

Industria Editorial en México. Análisis del Libro frente al mercado editorial

Lucila Patricia Cruz Covarrubias
Pedro Aguilar Pérez

Resumen

Este artículo tiene por objeto el análisis del mercado editorial en México. Concretamente, dentro del sector editorial, nos enfocaremos al estudio de los siguientes productos editoriales: prensa u otras industrias gráficas (revistas), y textos manuscritos o mecanografiados (libros). Dejaremos por tanto fuera de este análisis otros productos editoriales, como son los álbumes, música manuscrita o impresa, productos cartográficos, planos, calcomanías y demás.

Hay que señalar el importante papel que tiene el gobierno en el mercado editorial en México. En este trabajo, aunque se hará referencia por su importancia a esta parte del mercado, nos centraremos, sobre todo, en la actividad editorial del sector privado.

El trabajo presenta una reflexión acerca de la situación existente en el consumo de productos editoriales. Se compara la preferencia que se tiene por las revistas de entretenimiento sobre el libro. Es así como se examina uno de los problemas centrales del quehacer cultural contemporáneo: el consumo de productos editoriales y sus consecuencias.

Palabras clave: producción editorial, piratería industrial.

Abstract

This article intends the analysis of the publishing market in Mexico. Concretely, within the publishing sector, we will focus in the analysis of following publishing products: Graphical press or other industries, and written by hand or typed texts (books). We will leave therefore outside this analysis other publishing products, as they are the albums, written by hand or printed music, cartographic, flat products, transfers and others.

It is necessary to indicate the important paper that has the government in the publishing market in Mexico. In this work, although reference by its importance will become to this part of the market, we will be centered mainly, in the publishing activity of the private sector.

The work presents a reflection about the existing situation in the publishing product consumption. The preference is compared that has towards the magazines of entertainment and the book. It is as well as one of the central problems of the contemporary cultural task is examined: the publishing product consumption and its consequences.

Keywords: publishing industry, industrial piracy.

I. Introducción

La industria editorial en México vive hoy uno de sus peores momentos. Las casas mexicanas producen y venden menos libros, mientras las importaciones

de editoriales extranjeras aumentan. Pero el problema más importante al que se enfrenta la industria editorial mexicana, es la falta de lectores.¹

La situación económica e industrial del sector editorial que involucra producción de papel, talleres de impresión y encuadernación, editores, distribuidores y librerías se ha deteriorado sensiblemente en la última década. Todavía más, la venta de libros ha disminuido y el cierre de librerías ha aumentado.

En la década de los noventa la situación de la industria editorial no cambió mucho. Según datos de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) nos muestran algunos indicadores del sector privado mexicano en los años 1999 y 2000, que hacen patente una disminución en la producción tanto de títulos (-11.5%) como de ejemplares (-15.2%), así como un menor dinamismo en el comercio exterior, pues disminuyeron considerablemente las exportaciones y las importaciones de ejemplares. De hecho, esta tendencia comenzó a acentuarse desde la crisis de mediados del decenio pasado, pues según otro informe de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, el valor de la producción editorial pasó de 630 millones de pesos registrados en 1994 a 403 millones en 2000. Las ventas descendieron de 543 millones de pesos a 362 millones durante el mismo periodo.²

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

II. La oferta

1. Análisis cuantitativo

De acuerdo con un estudio del Centro de Investigación y Docencia Económica para 2004, en nuestro país las industrias culturales contribuyen con 6.7

-
1. La Cámara Nacional de la Industria Editorial señala que "se estima un promedio de lectura de 2.8 libros por mexicano. Si ajustamos esta cifra a la producción de los editores privados (que es de 40 por ciento), encontramos que únicamente 1.2 libros de producción privada son leídos anualmente".
 2. Myriam Audifred, "Los Libros al alza... de precios", en *Público*, 9 de enero de 2002, secc. Cultura, p. 7.

por ciento del Producto Interno Bruto (1.3 por ciento referido a la industria editorial, lo que suponía 8 mil millones USD).

La producción editorial del sector privado

El sector editorial mexicano ha estado, en la última década, disminuyendo su producción y su presencia internacional.³ En un informe de la Coordinación de Estadísticas de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), revela que en 2003 se produjeron 15 mil 233 títulos, mientras que en 2000 fueron 16 mil 002 unidades. No obstante, es notable en los años recientes el aumento de coediciones por los bajos recursos económicos que representa para las empresas. En este rubro, en 2003 existió un incremento de 28.84 por ciento, al alcanzar mil 881 contra mil 460 en 2002 (tabla 1).

Tabla 1
La producción editorial del sector privado, 2000-2003

<i>Sector editorial privado</i>	2000	2001	2002	2003
Producción de títulos (edición propia)	16,003	15,138	15,542	15,233
Títulos en coedición	606	874	1,460	1,881
Total de ejemplares producidos (de edición propia más coediciones)	100'823,955	102'040,580	119'886,886	121'091,504

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a ejemplares, la producción mexicana del sector privado en 2003 fue de 121 millones 91 mil 504 unidades, entre ediciones propias y coedi-

3. "En nuestro país, con datos de 1996 en *L'état du monde*, se publicaron, 6 mil 183 libros (títulos), mientras que en España se publicaron, el mismo año, 46 mil 330 y en Estados Unidos 68 mil 175 [...] En México los tirajes para una población de 100 millones de habitantes son ridículos, incluso en los periódicos: los siete principales diarios mexicanos editan la misma cantidad de unidades que uno de los principales de Argentina (con menos habitantes que México), para no hablar de los grandes diarios en Estados Unidos o en los países más desarrollados de Europa occidental [...] con datos de 1996 y 1997 según el país, Canadá publicó un título de libro por cada mil 532 habitantes, Estados Unidos un título por cada 4 mil 19 habitantes. México: un título por cada 15 mil 494 habitantes. Bélgica, Francia, España, Dinamarca, Suecia, Reino Unido, Japón son países con producción de títulos de libros superior a uno por mil 700 habitantes. Se dirá que estamos comparando a México con países desarrollados. Veamos los siguientes datos: Costa Rica (uno por 3 mil 714), Argentina (uno por 3 mil 667), Uruguay (uno por 3 mil 521), Chile (uno por 6 mil), Nigeria (uno por 8 mil 98)" (Rodríguez, 2003: 13).

ciones, lo que fue un aumento de casi uno por ciento frente a 2002, cuando sumaron 119 millones 886 mil 886 piezas.

El Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), en el resumen anual de la Encuesta Industrial Mensual para 2000, reveló que de los más de 170 millones de ejemplares editados este año, cuyo valor de producción fue de dos mil 351 millones de pesos, se vendieron 125 millones. Tal cantidad representó para los editores ingresos por dos mil un millones de pesos, es decir, una pérdida de 350 millones. Además, en la actualidad la Caniem agrupa a 317 empresas editoras, de las cuales 200 son de libros y el resto de publicaciones periódicas, situación que debe compararse con las 423 que operaban en 1991.

La actividad editorial del sector público

La producción editorial más importante del país es la que realiza la SEP, en particular a través de la producción de libros de texto gratuitos que se distribuyen a los estudiantes del sistema educativo nacional. Según datos de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), en 2003 el tiraje de los libros de texto alcanzaba 65% del total de los textos publicados en el país, seguido de 20% de libros infantiles y juveniles. Siguiendo con datos de la susodicha Cámara, revela, que la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos produce más libros que todos los socios de la Cámara.

México, indudablemente, cuenta con una infraestructura insuficiente de librerías para lograr una distribución nacional del libro, a lo que se suma la limitación de recursos de las editoriales para abastecer eficientemente a las librerías y locales cerrados. A esta situación, el CNCA ha respondido con la operación del programa de la Red Nacional de Librerías, que apoya a la sociedad para el establecimiento de las mismas y que cuenta con 225 puntos de venta afiliados.

Del mismo modo se tiene previsto continuar apoyando al Fondo de Cultura Económica en su carácter de organismo público descentralizado como entidad de servicio institucional, con la clara función social de promoción y difusión de la cultura, la ciencia, la tecnología y demás manifestaciones del conocimiento humano.

Por otro lado, la producción editorial del Estado que complementa los fondos editoriales privados, respondiendo a objetivos específicos de sus programas educativos y culturales, cuenta con una instancia de distribución y comercialización, Educal, que, además de tener puntos de venta propios, distribuye y comercializa la producción editorial oficial en librerías privadas, participa en ferias y promueve la exportación.⁴

2. Importaciones

A raíz de la crisis financiera en México de 1994-1995, hubo una disminución enorme en las importaciones; después crecieron juntas importaciones y exportaciones por unos tres años y luego se separaron, y otra vez México es un importador neto de libros.⁵ Más ampliamente, las ramas del papel, imprenta y editoriales continúan siendo deficitarias frente al exterior.⁶

Se nota claramente la reducción de intercambios a raíz de la crisis de 1995, y después, nuevamente el crecimiento de las importaciones de nuestro socio del TLCAN, Estados Unidos, que es el país al que más le compramos libros. Desde luego, la mayor parte de las importaciones de Estados Unidos son libros necesariamente traducidos, pues la mayoría de la población mexicana no lee en inglés. Según un informe de la Caniem: “Durante el año 2000, los editores de libros del sector privado publicaron mil 784 títulos que fueron escritos originalmente en otros idiomas y traducidos al español, mientras que sólo 33 títulos originalmente escritos en español y editados en México fueron cedidos para traducción a otros idiomas en el extranjero”.

De lo anterior resulta que por cada título mexicano traducido a otros idiomas, hubo 54 títulos extranjeros traducidos en México, por lo que la balanza de comercio intelectual con otras lenguas continúa siendo muy negativa.⁷

Ahora bien, añade el informe que más de 90 por ciento del total de traducciones, tanto en títulos como en ejemplares, proviene del inglés, idioma al que muy de lejos siguen el francés y el portugués.

4. Secretaría de Educación Pública (SEP) (1996), *Programa de Cultura 1995-2000*, México.

5. Durante los últimos 12 años, el monto de las importaciones ha crecido en promedio 11 por ciento al año, según estadísticas de la Secretaría de Economía.

6. *El Financiero*: “Crece 9.2% el déficit comercial en la industria del papel y editoriales; acumula 1,423 mmd a mayo”, 16 de julio de 2003, p. 14.

7. Caniem, *Actividad Editorial 2000. Libros*, Caniem-Conaculta-Cerlalc, México, p. 33.

Por otra parte, Estados Unidos y España son países que acaparan la mayor parte de las importaciones mexicanas de libros. España, si bien sigue ostentando el primer puesto como país del que México importa libros, está perdiendo cuota de mercado a favor de Estados Unidos, China y Tailandia.

3. Exportaciones⁸

A finales de 2004 se exportaron mercancías por 15,914 millones de dólares, cifra que representó un incremento a tasa anual de 7.2 por ciento con respecto a finales de 2003. Ésta se derivó de aumentos respectivos de 14.2 por ciento de las exportaciones petroleras y de 6.3 por ciento de las no petroleras.

El valor de las exportaciones de productos manufacturados creció en diciembre de 2004, 5.5 por ciento, como respuesta al avance de 5.4 por ciento de las exportaciones de las empresas maquiladoras y de 5.5 por ciento de las del sector manufacturero no maquilador.

En 2004 las exportaciones manufactureras se elevaron 12.7 por ciento, como resultado de incrementos anuales de 13.4 por ciento de las exportaciones efectuadas por el sector maquilador y de 12 por ciento de las realizadas por el resto de las empresas no maquiladoras. Dentro de este último rubro, las exportaciones que experimentaron en el año los aumentos más significativos fueron las siguientes: industria de la madera; papel e *industria editorial*; productos minerales no metálicos; química; siderurgia, y aparatos eléctricos y electrónicos.

El principal destino de las exportaciones son los Estados Unidos. Éste es un mercado en alza para la industria mexicana ya que Estados Unidos es de los mercados con más hispanohablantes⁹ del mundo. Después de esta nación, los que le siguen son países latinoamericanos, los cuales exportan más productos editoriales mexicanos.

Según el *World Trade Atlas*, en los años de 2001, 2002 y 2003, los libros de textos más exportados tanto en números de ejemplares, títulos y valor, fueron los de ciencia y técnica. En segundo lugar de importancia se situaron

8. Fuente: INEGI.

9. Sabemos por las últimas estadísticas que sumando la migración mexicana —la más numerosa— a los centroamericanos, caribeños, colombianos, venezolanos, peruanos, argentinos y uruguayos, existen más de 40 millones de hispanohablantes en Estados Unidos.

los de interés general. Los libros religiosos son los menos exportados por México.

4. La piratería¹⁰ y el fotocopiado ilegal¹¹

La situación para editores y libreros (vendedores) empeora si se tiene en cuenta la *contribución* de la reprografía y la piratería, pues se calcula que “México ocupa el tercer lugar mundial en el fotocopiado, producción y comercialización de productos editoriales *piratas*”, lo que “representa un daño económico anual de mil 250 millones de pesos para los libreros y 950 millones de pesos para los editores”. En la medida en que se ha reducido la producción y el mercado de libros en México, han desaparecido las empresas. A pesar de que la piratería y el contrabando son un delito en México, este tipo de productos se distribuyen por todos lados: en puestos ambulantes, mercados y hasta en tiendas legalmente establecidas. México ocupa el tercer lugar mundial en productos copiados ilegalmente.

En la actualidad la industria editorial estima que por concepto de *piratería*, por la vía de la fotocopia en nuestro país, se evade el pago de cerca de 200 millones de pesos en regalías. El Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (Cempro), proporciona cifras según las cuales se fotocopian entre 20 y 28 millones de libros de 250 páginas, el doble de lo que supone la piratería industrial. Esto supondría un daño a los editores y libreros que se valora en 555 millones de dólares.¹²

Dicha cantidad significa más de cuatro veces lo que la Sociedad General de Escritores de México (Sogem) recaudó durante todo 2001, que sumó 43 millones 725 mil 263 pesos por concepto de regalías.

10. La piratería industrial es la copia de libros prácticamente iguales a los originales fabricados por editoriales autorizadas. Está calificada como delito por la Ley Penal Federal (art. 424 bis del Código Penal Federal).

11. El fotocopiado ilegal consiste en la reproducción parcial o total de obras protegidas por la Ley Federal del Derecho de Autor.

12. Cambio peso/dólar: 10.80. Precio estimado 125 pesos por cada libro de 250 páginas.

5. Dificultades comerciales

5.1. Barreras arancelarias¹³

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

Podemos decir que la totalidad de los productos editoriales (de la prensa o de otras industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados —libros— y planos), están libres de arancel, independientemente de su origen

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 cada seis meses.

IVA

La tasa de IVA para los libros es cero. Con base en la reforma efectuada a la Ley del IVA a partir del 1º de enero de 2003, las editoriales de libros y periódicos quedan incorporadas de manera definitiva a la tasa de 0%, quedando únicamente las editoras de revistas exentas y sin posibilidad de acreditar el IVA que les sea trasladado.

Al respecto, en el Presupuesto de Egresos de la Federación en el Ejercicio Fiscal 2003 se estableció que los editores mexicanos de revistas de calidad dedicadas a la cultura, al análisis y seguimiento de la vida nacional en materia política, económica y social, así como a la investigación científica y tecnológica, gozarían de un subsidio equivalente al IVA que le hubiera sido trasladado o que hubieren pagado con motivo de la importación de bienes o servicios o

13. Fuente: Base de datos DIA.

por la prestación de servicios que identifique exclusivamente con la edición o importación de dichas revistas, siempre y cuando se cumplan ciertos requisitos (este subsidio fue otorgado con la finalidad de promover la lectura).

Barreras no arancelarias

En México las más habituales son, por una parte, el cumplimiento de determinadas Normas Oficiales Mexicanas (NOM) y por otra, Registros Previos que son necesarios para la importación o exportación de bienes especialmente sensibles. La importación de libros no se ve afectada 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”, este documento debe ir acompañado de la siguiente documentación: 1. Factura comercial en español, y 2. 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 del país. Los importadores de libros en México deben estar inscritos en el Padrón General de Importadores, no así en el sectorial.

Consideramos que la industria editorial debe seguir contando con el apoyo del gobierno federal, es decir, estímulo fiscal en materia de ISR e IVA, ya que esto le permitirá crecer, reinvertir las utilidades, fomentar la actividad editorial y evitará la competencia de editoriales del exterior; así como también beneficios especiales en barreras comerciales. Por ejemplo, el flete de los libros tenía un costo especial, que no era el mismo que el de otro tipo de envíos comerciales. Anular esa condición especial (en los años ochenta y noventa) ha colocado a las industrias culturales mexicanas, sobre todo a la industria editorial, en desventajas respecto a otros países como España que, a través de Ibería, da beneficios especiales: “cuando los libros españoles son exportados pueden hacerlo con condiciones más favorables que otras mercancías. Cuesta más barato traer un libro de España a México que llevar un libro de México a Guatemala, porque el flete en este último caso es mucho

más caro. Cuesta aproximadamente un dólar traer un libro de España a México, en tanto que el flete de México a Guatemala requiere tres dólares” (García y Piedras, 2006: 92).

III. La demanda

1. Tendencias generales de consumo

México cuenta con más de cien millones de habitantes y alrededor de mil 800 librerías. Se estima que al menos quince millones de personas son lectores potenciales; el resto de la población no lee, no compra libros, no asiste con frecuencia a una biblioteca, es un ciudadano indiferente a la literatura de calidad, una población que se inclina por el libro del momento, del escándalo, el de la vida pública. Esta población se caracteriza por ser urbana (70 por ciento) y muy joven; 30.64 por ciento de la población mexicana tiene menos de catorce años y 56.96 por ciento, menos de treinta.¹⁴

La población mexicana lee muy poco. La falta de lectores es, sin duda, el principal problema para el sector editorial en México. El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y el Consejo Nacional de Población (Conapo) estiman que en México se llega a leer, en promedio, 1.5 a tres libros por año por habitante; aunque aparte, haya quienes confirmen que se lee únicamente 0.5¹⁵ (Rodríguez, 2000), o cuando mucho, uno anual (Argüelles, 2003). En este índice no se tiene 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.

Programas de fomento a la lectura

Para aliviar la situación que enfrenta el país sobre la lectura, el gobierno federal lanzó en 2002 el programa¹⁶ “Hacia un País de Lectores”. Este programa

14. Fuente: INEGI.

15. Este es el índice de lectura que maneja la Caniem.

16. Véase la página de la Secretaría de Educación Pública sobre el Programa Nacional de Lectura: http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_Programa_Nacional_de_Lectura. Y la página de la

comprende acciones y estrategias relevantes como la creación de un Fondo Nacional de Coediciones y de Fondos Mixtos Estatales para la promoción de la lectura, la ampliación del fomento a la lectura en la educación básica, la formación de profesores como lectores y la ampliación de la Red Nacional de Bibliotecas. Este programa tiene un suplemento, Bibliotecas en el Aula cuyo objetivo es: “[...] rodear a los niños de libros con el afán de despertar, fomentar y alimentar en ellos el gusto por la lectura dentro de un ambiente de igualdad y equidad, apoyando con ello el cumplimiento del programa federal Hacia un País de Lectores”.

Los puntos más problemáticos que enfrentaba México sobre la lectura eran:¹⁷

- El alto costo comercial de los libros en México impide que cualquier niño tenga acceso a ellos, lo que aumenta la desigualdad y la falta de equidad.
- Falta de una red eficiente de bibliotecas públicas que pudieran dar servicio a 100 por ciento de la comunidad escolar, incluyendo los centros de estudio más alejados.
- Falta de acervo bibliográfico suficiente que permitiese realizar una selección de títulos útil y adecuada.
- Falta de una entidad con estructura suficiente que atendiera la administración, producción y distribución de un proyecto de esta naturaleza.
- Falta de sensibilidad social para fomentar la cultura de la lectura.
- Falta de un sistema que permita generar economías suficientes para el desarrollo de proyectos innovadores de impacto social.

Para enfrentar y atender estas necesidades la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (Conaliteg) diseñó y presentó el proyecto de Bibliotecas de Aula que consiste en lo siguiente:

- Dotar a cada uno de los 815 mil salones de clase del sistema de educación básica nacional (preescolar, primaria y secundaria) con 30 títulos diferentes para cada ciclo escolar.

Conaliteg: <http://www.conaliteg.gob.mx/bibliotecas%20aula.htm> sobre el programa de bibliotecas de aula.

17. Encuesta llevada a cabo en el año 2001 por la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos.

- El Programa de Bibliotecas de Aula se inició en el ciclo escolar 2002-2003 y se prevé que para el ciclo 2006-2007, se habrán instalado más de 122 millones de libros.
- Los libros que conforman y conformarán las Bibliotecas de Aula son adquiridos a los editores, autores y poseedores de los derechos de autor patrimonial.

Dentro del sistema de educación básica nacional se tiene registrada una matrícula de 24 millones de alumnos. Se estima que cada libro que es enviado a una Biblioteca de Aula, dadas sus características técnicas (insumos y métodos de producción) deberá ser útil por un periodo de diez años y deberá ser leído o consultado por cada uno de los alumnos, lo que implica que el universo de alumnos beneficiados con el programa de la primera dotación de libros fue de 240 millones (en 2002).

El programa tiene impacto adicional en la sociedad que no es beneficiada directamente con éste, ya que la producción y distribución de las Bibliotecas de Aula genera fuentes de empleo y utilidades que permiten desarrollo para diversos ramos industriales y de servicios, como son los ya mencionados, así como la industria química (insumos) y cartonera. La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), manifestó que en 2002 se logró un crecimiento de 31.7 por ciento a consecuencia del programa Bibliotecas de Aula. Al acceder a 100 por ciento de las aulas de los 24 millones de alumnos dentro de la matrícula registrada por la SEP, el país contará con lectores con mejores oportunidades de desarrollo de su raciocinio, nivel intelectual y cultural en beneficio de la sociedad en general, por contar con mejores ciudadanos, así como en lo personal, social y laboral.

Este proyecto puede reproducirse en Conafe, INEA y otras dependencias a través del análisis de los costos fijos y gastos generados, aplicando el método de costos analíticos para obtener remanentes que puedan reorientarse a proyectos viables bajo el principio de *hacer más con menos*.

A través de este programa, aunado a la puesta en marcha de nuevos métodos pedagógicos que incentiven el gusto por la lectura, la meta planteada en el marco del Programa Nacional de Lectura para el año 2006 era entregar 250 millones de libros a los niños y jóvenes de educación básica en todo el país, adicionalmente a los libros de texto gratuitos.

La Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, vetada por Vicente Fox, dejó en la indefensión el Programa Bibliotecas de Aula, ya que se canceló la compra de nuevos libros para el año escolar 2007-2008. Esta decisión de Fox fue criticada por editores del país. En opinión de la presidencia de la Caniem el programa de Bibliotecas de Aula no debe abandonarse, no tiene que detenerse.

Para concluir, sería importante que se investigara el impacto del programa Bibliotecas de Aula: ¿qué tanto ha funcionado? ¿Qué tanto los maestros han hecho para que los niños lean más y qué tanto han leído? Así como también revisar las listas de libros del acervo, si son los ideales para cada ciclo escolar, si se ha beneficiado a algunas editoriales en detrimento de otras.

2. Preferencias de los consumidores

La falta de lectores es el mayor problema al que se enfrenta la industria editorial en nuestro país. La población mexicana tiene poco hábito por la lectura de calidad y prefiere la revista esotérica, de chisme, la policíaca, literatura barata y popular, busca materiales cargados de imágenes.

Según el INEGI, las familias mexicanas destinan 1.5 por ciento de sus gastos totales a la compra de libros, revistas y periódicos, lo que representa 23 millones de pesos. Del gasto total que realizan los hogares mexicanos en productos editoriales, 78 por ciento corresponde a libros diversos; 15 por ciento a periódicos y 7 por ciento a revistas (Carrillo, 2002: 2-4).

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales (Conaculta, 2004), el número de libros leídos depende directamente del nivel de escolaridad y de ingreso. Asimismo, la población más joven es el segmento demográfico que lee más libros por año. La proporción entre hombres y mujeres es la misma, por lo tanto la lectura depende, en mayor medida, del grado de educación.

Cuadro 1
Comparación de tiraje mensual de diversas publicaciones (2000)

<i>Publicación</i>	<i>Tiraje</i>
Barbie	60,474
Contenido	130,000
Cosmopolitan	300,000
Muy Interesante	270,000
Padres e Hijos	100,000
Selecciones	645,219
Vanidades	295,000
Subtotal	1'800,693
<i>Publicaciones</i>	<i>Tiraje</i>
Entrepreneur	39,328
Este País	5,000
México Desconocido	60,000
PC Magazine	55,000
Play Station Power	45,000
Siempre	100,000
Ejecutivo de Finanzas	15,000
Letras Libres	22,897
PC Computing	45,000
Play Station Max	45,000
Revista de revistas	25,000
Subtotal	460,725

Fuente: elaborado por Armando Zacarías (2002: 20).

Se debe reconocer la existencia de “una cultura de la no lectura” (Rodríguez, 2000) en nuestra sociedad mexicana; podemos decir más bien que, efectivamente, se carece de una cultura de lectura pero de libros, porque si mostramos datos respecto a la situación de la industria editorial en publicaciones de entretenimiento, vemos que el escenario de lectura es tristemente contrastante, en el sentido de que en México sí se lee, pero no precisamente son libros los que consumen y prefieren los lectores, sino las revistas de espectáculos y de “entretenimiento”. Para dar cuenta de ello, exponemos en los cuadros 1 y 2 la información¹⁸ generada por Armando Zacarías (2002: 16-17).

18. Obtenida por este autor de fuentes directas: Directorios MPM Publicaciones/Medios impresos.

Cuadro 2
Comparación del tiraje de revistas de entretenimiento
y especializadas (2002)

<i>Lectura de entretenimiento</i>		
<i>Revista</i>	<i>Tiraje</i>	
	<i>Semanal</i>	<i>Al mes</i>
Frontera Violenta	300,000	1,200,000
El Libro Policiaco	550,000	2,200,000
El Libro Semanal	800,000	3,200,000
El Libro Sentimental	400,000	1,600,000
El Libro Vaquero	800,000	3,200,000
La Novela Policiaca	400,000	1,600,000
Mi Guía	170,000	680,000
Tele-Guía	375,000	1,500,000
TV-Notas	460,000	1,840,000
TV y Novelas	560,000	2,240,000
TV Show	100,000	400,000
Subtotal	4,915,000	19,660,000

<i>Lectura abierta especializada</i>		
<i>Revista</i>	<i>Tiraje</i>	
	<i>Semanal</i>	<i>Al mes</i>
Época	42,000	168,000
Milenio	46,725	186,900
Newsweek en español	30,000	120,000
Proceso	98,784	395,136
Time	29,252	117,008
Subtotal	246,761	987,044

Fuente: Elaborado por Armando Zacarías (2002:21).

La información de los cuadros 1 y 2 nos revela una preocupante preferencia al consumo de productos editoriales donde los libros, como vehículo de generación de conocimiento especializado desde las altas esferas de la educación, simplemente no aparecen. El libro como producto cultural, transmisor de cierto tipo de conocimiento, está ausente, sustituido por productos que promueven y difunden lo que llaman “literatura barata” o “chatarra”, ajeno al contenido científico y reflexivo. Las personas que adquieren estos productos no tienen un gran método de información para poder interpretar los conteni-

dos que muestran este tipo de publicaciones. Sin embargo, el volumen de sus tirajes da cuenta de cómo esta clase de productos editoriales se adquieren de forma cotidiana y son leídos por gran número de personas que se interesan por lo que en esta categoría de productos se difunde.

iv. Análisis de comercialización

1. Puntos de venta y canales de distribución

Una agravante de la gran producción en el mercado editorial es la reducida cantidad de librerías¹⁹ profesionales en el país, a pesar de que existen puntos de venta dentro de los centros comerciales.

Datos de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) nos muestran que las librerías son el principal canal de comercialización y distribución del libro, y no podemos ocultar el importante impulso dado cada año por la FIL²⁰ en los últimos años en México, y no sólo en la Zona Metropolitana de Guadalajara, sino en todo el país.

Referente a los canales de comercialización, la Caniem informa que del total de libros vendidos en los distintos puntos de venta, “67 por ciento estuvo a cargo de los propios editores y 33 por ciento a cargo de terceros”, pero “el promedio general de devolución en el año fue de 34.4 por ciento (citado en Argüelles, 2003: 181).

En un censo elaborado por la Caniem, Almac (Asociación Mexicana de Libreros) y el Conaculta, en el año 2004 existían en México 1,452 puntos de venta. Este censo arrojó la siguiente información:²¹

- 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.

19. Según información de la Asociación de Libreros Mexicanos, hay 500 librerías en el país.

20. Es la feria de mayor relevancia a escala mundial para la industria del libro en español, ya que desempeña un importante papel en la promoción y comercialización del libro. A su xx edición asistieron 525,035 personas (30,647 más que el año anterior). A la FIL concurren 1,608 editoriales de 39 países representados en editoriales. Abi también estuvieron 16,740 profesionales del libro y 110 agentes literarios. (Estadísticas de la FIL 2006). Disponible en: www.fil.com.mx.

21. Fuente: Caniem.

- 135 son librerías y expendios de las propias editoriales.
- 269 son otros puntos de venta.

Lo dicho anteriormente nos lleva hacer un comparativo del estado que presenta nuestro país, en puntos de venta de libros, ante Francia y España, y reflejaría lo siguiente:

México. Con una población de más de cien millones de habitantes, apenas cuenta con 500 librerías, con una superficie de casi dos millones de kilómetros cuadrados, esas 500 librerías alcanzan para brindar una cobertura de una librería por cada 200,000 habitantes, por cada 4,000 kilómetros cuadrados.

Francia. Un país con una población total de 59 millones de habitantes (40 por ciento menos que México) y una superficie de 549,000 km², posee, según se sabe, entre 18,000 y 20,000 puntos de venta de libros, de los cuales algo así como 6,000 son librerías, es decir, hay aproximadamente una por cada 10,000 habitantes y una por cada 92 km².

España. Con una población total de 42 millones de habitantes y con una superficie de 504,000 km². Este país cuenta con más de 5,000 librerías aproximadamente una por cada 8,000 habitantes, una por cada 96 km² (Argüelles, 2003: 179-180).

El gobierno de México no sólo interviene en el sector editorial actuando como editor, sino también como el más importante canal de distribuidor de libros. Sobre todo tras la puesta en marcha del programa Bibliotecas de Aula ya mencionado. De ahí el importante aumento que tuvo este canal en el año 2002, cuando se puso en marcha.

Como segundo canal en importancia en la comercialización están las librerías. Éstas también fueron las que más libros devolvieron a las editoriales. Es importante señalar la disminución de este canal en la distribución de libros en México, que cayó 18 puntos del año 2001 al 2002 (de 41.7 a 27.3 por ciento). Este descenso es sólo continuación de una tendencia que empezó años atrás. Así, en 1996 correspondió a las librerías 45 por ciento de la venta total de libros en el país; en 1998 la participación fue de 37 por ciento; en 1999 de 35.6 por ciento y en 2000 bajó a 30 por ciento.

En México han cerrado muchas librerías en los últimos años. Son varias las causas de estos cierres: una de ellas es que las grandes superficies han ido ganando terreno en la distribución de libros; debido a su capacidad de negociación, son capaces de ofrecer al consumidor mejores precios por los mismos títulos. Por otra parte, el hecho de que la Conaliteg compre los libros

de texto directamente a las editoriales, supone restar a las librerías una parte importante del negocio. Además, la escasez de lectores es evidentemente un factor decisivo que incide negativamente en el número de librerías.

Tanto las ventas a escuelas como a instituciones han mejorado en los últimos años. Las escuelas privadas no están incluidas en la distribución de libros gratuitos por parte de la Conaliteg, normalmente éstas compran directamente los libros a las editoriales.

En otros canales se incluyen puestos de prensa, ventas a bibliotecas, ventas en eventos diferentes a ferias y también las ventas por Internet y por correo. Estas últimas son muy bajas en México, en el año 2000 “el uso del Internet como canal de ventas para el libro fue el que registró el porcentaje de ventas más bajo: 0.2 por ciento; prácticamente nada” (Argüelles, 2003).

La Caniem menciona que durante el año 2002 los editores privados mexicanos distribuyeron 106 mil títulos de los cuales 91 por ciento fueron de otros editores extranjeros y sólo 9 por ciento 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 por ciento de la distribución de Colofón son empresas españolas. Océano también distribuye una gran cantidad de libros españoles.

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, la Asociación Mexicana de Libreros y el Conaculta realizaron durante el año 2003 un censo²² de los puntos de venta de libro en los distintos estados de la República Mexicana.

Con base en el estudio de la Caniem,²³ señalamos cómo están distribuidos los diez principales puntos de venta de libro en el país. México, DF, es, sin duda, la zona del país en la que más librerías existen, seguida del Estado de México. Respecto de la información contenida en el cuadro, debemos puntualizar que cada sucursal se contabiliza como un punto de venta. Por ofi-

22. Para mayor información de los puntos de venta de todos los estados del país, véase Caniem, Informe sobre Actividad Editorial Sector Libros 2002. Disponible en: www.caniem.com.

23. El estudio de la Caniem está basado en una encuesta realizada entre los editores del país. Para ello se realizó un censo entre los editores del país. Se dividieron en grupos en función de varios criterios. Se calculó la muestra necesaria en cada grupo. Se sorteó las empresas que participaron y se contactó con ellas hasta que el número necesario de empresas confirmó su participación.

cinas de venta se entiende empresas que no venden directamente al público, sino que contratan a comerciantes que venden directamente en domicilio.

Tabla 2
Puntos de venta

<i>Estado</i>	<i>Librerías y oficinas de venta</i>	<i>Librerías Universitarias</i>	<i>Librerías de editoriales</i>	<i>Otros puntos de venta</i>	<i>Total</i>
Distrito Federal	342	13	84	106	545
Edo. de México	62	2	11	23	98
Jalisco	51	3	5	13	72
Nuevo León	46	1	5	14	66
Veracruz	50	-	5	5	60
Guanajuato	38	1	5	7	51
Baja California	42	-	-	4	46
Chihuahua	31	-	2	9	42
Puebla	28	-	6	9	43
Querétaro	30	1	1	6	38

Fuente: Caniem.

Conclusiones

Después de la revisión y análisis de la industria editorial en nuestro país —que vive hoy uno de sus peores momentos, lo que dibuja un incierto panorama para la industria del libro—, se tienen que diseñar y planear estratégicas y acciones con las que el gobierno, las industrias privadas y la sociedad en general de nuestro país puedan emprender el bosquejo de una renovada política de fomento del libro y la lectura.

Somos conscientes de nuestras debilidades y de las amenazas para la actividad del libro. Pero tenemos, también, una profunda certeza en torno a sus fortalezas y oportunidades de crecimiento que podemos desarrollar en México.

La industria editorial enfrenta dos retos fundamentales: desarrollar un mercado de lectura, de manera sostenida, para lo que se requiere el concurso de muchos agentes —gobierno, empresarios, sistema educativo, docentes, bibliotecas, padres de familia, etc.— y desarrollar una oferta adecuada para ese mercado. Este último tema atañe a toda la cadena productiva del libro.

Una oferta adecuada implica contar con empresarios avezados y con mayor disposición al riesgo, que le apuesten a la aventura de hacer leer a los mexicanos, con más libros, de mejor calidad y a precios competitivos. Ello implica inversiones en gran escala; prepararse para el desarrollo de alianzas estratégicas entre los editores mexicanos y de éstos con los de otras naciones. Implica el desarrollo de cadenas productivas fuertes alrededor del libro: productores de papel, diseñadores, talleres de impresión, encuadernadores, editores, etcétera.

Pero todo esto implica, además, un tema que suele soslayarse cuando se analiza la industria: fortalecer la distribución. Serían inútiles los esfuerzos que se realicen en el campo de la oferta y la demanda de libros, si no se atiende de manera sistemática y, tal vez, prioritaria, el punto en el que justamente confluyen: los canales de distribución.

Frente al problema de la distribución, las organizaciones editoriales deben plantearse los siguientes temas:

- La capacidad de cubrimiento de los mercados; la excesiva concentración en las grandes zonas urbanas y el relativo abandono de la zona rural y de algunas áreas de las grandes ciudades.
- La introducción de sistemas modernos de gestión administrativa y comercial y de mercado.
- La irrupción del comercio electrónico, de los libros electrónicos y de nuevas formas de distribución del contenido editorial.
- La velocidad de circulación de los libros en el mercado. Un mercado imperfecto de distribución frena las posibilidades de crecimiento del conjunto de la industria.

El comercio internacional del libro de México está altamente concentrado con su principal socio, Estados Unidos, y un número relativamente reducido de socios menores. A ello habría que añadir el proceso de concentración y de transnacionalización de la industria editorial mexicana. Se necesitan acciones y políticas culturales con visión de Estado al interior de México, para impulsar la producción y la distribución/comercialización de libros.

Es también de fundamental importancia que las políticas que se diseñen a favor de las organizaciones culturales —industria editorial— no se limiten a apoyar la producción sino que pongan especial énfasis en la difusión y distri-

bución de los productos culturales, así como en el estudio de la demanda y la creación de nuevos públicos para la industria editorial, ambas áreas ausentes en la políticas culturales aplicadas hasta la fecha.

Las políticas nacionales del libro en México se han concentrado en generar políticas de fomento a la lectura, pero han dejado de lado los problemas de la comercialización. Es necesario que los representantes de los diferentes canales de la distribución del libro hagan sentir su peso dentro de la dinámica del mercado cultural y busquen instrumentos de política económica y cultural que les permitan sobrellevar la crisis actual, así como trazar planes estratégicos de desarrollo hacia el futuro.

Finalmente, el mercado de libros establecidos legalmente sufre la competencia que se da con el mercado ilegal o mercado negro, donde se comercializan los libros piratas, los fotocopiados y los robados. La industria editorial requiere de medidas radicales y decisivas del gobierno. Medidas fiscales, crediticias y de promoción, la emisión de leyes apropiadas y la persecución y castigo efectivo a las actividades ilegales en el mercado del libro.

Queremos concluir diciendo que todos tenemos que trabajar en dos planos, la entidad cultural y la entidad comercial. Tenemos que acostumbrarnos a razonar siempre en estas dos líneas. Si lo hacemos —no tenemos dudas—, llegara el día en que los libros dejen de percibirse como artículos que provoquen rechazo, flojera y hasta aburrimiento, y pasarán a ser *artículos de deseo*, como fuente de información y conocimiento.

Bibliografía

- Audifred, Myriam (2002), “Los Libros al alza... de precios”, en *Público*, México, 9 de enero, secc. Cultura, p. 7.
- Argüelles, Juan D. (2000), *¿Qué leen los que no leen?*, México, Paidós.
- Carrillo, Rubén (2002), “Pasado inmediato. ¿Hacia un país sin lectores?”, *El Comentario*, México.
- Cuadrado, Manuel y Gloria Berenguer (2002), *El consumo de servicios culturales*, España, ESIC Editorial.
- Chávez, Guadalupe (2002), *Práctica de la lectura en México y el libro como producto cultural*, México, Cuadernos Altexto-Universidad de Colima.
- (2003), “Presencia del libro como medio de comunicación activo en el proceso de construcción cultural del México contemporáneo”, en *Estudios sobre las cul-*

- turas contemporáneas*, México, Universidad de Colima, época II, vol. IX, núm. 18, diciembre, pp. 9-28.
- (2005), “La lectura masiva en México: apuntes y reflexiones sobre la situación que presenta esta práctica social”, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, México, Universidad de Colima, año/vol. XI, número 021, junio, pp. 71-84.
- García, Néstor y Ernesto Piedras (2006), *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI Editores.
- Rodríguez, Xavier (2000), *Escritores y poder. La dualidad republicana en México 1968-1994*, México, Conaculta-Fonca-Universidad Pedagógica Nacional.
- Zacarias, Armando (2002), *El panorama del mundo editorial en el sector universitario*, México, Universidad de Guadalajara, La Colección de Babel.

Fuentes de estudio

- Asociación de Libreros Mexicanos (Almac). Disponible en: www.almac-nacional.org.mx.
- Banco de México. Disponible en: www.banxico.org.mx.
- Base de Datos DIA.
- Caniem, Informe sobre actividad Editorial Sector Libros 2002. Disponible en: www.caniem.com.
- Cempro. Disponible en: www.cempro.com.mx.
- Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito (Conaliteg). Disponible en: www.conaliteg.gob.mx.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Disponible en: www.conaculta.gob.mx.
- Feria Internacional del Libro (FIL). Disponible en: www.fil.com.mx.
- Fondo de Cultura Económica (FCE). Disponible en: www.fce.com.mx.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI). Disponible en: www.inegi.gob.mx.
- Revista Macroeconomía*. Disponible en: www.macroeconomia.com.mx.
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Disponible en: www.unam.mx
- World Trade Atlas.