

Editorial

Quienes integramos la CANIEM seguimos trabajando e innovando en pro de la industria editorial mexicana, a fin de mantener el prestigio sólido que desde hace 56 años nos caracteriza como un referente obligado en la cadena productiva del libro y la revista en México y como organismo de profesionalización, con Editamos. Nos interesa contribuir al mejoramiento del desempeño de los diferentes actores del sector, entendiendo el papel que cada uno desarrolla, y atendiendo a las cualidades de quienes participan en la elaboración, la decisión editorial, el diseño, la manufactura, la comercialización, el marketing, la administración y demás ámbitos que componen el sector editorial.

Trabajaremos a fin de detectar las necesidades de los socios de la CANIEM, del mercado, las demandas sociales y las temáticas emergentes con una visión innovadora. La profesionalización de la industria editorial experimenta un momento que genera expectativas de renovación, con una visión empresarial que apuesta a su fortalecimiento, sustentada en una larga trayectoria histórica. Editamos asume el compromiso de formar profesionales para el medio editorial que posean un entendimiento profundo del valor del libro y su ecosistema.

Boletín Semanal

Núm. 934
18 de mayo,
2020

Síguenos en:



Contenido

Plática virtual: Impacto de la crisis sanitaria en el mercado editorial en México	4
Librerías que tienen venta por internet	5
Me sorprende que en el plan de reapertura económica no se hable de las librerías: Juan Luis Arzoz	7
Cuidar a las librerías fortalece la cadena editorial	8
Editoriales y libreros en México hacen conversión al e-commerce	9
Editamos realiza sesiones gratuitas de capacitación	11
VitalSource, una forma de optimizar el aprendizaje	12
Convocatorias abiertas	13
Buzón del Editor	14
Código de ética	14
Banner conocer	14
Siete de cada diez personas de 18 años y más en México leen libros, revistas, periódicos, historietas o páginas de internet: MOLEC 2020	15
La pandemia evidencia la existente brecha digital	16
Comunicado Club de Editores	17
Charla en vivo con Manuel Gil: la industria editorial después de la pandemia	17
Encuesta Nuevos Hábitos de Lectura Digital	17
El sector editorial iberoamericano y la emergencia del Covid-19	18

“Editamos genera discusión académica y práctica que impulsa innovaciones para la industria editorial”

Mario Aliaga Valenzuela, nuevo Director General de Editamos

Profesional de la edición enfocado en el crecimiento de las instituciones en las que ha participado, enfatizando la sustentabilidad, la reingeniería de procesos y el aporte efectivo a la educación a través del análisis de producción, costos e inteligencia de mercado. Creativo y crítico ante los desafíos editoriales y educativos; conceptualizador de proyectos de innovación en formato tradicional y nuevos soportes en español y en inglés. Líder con altos valores éticos, humanos y profesionales. Algo más de dos décadas de experiencia en la generación de contenidos y dirección de equipos.

Mario Aliaga Valenzuela es licenciado en Humanidades con mención en Lengua y Literatura Hispánica por la Universidad de Chile. El pasado 11 de mayo de 2020 fue designado Director General del Centro de innovación y desarrollo profesional para la industria editorial, Editamos, por lo que el coordinador de Comunicación de la CANIEM lo entrevistó para conocerlo mejor.

Jorge Iván Garduño (JIG): ¿Qué significa para ti que te hayan designado como Director General de Editamos?

Mario Aliaga Valenzuela (MAV): En lo personal significa un desafío y una oportunidad; desafío al integrarme a un grupo de profesionales de la edición destacado tanto por sus valores como por su trayectoria, y una oportunidad de aprendizaje, de crecimiento

y de intercambiar visiones sobre los procesos en la cadena del libro.

En lo profesional, ya te imaginarás, es un honor, un reconocimiento y un privilegio que espero realizar con el apoyo de todos los integrantes del medio editorial.

JIG: ¿Cuál es la importancia y relevancia que tienen la “innovación y el desarrollo profesional” para la industria editorial?

MAV: Para comprender a cabalidad ambos conceptos, es necesario decir que nuestro sector trabaja con uno



Mario Aliaga Valenzuela. Foto: especial

de los objetos más antiguos de la civilización, que ha experimentado cientos de innovaciones desde su origen al presente, y que la profesionalización ha ido de la mano con ese desarrollo. El objeto libro fue piedra, arcilla, papiro, tela, madera, papel; ha sido pintado a mano, sacro y prohibido; el escribano se convirtió en copista, el copista en editor, el editor en impresor, el impresor en distribuidor, el distribuidor en comercializador. Apasionante evolución, por cierto.

En la actualidad, la innovación tiene varios caminos; el más conocido y con el cual se asocia el concepto es el de las tecnologías de la comunicación, de desarrollo, de cuantificación, y principalmente de distribución en su versión digital. Pero la innovación está también en las imprentas: pasamos de los negativos al CPT, de la mesa de luz a la computadora, del cuentahílos y el visto bueno de color a la automatización de los procesos; la innovación tecnológica ha cambiado los procesos y ha hecho que los actores vayamos a la par de esos conocimientos. El marketing, la comercialización y las librerías han tenido innovaciones tanto en sus procesos como en sus espacios; el ISBN tiene algo más de 50 años, y fue toda una revolución, los códigos de barras, los hologramas, y la organización de los estantes, las islas, la rotación de los títulos; hoy, por ejemplo, existen librerías conceptuales (organizadas temáticamente) que son una gran experiencia.

El desarrollo profesional parte de una necesidad; no se nace escritor, ni editor, ni impresor, ni librero; tal vez se estudien ciertas carreras que pueden ayudar a la comprensión y ejercicio de cada uno de los roles. No obstante, es a través de la profesionalización, la certificación, la praxis, y la buena voluntad de quien nos quiso enseñar que podemos explicar con propiedad qué hacemos. Instituciones como Editamos no existían hace dos décadas; había ejercicio del oficio, voluntad de compartir el conocimiento, ensayo y error; ésta sí es una gran innovación para el mundo del libro. Un centro de innovación y profesionalización que, desde la experiencia de sus profesores y alumnos, genera discusión académica y práctica que impulsa innovaciones en contenidos, procesos, flujos, para todos los que formamos parte de la industria editorial.

JIG: *La capacitación, actualización y desarrollo profesional dentro de nuestro sector, el editorial, debe ser permanente para tener una industria fuerte y de vanguardia, ¿cómo sortear el tema de que las empresas vean este asunto como una inversión y no como un gasto?*

MAV: Esta es una pregunta con muchas aristas. Primero debemos reconocer que la industria editorial está compartimentada, sectorizada por tamaños, tipos de publicaciones, roles y modelos de negocio. No es lo mismo un grupo editorial que un editor de texto escolar; no es lo mismo un grupo impresor que una imprenta con una rotativa y dos planas; no es lo mismo una cadena de librerías que una librería temática. Sin embargo, todas sin excepción dependen de la profesionalización de sus colaboradores y empleados; todas requieren fidelizar no sólo al cliente externo, sino también al interno. La selección y atracción de talento en la era digital es cada vez más compleja; las redes sociales hacen su labor en caracterizar y categorizar cuál es un buen espacio de trabajo y desarrollo profesional; el empleado tiene referencias de su empleador. Es un hecho que las empresas de todas las industrias pierden dinero con la rotación de personal; tiempo que también es dinero. Te daré unos ejemplos drásticos, un grupo editorial contrata a un abogado que es experto en impresos, pero se abre una nueva área de negocio: audiolibros. ¿Qué es más conveniente, tener dos abogados o capacitar al que ya conoce el

derecho de autor, los contratos, los acuerdos, el flujo? Un editor de texto escolar decide publicar una nueva serie con códigos QR, pero ninguno de sus diseñadores internos conoce el proceso, ¿contrata un despacho tecnológico o capacita a sus diseñadores? Un impresor invierte miles de dólares en una nueva máquina de alta gama con tecnología de punta, probablemente en esa compra venga incluida una capacitación, pero no ha desarrollado un plan estratégico para promocionar sus servicios, ¿a qué impresor le reditúa una máquina parada? Una librería no tiene un esquema de comisiones o reconocimientos no monetarios para sus empleados, ¿tendrá los mismos niveles de venta que si propone una estrategia de fidelización y permanencia?

Todos los actores de la industria editorial han vivido alguna situación similar, o peor incluso. La estrategia de profesionalización de los equipos es también una visión de negocio, es una declaración de intenciones y un seguro frente a momentos adversos, como los que vivimos hoy. Para que una industria sea fuerte y de vanguardia no debería tener como parámetros únicos la facturación y los equipos físicos; debiese contemplar también los índices de satisfacción y desarrollo de sus colaboradores.

JIG: *¿Qué elementos debe contener un curso, taller, charla o diplomado para ser efectivo o trascendental?*

MAV: Son varios elementos que hay que tener en cuenta para lograr ser efectivos. Y todo parte desde el diseño curricular. El diseño debe preguntarse: ¿quién es el otro?, ¿qué hace?, ¿qué y por qué busca aprender algo en particular?, ¿qué puedo aportarle? Esto lleva, naturalmente, a establecer estrategias que hagan del proceso de enseñanza-aprendizaje una actividad amena, lúdica, atrayente, pero también sistemática y formal. Otro punto relevante es la dinámica en el aula (virtual o no), es decir, la posibilidad de diálogo entre los participantes y el docente, la sensibilidad y empatía hacia las circunstancias de cada quien, la accesibilidad a los contenidos y a las referencias; algo tan sencillo pero fundamental como saber escuchar. Hoy hay muchas categorías y apellidos para un curso que están definidos por la duración y otras características técnicas, pero al final de cuentas, la dinámica de un curso se hace trascendente sólo en la práctica laboral; el éxito se mide en cómo ese diseño y esas estrategias permitieron que el participante haga suyo y ponga en práctica ese conocimiento. Para ser efectivos hay que pensar y planificar, y para ser trascendentes hay que entregar las herramientas concretas para aplicarlas en las labores cotidianas.

JIG: *Hablamos de tecnología en esta era digital en la que ya estamos inmersos, ¿cuál debe ser la función de Editamos para un profesional que se desenvuelve ya en un mundo de redes sociales y de tecnología digital?*

MAV: Como en todas las industrias y rubros, y aunque te parezca sorprendente, en la industria editorial conviven muy estrechamente al menos tres generaciones; algunos *baby boomers*, pero mayoritariamente de la generación X, *millennials* y Z. Yo soy X, por ejemplo, y no soy nativo digital como lo son los *millennials* y los Z. El uso del entorno digital, de la tecnología y las redes sociales ha sembrado terror y esperanza en el mundo editorial. Sin ir más lejos, con la aparición del libro digital, ya hace casi dos décadas, la gran discusión era quién ganaría, si el libro impreso o el de formato electrónico. Hoy conviven en total armonía dos líneas de negocio.

De igual forma, Editamos tendrá un rol clave en la convivencia y profesionalización de varias generaciones a través de nuevos formatos. Actualmente, la

utilización de las tecnologías y las redes sociales tiene una percepción doble; para algunos desacraliza las cátedras, los espacios de reunión, el contacto uno-uno; para otros, donde me incluyo, son herramientas al servicio de una estrategia que debe estar bien diseñada, planeada, y ejecutada. Las fortalezas de Editamos son claras y por todos conocidas, la calidad de sus cursos, diplomados y talleres. Sin embargo, el área de oportunidad que se abre con el aula virtual, el desarrollo de estrategias comunicacionales a través de redes sociales, es una prioridad no sólo por la contingencia que estamos viviendo, forma parte de la innovación y la evolución que tiene que tener la institución. Haremos alianzas, descentralizaremos la oferta, incorporaremos más profesores de otros estados, ampliaremos temas y contenidos y presencia en redes. La industria editorial está en toda la república, no sólo en Ciudad de México. Hay que abrir debate, hay que abrirse a un público digital que prefiere clases en línea más que presenciales; vamos a posicionar a Editamos en el lugar que se ha ganado con el trabajo de quienes lo integran; vamos a darnos la oportunidad de innovar, explorar, pensar en grande para beneficio de los nativos digitales y los que aún estamos aprendiendo.

JIG: *En tu experiencia profesional, ¿cuáles son los retos que enfrentan las industrias y qué se puede hacer para superarlos y fortalecerse?*

MAV: Todas las empresas de cualquier sector deben responder con proactividad a los cambios de paradigma y a las situaciones contextuales de una manera reflexiva y orgánica. No podemos continuar siendo reactivos, debemos empezar a retornar a nosotros mismos, a darnos espacios para pensar en conjunto, para imaginar en conjunto. No es necesario salir a buscar modelos al extranjero, aquí hay mucho talento que necesita de espacios de creatividad e innovación. Las decisiones en la industria editorial se han tomado muchas veces un poco a ciegas, como en el “a ver si funciona”. Y sí, las más de las veces ha funcionado. Los tomadores de decisiones necesitan datos, números, tendencias, elementos técnicos e información precisa y clara que permita implementar innovación a partir de algo más concreto que la intuición. Por eso, y aprovecho este espacio, para hacer hincapié en que el área de documentación y estadística de Editamos es clave para la industria. Tomar una decisión a tiempo con documentación y números reales permite fortalecerse como empresa. El reto actual de la industria editorial, en el mundo entero, es la convivencia de distintos modelos de negocio, de líneas de acción que convivan sin ser ninguna el pilar único de la salud financiera de la empresa. Una empresa del siglo XXI debe estar dispuesta a la autocrítica, a desafiar y crecer de manera orgánica, invirtiendo en formación, apoyándose en información estadística e innovando en procesos y flujos. Hasta en los momentos más inciertos, hay que pensar y hacer.

JIG: *Ante la pandemia por la Covid-19 ¿qué tan provechosas son la capacitación y la profesionalización en cualquier sector?*

MAV: Estos son momentos muy complejos para todos, y aciagos y tristes para mucha gente. La certeza que tenemos hoy es que la adaptabilidad, la disciplina y la solidaridad ya no son valores abstractos, ahora representan salud y bienestar en este nuevo escenario que esperamos se desdibuje hacia algo menos violento.

Esta pandemia vino a poner en crisis y en evidencia distintos aspectos de nuestras vidas personales y profesionales en todo el mundo. Siempre hemos sido vulnerables, pero no como ahora. También somos finitos, pero no con este nivel de consciencia. Tenemos un hogar, pero nunca habíamos estado

Hagamos a un lado el
orgullo y el prejuicio,
quedémonos en casa...
Mejor leamos la novela
de Jane Austen.



#YoLeoEnCasa

tanto tiempo en él y conviviendo con los más cercanos. Todo es una experiencia nueva, disruptiva, confusa. Si alguna vez seremos dependientes de la tecnología aplicada a la información, la cultura y el entretenimiento, es ahora. Como nunca hemos pasado y pasaremos tiempo frente a todas las pantallas, y es en este punto donde las ofertas de capacitación, de profesionalización se han hecho democráticas y extensas. Todas las plataformas de aprendizaje en línea (en todos los idiomas, de casi todos los países) han abierto sus accesos, han dado gratuidad por tiempo limitado. Y es histórico. En lo personal me inscribí en varios, desde dibujo para principiantes -1 (así se llama el curso, y claro, descubrí que necesito uno -2), hasta Yale, y una universidad en Australia, y qué crees... hasta el momento no he terminado ninguno. El estrés asociado a la exposición permanente y sistemática a la información, la numeralía, los aciertos y desaciertos de las instituciones y las personas, han hecho mella en la capacidad de concentración y en otros problemas más serios que se irán develando con el paso de los días. Todos estamos viviendo esta nueva realidad de la mejor manera posible, y eso es también respetar el cansancio y escuchar al cuerpo. Hoy hay gente que te enjuicia y te cuestiona qué has hecho en cuarentena, que si terminaste tal o cual curso, si viste lo que publicó tal o cual, si entraste al congreso de aquí o allá. Una cuarentena es un tema de salud, no una beca. No es opcional, no es elegible; no es voluntario. A eso debes agregar que seguimos trabajando, y las videoconferencias, los correos y los chats han proliferado. El contexto cotidiano de cada persona determinará si está o no en condiciones para capacitarse ahora, en estas circunstancias. Sin embargo, al asumir este puesto hace una semana, tuve oportunidad de participar en dos presentaciones que organizó Editamos-CANIEM, y quedé francamente impresionado: una más informal que la otra, fueron ambas amenas, breves, donde se exponían problemas concretos, proyectos de los asistentes que los docentes escuchaban con atención. Uno de los expositores lo dijo con todas sus letras, “esto no es un curso, el curso es después, esto es un café sobre este tema, conversemos”. Personalmente creo que este es el momento de sentirse en

comunidad, cobijarte en el tejido social y cultural al que perteneces, o quieres pertenecer, no es un momento de grandilocuencia, ni grandes ideas, ni bibliografía extensa. En el caso de los generadores de contenidos, es momento de escuchar, de salir y mirar otros contextos, otras experiencias, de repensar e imaginar el futuro a corto, mediano y largo plazos. Cada sector debiese estar haciendo lo mismo; reinventarse en un entramado que involucre a todos los actores de la cadena de valor. No dejar fuera a nadie, ser solidarios y no empoderarse de mezquindades. Si algo nos dejará este virus es la certeza que nos necesitamos todos.

JIG: ¿Qué consejo les da a los jóvenes, y adultos, que quieren integrarse al mundo editorial mexicano y no saben por dónde empezar? ¿Qué opciones tienen?

No soy de dar consejos, francamente, pero puedo compartir algunas reflexiones. Cada actividad que uno desee desarrollar en el espacio profesional es un desafío y un compromiso con uno mismo. Hay veces que uno no sabe por dónde iniciar el camino laboral y más en un medio que, en todas partes del mundo, es celoso e incluso un poco apático con quienes empiezan. Sin embargo, la curiosidad, el entusiasmo, la profesionalización, la capacitación en distintas áreas es un comienzo fuerte, de paso seguro. La imagen es el carcaj, que era la bolsa de piel o madera que utilizaban los arqueros desde la prehistoria. En el carcaj personal uno va guardando distintos conocimientos y diferentes aprendizajes (idiomas, lecturas, referencias, viajes, talentos, habilidades, entre tantos posibles) de los que debe echar mano cuando se presente la oportunidad. Siempre habrá alguien que, de manera desinteresada, abrirá ya una puerta ya una ventana. Pero cabe la pregunta: ¿Podremos responder con altura y humildad a ese llamado? A mí alguien me abrió una ventana y lo agradezco, y agradezco también haber tenido la oportunidad de haber abierto otras a lo largo de los años.

Hay que ser persistentes y creer en los talentos que cada quien tiene, perfilarlos hacia un espacio donde habrá gente más capacitada, con más experiencia o títulos, pero también gente más arrogante o menos empática y solidaria. Hay que experimentar, ser curioso, intentar la lucidez, reforzar los valores, ser firme en las convicciones que lo definen. Ser orgulloso de sí mismo y al mismo tiempo generoso.

Las posibilidades que ofrece el mundo editorial mexicano son enormes y diversas; cada vez más este oficio —lo digo con el más alto respeto— está regresando a lo artesanal, a lo básico, utilizando las herramientas tecnológicas actuales; los caminos son tan variados como las preferencias de cada quien. La conjunción de intereses hace la riqueza de este medio; hay gente muy talentosa que piensa con vehemencia, otra que escribe con ahínco, otra que corrige con pasión, otra que conoce programas de diseño, de datos, de tecnología; hay gente que hace libros miniatura, que piensa en pop-up, que hace encuadernación tradicional, que conoce qué título o autor se vende mejor acá que allá, hay reseñistas y críticos literarios en las librerías.

¿Qué opciones tienen los que deseen incorporarse al mundo editorial? Todas, las que les despierten pasión. Este oficio es eso, hacer que las cosas pasen y hacerlo con pasión y paciencia de pescador.

JIG: ¿Un mensaje final que quieras agregar?

MAV: Mi labor en Editamos será un trabajo de equipo, de consenso, de conjuntar voluntades, de propuestas y planes de desarrollo. Hasta hoy siempre he estado un poco en el anonimato, haciendo cosas con muchos de ustedes; espero podamos ahora, desde este epicentro, hacer un trabajo de calidad y trascendencia que sea una mejora real y visible para fortalecer a la industria editorial.

JIG: Mario, muchas gracias por brindarme este tiempo, y bienvenido a Editamos. A nombre de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana te felicito, deseamos que tengas el mayor de los éxitos profesionales, cuentas con el apoyo de todo el equipo de la CANIEM y, por supuesto, de Editamos.

MAV: Gracias.



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA





Si quieres conocer información actualizada sobre el impacto que la crisis por Covid-19 ha generado en el mercado de libros en México, regístrate para participar en la plática virtual:

Impacto de la crisis sanitaria en el mercado editorial en México

en la que se abordarán temas como:

- Evolución de las ventas
- Estimación de pérdidas
- Segmentos de mercado más y menos afectados
- ¿Qué está sucediendo en otros países que van por delante en la evolución del virus?

Ponente: David Pemán, BookScan Manager México
 david.peman@nielsen.com
 Fecha: Jueves 21 de mayo a las 11:00

Para registrarte
 da click aquí

Librerías que tienen venta por internet

Estimado afiliado y editor:

Si está interesado en integrar a su empresa a la lista de librerías que tienen venta por internet, por favor proporcione la información requerida en el formulario que para tales fines encontrará en: <https://forms.gle/csRRunA6QbnpZbrq5>

Nombre comercial	Página electrónica	Cobertura	Condiciones
Agmex 2000 Librería Deportiva	www.librosdeportivos.com		
Assouline	www.assouline.com		
Cadabra & Books	www.cadabrabooks.com	Nacional	
Cafebrería El Péndulo	www.pendolo.com	Nacional e internacional	Gratis en compras mayores a \$400 (solo nacional)
Combel Editorial	www.combeeditorial.com.mx	Nacional	Costo \$40 de envío a cualquier parte del país
Correo del Maestro S.A. de C.V. / Club de Lectores	www.clublectores.com	Nacional e internacional	Se puede pagar con tarjetas bancarias o depósitos bancarios. La página tiene la opción de elegir los libros por título, autor, palabra, los precios están en puntos y los puntos equivalen a pesos de acuerdo con la Ley del Libro que respetan las editoriales
DISEDI / Distribuidora de Ediciones	www.disedi.com.mx		
Editorial Lectorum, S.A. de C.V.	www.lectorum.com.mx	Nacional	Envíos a todo el país con cargo al cliente y descuentos por volumen
Editorial Miguel Ángel Porrúa	www.maporrúa.com.mx	Nivel nacional e internacional	
Editorial Paidotribo México	www.paidotribo.com.mx		
Editorial Planeta Mexicana	www.editorialplaneta.com.mx		
Editorial Progreso-Grupo Edelvives	www.edelvivesmexico.com	Regional, nacional, internacional	
Editorial Terracota S.A. de C.V.	www.editorialpax.com	Nacional	Todos los destinos, todas las formas de pago
El Armario Abierto	www.elarmarioabierto.com		
El Escritorio	www.escriptoriomoderno.com.mx		
El Kiosko	www.libreriaelkiosko.com		
Fondo de Cultura Económica	www.fondodeculturaeconomica.com		
Grupo Editorial Neisa	www.neisa.com.mx	Nacional	
Instituto Nacional de Salud Pública	www.spmediciones.mx	Nacional e internacional	Costo variable de acuerdo al destino y peso de la obra
La Ventana Librería	www.laventanalibreria.com		
Librería Beityala	www.beityala.com		
Librería Bonilla	www.libreriabonilla.com.mx		
Librería Carlos Fuentes	www.libreriacarlosfuentes.mx	Nacional	
Librería Correo de la UNESCO	www.correounesco.com.mx		
Librería Cristina Mundo Hispano	www.editorialmh.com.mx		
Librería Ditesa	www.libreria-ditesa.com	Local y nacional	Envío gratis en compras mayores a \$600
Librería Ediciones Urano México	www.edicionesuranomexico.com		
Librería El Sótano	www.elsotano.com	Nacional e internacional	
Librería Emaús	www.libreriaemaus.com.mx		
Librería Erandi	www.libreriaerandi.com.mx		

Nombre comercial	Página electrónica	Cobertura	Condiciones
Librería Española	www.tulibreria.mx		
Librería Fantástico	www.fantasticocomic.com		
Librería Gandhi	www.gandhi.com.mx	Nacional e internacional	Servicio gratis a todo el país / Rappi
Librería IMCP	www.imcp.org.mx		
Librería Iztaccihuatl de Monterrey	www.edimsa.com.mx		
Librería La Rueda de Gandhi	www.laruecadegandhi.com		
Librería León	www.librerialeon.com.mx		
Librería Libelli	www.libelli.com.mx	Nacional e internacional	Envío gratis en compras mayores a \$400
Librería LibArte de Tejupilco	www.librarte.com.mx	Regional	Envío a domicilio sin costo, en compras mayores a \$300
Librería Maranatha	www.libreriamaranatha.com		
Librería Morelos Grand Plaza Toluca	www.libreriamorelos.com		
Librería Norma Ediciones	www.libreianorma.com		
Librería Nostra Ediciones	www.nostraediciones.com		
Librería Parroquial de Clavería	www.parroquial.com.mx		
Librería Parthenon	www.libreriaparthenon.com.mx		
Librería Porrúa Hermanos y Cía. S.A. de C.V.	www.porrua.com	Nacional e internacional	
Librería Profética	www.profetica.com.mx	Nacional	Gratis en Puebla y Cholula, \$80 envío a cualquier parte de la república
Librería Saturno	www.libreriasaturno.com		
Librería Selector	www.selector.com.mx		
Librería Soluciones Bibliográficas	www.solucionesbibliograficas.com		
Librería Tecnilibros	www.tecnilibros.com.mx	Local y nacional	Amazon / vía telefónica
Librería Universal	www.libreriauniversal.mx		
Librería Virgo	www.libreriavirgo.com.mx		
Librerías Cuéllar Ayala	www.cuellarayala.com		
Librerías Delti	www.delti.com.mx	Nacional	Entrega en librería y envío a domicilio, formulario de contacto para asesoría, promociones
Librerías Gonvill	www.gonvill.com.mx	Nacional e internacional	\$98 nacional / varía el precio en envío internacional
Librerías San Pablo	www.sanpablo.com.mx	Nacional	\$89 a cualquier parte de la república / Amazon
Libros para Imaginar	www.librosparaimaginar.com.mx		
Libros, Libros, Libros	www.libroslibrosmexico.com		
Libros, música y videos	www.librosmusicayvideos.com		
Lóscrito Librerías	www.loscrito.mx		
Manual Moderno	https://tienda.manualmoderno.com	Nacional	Envío gratis a toda la república mexicana en compras mayores a \$300
Marcia Vázquez Sanz	https://alfonsojaviermonarrezrios.blogspot.com	Internacional	Contado
Odessa Librerías	www.odessalibrerias.com.mx		
RGS Libros	www.rgslibros.com		
Sigi's Lese-Eck	www.sigis.com.mx		
Siglo XXI Editores	www.sigloxxieditores.com.mx	Nacional	15% de descuento y envío gratis en una compra arriba de \$600.00 m.n.
Tienda del Museo Nacional de Antropología	www.tiendadelmuseo.com.mx		

Me sorprende que en el plan de reapertura económica no se hable de las librerías: Juan Luis Arzoz

El titular de la CANIEM estima que la venta por unidades ha bajado 49% respecto al mismo periodo de 2019

El Plan de Reactivación Económica anunciado por el gobierno federal y el capitalino, plantea el regreso escalonado diversos negocios. Se habla de plazos para siderúrgicas, transporte, restaurantes, cines, bares, gimnasios, pero no específicamente de librerías. La ausencia del ramo editorial tomó por sorpresa a Juan Luis Arzoz, titular de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), quien no esconde su desconcierto. “Si abren tiendas departamentales, ¿por qué no las librerías?”, explica y argumenta que en países como Alemania fueron de los primeros espacios en ser reabiertos.

Para el líder gremial, el sector atraviesa un momento crítico y advierte que, si bien el comercio del libro vía digital ha aumentado, la venta de unidades en lo que va del año registra una disminución de 18%.

En el plan de regreso a las actividades anunciado por los gobiernos federal y capitalino no se habla específicamente de las librerías. ¿Cuándo tienen contemplado abrir?

Tenemos un documento donde se habla de negocios en categoría dos a los que se les permite la apertura con restricciones. Ahí se incluyen: restaurantes, tiendas departamentales, servicios jurídicos, cines. No entiendo porque no se menciona a las librerías. Si abren tiendas departamentales, ¿por qué no las librerías? Nuestro sector es muy frágil y si no abrimos no hay flujo para toda la cadena.

Para usted en el rubro de tiendas no entran librerías.

En el mismo documento más adelante se habla de negocios que permanecerán cerrados y ahí sí se especifica a las librerías junto con las sex shops, casinos, spas y negocios de alquiler de trajes.

En países como España o Alemania las librerías fueron de los primeros negocios en abrir con esquemas tipo previa cita. ¿Aquí que propone la CANIEM?



Foto: elpais.com

En México las librerías no tienen un gran tránsito de personas. El acceso se podría controlar y no rebasar cierto número de gente en determinada área. Y siempre guardando la sana distancia. No entiendo por qué no las tienen catalogadas como instrumentos de primera necesidad. Aunque suene sangrón, los libros alimentan el alma y el espíritu. Hemos trabajado en campañas para que la gente se quede en casa leyendo. Supongo que antes de que los niños regresen a clases ya estarán abiertas, pero es un negocio muy frágil.

¿Han cuantificado el impacto de la pandemia en la industria?

Calculamos que las ventas por lo menos han bajado un cuarenta por ciento. En la semana 17 del año y en comparación a 2019, la venta de unidades bajó un 49% y en valores 51%. En lo acumulado del año hasta ahora, en unidades la disminución ha sido del 18% y en valores el 20.5%. La ALMAC, que reúne a los libreros, ya prevé que muchos de sus agremiados no podrán arrancar.

¿Cuándo podrían realizarse ferias del libro?

Todas las ferias previstas para estas épocas están canceladas. No sabemos qué sucederá con la Feria de Remate en el Monumento de la Revolución de la Ciudad de México y tampoco hemos recibido

noticias sobre la Feria del Libro del Zócalo, programada para octubre. Muchas ferias internacionales se han cancelado. La de Frankfurt, la más importante del mundo, definirá en junio si abre y en qué condiciones. En la misma situación está la FIL de Guadalajara, está a la espera de lo que decidan las autoridades de Jalisco. En la CANIEM planeamos hacer ferias virtuales sobre todo en los estados.

La Feria del Libro de Bogotá se hizo de manera virtual. Aquí ya lo vimos con la Fiesta del Libro y la Rosa. No obstante, supongo en ventas no será lo mismo.

Ese tipo de encuentros llegaron para quedarse. Desde luego no son lo mismo, pero pueden ser buen complemento.

Pensando en la Feria de Remate a realizarse entre julio y agosto, ¿hay condiciones para hacerla?

Creo que sí se hará, pero tal vez se recorra la fecha. Tampoco podemos tener todas las ferias en el último trimestre del año.

Desde la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados se ha hablado de un plan de apoyo a las industrias culturales. ¿Cómo va ese tema?

Estamos muy pegados a lo que se hace desde la Comisión de Cultura. Se habla de la tasa cero del IVA para librerías lo cual ayudaría muchísimo. Sería un respiro. Se está actualizando la Ley para el Fomento y la Lectura del Libro. Queremos ampliar el plazo de las novedades de 18 a 36 meses. Sergio Mayer es muy amigo de la Cámara. Nosotros estamos trabajando en una campaña contra la piratería y en otra para la compra del libro vía electrónica. Estas iniciativas están abiertas incluso para los no socios de la Cámara.

Seguro conoce la campaña que realizan Almadía, Era y Sexto Piso. ¿La CANIEM tiene pensadas medidas similares para apoyar a pequeñas editoriales?

Estamos viendo qué hacer. Quizá una campaña de donativos. Esas tres editoriales tuvieron una buena iniciativa porque la situación es crítica. Hay que pagar nómina, renta, talleres de impresión y no hay entradas de dinero. Los ingresos por la vía digital no superan el 12% de lo que se tenía antes. Desde la CANIEM nos estamos organizando, no es fácil pero los editores somos solidarios y queremos hacer cosas.

El informe Bookwire informa que la venta de libros vía digital ha crecido 29% durante este periodo, ¿esto llegó para quedarse o es coyuntural?

Es coyuntural, pero se va a quedar.

En la FIL de Guadalajara ustedes presentan su informe de actividades del año anterior, ¿piensan incluir un apartado del efecto de la pandemia?

Sin duda, incluso esperamos dar un informe antes. Seguramente la FIL de Guadalajara será diferente.

Por ejemplo...

Habrán muchas reglas de sanidad. Accesos controlados, los stands y los pasillos serán más amplios. Todavía nos falta definir muchas cosas.

* Con información de Héctor González / aristeguinoticias.com

Cuidar a las librerías fortalece la cadena editorial

La presidenta de ALMAC refirió que frente a la crisis actual se necesitan estrategias conjuntas y solidarias

Las librerías han sido un eslabón que está en una crisis permanente, vulneradas por la piratería, el régimen fiscal y otros factores, sobre ello habló durante una charla virtual Georgina Abud, presidenta de la Asociación de Libreros de México (ALMAC).

En el encuentro organizado por Metabooks MX, señaló que las librerías están pasando por un momento de incertidumbre y temor frente al futuro, y una vez que termine la contingencia sanitaria que se vive en México y en otras partes del mundo, deberán adaptarse al mercado y a los nuevos retos que se presenten.

“Las librerías somos el único comercio al menudeo que se dedica a la venta de artículos que no tienen IVA y que está en un régimen de exención, lo que significa que nosotros vendemos libros sin este impuesto pero todo lo que nosotros consumimos lo tiene, por ejemplo, luz, renta, transporte y todos los servicios; a diferencia de todos los comercios que están en tasa cero, lo que significa que pueden pedir una compensación al final del ejercicio fiscal”.

Respecto a la iniciativa en la que aspiraban a una tasa cero para no pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA), refirió que este sector no está pidiendo ningún beneficio adicional,

sino equidad respecto a otros, algo que se ha venido trabajando con el logro de un estímulo fiscal de ocho por ciento y otras negociaciones, un avance importante pero que no representa una solución, pues hoy más que nunca es necesario salvar a las librerías, comercios altamente vulnerables frente a la crisis.

“Estamos preocupados, no tenemos certeza de nada, ni de cómo ni cuántos vamos a regresar, estas pláticas con la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) han sido muy positivas porque estamos intentando trazar diferentes escenarios... Deberíamos respetar todos el canal de las librerías para fortalecer a toda la cadena y creo que en este momento nos vamos sensibilizando sobre esto”.

Por último, señaló que en este trabajo se deben sumar esfuerzos de los diferentes actores y estrategias solidarias: “No hay que ser espectadores sino actores, ver cómo nos preparamos y sobre todo buscar propuestas con mucha energía para continuar. Lo más importante es decidir prioridades y alinearnos, es que marchemos todos juntos y que nos mostremos como una sola industria”.

* Con información de Ángela Anzo / mipuntodevista.com.mx

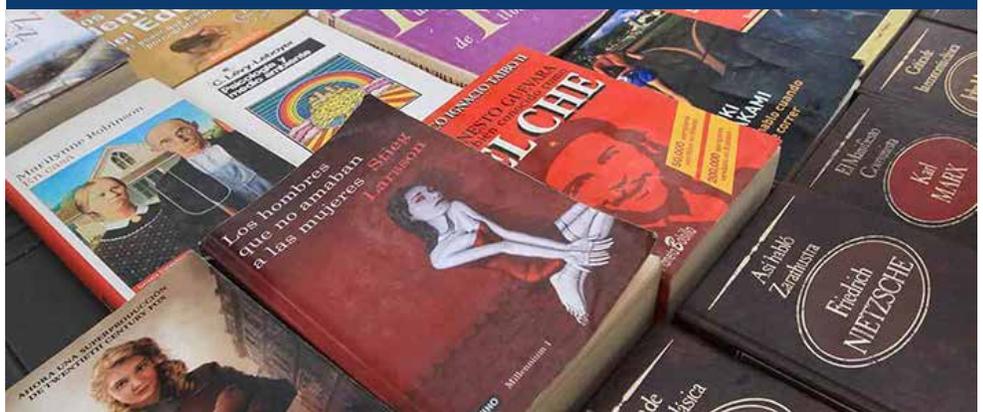


Foto: elporvenir.mx

Editoriales y librerías en México hacen conversión al e-commerce

El fondo de la caída de la facturación por ejemplares impresos fue del 88.2% y se recuperó ligeramente tras apostar por las ventas en internet

Al menos hasta la semana 18 del año, entre el 27 de abril y el 3 de mayo, la contracción de la facturación anual por venta de libros físicos ha sido de 19.8% comparada con el 2019, de acuerdo con datos proporcionados a *El Economista* por Nielsen Bookscan México.

El descenso de la facturación anual comenzó sutil en la primera mitad de febrero, con un apenas perceptible -2.5%. Para la semana 13 del año, en la segunda mitad de marzo, iniciaron las pérdidas económicas con porcentajes a doble dígito para las editoriales. La merma pasó de 9.9% a 42.1%; después, al inicio de abril, cuando prácticamente todas las librerías del país estuvieron cerradas, fue de 67.3%, y tocó fondo en la semana 15 (6-12 de abril), con un 88.2% en comparación al mismo periodo del año anterior.

De venderse un tope de 386,776 unidades en la primera semana de enero, equivalentes a 86 millones 975,874 pesos, en el punto más bajo durante la primera quincena de abril, apenas se vendieron 103,674 unidades, con una facturación de 20 millones 275,308 pesos.

Oportunidad de reinventarse

A partir de ese punto, la gráfica muestra un ligero pero gradual repunte. La razón, un replanteamiento de las estrategias por parte de las editoriales y librerías que comenzaron a canalizar sus esfuerzos en el mercado en línea.

“Desde la semana 15, que se produjo el punto de menor ventas, al sector solo le ha quedado reinventarse, potenciar mejorar la logística y, en pocas semanas, han impulsado su negocio de e-commerce. Por eso pasamos de las 100,000 unidades semanales hace aproximadamente un mes a las 130,000 que se están vendiendo actualmente esta semana”, compartió David Pemán, director de Bookscan México.

Algunas editoriales y librerías han podido reconvertirse al mundo digital de manera inmediata, mientras que otras, las más pequeñas, han tenido que buscar ayuda de terceros para la implemen-

tación. Un mes atrás, Juan Luis Arzoz Arbide, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), compartió con este diario el apuro de una plataforma de venta online para ponerla a disposición de aquellas editoriales que no cuentan con la infraestructura digital.

La conversión digital

En contraste, el de los libros electrónicos y audiolibros fue el sector que más beneficio obtuvo del impasse. Así lo dio a conocer Diego Echeverría, director general de la empresa Ink it, especializada en la conversión y distribución de libros digitales y audiolibros, en apoyo a editores de 11 países y con una red de 50 puntos de venta (entre ellos Apple, Amazon y Google).

“En marzo identificamos un incremento del 60% en las ventas al público en general, tomando en consideración que las medidas fuertes de confinamiento se dieron apenas en las últimas semanas (de ese mes). Esperamos ver aumentos de triple dígito para abril y seguramente esta tendencia continuará durante mayo”, prevé y comparte que “editoriales nacionales e internacionales se han acercado para que los apoyemos en acelerar la conversión de sus títulos a formato de eBook, para priorizar sus novedades y lanzamientos por vía digital y aumentar el catálogo disponible en puntos de venta online”.

Elegió ser cauto con las cifras de ingresos puesto que no se han liberado en su totalidad las cuentas

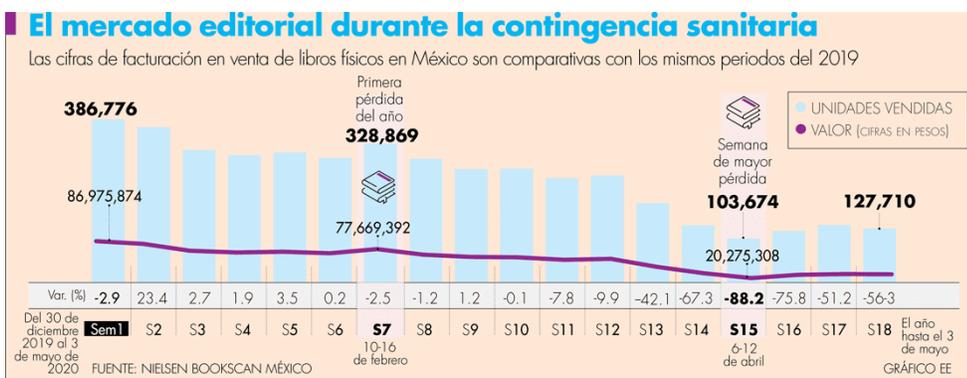
de marzo y abril; afirmó que “es un fenómeno reciente y requerimos un poco más de tiempo para analizarlo y entenderlo a profundidad”.

Los frentes de esfuerzo por el mantenimiento del mercado editorial. Mientras tanto, las librerías y editoriales, tales como Almadía, Era y Sexto Piso, se han asociado para la promoción de sus productos editoriales físicos. Tal es el caso de la Feria Dependientes de Lectores, que inició con descuentos en las ediciones de las tres casas y la participación de sus autores en conversaciones vía *streaming* a lo largo del mes de mayo.

Por otra parte, las librerías mexicanas son el único comercio al menudeo que está bajo un régimen de exención: no cobran lo correspondiente al Impuesto al Valor Agregado (IVA) de sus productos editoriales y, en cambio, sí tienen que pagar el gravamen por los servicios con los que se valen para su negocio, llámese luz, agua, renta. Y el cierre de los puntos de venta de libros físicos por efecto de la pandemia de Covid-19 ha potenciado los efectos adversos en la economía de este gremio afectado por la exención.

Para conocer más sobre éste y otros temas de interés de integrantes de la industria editorial puede consultar la última parte de la nota de *El Economista* y los videos de las Conversaciones para hacer que los libros se vean, de Metabooks México.

* Con información de Ricardo Quiroga / economista.com.mx





#QUÉDATE EN CASA

Editamos-CANIEM te invita a participar en la sesión en línea:

Sesión gratuita



Derechos de autor

Fecha: martes 26 y jueves 28 de mayo, de 11:00 a 13:00 h (zona horaria de la Ciudad de México GMT-5)



Ponente: Quetzalli de la Concha Pichardo

Presidenta del Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor. Gerente de Derechos de Autor de Penguin Random House Grupo Editorial. Abogada especialista en Propiedad Intelectual de la Facultad de Derecho de la UNAM (México).

Para recibir la liga de acceso registrarse con:
Leticia Arellano
leticia.arellano@editamos.com.mx
WhatsApp (55) 7537 8695



CURSO-TALLER

Infografía para todos

Primer módulo: 26, 27 de mayo, 2 y 3 de junio
Segundo módulo: 1, 2, 8 y 9 de julio
Tercer módulo: 11, 12, 18 y 19 de agosto
Horario: de 12:00 a 14:00 horas



Centro de innovación y desarrollo profesional para la industria editorial, S.C.
Informes: leticia.arellano@editamos.com.mx
Teléfonos: (55) 5604 3294 • (55) 5688 2011, ext. 728 • WhatsApp (55) 7537 8695
www.editamos.com.mx



En tiempos de COVID-19
Editamos-CANIEM
te invita a participar en el siguiente taller

Promoción de autores y obras en los entornos digitales

Transmisión en línea

Fecha: del 20 al 28 de mayo de 2020



Centro de innovación y desarrollo profesional para la industria editorial, S.C.
Informes: leticia.arellano@editamos.com.mx
Teléfonos: (55) 5604 3294 • (55) 5688 2011, ext. 728 • WhatsApp (55) 7537 8695
www.editamos.com.mx



EDICIÓN DE LIBROS

Diplomado de profesionalización

Fecha de inicio: 12 de junio de 2020



En colaboración con la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM  

Centro de innovación y desarrollo profesional para la industria editorial, S.C.
Informes: leticia.arellano@editamos.com.mx
Teléfonos: (55) 5604 3294 • (55) 5688 2011, ext. 728 • WhatsApp (55) 7537 8695
www.editamos.com.mx

Editamos realiza sesiones gratuitas de capacitación

En torno a los principios básicos de la infografía y la promoción de autores y obras en entornos digitales

El Centro de innovación y desarrollo profesional para la industria editorial, Editamos, ofreció el pasado 14 de mayo dos sesiones gratuitas con el fin de informar a editores, diseñadores, comunicólogos, publicistas, correctores, redactores y público en general los temas a tratar en sus próximos cursos que, debido a la contingencia sanitaria que vivimos en el país, se realizarán en línea.

Una taza de café con infografía

Arturo Black Fonseca, diseñador gráfico con más de 15 años de experiencia en la construcción, diseño, planeación y visualización de la información, charló con más de 80 asistentes sobre: las diferencias entre la narrativa visual y la infografía, las características de ésta y los procesos para su elaboración, qué errores debe evitar el infografista, las ventajas y desventajas de los espacios digitales que pueden albergar infografías, los distintos formatos en que se pueden crear las infografías, y otros temas que los invitados al café pusieron sobre la mesa y sirvieron de introducción al curso que Editamos realizará en tres sesiones durante mayo-agosto. En el siguiente enlace podrá obtener más información al respecto.

Promoción de autores y obras en los entornos digitales

El escritor, editor y TED Speaker, Zacarías Zafra, habló ante una audiencia que superó los 70 participantes sobre: la coexistencia de formatos en la industria editorial, las competencias y características nuevas que los lectores han adquirido ante éstos, la autopublicación, la relación entre los integrantes de la cadena de valor del libro, así como las estrategias útiles para la promoción de autores independientes y editoriales en entornos digitales (independientemente de su trayectoria o nivel). La plática incluyó algunos consejos para realizar y concretar un buen storytelling, para visualizar una campaña estructurada en un ecosistema que retome los multiformatos y para desarrollar nuevas habilidades de promoción ante el confinamiento y posterior a éste. Si da clic aquí puede saber más sobre el curso que se impartirá en cuatro sesiones del 20 al 28 de mayo.



Necesitamos de ti

Hoy queremos pedir tu apoyo, para poder mantener nuestra asociación de pie, como ha permanecido 40 años, para seguir juntos una vez que la contingencia pase.

ENTREVISTA

VitalSource, una forma de optimizar el aprendizaje

Integración de herramientas digitales al sistema educativo

La innovación educativa se presenta a través de una herramienta digital para integrarse al papel y convertirse en el mejor aliado para la enseñanza. “El modelo de educación será mixto, vamos a seguir teniendo mucho material impreso por cuestiones de infraestructura, por la comodidad de un profesor y la naturaleza de algunas materias que lo requieren, pero también la tecnología ha cobrado más importancia y ya se ha vuelto una necesidad”, así lo dice María Fernanda Castro, Business Development Representative de VitalSource. En entrevista con el coordinador de Comunicación de la CANIEM, Jorge Iván Garduño, expuso su contribución a la tecnología educativa y las ventajas de incorporar esta herramienta al método de enseñanza.

Jorge Iván Garduño (JIG): ¿Cómo funciona la plataforma de VitalSource?

María Fernanda Castro (MFC): Lo que hacemos es diseñar y distribuir herramientas de aprendizaje que van desde el libro electrónico hasta los cursos en línea, materiales personalizados según las necesidades de cada usuario. Una vez que sea calificado el alumno, el sistema identifica su nivel de confianza respecto al contenido. Una vez que se determina qué tanto sabe y desconoce, la plataforma le hará preguntas que se adapten al nivel que él tiene.

JIG: Una de las principales incógnitas es el papel del docente frente a estas nuevas herramientas tecnológicas. ¿Qué puedes decirme al respecto?

MFC: Tenemos un poco de todo en cada curso, es muy importante que el profesor sea consciente de dónde está cada quien. Es una herramienta que le dará esa visibilidad y ese poder, y, por otro lado, también le va ahorrar mucho tiempo. Diseñar un libro de texto para un profesor toma alrededor de 60 horas, con una herramienta como ésta puede hacerlo en 4 horas, entonces le da tiempo para hacer lo que más le gusta, dar su clase y platicar con sus alumnos sobre cuáles son las áreas donde se sienten más inseguros, cuáles son en las que quisieran repasar más y temas que van más allá de lo que se ve en clase.

JIG: Así que, por lo que entiendo, ¿la plataforma de VitalSource no reemplaza, sino integra optimizando los procesos de aprendizaje?

MFC: Hemos evaluado las calificaciones aprobatorias de los estudiantes, pues existe mucha práctica en estos cursos y es seis veces más efectivo en el aprendizaje, mejor practicar que solo leer, de ahí que las calificaciones se incrementan un 60%. Por otro lado, el índice de retención de la información es más elevado porque es una herramienta en la que todo el tiempo eres evaluado, de manera constante estás recibiendo retroalimentación, tú puedes aprender de tus errores a tiempo, entonces, gracias a esto la retención de los alumnos es mucho mayor.



María Fernanda Castro. Foto: CANIEM

JIG: ¿Cuál consideras que sea el reto que tiene VitalSource y el futuro de la educación en México y Latinoamérica?

MFC: El modelo de educación será mixto, vamos a seguir teniendo mucho material impreso por cuestiones de infraestructura, por la comodidad de un profesor y la naturaleza de algunas materias que lo requieren, pero también la tecnología ha cobrado más importancia y ya se ha vuelto una necesidad. En esta parte de la evaluación es súper importante porque se ahorra tiempo y da visibilidad de cómo está un grupo de alumnos, qué calificar manualmente y ver a los alumnos hasta el final.

JIG: ¿Cómo monetizan el tipo de soluciones que ofrecen? ¿El cliente entiende el valor de lo que ofrecen?

MFC: Pues mucha gente tiene la idea de que lo digital por no ser algo físico o tangible debe costar menos, en cambio es la misma propiedad intelectual que tiene un libro, lo que te cuesta del libro no es el papel o la tinta sino el conocimiento, lo mismo pasa con esto, no digo que tenga que ser muy caro o algo por el estilo, sin embargo, es difícil saber cómo cobrar pues no somos quienes hacemos la comercialización, son las editoriales y los proveedores de contenido con los que trabajamos quienes definen el precio y comercializan con sus propios clientes, entonces nuestro reto es que dependamos de ellos.

Para mayores informes ponte en contacto al correo: fernanda.castro@vitalsource.com o visita la página de internet: get.vitalsource.com

SI YA ESTAS ABURRIDO DE VER SERIES

Y YA NO SABES QUE MÁS VER...

PIDE UN LIBRO Y NOSOTROS TE LO LLEVAMOS

DE LA LIBRERÍA A TU CASA

#YoLeoEnCasa DE LA LIBRERÍA A TU CASA #CompraEnLínea GANIEM

GANIEM FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

editamos

Editamos Libros para Crecer

Diplomado en edición de libros para niños y jóvenes

Fecha de inicio: 19 de junio de 2020

Centro de innovación y desarrollo profesional para la industria editorial, S.C.

Informes: leticia.arellano@editamos.com.mx
Teléfono: (55) 5604 3294 (55) 5688 2011 ext. 728 • WhatsApp 55 7537 8695
www.editamos.com.mx

Convocatorias abiertas

XVI Premio Iberoamericano SM de Literatura
Infantil y Juvenil
22 de mayo de 2020

Premio Bellas Artes de Ensayo Literario Malcolm Lowry
8 de junio de 2020

Premio Bellas Artes de Novela José Rubén Romero 2020
12 de junio de 2020

Premio Bellas Artes de Cuento Infantil Juan de la Cabada 2020
19 de junio de 2020

Premio Hispanoamericano de Poesía para Niños 2020
20 de junio de 2020

Reconocimiento al editor universitario
"Rubén Bonifaz Nuño"
23 de junio de 2020

Premio a la Creación Literaria en Lenguas Originarias
Centzontle 2020
26 de junio de 2020

Somos Lectores. Somos Booktubers
26 de junio de 2020

Séptimo Premio Iberoamericano
de Poesía Joven Alejandro Aura 2020
3 de julio de 2020

Premio Ciudad y Naturaleza José Emilio Pacheco
3 de julio de 2020

Concurso Iberoamericano de Cuento y Novela Ventosa-Arrufat
y Fundación Elena Poniatowska
31 de julio de 2020

Premio Mauricio Achar/Literatura Random House
31 de julio de 2020

Premio Nacional de Artes y Literatura 2020
12 de agosto de 2020

XXIII Concurso de Álbum Ilustrado A la Orilla del Viento
28 de agosto de 2020

Premio Pura Pinche Fortaleza de Novela Gráfica
21 de septiembre de 2020

Buzón del Editor

El Boletín de Editores extiende a sus lectores una cordial invitación a enviar sus aportaciones para este espacio, que se publicará a consideración del área de Comunicación según el espacio, bajo los siguientes

Lineamientos de colaboración:

- Extensión máxima de 500 palabras o 2500 caracteres con espacios.
- Tema libre, relacionado con cualquiera de las actividades o actores de la red de valor del libro y la lectura. Todos los textos deberán ser inéditos y originales.
- Todas las colaboraciones deben ir firmadas e indicar la empresa en la cual colabora el autor.
- No se aceptan alusiones a personas físicas o morales.
- Ninguna colaboración será remunerada.
- El Comité editorial se reserva el derecho de publicación y la fecha en la que se publicará el material. La recepción de un artículo no garantiza su publicación.
- Todo texto será sometido a la edición y la corrección de estilo que realice el área de redacción.
- Deberán enviarse por correo electrónico a las siguientes direcciones:
difusion@caniem.com y dg@caniem.com

Cabe recordar que las opiniones publicadas en este espacio son responsabilidad de quienes las firman, y no necesariamente representan la posición de la CANIEM.

Código de ética

Desde su fundación, hace más de 55 años, la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), como organismo que agrupa a un número importante de las editoriales establecidas en México, se ha desempeñado con estricto apego a las normas éticas aceptadas por nuestra sociedad. Ese conjunto de normas, así como las políticas que regulan su observancia, se ven ahora plasmadas en un Código con el que la Cámara pretende mantener y estimular las relaciones entre sus afiliados y las de éstos con el entorno social, bajo un conjunto de preceptos de ética y buena conducta empresarial y laboral.

Invitamos a nuestros afiliados y adherentes, a los colaboradores internos y externos que prestan sus servicios, a una lectura cuidadosa del Código de Ética que aquí presentamos y que fue aprobado en la asamblea del 21 de marzo de 2019. Asimismo, deseamos nos hagan llegar su carta de aceptación enviándola al correo electrónico: serviciosafiliados@caniem.com.

Dar click para ir al documento.



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA



Certificación de competencias laborales en las siguientes funciones:

Promoción

- EC0120.01 Promoción de lectura
- EC1166 Promoción de libros de texto

Bibliotecas Escolares

- EC0957 Gestión de bibliotecas escolares

Librerías

- EC0486 Compra de libros para librerías
- EC0538 Venta de libros en librerías

Edición

- EC1191 Uso de las normas ortográficas en textos impresos /digitales (nivel intermedio)
- EC1207 Uso de normas para redactar textos impresos/digitales

“La certificación de competencias es el proceso a través del cual las personas demuestran por medio de evidencias, que cuentan, sin importar como las hayan adquirido, con los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para cumplir una función a un alto nivel de desempeño de acuerdo con lo definido en un Estándar de Competencia.”*

*Fuente: CONOCER

Más información: Claudia Domínguez, Líder de Proyecto ECE,
entidadcertificadora@caniem.com, 555688 2221 y 555688 2009 ext. 714

Siete de cada diez personas de 18 años y más en México leen libros, revistas, periódicos, historietas o páginas de internet: MOLEC 2020

Cuatro de cada diez personas alfabetas de 18 y más años de edad declararon haber leído al menos un libro en los últimos 12 meses

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presentó el mes pasado los resultados del Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2020. El objetivo de este programa, que se levanta desde 2015, es contar con información sobre el comportamiento lector, características de la lectura y expresiones sociales de la misma, y proporciona una perspectiva de esta práctica en la población adulta lo que permite enfocar los esfuerzos para el fomento a la lectura.

Siete de cada diez personas de 18 años y más que sabe leer y escribir un recado (alfabetas), lee alguno de los materiales considerados por MOLEC, que son: libros, revistas, periódicos, historietas y páginas de Internet, foros o blogs. En 2016 la proporción fue ocho de cada diez.

La población lectora de los materiales del MOLEC se incrementa conforme el nivel de estudios. El grupo de escolaridad que más declaró leer (90.4%) es el que cuenta con al menos un grado de educación superior.

El 41.1% de la población alfabetas de 18 y más declaró leer al menos un libro en los últimos doce meses. La proporción disminuyó con respecto a lo reportado en 2016 (45.9%). La población que declaró leer libros en los últimos doce meses, en promedio lee 3.4 ejemplares por año.

La población lectora de libros en formato digital incrementó de 7.3% a 12.3% en los últimos cinco levantamientos del MOLEC debido al incremento en el uso de las tecnologías de la información.

El principal motivo para la lectura de libros fue por entretenimiento (38.7%), por trabajo o estudio (27.1%) o por cultura general (con 25.5%).

Los motivos principales de la población lectora de revistas fueron por entretenimiento (55.1%), mientras que la lectura de periódicos se asoció más al interés por la cultura general, con 63.8%. Por sexo según tipo de material de lectura, 43.8% de las mujeres declararon que en los últimos doce meses leyeron algún libro y 34.6% una revista, porcentajes superiores a los declarados por los hombres. Cuatro de cada diez hombres y dos de cada diez mujeres declararon leer periódicos.

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

Más de la mitad de la población de 18 y más años de edad lectora de materiales del MOLEC, considera que comprende la mayor parte de lo que lee y casi una cuarta parte comprende toda su lectura. El 46% de la población de 18 y más años lectora de los materiales del MOLEC declaró que acostumbra

consultar otros materiales (diccionario, enciclopedia, Internet, etcétera), para buscar información adicional sobre la lectura.

Poco más de la mitad de la población lectora declaró tener en su infancia libros diferentes a los de texto en casa y que veía a sus padres o tutores leer. De la población que recibió estímulos en la escuela primaria durante la infancia para leer, a ocho de cada diez le pidieron comentar o exponer lo leído; siete de cada diez eran incentivado a leer; seis de cada diez eran invitado a asistir a bibliotecas, y a seis de cada diez se le solicitaba leer otros libros además de los de texto.

Los principales motivos de la población de 18 y más años de edad alfabetas que declaró no leer algún tipo del material considerado por el MOLEC, fueron falta de tiempo (43.8%) y falta de interés, motivación o gusto por la lectura (27.8%). Estas casusas se han mantenido a lo largo de los cinco levantamientos de este programa.

* Con información de inegi.org.mx



La pandemia evidencia la existente brecha digital

Los gobiernos y el sector público deben permitir el acceso y la disponibilidad de internet, especialmente para las comunidades marginadas

Ahora que hemos visto a raíz de esta pandemia y el confinamiento el alto índice de conectividad y consumo de contenidos digitales conviene llamar la atención sobre la actual brecha digital existente.

No podemos avanzar en este terreno si aún hay una marcada diferencia entre las poblaciones online y offline de todo el mundo.

A esto refiere un informe del Instituto de Investigación Capgemini. Esta brecha se ha hecho aún más patente con la llegada del Covid-19. Lo hemos visto aquí mismo, con los estudiantes tratando de hacer sus tareas online cuando no estaban preparados materialmente para ello.

Revela el estudio que incluso antes de la pandemia, el 69% de las personas sin acceso online vivían en la pobreza y que el 48% de la población offline quería acceso a internet: tendencias que se han intensificado en los últimos meses.

El informe destaca que incluso sin la pandemia global, la brecha digital tiene que ver con la edad, los ingresos y la experiencia. Casi el 40% de las personas sin conexión que viven en la pobreza nunca han usado internet debido a su costo, y el grupo de edad con la mayor proporción de personas sin conexión en la muestra son las que tienen entre 18 y 36 años (43%).

Ciertos segmentos de la población offline también mencionaron la complejidad del uso de internet (36%) y la percibida "falta de interés" derivada del miedo (38%). Estas razones significan que las personas no pueden acceder a los servicios públicos, como la información sobre la salud, a medida que los gobiernos recurren cada vez más a recursos online.

Estar desconectado puede generar sentimientos de aislamiento, insuficiencia o soledad: el 46% de los encuestados desconectados dijeron que se



sentirían más conectados con amigos y familiares si tuvieran acceso a internet.

La dificultad para solicitar empleos online y la falta de acceso a herramientas de educación y aprendizaje online pueden hacer que la movilidad profesional ascendente sea más desafiante para la población offline, mientras que la falta de desarrollo de habilidades digitales puede inhibir el potencial de movilidad profesional: el 44% de los encuestados offline creen que podrían encontrar trabajos mejor remunerados y educarse si tuvieran acceso a internet.

Además, la brecha digital no trata sólo de acceso, se trata de mejorar las habilidades y el aprendizaje. Al mejorar las habilidades online, los encuestados dijeron que podrían educarse mejor y encontrar un trabajo mejor remunerado (35%), dar a sus hijos más oportunidades (34%), no tener dificultades para pagar las facturas (33%) y obtener beneficios públicos que no reciben (32%).

Según las conclusiones de Capgemini la responsabilidad de la inclusión digital y el acceso a internet

no puede recaer en un solo grupo. Las organizaciones privadas deben considerar su papel en el mundo de hoy: cada vez más comprometidos no sólo con las partes interesadas sino también con sus clientes, empleados y comunidades, deben analizar de manera más amplia cómo pueden beneficiar a la sociedad a largo plazo al incorporar la inclusión digital y la igualdad en su estrategia de negocios.

Mientras tanto, los gobiernos y el sector público deben desempeñar un papel de liderazgo para permitir el acceso y la disponibilidad de internet, especialmente para las comunidades marginadas. Esto puede abordarse en varios niveles: acceso a internet en espacios públicos, acceso a internet en hogares privados, así como con la adquisición de las habilidades digitales fundamentales necesarias.

En Capgemini se centran en cuatro áreas clave para reducir la brecha digital y liderar la inclusión digital: alfabetización digital, academias digitales, tecnología accesible para futuros positivos, liderazgo intelectual y de expertos.

Los sectores público y privado deben actuar ahora para permitir el acceso a servicios fundamentales para abordar la exclusión social y permitir la movilidad profesional para la población que aún no está conectada.

No podemos pensar en salvar y mejorar sectores al ofrecer servicios y contenidos digitales si aún hay estratos sociales que no pueden acceder a ellos, ni por recursos ni por formación ni por su economía.

Se puede acceder al informe a través de este enlace.

* Con información de José Antonio Vázquez / dosdoce.com

Comunicado

CLUB DE EDITORES AMIGOS POR EL LIBRO

Ponemos a sus órdenes el paquete de membresías 2020. Si ya eres parte del Club de Editores puedes aumentar tus beneficios en tu membresía empresarial, si todavía no tienes tu membresía te invitamos a sumarte a nuestra cadena "Amigos por el libro".

Paquetes:

Personal \$ 5,000 pesos
Empresarial \$ 5,000 pesos

Sube tus beneficios:

Por \$2,000 pesos extra puedes dar de alta a dos personas más que formen parte de tu compañía.

A partir de este mes, se acordó que los socios activos del Club de Editores puedan participar en los diferentes eventos culturales organizados por el Club de Industriales. Algunos de estos eventos tienen costo y otros son gratuitos. Las invitaciones de los eventos se les enviarán por correo. La única petición por parte del Club de Industriales es que la reservación se haga a través de Adayensi Maldonado (contacto@clubeditores.com), asistente administrativa del Club de Editores.

Por otra parte, se informa que se están cerrando alianzas estratégicas entre diferentes asociaciones: ANLAC, CANIEM, ANIDIGRAF, CANAGRAF, UILMAC, ANFEP, AMEEÉ en donde se busca unir la cadena de producción del libro en temas de convenciones, eventos culturales, recreativos, capacitación, innovación y demás asuntos de interés común.

Seguiremos trabajando para sumar beneficios mes a mes y así lograr un Club de Editores activo, dinámico y con gran compromiso.

Vigencia:

Un año a partir de la fecha de pago

Contacto:

Adayensi Maldonado
contacto@clubeditores.com

Teléfono:

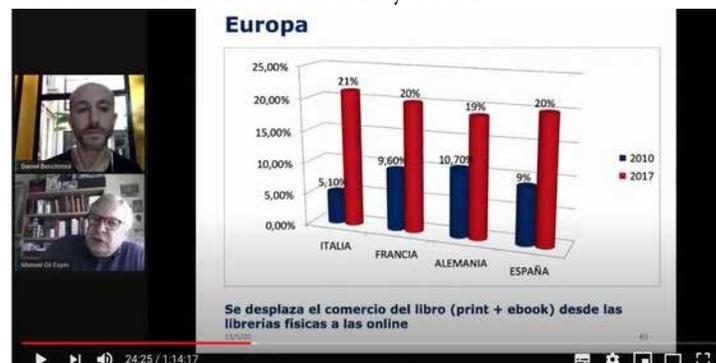
(55) 52 08 10 66
(55) 52 08 44 20

Charla en vivo con Manuel Gil: la industria editorial después de la pandemia

La semana pasada Daniel Benchimol conversó en vivo con Manuel Gil, director de la Feria del Libro de Madrid, sobre la situación presente de las librerías y editoriales españolas. Una charla imperdible repleta de información, datos, ideas y reflexiones para repensar al sector de cara al futuro. Puede ver el video en este enlace.

A propósito de Manuel Gil, les dejamos este artículo donde hace un análisis de todas las cifras sobre el mercado del libro español que circulan en informes y distintos medios (Antinomias Libro).

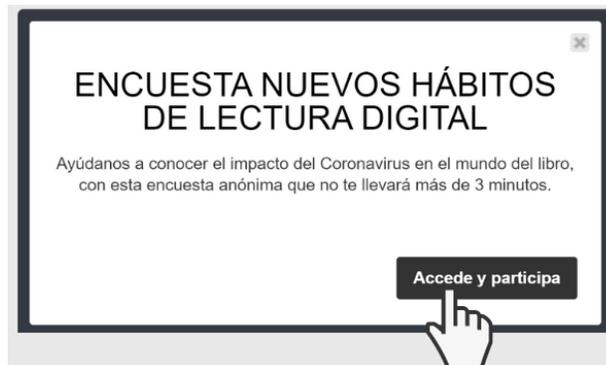
* Con información de Newsletter de Proyecto 451



Encuesta Nuevos Hábitos de Lectura Digital

El extendido confinamiento que se está viviendo en México y en el mundo ha animado a miles de lectores a experimentar por primera vez la lectura de ebooks, así como la escucha de audiolibros, al verse obligados a encerrarse en casa para prevenir la expansión del Covid-19.

El objetivo de esta encuesta es analizar los nuevos hábitos de lectura digital para ayudar al sector editorial a entender mejor la transformación que está teniendo lugar en el mundo del libro a raíz de la irrupción de Coronavirus. En esta encuesta no recopilamos ningún dato personal, es anónima y no te llevará más de tres minutos cumplimentarla.



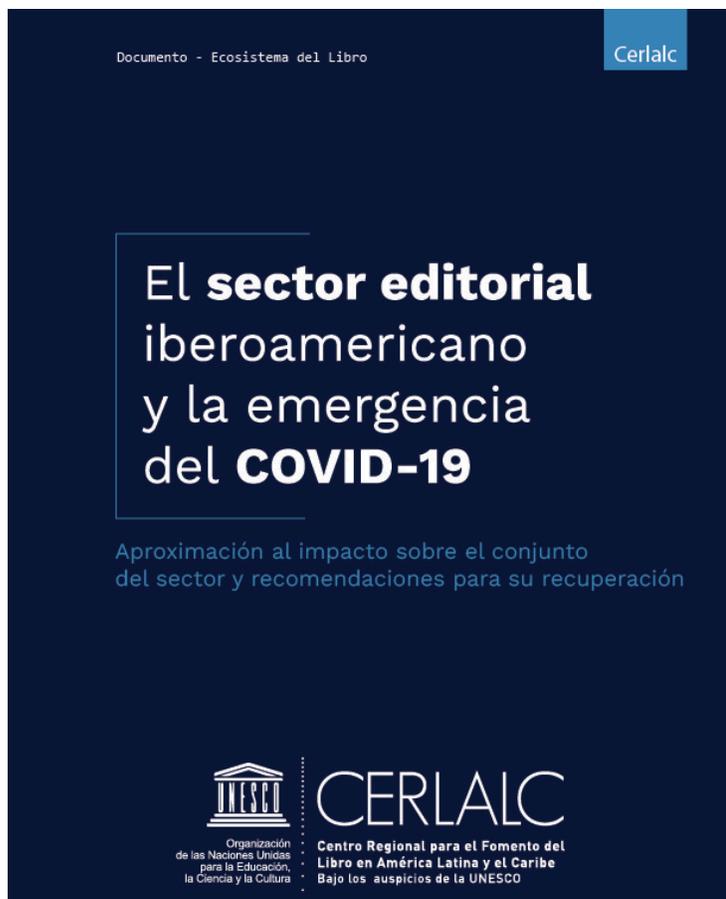
El sector editorial iberoamericano y la emergencia del Covid-19

CERLALC edita un documento sobre los efectos de la emergencia sanitaria en el sector editorial

El CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) ha publicado *El sector editorial iberoamericano y la emergencia del COVID-19*, un documento que ofrece una aproximación a la percepción de los actores del sector editorial iberoamericano sobre los efectos de la emergencia sanitaria causada por el COVID-19 y busca despertar consideraciones entre las partes interesadas de los sectores público y privado, elementos que pudieran resultar de utilidad a la hora de concebir estrategias para la recuperación del rubro. Como es inevitable en vista de las circunstancias, se trata de apenas un primer acercamiento con una crisis cuya verdadera dimensión apenas se alcanza a colegir. ¿Conoce todo lo que abarca el documento!

Lorenzo Herrero, de Publishnews, se reunió con José Diego González M., coordinador del área de Ecosistema del Libro del CERLALC tras la publicación del citado documento. Aquí pueden leer la entrevista.

* Con información de Lorenzo Herrero / publishnews.es



CANIEM

BECA JUAN GRIJALBO

editamos

Convocan a la XXXI edición de la

Beca Juan Grijalbo

Del 25 al 31 de octubre de 2020

CON EL AUSPICIO DE:

VALIDADO POR:

Fundación Juan Grijalbo Serres

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Informes: 52 (55) 5604 3294 • 52 (55) 5688 2011 ext. 728 • leticia.arellano@editamos.com.mx

GRACIAS a las empresas pequeñas, medianas y grandes que siguen trabajando.

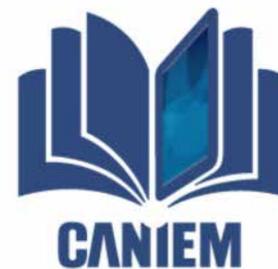
EL BIENESTAR DE TODOS ES NUESTRA EMPRESA

Voz de las Empresas

Comité de la Comunicación



El *Boletín de Editores* es un órgano informativo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Los comunicados oficiales se difunden a los afiliados vía correo electrónico a través de las Comisiones y Comités respectivos. Las opiniones vertidas en este espacio son de exclusiva responsabilidad de quienes las firman, y no representan la posición de la CANIEM. Para cualquier asunto relacionado con la información publicada estamos a tus órdenes en: info@caniem.com



Consejo Directivo 2019-2020

Presidente

Ing. Juan Luis Arzoz Arbide

Vicepresidenta

Sector de Publicaciones Periódicas
Lic. María del Pilar Montes de Oca Sicilia

Secretario

Mtro. Diego Echeverría Cepeda

Pro-Secretario

Sr. Marcelo Uribe Muñúzuri

Pro-Tesorero

Ing. Javier Enrique Callejas

Consejeros

Lic. Roberto David Banchik Rothschild
Lic. David Delgado De Robles De la Peña
Mtra. Ma. Georgina Adame Moreno
Lic. Antonio Jesús Ramos Revillas
Lic. Ma. Genoveva Muñoz Castillo
Sra. Patricia Guadalupe van Rhijn Armida
Mtro. Tomás Granados Salinas
Lic. Irma Gutiérrez Alfaro
Lic. Iván Martín Mozó Ibarra

Director General

Dr. José Alejandro Ramírez Flores

Coordinador de Comunicación

Lic. Jorge Iván Garduño

Holanda 13, colonia San Diego
Churubusco, Coyoacán, 04120,
Ciudad de México
Teléfono: 5688 2011*
E-mail: difusion@caniem.com

* Todos los trabajadores de la CANIEM estamos laborando desde nuestras casas, por lo que nuestra atención será, primordialmente, vía correo electrónico en todas nuestras áreas.

Síguenos en:

 /CamaraEditorial

 @CANIEMoficial