

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

6 Lo que necesitas
saber sobre
EFILIBROS

26 Inauguran FIL
Minería 2026

30 Barcelona distinguió a Marisol
Schulz con la Medalla de Oro al
Mérito Cultural

EDITORIAL

La participación es el eje que da sentido y legitimidad a nuestra vida institucional. Cada voto emitido no es únicamente un acto formal, sino una expresión concreta de corresponsabilidad gremial. Votar implica asumir que las decisiones colectivas nos representan a todos y que el rumbo de la Cámara se construye con la suma de voluntades, experiencia y visión estratégica. Cuando los afiliados participan, la representación se robustece, las resoluciones adquieren mayor fuerza y el Consejo Directivo cuenta con un mandato claro para actuar en nombre del sector.

En todo proceso democrático existen posturas diversas, matices y enfoques distintos sobre los desafíos que enfrenta la industria. Esa pluralidad es una fortaleza. Lo verdaderamente relevante es que, una vez expresadas las posiciones y realizadas las votaciones conforme a nuestros estatutos, prevalezca la unidad institucional. Actuar con responsabilidad implica respetar los resultados, respaldar los acuerdos adoptados y mantener una actitud constructiva orientada al interés superior del gremio editorial.

La Asamblea es, por definición, el espacio donde se articula esa voluntad colectiva. Es el momento para dialogar, deliberar y decidir con visión de futuro. Al participar activamente, reafirmamos que somos un sector organizado, profesional y comprometido con el desarrollo cultural y educativo del país. Reforzamos también nuestra capacidad de interlocución frente a autoridades, aliados estratégicos y la sociedad en su conjunto.

Les invitamos a asistir y participar activamente el **26 de marzo de 2026**, convencidos de que la unidad no es solo un principio, sino una práctica que se construye con presencia, voto y compromiso. En esa suma de esfuerzos seguimos dando dirección, legitimidad y fortaleza a la edición en México.



CANIEM y Bachillerato Nacional fortalecen bibliotecas del Estado de México con más de 3 mil libros



Por SEMS/ Jorge Iván Garduño

Como parte de la Jornada Estatal por la Lectura en Educación Media Superior, la SEMS de Bachillerato Nacional, en conjunto con la CANIEM,

se entregaron 200 paquetes de libros, para bibliotecas, alumnos y docentes, en el plantel CBT 2 Metepec, Toluca, Estado de México.



**GOBIERNO DEL
ESTADO DE
MÉXICO**

Convocatoria Premio Mérito Gremial	03
Banderazo Libros de Texto	05
Lo que necesitas saber sobre EFILIBROS	06
Entrevista Skeelo	10
Calendario de Ferias 2026	16
Tarifas actualizadas Estafeta y FedEx 2026	18
Encuesta CANIEM, uso de IA generativa en la industria editorial mexicana	20
La escritora Elma Correa gana el Premio Biblioteca Breve 2026	21
CONTENIDO	
Penguin Random House celebra su cóctel anual de autores y amigos	24
Inauguran FIL Minería 2026	26
Presentan la FILEY en la Ciudad de México	28
Barcelona distinguió a Marisol Schulz con la Medalla de Oro al Mérito Cultural	30
La OMPI lanzará el Intercambio sobre Infraestructura de Inteligencia Artificial (AIII)	31
Actualización sobre derechos de autor: caso de IA en Estados Unidos	32
¿Quién es el comprador de libros en México?	33
Acciones Sostenibles. Orgullo Deportivo en México: Inclusión, Voluntariado y Sostenibilidad	38

Un total de 3 mil 200 libros repartidos, el Mtro. Diego Echeverría Cepeda, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana refrendó su esfuerzo por la difusión de la lectura, con la repartición de títulos de Inés Arredondo, Efraín Huerta y Abel Hernández.

Para la Nueva Escuela Mexicana "la lectura transforma nuestra realidad" aseguró el Mtro. Miguel Ángel Hernández Espejel, secretario de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación del Estado de México.

Como representante de la Dra. Tania Rodríguez Mora, subsecretaria de Educación Media Superior, acudió Pável Granados Chaparro, director de la Estrategia de Lectura del Bachillerato Nacional, para hablar sobre la importancia de leer, como un vehículo para "abrir puertas insospechadas", por ejemplo un arqueólogo que leyó sobre La Ilíada, buscó y encontró la ciudad de Troya.



Mtro. Diego Echeverría Cepeda. Foto: SEP



**ESTADO DE
MÉXICO**
¡El poder de servir!



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA

PREMIO CANIEM 2026 AL MÉRITO GREMIAL

El Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana instituyó en el año de 1984 el PREMIO CANIEM AL MÉRITO GREMIAL, el cual se otorga a los editores afiliados que, por su militancia y actividades gremiales, han tenido una participación destacada en la consolidación del prestigio y buen nombre de la industria editorial de nuestro país y de la propia Cámara.

Han sido distinguidos con esta presea: José Luis Ramírez Cota (1984), Ángel González Avelar (1985), Jorge H. Flores del Prado (1986), Marcial Frigolet Lerma (1987), Antonio Ruano Fernández (1988), Francisco Trillas Mercader (1989), Carlos Noriega Milera (1990), Luis Fernández González (1991), Javier Ortiz Camorlinga (1992), Gustavo González Lewis (1993), Carlos Frigolet Lerma (1994), Jorge Velasco Félix (1995), Pedro Pablo Pérez-Girón Valdés (1996), Homero Gayosso Ánimas (1997), Jesús Galera Lamadrid (1998), Julio Sanz Crespo (1999), Luis Gerardo Fernández Pérez (2000), Gonzalo Araico Montes de Oca (2001), Jorge Giannetto Fernández (2002), Víctorico Albores Santiago (2003), Ángeles Aguilar Zinser (2004), Fernando Trillas Salazar (2005), Víctor Gonzalo Lemus Domínguez (2006), Antonio Aldo Falabella Tucci (2007), José Ángel Quintanilla D'Acosta (2008), Hugo Andreas Setzer Letsche (2009), José María Trillas Trucy (2010), Juan Luis Arzoz Arbide (2011), Patricia van Rhijn Armida (2012), Carlos Anaya Rosique (2013), Arturo Ahmed Romero (2014), Porfirio Romo Lizárraga (2015), Luis Castañeda Martínez (2016), Sonia Batres Pinelo (2017), Ixchel Delgado Jordá (2018), Patricia López Zepeda (2019), José Ignacio Echeverría Ortega (2020), Roberto David Banchik Rothschild (2021), Nelson Uribe de Barros (2022), Quetzalli de la Concha Pichardo (2023), Rogelio Villarreal Cueva (2024), José María Castro Mussot (2025).

El Consejo Directivo está convencido de que es justo y oportuno dar testimonio público de nuestro reconocimiento a los miembros de la Cámara que, generosamente, han contribuido con sus conocimientos, experiencia y su esforzado trabajo, al mejor cumplimiento de las funciones de la institución. Estamos seguros también de que los afiliados comparten esta convicción.

Por lo anterior, se invita a todos los afiliados a que propongan candidatos para el otorgamiento del PREMIO CANIEM AL MÉRITO GREMIAL, correspondiente al año 2026 y, para tal efecto, se lanza la presente

CONVOCATORIA

B A S E S

- a) El Consejo Directivo enviará oportunamente a todos los afiliados de la Cámara la Convocatoria para el otorgamiento del PREMIO CANIEM AL MÉRITO GREMIAL.
- b) Como fecha límite para la presentación de las candidaturas, se fija el **lunes 9 de marzo del 2026**, inclusive, tomando en consideración que la LXII Asamblea General Ordinaria Anual de Afiliados



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA

tendrá lugar el jueves 26 de marzo del 2026. Todos los afiliados pueden proponer candidaturas y presentarlas por escrito en las oficinas de la Institución: Holanda Núm. 13, Col. San Diego Churubusco, Alcaldía Coyoacán, de esta ciudad o bien enviándolas por correo electrónico a direcciongeneral@caniem.com.

- c) Las propuestas deberán entregarse en sobre cerrado, en el domicilio de la Cámara, **adjuntando el currículum del candidato** y expresando los fundamentos para su candidatura o enviándolas por correo electrónico a direcciongeneral@caniem.com.
- d) No podrán ser propuestos como candidatos al PREMIO CANIEM AL MÉRITO GREMIAL quienes pertenezcan actualmente al Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana o hayan sido miembros de dicho Consejo durante el año inmediato anterior, ni los funcionarios del sector público sectorizado o descentralizado en funciones, como tampoco las personas que hayan recibido este premio anteriormente.
- e) El Consejo Directivo, constituido como Jurado Calificador, llevará a cabo la elección correspondiente, mediante votación secreta.
- f) El fallo del Jurado será inapelable; el Consejo Directivo de la CANIEM podrá declarar desierto el premio.
- g) El Secretario del Consejo Directivo dará a conocer a la LXII Asamblea General Ordinaria Anual de Afiliados el nombre del candidato electo y los merecimientos que fundamentaron la resolución del Consejo Directivo.
- h) La persona premiada recibirá Medalla y Diploma. Su nombre se inscribirá en la ESTELA AL MÉRITO GREMIAL.

Ciudad de México, 17 de febrero del 2026.

Diego Echeverría Cepeda
Presidente

José Alberto Parra García
Secretario

Educación que viaja: banderazo de distribución de libros de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos

 Por Dazel Sarabia

Con la presencia del **Mtro. Mario Delgado Carrillo**, Secretario de Educación Pública, se llevó a cabo el pasado 18 de febrero el banderazo de salida de los Libros de Texto Gratuitos para el ciclo escolar 2026–2027, en el marco del 67 aniversario de la creación de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos.

Las palabras se imprimen en papel, se subrayan en los pupitres y circulan de mano en mano; pero cuando alcanzan dimensión pública, se convierten en memoria colectiva. En México, esa memoria comenzó a institucionalizarse el 12 de febrero de 1959, con la creación de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos, un proyecto de Estado que transformó el acceso al conocimiento y redefinió la equidad educativa en el país.

En esta ocasión, se dio salida a **153.4 millones de ejemplares** que serán distribuidos mediante **3 mil 568 viajes hacia 352 almacenes** en todo el territorio nacional, como parte de una de las operaciones logísticas más amplias del sector educativo mexicano.

La titular de la comisión, **Victoria Guillén Álvarez**, detalló que la estrategia se articula con las autoridades educativas estatales, responsables de garantizar la entrega puntual en cada escuela. Destacó también el componente ambiental del proceso productivo, en el que se utilizaron **mil 955 toneladas de papel reciclado**, reforzando criterios de sostenibilidad en la edición de los materiales.

En materia de inclusión, los nuevos libros se encuentran disponibles en **20 lenguas originarias**, con diez más en proceso de incorporación. Asimismo, se distribuirán materiales en sistema Braille y macrotipo para atender a **13 mil 767 alumnas y alumnos con ceguera o baja visión**, ampliando el alcance efectivo del derecho a la educación.

Este despliegue no solo representa una cifra histórica en términos logísticos; confirma la continuidad de una política pública estructural que, desde hace más de seis décadas, busca asegurar condiciones de equidad en el aprendizaje a lo largo del territorio nacional.

En este contexto, la presencia del **Mtro. Diego Echeverría Cepeda**, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, subraya la importancia del diálogo institucional entre la autoridad educativa y la industria editorial. La colaboración técnica y productiva entre ambos sectores resulta estratégica para fortalecer el ecosistema del libro en México, desde los textos gratuitos hasta la oferta editorial que nutre bibliotecas y espacios de lectura.

La distribución que inicia no es únicamente un operativo logístico; es una afirmación del compromiso del Estado mexicano con la educación pública. Porque las palabras pueden quedar impresas en hojas, pero cuando cruzan carreteras, lenguas y contextos sociales, terminan marcando generaciones enteras.



Mario Delgado. Foto: CANIEM.



Mtro. Diego Echeverría Cepeda (derecha) y Lic. Fernando Revilla (izquierda). Foto: CANIEM.

Lo que necesitas saber sobre EFILIBROS



The banner features a vibrant pink and purple background. On the left, a large white circle contains the text '#EFILIBRO' and '2026'. To the right, the text 'CULTURA SECRETARÍA DE CULTURA' and 'INBAL' are displayed. Below this, the main title 'EFILIBRO 2026' is followed by 'PERIODO DE REGISTRO DE SOLICITUDES: 4 de febrero al 24 de marzo'. At the bottom, it mentions 'Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura' and 'Coordinación Nacional de Literatura'. On the far right, the CANIEM logo is shown above the text 'CANIEM te invita a participar en el programa EFILIBROS, conoce la información básica del programa'.

1. ¿Qué es el programa EFILIBRO y cuál es su objetivo?

EFILIBRO es la vertiente del estímulo fiscal EFIARTES, regulado por el artículo 190 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR), enfocada en la edición y publicación de obras literarias nacionales. Su objetivo es apoyar proyectos de inversión que comprendan las actividades necesarias para llevar a cabo la edición de una obra literaria hasta su publicación, incluyendo su distribución, difusión y comercialización.

2. ¿Quién puede participar como Empresa Responsable del Proyecto de Inversión (ERPI)?

Pueden participar personas físicas o morales cuya actividad preponderante sea la creación, producción, gestión y/o difusión de obras literarias (poesía, ensayo, cuento, novela, crónica, dramaturgia) y las especializadas en arte y cultura. Las personas morales deben estar legalmente constituidas en el país.

3. ¿Qué tipo de obras y proyectos son elegibles?

Se consideran proyectos para la edición y publicación de una o varias obras literarias, siempre que formen parte de un mismo proyecto editorial. Las obras deben ser inéditas, estar escritas en español y pertenecer a los géneros señalados. No podrán participar proyectos relacionados con libros de texto, técnicos, de referencia, académicos, de consulta o de autoayuda. El tiraje mínimo del proyecto debe ser de mil ejemplares.

4. ¿Dónde y cómo se realiza el registro de los proyectos?

El registro de las solicitudes se realiza exclusivamente a través del Sistema en línea ubicado en el portal de internet de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público: <https://www.estimulosfiscales.hacienda.gob.mx>

El registro se valida mediante la Firma Electrónica Avanzada (e.firma) de la empresa responsable.

5. ¿Cuál es el proceso de evaluación del proyecto?

El Consejo de Evaluación de Libro (CE de Libro) del INBAL analiza los proyectos que hayan presentado su documentación completa. Este consejo, integrado por profesionales del ámbito editorial y literario, evalúa los proyectos y emite recomendaciones no vinculantes sobre sus valores literarios, viabilidad técnica y financiera, las cuales son remitidas al Comité Interinstitucional (CIEFIARTES).

6. ¿Cuáles son los criterios principales para la evaluación de un proyecto?

El Consejo de Evaluación analiza los proyectos con base en seis apartados fundamentales:

- A. Valores literarios y editoriales.
- B. Derechos de autor.
- C. Empresa responsable del proyecto de inversión (ERPI) y equipo de trabajo.
- D. Presupuesto.
- E. Esquema financiero.
- F. Difusión, distribución y comercialización del proyecto de inversión.

7. ¿Cómo se evalúan los "Valores literarios y editoriales"?

Este rubro se califica en una escala de 0 a 100 puntos. Para ser considerado viable, el proyecto debe obtener un mínimo de **70 puntos**. La evaluación considera:

- a. La calidad y originalidad de la(s) obra(s) literaria(s) (deben ser inéditas y con técnica gramatical y narrativa sólida).
- b. La trayectoria editorial.
- c. La congruencia entre el proyecto y el presupuesto.
- d. La pertinencia cultural.

8. ¿Qué requisitos debo cumplir en materia de "Derechos de autor"?

La ERPI debe demostrar que posee la titularidad de los derechos. Para ello, debe presentar:

- a. Certificado de registro de la(s) obra(s) ante el INDAUTOR.
- b. Contrato de edición establecido con el autor y/o titulares de derechos (ilustradores, traductores, etc.), registrado ante el INDAUTOR. Si no se tiene el registro al momento de la solicitud, se debe presentar un compromiso de realizarlo una vez autorizado el proyecto.
- c. En caso de traducciones, se debe demostrar la posesión de los derechos de la obra primigenia y presentar el registro de la traducción.

9. ¿Qué restricciones existen sobre el uso de los recursos del estímulo fiscal en el presupuesto?

El presupuesto debe ser congruente con el proyecto y solo incluir gastos imprescindibles. Una restricción clave es que los **gastos del equipo de trabajo** que participa en la edición de la(s) obra(s) **no podrán ser mayores al 50%** del monto del estímulo autorizado. El 50% restante debe destinarse a la publicación, distribución, difusión y comercialización.

10. ¿Qué gastos están expresamente prohibidos cubrir con el estímulo fiscal?

No podrán cubrirse con el estímulo conceptos como:

- a. Gastos retroactivos a la autorización del estímulo.
- b. Honorarios, sueldos o salarios de personas físicas que presten servicios al proyecto y que sean, al mismo tiempo, la propia ERPI.
- c. Gastos propios de la oficina de la ERPI.
- d. Elaboración de la carpeta del proyecto.
- e. Comisiones bancarias.
- f. Honorarios por servicios de gestión para obtener recursos de los contribuyentes aportantes.

11. ¿Qué obligaciones debo cumplir en materia de "Difusión, distribución y comercialización"?

La ERPI debe presentar una estrategia calendarizada que incluya:

- a. Una estrategia específica de promoción y difusión en medios.
- b. Garantizar la salida al público con, por lo menos, **cinco presentaciones editoriales** del libro.
- c. Precisar el público objetivo y segmentarlo.
- d. Detallar la estrategia de distribución, especificando puntos y canales de venta.
- e. Realizar una presentación del libro en un espacio escolar, de la sociedad civil o en un centro de atención a situaciones vulnerables.

12. ¿Existe un límite de proyectos por empresa o beneficiario?

Sí. La ERPI, sus socios y sus partes relacionadas podrán ser beneficiarios del estímulo fiscal con hasta dos proyectos de inversión por ejercicio fiscal.

13. ¿Cuál es el plazo para concluir el proyecto de inversión?

La ERPI debe considerar en su cronograma que la fecha estimada para la conclusión del proyecto (incluyendo las presentaciones editoriales) no deberá exceder de un año posterior al ejercicio fiscal en el que fue autorizado.

Para saber más sobre el programa puede contactar a:

CORDINACIÓN GENERAL DE EFIARTES

Gerardo Eduardo Alba Reyes
Correo: ealba@inba.gob.mx
Tel: 55 1000 5600 ext.4376

ENLACES EFILIBRO

Rosa Guadalupe García Moreno,
Diego Alan Vilchis Rocha
Correo: efilibro@inba.gob.mx
Tel: 55 4738 6300 ext. 6714 y 6733

Más información y registro de proyectos en:

<https://www.estimulosfiscales.hacienda.gob.mx>





EL FUTURO DE LA EDICIÓN IMPRESA EMPIEZA EN EL PAPEL



OFRECEMOS PAPELES CON CERTIFICACIÓN FSC
QUE GARANTIZAN CALIDAD Y CUIDADO AMBIENTAL.
TUS LECTORES DISFRUTAN, LOS BOSQUES RESPIRAN.

ELIGE INNOVACIÓN SUSTENTABLE.

TALLER

Corrección de estilo

TRANSMISIÓN EN LÍNEA



OBJETIVO

Estudiaremos conceptos importantes para el entrenamiento técnico del corrector de estilo, así como temas relativos a su ámbito laboral y su importante participación en el proceso editorial.

TEMARIO

1. La importancia de la corrección en el proceso de edición
2. Nivel de preparación de los correctores
3. Nivel de intervención
4. Las circunstancias laborales
5. Criterios editoriales
6. Tipos de textos
7. Ortografía
8. Puntuación
9. Cualidades de estilo
10. Vicios de lenguaje
11. Lectura de maquetación
12. Relación editor-corrector
13. Aspectos especiales que deben tener la atención del corrector y del editor

FECHAS

23, 24, 30 y 31 marzo, y 1 de abril,
2026

Horario: 17 a 20 hrs.

Duración: 5 sesiones de 3 hrs. c/u
(15 hrs. total)

INVERSIÓN

Afiliados: **\$3,000** (incluye IVA)

No afiliados: **\$3,900** (incluye IVA)



INSTRUCTORA
Liliana V. Bonilla

[VER SEMBLANZA](#)

Contacto: **Leticia Arellano Arriaga**, Coordinadora de Gestión Académica-EDITAMOS

✉ leticia.arellano@editamos.com.mx ☎ 55 7537 8695

   **editamos CIF**

Entrevista con Rodrigo Meinberg, CEO de Skeelo

Por Verónica Foyedo

¿Cómo fueron tus inicios en la industria y qué te llevó en un punto de tu carrera, a decir que era momento de crear algo totalmente nuevo?

Bueno, es curioso Verónica, soy ingeniero, pero mi carrera profesional empieza en el mercado editorial.

Nosotros empezamos haciendo las promociones de los diarios, con los fascículos que salieron en Brasil en el año 93, y lo que fue muy curioso es que se decía que al brasileño no le gustaba leer.

Creo que se dice esto desde que Brasil ha sido descubierto, ¿no? Pero nosotros pusimos los fascículos en un diario por estado en Brasil. Y lo más interesante es que el diario tenía una venta los domingos de cerca de 400 mil ejemplares y con el fascículo se fue a un 1,700,000.

Esto sólo en estado de Sao Paulo. Y esto comprueba que en aquella época el brasileño ya tenía hambre por la lectura, solo no tenía los canales y la distribución, tanto que este movimiento empezó en Sao Paulo pero llegó a todo Brasil.



Entonces mi carrera empieza por el mercado editorial, justamente mirando canales distintos de distribución de libros. Como he comentado, comencé con los diarios, pero también desarrollamos el negocio de venta de libros por Avon, la empresa de venta de productos de belleza para las mujeres. Y lo curioso es que el fundador de Avon empezó justamente vendiendo libros de puerta en puerta, hace 60 y 50 años y le daba de regalo a sus clientes la esencia. Ahí percibió que a las mujeres les gustaba más la esencia y cambió su negocio.

Pero nosotros le llevamos a Avon en principio del año 2000 la idea de vender contenidos de interés masivo a través de su canal de la revista y con precios muy accesibles, porque Avon en Brasil, tenía 1 800 000 vendedoras y sería como 1 800 000 tiendas y Avon se convirtió en el mayor vendedor de libros de Brasil. Tenemos colecciones que vendieron cerca de 30 000 000 de copias y nuevamente, esto comprueba que la lectura es de interés para los brasileños.

Solo fui al mercado digital en el año 2009, soy muy amigo de Paulo Coelho, justamente por que he vendido sus libros por los diarios y después por Avon y Coelho me preguntó al lanzarse el Kindle en Estados Unidos, si era posible poner sus libros en Kindle, y sabíamos muy poco de la tecnología, creo que el Kindle se lanzó 2007 - 2006 más o menos y para autores internacionales empezar en una plataforma nueva como Kindle, en el año 2009 fue un desafío muy grande

Recuerdo que Coelho me llamó justamente en la semana de la FIL y estaba en Guadalajara y me hace el desafío de poner sus libros en Kindle en 5 idiomas. Sólo no teníamos de los principales, el inglés, pero teníamos el español, portugués, francés, alemán. Ahí vendimos muchas copias, al mes vendimos cerca de 50 000 copias en todo el mundo.

Y es en ese momento que miro cómo la tecnología es también un canal interesante para la venta de libros. Ya teníamos los kioscos, teníamos Avon y estábamos empezando en la tecnología.

Pero faltaba el canal de escala, por más que fuera digital, dependíamos de que las personas tuvieran el dispositivo Kindle. Entonces tienes una limitación muy grande y esto en el año 2009 era aún más grave.

Seguimos por muchos años haciendo ePub Hasta que descubrimos el negocio de las operadoras de telefonía celular y ahí tienes una distribución muy masiva y estamos justamente aprovechando este canal.

Bien. Y también pensando un poco en lo que decías recién del Kindle, en esa época, incluso sucedía que eran aparatos muy difíciles de conseguir, que si viajabas a Estados Unidos, tal vez podías tener uno entonces eso segmentaba muchísimo más quienes tenían acceso, ¿no?

Muchísimo. Yo creo que, Verónica, por más que hoy se puede comprar el Kindle en muchas partes del mundo, es un aparato caro, es un segundo device para las personas y al mismo tiempo funciona mucho para los viajes, pero para tener en su casa creo que el lector preferiría leer el libro impreso ¿no? Entonces el Kindle es para un público

muy segmentado, muy elitizado que es el mismo público de las tiendas (librerías). Entonces, estás vendiendo libros para los mismos públicos, solo cambiando la plataforma.

Totalmente y pensando en Skeelo y cómo hoy se puede utilizar la App, que se puede utilizar desde el celular, desde una tablet, con Android con iOS, o sea, no es restrictivo para nada.

Por eso creo que ahí, cuando empezamos en el mercado de telecomunicación en Brasil, con Skeelo fue en el año 2018 justamente estábamos mirando la gran capacidad de distribución que hay. Tenemos en Brasil cerca de 240 millones de conexiones móviles. Estás presente en 100% del territorio nacional, tienes herramientas muy poderosas de comunicación, nosotros recibimos un SMS, un Whatsapp, un correo, todo, entonces tiene una ventaja de comunicación muy poderosa. Al mismo tiempo, estás en la mano de todas las personas todo el tiempo, y es un aparato que cambió muchas industrias.

Si recordamos el celular cuando empezó ha cambiado el... no me recuerdo el nombre, el Bip y este que era el Paired.

El Biper, sí

(El teléfono celular) Cambió la industria de la música que teníamos los discmans y hoy no hay más, cambió la industria de las cámaras digitales, y de alguna forma puede contribuir mucho para la industria del libro, justamente por su poder de distribución y por su poder de comunicación por estar presente en el 100% del día de la población.

Retomando un poquito lo que decías justo hace unos instantes, el principal problema que entonces identificaste en la industria del libro y la lectura que te motivó a crear Skeelo, piensas que tiene que ver justo con esto, pensando en Kindle y en Amazon, que hoy es el principal competidor, como es un modelo restrictivo querías pensar en algo que, justo, puedan tener acceso todas las personas.

Yo creo que sí Verónica, yo creo que el gran problema de la industria editorial (es la distribución). Nosotros tenemos operaciones en 4 países latino México, Brasil, Colombia, Argentina. No tanto en Argentina, pero en México, Colombia y Brasil, el gran problema es la distribución, la distribución por el gusto y por la falta de puntos de venta.

En este sentido, el digital y el teléfono quita este tipo de problema, y esto es muy interesante porque acá en Brasil se dice, como yo hablé en principio, que somos un país de no lectores. Pero en nuestros números del año pasado acumulamos 284 millones de minutos de lectura en Skeelo.



Imagen extraída de: <https://skeelo.rbt.psi.br/>

En un país que se dice que no se lee este es un número muy importante, incluso porque estamos hablando de una población que no tenía el hábito de lectura. Nuestro público no es el mismo público de Kindle, estamos hablando del público joven que muchas veces no tenía el hábito o no tiene la condición de comprar un libro al mes, pero le gusta, tiene sed por la lectura.

Estamos hablando de personas que, de alguna forma, están consumiendo contenido en sus smartphones, pero no está consumiendo libros, muchas veces están mirando redes sociales, están mirando Tiktok, están mirando Youtube. Están con otro tipo de entretenimiento, como el video y la música y nosotros, del mercado editorial, no estamos aprovechando esta oportunidad.

Entonces lo que miramos fue justamente esto. De las 3 formas de consumo de entretenimiento en un smartphone que serían el video, la música y la lectura, dos están muy bien solucionadas con las plataformas digitales internacionales como Netflix, como Spotify. Pero la lectura sigue siendo algo muy elitizado con el Kindle o con aparatos como Kobo. El smartphone da la oportunidad de democratización total del acceso a 100% de la población. Entonces esta fue la idea que al elevar el negocio a las operadoras, se pueden poner los mejores contenidos del mercado con una plataforma de libros en [formato] ebook y audiobook, que completaría la forma de consumo de entretenimiento. Con esto el cliente de una "telco" [empresa de telecomunicaciones] puede consumir una película en Netflix, música en Spotify y una lectura sea en texto o en audio en Skeelo.

El éxito fue fantástico acá en Brasil. Para uno de los clientes que tenemos, que ponen en sus paquetes una serie de ofertas, nosotros somos la plataforma con más engagement y más engagement incluso que soluciones grandes. Perdemos con Netflix y Spotify, pero es cuestión de tiempo, trabajar para posicionar el libro en el mismo nivel de la música y de las películas.

Justo mencionaste algo muy interesante que tiene que ver con Skeelo y una visión muy clara que es democratizar el acceso a la lectura. ¿Cómo crees que se traduce esta frase en la visión diaria de la empresa y en el impacto que buscan generar en la sociedad?

Nuestro propósito, Verónica, es dar acceso a la lectura a la mayor cantidad posible de personas. Y para nosotros el desafío interno es que el equipo consiga los mejores contenidos, cree las mejores experiencias dentro de nuestra aplicación, trabaje muy fuerte el engagement, porque si nosotros queremos crear un público lector hay que trabajar muy fuerte el engagement para que el hábito que nosotros creamos en el momento de

degustación de la primera descarga de la aplicación se fomenta para que este lector siga leyendo nuevos libros.

En nuestro modelo colocamos al mes un libro por cliente, por operadora. Esto significa que un cliente post pago de un plan de telefonía móvil tiene 12 libros al año para su consumo.

Si el cliente lee o escucha 50% de estos libros, estamos hablando de 6 libros al año. Y si tomamos las tasas de lectura de los países latinos estamos hablando, con excepción de Argentina, de menos de 3 libros de lectura al año por habitante. Entonces, yo creo que motivar al equipo interno de Skeelo en seguir innovando, mejorando la experiencia y buscando al menos que 50% de la población, que tiene nuestro beneficio, lea o escuche el 50% de sus libros al año, sería una gran victoria.

Con esto creo que conseguimos insertar el libro en el ecosistema de entretenimiento masivo, y al mismo tiempo, cambiar la cultura y la educación de las próximas generaciones. No creo que vayamos a conseguir cambiar mucho la cultura a corto plazo, pero a mediano plazo sí que los libros tengan un papel esencial y creo que con las telcos es la gran oportunidad que tenemos de reinención de la distribución de los libros.

Y también retomando un poquito lo que decías, que Skeelo logró llevar la lectura a millones de personas en Brasil de una forma inédita. ¿Cómo definirías para la gente que no conoce hoy Skeelo? ¿qué es? En pocas palabras.

Podemos decir que somos un club del libro digital que una vez al mes entregamos un libro para el cliente. Y utilizamos como aliados de distribución principalmente a las telcos. En Brasil tenemos 170 millones de suscriptores de telcos que tiene Skeelo en sus planes. Y esto significa que al mes distribuimos 170 millones de copias.

En México ya tenemos 9 millones de clientes con el grupo Televisa y estamos, de alguna forma, empezando el mismo trabajo. El objetivo que tenemos es estar presente en todas las telcos mexicanas para dar a los mexicanos la misma oportunidad que damos a los brasileños. Al mismo tiempo, la oportunidad para las editoras de cambiar el acceso y la distribución, utilizando el canal digital con un nuevo formato de mercado.

Lo que es interesante es que no estamos, nuevamente, vendiendo para el mismo público que compra los libros físicos, estamos vendiendo para un público que no consume libros, porque es un público que está en los smartphones.

O sea, que se amplía el mercado.

Se amplía el mercado, se fomenta el consumo, se crean nuevos lectores y el más importante es que damos la oportunidad al libro de ocupar parte del tiempo de la vida de las personas frente a otras formas de entretenimiento. Si no estamos listos, creo que cada año la industria se quedará con más dificultades del crecimiento, porque las personas son cada vez más digitales y sobra muy poco tiempo para la lectura en libros físicos. Entonces es una oportunidad para competir de igual para igual con TikTok, con Instagram, con Facebook y con todas estas otras soluciones.

Claro, o sea, competir con la atención que las personas le dan a su celular y a las aplicaciones que tienen.

Justamente esto Verónica, imagina cinco años atrás ninguno de nosotros imaginaba que el Podcast tenía posibilidad de hacerlo, pero hoy la gran mayoría de la población escucha, sigue y lo hace parte del día a día. Yo creo que el libro digital en formato audio tiene la misma oportunidad. Pero si no aprovechamos alguna otra forma de entretenimiento va a ocupar este espacio, nosotros podríamos haber ocupado el espacio del podcast, pero no lo ocupamos.

Esto se conecta con la siguiente pregunta que te quiero hacer. Porque justo tiene que ver con el auge del del audiolibro, ¿cómo lo viste, cómo fue en la región y qué valor le añade al lector poder elegir el formato de su día a día?, pensando en lo que estás diciendo, que el consumidor está eligiendo una app u otra.

Nosotros no tenemos la prepotencia de crear lectores, este es un desafío muy grande y creo que hay que hacer una política de estado en cada uno de los gobiernos. Entonces, desarrollar la lectura en formato de texto es un desafío grande, pero desarrollar el hábito de consumo del libro en formato de audio ya no es tan complicado porque las personas tienen el hábito de escuchar algo en su teléfono.

Entonces, nosotros empezamos en 2019 con ebook solamente con textos y en 2020 sacamos las soluciones de audiobook, y ahora de los 170 millones de clientes que tenemos el audiobook esta presente solo en 13% de nuestra base, pero el año pasado fue responsable por un tercio del tiempo de consumo. Es decir, un 13% de la base ha significado un tercio del tiempo de consumo y creo que este año va a superar el tiempo de escucha en relación con el tiempo de lectura.

Entonces, creo que con el formato digital, el audiobook, es mucho más sencillo tener éxito, traer nuevos lectores, que con el formato texto. No que el formato texto no tenga la oportunidad, la tiene, pero si hay que elegir un formato con más oportunidad de éxito, creo que ese formato es el audiolibro.

Yo me imagino que en ciudades grandes, como puede ser México, o el caso de Brasil, uno a veces pasa mucho tiempo manejando, en el transporte público, y el audiolibro es una opción estupenda, porque uno a veces tiene esos momentos del día que se tiene que trasladar, o bien hacer una rutina en el gimnasio. Hay un montón de momentos en los que uno puede elegir el audiolibro y aprovechar ese tiempo.

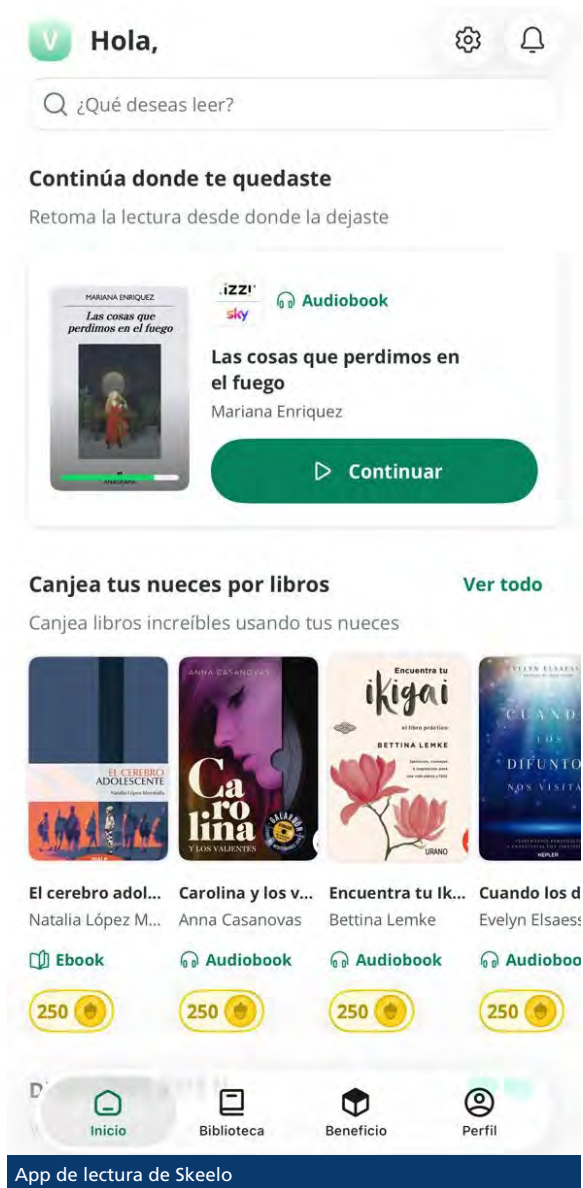
Exactamente porque la lectura de un libro en texto requiere quedarse quieto, en silencio, solo haciendo la lectura. En cuanto que el audiobook se puede escuchar haciendo otras cosas. Nosotros acá en Brasil ya tenemos acuerdos con la mayor sede de gimnasios. Y la idea que presentamos para esta compañía es que cuando las personas están haciendo sus ejercicios. ¿por qué no dar la oportunidad de estar escuchando un audiobook en la estera, en la bici, etc. Ahí insertamos el libro como otra oportunidad de consumo de contenido.

También tenemos un cliente que es un sistema de pago de peaje y nosotros incluimos junto con la su suscripción de este sistema un audiobook por mes.

Y por qué un audiobook por mes en un sistema de peaje, porque las personas que están manejando pueden tener la oportunidad de estar consumiendo un libro dentro de su coche. Esto es un canal que no había para la industria editorial hace 3 o 4 años y que se puede convertir en un canal muy potente en países latinos.

El mercado americano (Estados Unidos) ya tiene el hábito de consumir, desde la cinta del Cassette, el americano ya escuchaba mucho. Pero el brasileño y los latinos no, pero con el formato de audiobook en el smartphone se puede escuchar dentro de su coche o cómo tú has comentado, en el transporte público o en una serie de momentos de la vida.

Exacto y la verdad, es que es estupendo. Yo creo que también es darnos a nosotros mismos la posibilidad de disfrutar de un libro en momentos así y aprovechar ese tiempo.



Rodrigo quiero preguntarte algo cambiando un poco de tema que tiene que ver con la empresa, los logros. Skeelo ha sido reconocida por su solidez y su compromiso social, y cuenta con el sello B y a su vez fue reconocida como Great Place to Work, entre otros galardones. Y quería saber cómo te aseguras de que esta cultura de propósito y responsabilidad social se mantenga viva mientras la empresa se expande a nuevos mercados, como puede ser México.

Este es un gran desafío Verónica, porque somos una industria que de alguna forma, un poco, queda obsoleta en inversiones de procesos de tecnología. Tenemos como principal insumo el papel, que es una fuente que hay que tener mucho cuidado de dónde viene, si está preservando el medio ambiente. Entonces lo que pasó en nuestra iniciativa fue bueno, si somos una empresa de tecnología que no consumimos árboles, que no utilizamos productos químicos, que no tenemos transportes como camiones, ¿por qué no buscar el sello de reconocimiento de las Naciones Unidas de una empresa que se preocupa por el medio ambiente?, este sello de impacto B es un sello que para conseguirse se pasa por un proceso muy largo en el que hay que comprobar que se preserva el medio ambiente, que tienes las mejores prácticas en relación a esto.

Entonces nosotros no solo no consumimos productos químicos, sino que también compramos créditos de carbono para compensar el consumo de carbono de todo el proceso digital que utilizan los servidores y los colaboradores con sus laptops, que son sus herramientas de trabajo. Y al mismo tiempo, hay que preservar, hay que hacer un trabajo social y los libros cumplen un papel social muy importante, y hay que tener una política de gobernanza también muy severa con mucho control.

En Brasil tenemos, creo, 350 compañías de todos los sectores que son certificadas, pero del mercado editorial la única es Skeelo. Y el proceso se va a llevar a México también. Ttenemos una preocupación muy fuerte con esto y toda la cultura de la dirección de Recursos Humanos está diseñada sobre este pilar, de hacer un trabajo social muy importante, un trabajo de medio ambiente muy importante, un trabajo de distribución muy importante y tener una relación con nuestros clientes, con nuestros aliados que son las editoriales también muy, muy controlado y con un compliance muy elevado.

Sí, entiendo, te refieres a que la cadena de valor esté equilibrada, así como Skeelo tiene su sello B, que también el resto de los stakeholders con quienes tiene vínculos sea de esa manera. Y eso es muy importante y valioso.

Y Rodrigo, acerca del mercado Mexicano, pensando que Skeelo se consolidó en Brasil, es un caso de éxito inminente, ¿Qué oportunidades o bien desafíos particulares ves en el mercado mexicano? ¿por qué crees que México es el siguiente paso estratégico para la expansión de Skeelo?

Es una cuestión en primer nivel de números ¿no? De Latinoamérica, Brasil tiene la mayor población, el segundo país es México. Tenemos los mismos problemas, que es el problema de países muy grandes, países continentales, que no tienen una presencia de librerías masivas en toda la ciudad. Al mismo tiempo, somos países en desarrollo, donde las personas buscan adquirir mucho conocimiento. Son países donde las telcos (empresas de telecomunicación) tienen una penetración muy interesante, la cultura es muy parecida, entonces es un proceso natural identificar a México como un país a estar presentes, de la misma forma que también identificamos a Argentina y Colombia. Son los 4 países más grandes de Latinoamérica y por eso usamos una estrategia de empezar por Brasil, después por México, después por Argentina y, por último, por Colombia, pero también estamos desarrollando otros países. Yo creo que para México la oportunidad es muy potente, no solo para nosotros sino también para las editoriales y también para los mexicanos. Y, al mismo tiempo, para las políticas públicas de inclusión del libro como un entretenimiento más presente en la vida del mexicano.

Totalmente. La verdad es que sí, las similitudes entre Brasil y México son muy grandes.

Hay un punto también interesante. Nuestros clientes, los clientes de las telcos ya están presentes en México, tenemos el Grupo Telcel, con la marca Claro, es el cliente más grande de Skeelo en Brasil y es la operadora más grande en México. Tenemos el Grupo Telefónica que está en México como Movistar. Entonces también hay una cuestión de ya estar presente dentro de estos grandes grupos económicos.

Exacto, justo lo que tiene de interesante este modelo de negocio es llegar a través de las telcos, y eso garantiza la llegada a más personas, o sea, poder cubrir el territorio. Y la verdad, que es algo que antes no existía, poder llegar con una aplicación, con un libro, a todo el territorio, a todo Brasil, justamente por las limitaciones que nos comentabas.

Sí, y es un cambio también de pensamiento, Verónica, el negocio de las librerías es un negocio de poco volumen con mucho margen. El negocio de las Telcos es un negocio de poco margen, pero con mucho volumen. Hay que escoger cuál de los 2 caminos un empresario estás buscando. Nosotros pensamos que para tener una perpetuidad de un negocio hay que estar sobre el gran volumen y poco margen, porque ahí son mucho más personas consumiendo tu negocio, tu producto.

Entonces, este fue un trabajo arduo de convencimiento del mercado editorial para de alguna forma aceptar nuestro negocio. Pero ahora tenemos acuerdos con las grandes editoriales, con Penguin, con Urano, con Planeta con el Fondo, y queremos dar la oportunidad a todas las editoriales de estar con nosotros.

Y eso es muy importante también, que el contenido sea diverso y, en este caso, poder tener acuerdos con la mayor cantidad de editoriales y que se puedan difundir sus libros.

Exactamente.

Considerando hoy que nos encontramos en este espacio de CANIEM, considerando que hoy estás frente a los líderes de la industria editorial mexicana, que están conectados. ¿qué mensaje te gustaría transmitir a esta audiencia?, ¿qué mensaje central te gustaría transmitir? Sobre cómo Skeelo puede ser un socio para impulsar la lectura en el país.

Bueno, voy a hacer una provocación, Verónica, es un poco polémico. El primer punto es que tenemos que dejar de decir que somos países de no lectores. Imagino que en México también se dice mucho. Si nosotros, si los propios stakeholders del mercado propagamos este tipo de información, perjudica mucho el desafío de ha-

cer nuevos lectores, porque si decimos que lo que nosotros ofrecemos es algo que las personas no quieren, ¿cómo vamos a hacer que más personas consuman lo que tenemos? Entonces, yo creo que esta es una primera provocación que me gustaría dejar para los stakeholders mexicanos, y es algo que ya estoy diciendo acá en Brasil, desde hace tiempo y que incluso estamos haciendo un trabajo muy fuerte con la Cámara Brasileña del Libro para divulgar los datos, para cambiar esta imagen. No vamos a ser victoriosos frente a Netflix, frente a Spotify, frente a Youtube o cualquier otra de las plataformas si seguimos con este discurso de decir que a las personas no les gusta lo que vendemos. Este es el primer gran desafío.

El segundo gran desafío, también es una provocación. Sabemos que la industria editorial es muy conservadora frente a las innovaciones y aquí comento un poco el caso de Brasil. En Brasil tenemos cerca de 450 a 500 mil títulos activos en mercado, títulos impresos, que se comercializan. De estos, 200 mil están en formato de Ebook, o sea, hay una diferencia muy grande de editores, de autores, de agentes que no miran el digital como un canal, como una oportunidad de consumo de sus contenidos. De estos 200 mil no debe de haber más de 10 mil en formato audiobook.

¿Y por qué tenemos esto? A ellos (los editores) les gusta mucho hacer la conversión de un ebook en audiobook. Pero tenemos una gran oportunidad, que es el uso de la inteligencia artificial, no para todos los contenidos, pero para una parte de los contenidos y respetando todos los acuerdos de derechos autorales.

Hay que permitir el uso (de la inteligencia artificial) porque nunca será posible convertir todo el acervo del libro producido en audiobook sin el uso de la inteligencia artificial, y si no tenemos los libros en formato audiobook estamos perdiendo la oportunidad de consumo de lectores a los que les gusta el formato audio, estos clientes, estos lectores van a escuchar podcast, no va a escuchar un libro. Entonces yo creo que la provocación es: ésta es una industria que precisa mirar la tecnología como un gran aliado de su negocio y no como una amenaza, porque si vamos a partir en principio de que la tecnología, antes incluso de la inteligencia artificial, es un enemigo del negocio y además no gustamos de lo digital, es mejor cerrar el negocio, porque el digital va a matar a todos los formatos, hay que aprovechar la oportunidad, es eminente. Entonces, cuando voy a los grandes eventos y escucho este tipo de cosas, me incomoda muchísimo porque son personas con un pensamiento muy pequeño, que no están pensando en las próximas generaciones, en la continuidad de su negocio, porque si su negocio no cuenta con la tecnología, es un negocio que tiene fecha de caducidad.

No es que el libro impreso se va a eliminar, pero se va a ir quitando el hábito del consumo (de este formato), entonces yo creo que una provocación sería también mirar cómo la tecnología ayuda a fomentar el consumo de los libros. No es una competición, es una herramienta en pro del consumo.

Claro como un aliado y no un enemigo.

Exactamente, quiero invitar a los editores que están acá a conocer más de Skeelo, a contactar con nuestro equipo para que podamos mirar cómo podemos trabajar juntos para los mexicanos, los colombianos, los argentinos, los brasileños, y en todo el mercado donde estamos presentes.

Muchísimas gracias.



CLUB DE EDITORES

HISTORIA, EVOLUCIÓN Y FUTURO

Panel Intergeneracional

JUEVES
12 de marzo

Asamblea: **13:00 hrs.**
Comida: **14:30 hrs.**

Club de Industriales Polanco

EX PRESIDENTES INVITADOS:



Francisco Flores



Ramón Sordo



Alejandro Espinosa



Mireya Cuentas



Lander Trillas



Modera:
Fernando Revilla
Presidente del Club de Editores

Reserva:  55 1394 2131

Patrocinadores





CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA

2026 CALENDARIO DE FERIAS

	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
FIL MINERÍA	20 - 1										
FERIA DEL LIBRO DE LONDRES		10 - 12									
50ª FERIA NACIONAL DEL LIBRO UASLP		13 - 22									
FILIAZ		13 - 22									
FILEY		14 - 22									
FENALI BUAP		20 - 29									
FERIA DEL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL DE BOLOGNA			13 - 16								
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BOGOTÁ			21 - 4								
50ª FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BUENOS AIRES			23 - 11								
FIESTA DEL LIBRO Y LA ROSA			23 - 26								
FILC COAHUILA			24 - 3								
FILC LAGUNA				8 - 17							
3ª FERIA DEL CLAUSTRO INFANTIL Y JUVENIL				14 - 16							
FILU UNIVERSIDAD VERACRUZANA				22 - 31							
85ª FERIA DEL LIBRO DE MADRID				29 - 14							
4ª FERIA ESTATAL DURANGUENSE DEL LIBRO					12 - 21						
2ª FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PUEBLA					26 - 5						
FIL POLITÉCNICO											
5º MAGNO REMATE DE LIBROS DE GUADALAJARA						24 - 2					
FERIA DEL LIBRO DE ZACATECAS							21 - 29				
FILUNI UNAM							25 - 30				
FUL PACHUCA							28 - 6				
FILAH								17 - 27			
FILL MORELIA								25 - 4			
FIL ZÓCALO									9 - 18		
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE FRANCFORT									7 - 11		
FIL MONTERREY									10 - 18		
8ª FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO CIUDAD DE NUEVA YORK									21 - 25		
FESTIVAL DE LAS LETRAS VIVAS 2026									23 - 2		
FELICH CHIHUAHUA									24 - 1		
FIL GUADALAJARA										28 - 6	

ROSALBA ESPINOSA

Coordinadora de Ferias Nacionales

557823 8002 dto. y 555688 2011 ext. 725

ferias@caniem.com

Ferias Nacionales

Ferias Internacionales

Operadas por la CANIEM

Taller de Creación literaria

TRANSMISIÓN EN LÍNEA



OBJETIVO

A través del estudio de ciertos elementos que construyen una obra literaria, el alumno escribirá al menos un texto de su propia creación.

REQUISITO

En el caso de las clases en línea: mantener la cámara abierta, ya que las clases son muy participativas.

TEMARIO

1. La voz narrativa para tus primeras líneas: memoria.
2. El personaje. Selección de una historia o personaje que nos servirá de eje para trabajar.
3. Espacio.
4. Atmósfera.
5. Cierre: presentación de textos finales

FECHAS

23, 27, 28, 29 y 30 de abril, 2026

Horario: 18 a 20 hrs.

Duración: 5 sesiones de 2 hrs. c/u
(10 hrs. total)

INVERSIÓN

Afiliados: **\$2,200** (incluye IVA)

No afiliados: **\$2,800** (incluye IVA)



INSTRUCTOR
Liliana V. Bonilla

[VER SEMBLANZA](#)

Contacto: **Leticia Arellano Arriaga**, Coordinadora de Gestión Académica-EDITAMOS

✉ leticia.arellano@editamos.com.mx ☎ 55 7537 8695

   **editamos CIF**



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

Ciudad de México, 19 de enero de 2026

Estimado afiliado y adherente:

Con la finalidad de mantenerle informado sobre los beneficios que tiene al pertenecer a la CANIEM, le comunicamos las actualizaciones en los beneficios del servicio de mensajería y paquetería Estafeta.

Las nuevas tarifas tendrán vigencia del 1° de enero al 31 de diciembre de 2026 y sustituyen a las actualmente vigentes.

DIA SIGUIENTE CONSUMO AMPARA 1 KILO								
ZONA	ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3	ZONA 4	ZONA 5	ZONA 6	ZONA 7	
GUIA	\$ 147.48	\$ 162.65	\$ 183.32	\$ 206.34	\$ 240.26	\$ 269.73	\$ 300.69	
CARGO POR COMBUSTIBLE	\$ 28.91	\$ 31.88	\$ 35.93	\$ 20.51	\$ 23.88	\$ 26.81	\$ 29.89	
PRECIO DE GUIA ANTES DE IVA	\$ 176.39	\$ 194.53	\$ 219.25	\$ 226.86	\$ 264.14	\$ 296.54	\$ 330.58	
SOBRE PESO	\$ 33.44	\$ 36.60	\$ 49.46	\$ 109.07	\$ 120.50	\$ 130.19	\$ 133.53	
CARGO POR COMBUSTIBLE DE SOBRE PESO	\$ 6.55	\$ 7.17	\$ 9.69	\$ 10.84	\$ 11.98	\$ 12.94	\$ 13.27	
COSTO SOBREPESO ANTES DE IVA	\$ 39.99	\$ 43.78	\$ 59.16	\$ 119.91	\$ 132.47	\$ 143.14	\$ 146.80	

TERRESTRE CONSUMO AMPARA 5 KILOS								
ZONA	ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3	ZONA 4	ZONA 5	ZONA 6	ZONA 7	
GUIA	\$ 140.59	\$ 155.75	\$ 176.43	\$ 186.07	\$ 210.89	\$ 231.56	\$ 253.62	
CARGO POR COMBUSTIBLE	\$ 27.56	\$ 30.53	\$ 34.58	\$ 36.47	\$ 41.33	\$ 45.39	\$ 49.71	
PRECIO DE GUIA ANTES DE IVA	\$ 168.15	\$ 186.27	\$ 211.01	\$ 222.54	\$ 252.23	\$ 276.95	\$ 303.33	
SOBRE PESO	\$ 8.40	\$ 10.13	\$ 14.76	\$ 18.26	\$ 20.29	\$ 22.76	\$ 23.99	
CARGO POR COMBUSTIBLE DE SOBRE PESO	\$ 1.65	\$ 1.99	\$ 2.89	\$ 3.58	\$ 3.98	\$ 4.46	\$ 4.70	
COSTO SOBREPESO ANTES DE IVA	\$ 10.05	\$ 12.12	\$ 17.66	\$ 21.84	\$ 24.27	\$ 27.22	\$ 28.69	

Metropoli 20 Kilos	
GUIA	\$61.85
CARGO POR COMBUSTIBLE	\$11.75
PRECIO DE GUIA ANTES DE IVA	\$73.60

SOBREPESO	\$2.95
CARGO POR COMBUSTIBLE DE SOBRE PESO	\$0.58
PRECIO DE SOBREPESO ANTES DE IVA	\$3.53

Las tarifas no incluyen IVA.

Para cualquier duda o trámite relacionado con este servicio, no dude en contactar a Hilda Prado al correo serviciosafiliados@caniem.com o al teléfono 55 5688 2011 ext. 704.

Cordialmente,

Mtro. Antonio Rafael Alonso González
Director General
Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

Ciudad de México, 9 de julio de 2025

Estimado afiliado y adherente:

Con la finalidad de mantenerle informado sobre los beneficios que tiene al pertenecer a la CANIEM, le comunicamos las actualizaciones en los beneficios del servicio de mensajería y paquetería FedEx®.

Las nuevas tarifas tendrán vigencia del 1° de julio de 2025 al 31 de diciembre de 2026 y sustituyen a las actualmente vigentes.

❖ FedEx Nacional Económico (XS):

Servicio	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6	Zona 7	Zona 8
FedEx Nacional Económico								
Sobre	\$ 82.27	\$ 108.44	\$ 108.44	\$ 108.44	\$ 168.30	\$ 168.30	\$ 168.30	\$ 168.30
Paquete (1-15 kg)	\$ 97.07	\$ 127.98	\$ 127.98	\$ 127.98	\$ 198.56	\$ 198.56	\$ 198.56	\$ 198.56
Add. Kilo	\$ 5.47	\$ 5.96	\$ 5.96	\$ 5.96	\$ 7.45	\$ 7.45	\$ 7.45	\$ 7.45

❖ FedEx Nacional Día Siguiente (SO):

Servicio	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6	Zona 7	Zona 8
FedEx Nacional Día Siguiente								
Sobre	\$ 88.84	\$ 125.06	\$ 125.06	\$ 278.50	\$ 278.50	\$ 278.50	\$ 278.50	\$ 278.50
Paquete (1-15 kg)	\$ 88.84	\$ 147.57	\$ 147.57	\$ 328.63	\$ 328.63	\$ 328.63	\$ 328.63	\$ 328.63
Add. Kilo	\$ 16.00	\$ 16.60	\$ 16.60	\$ 26.98	\$ 26.98	\$ 34.48	\$ 34.48	\$ 37.47

Para el servicio internacional.

Descuentos preferenciales

Exportación 50% para paquetes menores a 68 kg.

Importación 40% para paquetes menores a 68 kg.

Para este acuerdo se otorga el 50% de descuento para exportación carga económica y prioritaria (IEFS / IPFS). Carga superior a 68 kg.

Aplica sobre tarifa publicada vigente, servicio económico y prioritario internacional.

Asimismo, el cargo por concepto de combustible cuenta con un descuento del 100%, por lo que no será aplicado durante el periodo de vigencia señalado.

Las tarifas no incluyen IVA.

Para cualquier duda o trámite relacionado con este servicio, no dude en contactar a Hilda Prado al correo serviciosafiliados@caniem.com o al teléfono 55 5688 2011 ext. 704.

Cordialmente,

Mtro. Antonio Rafael Alonso González
Director General
Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

¿La industria editorial mexicana está liderando la adopción de IA o reaccionando a ella?



DESCUBRÁMOSLO JUNTOS

Si trabajas en el sector editorial, participa en la encuesta y ayúdanos a entender cómo la IA va a influir en nuestros procesos y el futuro del libro

RESPONDE AQUÍ:

<https://forms.gle/TdNwkDTyo7omEQyo7>



Estimada comunidad editorial:

La inteligencia artificial ya está transformando los procesos editoriales. Queremos saber cómo se está viviendo este cambio en tu organización.

La CANIEM, a través del Foro de Innovación Editorial, te invita a participar en un estudio nacional sobre el uso de IA generativa en la industria editorial mexicana. Tu experiencia —ya sea que uses IA, lo estés pensando o no pienses hacerlo— es clave para construir un diagnóstico real del sector y orientar futuras acciones, contenidos y apoyos.

Responder te tomará solo 10 minutos.
La encuesta es totalmente confidencial y anónima.
Disponible hasta el 3 de abril de 2026.

Participa aquí:
<https://forms.gle/TdNwkDTyo7omEQyo7>

Si ya respondiste la encuesta, te agradeceremos compartirla con colegas de tu organización o del sector. Entre más voces participen, más representativo y útil será el diagnóstico para toda la industria.

Tu voz ayudará a que las decisiones del sector se basen en información concreta y representativa.

Gracias por tu colaboración,

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM)
Foro de Innovación Editorial.

La escritora Elma Correa gana el Premio Biblioteca Breve 2026 con su novela *Donde termina el verano*

 Con información de Grupo Planeta

Nos llena de orgullo anunciar que el jurado del **Premio Biblioteca Breve 2026** ha concedido el galardón a la escritora mexicana **Elma Correa** por *Donde termina el verano*. La novela es un poderoso relato sobre una amistad marcada por el peso de un secreto compartido y, al mismo tiempo, un retrato profundo de una comunidad en la frontera entre México y Estados Unidos: un territorio atravesado por la precariedad y la violencia, donde la lealtad y los códigos propios se imponen incluso por encima de la ley.

Cada convocatoria del Premio Biblioteca Breve es, ante todo, un ejercicio de escucha. Leer más de un millar de manuscritos supone asomarse a un coro de voces que, desde geografías, edades y tradiciones distintas, dan forma narrativa a las preguntas de nuestro tiempo.

La presente edición ha alcanzado una cifra récord de **1.218 manuscritos**, un dato que confirma la capacidad de convocatoria de un premio que, desde 1958, ha sido un referente para la literatura en lengua española. Algo más de la mitad de los originales proceden de España, mientras que una parte muy significativa llega desde Latinoamérica, reafirmando el carácter transatlántico de un galardón que sigue siendo un lugar de diálogo y reconocimiento entre tradiciones literarias diversas.

En cuanto a los géneros y temáticas, esta convocatoria consolida algunas líneas ya reconocibles —la novela policíaca, la autoficción, la metaficción—. Se aprecia un aumento de novelas que revisitan hechos históricos a través de elementos fantásticos; relatos centrados en la salud



Elma Correa recibiendo el Premio Biblioteca Breve 2026. Foto: Grupo Planeta

mental; relecturas de los clásicos desde perspectivas inéditas, y narraciones protagonizadas por personajes que cuestionan su género o su lugar en el mundo. Incluso seis años después, la pandemia sigue proyectando su sombra sobre el imaginario literario. En este contexto, el jurado del Premio Biblioteca Breve 2026 ha concedido el galardón a *Donde termina el verano*, de Elma Correa, el poderoso relato de una amistad lastrada por el peso de un secreto compartido, pero también el retrato de una comunidad en la frontera de México con Estados Unidos: un territorio marcado por la precariedad y la violencia, donde la lealtad y los códigos compartidos se sitúan por encima de la ley. Celebramos de manera muy especial que el premio recaiga este año en una autora mexicana, y que lo haga con una obra que dialoga de forma natural con el imaginario narrativo latinoamericano, y que incorpora a la vez una mirada propia y profundamente contemporánea.

Estamos convencidos de que *Donde termina el verano* encontrará un lugar duradero en el corazón de los lectores y de que Elma Correa inicia, con este reconocimiento, un recorrido literario que dará mucho que leer y celebrar.





GrupoEspinosa

Tradición e innovación

Somos servicios integrales de **impresión**
con más de 70 años de experiencia.



CONOCE MÁS

TALLER

Creación de eBook interactivo (maquetación fija)

TRANSMISIÓN EN LÍNEA



INTRODUCCIÓN

El curso pretende brindar a los participantes las habilidades y herramientas necesarias para comunicarse eficazmente con un editor en un proyecto de diseño

OBJETIVO

Los participantes serán capaces de establecer objetivos claros, planificar y seguir el progreso del proyecto, utilizar herramientas de colaboración en línea, establecer un protocolo de comunicación efectivo, trabajar con el editor para lograr un equilibrio entre contenido y diseño, resolver conflictos y evaluar y mejorar la calidad de la comunicación.

ORIENTADO A

Directores de arte, creativos, diseñadores, formadores, editores y correctores

TEMARIO

- Programas adicionales
- Estructura interna de un ePub 3
- Audio y video
- Animaciones e Interactividades
- Enlazar animaciones
- Timing
- Añadir páginas HTML adicionales con efectos
- Cajas de texto con efecto Scroll
- Libros multilingüajes
- Añadir archivos JavaScript
- Tablas de contenido
- Exportación desde Book
- Orden de los pliegos
- Orientación del libro
- Comics y Manga para Amazon
- Creación de capítulo de proyecto personal (real)

FECHAS

9, 10, 11, 12, 16, 17, 18 y 19 de marzo 2026

Horario: 18 a 20 hrs.

Duración: 8 sesiones de 2 hrs. c/u
(16 hrs. total)

INVERSIÓN

Afiliados: **\$3,200** (incluye IVA)

No afiliados: **\$4,100** (incluye IVA)



INSTRUCTOR

Alejandro Ramírez
Monroy

[VER SEMBLANZA](#)

Contacto: **Leticia Arellano Arriaga**, Coordinadora de Gestión Académica-EDITAMOS



leticia.arellano@editamos.com.mx



55 7537 8695



editamos CIF

Penguin Random House celebra su cóctel anual de autores y amigos: balance 2025 y retos para 2026

Con información de: Penguin Random House Grupo Editorial

El pasado 11 de febrero, en el marco del cóctel anual de autores y amigos de Penguin Random House Grupo Editorial, Roberto Banchik, CEO de la compañía, compartió un balance del comportamiento del mercado editorial en 2025, los resultados de la editorial en ese contexto y los principales retos y oportunidades que identifica para 2026 y los próximos años.

En su mensaje, Roberto Banchik señaló: *“Son varios los temas sobre los que quisiera hablarles hoy: primero, cómo se desempeñó el mercado editorial el año pasado y cómo nos fue a nosotros en él y, segundo, cuáles son los tres o cuatro retos que veo relevantes de cara al año que empieza y los siguientes años.”*

Sobre el mercado editorial en 2025, destacó: *“Sin duda fue un año atípico en términos de ventas. Durante los primeros ocho o nueve meses, en línea con el comportamiento de la economía nacional, el mercado mostró una desaceleración y una contracción frente a 2024, tendencia que venía gestándose desde finales de ese año y que se profundizó hasta septiembre.”*

“A partir de entonces, nuevamente siguiendo a la economía del país, las ventas se aceleraron y el cierre del año fue positivo para la industria editorial y para la mayoría de las editoriales, con excepción de nuestra principal competencia. En conjunto, el mercado formal de libros físicos en México creció 4% en unidades y 7% en pesos respecto a 2024. Nosotros también crecimos: 4.5% en unidades y 7% en valores, un resultado sólido en un contexto en el que la economía nacional avanzó menos del 1% en 2025.”

Banchik subrayó características del mercado editorial mexicano: *“Nuestro mercado es fundamentalmente de libros de no ficción, entre los que predominan los libros de género de autoayuda, superación personal, negocios, historia, ensayo e investigación periodística. La no ficción en México representa el 51% de la venta total de libros. Sin embargo, su peso ha caído un poco en los últimos años, de 51% en 2021 al 48% ahora.”*

En materia de formatos, indicó: *“¿Y en qué formato leen los mexicanos? En papel. En México más o menos*



Roberto Banchik CEO de Penguin Random House Grupo Editorial. Foto: PRHGE



La noche se vivió con mucha emoción. Foto: PRHGE

el 95% de los libros que se venden formalmente son físicos en papel y sólo el 5% son libros digitales. Y entre estos, lo que más se descarga en nuestro país son los audiolibros, casi el doble que los eBooks.”

De cara a 2026 y los años por venir, habló de “los riesgos y oportunidades” e hizo énfasis en la piratería: *“Diferentes estudios estiman que de cada diez libros que se venden formal o informalmente en el país, cinco o seis libros son pirata, libros físicos pirata, desde esta trinchera, seguiremos insistiendo para que se combata la piratería*

y la seguiremos persiguiendo, sobre todo la piratería digital, con las herramientas tecnológicas que tenemos a nuestro alcance.”

También informó: “Hace unos años demandamos al Fondo de Cultura Económica por piratería de Estado y con mucho gusto les comunico que ganamos esa demanda y el Fondo ahora está obligado a resarcir el daño. Estamos esperando que el funcionario público que lo dirige acate la resolución del juez.”

Asimismo, se refirió a la presión contra medios y a procesos legales: “El año pasado, como en ningún otro año, fuimos sujeto de una avalancha de demandas legales que no buscan otra cosa más que ahogar a la editorial en procesos judiciales o intimidar para que cejemos en la publicación de nuestros libros de investigación periodística y denuncia social.”

Banchik reiteró su postura: “En Penguin Random House defenderemos siempre la libertad de expresión y de publicación, la libertad de información y de lectura, tanto en México como en todo el mundo donde publicamos. Nuestra misión es simple y profunda: defender la pluralidad y la diversidad de voces. Los invito a que defendamos juntos la libertad de expresión, de acceso a la información, la libertad de publicación y lectura para construir un país y una sociedad mejores.”

En temas de diversidad, equidad e inclusión, expresó: “Como editorial y como empresa, asumimos con seriedad la defensa de la diversidad, la equidad y la inclusión: seguiremos publicando con orgullo libros que reflejen la pluralidad de culturas, religiones, identidades, géneros, razas e ideas, siempre desde el respeto y la civilidad, frente a un mundo donde preocupan el avance del chovinismo, la xenofobia y la exclusión.”

Finalmente, abordó “la inteligencia artificial”: “El principio bajo el cual trabajamos con la inteligencia artificial en la editorial es claro: todo lo que hacemos debe comenzar con un ser humano y debe terminar con un ser humano. Hoy ya utilizamos inteligencia artificial en diversos procesos, por ejemplo en el análisis de información y como fuente de inspiración creativa para la promoción y la mercadotecnia. Seguiremos explorando y experimentando con ella, siempre bajo la premisa de que es un complemento y no un sustituto, una herramienta y no un producto final, un apoyo y no un obstáculo.”

Para cerrar, agradeció a los asistentes: “Termino agradeciendo a todas y todos que se hayan tomado el tiempo de venir aquí para acompañarnos y celebrar juntos un año más de vida, de éxitos, de emociones, de retos y de cariño... Gracias de verdad por formar parte de esta familia en Penguin Random House. ¡Salud!”



Autores de esta casa editorial disfrutaron enormemente. Foto: PRHGET



Escritores, editores y colaboradores de PRHGE compartieron buenos momentos. Foto: PRHGE



Un evento lleno de emociones que cada autor invitado compartió. Foto: PRHGE

Inauguran FIL Minería 2026

Refrenda su compromiso con la lectura y la cultura
Con información de [vertigopolitico.com](https://www.vertigopolitico.com)

La Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería inauguró este viernes su 47.ª edición, consolidándose como uno de los eventos editoriales y culturales más relevantes del país.

El Salón de Actos del Palacio de Minería fue la sede de la ceremonia de inauguración, donde se contó con la presencia del Dr. Leonardo Lomelí Vanegas, Rector de la UNAM; la Lic. Clara Brugada Molina, Jefa de Gobierno de la Ciudad de México; el Dr. José Antonio Hernández Espriú, Director de la Facultad de Ingeniería; Mercedes Alvarado Miranda, Directora de la FIL del Palacio de Minería; el Lic. Froylán Gámez Gamboa, Secretario de Educación y Cultura; el Dr. Luis Armando González Placencia, Secretario General Ejecutivo de la ANUIES; la Dra. Patricia Dávila Aranda, Secretaria General de la UNAM; el Dr. Joel Enrique Espejel Blanco, Director de Vinculación y Extensión de la Universidad de Sonora y el Mtro. Diego Echeverría Cepeda, Presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM).

En su mensaje de bienvenida, el Director de la Facultad de Ingeniería de la UNAM, José Antonio Hernández Espriú, subrayó que esta Feria representa una celebración en torno al libro, la lectura y la cultura. Enfatizó que en la Facultad de Ingeniería, y particularmente a través de la FIL Palacio de Minería, abrazamos nuestra tradición y miramos hacia el futuro para robustecer juntos este espacio de encuentro en el que tienen cabida todas las voces, todas las propuestas, todos los formatos y todos los actores de la vida cultural de este país.

Además, Hernández Espriú reconoció la trayectoria de Fernando Macotela Vargas, quien dirigió la Feria a lo largo de 25 años y consolidó un espacio indispensable para el diálogo entre la universidad, la industria editorial y la sociedad.

Agradeció a Mercedes Alvarado Miranda quien asumió la dirección de la feria a partir de esta edición. Enfatizó que cuenta con el decidido respaldo de la Facultad de Ingeniería y de la UNAM para encabezar una nueva etapa de renovación. Concluyó al señalar que en la FIL Palacio de Minería leemos y nos transformamos con ustedes: leemos para comprender, para dialogar, para imaginar y para construir comunidad.



Mtro. Diego Echeverría Cepeda. Foto: CANIEM.



Mtro. Diego Echeverría Cepeda en la inauguración de la FIL de Minería. Foto: CANIEM.

Por su parte, el presidente del Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Diego Echeverría Cepeda, señaló la relevancia de la FIL Palacio de Minería como un punto de articulación para el sector editorial mexicano, pues propicia la convergencia entre la universidad, la industria y la política pública en favor del libro y la lectura.

En la ceremonia también participó la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada Molina, quien resaltó la importancia de fortalecer el acceso al libro, acercar a la juventud a la lectura y democratizar la cultura como formas para abrir el diálogo y contribuir a la creación de una realidad más justa.

En representación de Alfonso Durazo Montaña, gobernador de Sonora, el Secretario de Educación y Cultura, el Licenciado Froylán Gámez Gamboa, señaló sentirse orgullosos de representar la historia cultural de la región a través de su obra literaria.

Asimismo, enfatizó la importancia de la lectura como un acto de transformación que construye tanto conciencia como ciudadanía.

Por su parte, el Doctor Joel Enrique Espejel Blanco, Director de Vinculación y Extensión de la Universidad de Sonora, destacó el trabajo del Estado por reconocer a las lenguas originarias, motivar la creación literaria y fomentar el pensamiento crítico.

En su intervención, el Rector Leonardo Lomelí Vanegas afirmó la importancia de continuar con los esfuerzos por fomentar la lectura en el país. Aseguró que *“existen brechas entre estados donde el analfabetismo y la falta de educación básica reproducen desigualdades”*.

De acuerdo con Lomelí, la lectura resulta esencial para asegurar la movilidad social, la productividad y la calidad de la deliberación pública. En este marco, la FIL Palacio de Minería es un encuentro que confirma la vigencia del libro como herramienta de pensamiento crítico y construcción democrática.

De igual forma, el Rector de la Universidad le deseó éxito a Mercedes Alvarado Miranda en su cargo como nueva directora de la Feria, hecho que marca el inicio de la transformación del evento enfocada en la actualización estratégica y la ampliación de su impacto cultural.

Finalmente, el Rector Lomelí declaró formalmente inaugurada, a las 12 hrs con 19 minutos, la cuadragésima séptima edición de la FIL Palacio de Minería como un acto de *“celebración de la palabra y del compromiso con una sociedad más libre, formada y consciente”*.



Dr. Leonardo Lomelí Vanegas, rector de la UNAM. Foto: CANIEM.

ENVÍANOS TUS COLABORACIONES

Lineamientos de las colaboraciones:

- * 1 cuartilla.
- * Tema libre relacionado con la industria editorial.
- * Nombre del autor e indicar empresa.
- * Sin alusiones personales.
- * Al enviar se acepta no recibir remuneración alguna.
- * 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 Comunicación.
- * Enviar al correo: difusion@caniem.com

Las opiniones publicadas en BOLETÍN EDITORES son responsabilidad de quienes las firman, y no necesariamente representan la posición de la CANIEM.

¿Buscas soluciones específicas?
Te ayudamos a encontrar servicios, tecnologías o proyectos a la medida de tu empresa.

La UNAM pone a disposición del sector productivo su capacidad científica, infraestructura y experiencia multidisciplinaria para impulsar la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo tecnológico.

contáctanos en
enlace.unam.mx

escribenos a
vinculacion@unam.mx

Presentan la FILEY en la Ciudad de México

 Con información de Agencia Quadratín

La Casa de Representación del Gobierno de Yucatán en la Ciudad de México, ubicada en la colonia Cuauhtémoc, abrió sus puertas para recibir a la prensa nacional en la presentación de la decimocuarta edición de la Feria Internacional de la Lectura Yucatán, máxima actividad cultural presentada por la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).

Este recinto, que funge como centro de promoción cultural, turística y de enlace para los yucatecos, fue el escenario ideal para anunciar que el encuentro literario más importante del sureste se llevará a cabo del 14 al 22 de marzo en el Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI.

El acto protocolario fue encabezado por un distinguido presidium liderado por el M. en C. Carlos Alberto Estrada Pinto, rector de la UADY, y el anfitrión del recinto, el Lic. Víctor José López Martínez, representante del Gobierno de Yucatán en la Ciudad de México, quienes estuvieron acompañados por autoridades universitarias como el Mtro. Javier Herrera Aussín, secretario de Rectoría, y la Mtra. María Teresa Mézquita Méndez, directora general de la FILEY.

El evento se distinguió por una nutrida asistencia de medios de comunicación nacionales y un ambiente de gran hospitalidad, destacando la presencia inédita del Mtro. Antonio Alonso González, director general de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), lo cual refuerza la importancia de la feria en el panorama editorial del país. Asimismo, el Dr. Roberto Domínguez, en representación de UC-Mexicanistas, ofreció una perspectiva detallada sobre la colaboración de esta asociación con la UADY y la relevancia del Premio Excelencia en las Letras "José Emilio Pacheco", que en esta ocasión será otorgado a la destacada poeta Elsa Cross.

Bajo el lema "Penínsulas lectoras", la FILEY 2026 propone un intercambio cultural sin precedentes al tener como invitada de honor a la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), lo que permitirá disfrutar en Mérida de manifestaciones artísticas del norte del país como el baile calabaceado, poesía del noroeste y narrativas sonoras de UABC Radio.

La programación general contempla alrededor de 700 actividades que incluyen la participación de 1,700 artistas y una oferta editorial con más de 10 mil títulos de



La presentación se realizó en la CDMX y se augura una fiesta literaria con gran impacto.
Foto: Agencia Quadratín

500 sellos diferentes.

Durante la rueda de prensa se hizo énfasis en la vocación de la feria por formar nuevos lectores, detallando una agenda de 260 actividades diseñadas específicamente para niñas, niños y jóvenes, así como la atención a visitas escolares de diversos niveles educativos.

Además de la oferta infantil, el programa literario brillará con la presencia de autores de talla internacional como Laura Restrepo y Leslie Jamison, y figuras nacionales como Juan Villoro, Liliana Blum y Benito Taibo, entre otras destacadas plumas de la literatura contemporánea, sumado a momentos emotivos como el homenaje en vida a Agustín Monsreal y la entrega del Premio Nacional de Periodismo FILEY a Verónica Romero Soto.

La Universidad Autónoma de Yucatán reafirma con esta edición su compromiso con la cultura y el pensamiento crítico, extendiendo una invitación abierta y gratuita a todo el público mediante un registro previo en línea, consolidando a la FILEY como un espacio de encuentro y celebración donde el norte y el sur de México se unen a través de la lectura.

La programación general podrá consultarse a partir del miércoles 18 de febrero en el sitio web de la feria: filey.org y en las plataformas sociales [@lafiley](https://twitter.com/lafiley)

Alineación y evaluación para certificarse en el EC1191

“Uso de las normas ortográficas en textos impresos/digitales nivel intermedio”

OBJETIVO GENERAL

Las y los participantes realizarán la evaluación de las personas que aplican normas ortográficas para la escritura correcta del español y aseguran la correcta escritura, coherencia y claridad en diversos tipos de textos, facilitando una comunicación precisa en ámbitos profesionales, académicos y personales.

Programado para ser impartido en 12 horas, de modo virtual y con un objetivo general de proporcionar la orientación necesaria y las prácticas requeridas para sustentar con conocimientos sólidos y certeros la evaluación correspondiente al Estándar EC1191.

REQUISITOS ACADÉMICOS

Se realizarán diversas actividades con el fin de preparar la evaluación de la competencia del candidato, recopilar evidencias de la competencia del candidato, emitir el juicio de la competencia del candidato y presentar los resultados de la evaluación del candidato.

Al término de este módulo, Editamos-Caniem otorgará una constancia de participación de 12 horas a los participantes que hayan cumplido en tiempo y forma con las tareas asignadas. Además, serán evaluados con fines de obtener la certificación en el EC1191.

Una vez acreditado el EC1191, el CONOCER otorgará el Certificado de Competencia, documento oficial de alcance nacional, expedido por el Gobierno Federal, por medio del cual se reconoce que una persona hace su trabajo con la calidad y excelencia que las empresas o sectores requieren.



FECHAS

23 al 26, marzo
Horario: 16 a 19 hrs.

INVERSIÓN

\$ 4,500.00 + IVA

INCLUYE

Alineación
Evaluación
Certificación
Llenado de formatos

INSTRUCTORA
Rosa María Zurita

[VER SEMBLANZA](#)



Educación
Secretaría de Educación Pública



Contacto: **Leticia Arellano Arriaga**, Coordinadora de Gestión Académica-EDITAMOS

✉ leticia.arellano@editamos.com.mx ☎ 55 7537 8695

editamos CIF

Barcelona distinguió a Marisol Schulz con la Medalla de Oro al Mérito Cultural

Con información de FIL Guadalajara

El Ayuntamiento de Barcelona otorgó la **Medalla de Oro al Mérito Cultural** a **Marisol Schulz Manaut**, directora de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, por su trayectoria y aportes al mundo del libro y la promoción cultural.

En la ceremonia participaron el alcalde Jaume Collboni, el escritor Jordi Soler, así como la propia homenajeada, quien agradeció el reconocimiento y resaltó el vínculo histórico de la ciudad con su vida personal y la literatura latinoamericana.

Ve la ceremonia en el siguiente link:

<https://www.youtube.com/live/9fwFbTXLN2E>



Marisol Schulz Manaut. Foto: FIL Guadalajara



Jaume Collboni y Marisol Schulz Manaut. Foto: FIL Guadalajara



Jaume Collboni alcalde de Barcelona. Foto: FIL Guadalajara



La ceremonia tuvo lugar en la ciudad de Barcelona. Foto: FIL Guadalajara

La OMPI lanzará el Intercambio sobre Infraestructura de Inteligencia Artificial (AIII)

 Con información de IPA

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) lanzará el Artificial Intelligence Infrastructure Interchange (AIII). El miembro del Comité Ejecutivo de la International Publishers Association (IPA), Dante Cid (Brasil), participó en el seminario web final previo al lanzamiento del AIII, una iniciativa diseñada para facilitar el diálogo global sobre los aspectos técnicos y operativos del sistema de propiedad intelectual en el contexto de la inteligencia artificial.



El AIII se lanzará oficialmente el 17 de marzo de 2026 desde la sede de la OMPI en Ginebra (Suiza) y también en modalidad en línea. El evento de lanzamiento incluirá conferencias magistrales, paneles de discusión y actualizaciones sobre el programa de trabajo del AIII.

El AIII es un proyecto conjunto de la División de Propiedad Intelectual y Tecnologías de Frontera y la División de Gestión del Derecho de Autor de la OMPI. No establece políticas ni normas jurídicas; en cambio, se centra en cómo los sistemas y herramientas técnicas pueden respaldar eficazmente a creadores, titulares de derechos e innovadores, al tiempo que promueven el desarrollo de la tecnología de inteligencia artificial en un entorno de rápida evolución.

En el seminario web final previo al lanzamiento, el editor brasileño Dante Cid destacó el valor que los editores pueden aportar a las herramientas y plataformas de IA mediante el suministro de contenidos de alta calidad y confiables.

Más información sobre el AIII disponible en los canales oficiales de la OMPI.

<https://internationalpublishers.org/wipo-to-launch-artificial-intelligence-infrastructure-interchange-aiii/>



BUAP



39ª FERIA NACIONAL DEL LIBRO 2026 BUAP (FENALI)

Consulta aquí la Convocatoria para Expositores



Actualización sobre derechos de autor: caso de IA en Estados Unidos

Con información de IPA

En febrero de 2026, la Association of American Publishers (AAP) anunció que las editoriales respondieron ante el tribunal a la oposición presentada por Google el 29 de enero, en relación con su solicitud de intervención en el caso *In re Google Generative AI Copyright Litigation*.

Tal como se expuso en la moción presentada ante la corte el 15 de enero, Cengage Group y Hachette Book Group actuarían como representantes de todas las editoriales cuyos derechos han sido presuntamente vulnerados de manera similar por Google. En este caso, autores y editores alegan la infracción de millones de obras utilizadas para entrenar el modelo de IA "Gemini".



La réplica sostiene que la oposición de Google tergiversa los claros intereses jurídicos de las editoriales en este asunto y aplica incorrectamente la ley en lo relativo a la oportunidad procesal de la moción de intervención. Dado que cientos de casas editoriales podrían convertirse en miembros de la clase si el tribunal concede la certificación colectiva solicitada por los demandantes originales, resulta importante y necesario que las editoriales asuman un papel directo y se mantengan hombro con hombro con los autores en la defensa de dos siglos de principios fundamentales del derecho de autor. Según Maria A. Pallante, presidenta y directora ejecutiva de la AAP:

"Las decisiones de algunos desarrolladores de IA de atropellar los derechos de autores y editores mientras obtienen ganancias incalculables continúan siendo moralmente alarmantes. (...) En esta demanda por infracción contra uno de los mayores desarrolladores del mundo, todo creador, presente y futuro, puede beneficiarse de la experiencia y las pruebas que los editores pueden aportar."

La International Publishers Association (IPA) continuará dando seguimiento al desarrollo de este caso, actualmente pendiente ante el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito Norte de California.

<https://internationalpublishers.org/copyright-updates-ai-copyright-case-in-the-us/>



28ª FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO COAHUILA 2026



Consulta la
Convocatoria
para Expositores
ARTEAGA

Consulta la
Convocatoria
de Alimentos
ARTEAGA

Consulta la
Convocatoria
para Artesanos
ARTEAGA

Consulta la
Convocatoria
para Expositores
TORREÓN



¿Quién es el comprador de libros en México?

Con información de NielsenIQ Book Data

En su presentación en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, en diciembre de 2025, NielsenIQ Book Data dio a conocer los resultados del estudio sobre el perfil de compradores de libros, una investigación que da seguimiento anual a este sector de la población.

De acuerdo con el informe, el 18.5 % de la población alfabetizada de 18 años o más compró al menos un libro durante el último año, lo que representa un total de 18.1 millones de compradores en el país. (Ver gráfica 1)

El perfil del comprador

La distribución por género de los compradores es equitativa: 50% hombres y 50% mujeres. De igual manera, se identifica que 18% de la población de mujeres es compradora de libro, mientras que 19% de los hombres adquieren este bien cultural.

El grupo etario con mayor presencia entre los compradores es el de 25 a 44 años, que concentra el 47% del total. En cuanto al nivel socioeconómico, el 53% de los compradores pertenece al nivel C, aunque es en el segmento A/B donde se registra la mayor penetración: el 38% de la población de este nivel compró libros.

Los hábitos de entretenimiento

Entre los compradores de libros, mirar televisión es la actividad de ocio principal, mientras que la lectura de libros ya sea en formato impreso o digital, se posiciona en el sexto lugar en la lista de preferencias:



1. Ver televisión
2. Usar redes sociales
3. Ver videos en YouTube, TikTok, Kwai, etc.
4. Escuchar música
5. Ver plataformas de streaming
6. Leer libros impresos o digitales

Los hábitos de compra y preferencias

De acuerdo con la fuente, el 65% de los compradores adquirió entre uno y cinco libros en el último año. La categoría más popular es la de No ficción para adultos, preferida por el 48%, mientras que el 28% opta por libros de Ficción para adultos. (Ver gráfica 2)

El principal incentivo de compra es un buen precio (64 %), seguido por el gusto o placer de la lectura (52%) en tanto que el beneficio del desarrollo profesional o personal es el tercer aliciente en importancia (40%).

El precio del libro también puede ser el principal factor que desanima la compra de un libro, según 52% de los compradores. Otra barrera relevante para la compra es la falta de puntos de venta del libro cercanos (41%).

Los canales y el formato

Respecto a los canales de compra, el 40% de los compradores prefiere el canal físico. Otro 17% indica que su medio favorito es el internet, mientras que 43% compra sus libros a través de ambos canales.

En cuanto al formato, el libro impreso es el favorito, con 78% de la población que adquirió este formato en el último año. Otro 16% optó por el libro electrónico, mientras que el 5% se decidió por el formato de audiolibro.

¿Por qué no se compran libros?

Entre la población que no compró libros en el último año, la falta de tiempo para leer es la razón más mencionada (33%), mientras que el precio vuelve a ser factor: 27% decidió no comprar el libro que le interesaba porque lo percibió caro.

No obstante, el estudio de NielsenIQ revela que 31% de la población que no compró libros sí los consumió: 19% descargó libros digitales gratuitos y 12% obtuvo archivos PDF sin costo, esto representa alrededor de 31 millones de personas. De igual manera se encuentra aquella población que obtuvo libros ya sea por préstamo de un familiar o amigo (17%) o porque los recibieron como regalo (11%). (Ver gráfica 3)

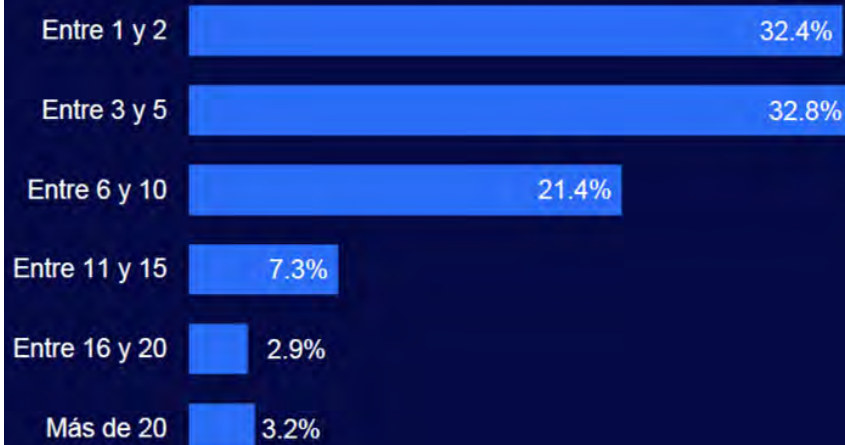
Los datos y las gráficas presentadas fueron elaborados por NielsenIQ Book Data. Para más información sobre el estudio, favor de contactar a:

Luiz Carlos Conde Gaspar, Director de Investigación
luiz.gaspar@nielseniq.com

Mariana Bueno, Coordinadora de Investigaciones Económicas y Sectoriales
mariana.bueno.consultant@nielseniq.com

Compradores de libros

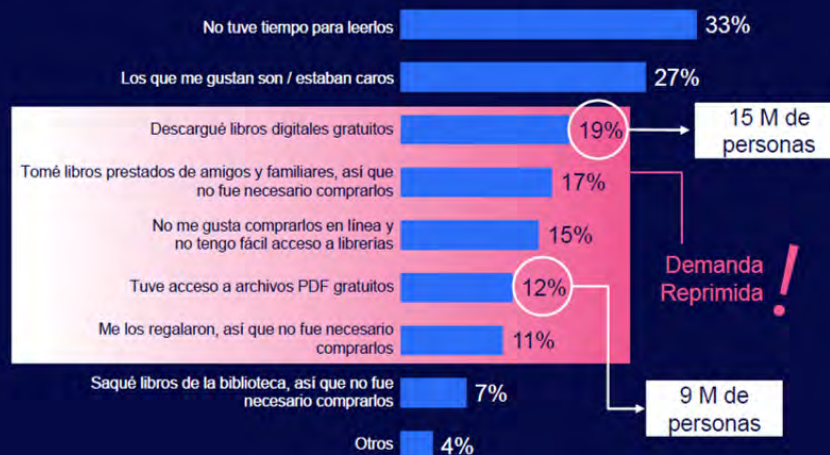
¿Cuántos libros compraste en los últimos 12 meses?



Gráfica 2. Información de NielsenIQ Book Data.

No compradores de libros

¿Por qué NO compraste libros en los últimos 12 meses?



Gráfica 3. Información de NielsenIQ Book Data.

NielsenIQ BookData

PLÁTICA



¿Quién es el comprador de libros en México?

En esta plática, Nielsen IQ BookData describirá con profundidad a los compradores del libro en México. Se expondrán los datos sobre el perfil demográfico de los compradores y la penetración de éstos en la población: De igual manera, se hablará sobre los hábitos de ocio de los compradores, la cantidad de libros que adquieren al año, las temáticas que prefieren leer, sus motivaciones de compra y los factores que consideran al comprar.

3 MARZO

10:00 AM

Hora de la Ciudad de México



Luiz Gaspar

Es director de NIQ BookData y cuenta con más de 20 años de experiencia en investigación de mercado. Especializado en el análisis del consumo de libros, ha liderado estudios de compradores de libros en diversos países de América Latina, aportando una visión estratégica del mercado editorial.



Mariana Bueno

Es economista y coordinadora de estudios económicos y sectoriales en Nielsen BookData. Cuenta con más de 20 años de experiencia en investigación económica y de mercados, con foco en el análisis del desempeño del mercado editorial en Brasil y a nivel internacional.

Registro

<https://us06web.zoom.us/meeting/register/9V690BXURK0UBhnpARTXvQ>



TALLER

El cómic, la novela gráfica y la obra multimedia

TRANSMISIÓN EN LÍNEA



OBJETIVO

Las imágenes han estado presentes en los libros desde antes de la imprenta, sin embargo con el desarrollo de la tecnología, esas obras que inicialmente nacieron como textos se han ido transformando a partir de la incorporación de música, voz, sonidos y movimiento al punto de dar lugar a nuevas creaciones y si bien la llegada de internet ha facilitado el acceso inmediato a un gran catálogo de bienes culturales, también ha permitido que la apropiación y el uso indebido de muchas de estas creaciones, la más de las veces sin el conocimiento de sus titulares. En este curso revisaremos los componentes de las obras gráficas y multimedia y los derechos que la legislación mexicana le otorga a sus autores y titulares, con la finalidad de conocer la manera más eficaz de proteger los contenidos creados y los derechos que de ellos se desprenden.

DIRIGIDO A

Creadores, ilustradores, fotógrafos, pintores, diseñadores gráficos, editores de libros y publicaciones periódicas, desarrolladoras de páginas y contenidos webs, desarrolladoras de aplicaciones y juegos, abogados y en general para cualquier persona interesada en el tema.



INSTRUCTORA
**María Fernanda
Mendoza**

[VER SEMBLANZA](#)

TEMARIO

- La protección jurídica de este tipo de obras de acuerdo con la Ley Federal del Derecho de Autor vigente
- El contenido de la obra multimedia: sonidos, textos e imágenes como objeto de protección
- Autores y titulares de derechos
- Modalidades de explotación tradicional y nuevas formas de uso Transmisión de derechos y licencia
- Obra por encargo
- El registro. Su importancia
- El derecho a la imagen. Cómo pedir permiso El uso digital y en las redes sociales. Cuidados Usos indebidos y consecuencias jurídicas
- Las Inteligencias Artificiales generativas. Usos y precauciones

FECHAS

10, 11, 17 y 18 de marzo, 2026

Horario: 18 a 20 hrs.

Duración: 4 sesiones de 2 hrs. c/u
(8 hrs. total)

INVERSIÓN

Afiliados: **\$2,100** (incluye IVA)

No afiliados: **\$2,700** (incluye IVA)

Contacto: **Leticia Arellano Arriaga**, Coordinadora de Gestión Académica-EDITAMOS

✉ leticia.arellano@editamos.com.mx ☎ 55 7537 8695



editamos CIF

**QUÉ CHIDO PROBAR
NUEVAS FORMAS DE
CONVIVIR CON TUS HIJOS.**

NO ESTÁ 
Chido

QUE PRUEBEN ALCOHOL.



**Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas**

ACCIONES SOSTENIBLES

Orgullo Deportivo en México: Inclusión, Voluntariado y Sostenibilidad

Por: Dr. Francisco Suárez Hernández. Director de Asuntos Públicos y Relaciones Estratégicas FEMSA.
Ex Presidente del Consejo del World Environment Center.
Correo electrónico: francisco.suarezh@gmail.com

Siguendo con la serie de columnas que he escrito este año sobre el orgullo de México y lo **“Hecho en México”**, nuestro querido país se ha convertido en un destacado anfitrión de eventos deportivos a nivel mundial, lo que resalta su pasión por el deporte y su compromiso hacia la comunidad y el medio ambiente. Estos eventos, además de ser espectáculos de alto nivel, fomentan la inclusión social, el trabajo voluntario y la sostenibilidad.

México ha sido tradicionalmente un crisol de culturas, y su pasión por el deporte se refleja en la variedad de eventos internacionales que ha acogido a lo largo de los años.

Iniciado este año con la Serie del Caribe (Béisbol) en Zapopan y Guadalajara, pasando por el Abierto Mexicano de Tenis en Acapulco, hasta la Copa Mundial de Fútbol, la Fórmula 1 y la NFL en México, cada uno de estos even-



El Abierto Mexicano de Tenis en Acapulco

tos representa una oportunidad única para unir a las comunidades, involucrar a los voluntarios y promover prácticas sostenibles, pero sobre todo para mostrar al mundo los buenos anfitriones y organizadores que somos.

Inclusión y Comunidad

Los eventos deportivos en México son más que competencias; son auténticas celebraciones que involucran a comunidades enteras. El Abierto Mexicano de Tenis atrae a visitantes internacionales e incluye a jóvenes tenistas locales en iniciativas de formación y clínicas, promoviendo el desarrollo de habilidades y ofreciendo oportunidades a la nueva generación.

La Serie del Caribe también lleva consigo la identidad cultural de distintos países del Caribe, creando un espacio de inclusión donde todos pueden disfrutar. Estas celebraciones culturales fomentan la unidad y la diversidad, permitiendo que las comunidades se sientan partícipes del evento.



Dr. Francisco Suárez Hernández

Voluntariado

El voluntariado es un componente clave en la organización de eventos deportivos en México.

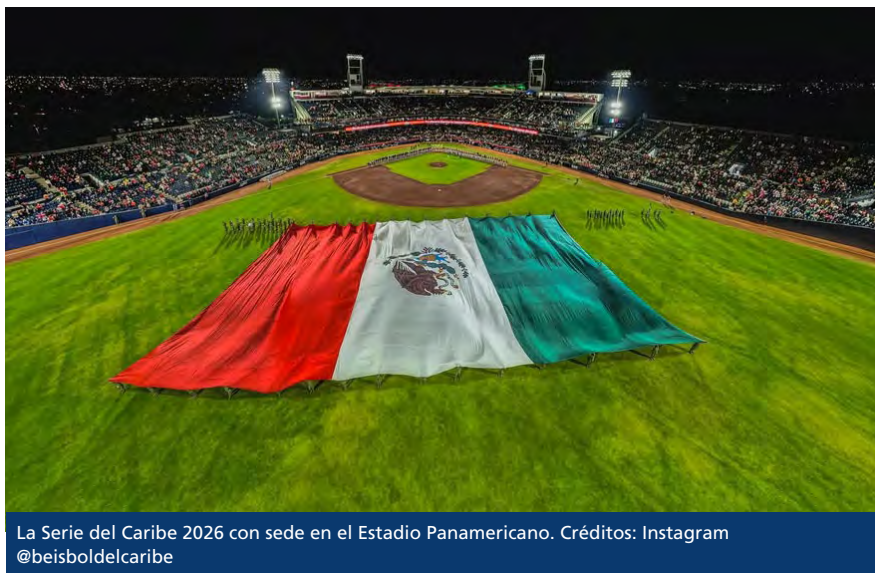
En la Fórmula 1 y en el Mundial de Fútbol, miles de voluntarios se dedican a garantizar que cada evento transcurra sin problemas.

Estos voluntarios, además de ayudar con la logística, también actúan como embajadores, promoviendo el orgullo local y la hospitalidad mexicana.

A través de programas de capacitación y desarrollo, los voluntarios adquieren habilidades valiosas que benefician a sus comunidades mucho después de terminar los eventos.

Cuidado del Medio Ambiente.

La sostenibilidad se ha convertido en una prioridad para muchos eventos deportivos en México. Por ejemplo, la "Fórmula 1" ha implementado prácticas sostenibles, como:



- A. Reciclaje de materiales:** Se han reciclado 43.9 toneladas de residuos inorgánicos y 11.9 toneladas de residuos orgánicos, convirtiéndolos en composta.
- B. Ahorro de agua:** Se han utilizado baños secos que han ahorrado hasta 42 mil litros de agua diarios.
- C. Programas educativos y donativos:** Se han donado 7 mil kg de alimentos y 5 mil litros de agua a comunidades vulnerables.

En el contexto del Mundial de Fútbol, la FIFA destaca cada vez más la necesidad de asegurar que los eventos sean sostenibles. Esto incluye desde la construcción de infraestructuras que minimicen su impacto ambiental, hasta la promoción de la movilidad sostenible entre los asistentes.

Eventos Sostenibles y Socialmente Responsables

- 1. Maratón de la Ciudad de México:** Este gran evento integra iniciativas de reducción de basura y ofrece incentivos para participantes que usen transporte público o bicicletas, promoviendo un estilo de vida saludable y sostenible.

2. **Juegos de Básquetbol de la NBA:** Se han realizado juegos itinerantes por algunos años en México, permitiendo a los aficionados disfrutar de un evento de alto nivel del Básquetbol internacional.
3. **La NFL en México:** Regresará 2026 a la Ciudad de México para jugar partidos de temporada regular durante los próximos tres años.

Y según declara la NFL México, en línea con su compromiso con la juventud y la comunidad:

“El Flag Football, disciplina sin contacto del fútbol americano, debutará como deporte olímpico en Los Ángeles 2028. NFL Flag México, el programa oficial de Flag Football infantil y juvenil de la Liga en nuestro país, se lanzó en el año 2000 y se proyecta que este año impacte a 3.3 millones de niñas y niños en todo el país.”

Otros Eventos Deportivos Internacionales en 2026 que seremos anfitriones para destacar:

1. **Copa América (en conjunto con EUA y Canadá)**
2. **UFC CDMX (Fight Night)**
3. **Béisbol Internacional: MLB CDMX, Diamondbacks vs Padres**
4. **PGA Tour México en Puerto Vallarta.**
5. **Ironman 70.3 en Cozumel.**



México, al recibir grandes eventos de talla mundial, reafirma su posición como un referente en el ámbito deportivo internacional



México, al recibir grandes eventos de talla mundial, reafirma su posición como un referente en el ámbito deportivo, destacando el valor del compromiso social y la sostenibilidad. A través de la inclusión de culturas, el fomento del voluntariado y la implementación de prácticas sostenibles, el país demuestra que el deporte puede ser un poderoso catalizador para el cambio positivo.

La pasión por el deporte, unida a la responsabilidad social y ambiental, hace de México un ejemplo brillante de cómo los eventos deportivos pueden impactar favorablemente a comunidades de todo el país y apoyar para:

¡¡¡Impulsar millones de acciones sostenibles en todas las ciudades de México!!!



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

Consejo Directivo 2025-2026

Presidente

Mtro. Diego Echeverría Cepeda

Vicepresidente

Lic. Alberto Polanco Blanco

Vicepresidente

Dr. Federico Anaya Ojeda

Secretario

Lic. José Alberto Parra García

Pro-Secretaria

Lic. Mónica María Salcedo Medrano

Tesorera

Lic. Teresa Vicencio Álvarez

Pro-Tesorero

Mtro. Ignacio Uribe Ferrari

Consejeros

Lic. Xilué Zenker de la Concha
Lic. Hugo Alejandro Cejas Rodríguez Lagares
Lic. Fernando Hipólito Trillas Salazar
Lic. Marvin A. Williams Jacquez
Sr. Marcelo Uribe Muñúzuri

Consejera Suplentes

Lic. Deborah Holtz Cimet

Asesor

C.P. Carlos Mariano Nicolás Muñiz

Director General

Mtro. Antonio Alonso González

Comité Editorial del *Boletín EDITORES*

Mtro. Antonio Alonso González
Lic. José Alberto Parra García
Lic. Jorge Iván Garduño

Gerente de Comunicación y Editor del *Boletín EDITORES*

Lic. Jorge Iván Garduño

Diseño *Boletín EDITORES*

Fabiola Mayón

Colaboradores

Leslye Ibarra Muñoz
Dazel Sarabia Salinas
E. A. Rodríguez Martínez



ALIADO



La marca del
manejo forestal
responsable



Holanda 13, colonia San Diego
Churubusco, Coyoacán, 04120,
Ciudad de México.
Teléfono: 55 5688 2011
E-mail: difusion@caniem.com

El *Boletín 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