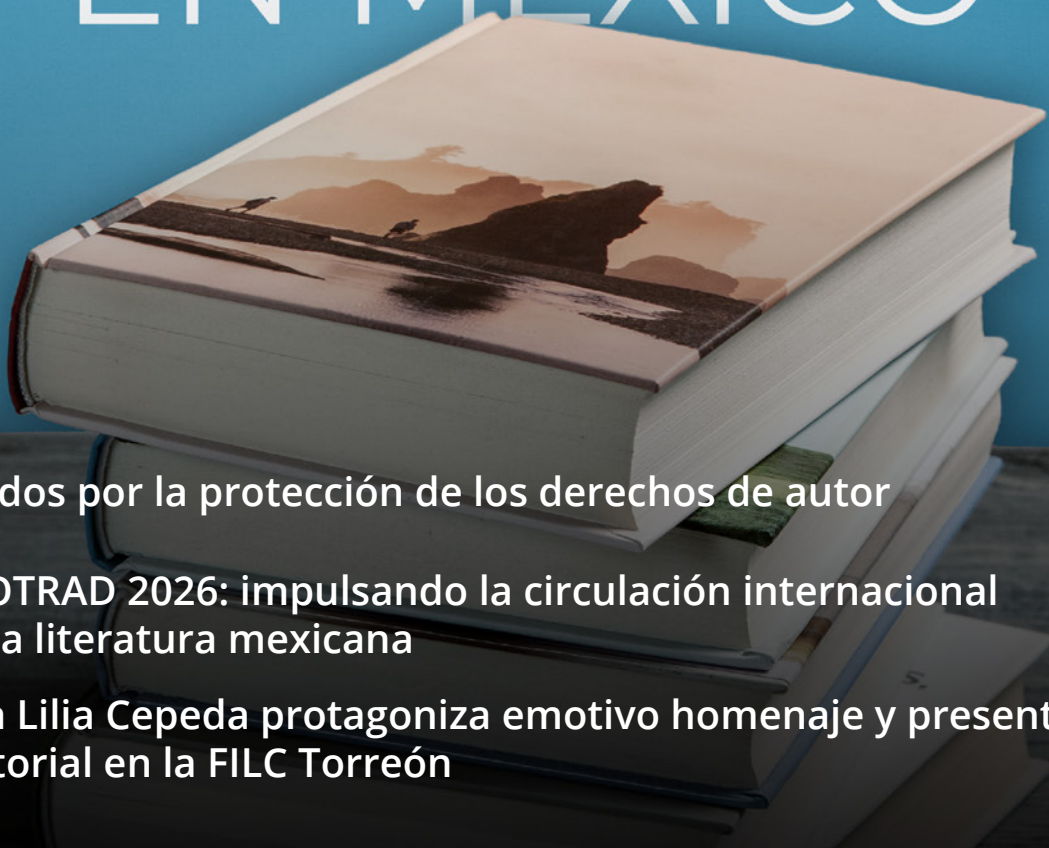




CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA

Boletín EDITORES
Junio 2026
No. 1087

RESPECTO AL **PRECIO** **ÚNICO** DEL LIBRO EN MÉXICO

- 
- ▶ Unidos por la protección de los derechos de autor
 - ▶ PROTRAD 2026: impulsando la circulación internacional de la literatura mexicana
 - ▶ Ana Lilia Cepeda protagoniza emotivo homenaje y presentación editorial en la FILC Torreón

DIRECTORIO

Consejo Directivo 2026-2027

Presidente

Mtro. Diego Echeverría Cepeda

Vicepresidente

Dr. Federico Anaya Ojeda

Vicepresidenta

Mtra. Patricia López Cepeda

Secretario

Mtro. José Alberto Parra García

Tesorera

Lic. Teresa Vicencio Álvarez

Pro-Secretario

Lic. Miguel Ángel Pavón Vieyra

Pro-Tesorera

Dra. Rocío Martínez Velázquez

Consejeros Propietarios

Sr. Marcelo Uribe Muñúzuri

Mtro. Eduardo Echeverría Correa

Lic. Elisa Castellanos van Rhijn

Lic. Laura Riviaccio Sotomayor

Mtra. Valeria Villalobos Guízar

Consejeros Suplentes

Lic. Déborah Holtz Cimet

Lic. Carlos Armenta Rodríguez

Asesores del Consejo

C.P. Carlos Nicolás Muñíz

Lic. Alejandro Espinosa Jiménez

Lic. Arturo García Pérez

Lic. Gerardo Jaramillo Herrera

Director General

Mtro. Antonio Alonso González

Comité Editorial del Boletín EDITORES

Mtro. Antonio Alonso González

Lic. José Alberto Parra García

Gerente de Comunicación y Editor del Boletín EDITORES

Lic. Marcela Osorio

Diseño Boletín EDITORES

Fabiola Mayón



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA



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



EDITORIAL

La industria editorial atraviesa un momento decisivo en el que la defensa de sus principios fundamentales resulta indispensable para garantizar su sostenibilidad, diversidad y capacidad de transformación cultural. Este número del boletín reúne distintas acciones, iniciativas y colaboraciones que reflejan el compromiso permanente del sector con la protección del libro, la circulación del conocimiento y el fortalecimiento de la vida editorial en México.

Uno de los temas centrales de esta edición es la importancia del respeto al Precio Único del Libro, mecanismo que permite preservar condiciones equitativas dentro de la cadena del libro y proteger la bibliodiversidad en un entorno cada vez más dinámico y competitivo. Más allá de su dimensión comercial, este principio representa una herramienta clave para garantizar el acceso democrático al libro y fortalecer la pluralidad de voces en el país.

De igual manera, la firma del convenio de colaboración entre CANIEM e INDAUTOR reafirma la necesidad de seguir construyendo una cultura de respeto hacia los derechos de autor y la propiedad intelectual, especialmente en un contexto marcado por la transformación digital y la expansión de contenidos. Proteger la creación intelectual implica también reconocer el valor del trabajo editorial, creativo y cultural que sostiene a nuestra industria.

Este número también da cuenta de la presencia activa de la Cámara en espacios que impulsan el intercambio cultural, la internacionalización y el acercamiento de nuevos públicos al libro. La sesión dedicada a PROTRAD 2026, así como la participación en ferias universitarias y encuentros literarios como la FILC Torreón, reflejan la importancia de seguir generando puentes entre editoriales, autores, lectores e instituciones académicas y culturales.

Cada uno de estos esfuerzos confirma que la industria editorial no sólo produce contenidos: construye comunidad, impulsa pensamiento crítico y fortalece el desarrollo cultural del país. En tiempos de cambio constante, el diálogo, la colaboración y la defensa del libro continúan siendo pilares fundamentales para proyectar el futuro de nuestra industria.

ÍNDICE

- 04** Respeto al Precio Único del Libro en México
- 07** Compilación de preguntas y respuestas derivadas de la charla virtual “Ley de fomento para la lectura y el libro y el precio único: por qué importa más de lo que crees”
- 10** Unidos por la protección de los derechos de autor
- 14** ¿Tu marca sobrevive al “scroll” infinito?
Grupo Espinosa
- 18** Calendario de Ferias 2026
- 20** PROTRAD 2026: impulsando la circulación internacional de la literatura mexicana
- 21** Feria del Libro Universitaria en Universidad Amerike
- 22** Feria del Libro Universitaria del Tecnológico de Iztapalapa III
- 25** Ana Lilia Cepeda protagoniza emotivo homenaje y presentación editorial en la FILC Torreón
- 30** Convocatoria Beca Juan Grijalbo 2026



RESPECTO AL PRECIO ÚNICO DEL LIBRO EN MÉXICO

La industria editorial mexicana reafirmó recientemente la importancia del respeto al Precio Único del Libro, un principio establecido en la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro que busca garantizar condiciones equitativas dentro del ecosistema editorial y proteger al libro como un bien cultural estratégico para el desarrollo del país.

Este mecanismo permite que librerías independientes, cadenas comerciales, librerías universitarias y plataformas digitales compitan en igualdad de condiciones, fortaleciendo así la pluralidad editorial, la bibliodiversidad y el acceso democrático al libro en todo el territorio nacional.

El respeto al precio único no solo brinda certeza a los lectores y promueve una oferta diversa de contenidos, también evita prácticas comerciales que puedan concentrar el mercado y afectar la circulación equitativa del libro.

Diversos organismos, cámaras, asociaciones y actores de la cadena del libro —entre ellos CANIEM, ALMAC, FIL Guadalajara, FILEY, RELI, EDITAMOS y organismos internacionales como la Unión Internacional de Editores (IPA)— reiteraron su compromiso con la legalidad, la competencia justa y la defensa del libro como herramienta fundamental para la educación, la cultura y la construcción de ciudadanía.

En un contexto de transformación constante para la industria editorial, fortalecer el respeto al Precio Único representa también una forma de proteger la diversidad de voces, impulsar la sostenibilidad del sector y garantizar que más lectores puedan acceder a contenidos de calidad en todo México.

La industria editorial mexicana, diversos actores de la cadena del libro, cámaras y asociaciones estamos unidos para defender la legalidad, proteger el libro y asegurar que México siga siendo un país de lectores.

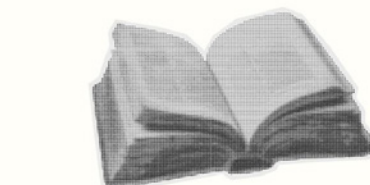
FIRMANTES

Asociación de Librerías de México, A.C. (ALMAC)	Feria Internacional de la lectura Yucatán (FILEY)
Asociación Mexicana de Ilustradores, A.C. (AMDI)	Grupo 2000 Editores, A. C.
Asociación Nacional del Libro, A.C. (ANL)	Grupo Iberoamericano de Editores (GIE)
Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas (CANAGRAF)	Interseccionalidad y Alteridad, A.C. (Interseccionamx)
Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM)	La Unión, Empresarios de la Comunicación Gráfica -UILMAC-
Centro de Innovación y Desarrollo Profesional para la Industria Editorial, S.C. (EDITAMOS)	MVB América Latina / Metabooks
Empresability / Movimiento Iberoamericano de Responsabilidad Social Empresarial	NielsenIQ BookData
Feria Internacional del Libro de Coahuila (FILC)	Plan B para el Desarrollo, A.C.
Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL Guadalajara)	Red de Librerías Independientes, A.C. (RELI)
	Sociedad en Movimiento, A.C. (SenM)
	Unión Internacional de Editores (IPA)



La industria editorial está unida

para defender la legalidad y seguir construyendo un México lector.



Esta Ley asegura

que más personas puedan acceder a contenidos de calidad y fortalezca el ecosistema del libro en todo el país.



¿Por qué importa?

- Promueve competencia equitativa entre librerías y plataformas
- Protege la diversidad editorial
- Evita prácticas que limiten el acceso a los libros
- Da certeza en precios a los lectores



Respeto al Precio Único del Libro en México

En México, el libro está protegido como un bien cultural. La ley establece un precio único obligatorio, garantizando condiciones justas para todos.





COMPILACIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS DERIVADAS DE LA CHARLA VIRTUAL “LEY DE FOMENTO PARA LA LECTURA Y EL LIBRO Y EL PRECIO ÚNICO: POR QUÉ IMPORTA MÁS DE LO QUE CREES”

Charla realizada el 13 de mayo a las 11:00 horas, con la participación de Marcelo Uribe, Gerardo Jaramillo y Henoc de Santiago

¿Cómo creen que debería abordarse esa desigualdad estructural dentro de la conversación sobre el precio único y el futuro del ecosistema del libro?

GERARDO JARAMILLO. En primer lugar, hacer del conocimiento público la ley y el precio único como elemento fundamental para sobrevivencia del gremio editorial. Dar respuesta a todas las dudas. Las dudas anotarlas e intentar agruparlas para recomendaciones a mejoras de la ley y del precio único. Realizar esta acción cada dos o tres años.

MARCELO URIBE. La CANIEM debe estar atenta permanentemente a los cambios en las legislaciones internacionales relacionadas con el tema de la observancia del precio único y debe tener la misma agilidad para proponer cambios y ajustes a la legislación existente. Ésta es una tarea de los editores y libreros y de nadie más.



¿Qué la página de Libros México no era un referente que se debía respetar? Hay que recuperarla.

GERARDO JARAMILLO. Sí, totalmente de acuerdo. Hay que pugnar por recuperarla, mejorarla y mantenerla funcionando siempre.

HENOC DE SANTIAGO. Hay que recuperarla.

La página ha dejado de alimentarse. Esperamos que las autoridades de cultura retomen la operación de la página. Por lo pronto, el precio publicado por los editores en sus listas de precios, muchos de los cuales se encuentran en internet, son los que dictan el precio único de venta al público.

¿Cómo han proyectado que el librero mantenga la salud de su flujo de caja y la frescura de su oferta, si la ley le impide quirúrgicamente rotar el material que ha dejado de moverse mucho antes de cumplir esos tres años?

GERARDO JARAMILLO. Una de las medidas financieras es la Tasa 0 y su aprobación. El librero puede realizar devoluciones en los tiempos pactados con el editor, no debe de esperarse a los tres años. Debe revisar su stock y ajustar en función de sus ventas.

HENOC DE SANTIAGO. En estos casos, es el editor el que puede modificar a la baja el precio único de venta al público con la finalidad de promover su venta.

¿No estaríamos incentivando, paradójicamente, un mercado de saldos informal al no permitir una salida legal y controlada desde la librería?

GERARDO JARAMILLO. Los saldos existen. Es responsabilidad de los editores. Los libreros los pueden aceptar o no. En el caso de que el material ya sea propiedad de los libreros los saldos también serán responsabilidad suya. No confundir saldos por precio a títulos de escasa rotación, pero de nivel cultural, literario alto.

HENOC DE SANTIAGO. Los mercados de saldos pueden vender con descuentos, siempre y cuando no se traten de novedades publicadas en los últimos 36 meses. Venderlos abajo o arriba del precio único de venta al público es una infracción a la ley.

¿Y el costo de los fletes para las librerías distantes?

GERARDO JARAMILLO. El costo de los fletes es un acuerdo entre libreros y editor. Pero aun así, en la Caniem hay acuerdos con paqueterías que permiten obtener precios más bajos.

HENOC DE SANTIAGO. Los invitamos a acercarse a la CANIEM para conocer el convenio que se tiene con Estafeta (y Fedex), lo cual ha reducido los costos de envío. Este es un tema para discutir ampliamente.

¿Se puede conocer el PVP en la página de Indautor, ¿si ya está registrado ese precio, el editor lo puede incrementar sin sanciones legales?

GERARDO JARAMILLO. Esa sería una de las mejoras en el portal, plataforma que administra la autoridad. El editor puede modificar el precio todos los días. El ISBN es un registro (acta de nacimiento) de la obra en cuestión. No es vinculante con precio comercial.

HENOC DE SANTIAGO. No siempre el precio que se registra ante el INDAUTOR es el precio único de venta al público. En muchos casos, es un precio estimado el cual puede variar una vez que se tiene producido el libro.

El tema del precio único es a nivel federal ¿cierto? ¿Cuál sería la importancia o la necesidad de tener una ley del libro y la lectura a nivel estatal e incluso municipal? ¿Es factible? ¿No se atropellarían?

GERARDO JARAMILLO. Sí, es federal. Tener una ley a nivel estatal o municipal deberá de estar alineada con la federal.

HENOC DE SANTIAGO. Varias entidades federativas ya tienen su propia Ley de fomento a la lectura y el libro. Estas no se

contraponen. Las leyes estatales inclusive pueden ampliar sus alcances, siempre que no se contrapongan o reduzcan los preceptos de la ley federal.

Las cadenas tienen mayor descuento y ellos cobran un uso de CEDIS al editor, las librerías locales cercanas o lejanas a ellos, el editor les cobra el envío, y tiene un menor descuento, ¿cómo igualar el precio, cuando el poder de compra es totalmente diferente?

GERARDO JARAMILLO. El precio único intenta que el librero chico, mediano y grande solo compitan en el servicio.

Los acuerdos comerciales de descuento es un acuerdo entre particulares.

HENOC DE SANTIAGO. Uno de los objetivos del precio único de venta al público, es que las grandes cadenas o plataformas electrónicas vendan novedades al mismo precio. Recordemos que generalmente es en estos casos en donde se rompe el mercado con descuentos que impiden a las medianas y pequeñas librerías competir.

Con un PVP alto, menos el 40, 50 o 60% de descuento, entrega gratis y la inversión que se realizó, se pierde. Tienes que entrar en un juego desleal... ¿qué hacer?

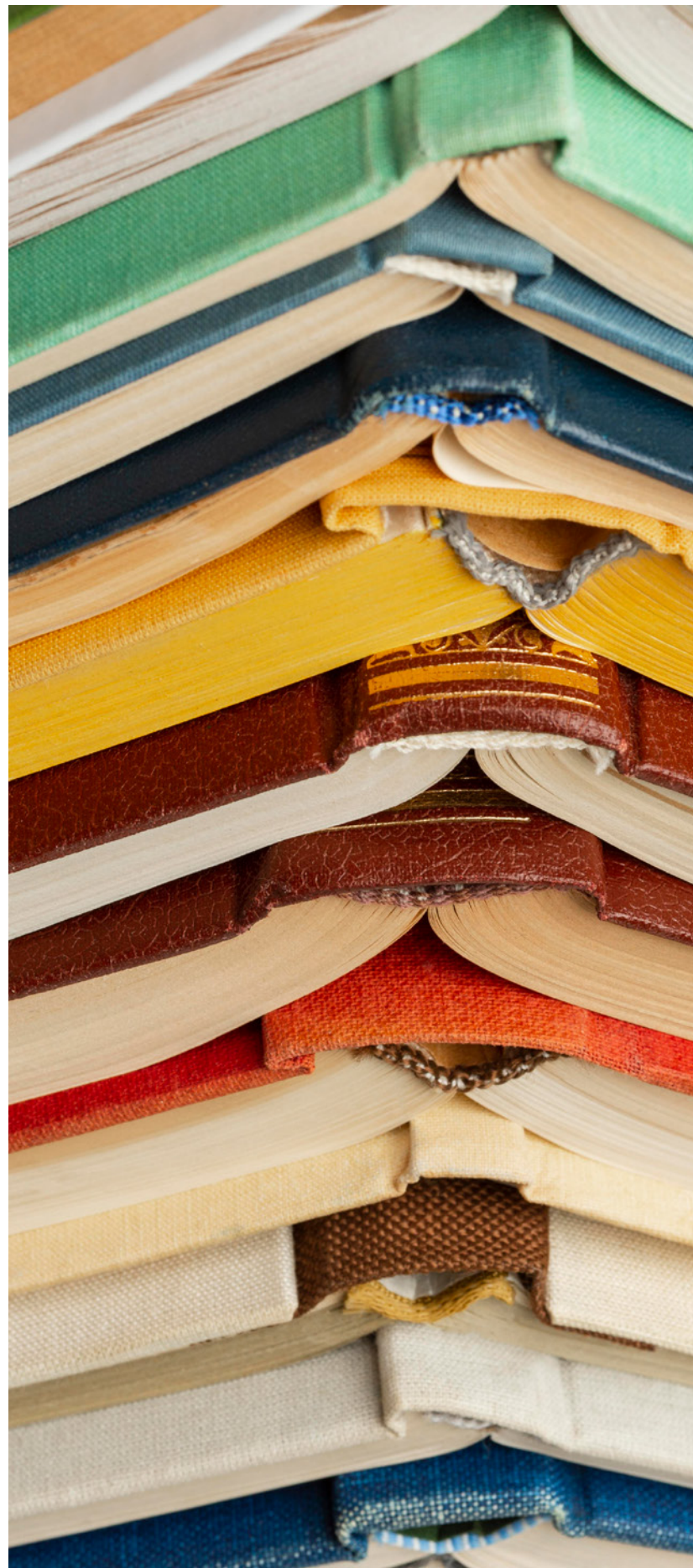
GERARDO JARAMILLO. Se han propuesto mejoras, en ese sentido, para evitar prácticas desleales.

HENOC DE SANTIAGO. Tenemos que trabajar por que haya un esquema de mercado claro, en donde haya menos diferencia entre grandes y pequeños. En donde se compita por otros factores que no sea el precio.

En la ley se habla de incentivos fiscales y promoción de la competitividad, ¿aplican para las librerías?

GERARDO JARAMILLO. La idea es Tasa 0.

HENOC DE SANTIAGO. Una de las funciones del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura es proponer y desarrollar estrategias de estímulo a las librerías entre las cuales se encuentran la formación e incentivos.





▲ Mtra. Karina Luján Luján Directora General del INDAUTOR y Mtro. Diego Echeverría Cepeda Presidente de la CANIEM. Foto: CANIEM

UNIDOS POR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) y el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) firmaron recientemente un Convenio General de Colaboración con el objetivo de fortalecer la promoción, difusión y protección de los derechos de autor en México.

Esta alianza representa un paso importante para seguir construyendo una cultura de respeto hacia la creación intelectual y el trabajo editorial, reconociendo el valor de autoras, autores, editoriales y profesionales que forman parte de la cadena del libro.

A través de este convenio se impulsarán acciones conjuntas de capacitación, intercambio de información y desarrollo de actividades orientadas a fomentar el conocimiento sobre propiedad intelectual, así como a fortalecer las herramientas de protección y difusión de los derechos de autor dentro del sector editorial.

En un contexto de transformación digital y expansión de contenidos, la protección de la creación intelectual adquiere una relevancia cada vez mayor para garantizar condiciones justas para quienes generan conocimiento, cultura y contenidos editoriales.

Con esta colaboración, CANIEM reafirma su compromiso de trabajar junto a instituciones y actores estratégicos para fortalecer a la industria editorial mexicana y promover un entorno que impulse la creatividad, la innovación y el respeto a la propiedad intelectual.



▲ Convenio General de Colaboración por los derechos de Autor. Foto: CANIEM



▲ Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana y el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Foto: CANIEM



▲ Consejo Directivo de la CANIEM y del INDAUTOR. Foto: CANIEM

CURSO - TALLER

Llévelo, llévelo: la compra y venta exitosa de derechos

TRANSMISIÓN EN LÍNEA



OBJETIVO

La compra-venta de derechos literarios (y también de imágenes) se ha vuelto una de las actividades profesionales más dinámicas e intensas en las ferias del libro nacionales y extranjeras. Cada vez hay más personas que participan en las negociaciones y por ello es fundamental que conozcan los aspectos legales deben tomar en cuenta para que sus transacciones resulten exitosas.

DIRIGIDO A

Autores, ilustradores, traductores, agentes literarios, editores, abogados y en general para cualquier persona que esté interesada en el tema.



INSTRUCTOR

María Fernanda Mendoza

[VER SEMBLANZA](#)

TEMARIO

Aspectos jurídicos a considerar para la compra y venta de derechos:

- La obra: el objeto del deseo. Primigenia o derivada Autores y titulares: quién es quién
- Otros agentes: las sociedades de gestión colectiva y los agentes literarios.Cuál es su rol en las negociaciones
- Derechos disponibles: qué quiero vs. qué me ofrecen Modalidad de explotación, ventanas de oportunidad Vigencia de los derechos – vigencia de los contratos Territorios limitados o globales
- Jurisdicción: ¿y si nos peleamos?

Formalización de los acuerdos:

- El contrato: transmisión de derechos o licencia El Registro: ¿Es necesario?

Recomendaciones para negociaciones exitosas.

- Que debo preparar antes de la negociación
- ¡Cuando compren, vende!

FECHAS

16, 17, 23 y 24 de junio, 2026

Horario: 18 a 20:30 hrs.

Duración: 4 sesiones de 2:30 hrs. c/u
(10 hrs. total)

INVERSIÓN

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

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

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

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

   **editamos CIF**



GrupoEspinosa

Tradición e innovación

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



CONOCE MÁS



¿TU MARCA SOBREVIVE AL “SCROLL” INFINITO?

GRUPO ESPINOSA

LO IMPRESO NO SOLO SE LEE; SE SIENTE Y SE RECUERDA

En el ecosistema de negocios actual, la diferenciación no siempre ocurre en una pantalla. Mientras las bandejas de entrada se saturan y el costo por atención digital alcanza máximos históricos, las marcas líderes están redescubriendo un activo estratégico: **la presencia física**. El impreso editorial y comercial ha evolucionado para convertirse en un objeto de valor que valida la autoridad de una marca donde el mundo digital no siempre logra profundizar.

NEUROMARKETING: EL CEREBRO CONFÍA EN LO TANGIBLE

No es una percepción subjetiva; es ciencia cognitiva. El fenómeno conocido como **“Fatiga Digital”**, documentado por firmas globales como Deloitte, revela que los usuarios valoran más las interacciones físicas ante la sobrecarga de notificaciones.

Este comportamiento responde a la naturaleza de nuestro procesamiento cerebral: valoramos más un mensaje cuando podemos poseerlo físicamente. Al integrar acabados táctiles y papeles especiales, se activa un marketing sensorial que lo digital no puede replicar. Según estudios de neurociencia de

la firma TrueImpact, el material impreso requiere un **21% menos de esfuerzo cognitivo** para ser procesado y genera un **70% más de recuerdo de marca**.

DEL LUJO EDITORIAL A LA ALTA PERMANENCIA COMERCIAL

Esta tendencia hacia la “Premiumización” ha permeado desde las revistas de colección hacia el mundo corporativo. Las marcas hoy buscan materiales de alta permanencia que se “adueñen” del espacio físico del cliente como un refuerzo de su solidez:

- **Catálogos de Autor:** Libros de consulta que proyectan prestigio mediante ingeniería de papel y acabados de última generación.
- **Materiales Corporativos:** Piezas que utilizan el lenguaje no verbal del papel para comunicar estabilidad en mercados de alta competencia.

Incluso gigantes nativos digitales han lanzado publicaciones físicas para combatir la “ceguera publicitaria” y establecer una conexión emocional que un algoritmo no puede comprar.

SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA

Para que esta presencia física sea efectiva, debe alinearse con las exigencias globales de responsabilidad. Reportes como el **2025 State of Decarbonisation de PwC** subrayan que la sostenibilidad es ya un estándar crítico en las cadenas de suministro. El uso de papeles con certificación **FSC®** y procesos de manufactura optimizados no son opcionales; son herramientas clave para que las marcas cumplan sus objetivos de cumplimiento y reputación.

El futuro de la comunicación radica en integrar flujos de trabajo automatizados con una ejecución técnica de clase mundial. Esta capacidad de respuesta permite crear un puente perfecto entre la autoridad de lo físico y la agilidad de lo digital, garantizando que cada pieza sea una extensión tangible de la solidez corporativa. Por ello, contar con un socio estratégico que domine estas certificaciones y procesos tecnológicos es el único camino para garantizar la permanencia y calidad de un proyecto en el mercado actual.

LA IMPRESIÓN COMO DIFERENCIADOR ESTRATÉGICO

Más allá del impacto visual, la impresión actúa como un **ancla de realidad** en una economía de la atención cada vez más fragmentada. Mientras que el contenido digital es intrínsecamente efímero



diseñado para ser consumido y desplazado en segundos, el objeto físico impone un ritmo de interacción distinto. La tangibilidad obliga al cerebro a una pausa, transformando una simple lectura en una experiencia de propiedad y confianza.

En un entorno de saturación informativa, el soporte físico otorga una dimensión de permanencia a la promesa de marca. No se trata de competir con la agilidad de lo digital, sino de complementarla con una prueba de solidez que el usuario puede conservar. Cuando la ejecución técnica es impecable, el mensaje trasciende el flujo constante de información para convertirse en una solución tangible, duradera y estratégica en el mundo real.

GRUPO ESPINOSA: LÍDERES EN MANUFACTURA GRÁFICA Y SOLUCIONES INTEGRALES DE IMPRESIÓN.

Contáctanos para cotizar tus proyectos de impresión con nuestros asesores.

<https://www.grupoespinsa.com/cotizar/>



GrupoEspinosa

CURSO

Inclusión, accesibilidad y derechos humanos en la edición



TRANSMISIÓN EN LÍNEA

OBJETIVO

Analizar la accesibilidad desde una perspectiva de derechos humanos aplicada a la edición, identificando decisiones editoriales que pueden generar barreras, exclusiones o formas de discriminación —explícitas o normalizadas—, y brindar criterios para incorporar prácticas editoriales más inclusivas en la producción y circulación de contenidos.

ORIENTADO A

Personas que participan en procesos editoriales y de producción de contenidos, interesadas en incorporar un enfoque de derechos humanos e inclusión en las decisiones editoriales relacionadas con el acceso a la lectura y a la información.



INSTRUCTORA
**Laura López
Argoitia**

[VER SEMBLANZA](#)

TEMARIO

Derechos humanos, lectura e inclusión

- El derecho a la información y a la lectura
- Diversidad lingüística, discapacidad y públicos históricamente excluidos

La accesibilidad como decisión editorial

- Más allá del formato: lenguaje, estructura y mediación
- Cuando un texto “bien editado” no es accesible

Barreras editoriales y exclusión simbólica

- Decisiones editoriales que reproducen desigualdades
- Representación, lenguaje y normalización de exclusiones

Criterios editoriales para una edición más inclusiva

- Enfoque de derechos humanos en la práctica editorial
- Alcances y límites de la edición inclusiva

FECHAS

6, 7, 8 y 9 de julio, 2026

Horario: 17 a 19 hrs.

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

INVERSIÓN

Afiliados: **\$1,950** (incluye IVA)

No afiliados: **\$2,500** (incluye IVA)

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

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

   **editamos CIF**

PAPEL COUCHÉ

REALZA CADA DETALLE CON BRILLO Y ELEGANCIA.
IDEAL PARA REVISTAS DE ALTA GAMA QUE BUSCAN
TRANSMITIR EXCLUSIVIDAD EN CADA PÁGINA.





2026 CALENDARIO DE FERIAS

	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
FIL MINERÍA	20 - 1										
FILIAZ		13 - 22									
FERIA INTERNACIONAL DE LA LECTURA YUCATAN - FILEY		14 - 22									
50° FERIA NACIONAL DEL LIBRO UASLP		13 - 22									
FENALI BUAP		20 - 29									
FERIA DEL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL DE BOLONIA			13 - 16								
FERIA DEL LIBRO UNIVERSITARIA, TECNOLÓGICO DE IZTAPALAPA			15 Y 16								
FERIA DEL LIBRO UNIVERSITARIA, UNIERSIDAD AMERIKE			22 Y 23								
FIESTA DEL LIBRO Y LA ROSA			23 - 26								
FILC COAHUILA			24 - 3								
FILC TORREÓN				8 - 17							
FILU UNIVERSIDAD VERACRUZANA				22 - 31							
FERIA DEL LIBRO PARQUE CRI-CRI				30 Y 31							
4° FERIA ESTATAL DURANGUENSE DEL LIBRO				29 - 7							
FERIA DEL LIBRO ALCALDÍA MILPA ALTA					10 - 14						
5° MAGNO REMATE DE LIBROS DE GUADALAJARA						31 - 9					
2° FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE PUEBLA							14 - 23				
FERIA DEL LIBRO DE ZACATECAS							21 - 29				
2° FERIA DEL CLAUSTRO INFANTIL Y JUVENIL											
FILUNI UNAM							25 - 30				
FIL POLITÉCNICO							28 - 6				
FUL PACHUCA							28 - 6				
FILAH								18 - 27			
FILL MORELIA								25 - 4			
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE FRANCFORT									7 - 11		
FIL ZÓCALO									9 - 18		
FIL MONTERREY									10 - 18		
FELICH CHIHUAHUA									24 - 1		
FERIA DE LOS COLORES, SONIDOS Y SABORES										25 - 5	
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

CURSO - TALLER

Word como herramienta del editor

TRANSMISIÓN EN LÍNEA



HERRAMIENTAS PARA EL ECOSISTEMA EDITORIAL

OBJETIVO

Mediante el análisis y seguimiento del proceso de producción editorial, conoceremos el uso de diversas estrategias y profundizaremos acerca de las formas más eficientes de procesar y editar textos en Word.

ORIENTADO A

Autores, editores, correctores de estilo, traductores, formadores, diseñadores, proofreaders, y quienes se dedican a la escritura y corrección de textos.

TEMARIO

1. El Word en la recepción

- La puesta en página
- La revisión a vuelo de pájaro
- La limpieza de los archivos
- La búsqueda automatizada
- Los usos y los abusos

2. El Word en la mesa de redacción

- Eliminación de vicios léxicos
- Las correcciones gramaticales frecuentes
- La unificación de criterios
- El control de cambios
- El uso de comentario

3. El Word en la mesa de composición

- Las estrategias para procesar el texto
- La aplicación de recursos tipográficos
- El formato manual
- La revisión de la bibliografía
- La elaboración de índices

4. El Word en la edición global

- Los estilos
- Los usos de plantillas
- El etiquetado y sus bondades
- La edición digital como metodología hacia una edición global

FECHAS

15, 16, 22 y 23 de junio, 2026

Horario: 18 a 20:30 hrs.

Duración: 4 sesiones de 2:30 hrs. c/u
(10 hrs. total)

INVERSIÓN

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

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

Para afiliados a la CANIEM todas las actividades académicas tienen 15% de descuento. La cantidad de inscritos determinará un descuento de hasta 25%. Pagos a meses sin intereses, pago a través de PayPal, transferencia bancaria y depósito.



INSTRUCTORA
Aída Pozos Villanueva

[VER SEMBLANZA](#)

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

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

   **editamos CIF**

PROTRAD 2026: IMPULSANDO LA CIRCULACIÓN INTERNACIONAL DE LA LITERATURA MEXICANA

En el marco de la convocatoria PROTRAD 2026, CANIEM llevó a cabo una sesión híbrida dedicada a la traducción y circulación internacional de obras literarias, reuniendo a profesionales del sector editorial interesados en ampliar el alcance de la literatura mexicana en nuevos idiomas y territorios.

El encuentro permitió compartir información clave sobre las oportunidades que ofrece este programa, así como reflexionar sobre la importancia de la traducción como herramienta para fortalecer el intercambio cultural y la presencia internacional de las publicaciones mexicanas.

A través de este tipo de iniciativas, se busca impulsar proyectos editoriales que favorezcan la bibliodiversidad, la movilidad de contenidos y la construcción de puentes entre distintas culturas y mercados editoriales.

La sesión también abrió un espacio de diálogo entre editoriales, traductores y especialistas del sector, quienes coincidieron en la relevancia de generar estrategias que permitan a más autores y obras mexicanas llegar a lectores de otras regiones del mundo.

Con acciones como esta, CANIEM reafirma su compromiso con la internacionalización de la industria editorial mexicana y con la creación de espacios que fortalezcan la colaboración, la profesionalización y el desarrollo cultural a través del libro.



▲ Katia Monserrat Guigue Pérez Coordinación PROTAD y Mario Aliaga Valenzuela Director General de Centro de Innovación y Desarrollo Profesional (Editamos). Foto: CANIEM



▲ Katia Monserrat Guigue Pérez Coordinación Protad. Foto: CANIEM



Katia Monserrat Guigue Pérez (PROTRAD), Mario Aliaga Valenzuela (Editamos) y Tania Mejía Ojeda (PROTRAD).
◀ Foto: CANIEM

FERIA DEL LIBRO UNIVERSITARIA EN UNIVERSIDAD AMERIKE

En el marco de las celebraciones por el Día Mundial del Libro, se llevó a cabo la Feria del Libro Universitaria en Universidad Amerike, un espacio que reunió a editoriales, estudiantes y comunidad académica para fomentar la lectura y fortalecer el vínculo entre los jóvenes y la industria editorial.

El encuentro permitió acercar nuevas propuestas editoriales a las comunidades universitarias, promoviendo el intercambio de ideas, el acceso a contenidos diversos y la construcción de nuevos lectores.

Con iniciativas como esta, CANIEM continúa impulsando espacios que fortalecen la cultura del libro y acercan la lectura a nuevas generaciones.



▲ Asistentes a la Feria del libro universitaria en Universidad Amerike. Foto: CANIEM



▲ Expositores participantes a la Feria del libro universitaria en Universidad Amerike. Foto: CANIEM



▲ Feria del libro universitaria en Universidad Amerike. Foto: CANIEM

FERIA DEL LIBRO UNIVERSITARIA DEL TECNOLÓGICO DE IZTAPALAPA III

La Feria del Libro Universitaria del Tecnológico de Iztapalapa III reunió a editoriales, estudiantes y comunidad académica en un espacio dedicado a promover la lectura y fortalecer el vínculo entre las nuevas generaciones y el ecosistema editorial.

A través de este encuentro se impulsó el acceso al libro, el intercambio cultural y la difusión de propuestas editoriales que enriquecen la vida académica y cultural de la comunidad universitaria.

Con su participación en este tipo de iniciativas, CANIEM continúa fortaleciendo espacios que acercan la lectura y la industria editorial a nuevos públicos.



▲ Jóvenes asistieron a la Feria del libro Universitaria del Tecnológico de Iztapalapa III. Foto: CANIEM



▲ Feria del libro Universitaria del Tecnológico de Iztapalapa III. Foto: CANIEM



Martes 2 de junio

14:30 hrs.

Club de Industriales Polanco

Mauricio

Sulaimán

Presidente del Consejo Mundial de Boxeo

Reserva:



55 1394 2131

CLUB DE EDITORES

Patrocinadores



LIBROS UNAM

40
AÑOS

de la
COORDINACIÓN
de DIFUSIÓN
CULTURAL

Portada: @xan_ic


culturaUNAM

 UNAM
Nuestro primer
Universidad



▲ De izquierda a derecha: Presidente CANIEM Diego Echeverría Cepeda, Ana Lilia Cepeda y Salvador Álvarez de la Fuente Director de la Feria Coahuila.
Foto: CANIEM

ANA LILIA CEPEDA PROTAGONIZA EMOTIVO HOMENAJE Y PRESENTACIÓN EDITORIAL EN LA FILC TORREÓN

En el marco de la Feria Internacional del Libro de Coahuila (FILC) Torreón, se llevó a cabo la presentación de la novela *A donde te lleva el tiempo*, así como un emotivo homenaje a la escritora lagunera Ana Lilia Cepeda, reconociendo su trayectoria y aportación a la literatura contemporánea mexicana.

El encuentro reunió a lectores, comunidad cultural y amantes de la literatura en una conversación que giró en torno a la memoria, la identidad, los vínculos entre el pasado y el presente, así como la profunda relación entre la narrativa y los espacios que habitamos.

Durante la presentación, se destacó la sensibilidad literaria de la autora y la manera en que su obra logra conectar experiencias personales con reflexiones universales, consolidándose como una voz importante dentro de la literatura actual.

La FILC Torreón se convirtió así en un espacio de celebración para la literatura y el reconocimiento del talento regional, reafirmando el papel de las ferias del libro como puntos de encuentro para el diálogo cultural y el fortalecimiento del ecosistema editorial en México.

Desde CANIEM celebramos estos espacios que impulsan la lectura, promueven a las autoras y autores mexicanos, y acercan nuevas historias a más lectores.



▲ Ana Lilia Cepeda. Foto: CANIEM



▲ Ana Lilia Cepeda. Foto: CANIEM



▲ Salvador Álvarez y Ana Lilia Cepeda, recibiendo el reconocimiento. Foto: CANIEM



▲ Salvador Álvarez y Ana Lilia Cepeda. Foto: CANIEM

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

**NO ESTÁ 
chido**

QUE PRUEBEN ALCOHOL.



Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas



¡LLEVA TU PASIÓN POR CONTAR HISTORIAS AL SIGUIENTE NIVEL!

¿Te apasiona el periodismo, la cultura o la política?
La Escuela de Periodismo Carlos Septián García y la CANIEM
tienen una gran oportunidad para ti.



Aprovecha un
20% de descuento
en colegiaturas e intégrate
a nuestras maestrías

Beneficio exclusivo para afiliados de CANIEM

Nuestros
programas:

Maestría en
Periodismo Político
(Inicia: 4 de julio)

Maestría en Periodismo
y Gestión Cultural
(Inicia: 18 de julio)

¡El momento de seguir preparándote es hoy!



Para más información comunicarse con:

Mtro Jose Rafael Moya
JEFATURA ACADÉMICA
Tel. 729 237 7034



Escuela de
Periodismo
Carlos Septián
García



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA



10 ANIVERSARIO

FIE | FORO DE INNOVACIÓN EDITORIAL

¡Celebramos 10 años impulsando el futuro de nuestra industria!

El Foro de Innovación Editorial está por comenzar; únete a nuestra lista de difusión y mantente atento para recibir antes que nadie todas las novedades de esta edición especial

¡Conócenos!

 @caniem_fie

 @foro.de.innovacion.editorial

Regístrate a nuestra

LISTA DE DISTRIBUCIÓN





EDICIÓN **XXXV**
BECA JUAN GRIJALBO
18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR



La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, en conjunto con Editamos, Centro de innovación y desarrollo profesional para la industria editorial, convoca a la edición XXXV - 2026

INTRODUCCIÓN AL MUNDO DEL LIBRO Y LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS

SESIONES Y TEMAS

- Domingo 18 Inauguración**
- 19 de octubre La Industria editorial con sus retos, desafíos, el marco jurídico del autor y el nacimiento de un libro**
- El futuro es ahora
 - La Industria editorial: Sus principales actores y su rol en la producción de libros
 - Introducción al derecho de autor y la propiedad intelectual en México (Incluye ISBN, ISSN y contrato ideal)
 - Futuro de la propiedad intelectual y del derecho de autor (Desafíos actuales e impacto de la tecnología)
 - ¿Cómo nace un libro? (generación de ideas para libros, elaboración de una propuesta editorial, proceso de edición)
 - Desafíos e importancia de la corrección de estilo
- 20 de octubre Formatos editoriales, contenidos digitales y creación de catálogos accesibles**
- Diseño y texto; cercanías y distancias
 - El manga - cómic- novela gráfica
 - Entretenimiento sonoro (audiolibros, podcasts, etc.)
 - El libro: cómo se hace un libro accesible y multiformato (estrategias y alcances)
 - Conversión digital
 - Contenidos digitales. Un negocio en sí mismo
- 21 de octubre Los protagonistas de la industria y la dirección estratégica**
- El editor: su papel en la era digital
 - El autor: su acompañamiento y cuidado
 - De la idea al papel: un viaje ameno por el proceso de producción de libros (El flujo de la producción, las decisiones estratégicas que le acompañan, cálculo y costos)
 - Taller de papel e impresión. El simulador de la impresión de un libro
 - Gestión editorial y estructura de una empresa
- 22 de octubre El lector, el marketing y el contenido en la era digital**
- Cómo convertirse en un creador de contenido
 - El lector. Marketing editorial
 - Gestión de las redes sociales
 - Metadatos: Encontrabilidad y visibilidad
 - Librerías tradicionales
- 23 de octubre Distribución tradicional, digital y desafíos del futuro**
- Venta online y otras opciones de venta digitales
 - Herramientas y técnicas para el análisis de ventas. Interpretación de datos y toma de decisiones
 - Inteligencia artificial para editores de libros
 - De editor a vendedor
- 24 de octubre Talleres y Clausura**

**Fecha límite de recepción de inscripción:
30 de septiembre 2026**

De los candidatos

1. Serán candidatos a participar en la Beca Juan Grijalbo (BJG): Editores, correctores, creadores, administrativos, directivos y cualquier persona que se dedique formalmente o de manera freelance al desarrollo, distribución y comercialización de contenidos editoriales para instituciones públicas, privadas, nacionales o internacionales.

Del proceso

2. Las inscripciones se realizarán a través del siguiente enlace:

<https://forms.gle/8Wr5STATQDdEGnbV7>

3. El proceso de selección estará a cargo de los organizadores de la BJG. Los criterios de selección se basa en el currículum del postulante. La fecha límite de recepción de inscripción es: 30 de septiembre de 2026.

4. Cualquier duda, comentario o aclaración escribir a:
Leticia Arellano Arriaga, Coordinadora de Gestión Académica
contactobeca@editamos.com.mx
leticia.arellano@editamos.com.mx

De los costos

5. Los gastos de transportación CANIEM - Hotel Racquet - CANIEM, así como el hospedaje y la alimentación durante la actividad académica, estarán cubiertas por el pago de inscripción por alumno. Los costos de transporte de los participantes desde su lugar de residencia a la CANIEM (y su retorno) no están cubiertos por la BJG.

6. Los candidatos seleccionados cubrirán una cuota de inscripción. Existen diversas formas de pago y crédito de hasta tres meses. Consulte las opciones.

Del reconocimiento

7. Se otorgará reconocimiento oficial de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Penguin Random House y de Editamos a los participantes que hayan aprobado los criterios de evaluación del seminario.

Programa Académico

La industria editorial y el ecosistema del libro ha cambiado, se ha reconfigurado. La disrupción tecnológica y las necesidades de los creadores y los receptores (ya no se lee de una sola manera), implican una reflexión sobre cuáles son las bases del desarrollo profesional de quienes participan en el mundo del libro y las publicaciones periódicas. Respondiendo a estas necesidades, el programa académico del Seminario de introducción al mundo de los libros y las publicaciones periódicas, para su edición XXXV-2026, tiene el lema "Contenidos editoriales en los multiformatos" y utiliza una metodología no expositiva, más cercana a una incubadora de proyectos de negocios e ideas.

El programa puede tener cambios sin previo aviso

¡TU EMPRESA LLEGA MÁS LEJOS!



SIMPLIFICA LA LOGÍSTICA DE TU EDITORIAL O LIBRERÍA CON
EL RESPALDO DE MÁS DE 60 AÑOS DE EXPERIENCIA
EN MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA

Beneficios exclusivos para afiliados CANIEM:

- **Precios preferenciales:** más de 50% de descuento real
- **Tarifas transparentes:** sin cargos ocultos ni sorpresas adicionales
- **Mayor capacidad:** más volumen, dimensiones y peso real permitidos
- **Logística inversa:** tarifas especiales aplicables también en devoluciones
- **Garantía total:** puntualidad, seguridad y servicio premium

ATENCIÓN PERSONALIZADA

Para más información comunicarse con:



Hilda Prado Jaime

Tel. 55 7823 8003

serviciosafiliados@caniem.com



TE INVITAMOS A SEGUIR LAS REDES SOCIALES DE CANIEM Y FORMAR PARTE ACTIVA DE NUESTRA COMUNIDAD EDITORIAL

Si tienes eventos, lanzamientos, actividades o información que te gustaría compartir a través de nuestros canales, estaremos felices de recibirla.

Envíanos tu información a:
marketing@caniem.com



SEGUIMOS CONSTRUYENDO
JUNTOS UNA INDUSTRIA
EDITORIAL MÁS CONECTADA
Y PARTICIPATIVA



caniem_



CANIEMoficial



CANIEMoficial



CANIEMoficial

