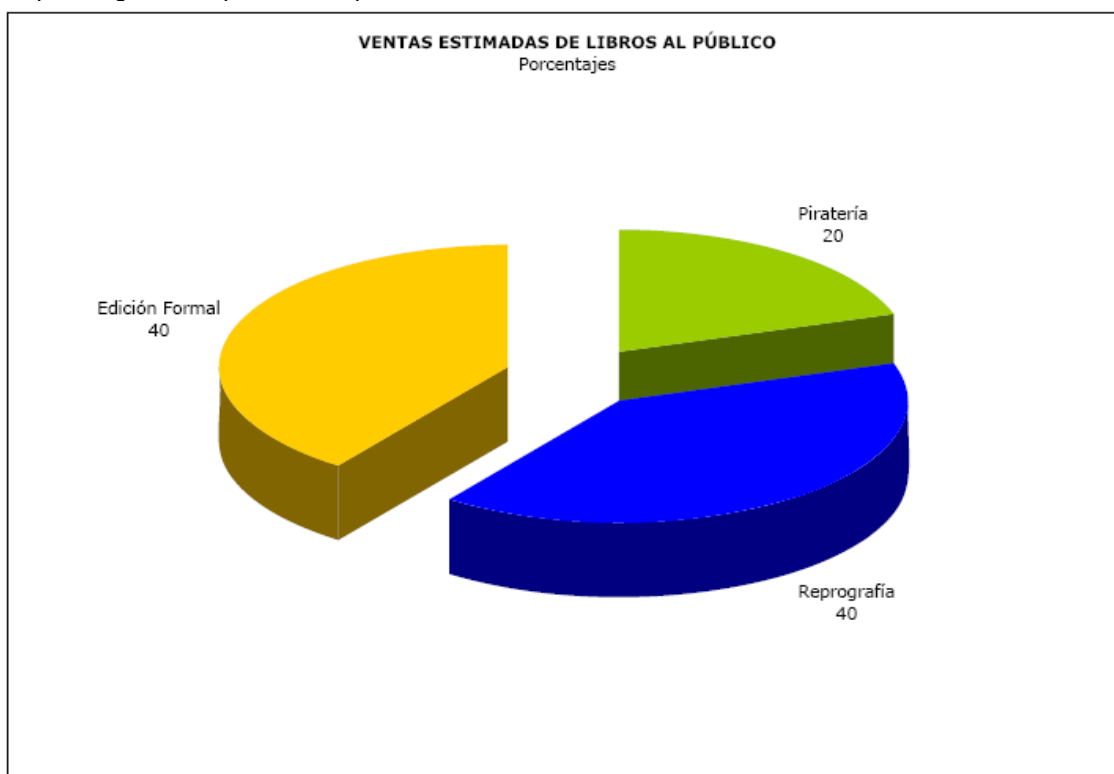
Se aconseja moverse con una política de precio neto, sin descuentos. Y así mismo, recomendar un precio de venta al público.

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 zanjar el contrato de distribución en México con la o las empresas seleccionadas

7. La magnitud de la piratería y reprografía en México:

No hay estadísticas confiables y precisas sobre la magnitud de la piratería y la fotocopia de libros. Mucho menos se cuenta con series de tiempo que permitan examinar el ritmo al que han evolucionado en los años recientes. Esta situación dificulta la evaluación del impacto que estas prácticas han tenido en la industria editorial mexicana.

No obstante, se dispone de estimaciones gruesas de la magnitud que alcanzan la piratería y reprografía en México. Un cálculo aproximado indica que dos de cada diez libros que se encuentran en el mercado mexicano dos son de origen ilegal y cuatro de cada diez libros son fotocopiados. A partir de estos ordenes de magnitud, se puede señalar que la industria formal surte al mercado local sólo el 40% de las ventas totales, correspondiendo el 60% restante a las actividades ilegales. La producción ilegal está creciendo en forma acelerada, a la vez que se amplía la gama de productos que ofrece.



Fuente: CANIEM

VII. COMPETITIVIDAD EXTERIOR DE LA INDUSTRIA EDITORIAL

1. Comercio exterior de libros

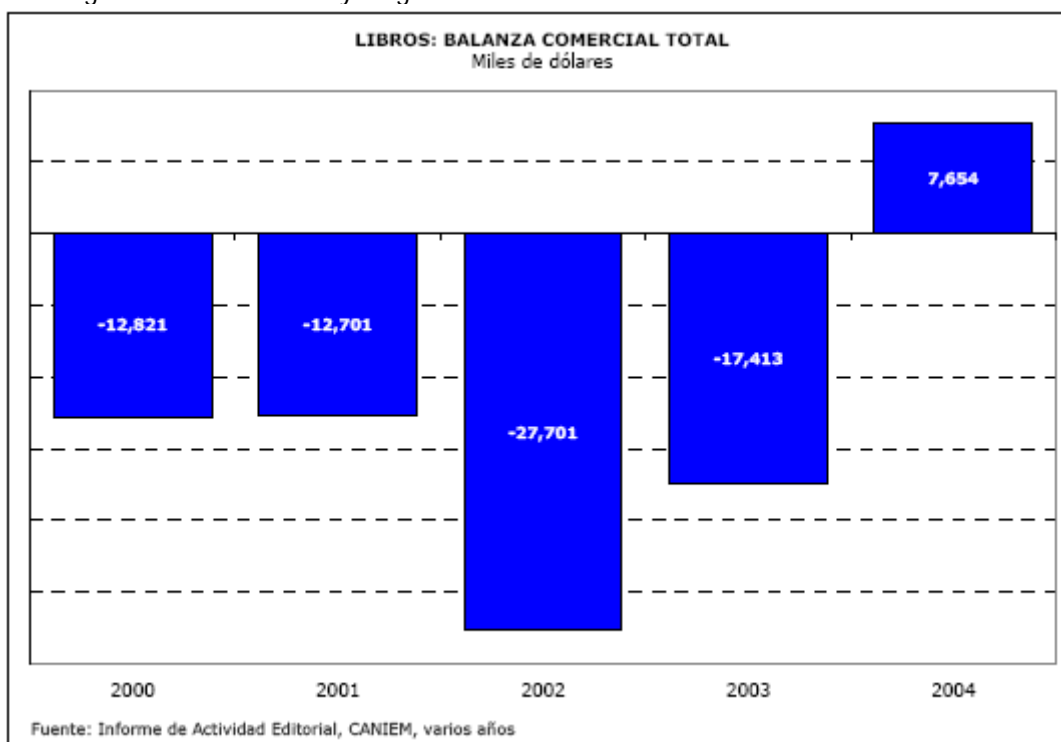


NOTA:(Los datos aquí presentados “se refieren únicamente a las transacciones comerciales de las empresas privadas que realizan labores de edición en México. Las operaciones del sector comercial tales como distribuidores, importadores, librerías y cadenas comerciales, así como las del sector gráfico no están incluidas. Por lo anterior, las cifras no reflejan el total de operaciones de comercio exterior relativas a libros en el país”.)

De acuerdo a Caniem, entre 2000 y 2003 la balanza del comercio exterior de libros presentó un saldo negativo de 17.6 millones de dólares en promedio anual. No fue hasta 2004 que se registró un saldo positivo de 7.6 millones de dólares.

Sin embargo, en términos de precios, las exportaciones de libros vienen perdiendo competitividad en el exterior. El precio implícito de las exportaciones de libros ha aumentado de 4.7 dólares por ejemplar a 7 dólares, entre 2000 y 2004, al crecer a una tasa de 11.3% por año. En cambio, el precio correspondiente de las importaciones disminuye anualmente. Esta situación determina, en parte, que el volumen de exportación crezca en forma menos dinámica que el volumen de las importaciones.

Por rubro editorial, la balanza comercial sólo es positiva en el caso de los libros científicos, técnicos y profesionales, que registra un superávit de 152 millones de pesos entre 2000 y 2004. Las demás secciones arrojan déficit comercial: libros de texto 8.9 millones de dólares, interés general 15.2 millones y religiosos 4 millones.



2. Índice de apertura comercial

La apertura comercial de la industria editorial registró un índice de 30%, entre 1998 y 2004. A manera de comparación, este índice, que mide el grado de inserción internacional, es de 77% en

los Estados Unidos. Los libros de texto muestran el índice de apertura más bajo (14%), mientras que el rubro de libros científicos, técnicos y profesionales muestran el más elevado (63.5%).

3. Exportaciones

Las exportaciones de la industria editorial en términos de ejemplares, presentan una tendencia decreciente entre 1998 y 2004, ya que pasó de 17 millones de ejemplares a 10.9 millones, al registrar una tasa de variación anual de -5.9%. Además, la estructura de estas exportaciones registra un deterioro ya que se exporta menos producción nacional a favor de la re-exportación de libros importados. Si en 2002 los primeros representaron el 75.4% de la exportación total y los libros importados significaron el 24.6%, para 2004 esa distribución se modificó para registrar un 65.4% de producción nacional y 34.6% de libros importados.

En términos de dólares, el ingreso por exportación de libros ha aumentado desde 2001. En 2004 se captaron 76.8 millones de dólares; las ventas externas crecieron a una tasa anual de 14.2% entre 2001 y 2004.

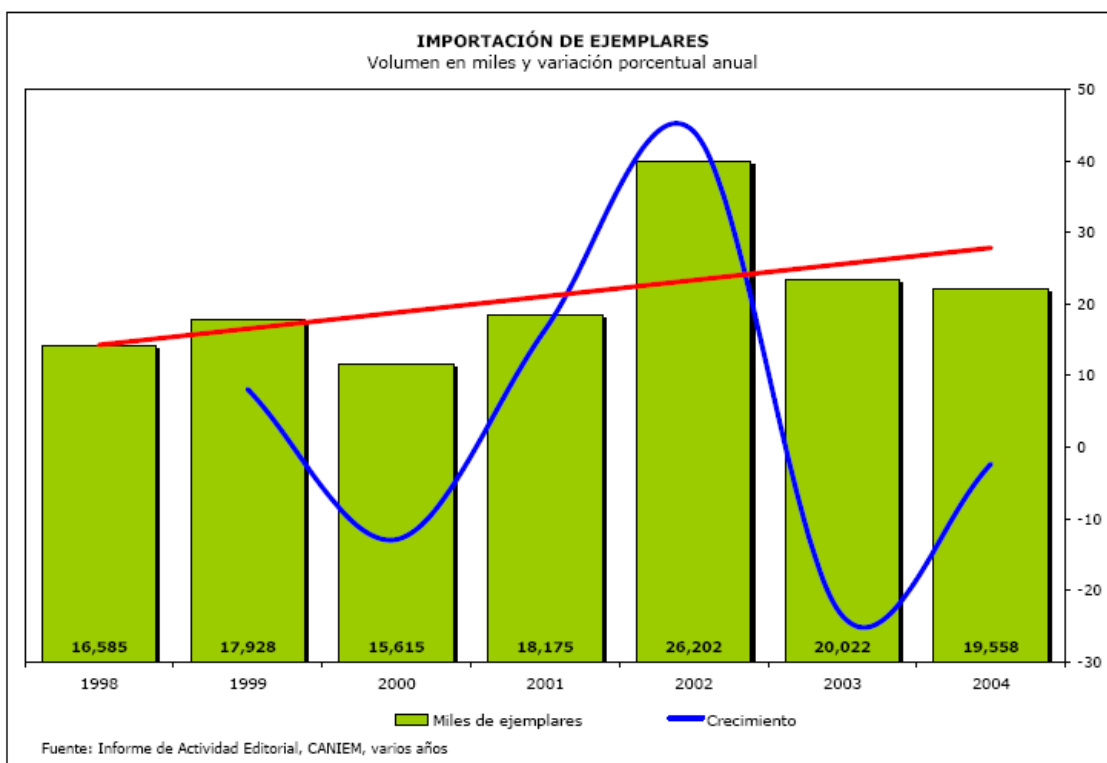
Diez países absorben más del 80% del volumen exportado por México. De ellos, ocho (Venezuela, Argentina, Chile, Estados Unidos, Puerto Rico, Guatemala, Costa Rica y Colombia) han mostrado una constancia. Entre ellos, Estados Unidos adquirieron el 15.5%; Colombia 14.5% y Venezuela 14.2%

4. Importaciones

De 1998 a 2004 las importaciones totales de libros mostraron un comportamiento creciente, a una tasa promedio de 5% por año. En 2004, se importaron 19.5 millones de ejemplares, 17.9% más que en 1998. El subsector editorial que registró el mayor valor de importación fue el de libros de interés general (39.9%), seguidos por científicos, técnicos y profesionales (29.9%). La importación de libros de texto representó en promedio 23.7% del total de 1998 a 2004.

Cinco países concentran alrededor del 90% de las importaciones mexicanas. De ellos, cuatro han mantenido una constancia en el tiempo (Estados Unidos, España, Inglaterra y Colombia). España contribuye con 41.8% del volumen total de libros importados por México; Tailandia 16%, Colombia 12%, Estados Unidos 11.2% e Inglaterra 8.6%. Llama la atención que Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones, pero no es el principal proveedor de libros de México.

En 2001 se importaron 11 títulos de publicaciones periódicas, de los cuales, 6 fueron importados por empresas del estrato grande y cinco por empresas de estrato pequeño. En 1998 y 1999 se importaron ocho títulos en cada año, de los cuales cinco fueron importados por empresas de estrato grande, mientras que en 2000 el número de títulos importados se incrementó a 13. Con estos datos se observa una tasa de crecimiento promedio durante el período de 15.7% y una tendencia creciente.



CINCO PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN DE IMPORTACIÓN DE LIBROS
Ejemplares

2004	
IMPORTACIONES TOTALES	19,558,477
España	8,177,034
Tailandia	3,121,993
Colombia	2,351,102
Estados Unidos	2,189,254
Ingalaterra	1,674,536
Total 5 primeros	9,336,885
Resto de países	10,221,592

Fuente: Informe de Actividad Editorial, CANIEM

VIII. ANALISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL SECTOR (FODA)

1. Introducción

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) en la industria editorial de libros y revistas se basó en una metodología de grupo de enfoque. El objetivo caracterizar la situación actual de la industria editorial, identificando la problemática de la cadena productiva y definiendo las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para generar acciones que apoyen la competitividad del sector. El ejercicio se estructuró en tres actividades: i) Análisis de la problemática, ii) Análisis FODA; y iii) Generación de acciones.

2. Sesión de planeación FODA con editores de libros

a) Problemática: ¿Cuáles son los problemas que inhiben, obstaculizan o impiden la competitividad a lo largo de la cadena productiva de la industria editorial de libros?

Los resultados son:

- i) Falta de políticas públicas integrales a largo plazo en favor de la cadena de libro y la lectura
- ii) Falta de estímulos para la creación editorial. Falta de investigación científica
- iii) Debilidad estructural en el canal de distribución
- iv) Falta de mayor oferta de la industria de artes gráficas en costo y calidad para libros
- v) Falta de una cadena de distribución para editorial
- vi) Falta de promoción de la lectura

b) Fortalezas: ¿Qué características de la operación se realizan en la industria editorial de libros con alto grado de eficiencia y que apoyan a la competitividad de este sector?

Los resultados son:

- i) Creatividad para producir, operar y crecer pese a las dificultades
- ii) Integración de diferentes creadores en el desarrollo de un producto con valor agregado
- iii) Alta competitividad en precios

c) Debilidades: ¿Qué características de la operación se realizan en la industria editorial de libros con bajo grado de eficiencia y que obstaculizan a la competitividad de este sector?

Los resultados son:

- i) Falta de formación profesional
- ii) Falta de canales de distribución

d) Oportunidades:

¿Qué eventos en el entorno están ocurriendo o pueden llegar a ocurrir que fortalecerían la competitividad de la industria editorial de libros?

Los resultados son:

- i) Dimensión del mercado 500 millones de personas
- ii) Aprobación de la ley del libro
- iii) Desarrollo de nuevas tecnologías y soportes en los distintos procesos (producción y distribución)
- iv) Ambiente propicio para desarrollar políticas públicas de largo plazo

e) Amenazas: ¿Qué eventos en el entorno están ocurriendo o pueden llegar a ocurrir que impedirían la competitividad de la industria editorial de libros?

Los resultados son:

- i) Más pérdida de estímulos fiscales. EL libro con IVA
- ii) No aprobación de la ley de la promoción del libro y la lectura completa
- iii) Mayor intervención del gobierno en la industria del libro
- iv) Reducción (desaparición) de la cadena productiva impresores, distribuidores, librerías
- v) Políticas de compra depredatorias de las grandes cadenas
- vi) Aumento de la piratería y fotocopiado

3. Diagrama de agravamiento de la industria editorial de libros

Los "Diagramas de agravamiento estructuran los problemas con una relación de interdependencia que muestra cuáles son los principales elementos que inhiben el desarrollo de las actividades productivas. Enseguida se muestra la clasificación de la problemática de la industria editora de libros. La secuencia va de los problemas de fondo en el nivel 1, a los que aparecen como una consecuencia en los demás niveles.

Nivel 1:

Falta de políticas públicas integrales a largo plazo en favor de la cadena productiva de libro y la lectura.

Falta de mayor oferta de la industria de artes gráficas en costo y calidad para libro

Nivel 2:

Falta de una cadena de distribución para editoriales

Faltan programas de capacitación a los maestros por parte del gobierno

Falta de estímulos para la creación editorial

Falta de investigación científica

Falta de acceso a créditos para financiamiento de empresas medianas y pequeñas

Excesiva reglamentación para la operación

Nivel 3:

Falta de estado de derecho para combatir Piratería y fotocopiado

Debilidad estructural en el canal de distribución

Nivel 4:

Falta de desarrollo profesional en la cadena

Prácticas depredatorias del comercio

Falta de promoción de la lectura

Altos costos en la publicidad

Nivel 5:

Concentración de la oferta en pocos títulos y pocas empresas

Nivel 6:

La producción esta centrada en el mercado nacional y no el mercado global

El uso de libros solamente está asociado con instituciones de educación

En resumen, existen dos problemas que dan lugar a todos los demás, el primero y con mucho el que se consideró más importante, es el que tiene que ver con la ausencia de políticas públicas integrales a favor de la cadena productiva del libro. En segundo lugar se ubica un problema existente en el eslabón de la cadena productiva que se corresponde con la impresión de libros, pues se considera que hay un problema de precio y calidad en su oferta hacia la industria editorial. Por su nivel de jerarquía concentrarse en atender estos dos problemas de fondo contribuiría de resolver la mayor parte de los problemas detectados en el sector.

6. Políticas de mejora a la situación competitiva de la industria del libro

Los resultados se muestran a continuación. Destaca el énfasis puesto en atender los problemas de fondo detectados en el diagrama de agravamiento, por ello muchas de las propuestas tienen que ver con la participación, junto con el gobierno, para impulsar acciones conjuntas de mejoramiento del sector.

Cabildeo para la aprobación de la ley del libro. Participantes: CANIEM, Asociación nacional de librerías, SOGEM, Asociación de editores independientes, CONACULTA, SEP.

Participación activa en la elaboración de políticas públicas. Líneas de acción: i) Cabildear para disminuir el monopolio gubernamental en la producción de libros de texto. ii) Apertura del mercado de libro de texto en su creación, producción y distribución a la cadena del libro.

Participantes: Secretaría de economía, SEP, SHCP, CANIEM, COFECO, Sociedad civil, Asociación de librerías, CONACULTA, FCE.

Organizar programas de formación profesional dirigidas al sector. Participantes: CANIEM, Instituciones de educación superior, Asociaciones de librerías, Instituto de formación de librerías, Secretaría del trabajo.

Elaborar un frente común para tener mayor poder de negociación con el gobierno y autoservicios. Participantes: CANIEM, CANAGRAF, Asociaciones de librerías, Cámara nacional de celulosa y papel, Concamin.

Formación de empresas integradoras. Participantes: Comisiones de la CANEM, Secretaría de economía.

Definir estrategias concretas que desde la industria facilite la creación de librerías y promuevan las existentes. Participantes: CANIEM, Asociaciones de librerías

Diagnóstico integral consensado de la industria. Participantes: CANIEM, Asociaciones de librerías, Canagraf, CONACULTA, Cámara de la celulosa y el papel, Secretaría de economía, INEGI, SEP, SHCP, Instituciones de educación superior (CIDE).

Búsqueda de consensos en la cadena productiva. Participantes: CANIEM.



Cabildeo con el congreso para combatir piratería e incentivar a la industria editorial.
Participantes: CEMPRO, SOGEM, CANIEM, PGR, Canagraf.

Apoyo a la descentralización de las compras de libros. Participantes: SEP, CONALITEG, Secretaría de economía, Secretaría de la función pública, IFAI.

Establecimiento de un comité de vigilancia para asegurar la transparencia.
Participantes: IFAI, Secretaría de la función pública, Transparencia mexicana, CANIEM.

Alianza con otras industrias culturales para la promoción del libro y la lectura.
Participantes: CANIEM, Asociaciones de librerías, Concamin, Consejo nacional de la publicidad, Consejo nacional de la comunicación, Asociación de editores de periódicos diarios, Cámara de radio y televisión.

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: FUENTES DEL ESTUDIO

Estudio estratégico y programa sectorial para elevar la competitividad y el desarrollo sustentable de la industria editorial mexicana”, publicado por la CANIEM (Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana). Dicho informe fue publicado en Marzo de 2007 y contiene los últimos datos del sector.

CANIEM: www.caniem.com

Informe sobre Actividad Editorial Sector Libros 2004*.

INEGI www.inegi.gob.mx

BANCO DE MEXICO www.banxico.org.mx.

ASOCIACION DE LIBREROS MEXICANOS, ALMAC www.almac-nacional.org.mx

CEMPRO www.cempro.com.mx

REVISTA MACROECONOMÍA: www.macroeconomia.commx

CONACULTA: www.conaculta.gob.mx

CONALITEG www.conaliteg.gob.mx

FCE www.fce.com.mx/

UNAM www.unam.mx

INFORME DE PRESIDENCIA www.informe.presidencia.gob.mx

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx>

Artículo: “La Industrial Editorial Imposibilitada para recibir nuevas cargas fiscales” Edith Jiménez.

REVISTA IMPRESIÓN DIGITAL <http://www.htech.com.mx/impresiondigital/>

Artículo “Falta de lectores, debilidad de la Caniem” .Por Diego Ayala M.

DIARIO LA JORNADA www.jornada.unam.mx

WORLD TRADE ATLAS

FUENTES DE LA OFICINA COMERCIAL:

Nota “La fijación del precio en el sector editorial” . Eva Cobos Puyol

*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 numero 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.

ANEXO 2: FERIAS DEL SECTOR

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA

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: noviembre 2007

Lugar de celebración: Guadalajara

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

Las siguientes ferias son más bien de carácter nacional:

FERIA METROPOLITANA DEL LIBRO

Fecha de celebración: octubre 2007

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

Organizador: CANIEM con la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal

Tel.: + 52 55 56 88 20 09

E-mail: cepromex@caniem.com feriaslibros@caniem.com

Feria organizada por la CANIEM para sus afiliados, participan básicamente editores mexicanos.

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO MINERÍA

Fecha de celebración: Febrero

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>

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

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE MONTERREY

Fecha de celebración: octubre de 2007

Organiza el Instituto Tecnológico de Monterrey

Lugar de celebración: Monterrey (Centro Cintermex)

Tel: +52 (81) 8369-6975 Tel: +52 (81) 8369-6974

Mail: fil.mty@itesm.mx

Página: www.fil.mty.itesm.mx/2004/

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL

Fecha de celebración: Noviembre

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

Organizador: CONACULTA (participa el Ministerio de Cultura)

ANEXO 3.CONTACTOS COMERCIALES

LIBRERIAS GHANDI

C/ Benjamín Franklin nº 98 piso 3 Colonia Escandon
Código Postal 11800, México DF
Teléfono de contacto: +52 (55) 5095 2400 // 5095 2565 // 50952462
Fax: +52 (55) 5661 2043
Persona de contacto: Sr. José Achar Betech (Director General)
E-mail: jose.achar@gandhi.com.mx
www.gandhi.com.mx
Diez Librerías Gandhi (ocho en la Ciudad de México, una en Guadalajara y una en Monterrey, Nvo. León.).

LIBRERIAS CRISTAL

Tehuantepec nº 170 Colonia Roma Sur Delegación Cuahutémoc
CP 06760 México DF
Teléfono: +52 (55) 5564 4100 Fax: +52 (55) 5564 4677
Persona de contacto en compras: Sr. Jorge Gómez Granados
E-mail de contacto: jgomez@libreriadecristal.com.mx
Página web: www.libreriasdecristal.com.mx/
Tiene unas 42 sucursales, 5 de ellas en DF. Compran sobre todo a editoriales en México, pero sí realizan algunas importaciones.

LIBRERÍA EDITORIAL PORRÚA

Argentina # 15, Col. Centro,
C.P. 06020, México, D.F.
Tel +52 (55) 5702 4934 / 5702 2780 / 5702 4574 Fax: +52 (55) 5702 6529
Persona de contacto: José Antonio Pérez Porrúa / Director General (Rodrigo o José Miguel (hijos)
E-mail: rperpor@hotmail.com
www.porrúa.com.mx
Es editorial y Librería. Cuenta con mas de 30 sucursales (incluidas Palacio de Hierro y Office Max). Casi todo lo compran en México

CASA DEL LIBRO S.A. DE C.V.

Barranca del Muerto 40, Col. Florida 01030 México, D.F.
Tel +52 (55) 5662 2948
Fax +52 (55) 5663 1224
Persona de contacto: D. Raúl Vargas
Mail de contacto: casalib_rva@hotmail.com
Página web: www.casadellibro.com.mx
9 Sucursales, todas en DF.
No importan directamente, compran a editoriales presentes en México. Lo hacen todo a través de editoriales.

LIBRERIA DEL SÓTANO DE COYOACAN S.A. DE C.V.

Miguel Ángel de Quevedo No.209 Col. Romero de Terreros
C.P. 04310 Coyoacán, México, D.F.



Tel. +52 (55) 5554 9833 Fax +52 (55) 5659 6266
Persona de contacto: Pedro López Ramírez - Gerente General
Mail de contacto: sotano@iwm.com.mx / hpons@elsotano.com / jjvilegas@elsotano.com
Página web: www.elsotano.com
No importan directamente de España excepto material de "oferta".
5 sucursales en DF

LIBRERIAS GONVILL

Dirección en Guanajuato:
Bldv. Fco. Villa No. 802 Nte. Col. Bugambillas
37000 León, Gto. México
Tel: +52 (477) 771 4708 / 771 4709 Fax: +52 (477) 771 4710
Dirección en GUADALAJARA:
8 de julio 825 Col. Moderna Sector Juárez 44196 Guadalajara, Jalisco
Tel: +52 (33) 613 9013/ 613 9015
Fax: +52 (33) 613 2282
Contacto: Lic. Tirso González
Asistente: Rocio Benavides: rbenavides@gonvill.com.mx
Email: librosbooks@gonvill.com.mx / leon@gonvill.com.mx
<http://www.gonvill.com.mx>
Libros de Texto y Artículos Escolares. Cuentan con alrededor de 20 sucursales.

COLOFÓN S.A.

Contacto en DF:
Franz Halss 130, Alfonso XIII, C.P. 01460, México D.F.
Tel: +52 (55) 5615 5041 Fax: +52(55) 5615 5332
Persona de contacto: Luis Núñez Becerril. colofon_ventas@hotmail.com
Contacto en MONTERREY:
Carbajal y de la Cueva # 1309, Col. Centro, C.P. 64580, Monterrey, N.L.
Tel: +52 (81) 8372 4595
Fax:+52 (81) 8401 6603
Persona de contacto: Lic. Víctor Almada / Gerente General: victor_almada@att.net.mx
colofon@prodigy.net.mx
Son distribuidores de aproximadamente 60 editoriales españolas. Distribuye a muchas librerías
incluyendo a varias
Universidades públicas y privadas.

OCÉANO

Eugenio Sue No. 59 Col. Chapultepec Polanco
C.P.11560, México D.F.
Tel. +52 (55) 5279 9000 / 9020 Fax. +52 (55) 5279 9006
Persona de contacto: Lic. Aldo Falabela / Director General
General: info@oceano.com.mx Ventas: ventaseomsa@oceano.com.mx
Exportación: export@oceano.com.mx Cobranza: creditoeomsa@oceano.com.mx
Promoción: promocion@oceano.com.mx
<http://www.oceano.com.mx/>



Grandes superficies distribuidoras de libros

SANBORN'S HERMANOS SA DE CV (GRUPO CARSO)

Calvario 106.

Col. Tlalpan.

14000 México D.F.

Tel. (+52) (55) 53 25 99 00 Fax: (+52) (55) 53 25 99 45

E Mail: gallegose@sanborns.com.mx

Persona de contacto: Ernesto Gallegos (0052) (55) (53259918)

Tienda Departamental, Tipo Vips (97 Establecimientos). En volumen de ventas son los mayores vendedores de libros de México. Tienen libros de varias editoriales españolas. Normalmente no importan directamente de ningún país. Pero sí han comprado directamente a editoriales españolas en ferias (LIBER)

CASA LEY SA DE CV

Contacto en D.F.: Montes Urales 635. Col. Lomas de Chapultepec. 11000 México D.F.

Tel. +52 (55) 5202 0256 / 2947 Fax:+52 (55) 5202 0501

Dirección Sinaloa: Ctra. Internacional y Calle Deportiva Km 1434.Col. Infonavit Humaya.

80020 Culiacán. Sinaloa

Tel. +52 (667) 759 1000 Fax: +52 (667) 750 5010

Contacto: Verónica de la O (Gerente de Import, en Culiacán) vdelao@casaley.com.mx

Compradora de libros: Marisela Camacho Llanes: mariela.camacho@casaley.com.mx

Gran superficie (80 establecimientos megamercados, hipermercados y supermercados).

Es la competencia de Soriana en el norte del país. Compra de libros está en Sinaloa.

Distribuyen alrededor de 7000 títulos diferentes. Como 300 títulos diferentes por supermercado.

No importan. Compran directamente a editoriales mexicanas, que a veces distribuyen libros importados.

COMERCIAL SORIANA S.A. DE C.V

Alejandro Rodas 3102-A. Col. Cumbres, sector 8

64610 Monterrey. Nuevo León

Tel: + 52 (81) 8329 9000 Fax: + 52 (81) 8329 9123 / 26

Persona de contacto: Leduvina Ramírez (Compradora de Libros) Ext. 8883

E-mail : ludivnarg@soriana.com

www.soriana.com.mx

Importan diversos productos españoles. Gran superficie (123 establecimientos: megamercados e hipermercados).

Domina el norte del país, aunque está presente en toda la República, salvo el D.F.

COSTCO

Bld. Magnocentro, 4. Col. San Fernando La Herradura

Huixquiluca. Estado de Mexico 52760

Tel.: + 52 (55) 52 46 55 00 / 55 01/ 56 00 Fax: + 52 (55) 52 46 54 70

Mercado en México

Personas de contacto: Monserrat García (compradora de libros)

E mail: mgarcia@costco.com.mx

Nota: Gran Superficie. Venta mayorista.



GIGANTE

Ejército Nacional 769-A. Col. Granada, Del. Miguel Hidalgo.

C.P. 11520. México D.F.

Tel: + 52 (55) 5269 8000 Fax: + 52 (55) 5269 8139

Personas de contacto: Sr. Alfonso Basilio, (Comprador de libros y revistas) Ext. 8228

E-mail: abasilio@gigante.com.mx

www.gigante.com.mx

Gran superficie (182 establecimientos: bodegas, hipermercados y supermercados).

Importan y comercializan. Tienen muy poca variedad en títulos.

EL PUERTO DE LIVERPOOL SA DE CV

Mariano Escobedo 425, Col. Chapultepec-Morales

11570 México D.F.

Tel.: + 52 (55) 5328 6400 / 6500 (Conmutador) Fax: + 52 (55) 5531 7251

Contacto: Miguel Ángel Díaz (comprador de libros y revistas): mdiaz@liverpool.com.mx

Alexander Aceves es el asistente:

aacevesm@liverpool.com.mx

Tienda departamental, tipo El Corte Inglés (20 establecimientos). También tiene otros 23 establecimientos de Fábricas de Francia. Importan directamente pero la mayoría de los títulos importados que distribuyen los compran a editoriales mexicanas y también a distribuidores.

WAL-MART (AURRERÁ, SUPERAMA, SAM'S CLUB Y WAL-MART)

Avda Universidad, 936 - A.

Col. Santa Cruz Atoyac.

Del Benito Juárez.

C.P. 03310. México DF

Tel.: + 52 (55) 5420 0200 Fax: + 52 (55) 54 20 02 82

Personas de contacto: Ricardo Virales. (ext. 5281)

E mail: myenrig@wal-mart.com

Las compras se deciden desde la dirección general de Avda. de la Universidad para todo el grupo. Distribuye alrededor de 400 títulos (novelas, best sellers, superación personal, biografías...). Ninguno de ellos importados.

COMERCIAL MEXICANA

Avda. Adolfo López Mateos 201.

Col. Santa Cruz Acatlán. Naucalpan de Juárez.

C.P. 53140. Estado de México

Tel: + 52 (55) 5270 9999 Fax: + 52 (55) 5371 7591

Personas de contacto: Alejandra Vidaña

E-mail: avidana@mail.comerci.com.mx

<http://www.comercialmexicana.com>

Nota: Gran superficie 135 establecimientos: bodegas, megamercados, hipermercados y supermercados). Aunque disponen de 135 tiendas, solo en 122 distribuyen libros. Manejan alrededor de 800 títulos, cada semana cambian entre 15 y 20 títulos aproximadamente. Manejan libros importados, pero no directamente sino a través de distribuidores como PROMO LIBRO, LIPSA o RICARDO SUAREZ

GRUPO IDEA SA DE CV

(COMERCIAL VH, OPERADORA FUTURAMA, OPERADORA MERCO, SUPER SAN FRANCISCO DE ASÍS, TIENDAS DE DESCUENTO ARTELI)

Jaime Balmes 11, edif. C, desp. 702-C.

Col. Los Morales-Polanco.

11510 México D.F.

Tel. +52 (55) 5395 3755 / 3451 Fax: +52 (55) 5576 3659

Persona de contacto: Lic. Gerardo Ospital Enríquez (Director General)

E-mail: gospital@q-idea.com , mchavez@q-idea.com

Controla una cadena de 160 hipermercados y supermercados en el norte y sur del país. Cada empresa tiene su director general, pero la primera selección la hace este grupo. Maneja todo tipo de productos, menos textiles.

PALACIO DE HIERRO SA DE CV

Persona de contacto: Carlos Rangel (comprador de libros)

Valladolid 85, 2º. Col. Roma. 06700 México D.F.

Tel.: +52 (55) 52 29 54 00 (Conmutador) Fax: +52 (55) 55 14 29 33

E-mail: crangel@palaciodehierro.com.mx

www.elpalaciodehierro.com.mx

Nota: Tienda departamental, tipo El Corte Inglés. Un poco mejor que Liverpool en (8 establecimientos, uno en Puebla y el resto en Ciudad de México y Estado de México). Su departamento de libros son en realidad librerías Porrúa.

TIENDAS CHEDRAUI SA DE CV

Av. Javier Rojo Gómez 400 Col. Barrio de San Pedro.

09000 México D.F.

Tel. +52 (55) 1103 8000 (Conmutador), Fax: +52 (55) 5624 8038, 5624 8039

Personas de contacto: Ernesto Marín (8164): emarin@chedraui.com.mx

Gran superficie (46 establecimientos: mega mercados, hipermercados y supermercados). Tienen la sede central en Xalapa, Veracruz

EDITORIAL LIMUSA, S.A. DE C.V.

Calle Balderas no. 95, Col. Centro Histórico

Del. Cuauhtémoc C.P. 06040, México D.F.

Tel. +52 (55) 5521-7574 / +52 (55) 5510-9793 / +52 (55) 5521 2105 / 8503 8130

Fax +52 (55) 5512-2903

Carlos B. Noriega Arias (Director)

Lic. Miguel Noriega Arias / Vice-Presidente y Director Editorial

Lic. Rosa María Ugalde / Derechos de Autor: rugalde@noriega.com.mx

Correo electrónico: limusa@noriega.com.mx

www.noriega.com.mx

Edición y Distribución de Libros Técnicos y Científicos

EDICIONES LAROUSSE, S.A. DE C.V.

Director Farid Aouragh Maury, Calle Dinamarca no. 81, Colonia Juárez

Del. Cuauhtémoc, C.P. 06600 México D.F.

Teléfono +52 (55) 5208-2005 Fax +52 (55) 5208-6225

larousse@larousse.com.mx



Página de internet www.larousse.com.mx
Edición, Compra-Venta de Libros
Mercado en México

GRUPO EDITORIAL NORMA
C/ Álvaro Obregón 151 9º piso
03650 Colonia Roma, México DF
Telf: +52 (55) 5514 1772 Fax: +52 (55) 5514 2205
Contacto: Francisco de la Paz
Página web: www.norma.com

SM DE EDICIONES, S.A. DE C.V.
Magdalena 211, Del Valle, México, 03100, D.F. Tel. (55) 1087 8400
Fax +52 (55) 5660 1961
Lic Juan Pablo Guereño
Director General: Manuel Lezcano de Orleans Macherey
E-mail: smventas@ediciones-sm.com.mx
Página web: <http://www.ediciones-sm.com.mx/>
Edición y Compra de Libros

PEARSON EDUCACIÓN DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
Calle 4 no. 25 2º Piso, Colonia Industrial Alce Blanco
C.P. 53370, Naucalpan, Edo. de México
Teléfono: +52 (55) 5387 0716 // +52 (55) 5387 0700 Fax +52 (55) 5358 6445
Stephen Marban Cutrera (Director)
Adolfo Munguía
Correo electrónico: marthamillan@pearsonet.com
<http://www.pearson.com.mx/>
Venta, Producción, Importación y Exportación de Libros

OXFORD UNIVERSITY PRESS MÉXICO, S.A. DE C.V.
Calle Antonio Caso no. 142, Colonia San Rafael, Delegación Cuauhtémoc
C.P. 06470 México D.F.
Teléfono +52 (55) 5592 4277 / 5566 1298 Fax +52 (55) 5705 3738
Correo electrónico olverag@oupdex.com.mx
Carlos Ríos Sosa
Otro Contacto: Rosalba Rubalcaba : +52 (55) 5592 4416
Edición, Publicación y Venta de Libros

EDICIONES CASTILLO, S.A. DE C.V.
Calle Francisco L. Rocha no. 7, Colonia San Jerónimo
C.P. 64630 Monterrey, Estado Nuevo León
Teléfono +52 (81) 8347 6215 / 8347 6275
Fax +52 (81) 8333 2804
Juan Alfonso Castillo Burgos (Director)
Correo electrónico castillo@edicionescastillo.com
www.edicionescastillo.com



DISTRIBUCIONES FONTAMARA, S.A.
Av. Hidalgo 47-B, Col. Del Carmen Coyoacan
04100 México, D. F.
Tel.: +52 (55) 5659 7117 / 5659 7978
e-mail: fontamaramx@yahoo.com.mx
Sr. Jorge Sivillá / Director Comercial

DISTRIBUIDORA INTERMEX, S.A. de C.V.
Lucio Blanco 435, Colonia San Juan Tlihuaca
02400 México, D.F.
Lic. Pilar Muhech / Directora Comercial y Mercadotecnia
Olivia Sánchez / Asistente
Tel.: +52 (55) 5230 9537 / 5352 3068 / 5352 3455 / 5352 3671
e-mail: osanchezi@televisa.com.mx
www.televisa.com.mx/intermex

EDILAR, S.A. DE C.V.
Blvd. Manuel Avila Camacho # 1994, Col. San Lucas Tepetlaco,
C.P. 54055 Tlanepantla, Estado de México
Sr. Nelson Uribe / Director General
Sr. Gerardo Uribe / Director de Difusión
Tel.: +52 (55) 5362 1958 / 5362 3431 / 5361 9611
e-mail: guribe@redmagisterial.com

AMAZONAS DISTRIBUIDORA, S. de R.L. de C.V.
San Francisco # 1384, Col. Del Valle, México
Srita. Leyla Viviana Cangrejo
Tel.: +52 (55) 5575 2301 / 5559 0189 Fax: +52 (55) 5559 5742
e-mail: amazonasdis@yahoo.com.mx

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
Carretera Picacho-Ajusco 227 1er Piso Col. Bosques del Pedregal
14738 México, DF
Tel.: +52 (55) 5227 4652/ 53 Fax: +52 (55) 5449 1824
Sr. Héctor Chávez Castillo./ Gerente de comercialización.
E-mail: gcomercial@fce.com.mx

LIBRERÍA EL PARNASO DE COYOACÁN
Carrillo Puerto 2 Col. Coyoacán. México, DF
Tel.: +52 (55) 5658 3195 Fax: +52 (55) 5658 5159
E-mail: parnasodecoyoacan@hotmail.com Antonio Sultán

E. FRENTE Y VUELTA SA DE CV
Lago Chalco 185 Col. Anahuac 11320 México, DF
Tel.: +52 (55) 5260 0799 Fax: +52 (55) 5260 2446
E-mail: fyvuelta@att.net.mx
Javier Rincón. Director General.



DISLIBER

Pirámides 87 esquina Palestina Col. Clavería 02080 México, DF
Mercado en México

Tel.: +52 (55) 5341 8707 Fax: +52 (55) 5396 5018

disliber@prodigy.net.mx

Teresa Bagán, Gerente

ANEXO 6: OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

ADUANAS DE MÉXICO

ADMINISTRACION GENERAL DE ADUANAS

Av. Hidalgo 77, Módulo IV, Piso 3, Col. Guerrero,

Deleg. Cuauhtémoc, 06300, México, D.F.

Tel. (0052) (55) 9157-3436// 9157-3437//9157-3439

www.aduanas.sat.gob.mx

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA - CANIEM

Holanda número 13, col. San Diego Churubusco

Del. Coyoacán 04120, México D.F.

Tel: +52 (55) 5688 24 34 / 56 88 22 21/ 5688 2011/ 1 800 714 5352

Fax: +52 (55) 56 04 43 47 / 56 04 31 47

<http://www.caniem.com/>

cepromex@caniem.com

COMISIÓN NACIONAL DE LIBROS DE TEXTO GRATUITOS - CONALITEG

Rafael Checa N°2, Colonia Huerta del Carmen, Delegación Álvaro Obregón,
C.P. 01000, 1er. Piso.

Teléfono: +52 (55) 5481 0417

info@conaliteg.gob.mx

<http://www.conaliteg.gob.mx>

CONACULTA - CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES

Dirección General De Publicaciones

Av. México Coyoacán No. 371 Col. Xoco,

C.P. 03300 México, D.F. Tels. +52 (55) 91 72 87 12 y 91 72 87 14