

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco
División de Ciencias y Artes para el Diseño
Maestría en Diseño y Producción Editorial

Índice de Especialización Editorial
por entidad federativa: identificar entornos favorables
para la edición, el libro y la lectura en México

Idónea Comunicación de Resultados que presenta:
Víctor Daniel Moreno Alanís

Para obtener el grado de:
Maestro en Diseño y Producción Editorial

Tutor
Carlos Anaya Rosique

Lectores
Gerardo Kloss Fernández del Castillo
Arnulfo Uriel de Santiago Gómez

Ciudad de México, a 30 de abril de 2025

Resumen

Una de las principales críticas a la industria editorial es la falta de información estadística, y es que la importancia de ésta radica en que puede ser usada para ampliar la frontera del conocimiento y comprobar o refutar con datos estadísticos otras teorías; es también la principal fuente de información para el diseño e implementación de políticas públicas, permitiendo identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un país, una región o un sector industrial; y constituyen el insumo fundamental para el establecimiento de estrategias empresariales, suministrando a las empresas información oportuna para la toma de decisiones de inversión, de procesos de producción, organización al interior de la empresa, cuestiones legales, competencia o mercados potenciales.

Se encontró que existen diferentes actores y modelos de edición: privadas, independientes, universitarias, sociedad civil y Gobierno, y estos actores no siempre comparten las mismas necesidades de información estadística, ni persiguen las mismas metas, lo cual dificulta el levantamiento de información estadística y la elaboración de indicadores que den cuenta de la actividad editorial en su conjunto. Tampoco existe un ente articulador de la industria, ni interés por parte de los actores que la conforman por contar con información estadística, incluso un dato tan básico como el número total de editoriales en México resultaba desconocido.

Ante esta problemática se planteó recabar y depurar toda la información estadística existente, con el objetivo, por un lado, de conocer las estadísticas con las que se cuenta y poder caracterizar a la industria por modelo de edición y por entidad federativa; y, por otro lado, aprovechar esa información estadística para elaborar un índice de especialización editorial, con el fin de detectar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en cada una de ellas, de manera que los resultados obtenidos puedan coadyuvar a la construcción de entornos favorables para la edición, el libro y la lectura en México.

Se revisaron diferentes directorios cuya depuración arrojó un total de 516 editoriales: 296 pertenecientes al sector privado, 81 editoriales independientes, 93 editoriales universitarias y 46 editoriales de diferentes niveles de Gobierno. Por entidad federativa, la Ciudad de México agrupa el 58.7% de las editoriales.

Con la información encontrada se pudo caracterizar a la industria editorial en dos dimensiones: por modelo de edición y por entidad federativa. Además, se pudo calcular el tamaño del mercado de libro en México, que en 2023 fue de aproximadamente 280 millones de ejemplares, en términos porcentuales, la edición del sector privado representa 37.3% del mercado, la del Gobierno 58.2% y la universitaria 4.4%. Cabe resaltar que 54.6% corresponde únicamente al CONALTEG, es decir, más de la mitad del mercado de libro en México se explica por la producción de libros de texto.

Por último, se seleccionaron 54 datos estadísticos e indicadores por entidad federativa, con ellos se elaboró el Índice de Especialización Editorial. La metodología utilizada fue la estandarización de variables o normalización basada en la unidad. Con los resultados obtenidos se elaboró un *ranking* por entidad federativa y se identificó a las entidades federativas que cuentan con entornos favorables para la edición, el libro y la lectura. Además, se elaboró un análisis FODA para cada uno de los estados, lo que permitirá el diseño de estrategias por parte de los hacedores de políticas públicas y los tomadores de decisiones.

Palabras clave

Industria editorial, edición, libro, lectura, información estadística, índice de especialización editorial, cadena de valor del libro, directorio de editoriales, mercado de libro.



Carlos Anaya Rosique
Tutor de la Idónea Comunicación de Resultados

Índice

Agradecimientos	05
Introducción	07
1. Marco teórico y conceptual	11
1.1 Industrias culturales	11
1.2 Industria editorial	14
1.3 Edición	17
1.3.1 La edición como estrategia retórica	18
1.3.2 La edición como proceso de mediación	22
1.3.3 Modelo de comunicación editorial desde la recepción	23
1.3.4 La edición desde la sociología	23
1.3.5 La edición como teoría	27
1.4 El libro	30
2. Reflexiones en torno a la generación de información estadística	35
2.1 ¿Para qué medir?	35
2.2 Uso y abuso de la información estadística	36
2.3 Definiciones	36
2.3.1 Medida	37
2.3.2 Dato	37
2.3.3 Estadística	37
2.3.4 Indicador	38
2.4 Reflexiones en torno a la información estadística	40
3. Caracterización de la industria editorial	43
3.1 Edición del sector privado	43
3.1.1 Editoriales del sector privado	45
3.1.2 Editoriales independientes	46
3.1.3 Facturación y canales de comercialización	47
3.1.4 Producción bruta del sector privado de la edición	51
3.2 Edición universitaria	52
3.2.1 Características de un programa editorial universitario exitoso	53
3.2.2 Docencia	55
3.2.3 Investigación	57

3.3 Edición del sector Gobierno	60
3.3.1 El mercado del libro de texto	60
3.3.2 Publicaciones del Gobierno Federal	62
3.4 Ámbito del libro y la lectura	65
3.4.1 Estrategia Nacional de Lectura	65
3.4.2 Prácticas de lectura en México	68
3.4.3 Infraestructura: librerías, bibliotecas, salas de lectura y ferias	72
3.4.4 Marco legal y propiedad intelectual	76
3.5 Ámbito del sector de la cultura	79
4.5.1 Gasto Federal en Cultura	86
3.6 Ámbito Socioeconómico	88
3.7 La industria editorial y su cadena de valor	96
4. Índice de Especialización Editorial	103
4.1 Metodología	103
4.2 Índice de Especialización Editorial por entidad federativa	107
4.2.1 Ámbito de la edición del sector privado	107
4.2.2 Ámbito de la edición universitaria	108
4.2.3 Ámbito de la edición del sector Gobierno	108
4.2.4 Ámbito del libro y la lectura	109
4.2.5 Ámbito del sector de la cultura	110
4.2.6 Ámbito Socioeconómico	111
4.2.7 Índice de Especialización Editorial	112
4.3 Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas	112
4.4 Entornos favorables para la edición, el libro y la lectura	114
5. Conclusiones y recomendaciones	117
6. Bibliografía	123
7. Anexos	129
Anexo 1. Directorio de editoriales	129
Anexo 2. Datos y variables normalizadas	161
Anexo 3. Análisis FODA por entidad federativa	174
Anexo 4. Fichas estatales	191
Anexo 5. Clasificación de la Cuenta Satélite de la Cultura en México	223
Anexo 6. Asociaciones y cámaras empresariales	227

A mi familia

A mi Sophie y mi Marianita hermosas, las amo con todo mi corazón.

A mis papás: Lourdes y Abel, gracias por todos sus desvelos y sacrificios.

A mis hermanos: José Alejandro, Rodrigo Abel, Guillermo Antonio y Luz María.

A mis sobrinitas: Alejandrita, Marianita, Daenita y Darianita, las amo chiquillas.

A mis maestras y maestros

Con agradecimiento, cariño y admiración a Clemente Ruiz Durán, Catalina Durán McKinster, Carlos Anaya Rosique, Raúl Hernández Valdés, Antonio Rivera, Gerardo Kloss, Roberto Padilla, Martha Flores, Eduardo Juárez y Leonel Sagahón.

A mis compañeros y amigos

A mis compañeros y amigos de la maestría en Diseño y Producción Editorial.

*A mis amigos de la Facultad de Economía de la UNAM,
en especial a Edgar López Avilés que me ayudó a verificar los resultados
del índice y la metodología para la normalización de variables.*

Introducción

Alguna vez se hará la historia del libro de México,
no desde el punto de vista bibliográfico, sino de su producción.
Y entonces se verá que no es distinta en esencia
de la historia de cualquier otra industria..
Daniel Cosío Villegas, 1947

Entré a la cuarta generación de la Maestría en Diseño y Producción Editorial en 2015, durante el primer año de la maestría mi protocolo de investigación “Análisis de los indicadores de la industria editorial en México” no tuvo grandes avances, pues no existían, en aquel entonces, las estadísticas que dieran cuenta de la actividad editorial en su conjunto.

Ante la escasez de información, las primeras propuestas de investigación hablaban sobre la generación de información estadística para la industria a través de un instrumento de muestreo estadístico, el cual se pondría a consideración de los tomadores de decisiones y generadores de información estadística como aportación a la maestría. Sin embargo, se encontró que no existía un ente articulador de toda la industria que pudiera encabezar dicho levantamiento, ni tampoco interés por parte de los actores por contar con información estadística. Incluso un dato tan básico como el número total de editoriales en México resultaba desconocido en ese momento.

Se descubrió, que no se organizaba la información a partir de definiciones claras como *edición, industria editorial o libro* por parte de los encuestadores y los especialistas en estadística que elaboran los censos económicos, pues en la base de datos del Censo Económico de 2019 se levantó información de algunas unidades económicas cuya actividad principal no es la edición, como son encuadernadores, papelerías, impresores de tesis, centros de copiado y pequeñas librerías. Por todo lo anterior, fue necesario ampliar el alcance de ese protocolo inicial y proponer no solamente la composición de un cuerpo de información estadística completo sobre el cual basar un análisis de indicadores, sino un marco de definiciones y discusiones teórico metodológicas sobre el cual sustentarlo. En este sentido, en el Capítulo 1 se desarrollan las definiciones necesarias para entender y delimitar el fenómeno que se quiere investigar.

En el Capítulo 2, se aclaran términos como estadística, dato, indicador, medida, encuesta, censo, etcétera, que pueden causar confusión, y se reflexiona en torno a la generación de información estadística y su importancia, así como el uso y abuso de ésta. Como se menciona en este capítulo, la importancia de la información estadística radica en que

los indicadores pueden ser usados para ampliar la frontera del conocimiento y comprobar o refutar con datos estadísticos otras teorías; constituyen, por tanto, la principal fuente de información para el diseño e implementación de políticas públicas, permitiendo identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un país, una región o un sector industrial; y constituyen el insumo fundamental para el establecimiento de estrategias empresariales, suministrando a las empresas información oportuna para la toma de decisiones de inversión, de procesos de producción y organización al interior de la empresa, cuestiones legales, competencia o mercados potenciales, por mencionar sólo algunos.

Se encontró, también, que uno de los pocos directorios de editoriales existentes, era el de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), que en realidad no es un directorio, sino más bien un listado de las más de 230 editoriales afiliadas a la Cámara; también se observó que la estadística que publica la CANIEM no es representativa para toda la industria editorial, pues en realidad sólo da cuenta de la edición privada, y que los resultados de la encuesta que ésta realiza, en realidad son extrapolaciones de una muestra más pequeña, es decir, la de los afiliados que contestan dicha encuesta.

En este sentido, se depuraron los directorios hasta entonces encontrados: CANIEM, Censo Económico 2019, Directorio de Unidades Económicas del INEGI, Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura, el de la Red Altexto y algunos directorios de editoriales participantes en ferias de libro. Después de un trabajo de filtrado que duró meses, se encontraron 516 editoriales. Cabe destacar que se encontró a un puñado de editoriales “caseras”, se trata de editores independientes, autores y diseñadores, que se unen para formar una pequeña editorial en casa de alguno de ellos, con una página de Facebook para darse a conocer, y que sobreviven con uno o dos proyectos al año, este tipo de organizaciones “entusiastas” aparecen y desaparecen, modificando el número de editoriales continuamente. Es curioso que, cercanas las fechas a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, todas las editoriales actualizan sus páginas con alguna novedad, para contar con información renovada y aprovechar el momento de mayores vistas en las redes, ello representó una ventana de oportunidad para saber cuántas nuevas editoriales surgieron, cuáles lograron sobrevivir y cuántas dejaron de existir.

Conforme se fue avanzando en la depuración de directorios y en la recopilación de información estadística, se encontró que en la industria editorial existen diferentes actores: editoriales privadas, editoriales independientes, editoriales universitarias y la edición de las diversas instancias de Gobierno, y que estos actores no siempre comparten las mismas necesidades de información estadística, ni persiguen las mismas metas, lo cual dificulta la elaboración de indicadores que den cuenta de la actividad editorial en su conjunto. Así que, antes de proponer un instrumento estadístico para el levantamiento de información, se debería hacer un recuento de lo que se tiene y lo que hace falta, para saber si la estadística existente es suficiente para caracterizar a la industria en su conjunto.

Si la recopilación y depuración de información estadística por modelo de edición es ya una tarea ardua, encontrarla por entidad federativa representa un doble reto; en este sentido, también se buscaron estadísticas e indicadores por estado, con miras a caracterizar a la industria en dos dimensiones: por modelo de edición (privado, universitario y de Gobierno) y por entidad federativa. La decisión de llevar a cabo tal caracterización también por estado, se debe a que, en 2004, participé en la elaboración de un reporte para la Secretaría de

Economía denominado *Potencialidades de las entidades federativas para desarrollar núcleos de economía digital*, dirigido por el doctor Clemente Ruiz Durán, en el cual se elaboró un índice de especialización para saber qué entidades federativas contaban con capacidades para desarrollar núcleos de economía digital; de tal manera que, aprovechando el *expertise* y la información encontrada por entidad federativa, se decidió elaborar un índice de especialización para la industria editorial.

Lo anterior llevó a replantear los objetivos, que ya no serían los de crear un instrumento para el levantamiento de información estadística, sino, en primer término, el de recabar y depurar toda la información estadística existente con el objetivo, por un lado, de conocer las estadísticas con las que se cuenta y poder caracterizar a la industria por modelo de edición y por entidad federativa; y, por otro lado, aprovechar esa información estadística para elaborar un índice de especialización editorial, con el fin de detectar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en cada una de ellas, de manera que los resultados obtenidos puedan coadyuvar a la construcción de entornos favorables para la edición, el libro y la lectura en México. En este sentido, el tema de la investigación pasó a denominarse “Índice de Especialización Editorial por entidad federativa: identificar entornos favorables para la edición, el libro y la lectura en México”. Todas estas ideas y cambios en la investigación fueron consultadas y acordadas con Carlos Anaya Rosique, tutor de esta investigación, quien encontró más que pertinentes estos ajustes, además de su valiosa visión de la industria, contribuciones y recomendaciones bibliográficas, que se convirtieron en la tarea a realizar entre julio de 2024 y marzo de 2025.

Estas últimas tareas se ven reflejadas en los Capítulos 3 y 4 de esta investigación, y en los cuales se trató de responder a las siguientes preguntas: ¿qué información estadística existe por modelo de edición y por entidad federativa?, ¿la información estadística existente es suficiente para caracterizar a la industria editorial en su conjunto?, ¿con la información encontrada se puede construir un índice de especialización editorial por entidad federativa?, ¿se pueden identificar los estados que cuentan con entornos favorables para la edición, el libro y la lectura en México?

Cabe mencionar que los conceptos aclarados en los primeros dos capítulos, aunque pareciera que no trazan una línea clara entre la teoría y el análisis estadístico desarrollado en los capítulos siguientes, fueron la base para entender el qué, el cómo, el dónde y el por qué de la información más pertinente para contestar los objetivos planteados.

Con la información encontrada se desarrolló, en el Capítulo 3, la caracterización de la industria en dos dimensiones: por modelo de edición y por entidad federativa. Las Figuras 39 y 40 resumen todo lo encontrado. Asimismo, el capítulo se organizó en seis ámbitos: edición privada, edición universitaria, edición del sector Gobierno, el libro y la lectura, el sector de la cultura y el ámbito socioeconómico; el lector encontrará, al final de cada ámbito, una tabla resumen con las principales estadísticas encontradas y que son la materia prima del índice de especialización editorial. El lector también se percatará de que no se realizó un análisis a profundidad de cada una de las variables encontradas, sino más bien descriptivo, pues el objetivo principal de esta investigación es el de encontrar precisamente esa estadística que diera cuenta de la actividad editorial. Espero que lo hallado sirva como herramienta de análisis para que cada quien saque sus propias conclusiones. En un segundo momento, se podrá hacer ese análisis detallado, hacer cruces de variables,

actualizar y reorganizar la información y, conociendo la realidad de la estadística para la industria, poder trabajar en un instrumento para el levantamiento de información, que dé cuenta de la industria en su conjunto. Un instrumento que sume voluntades por parte de los tomadores de decisiones y de todos los actores de la industria por contar con información veraz, conceptualmente significativa y oportuna.

En el Capítulo 4, se seleccionaron 54 datos estadísticos e indicadores por entidad federativa procedentes de diferentes fuentes, que fueron agrupados en los seis grandes ámbitos, mencionados anteriormente. Con estas variables se construyó el Índice de Especialización Editorial. La metodología utilizada fue la estandarización de variables o normalización basada en la unidad. Con los resultados obtenidos se elaboró un *ranking* por entidad federativa y se identificó a las entidades federativas que cuentan con entornos favorables para la edición, el libro y la lectura. Además, se elaboró un análisis FODA para cada una de las entidades federativas, lo que permitirá el diseño de estrategias por parte de los hacedores de políticas públicas y los tomadores de decisiones.

Finalmente, en los Anexos, se pone a disposición de la comunidad interesada un directorio inédito de editoriales por modelo de edición: privada, independiente, universitaria y de Gobierno, actualizado a marzo de 2025. Un anexo estadístico con 54 variables agrupadas en seis ámbitos y por entidad federativa, así como sus variables normalizadas. Otro anexo con el análisis FODA por entidad federativa. Y 32 fichas estatales con la información de estas variables, la posición que ocuparon en cada ámbito y el *ranking* obtenido en el Índice de Especialización Editorial a nivel nacional, además de identificar las variables en las que cada entidad tuvo un mejor o peor desempeño.

1

Marco teórico y conceptual

1.1 Industrias culturales

El término *industrias culturales* surge por primera vez en 1947 con la publicación de la *Dialéctica de la Ilustración* de Max Horkheimer y Theodor Adorno de la llamada escuela de Frankfurt, quienes denunciaron la mercantilización del arte como una forma de legitimar la ideología de las sociedades capitalistas. Esta visión establecía que la cultura y la economía se guiaban por lógicas incompatibles y que, cuando ambas visiones convergen, la primera siempre se ve amenazada (UNESCO y PNUD, 2014).

Sin embargo, a comienzo de la década de 1960, muchos analistas empezaron a reconocer que el proceso de mercantilización no siempre daba como resultado la degeneración de la expresión cultural, sino que, por el contrario, resultaba en formas de producción y consumo cultural que tienen un elemento expresivo o simbólico en su núcleo y abarcan campos tan diversos como la música, el arte, la escritura, la moda, el diseño, la radio, el cine, la televisión y, por su puesto, la edición de libros. Todos estos ámbitos productivos tienen un valor económico significativo, pero también son poseedores de profundos significados sociales y culturales (UNESCO y PNUD, 2014).

Otros términos fueron surgiendo conforme los procesos económicos fueron cambiando. Por ejemplo, a principios del presente siglo, apareció por primera vez el término *economía creativa*, acuñado por el británico John Howkins (2001), para explicar cómo la economía y la creatividad se combinaban en la creación de valor y riqueza. Las industrias creativas abarcan los bienes y servicios que producen las industrias culturales, pero también toman en cuenta la producción de juguetes, así como otras que dependen de la innovación, como el desarrollo de software y los videojuegos, es decir, se ocupan de manifestaciones creativas que no se contemplan solamente como culturales. Esta definición se ha difundido más ampliamente en aquellas regiones donde la industria del software representa un sector importante para las industrias creativas (UNESCO y PNUD, 2014: 20).

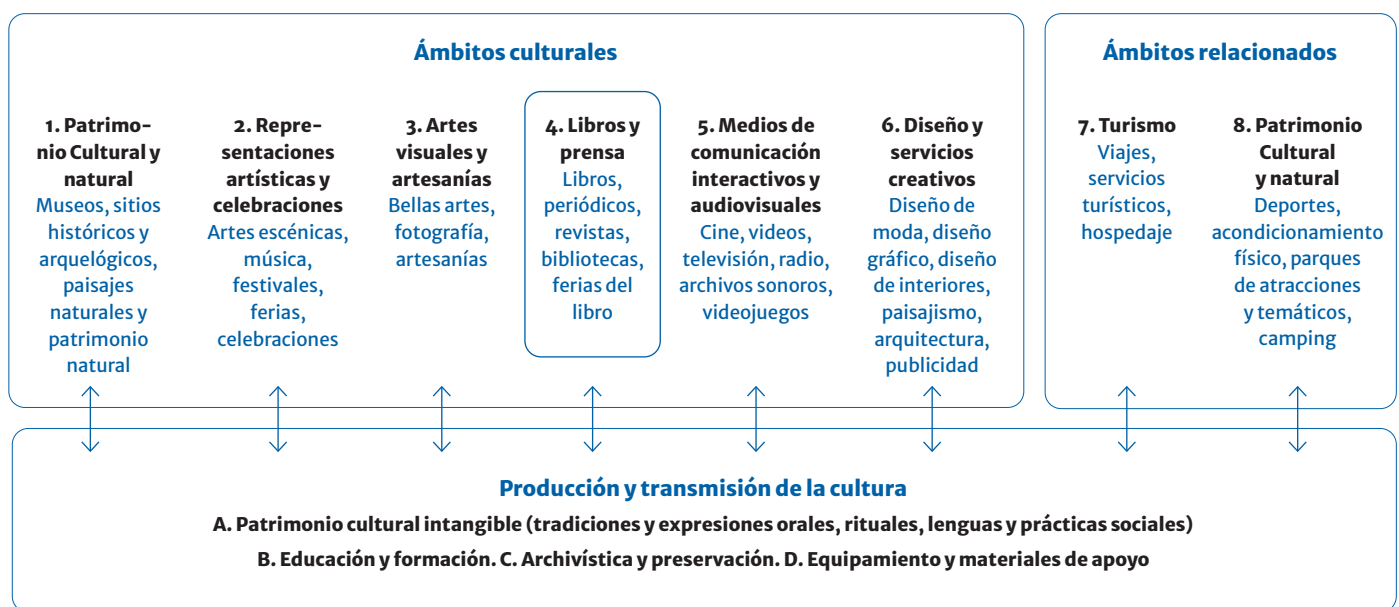
Es válido hablar también del sector económico de la cultura, ya que su operación económica es equiparable a la de cualquier otro sector. En México, algunos de los primeros cálculos fueron hechos por Ernesto Piedras quien, con datos de 1998, estimaba el valor de las industrias protegidas por los derechos de autor en 6.7% del PIB, ubicando a estas industrias como el cuarto sector en importancia en el país (Piedras, 2004). En años más recientes, de acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura de México realizada por INEGI, en 2023, el sector de la cultura representó 2.7% del PIB.

En 2023, las industrias culturales en México representaron el 2.7% del PIB

La interacción entre cultura y economía revela el modo en que identidades y mundos reales se interconectan con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. La economía cultural comprende aquellos sectores del capitalismo moderno que atienden las demandas del consumidor por diversión, ornamentación, autoafirmación u ostentación social, y que también tienen un valor simbólico (UNESCO y PNUD, 2014: 24).

El Marco de Estadísticas Culturales de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) agrupa a las industrias, actividades y prácticas culturalmente productivas en seis ámbitos culturales: 1. Patrimonio cultural y natural; 2. Representaciones artísticas y celebraciones; 3. Artes visuales y artesanías; 4. Libros y prensa; 5. Medios de comunicación interactivos y audiovisuales; 6. Diseño y servicios creativos; además, incluye dos ámbitos relacionados: 7. Turismo y 8. Deporte y recreación. Adicionalmente, la UNESCO incluye cuatro dominios transversales por su papel en el ciclo cultural respecto de la producción y transmisión de la cultura: A. Patrimonio cultural intangible; B. Educación y capacitación; C. Archivística y preservación; D. Equipamiento y materiales de apoyo, tal como se muestra en la Figura 1 (UNESCO, 2009: 23).

Figura 1. Industrias Culturales en el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO



Fuente: UNESCO, 2014. En el Anexo 5 se desglosan todas las actividades de cada uno de los ámbitos.

La cultura es, pues, un motor de desarrollo, liderada por las industrias culturales y creativas, no sólo reconocidas por su valor económico, sino también por sus beneficios sociales y por el papel que desempeñan en la producción de nuevas tecnologías e ideas creativas. Es uno de los sectores que más rápido está creciendo en la economía mundial, no sólo en términos de generación de ingresos, sino también de creación de empleos. Además, los recursos creativos e intelectuales del mundo se están invirtiendo cada vez más en industrias de base cultural “cuyos resultados son tan reales como los de cualquier otra industria” (UNESCO y PNUD, 2014).

El informe de la UNESCO de 2022 informa que la cultura y la creatividad constituyen el 3.1% del PIB mundial y el 6.2% del total del empleo. El valor de las exportaciones de bienes y servicios culturales se ha duplicado con respecto a 2005, hasta alcanzar 389 mil millones de dólares en 2019, además de ser uno de los sectores económicos más nuevos y de más rápido crecimiento en el mundo (UNESCO, 2022).

Se habla de industrias del contenido como importantes generadoras de empleo, industrias “que desempeñan un papel cada vez más relevante conforme los cambios tecnológicos y económicos transfieren valor al contenido” (Bhaskar, 2014: 91). Estamos hablando de industrias como la música, los videojuegos, el cine, la radio y la televisión, los archivos sonoros, las redes sociales, los periódicos, las revistas y los libros.

Sin embargo, a pesar de este dinamismo, se estima que, debido a la pandemia, los sectores culturales y creativos perdieron más de 10 millones de puestos de trabajo en el mundo; la inversión pública en cultura también ha disminuido en la última década, agudizándose la disparidad entre países desarrollados y países en desarrollo, pues los primeros lideran el 95% del total de las exportaciones en el comercio de bienes y servicios culturales (UNESCO, 2022). México y Latinoamérica no son la excepción: países que en décadas pasadas tuvieron un papel importante en la industria editorial, hoy se han visto debilitados por la participación de grandes consorcios de la comunicación y grandes sellos editoriales, principalmente españoles (García Canclini, 2000).

Bhaskar describe a la edición como “la industria creativa por excelencia. Representa el potencial reproductivo de la imprenta, la primera tecnología de producción y distribución masiva de objetos culturales e intelectuales, que generó nuevos modelos de organización alrededor del taller, del impresor humanista y de la fijación tipográfica” (Bhaskar, 2014: xviii-xix). En tal sentido, el mismo autor afirma:

A lo largo de su historia, la edición ha estado a la vanguardia del capitalismo, pues fue pionera entre otras cosas, del proceso y organización industriales, la propiedad intelectual, el comercio de bienes intangibles (“economía del conocimiento”, “industrias creativas”), la eliminación de la censura y la interferencia gubernamental en asuntos comerciales, los mercados libres, los bienes de lujo y de consumo (los libros fueron los primeros regalos de Navidad), las organizaciones laborales, los patrocinios y la publicidad, la innovación en la experiencia de venta al menudeo (como la posibilidad de que los clientes se muevan libremente entre los libros exhibidos), los mecanismos de identificación y seguimiento (como el ISBN), las primeras ventas al menudeo por Internet, el diseño de productos, la mercadotecnia, las ferias comerciales y los mercados de exportación (Bhaskar, 2014: 173).

La edición, dice Bhaskar, no se parece a la mayoría de las industrias, puesto que debe lidiar con estados financieros y con fenómenos culturales. En la edición, por lo tanto, se articulan dos valores: el simbólico y el económico (Bhaskar, 2014: xviii). La cultura y la economía están interconectadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios como lo es el libro. No es de extrañar que, para Bourdieu, el libro sea un “objeto de doble cara, económica y simbólica, es a la vez mercancía y significación, el editor es

Los sectores culturales y creativos constituyen el 3.1% del PIB mundial y el 6.2% y del total del empleo

“La edición es la industria creativa por excelencia”

también un personaje doble, que debe conciliar el arte y el dinero, el amor a la literatura y la búsqueda del beneficio, en estrategias que se sitúan en algún lugar de los dos extremos” (Bourdieu, citado en Pimentel, 2007: 24).

1.2 Industria editorial

De acuerdo con la Real Academia Española, el término *industria* se refiere a la suma o conjunto de industrias de un mismo o varios géneros, de todo un país o de parte de él. También se refiere a un negocio o actividad económica (RAE, 2014).

En economía, el término *industria* se usa para hacer referencia a grupos de empresas que producen productos similares. Una empresa que edita libros pertenece a la industria editorial; si, además de libros, edita periódicos, revistas, hace radio, televisión, música y videojuegos, entonces pertenece a la industria de la información en medios masivos; en ambos casos, esa empresa es parte de las industrias culturales. En este sentido, la industria editorial se refiere al conjunto de empresas dedicadas al mismo negocio o actividad económica, que realizan un conjunto de operaciones para la obtención y comercialización de productos y servicios relacionados. Para los fines de esta investigación, se entenderá como industria editorial al grupo de empresas o instituciones cuyo negocio o actividad económica principal es la edición de libros.

Ahora bien, el comportamiento de la empresa de cualquier industria depende de la forma en la que está organizada esa industria. El tipo de industria o mercado en el que opera una empresa determina en gran medida la forma en la que se comportará, es decir, la “organización de mercado” dependerá de cuántas empresas hay en la industria, si sus productos son prácticamente iguales o están diferenciados, si las empresas de la industria pueden controlar o no los precios o salarios, o si las empresas competidoras pueden entrar y salir libremente o no de la industria. Sin embargo, las industrias no siempre son fáciles de clasificar: algunas industrias poseen ciertas características generalmente asociadas con una modalidad de organización, mientras que otras se caracterizan por un tipo de organización diferente (Case y Fair, 1997).

Una industria *perfectamente competitiva* se compone de muchas empresas (todas ellas relativamente pequeñas en comparación con el tamaño de mercado total) que producen el mismo producto, sin que ninguna ejerza control sobre los precios, ni sea lo suficientemente grande para afectar el precio de mercado de sus productos o de los insumos que compra. Otra característica de este tipo de organización es la facilidad para entrar y salir del mercado, es decir, que las empresas nuevas pueden entrar fácilmente y competir por las utilidades en la industria.

El *monopolio*, por otra parte, es una estructura industrial, u organización del mercado, en la que una gran empresa elabora un producto sin sustitutos cercanos. Cuando en un mercado existe solamente una empresa, ésta fija el precio de su producto. Sin embargo, aunque estas empresas pueden determinar el precio de los productos, éstos estarán determinados por la oferta y la demanda, es decir, por la cantidad de bienes que la empresa está dispuesta a producir y la cantidad de consumidores que están dispuestos a pagar la cantidad fijada por la empresa monopolista. Para mantener el monopolio e impedir que otras

empresas entren al mercado y compitan por los beneficios, las empresas o los gobiernos determinan barreras a la entrada (Case y Fair, 1997).

El sistema de derechos de autor crea monopolios, los cuales, reducen los riesgos, fomentan la inversión y protegen el rendimiento, al grado de influir en el precio y la disponibilidad (St Clair, citado en Bhaskar, 2014: 174).

Los monopolios no son exclusivos de un producto o servicio determinado, a veces, son específicos de un momento, un lugar o acción determinada, por ejemplo, los equipos deportivos firman convenios exclusivos de venta para sus partidos (Case y Fair, 1997). En el caso de la industria editorial, existen convenios exclusivos entre ciertos autores y ciertos sellos editoriales, por lo que no todas las empresas editoriales tienen las mismas ventajas de entrada al mercado.

La *competencia monopolística* es un punto intermedio entre el monopolio y la competencia, donde diferentes empresas compiten por los mismos clientes, pero cada una de ellas elabora un producto ligeramente diferente. Si estas empresas son capaces de diferenciar con éxito sus productos, establecen una lealtad de marca que les permite gozar de los beneficios de un monopolio.

En la industria editorial existen sellos editoriales que diferencian sus productos a través de estrategias, como son: la exclusividad de autores y géneros, la calidad en la edición y la impresión, acceso a canales de distribución y puntos de venta, entre otras; estas empresas deben decidir, de forma altamente competitiva, acerca de sus productos, el precio y la calidad. Y aunque no ejercen control directo sobre la fijación de precios, si cuentan con cierta capacidad para influir en ellos. Tal capacidad va a estar determinada por la calidad y la no existencia de productos sustitutos cercanos.

Para Bourdieu, este tipo de organización de mercado es vista como un “campo”, donde existe competencia y conflictos, en el que cada jugador juega su papel de acuerdo con la cantidad de capital que posee (económico, cultural, social y simbólico) y la estrategia de los agentes depende de su posición en el campo o, en otras palabras, de la distribución del capital específico que poseen. Por lo tanto, se convierte en un campo de lucha en tanto existen relaciones de fuerza entre los jugadores encaminadas a conservar o transformar su configuración (Bourdieu y Wacquant, 1995: 65-68).

En un campo, dice Bourdieu, los agentes y las instituciones luchan para apropiarse de las ganancias específicas que están en juego. Quienes dominan un determinado campo están en posición de hacerlo funcionar en su beneficio, pero siempre deben tener en cuenta la resistencia, las protestas, reivindicaciones y las pretensiones políticas de los dominados. Por lo tanto, existe un derecho de entrada que cada campo impone, esto es, el derecho de participar; y lo que legitima el derecho a ingresar es la posesión del capital específico, ya sea económico, cultural, social o simbólico (Bourdieu y Wacquant, 1995: 68-70). En los campos existe una lucha entre los nuevos agentes, que quieren entrar, y los dominantes, que tratan de defender el monopolio y evitar la competencia (Bourdieu, 2008: 112-119).

La *competencia monopolística* se caracteriza por la relativamente libre entrada y salida del mercado. Cuando una empresa tiene éxito en una de sus líneas de productos, sus utilidades invitan a nuevas empresas a acceder al mercado con nuevas marcas o estilos.

La competencia monopolística es un punto intermedio entre el monopolio y la competencia, donde diferentes empresas compiten por los mismos clientes, pero cada una de ellas elabora un producto ligeramente diferente.

La industria editorial se define como el conjunto de aquellas unidades económicas dedicadas principalmente a la edición de libros.

Muchas nuevas editoriales surgen cada año y muchas otras desaparecen sin haber tenido éxito. Las casas editoriales dominantes casi siempre están ligadas a una o más industrias culturales, es decir, son parte de medios globales que incluyen periódico, radio, televisión, cine, medios digitales y de entretenimiento, contra los cuales las editoriales tradicionales difícilmente pueden competir.

De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, 2013 (SCIAN), la industria editorial se define como el conjunto de aquellas unidades económicas dedicadas principalmente a la edición de libros, así como a la edición de estas publicaciones integrada con la impresión en papel o con la grabación en formato electrónico, por ejemplo, en discos compactos o casetes, o bien combinada con su difusión a través de Internet.

Las unidades económicas dedicadas a la edición se caracterizan por la creatividad intelectual que se requiere para el desarrollo de sus actividades, publican copias de trabajos de los cuales poseen los derechos de autor, ya sea porque realizaron una creación propia, o bien porque adquirieron los derechos de reproducción a través de licenciamientos; pueden contar con la infraestructura necesaria para realizar las actividades de distribución de sus productos o realizan acuerdos para la distribución de los mismos; asimismo, pueden contratar los servicios de impresión (511131 Edición de libros) o, en otros casos, la editorial cuenta con los medios para la impresión de los mismos (511132 Edición de libros integrada con la impresión). Los ingresos que obtienen son por venta y licenciamiento de libros, a lo que se suma también la edición de enciclopedias y atlas en formato físico, integrada o no con la impresión en papel; y la edición de libros, enciclopedias y atlas en formato electrónico combinada con su difusión a través de Internet (SCIAN, 2013: 354).

Para la UNESCO, la industria editorial queda enmarcada en el ámbito de libros y prensa (véase Figura 1). Esta categoría representa todo tipo de publicaciones en sus diferentes formatos: libros, periódicos y revistas, incluyendo todas las modalidades electrónicas o virtuales, además de la distribución digital de libros y materiales impresos. Las bibliotecas, tanto físicas como virtuales, así como las ferias de libros. La impresión, por su parte, no se incluye en las clasificaciones culturales, por no considerarse una actividad netamente cultural; sin embargo, de acuerdo con el modelo de ciclo cultural, la impresión debe incluirse como parte de la función de producción de la industria editorial, pero sólo aquellas actividades de impresión que tienen un uso final predominantemente cultural. El problema es que existen otras actividades de impresión relacionadas con la industria editorial, como la impresión de catálogos comerciales, directorios u otros materiales, que deben quedar fuera de las mediciones (UNESCO, 2009: 27).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) define a la industria editorial como aquella que utiliza activos intelectuales y creativos para producir obras literarias en toda clase de soportes. La industria editorial es parte importante de las industrias creativas desde los puntos de vista económico y cultural, pero, en términos de tecnología, enfrenta nuevos desafíos debido al aumento de las ediciones electrónicas. Este repunte ha reducido la distancia entre autor y consumidor, lo que representa una gran oportunidad para nuevos participantes en el mercado editorial y, de acuerdo con el PNUD, las ventas sugieren que los medios impresos y electrónicos pueden coexistir. Dentro de la industria editorial existen oportunidades para las librerías, especialmente las que están mejor equipadas para ofrecer ventas *online*. Las ventas de diarios impresos han disminuido en todo el

mundo debido principalmente a la llegada de nuevas tecnologías, pero la venta de diarios se ha adaptado rápidamente a los nuevos soportes electrónicos. Otra característica de la industria editorial es que, si bien las ventas de impresos han ido disminuyendo en muchas partes del mundo, las ganancias han sido financiadas por la publicidad y otras industrias creativas interdependientes como el cine, la radio y la televisión, que forman parte de grandes conglomerados de la comunicación (PNUD, 2010: 217).

De hecho, la producción editorial se encuentra concentrada en unas cuantas empresas, las cuales forman parte de conglomerados que reúnen editoriales, revistas, periódicos, estudios de cine, cadenas de radio y televisión. Se trata de conglomerados de la comunicación que acaparan buena parte de la vida pública (Escalante, 2007).

Los cambios en la industria editorial no sólo afectan a los agentes que la integran, los hábitos de lectura también están cambiando: la lectura se ha convertido en un acto solitario, donde las prácticas de lectura dependen del capital acumulado, es decir, la lectura como práctica social se ve modificada por factores como el acceso al sistema educativo o las redes de socialización. Es aquí donde las estrategias del editor y las definiciones de edición, libro e industria entran en diálogo. Reconocer sus fronteras le permitirá al editor hacer frente a la producción, comercialización y consumo en un mercado de bienes y servicios culturales en constante transformación.

La producción editorial se encuentra concentrada en unas cuantas empresas, las cuales forman parte de conglomerados que reúnen editoriales, revistas, periódicos, estudios de cine, cadenas de radio y televisión.

1.3 Edición

La edición es un concepto muy amplio que no tiene definiciones unívocas: es una labor en constante cambio que se modifica en relación con la tecnología, las prácticas y políticas culturales y las formas de consumo, así como de los objetos mismos que se producen y transforman a lo largo del tiempo (Del Rivero, Levin y Zorrilla, 2015: 14). Puede ser estudiada desde la historia cultural y la sociología de los textos; desde las industrias culturales; la sociología; la teoría de la recepción o las teorías de la comunicación. También puede ser entendida como un proceso de intermediación, en la medida que los editores seleccionan contenidos, los modifican y los colocan como bienes y servicios culturales, de una manera intencional, para una audiencia determinada. El editor como intermediario se sitúa entre el contenido y la audiencia, entendiendo la intermediación como el conjunto de acciones que se realizan para acercar el uno al otro (Del Rivero, Levin y Zorrilla, 2015: 15).

La edición también puede ser entendida como una estrategia retórica. Kloss la define como una serie de tareas interpretativas que construyen varios subsistemas de signos interrelacionados de forma deliberadamente pertinente, para poner en evidencia el significado del texto, mejorar su comprensión y realzar su verosimilitud. Las decisiones de publicar o no un texto, en qué colección, con cuántos ejemplares y a qué precio, son decisiones claramente retóricas, porque determinan el discurso en función de sus propósitos y sus destinatarios (Kloss, 2015: 129).

Las decisiones de publicar o no un texto, en qué colección, con cuántos ejemplares y a qué precio, son decisiones claramente retóricas, porque determinan el discurso en función de sus propósitos y sus destinatarios.

Sin embargo, aunque la edición puede ser entendida como una actividad, una práctica, un modelo o una estrategia retórica, existe un elemento común a estas definiciones: el *contenido*. Bhaskar comenta que la edición nunca se separa del contenido y que, donde quiera que se encuentra la edición, está el contenido (Bhaskar, 2014: 91). Bhaskar describe

a la edición como una maquina social, en el sentido que existe un contexto para las operaciones editoriales, esto es, el contenido se filtra, se enmarca y se amplifica para hacerlo llegar a una audiencia de acuerdo con un modelo (Bhaskar, 2014).

La edición es un proceso social que hace uso de estrategias para poner ciertos contenidos al alcance de una audiencia determinada. Estos contenidos se filtran y se enmarcan en diferentes soportes y son amplificados mediante estrategias de promoción, distribución y comercialización.

Podemos decir, en consecuencia, que la edición es un proceso sumamente amplio de carácter social, que hace uso de estrategias para poner ciertos contenidos al alcance de una audiencia determinada. Estos contenidos se filtran y enmarcan en diferentes soportes y son amplificados mediante estrategias de promoción, distribución y comercialización. El acto de intermediación que supone poner los contenidos frente a sus auditorios se hace mediante estrategias y decisiones retóricas. Se trata de decisiones pensadas intencionalmente y de forma pertinente para hacer llegar de la manera más apropiada los contenidos a sus destinatarios. Estas estrategias se realizan tomando en cuenta un modelo que se basa en el contexto social, económico, político y cultural, al interior del cual se producen y reproducen los contenidos en bienes y servicios de consumo cultural.

Entender la edición y bajo que modelo se filtra, enmarca y amplifica el contenido es esencial para poder caracterizar a la industria y conocer a los actores y su quehacer editorial. En este sentido, se pueden identificar al menos tres grandes modelos de edición: la edición del sector privado, la edición gubernamental y la edición universitaria. Estos tres modelos conforman lo que se había definido como industria editorial. Cabe aclarar que, dado que no existen estadísticas que permitan caracterizar a la edición de la sociedad civil, para los términos de esta investigación, los datos que se obtengan de ésta formarán parte del modelo de edición del sector privado.

1.3.1 La edición como estrategia retórica

Las decisiones editoriales, son decisiones claramente retóricas, porque determinan el discurso en función de sus propósitos y sus destinatarios. La edición como estrategia retórica consiste en encontrar los discursos más apropiados para ponerlos en el soporte más adecuado y hacerlo llegar de la mejor manera a los lectores; la edición representa todo ese valor que se agrega a las decisiones de publicar una obra.

La edición como estrategia retórica consiste en encontrar los discursos más apropiados para ponerlos en el soporte más adecuado y hacerlo llegar de la mejor manera a los lectores.

En su *Tratado de la argumentación*, Perelman reconoce que el propósito de la retórica es llegar al acuerdo social dirigiéndose a auditorios particulares que basan su racionalidad en sistemas de creencias específicos. La edición, en tanto práctica retórica, atiende la solución de problemas indeterminados, que Buchanan define como aquellos problemas cuya solución proviene de la comprensión de su particularidad, es decir, que un mismo problema acepta varias estrategias para su solución (Buchanan, citado en Rivera, 2013: 54-55).

La edición es un tipo de acción retórica y una *techné*, en el sentido que es un proceso que requiere la planeación de las acciones y la toma de decisiones para la solución más adecuada a un problema retórico, esto es, hacer con conocimiento de causa (Rivera, 2013: 81).

Para poder llevar a cabo la edición como estrategia retórica, el editor tiene que planear las estrategias de acción con base en la *intellectio* y la *inventio*, para después poner en cierto orden (*dispositio*), ciertas figuras (*elocutio*), y prever cierta actuación (*actio*) del discurso; dicho de otro modo, la retórica sirve al editor en la medida en que propone estrategias de pensamiento y acción para estructurar argumentos apropiados a partir del análisis de cada situación (Rivera, 2013: 63).

Intellectio

La *intellectio* consiste en comprender las ideas y pensamientos con respecto a la cuestión o causa de la controversia, es decir, comprender dónde se encuentra el desacuerdo entre el orador y su auditorio. Junto con la *inventio*, es aquí donde se formulan las preguntas: qué, quién, dónde, cómo, cuándo, de qué modo y por qué, es decir, preguntarse sobre quién y a quién se le habla. En suma, se trata de invertir tiempo y esfuerzo en comprender la especificidad de cada problema, esto es, entender las necesidades de los clientes, las características de los auditorios de cada uno de ellos y el tipo de contexto donde se desarrollará la comunicación (Rivera, 2007: 26-27). Para Albaladejo, la función de la *intellectio* reside en lograr la comprensión del hecho retórico (Albaladejo, citado en Rivera, 2007: 33). Para la construcción de argumentos, el editor debe ser capaz de pensar en lugar del otro, sólo así puede comprender dónde se encuentra la controversia. Perelman comenta que no es posible construir el discurso sin antes comprender la situación argumentativa en su conjunto, es decir, conocer las réplicas a las que se pueden enfrentar los discursos. Una vez que se conocen y comprenden estas controversias, el orador y el auditorio habrán llegado a un acuerdo previo, y será este acuerdo la premisa a partir de la cual se desencadena la argumentación. Por último, la comprensión de la situación argumentativa permitirá la correcta selección de figuras retóricas o *tropos* y de los esquemas mentales o tópicos (Perelman, citado en Rivera, 2007: 31). Gracias al proceso de intelección, se obtienen las premisas que guiarán al resto de operaciones retóricas (Rivera, 2013: 58).

La intellectio consiste en comprender las ideas y pensamientos con respecto a la cuestión o causa de la controversia.

La comprensión de la situación argumentativa permitirá la correcta selección de figuras retóricas o tropos y de los esquemas mentales o tópicos.

Inventio

Continuando con las operaciones retóricas, la *inventio* consiste en indagar en aquellos lugares que sean pertinentes para los argumentos que se van a presentar, con el fin de lograr un acuerdo con el auditorio; esos lugares donde se indaga son los tópicos o lugares de opinión; por lo tanto, la *inventio* es una operación constructiva para encontrar los argumentos pertinentes según lo previamente determinado durante la *intellectio* (Rivera, 2007: 81).

El proceso de invención retórica inicia con el esfuerzo de definir el problema retórico, determinar la intención persuasiva, encontrar los desacuerdos y medir su grado. Ahora bien, no es suficiente saber el grado de desacuerdo; se deben conocer las razones que lo causan o los argumentos que el auditorio opone o rechaza a la intención persuasiva. Por otro lado, es necesario conocer los acuerdos previos, es decir, las premisas a partir de las cuales debe desarrollarse toda argumentación, que a su vez se obtienen del sistema de creencias del auditorio (Rivera, 2013: 65-67).

Rivera comenta que la argumentación es indispensable para aclarar los conflictos que surgen de la diversidad de creencias; sin embargo, un auditorio puede ser persuadido por diferentes discursos o líneas argumentativas. Estas líneas argumentativas permiten explorar diversos tópicos que servirán para construir los diferentes argumentos que serán presentados al auditorio (Rivera, 2013: 69-70).

Para Ozuna, los tópicos no son lugares de salida, sino lugares de llegada que permiten pensar otras maneras de estructurar la realidad a través de nuevas formas discursivas. En ese sentido, la *inventio* consiste en “introducir lo nuevo a partir de lo conocido” (Mariana Ozuna, citada en Rivera, 2013: 59).

La inventio consiste en indagar en aquellos lugares que sean pertinentes para los argumentos que se van a presentar, con el fin de lograr un acuerdo con el auditorio.

Los tópicos son técnicas argumentativas que constituyen una colección amplia de esquemas mentales para producir argumentos.

Los tópicos son, por su parte, el lugar de donde se pueden sacar proposiciones sobre un tema dado y, así, descubrir argumentos (Albaladejo, citado en Rivera, 2013: 71). Rivera agrega que los tópicos son esquemas mentales que los seres humanos utilizan para pensar y expresarse sobre la realidad, independientemente del sistema de creencias o la ideología a la que pertenezcan. En resumen, añade Rivera, los tópicos son técnicas argumentativas que constituyen una colección amplia de esquemas mentales para producir argumentos (Rivera, 2013: 72-73).

Estos tópicos o técnicas argumentativas se pueden clasificar en tres grupos: las cuasilógicas, las basadas en la estructura de lo real, y las del caso particular y la analogía. La elección de cuál técnica utilizar dependerá de la intención persuasiva particular y de las posibles réplicas que pueda oponer el auditorio. Las técnicas cuasilógicas hacen uso de fórmulas lógicas deductivas, por ejemplo, lo que es demostrado con correlaciones lógicas (definición, contradicción o probabilidad) es probable que sea verdadero. Las técnicas basadas en la estructura de lo real son los argumentos que utilizan la relación de los medios con los fines o las causas con los efectos, es decir, toman su fuerza de la naturaleza de las cosas, de lo contundente del hecho o de lo apabullante del dato empírico. Y las técnicas basadas en el caso particular, que toman su fuerza de los ejemplos, la ilustración, de reglas universalmente aceptadas, del prestigio, de la autoridad y de la analogía (Rivera, 2013: 73-80).

En suma, tanto la *intellectio* como la *inventio* son operaciones analíticas que permiten encontrar los argumentos pertinentes para lograr la persuasión (Rivera, 2013: 60).

Dispositio y elocutio

La dispositio propone el orden de los argumentos, en tanto la elocutio se encarga de encontrar las figuras retóricas adecuadas.

La *dispositio* propone el orden de los argumentos, en tanto la *elocutio* se encarga de encontrar las figuras retóricas adecuadas. La *dispositio* consiste en dar orden a las ideas y pensamientos, en organizar los argumentos hallados en la *inventio* de forma oportuna y pertinente; estos argumentos no siguen un orden establecido, sino que deben ser organizados de acuerdo con cada situación retórica, es decir, organizar los argumentos en el orden más adecuado en función de sus propósitos y sus destinatarios.

La *elocutio* consiste en la elección adecuada de los tropos o figuras retóricas. De acuerdo con Richard Buchanan y Kenneth Burke, estas figuras retóricas o tropos son lugares de pensamiento como la metáfora, la metonimia, la sinécdoque y la ironía (Buchanan y Burke, citados en Rivera, 2007: 41). Por su parte, Román Esqueda los clasifica en tres figuras: sinécdoques, metáforas y metonimias (Esqueda, citado en Rivera, 2013: 61).

Marti Louw, en el *Diseño para el deleite*, identifica diferentes tipos de deleites emocionales: el asombro, el descubrimiento, la invención y el ingenio. Ahora bien, Louw asocia los cuatro deleites con los cuatro tropos maestros de Burke (metonimia, metáfora, sinécdoque e ironía), los tropos entendidos como lugares comunes de pensamiento, que nos ayudan, por medio de la extracción de similitudes y diferencias, a comunicar y crear sentido (Louw, 2003: 6-14). Los cuatro tropos usados como herramienta del lenguaje retórico son:

La **ironía**, que consiste en presentar una idea por medio de su opuesto. La ironía, dice Louw, funciona como estimuladora del asombro al localizar límites y encontrar opuestos. La ironía y el asombro motivan el deseo de saber, de cuestionar la verdad y de sintetizar una visión más holística de la naturaleza.

La **sinécdoque**, de acuerdo con Louw, es la figura del pensamiento que encuentra las relaciones inherentes, las equivalencias y las conexiones sentidas entre las cosas y las experiencias. Para Burke, es un mecanismo para representar una cosa por otra, lo que implica una relación integral o de convertibilidad (Burke, citado en Louw, 2003: 15). Este tropo, continua Louw, se sustenta en las substituciones de equivalencia en donde una cosa es intercambiable por otra. “El descubrimiento de conexiones por medio de la substitución de una expresión, cosa o experiencia por otra, es la fuente del deleite de la sinécdoque” (Louw, 2003: 16).

La **metonimia** es la figura del pensamiento que se utiliza para reducir conceptos de orden superior a unos de orden inferior. Citando a Burke, “la metonimia es un mecanismo para trasladar un estado incorpóreo o insubstancial a los términos de lo corporal o tangible” (Burke, citado en Louw, 2003: 16). La metonimia reduce lo no verbal a lo verbal, es decir, la explicación de los fenómenos en términos de palabras. La metonimia explica los fenómenos de forma tal que la información se reduce, se reacomoda y se reinterpreta ingeniosamente para establecer una postura y lograr una mayor persuasión en el auditorio.

Por último, tenemos la **metáfora** como un mecanismo para ver una cosa en los términos de otra cosa. Louw afirma que, en términos lingüísticos, crea relaciones entre diferentes cosas. Cuando se utiliza en la comunicación, trae consigo el placer añadido de “ser conducido” por un nuevo sendero de relaciones (Louw, 2003: 18). Lakoff y Johnson dicen que las realidades sociales se entienden en términos metafóricos y que la concepción del mundo es esencialmente metafórica, por lo tanto, agregan, la metáfora desempeña un papel significativo en lo que es real para nosotros (Lakoff y Johnson, 2004: 188).

En la edición se hace uso de tópicos y tropos como herramientas del lenguaje retórico, por ejemplo, la tipografía permite metaforizar conceptos como tradición, elegancia, modernidad, etcétera; el color también confiere significados de fuerza, pasión, felicidad, etcétera; la retícula crea jerarquías, niveles de información, transfiere y organiza los elementos que la conforman; otros tópicos como el formato, la selección de materiales, soportes o tipo de impresión ayudan a comunicar, crear sentido y construir argumentos pertinentes.

Kloss introduce la semiótica en el campo de la edición, en el sentido de que cada actor del proceso editorial es un operador semiótico (traductor, corrector, tipógrafo, diseñador, formador, ilustrador, etcétera); de acuerdo con Kloss, “su propósito es interpretar el sentido del texto y producir una mejoría en su propia capacidad significante... o un nuevo sistema de signos que lo traduzca, acompañe y refuerce”, siendo el editor quien eslabona todas estas operaciones actuando como el gran operador retórico (Kloss, 2015: 131).

Es el editor quien eslabona todas estas operaciones actuando como el gran operador retórico.

Actio

Esta operación consiste en tomar en cuenta el contexto donde actuará el discurso. Para Bourdieu, el contexto es un *campo*, es el escenario de relaciones de fuerza y de luchas, un lugar de cambio permanente (Bourdieu, 1995: 64-65). Para Bhaskar, el contexto donde se realiza la edición es un *modelo*, y este modelo tiene un elemento social, ya sea ideológico, económico, político, modos de vida, de trabajo, disponibilidad y naturaleza de los recursos, factores institucionales, marcos legales, entornos culturales e intelectuales. Bajo este modelo, el contenido se filtra (*intellectio* e *inventio*), se enmarca (*dispositio* y *elocutio*) y se amplifica (*actio*) (Bhaskar, 2014: 167).

La actio consiste en tomar en cuenta el contexto donde actuará el discurso.

La argumentación se da después de entender cuáles son los acuerdos y cuáles las refutaciones entre el orador y su auditorio, es decir, la relación entre la intención persuasiva del orador y las creencias del auditorio (*intellectio*), lo cual permite la construcción de argumentos pertinentes (*inventio*), su disposición en el orden más conveniente (*dispositio*), la selección de los esquemas mentales y las figuras retóricas más adecuadas (*elocutio*), y el estudio del contexto donde actuará el discurso (*actio*). En este sentido, el uso correcto de las operaciones retóricas produce la persuasión, que se logra cuando el discurso alude a la razón, la confianza y las emociones del auditorio, es decir, el *logos*, el *ethos* y el *pathos* (Rivera, 2013: 61).

El mediador es aquel que ayuda a transitar de la lectura en voz alta al proceso de escritura, es decir, poner el código al alcance del lector.

1.3.2 La edición como proceso de mediación¹

En opinión de Lourdes Morán, el mediador es aquel que ayuda a transitar de la lectura en voz alta al proceso de escritura, es decir, poner el código al alcance del lector. Tiene que ver con un proceso pedagógico que es, también, un proceso horizontal, en el sentido de conocer al lector, ponerse en los zapatos del otro, para establecer una estrategia que sitúe la lectura y los libros al alcance de una audiencia.

La mediación presupone tres principios en torno a la escritura: lectura en voz alta, la charla en torno a los libros y el proceso de escritura. Así, por ejemplo, los narradores orales son mediadores, ya que a través de la lectura en voz alta hacen accesible el código al lector. Los cuentacuentos son otro ejemplo de mediadores de la lectura en voz alta, pues hacen llegar el código a audiencias de menor edad. Marcela Romero dice que los cuentacuentos son vehículos de la lectura y el libro, pues contar cuentos es imaginar mundos posibles, creando una relación afectiva con la lectura. Ahora bien, la lectura oral es una forma de preservar la lengua y la cultura, es decir, nuestra herencia cultural intangible.

La charla en torno al libro es un descubrimiento para el mismo lector, es encontrarse a sí mismo. Morán concluye diciendo que el mediador resignifica la lectura colectiva, en otras palabras, no es lo mismo leer solo que leer en colectivo.

Los promotores de lectura también juegan un papel importante en la mediación. Socorro Venegas, que en 2017 estaba a cargo del Centro Cultural del Fondo de Cultura Económica de Apatzingán, comentaba sobre los resultados que ha tenido el programa de Salas de Lectura, donde los promotores de lectura se han convertido en el motor del programa y las salas de lectura en espacios de reunión y encuentro al interior de las comunidades. Estas salas rescatan espacios y dan lugar a nuevos proyectos comunitarios, es decir, dan sentido e identidad a las comunidades y su gente. Además, son un punto de venta importante para aquellas comunidades que no cuentan con acceso a los libros.

Las salas de lectura y los promotores de lectura median entre autores, editores, lectores y también comunidades, por lo que se han convertido no sólo en un modelo de mediación, sino de política cultural.

Para Mariana Morales, un mediador comprometido es aquel que abre nuevos espacios para que los lectores se encuentren “con el libro adecuado y con la historia precisa en el momento correcto, es aquel que permite a los niños construir su propia biografía lectora y les permite escribir sus propias historias”.

1. Apuntes del Seminario de Aplicación y Evaluación impartido en el sexto trimestre en la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM Xochimilco, enero-marzo de 2017.

Conocer al lector implica el diseño de mejores colecciones; es ayudar a los lectores a transitar de la lectura en voz alta al proceso de escritura o, como dice Morán, “poner el código al alcance del lector”. Otras estrategias del editor encaminadas a acercar el libro y la lectura a las audiencias son los narradores orales, los cuentacuentos, los clubes de lectura, las tertulias en torno al libro, los promotores de lectura, las salas de lectura, entre otros.

En conclusión, el editor como parte de este proceso de mediación debe conocer a su audiencia, los lectores, y ponerse en sus zapatos, para tener conocimiento de sus gustos, necesidades y preferencias para, entonces, establecer estrategias que pongan la lectura y los libros a su alcance de la mejor manera posible.

1.3.3 Modelo de comunicación editorial desde la recepción²

Jerónimo Repoll comenta que lo ideal es generar los contenidos que se van a editar; sin embargo, en la comunicación estratégica el proceso comienza al revés, es decir, llegan los contenidos de alguna fuente (radio, televisión, editorial, cine, redes sociales, etcétera) y, con ellos, el editor debe planear la estrategia de comunicación.

El libro es un medio masivo de comunicación que se define por la práctica social y no por la tecnología. En este sentido, el editor debe elegir el medio que va a utilizar para llegar a su audiencia, pensando siempre en el lector como usuario final.

El editor debe elegir el medio que va a utilizar para llegar a su audiencia, pensando siempre en el lector como usuario final.

Escasez de medios masivos

Repoll advierte que el libro tiene escasez de espacios de difusión. Por ejemplo, para poder estar en la FIL Guadalajara, el editor debe pagar ocho mil pesos por metro cuadrado. “Si el autor no es un promotor activo, el libro no se mueve”, comenta.

Abundancia de los medios electrónicos

La abundancia de los medios electrónicos facilita la difusión del libro. Sin embargo, afirma Repoll, esta abundancia ha provocado cambios y paradigmas en la e-comunicación: cambios de audiencia a usuarios, de medios a contenidos, de monomedia a multimedia, de periodicidad al tiempo real, de la escasez a la abundancia, de la intermediación a la desintermediación, de la distribución al acceso, de la unidireccionalidad a la interactividad, de lo lineal al hipertexto y de la información al conocimiento.

En esta época de la abundancia, comenta Repoll, es más necesaria la figura del editor, como una figura que discrimina los contenidos. Los editores no pueden seguir pensando en el libro de una forma tradicional o lineal: el editor ahora juega un papel importante y debe pensar en proyectos que trasciendan a transmedia (más de tres medios), lo que debe hacerse pensando y conociendo al usuario, pues es él quien conecta la narrativa transmedia en nuestros días.

1.3.4 La edición desde la sociología

Para Bourdieu, la sociología es una ciencia que trata sobre las relaciones de poder y las relaciones de significado entre grupos y clases. Primero, por la distribución de materiales y medios de apropiación de bienes y valores socialmente escasos, y segundo, por esquemas mentales y corporales, es decir, patrones simbólicos como la conducta, los pensamientos, sentimientos y juicios de los agentes sociales (Bourdieu y Wacquant, 2012: 30–32).

² *Idem.*

En el primer caso, estamos hablando de “estructuralismo” en el sentido que existen estructuras objetivas, independientes de la conciencia y de la voluntad de los agentes, que son capaces de orientar o de coaccionar sus prácticas o sus representaciones. En el segundo caso, se habla de “constructivismo”, ya que existen esquemas de percepción, pensamiento y acción que constituyen el *habitus* y, por otra parte, estructuras llamadas *campos* y grupos que se hacen llamar clases sociales (Bourdieu, 2000: 127).

Y esto es así porque, para Bourdieu, “existe una correspondencia entre las estructuras sociales y las estructuras mentales”, las cuales “tienen funciones políticas cruciales. Los sistemas simbólicos no son simplemente instrumentos de conocimiento, sino también instrumentos de dominación”. Por lo tanto, la obra de Bourdieu se traduce en una “sociología del poder simbólico”, es decir, la forma en que “diversas formas de violencia simbólica” contribuyen a la “reproducción y transformación de las estructuras de dominación” (Bourdieu y Wacquant, 2012: 36-37).

Para entender estas relaciones, es necesario entender el concepto de *campo*. Para Bourdieu, el campo es el escenario de relaciones de fuerza y de luchas encaminadas a transformarlas, se trata de un lugar de cambio permanente (Bourdieu, 1995: 64-65).

Un campo es el escenario de relaciones de fuerza y de luchas encaminadas a transformarlas, se trata de un lugar de cambio permanente.

El *campo* es visto como una cancha de juego, donde existe competición y conflictos, donde cada jugador juega su papel dentro del campo de acuerdo con la cantidad de capital que posee. Los jugadores cuentan con diferentes formas de capital (económico, cultural, social y simbólico) y la estrategia de los agentes depende de su posición en el campo, es decir, de la distribución del capital específico que poseen. Por lo tanto, se convierte en un campo de luchas en tanto existen relaciones de fuerza entre los jugadores encaminadas a conservar o transformar la configuración de dichas fuerzas (Bourdieu y Wacquant, 1995: 65-68).

En un campo hay luchas y hay historia. El sistema escolar, el Estado, la Iglesia, los partidos políticos y los sindicatos no son aparatos, sino campos. En un campo los agentes y las instituciones luchan para apropiarse de las ganancias específicas que están en juego. Quienes dominan un determinado campo están en posición de hacerlo funcionar a su beneficio, pero siempre deben tener en cuenta la resistencia, las protestas, reivindicaciones y las pretensiones, políticas o no, de los dominados. Por lo tanto, existe un derecho de entrada que cada campo impone, esto es, el derecho de participar; y lo que legitima el derecho a ingresar es la posesión del capital específico, ya sea económico, cultural, social o simbólico (Bourdieu y Wacquant, 1995: 68-70).

También existen leyes generales en los campos y campos tan diversos como el campo de la política, la filosofía o la religión. Como ya se ha dicho, en los campos existe una lucha entre los nuevos agentes que quieren entrar y los dominantes que tratan de defender el monopolio y evitar la competencia (Bourdieu, 2008: 112-119).

Ahora bien, para que un campo funcione, es necesario que existan objetos en juego y personas dispuestas a jugar el juego, dotadas de *habitus*, es decir, de conocimiento de las leyes del juego y de los objetos en juego. Bourdieu define el *habitus* como un “oficio”, un conjunto de técnicas, de referencias o de creencias (Bourdieu, 2008: 112-119). Por lo tanto, podemos introducir el concepto del *habitus* como el oficio de mediador, es decir, el *habitus*, como “principio generador de estrategias que permite a los agentes lidiar con situaciones imprevistas y siempre cambiantes” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 194). En el ámbito de la

edición, podemos hablar del *habitus* del editor; y al igual que podemos hablar de un *habitus* en la edición, podemos hablar del *campo* de la edición. La cantidad o posesión de un determinado tipo de capital determina las relaciones en el *campo* social o en el caso que nos concierne, las relaciones en el *campo* de la edición. Así, por ejemplo, una posesión muy alta de capital económico determinará la posición de los jugadores en el campo de la edición privada, es decir, entre quienes dominan el sector y los nuevos competidores, mientras que una cantidad significativa de capital cultural, social o simbólico determinará la posición de los jugadores y su actuar en el campo de la edición universitaria o gubernamental.

La cantidad o posesión de un determinado tipo de capital determina las relaciones en el campo social.

Capital económico, cultural, social y simbólico

Para Bourdieu, el capital se presenta bajo tres especies fundamentales: capital económico, capital cultural y capital social, además del capital simbólico (Bourdieu y Wacquant, 2005: 177). Y la forma en que se manifiesta depende de “la mayor o menor cuantía de los costes de transformación”. El *capital económico*, por ejemplo, es “directa e inmediatamente convertible en dinero” y, para su protección, se recurre a los derechos de propiedad. El *capital cultural* “puede convertirse bajo ciertas condiciones en capital económico” y puede institucionalizarse en forma de títulos académicos. El *capital social* es un capital de “obligaciones y relaciones sociales”, puede devenir en capital económico bajo ciertas condiciones y se institucionaliza en forma de títulos nobiliarios (Bourdieu, 2001: 135-136).

Capital económico

El concepto tradicional de la teoría económica reduce el universo de las relaciones sociales de intercambio al simple intercambio de mercancías y la maximización del beneficio, dejando de lado la totalidad del *campo* de la producción económica.

Bajo esta definición tradicional, quedan fuera del análisis “aquellas prácticas y bienes intelectuales y artísticos que son el cuasi-monopolio de la clase dominante”; sin embargo, hasta “las cosas aparentemente no veniales tienen su precio”. La dificultad de convertirlas en dinero radica en que son fabricadas con la “intención de una expresa negación de lo económico” (Bourdieu, 2001: 131).

Una ciencia económica general, dice Bourdieu, “debe procurar incluir el capital y el beneficio en todas sus manifestaciones, así como determinar las leyes por las que los diferentes tipos de capital (o de poder, que para el caso es lo mismo) se transforman unos en otros” (Bourdieu, 2001: 135).

Capital cultural

Siguiendo con Bourdieu, el *capital cultural* se da en tres formas: incorporado, objetivado e institucionalizado (Bourdieu, 2001: 136).

El capital cultural incorporado se refiere a la acumulación de la cultura a través de un proceso de interiorización que supone un periodo de tiempo de enseñanza y aprendizaje. Este capital no puede realizarse por medio de otro, sino que supone una inversión de tiempo individual: “quien se esfuerza por adquirir cultura, trabaja sobre sí mismo, se esta formando”. Se invierte tiempo y ganas de aprender, “con todas las privaciones, renunciaciones y sacrificios” que esa inversión significa (Bourdieu, 2001: 139).

El capital cultural incorporado se convierte, así, en una posesión y parte integrante de la persona, es decir, en *habitus*. Entre más grande es la inversión de tiempo en la adquisición de ese capital, mayores son los beneficios materiales y simbólicos que se le reconocen. Estos beneficios dependen del *capital cultural* previamente incorporado en la familia y de la acumulación de *capital* desde la infancia (Bourdieu, 2001: 140-143).

El capital cultural objetivado se relaciona con el capital cultural incorporado, es decir, el capital cultural es incorporado y transferido a través de un soporte físico, por ejemplo, pinturas, escritos, monumentos, instrumentos, etc. (Bourdieu, 2001: 144).

En este sentido, los bienes culturales pueden ser apropiados materialmente, lo que presupone *capital económico*, o bien simbólicamente, lo que presupone *capital cultural*. En ambos casos, depende del individuo hacer uso del capital cultural objetivado en la medida que haga uso de él y lo utilice como arma en el campo de la producción cultural, pero, sobre todo, en el campo de las clases sociales, donde los agentes ponen sus fuerzas en juego (Bourdieu, 2001: 144-146).

Por su parte, el capital cultural institucionalizado es aquel que viene dado en forma de títulos, como mecanismo de protección contra aquellos que no poseen capital cultural incorporado. El título académico se convierte en “un certificado de competencia cultural que confiere a su portador un valor convencional duradero y legalmente garantizado” (Bourdieu, 2001: 146).

Los bienes culturales pueden ser apropiados materialmente, lo que presupone capital económico, o bien simbólicamente, lo que presupone capital cultural.

El capital social es la suma de los recursos, reales o virtuales, de la que se hace acreedor un individuo o un grupo en virtud de poseer una red perdurable de relaciones más o menos institucionalizadas de mutua familiaridad y reconocimiento.

Capital social

El *capital social* es la suma de los recursos, reales o virtuales, de la que se hace acreedor un individuo o un grupo en virtud de “poseer una red perdurable de relaciones más o menos institucionalizadas de mutua familiaridad y reconocimiento” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 178).

Las relaciones de capital social sólo pueden existir sobre la base de relaciones de intercambio material y simbólico que contribuyen además a su mantenimiento. Por lo tanto, el capital social sólo puede existir por las relaciones de intercambio. En este sentido, la cantidad de capital social que se posea dependerá del tamaño de la red y sus conexiones para poder movilizar e intercambiar el capital cultural, económico o simbólico que poseen aquellos con quienes se está relacionando (Bourdieu, 2001: 150). Este intercambio, dice Bourdieu, convierte las cosas intercambiadas en señal de reconocimiento, por lo tanto, el grupo o la red se reproduce en ese mutuo reconocimiento (Bourdieu, 2001: 152).

Capital simbólico

El *capital simbólico* es el capital económico o cultural cuando es conocido y reconocido, según las categorías de percepción que impone (Bourdieu, 2000: 138). Se refiere al prestigio o el *estatus* obtenido en cualquier campo.

El capital simbólico es un crédito, es el poder impartido a aquellos que obtuvieron suficiente reconocimiento para estar en condiciones de imponer el reconocimiento. El poder simbólico es un poder de hacer cosas con palabras, es decir, es un poder de consagrar o revelar las cosas que ya existen (Bourdieu, 2000: 138).

El capital simbólico es el capital económico o cultural cuando es conocido y reconocido... Se refiere al prestigio o el estatus obtenido en cualquier campo.

Transformaciones del capital

Ahora bien, los diferentes tipos de capital pueden obtenerse con capital económico, a un precio mayor o menor de acuerdo con el esfuerzo puesto para su transformación. Algunos bienes y servicios pueden ser adquiridos con capital económico, pero otros sólo pueden adquirirse en virtud de un capital social de relaciones u obligaciones.

La transformación de capital económico en cultural, por ejemplo, depende del tiempo dedicado a su obtención, pero además depende del capital económico disponible para invertir en educación y formación escolar, inversión que sólo puede ser reembolsada en el largo plazo. En este sentido, los diferentes tipos de capital se diferencian según la facilidad con la que pueden transformarse en otros tipos de capital (Bourdieu, 2000: 160).

Los diferentes tipos de capital se diferencian según la facilidad con la que pueden transformarse en otros tipos de capital.

1.3.5 La edición como teoría

La edición, dice Bhaskar, no se reduce a lo impreso, ni al libro electrónico, ni a los derechos de autor, se refiere, en cambio, a un elemento en común: el contenido. No existe la edición sin contenido, es decir, la edición es la que crea el acto de comunicación, no el contenido por sí mismo y, para que exista el contenido, éste necesita de marcos y modelos (Bhaskar, 2014: 91-92).

Los *marcos* se refieren tanto a la forma como se presentan los contenidos como al acto de contenerlo. Los marcos no sólo son paquetes para el contenido, sino un modo de experimentar el contenido, en este sentido, los editores no son simples productores de libros, sino creadores de marcos. Ejemplos de marcos son las pantallas, archivos, reproductores mp3, aplicaciones de videojuegos, libros, etcétera, que, al enmarcar el contenido, permiten su distribución. En este sentido, los marcos sirven tanto para la presentación como para la recepción de contenidos, es decir, los marcos son los mecanismos de distribución y de presentación del contenido. Pero, además, los contenidos siempre están en la búsqueda de nuevos marcos: los generadores de contenidos propician la evolución de los marcos (Bhaskar, 2014: 99-113).

Los marcos son los mecanismos de distribución y de presentación del contenido.

Por otro lado, tenemos los *modelos*, que Bhaskar define como “extrapolaciones abstractas, con las que guiamos nuestras acciones y cuentan con un poder tanto para explicar como para anticipar resultados, gracias a lo cual poseen también un poder causal” (Bhaskar, 2014: 115). Para los editores, el modelo es el de los negocios, el de la rentabilidad, el de los rendimientos de la inversión, el de la venta de libros, derechos de propiedad y servicios editoriales (Bhaskar, 2014: 115), que en esta investigación se denominará *modelo del sector privado*. Ahora bien, no todos los modelos son de negocios, también existen los aspectos políticos, estéticos, religiosos y sociales; en este sentido, podemos hablar también de los *modelos de la edición institucional o gubernamental*, la *edición de las universidades* y la *edición de la sociedad civil*, que persiguen otros fines no meramente económicos.

Los marcos y los modelos no se pueden disociar. Bhaskar advierte que “el contenido pretende lograr ciertas cosas, y se crea y se divulga para hacerlo; el modelo de cada contenido establece esas pretensiones”, y agrega que el contenido tiene una razón de ser, es decir, los modelos siempre están en el corazón del contenido, el contenido siempre cuenta con un marco y siempre cuenta con un modelo (Bhaskar, 2014: 116).

Un ejemplo es el caso de la editorial británica Penguin de la década de 1930. En aquella época surge el concepto de *libro de bolsillo*, como resultado de las decisiones editoriales to-

madras por su editor Allen Lane: selección de buenos contenidos, ediciones de pasta blanda para tener precios accesibles, sin descuidar la calidad de las ediciones y distribución a través de canales ajenos a las librerías como supermercados y puestos de periódicos; además, los contenidos estaban dirigidos a un público recién formado, que transitaba por cambios en los hábitos de consumo de medios, principalmente la radio y el cine. El nuevo libro de bolsillo se conjugó con el surgimiento de un nuevo mercado de masas y las economías de escala. En esta doble noción de marcos y modelo, apunta Bhaskar, “los sistemas de distribución se integran coherentemente con la lógica económica, la percepción cultural de los consumidores se entrelaza con el diseño sistemático de la marca y la selección cuidadosa y refinada de contenido encuentra plataformas de distribución de medios” (Bhaskar, 2014: 117-122).

El filtrado tiene que ver con las decisiones que realizan los editores para que un contenido se edite o se excluya.

Por otro lado, también tenemos las actividades de filtrar y amplificar. Mientras que los marcos y los modelos brindan el cómo y el porqué de la edición, el filtrado y la amplificación “ocurren a través de marcos y de acuerdo con modelos” (Bhaskar, 2014: 124). El filtrado tiene que ver con las decisiones que realizan los editores para que un contenido se edite o se excluya; en este sentido, los editores tomarán decisiones de filtrado de acuerdo con el *ethos* de su catálogo, la coyuntura económica y social, consideraciones económicas, el estado de su inventario, el alcance de la obra o del autor, los criterios editoriales de la institución o, incluso, el humor del editor en un momento determinado (Bhaskar, 2014: 131).

Amplificar, de acuerdo con Michael Bhaskar, es “actuar de modo que se distribuyan o consuman más ejemplares de una obra o producto, o que se distribuyan y sean consumidas por personas que no lo harían sin el acto de intermediación”

Cerca de 1500, en Venecia, Italia, Aldo Manucio revolucionó la edición de libros, amplificó los textos griegos al imprimirlos mejor y hacerlos más atractivos para públicos nuevos, los hizo más accesibles, los diseñó con limpieza y los distribuyó de forma más amplia. Todo ello fue posible gracias a un conjunto de decisiones e innovaciones editoriales como el perfeccionamiento de fuentes tipográficas, interlineas más generosas, márgenes más amplios; aligeró los textos, entre otros aportes estéticos a la arquitectura y a los principios organizadores del libro (portadilla, sumario, índices, encabezados, subtítulos, folios, etcétera) hasta entonces desconocidos (Bhaskar, 2014: 132-137).

“Los editores no sólo son productores de libros, también son filtros de contenido y constructores de marcos amplificadores”

Amplificar, señala Bhaskar, es “actuar de modo que se distribuyan o consuman más ejemplares de una obra o producto, o que se distribuyan y sean consumidas por personas que no lo harían sin el acto de intermediación”. Amplificar no es dejar un manuscrito en la banca de un parque para hacerlo “público”, tampoco es imprimir una obra y dejar que se pudra en las bodegas. Amplificar, por el contrario, significa colocar los libros en los puntos de venta y hacer que lleguen a las manos de los lectores; se trata de una serie de acciones y decisiones para hacer que algo se encuentre de manera más amplia o que lo encuentren más personas. Publicar, por otra parte, es el proceso por el cual se garantiza que la gente, a parte del creador de la obra, la lea. Ahora bien, si el filtrado se rige por modelos, la amplificación se da en y a través de marcos y enmarcado: no sólo se enmarca el contenido, sino que se enmarca para amplificarlo; sin el marco, la amplificación es imposible. “Los editores no sólo son productores de libros, también son filtros de contenido y constructores de marcos amplificadores” (Bhaskar, 2014: 137-138).

A lo largo de la historia los marcos, el filtrado y la amplificación han dependido de la tecnología, desde la invención del papel, la xilografía o la impresión con tipos móviles en China; la aparición del papel y la imprenta a mediados del siglo xv en Europa (Febvre, 2014); el uso de las máquinas de vapor y la producción industrial del papel en la década de

1830 en Gran Bretaña, que permitieron economías de escala, o la aparición del ferrocarril y los barcos de vapor que permitieron ampliar los mercados. La tecnología ha permitido “la incorporación de un conjunto de relaciones, conocimientos, prácticas y distribuciones de poder facilitadoras”, es decir, el enmarcado y la amplificación no se pueden entender sin los aportes de la tecnología y las innovaciones. La buena organización, el flujo de trabajo, el diseño de procesos, las relaciones públicas y la obtención de clientes también actúan como un poderoso amplificador. La amplificación se trata tanto de estrategias y tácticas como de tecnología (Bhaskar, 2014: 147-156).

Por lo tanto, se puede decir que la edición es un sistema donde se conjugan y entrelazan modelos, filtrado, marcos y amplificación (Bhaskar, 2014: 161). Estos modelos tienen un componente social, económico y tecnológico, que está en constante cambio; en este sentido, la edición está incrustada en la sociedad y refleja intereses dominantes en ella. La edición, advierte Bhaskar, ha cumplido por milenios una función social esencial, al representar un factor clave para el florecimiento de la ciencia y la cultura (Bhaskar, 2014: 201-243).

Uno de estos modelos es el económico. Se puede decir que la edición es una actividad económica, tenga o no fines de lucro. Los editores siempre estarán en la búsqueda de maximizar rendimientos y minimizar costos, es decir, decidirán publicar un libro mientras los costos marginales no excedan los rendimientos marginales, como dice Bhaskar:

La economía cultural no deja de ser economía... Los economistas producen funciones de demanda para los bienes culturales que se asemejan a las de cualquier otro artículo de consumo... Las técnicas de filtrado, enmarcado y amplificado sirven para crear excedentes de capital, a partir del potencial de los productos amplificados, creando eficiencias a partir de los costos marginales decrecientes. (Bhaskar, 2014: 174)

Los editores, por lo tanto, viven entre imperativos culturales y comerciales, y aunque los modelos económicos con fines de lucro representan gran parte de la edición, existen otros modelos que operan no mediante incentivos económicos, sino mediante la acumulación de capital simbólico (legitimidad, prestigio o estatus cultural). Tal es el caso del modelo de edición universitario. En este modelo, dice Bhaskar, las universidades se ven siempre obligadas a apoyar a la academia sin convertirse en una carga de costos. Con suerte alguna editorial universitaria contribuirá económicamente a su institución matriz, y las más de las veces, la principal medida de una editorial universitaria será la divulgación del conocimiento. Y aunque aparentemente la edición universitaria no tiene fines de lucro, estas editoriales también están en la búsqueda de ganancias (Bhaskar, 2014: 187).

Los modelos tienen que ver con la creación de valor que, al buscarlo, también se genera riesgo, se cual sea el modelo bajo el cual se edita. Las estrategias del editor por lo general buscarán maximizar el valor y minimizar el riesgo. Y, dado que el capital cultural, simbólico e intelectual es, en la edición, capital de riesgo, éste también “se pierde y se acumula” (Bhaskar, 2014: 199-200).

Por último, comenta Bhaskar, “un ambiente editorial fuerte contribuye a crear sociedades deliberativas y reflexivas”; pues como se ha comprobado, “la edición ha sido tanto catalizadora para el cambio como elemento cohesionador de la gente. La edición delimita el sistema intelectual de una sociedad, al abarcar sus librerías, universidades, bibliotecas,

La edición es un sistema, donde se conjugan y entrelazan modelos, filtrado, marcos y amplificación. Estos modelos tienen un componente social, económico y tecnológico que está en constante cambio.

escuelas, periódicos, radio, televisión, pasatiempos y negocios”. Por lo tanto, lo que suceda con la edición de verdad importa, “pues en parte define quiénes somos, lo que sabemos y podemos saber, lo que se piensa, se escribe, se lee y se hace” (Bhaskar, 2014: 243).

Recapitulando, se puede decir que la edición es entendida como un proceso de mediación, es decir, de poner ciertos contenidos al alcance de una audiencia a través de procesos de *filtrado*, *enmarcado* y *amplificación*; y que esta actividad editorial tiene lugar bajo un *modelo*, tomando en cuenta los contextos social, económico, político y cultural, bajo los cuales se producen y reproducen los contenidos en bienes y servicios de consumo cultural. Las decisiones que toman los editores pertenecen al ámbito de la retórica en el sentido de que determinan el discurso en función de sus propósitos y sus destinatarios, es decir, encontrar los discursos más apropiados para ponerlos en el soporte más adecuado y hacerlo llegar de la mejor manera a los lectores. Además, estas decisiones editoriales ocurren, por un lado, en un *campo social*, en el ámbito de las relaciones de poder y significado entre grupos y clases sociales; y por el otro, a través de esquemas de pensamiento y acción que constituyen el *habitus* de los agentes que en él intervienen, es decir, de los editores. Por último, estas relaciones de poder dependerán de la cantidad y posesión de los diferentes tipos de capital existentes: económico, cultural, social y simbólico.

1.4 El libro

De acuerdo con la RAE, el *libro* es un conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen. Es también cualquier obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte. El Diccionario Panhispánico del Español Jurídico agrega a estas definiciones la del *libro electrónico* y los que se publiquen o se difundan por internet o en otro soporte que pueda aparecer en el futuro, los materiales complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual o sonoro que sean editados conjuntamente con el libro y que participen del carácter unitario del mismo, así como cualquier otra manifestación editorial. La UNESCO lo define como una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de la cubierta, editada en el país y puesta a disposición del público. Los libros se pueden clasificar, de acuerdo con su encuadernación, en: libros de tapa dura, rústica, *wire-o*, engrapados y electrónicos o digitales; de acuerdo con sus temáticas, en: libros de literatura, de consulta, de arte, ilustrados, de divulgación, de texto, técnicos, prácticos (manuales, recetas, instructivos, etc.), religiosos, autoayuda, infantiles, etc. Sin embargo, todas estas definiciones se centran en el libro como objeto, causando confusión, ya que el libro tiene otras connotaciones que van más allá de su mera materialidad.

El libro, como lo conocemos hoy en día, es la síntesis de grandes avances tecnológicos que han ocurrido a lo largo de la historia de la humanidad, desde la invención de la escritura, 3,200 años antes de nuestra era, en Sumeria; la invención del papel en China en el año 105, que permitió la sustitución del papiro y del pergamino; el nacimiento de la xilografía en China en el año 900, y la impresión de tipos móviles de madera hacia el año 1030 tam-

bién en China; la invención del libro como *codex* (encuadernado) ocurrió en la Edad Media al amparo de los monasterios, donde los monjes trabajaban en sus *scriptoria*, su labor consistía principalmente en copiar y salvar las escrituras bíblicas aceptadas por la iglesia, además de las obras de la antigua Grecia y Roma (Kloss, 2009: 22-32).

Otro avance importante se dio en Europa hacia el siglo XII con la introducción del papel por parte de los árabes y la invención de la imprenta con tipos móviles de metal a mediados del siglo XV en la ciudad de Maguncia por parte de Johannes Gutenberg. Cabe mencionar que ya se conocía el arte de imprimir con tipos móviles de madera y metal, pero fue este último quien perfeccionó todos aquellos saberes y los convirtió en una industria que floreció por toda Europa y se mantuvo casi inalterada por varios siglos. Todas estas innovaciones se conjugaron para crear entre 1450 y 1455 lo que seguramente fue el primer libro impreso: la Biblia de 42 líneas de Gutenberg (Febvre, 2014: 1-70).

Los primeros libros impresos después de la aparición de la imprenta eran muy parecidos a los manuscritos elaborados en los monasterios, pues representaron, hasta ese entonces, el único referente que tuvieron los primeros impresores. A estos primeros libros se les conoce como *incunables* y se produjeron entre 1445 y 1500.

Entre 1475 y 1480 aparecieron las portadas de los libros como las conocemos hoy en día. Años después, aparecería el uso de notas al pie de página y el uso de folios, además de los “tamaños portátiles” y el uso de ilustraciones (Febvre, 2014: 83).

La imprenta se expandió pronto por todo en mundo. La primera imprenta del nuevo mundo se instaló en México en 1539, por encargo de fray Juan de Zumárraga y la aprobación del virrey don Antonio de Mendoza, y estuvo a cargo del impresor italiano Juan Pablos. Se sabe que el primer libro impreso en México fue el *Manual de adultos* elaborado entre 1539 y 1540 (Kloss, 2009: 45-46). Los primeros libros impresos en México fueron principalmente abecedarios y obras destinadas a la evangelización de los indios. En 1550, llegó de Sevilla, Antonio de Espinosa, quien trabajó para Juan Pablos fundiendo nuevos caracteres romanos e itálicos, que reemplazaron a los góticos que se habían usado hasta entonces (Febvre, 2014: 240). Ya en el siglo XVI, proliferaban las tipografías humanistas o romanas, inspiradas en la minúscula carolingia (Febvre, 2014: 73).

El libro como mercancía apareció casi al mismo tiempo que la imprenta, que se transformó rápidamente en una industria, regida por las mismas leyes económicas que las de cualquier otra. Con el desarrollo de la imprenta, también lo fueron haciendo otras actividades y profesiones relacionadas como la aparición de los cajistas, los tipógrafos, los oficiales y maestros impresores, los operarios, los libreros, los publicistas, los hombres de negocios, los bibliófilos y, desde luego, los editores. La imprenta fue precursora de los gremios y los sindicatos, de la noción de autor, de las marcas o sellos editoriales, de los catálogos, de los derechos de autor, las redes comerciales, las librerías, las ferias de libro y las leyes que regulaban y protegían a la recién creada industria del libro. Con los libros impresos también apareció el comercio ambulante, la venta ilegal de títulos prohibidos y la piratería (Febvre, 2014: 251-287). Se estima que la aparición de la imprenta permitió la producción de hasta 20 millones de libros hasta antes de 1500 (Febvre, 2014: 289).

Ya en el siglo XVII los libros eran considerados objetos de gran valor, sobre todo los destinados al estudio, y existían libreros que se daban a la búsqueda de libros de segunda mano o adquirían las bibliotecas de algún letrado fallecido, siendo así como surgieron los comerciantes y librerías especializadas en el libro de ocasión (Febvre, 2014: 277).

El libro como mercancía apareció casi al mismo tiempo que lo hizo la imprenta, ésta se transformó rápidamente en una industria, regida por las mismas leyes económicas que la de cualquier otra industria.

No fue sino con la Revolución Industrial que se dio otro salto tecnológico importante: la invención de la litografía en 1798 y la aparición de las máquinas de vapor vinieron a revolucionar la industria del libro. La litografía permitió aumentar la productividad, reducir los costos, e incrementar la impresión comercial que, asimismo, se beneficiaría de otros avances de la época como la fotografía. En 1850, surgen las primeras prensas litográficas mecánicas y, con ello, la “impresión de masas”. Hacia 1852, se desarrolla también la fotolitografía, que posibilitó la reproducción de fotografías de forma rápida, barata y fiel a las originales. En 1880, se inventó el linotipo, que permitió componer con plomo renglones enteros. Para 1890, se inventa la trama de medios tonos y, en 1907, aparece la primera prensa rotativa de impresión en *offset*, que hizo posible imprimir casi cualquier cosa que se pudiera fotografiar, pues su principio consiste en imprimir a través de rodillos y placas reveladas a partir de negativos. Estos avances trajeron consigo un impulso de la palabra impresa que no se veía desde tiempos de Gutenberg (Kloss, 2009: 56-65).

Sobre la producción de libros en México, en una conferencia pronunciada en 1949, Daniel Cosío Villegas, comenta que, en la época colonial se llegaron a imprimir en México más de 300 mil libros, los cuales eran de una belleza tipográfica que aun hoy día “nos hacemos lenguas”. Esa tradición gráfica continuó hasta 1853-1856 con la publicación del diccionario enciclopédico *Historia y Geografía*, hazaña de ilustres autores y editores que aún no ha sido superada (Cosío, 1985: 1-2). Después de la Revolución Mexicana, advertía Cosío, la gran masa de libros que se leían hasta entonces eran libros de origen extranjero, incluyendo los de la enseñanza superior. Sólo algunos libros de texto para primaria y los de historia y geografía para bachillerato se imprimían en México. Sin embargo, la Primera Guerra Mundial, la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial trajeron consigo etapas de aislamiento para el país, épocas en las cuales se dio un impulso a la naciente industria editorial mexicana, con la Editorial Cultura, la revista *México Moderno* y la impresión de obras de grandes pensadores de la época a escala industrial, “de manera que el libro mexicano se convierte por primera vez en libro universal” (Cosío, 1985: 2-3).

Todas estas contribuciones radican, como dice McKenzie, en comprender, respetar y rescatar los testimonios y la actuación humana en contextos complejos, no importa si se trata de manuscritos, libros impresos, películas, audios, imágenes fijas o archivos generados por computadora. En la construcción de significados, McKenzie define así a los textos:

Porque en último término lo que le confiere el más alto significado a la historia de todas esas formas y a su producción es que son elocuentes testimonios de la riqueza de la experiencia humana cuya recuperación es el principal objetivo de nuestro conocimiento. (McKenzie, 2005: 22)

La implementación de la imprenta fue un proceso lento y gradual, ya que durante algún tiempo coexistieron los libros impresos y los manuscritos; sin embargo, comenta Roger Chartier, hoy en día nos encontramos “ante una revolución técnica aun mayor que la de Gutenberg: la invención en el mundo digital de una nueva forma de inscripción, transmisión y circulación de los textos” (Chartier, 2009: 67).

De acuerdo con Roger Chartier, hoy en día nos encontramos “ante una revolución técnica aun mayor que la de Gutenberg: la invención en el mundo digital de una nueva forma de inscripción, transmisión y circulación de los textos”

Sin embargo, el libro, como dice Bhaskar, se trata de un contenedor donde se enmarcan los contenidos y, en este sentido, Chartier comenta que “Gutenberg no invento una nueva forma de libro sino una nueva técnica para reproducir textos” (Chartier, 2009: 67).

El concepto de libro, por lo tanto, no está determinado por su materialidad, sino por las ideas presentes en él, por “la propiedad intelectual y los aspectos formales de la escritura, el estilo, el sentimiento y todo aquello que forma la parte más íntima del individuo”. Las nuevas tecnologías como el Internet, el correo electrónico, las publicaciones electrónicas, la fotocopia de libros, las bibliotecas digitales y los textos de datos abiertos están desafiando las categorías tradicionales que gobiernan la cultura escrita (Chartier, 2009: 69). Los autores y los editores se debaten entre las categorías heredadas y las nuevas tecnologías, en palabras del propio Chartier:

El mundo de la textualidad electrónica introduce dispositivos que permiten materializar las categorías tradicionales que están siendo desafiadas por las nuevas formas de inscripción y de comunicación de los textos. Se observa una continua búsqueda de objetos, dispositivos o soportes técnicos que puedan restituir no sólo la protección de los derechos de autores y editores, sino también una cierta estabilidad de la obra en el contexto de una tecnología abierta a la creación perpetua y a la intervención del lector sobre unos textos que siempre son objeto de reescritura (Chartier, 2009: 70).

Y es que el libro quedó tan inseparablemente asociado con la imprenta, el papel, la tinta y la encuadernación que, incluso hoy en día, se sigue pensando que, con la llegada de una nueva tecnología, desaparecerá el libro como objeto y el editor como gestor de contenidos y constructor de sistemas de signos (Kloss, 2015: 130). Al respecto, Bhaskar habla de: “la descripción errónea de los editores como fabricantes de libros en lugar de amplificadores de contenido” (Bhaskar, 2014: 205). Se piensa que no existe diferencia entre texto y libro, pues se le sigue asociando con la simple reproducción de copias:

Decir libro suele confundir al contenedor con su contenido, al objeto físico con el producto de consumo y a la unidad sintagmática extensa con todos sus géneros y usos sociales. Por eso, no es raro que el autor le envíe al editor un manuscrito con la nota: “te mando mi libro para que lo imprimas”. Debería quedar claro que un archivo de Word no es un libro y que una editorial no es una imprenta (Kloss, 2015: 130).

“Debería quedar claro que un archivo de Word no es un libro y que una editorial no es una imprenta”

Los medios que son utilizados para comunicar e intercambiar ideas están cambiando: el diseño e impresión de libros ahora es digital, existen libros impresos, electrónicos, híbridos y toda clase de intercambios textuales en muchos otros soportes, es decir, el libro impreso sigue coexistiendo con los nuevos soportes electrónicos. Un medio no necesariamente desplaza a otro, la publicación de manuscritos continuó después de la imprenta hasta el siglo XVII, la radio no desplazó a los periódicos, ni la televisión eliminó al cine, por lo tanto, el libro electrónico no tiene por qué desaparecer al libro impreso. La digitalización de los libros tan sólo es una etapa del avance tecnológico (Darnton, 2009: 70).

La edición siempre ha tenido que ver con la tecnología, ya sea la fabricación de papel, la invención de la imprenta o el código html.

Lo que está creando el libro electrónico son nuevas formas de concebir la cultura escrita.

El concepto de libro, por lo tanto, no cambia con la llegada de nuevas tecnologías: la edición siempre ha tenido que ver con la tecnología, ya sea la fabricación de papel, la invención de la imprenta o el código html (Bhaskar, 2014: 42). El elemento común en la edición es el contenido; no importa cuál sea el soporte donde se enmarca el contenido, éste siempre va ir acompañado de procesos de filtrado y amplificación. El modelo de negocios de los libros impresos y el de los electrónicos es el mismo, y se basa en la rentabilidad de las ventas por unidad; el flujo de trabajo de ambos también es igual, lo único que cambia es el soporte y el avance de la tecnología, por lo tanto, lo que está creando el libro electrónico son nuevas formas de concebir la cultura escrita (Bhaskar, 2014: 40).

Reflexiones en torno a la generación de información estadística

2

2.1 ¿Para qué medir?

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la importancia de la información estadística radica en que el Gobierno hace uso de ésta para cuantificar, identificar necesidades, establecer programas de acción, caracterizar grupos específicos de población, o bien para fomentar e impulsar ciertos sectores económicos.

Para las empresas, la información estadística representa el conocimiento de la oferta y demanda de bienes y servicios, mercados potenciales, infraestructura existente y demás información útil para la toma de decisiones. Además, la información estadística permite evaluar los resultados y tomar decisiones al respecto.

Para el sector académico, esta información es necesaria para intentar comprender ciertos fenómenos que faciliten su interpretación y su predicción. Contar con información estadística permite acercarse al conocimiento de la realidad y contar con elementos para interpretar o predecir su comportamiento. Con la información estadística es posible conocer las dimensiones de un fenómeno; la forma como esos fenómenos se desagregan en sus componentes; su distribución en el espacio físico donde se registran; su comportamiento a través del tiempo; y las interrelaciones que un fenómeno tiene con uno o más fenómenos de naturaleza distinta (INEGI, 2016).

Archibugi, Denni y Filippetti (2009) concuerdan en que existen al menos tres razones que resaltan la importancia de los indicadores y la información estadística: La primera corresponde al análisis teórico, ya que los indicadores pueden ser usados para ampliar la frontera del conocimiento y comprobar o refutar con datos estadísticos otras teorías. La segunda porque constituyen la principal fuente de información para el diseño e implementación de políticas públicas, permitiendo identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un país, una región o un sector industrial. Y la tercera razón es que representan el insumo fundamental para el establecimiento de estrategias empresariales, suministrando a las empresas información oportuna para la toma de decisiones de inversión, de procesos de producción y organización al interior de la empresa, cuestiones legales, competencia o mercados potenciales, entre otros.

La información estadística facilita la implementación de políticas públicas, permitiendo identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un país, una región o un sector industrial

2.2 Uso y abuso de la información estadística

Litan y Wyckoff (2012) señalan que el mal uso de la información estadística desde cualquier enfoque disciplinario puede enviar señales confusas y engañosas e incluso podrían alterar la conducta de los agentes y sus prácticas, transmitiendo malas directrices y prácticas. Freeman y Soete (2009) mencionan que este abuso se debe a la enorme facilidad para acceder y descargar estadísticas; la rápida adopción de definiciones, clasificaciones y metodologías; la confusión por convertir indicadores en objetivos de política pública; y la facilidad de medir variables poco relevantes. En consecuencia, el abuso y mal uso conllevan a tomar malas decisiones políticas y estratégicas.

Para que la información estadística sea de utilidad en cuanto a la caracterización de los fenómenos y al conocimiento de la realidad, ésta debe cumplir con criterios de veracidad, ser conceptualmente significativa y ser oportuna.

Para que la información estadística sea de utilidad en cuanto a la caracterización de los fenómenos y al conocimiento de la realidad, ésta debe cumplir con criterios de veracidad, ser conceptualmente significativa y ser oportuna. La veracidad se refiere a que los datos deben ser coherentes, con suficiente precisión respecto del universo de estudio. Para que sean significativos, los indicadores deben ser obtenidos a partir de definiciones previamente establecidas y que se correspondan con los fenómenos que se quieren estudiar. Por último, el criterio de oportunidad se refiere a que el tiempo que pasa entre la captación de datos y la divulgación de resultados debe reducirse al máximo.

Argüelles (2016: 22) comenta que el único sentido que tiene levantar estadísticas es que éstas sean cercanas a la verdad y ayuden en el diseño de programas y mecanismos más eficaces para la promoción y el fomento del libro y la lectura. Además, como ya se ha dicho, deben ser de utilidad para los usuarios, para evaluar el desempeño de empresas y programas públicos, para el diseño de políticas públicas, en la toma de decisiones al interior de las empresas y que faciliten la investigación académica.

De nada sirve generar información si ésta no es útil para la toma de decisiones o no se utiliza para conocer mejor a la industria, por lo tanto, “el valor de la información estadística es directamente proporcional al impacto que ésta genera en las vidas de las personas al interior de una sociedad” (Heath, 2012: v).

Comunicar eficazmente la información requiere, para quien la emite, el desafío de comunicar sus cifras de manera oportuna, clara y accesible, transparentar sus metodologías, y ofrecer herramientas que faciliten el acceso a la información y su uso; para quien la recibe, hacer el mejor uso de ella, hacer un uso juicioso de la información para efectos de convertirla en conocimiento y usarla como insumo para tomar decisiones que le permita lograr sus objetivos en lo individual y en lo colectivo (Heath, 2012: v-vi).

2.3 Definiciones

En este trabajo de investigación se analiza la información estadística y los indicadores de la actividad editorial en México; sin embargo, términos como “indicador”, “estadística”, “dato” y “medida” podrían llevar a confusiones, por ello es importante su definición.

2.3.1 Medida

La RAE define el concepto de *medida* como la expresión numérica resultado de una medición; es, también, una de las unidades que se emplean para medir longitudes, superficies o volúmenes. Por su parte, la *General Accounting Office* menciona que una *medida* es un sustituto numérico o una descripción parcial de algún aspecto empírico de un fenómeno que, a diferencia de la métrica, no representa una medición sistemática de datos (Citado en Litan y Wyckoff, 2012).

Una *medida* remite imponer parámetros como peso, distancia, cantidad o volumen a cualquier cosa. Permite evaluar, en términos cuantitativos, la importancia de un objeto o fenómeno comparándolo con otro de la misma especie, pero que difiere de tamaño. La precisión y valoración son las principales cualidades que una medida permite efectuar entre los diversos objetos; sin embargo, no todas las medidas nos indican algo, en el sentido utilitario y semántico del término, por lo cual, si bien todos los indicadores son medidas, no todas las medidas son indicadores (Mondragón, 2002).

Una medida es un parámetro que mide magnitudes como son cantidad, peso, volumen, distancia, etcétera, y que sólo permite comparaciones entre elementos de la misma especie.

2.3.2 Dato

Un *dato* se puede definir como la unidad de información cuantitativa en relación con algún proceso que puede ser medido (Smith, 1998). De acuerdo con Mondragón (2002), un *dato* hace referencia tanto a los antecedentes necesarios para el conocimiento de algo como a cada una de las cantidades que constituyen la base de un problema matemático o estadístico, esto es, constituye un insumo para un proceso de construcción de conocimiento o de estadísticas.

Sin embargo, para CONEVAL (2013), los *datos* no son un medio confiable ni objetivo para evaluar el desempeño de un programa. Sin un punto de comparación, es difícil establecer los logros, ya que sólo se conoce el estado actual de la problemática.

Cuando se busca presentar los avances de un programa, es conveniente mostrar tanto el estado inicial como el actual de la problemática; de esta manera, es fácil valorar la importancia de sus resultados. En virtud de que los datos proporcionan información que no necesariamente refleja los resultados de los programas, es preciso tener un punto de comparación para la información que se reporta, esto es, una base sobre la cual se pueda emitir un juicio acerca de su desempeño.

Un dato es una unidad básica de información cuantitativa.

2.3.3 Estadística

La *estadística*, de acuerdo con la RAE, es el estudio de los datos cuantitativos de la población, de los recursos naturales e industriales, del tráfico o de cualquier otra manifestación de las sociedades humanas (RAE, 2014).

Por su parte, Mondragón describe a la *estadística* como la ciencia que se ha dedicado a la reunión de todos los hechos que se pueden valorar de forma numérica para hacer comparaciones entre las cifras y sacar conclusiones aplicando la teoría de las probabilidades. La estadística incluye al conjunto de datos que son la materia prima para la construcción de indicadores, así como el proceso metodológico para su tratamiento. La estadística se preocupa por definir, implantar y monitorear las metodologías y requisitos técnicos mínimos que las estadísticas deben cumplir para considerarse válidas, consistentes, confiables y representativas del fenómeno que se está midiendo (Mondragón, 2002).

Estadística es toda información cuantitativa recolectada de acuerdo con definiciones bien precisas o procedimientos de muestreo o censo que permiten una descripción de la actividad de una población, industria o región determinada

Smith (1998) se refiere a la *estadística* como la información cuantitativa recolectada de acuerdo con definiciones bien precisas o procedimientos de muestreo o censo que permiten una descripción de la actividad en una población determinada, por ejemplo, las estadísticas económicas de producción en una industria, región o país.

Cuando se maneja el término de *información estadística*, se está refiriendo al conjunto de estadísticas recolectadas con metodologías y procedimientos de muestreo estadístico como son las encuestas y los censos. En este sentido, para que las estadísticas sean de utilidad en cuanto a la caracterización de los fenómenos y al conocimiento de la realidad que analizan, éstas deben cumplir con los siguientes criterios: veracidad, ser conceptualmente significativas y ser oportunas.

La importancia de la información estadística radica en que el Gobierno hace uso de ésta para cuantificar, identificar necesidades, establecer programas de acción, caracterizar grupos específicos de población, o bien fomentar e impulsar ciertos sectores económicos. Para las empresas, representa el conocimiento de la oferta y demanda de bienes y servicios, mercados potenciales e infraestructura existente; para el sector académico, significa acercarse al conocimiento de la realidad y contar con elementos para interpretar o predecir su comportamiento o bien para conocer las dimensiones de un fenómeno.

2.3.4 Indicador

La construcción de indicadores económicos apareció en los años treinta, producto del deseo de medir los efectos económicos de la Gran Depresión de 1929. Hacia los años sesenta, se generalizó su uso con la finalidad de definir, entender y medir los fenómenos sociales ocurridos después de la Segunda Guerra Mundial. Así aparecieron los primeros manuales metodológicos de la ONU para la generación de indicadores sociales. Este movimiento sobre indicadores sociales creció en el clima de escasez de recursos y falta de empleo prevalente en la década de 1970 (Guadarrama, 2016).

Uno de los compromisos que surgieron a raíz de estos esfuerzos por tener una estadística internacional fue la creación, en 1947, de la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, entidad que actúa como cúpula del sistema estadístico mundial, reúne a los jefes de estadística de los Estados miembros y es el máximo órgano de decisión para las actividades estadísticas internacionales, especialmente para la creación de normas estadísticas, la elaboración de conceptos y métodos y su aplicación a escala nacional e internacional. Actualmente, la Comisión de Estadística cuenta con un conjunto mínimo de 15 indicadores de cada país para el seguimiento de las cumbres mundiales (Mondragón, 2002).

Respecto a la construcción de indicadores culturales, ha tomado relevancia en años más recientes para tratar de entender cómo las industrias culturales y creativas contribuyen al desarrollo económico de los pueblos (Carrasco, 1999). Ha sido la UNESCO quien ha encabezado estos esfuerzos con la elaboración del Manual Metodológico de los Indicadores de Cultura para el Desarrollo, que consta de 22 indicadores, agrupados en siete dimensiones, que “están encaminados a mostrar el poder transformador de la cultura como motor y catalizador del desarrollo sostenible” (UNESCO, 2014b).

En el reporte, denominado *Towards a Social Report*, publicado en 1970 por el Departamento de Salud, Educación y Bienestar de los Estados Unidos, se definió *indicador* como “una estadística de interés normativo directo que facilita juicios concisos, exhaustivos y

equilibrados sobre la condición de los principales aspectos de una sociedad”. En tanto, en 1976 la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) definió a los *indicadores* como “una serie de datos que miden y reflejan el esfuerzo de un país, demuestra sus fortalezas y debilidades y sigue su carácter notablemente cambiante con el objetivo de proporcionar alertas tempranas de eventos y tendencias que podrían debilitar su capacidad de satisfacer necesidades” (Citado en Guadarrama, 2016: 10).

Jonathan Heath (2012) comenta que la mayoría de los indicadores económicos provienen de encuestas, censos o registros administrativos y se presentan ya sea en unidades correspondientes a su valor en pesos, a su volumen o a otro tipo de unidad. También agrega que, los indicadores por sí mismos, en un mismo periodo de tiempo, no representan mucha relevancia, lo que importa es cómo ha cambiado ese indicador a lo largo del tiempo, cómo se compara con otra región, sector o cómo se comporta en relación con algo.

Para el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) un indicador es:

Una herramienta cuantitativa o cualitativa que muestra indicios o señales de una situación, actividad o resultado; brinda una señal relacionada con una única información, lo que no implica que ésta no pueda ser reinterpretada en otro contexto. Cada indicador brinda información relevante y única respecto a algo. Para entender ese algo, debe comprenderse que los indicadores tienen un objetivo concreto, y dado que éste es único, la información relacionada con el indicador es única (CONEVAL, 2013: 12).

“Un indicador es una herramienta cuantitativa o cualitativa que muestra indicios o señales de una situación, actividad o resultado; brinda una señal relacionada con una única información”

Para el CONEVAL, un indicador debe cumplir con dos características: 1. El indicador debe ser una relación entre dos o más variables; y 2. El indicador debe estar contextualizado al menos geográfica y temporalmente, para que le permita reflejar respecto a lo que se está midiendo. Por su parte, Mondragón describe a los indicadores como: “Herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos... son medidas verificables de cambio o resultado... diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas” (ONU citado en Mondragon, 2002: 52).

Una de las definiciones más utilizadas por diferentes organismos y autores es la que Bauer dio en 1966: “Los indicadores son estadísticas, series estadísticas o cualquier forma de indicación que nos facilita estudiar dónde estamos y hacia dónde nos dirigimos con respecto a determinados objetivos y metas, así como evaluar programas específicos y determinar su impacto” (Citado en Mondragon, 2002: 52).

La utilidad de los indicadores, menciona Mondragón, radica en evaluar, dar seguimiento y predecir tendencias de la situación de un país, un estado o una región en lo referente a su economía, sectores económicos, sociedad, desarrollo humano, etc., así como en valorar el desempeño institucional encaminado a lograr las metas y objetivos fijados en cada uno de los ámbitos de acción de los programas de Gobierno.

Los indicadores también tienen sus limitaciones. Existen, por ejemplo, diferentes actores, como los sectores público, privado y académico, que no comparten las mismas necesidades de información ni persiguen las mismas metas, lo cual dificulta lograr unanimidad en su definición (Mondragon, 2002: 56).

Características de los indicadores

De acuerdo con Mondragón (2002: 53), los indicadores deben cumplir con las siguientes características:

1. Deben estar inscritos en un marco teórico o conceptual que les permita asociarse firmemente con el evento al que el investigador pretende dar forma.
2. Ser específicos, es decir, estar vinculados con los fenómenos económicos, sociales, culturales o de otra naturaleza sobre los que se pretende actuar; por lo anterior, se debe contar con objetivos y metas claros, para poder evaluar qué tan cerca o lejos nos encontramos de los mismos y proceder a la toma de decisiones pertinentes.
3. Ser explícitos, de tal forma que su nombre sea suficiente para entender si se trata de un valor absoluto o relativo, de una tasa, una razón, un índice, etc., así como a qué grupo de población, sector económico o producto se refieren y si la información es global o está desagregada por sexo, edad, años o región geográfica.
4. Estar disponibles para varios años, con el fin de que se pueda observar el comportamiento del fenómeno a través del tiempo, así como para diferentes regiones y/o unidades administrativas.
5. Deben ser relevantes y oportunos para la formulación de políticas, describiendo la situación prevaleciente en los diferentes sectores económicos o de Gobierno, permitiendo establecer metas y convertirlas en acciones.
6. Para tener una evaluación completa de un sector o un sistema, se requiere de un conjunto de indicadores que mida el desempeño de las distintas dependencias de Gobierno o sectores económicos y proporcionen información acerca de la manera como éstos trabajan conjuntamente para producir un efecto global.
7. Ser claros, de fácil comprensión para los miembros de la comunidad, de forma que no haya duda o confusión acerca de su significado, y debe ser aceptado, por lo general, como expresión del fenómeno a ser medido.
8. Para cada indicador debe existir una definición, fórmula de cálculo y metadatos necesarios para su mejor entendimiento y socialización. Por lo tanto, el indicador debe ser confiable, exacto y consistente en cuanto a su metodología de cálculo, permitiendo expresar el mismo mensaje o producir la misma conclusión si la medición es llevada a cabo con diferentes herramientas, por distintas personas, en similares circunstancias.
9. Que la recolección de la información permita construir el mismo indicador de la misma manera y bajo condiciones similares, año tras año, de modo que las comparaciones sean válidas a través del tiempo.
10. Técnicamente debe ser sólido, es decir, válido, confiable y comparable, así como factible, en términos de que su medición tenga un costo razonable.

2.4 Reflexiones en torno a la información estadística

Es válido preguntarse si la información estadística disponible para la industria del libro en México es suficiente en disponibilidad, calidad, relevancia y oportunidad, y si ésta responde a las nuevas y cambiantes necesidades de la industria. También es válido preguntarse qué institución debería ser la encargada de generar dicha información.

En la industria editorial existen diferentes actores: editoriales privadas, editoriales universitarias y la edición de las diversas instancias de Gobierno; estos actores no comparten las mismas necesidades de información ni persiguen las mismas metas, lo cual dificulta tener indicadores que den cuenta de la actividad editorial en su conjunto.

Para la generación de estadísticas e indicadores que den cuenta de la actividad editorial en México, se requiere de una permanente colaboración entre los tomadores de decisiones al interior de las editoriales privadas, universitarias y de Gobierno con los generadores de información estadística, es decir, se precisa una estructura legal y administrativa que reconozca la importancia de contar con información estadística. Dado que la información estadística y la generación de indicadores son temas que competen a los tomadores de decisiones y son materia de políticas públicas, la definición de éstos no debe ser tarea exclusiva de los economistas, sino de todos los actores involucrados en la industria.

Recordemos que la información estadística y los indicadores pueden ser usados para ampliar la frontera de conocimiento y comprobar o refutar con datos estadísticos otras teorías; constituyen la principal fuente de información para el diseño e implementación de políticas públicas, permitiendo identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un país, una región o un sector industrial, al tiempo que representan el insumo fundamental para el establecimiento de estrategias empresariales, suministrando a las empresas información oportuna para la toma de decisiones de inversión, de procesos de producción y organización al interior de la empresa, cuestiones legales, competencia, mercados potenciales, entre otros.

La información estadística usada en esta investigación proviene principalmente del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), del Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura (SIC), del Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) y de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

El Índice de Especialización Editorial que se propone realizar es un indicador de la actividad editorial porque, para su realización, se integran un conjunto de datos provenientes de encuestas, censos e incluso de otros indicadores, y se construye teniendo en cuenta objetivos y metas específicas del fenómeno que se quiere investigar, además de estar inscrito en un marco teórico y conceptual y contar con una metodología estadística. Por lo tanto, representa un esfuerzo en la construcción de indicadores para la industria editorial.

Cabe resaltar que no se encontró información estadística suficiente para el sector de la sociedad civil: de acuerdo con cifras del ISBN en México, sólo se sabe que, en 2022, se habían registrado 2,528 ISBN de asociaciones civiles y 1,812 ISBN de editores independientes y autoedición (Tabla 11). Respecto a los índices de lectura por entidad federativa, tampoco se cuenta con información oportuna. Los censos económicos que dan cuenta de la actividad editorial por estado tienen sus limitaciones, pues no existe conocimiento del concepto de *edición* por parte de los encuestadores, ya que no todas las unidades económicas que reportan información se dedican a la edición; se identificaron, por ejemplo, librerías, papelerías, encuadernadoras, centros de copiado, imprentas de artes gráficas y publicidad, cuya actividad principal no es la edición. La información del sector privado proveniente del Censo Económico de 2019 quedará obsoleta al momento de terminar esta investigación, pues los resultados de 2025 están próximos a publicarse en julio de 2025; y en el sector Gobierno, los programas de apoyo a la cultura cambian con cada nueva administración.

En la industria editorial existen diferentes actores: editoriales privadas, editoriales universitarias y la edición de las diversas instancias de Gobierno; estos actores no comparten las mismas necesidades de información ni persiguen las mismas metas, lo cual dificulta tener indicadores que den cuenta de la actividad editorial en su conjunto.

Caracterización de la industria editorial

3

3.1 Edición del sector privado

El modelo de edición privado hace referencia a las empresas editoriales cuya actividad principal consiste en adquirir los derechos de explotar la propiedad intelectual de un autor durante un tiempo determinado y transformar esa propiedad intelectual en un libro. Para ello, debe costear la producción, es decir, correr el riesgo económico y dirigir el conjunto de tareas necesarias (búsqueda de autores, negociación de derechos, corrección de estilo, diseño, ilustración, impresión, distribución, promoción y venta) para transformar el texto manuscrito en un libro. En pocas palabras, “las editoriales privadas corren con el riesgo económico por las obras seleccionadas para su producción y distribución, todo ello con la esperanza de que los ingresos por las ventas superen los gastos” (Pimentel, 2007: 20).

Las editoriales privadas y sus editores navegan en cuatro dimensiones: la *cultural*, que los impulsa a seleccionar autores y libros para editar; la *artística*, que los impulsa a producir libros de gran calidad; la *económica*, como responsable de los estados de cuenta de la editorial; y, por último, la de *agitador social y cultural* (Pimentel, 2007: 18).

Una editorial exitosa es aquella que logra consolidar un buen catálogo (y no sólo lo consolida, sino que además tiene la capacidad para ampliarlo y mejorarlo), con buenos criterios de elección y capacidad de incorporar buenos escritores. Una editorial que edita productos de calidad verá crecer su reputación y la confianza de los lectores y los libreros (Pimentel, 2007: 21); sin embargo, no existe un modelo de editorial ideal, no hay editoriales de un único tipo: existen tantos tipos de editoriales como tantos tipos de libros. Las editoriales se pueden clasificar en función de su tamaño (por el número de libros editados al año o por el volumen de su facturación y ventas), por la temática de su fondo, por su dependencia o independencia del capital de grandes grupos editoriales, por los canales de distribución o los soportes en que se expresa (Pimentel, 2007: 29).

En México, dominan grandes grupos editoriales como Grupo Planeta, Océano, Penguin Random House, Hachette Livre o Santillana; y, aunque las editoriales mexicanas también tienen presencia, éstas representan una pequeña parte del panorama editorial. Un estudio de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad de México denominado *El Sector Editorial en México*, estima que cerca del 80% de las editoriales mexicanas son pequeñas y micro empresas. Entre las editoriales mexicanas del sector privado destacan Trillas, Siglo XXI, Porrúa, Era o Trilce, así como editoriales independientes como Sexto Piso, Almadía, Dharma, Ámbar, Ítaca, entre otras (Úrculo de Miguel, 2024: 2).

“Las editoriales privadas corren con el riesgo económico por las obras seleccionadas para su producción y distribución, todo ello con la esperanza de que los ingresos por las ventas superen los gastos”

Se estima que cerca del 80% de las editoriales mexicanas son pequeñas y micro empresas.

Como comenta Pimentel, el sector editorial ha experimentado un proceso de concentración como respuesta al mercado global y a una estrategia de distribución más centralizada, dando como resultado grandes grupos editoriales, principalmente europeos y estadounidenses, que dominan el mercado hispanohablante. Además de esta concentración, el mercado editorial ha experimentado otros cambios como el incremento de las ediciones de bolsillo, publicación de títulos de alta rotación y preferencia por los *best sellers*, la revolución tecnológica, aparición de modas globales y nichos especializados, abundancia de nuevos títulos y crecimiento del libro electrónico. La compra venta de derechos también se ve reflejada en esta concentración, pues se compran más derechos de autores extranjeros de los que se venden, la cultura estadounidense domina en sectores como el cine, la televisión, la música y la edición, reflejando un predominio comercial sobre la rica creatividad artística de la cultura hispana (Pimentel, 2007: 43-45).

Los grandes grupos internacionales de comunicación han estado adquiriendo pequeñas casas editoriales e imponiéndoles nuevas reglas en los catálogos y en la rentabilidad.

Esta concentración ya la venía advirtiendo André Schiffrin en *La edición sin editores*, al afirmar que, desde la década de 1980, en Gran Bretaña y en Estados Unidos, los grandes grupos internacionales de comunicación habían estado adquiriendo pequeñas casas editoriales e imponiéndoles nuevas reglas en los catálogos y en la rentabilidad (Schiffrin, 2001: 13, 43); comenta Schiffrin que estas editoriales justificaron tal giro invocando al mercado, es decir, publicar aquellos libros que generan más ganancias “y no los que se correspondan a la misión tradicional del editor”, dejando la decisión de publicar a los responsables financieros y comerciales, quienes prefieren al autor de renombre y al tema de éxito sobre los nuevos talentos o los puntos de vista originales (Schiffrin, 2001: 13-63).

Los nuevos propietarios de las editoriales absorbidas por los grupos exigen que la rentabilidad de la edición de libros sea idéntica a la de sus otros sectores de actividad: periódicos, televisión, cine, etcétera, todos ellos notoriamente lucrativos... Para satisfacer estas demandas, los editores han modificado completamente la naturaleza de lo que publican. Todo el sistema se basa en *best sellers*, y los enormes anticipos pagados a los autores representan lo que se necesita para enganchar las “locomotoras” que se supone tiran del resto del tren (Schiffrin, 2001: 65-66).

El mismo fenómeno se ha visto en el mundo librero. Las pequeñas librerías han estado cerrando por la aparición de grandes librerías y la venta de libros en comercios y almacenes como Walmart y Sanborns, que han puesto en sus estantes los títulos y los autores que más venden, como dice André Schiffrin:

Cada vez más, quien vende libros son comerciantes y no libreros, y las reglas que se aplican a detergentes y calcetines se extienden a libros y discos. Quizá pronto veamos a los editores rentar espacios en los grandes almacenes, como hacen Chanel y Dior en el mundo entero (Schiffrin, 2006: 42-43).

Este fenómeno obedece a un proceso más amplio. Schiffrin comenta que los sectores culturales como el cine, la televisión, la radio y la edición han alcanzado niveles nunca antes vistos de sofisticación, en los libros son los *best sellers*, en el cine la proliferación de miles de multicinemas y las ventas de productos derivados del cine como dulces y golosi-

nas, juguetes, videojuegos y toda clase de mercancías, además de la mercadotecnia empleada en la producción para explotar el deseo de los espectadores de identificarse con los héroes de las películas y promover la compra de ropa, licores o automóviles (Schiffrin, 2006: 56-59). Lo mismo ocurre hoy en día con los programas de televisión por cable, las redes sociales y las plataformas de *streaming* de audio y video como Netflix o Spotify, cuyas ganancias dependen, además de las suscripciones, de la venta de espacios publicitarios y los productos derivados. Schiffrin agrega que esta concentración y diversificación tiene que ver con una estrategia capitalista en la que sólo un público minoritario con recursos y acceso a la tecnología pueden acceder a los medios (Schiffrin, 2006: 68).

3.1.1 Editoriales del sector privado

El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI reportaba 199 negocios dedicados a la edición de libros en mayo de 2024; CANIEM tenía afiliadas 229 editoriales en 2023;¹ el Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura (SIC) tenía registro en 2024 de 382 y los datos del Censo 2019 daban cuenta de 211 editoriales. Dada esta discrepancia, se hizo una revisión de las unidades económicas dedicadas a la edición de libros y se integraron estas cuatro bases de datos (CANIEM 2023, DENUE 2024, SIC 2024 y el Censo Económico 2019) para las cuales se determinaron los siguientes criterios:

- Se considera como una editorial de libros a aquellas personas físicas o morales cuyo giro principal sea la edición de libros.
- Que su actividad editorial se realice en territorio nacional (se consideró a las editoriales extranjeras que tienen actividades de edición y distribución en territorio nacional).
- Que tengan actividad editorial o que hayan publicado al menos un título en 2023 (último año de este estudio).
- Que pertenezca al sector privado.

En este sentido, se excluyeron de las bases, principalmente del DENUE y del Censo 2019, aquellas empresas que no pertenecen a las actividades económicas 511131 (edición de libros) y 511132 (edición de libros integrada con la impresión) como son pequeñas librerías, imprentas de las artes gráficas y la publicidad, papelerías, centros de copiado y encuadernadores tradicionales de tesis y libros cuya actividad principal no está relacionada con la edición, además de las empresas que ya no reportaron actividad en 2023, ya sea porque cerraron, cambiaron de nombre o fueron adquiridas por otros grupos editoriales.

Se agregaron editoriales que no estaban contempladas en los registros, como las editoriales de libros religiosos, los editores independientes y nuevas editoriales, como aquellas emergentes que, además de la edición tradicional, ahora ofrecen servicios editoriales y soluciones digitales. También se agruparon a aquellas que aparecían como “editoriales” pero que, en realidad, son sellos editoriales pertenecientes a grandes grupos editoriales, como Penguin Random House, Santillana o Hachette Livre.

1. La CANIEM considera a las editoriales del sector privado como aquellas personas físicas o morales cuyo giro principal sea la edición, que estén instaladas en México, con una facturación neta anual mayor a los quinientos mil pesos y que publicaron al menos un título en el último año del estudio.

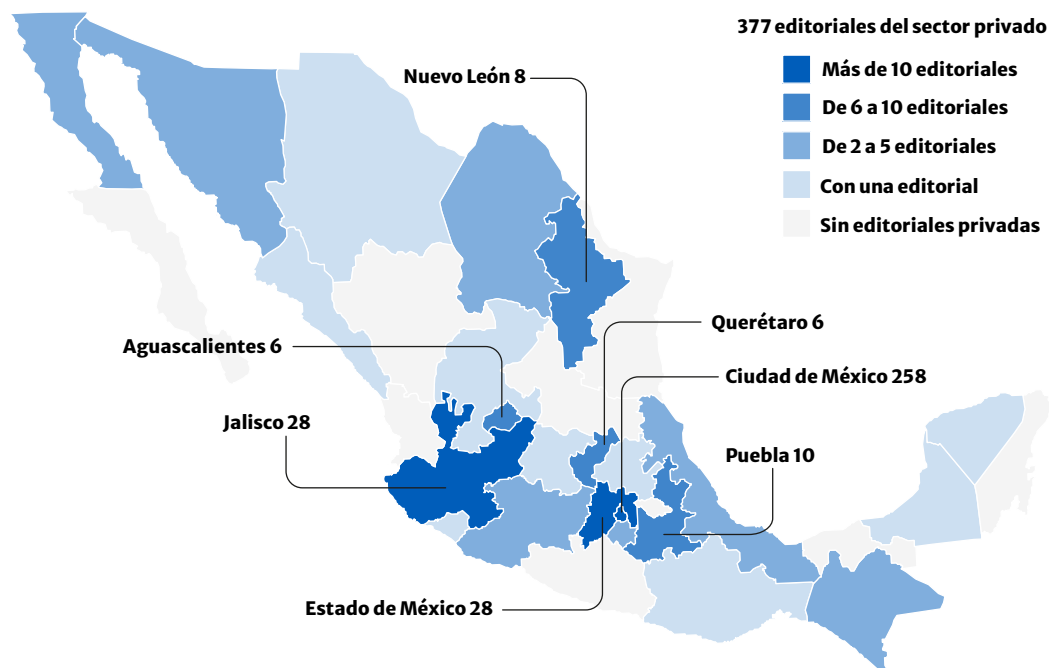
De la base del Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura se excluyeron las editoriales pertenecientes a la edición universitaria y a la edición gubernamental en todos sus niveles (municipal, estatal y federal), pues no pertenecen al sector privado.

Por último, se localizó geográficamente a las editoriales para poder tener un registro por entidad federativa, e incluso se logró, en 98% de los casos, obtener su ubicación a nivel municipal (el directorio de editoriales puede consultarse en el Anexo 1). También se consultó el directorio de editoriales asistentes a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2024 (FIL), pues en ella se dan cita las editoriales más importantes del país.

Con estos criterios se localizaron hasta marzo de 2025 a 377 editoriales en el sector privado, siendo la Ciudad de México la que concentra 68% de ellas con 258 editoriales. Le siguen en menor medida el Estado de México con 28 editoriales, Jalisco con 28, Puebla con 10, Nuevo León con 8, Aguascalientes con 6 y Querétaro con 6; estas seis entidades concentran otro 22% de las editoriales privadas, es decir que, junto con la Ciudad de México, concentran el 91% de las editoriales privadas; otras 33 editoriales se distribuyeron en 16 entidades federativas. En Baja California Sur, Durango, Guerrero, Nayarit, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tabasco, Tamaulipas y Tlaxcala no se localizaron editoriales pertenecientes al sector privado, como se observa en la Figura 2.

En 2024 se localizaron 382 editoriales pertenecientes al sector privado, el 69% de las cuales se localizan en la Ciudad de México.

Figura 2. Editoriales del sector privado, 2024



Fuente: Elaboración propia con datos de CANIEM 2023; SIC de la Secretaría de Cultura 2024; Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) 2024; Censo Económico 2019; FIL Guadalajara 2024.

3.1.2 Editoriales independientes

En los últimos años han surgido editoriales que se hacen llamar *independientes*, las cuales “no tienen nada que ver con el hecho de poseer capital propio, ni con el tamaño de la empresa, sino con el hecho de editar contra la corriente” (Bértolo, citado en López y

Malumián, 2016: 4). ¿Qué hace que una editorial sea independiente? López y Malumián comentan que nadie es independiente del mercado, cada editorial se hace de un nicho y son dependientes de este nicho y de la coyuntura económica del mercado, es decir, su capacidad de publicar estará determinada por las necesidades del público objetivo y del cambian- te contexto político y económico de la región.

Tampoco son independientes del tamaño de su catálogo: una empresa con diez títulos puede tener una mayor bibliodiversidad y una línea editorial mejor definida que otra con cien títulos; un gran catálogo no las hace independientes, la independencia viene dada por la autonomía que tienen los editores sobre su catálogo, es decir, sobre su capacidad de editar respecto al nivel esperado de la tasa de retorno de la inversión y sus expectativas comerciales.

No se puede tener independencia editorial si no se tiene independencia económica, por ejemplo, las editoriales religiosas, universitarias o gubernamentales pierden su indepen- dencia cuando dependen de un presupuesto para su funcionamiento. En otras palabras, concluyen López y Malumián, una editorial independiente es aquella enfocada en la cons- trucción de un catálogo de calidad, pero sin descuidar la rentabilidad del proyecto; persi- guen la sustentabilidad financiera; no dependen de aportes de capital que provengan fuera de su actividad editorial; están comprometidas con la difusión por todos los medios de sus autores; y la decisión de lo que se publica o rechaza depende completamente del editor, sin ningún tipo de condicionamiento (López y Malumián, 2016: 5-16).

En México se creó la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI) en 2004, conformada por 12 de las editoriales más representativas del ramo. Para 2024 se tenía re- gistro de 81 editoriales independientes: 50 se localizan en la Ciudad de México y 15 en Jalisco; Aguascalientes, Baja California, el Estado de México, Nuevo León, Puebla y Querétaro cuentan con 2 editoriales respectivamente; en tanto que Chihuahua, Coahuila, Morelos y Sonora sólo cuentan con una editorial independiente (Tabla 17).

3.1.3 Facturación y canales de comercialización

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) es una asociación civil que agrupa a editores de libros y publicaciones periódicas y se encarga de la defensa y el interés de sus agremiados. En este sentido, la CANIEM creó en 2018 *Editamos*, Centro de Innovación y Formación Profesional para la Industria Editorial (editamos.com.mx), con la finalidad de formar profesionales de la edición por medio de la impartición de cursos, talleres, diplo- mados, certificaciones, y a través de la Beca Juan Grijalbo; también ofrece servicios de ges- tión y consultoría a las empresas del ramo. La CANIEM realiza una encuesta cada año a sus afiliados y, con la información recolectada de las editoriales que contestan la encuesta, se publican los *Indicadores del Sector Editorial Privado*, los cuales se desglosan a continuación.

En el año 2023, la CANIEM registró un total de 233 editoriales del sector privado, las cua- les tuvieron una producción en el mismo año de 23,039 títulos (20.3% más que en 2022), más de 79.5 millones de ejemplares (un decremento del 23.6% respecto a 2022); 10,493 millones de pesos facturados en ediciones impresas (una reducción del 6.9% respecto a 2022), y una facturación de 257 millones de pesos en ediciones digitales (lo que representó una caída del 13.7% respecto a 2022). La reducción en la producción total respecto a 2022 se debe principalmente a la cancelación del programa de ventas a Gobierno.

La independencia viene dada por la autonomía que tienen los editores sobre su catálogo, es decir, sobre su capacidad de editar respecto al nivel esperado de la tasa de retorno de la inversión y sus expectativas comerciales.

Dentro de las editoriales del sector privado, se cuenta con 81 editoriales independientes, el 62% de éstas se concentran en la Ciudad de México.

En 2023, el sector privado tuvo una producción de 23,039 títulos, 79.5 millones de ejemplares, 10,493 millones de pesos facturados en ediciones impresas y 257 millones de pesos en ediciones digitales.

La venta de ediciones nacionales ha ido disminuyendo respecto a las ediciones importadas, al pasar de 93% en 2018 a 87% en 2023, como puede observarse en la Tabla 1.

Tabla 1. Venta de ejemplares 2018-2023

Tipo de edición	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ediciones importadas	7%	5%	7%	8%	11%	13%
Ediciones nacionales	93%	95%	93%	92%	89%	87%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: CANIEM, Indicadores del Sector Editorial Privado 2022-2023

Las ediciones nacionales representaron 87% de las ventas en 2023

Predomina la venta de libros de texto de educación básica.

Por la temática de las ventas, predominan los libros de texto de educación básica del mercado abierto; sin embargo, las ventas a Gobierno pasaron de 37.2 millones de ejemplares en 2022 (35.5%) a sólo 9.1 millones en 2023 (11.2%), ello representó una reducción de 28.1 millones de ejemplares; esto debido a la cancelación del programa como parte de una campaña de austeridad y para evitar el monopolio de unas cuantas editoriales en los programas de venta de libro de texto a secundarias y bibliotecas (Tabla 2).

Tabla 2. Clasificación temática de las ventas, 2022-2023

Temática	Ejemplares (Millones)		Facturación neta (Millones de pesos)		
	2022	2023	2022	2023	
Educación básica	Mercado abierto	14.6	16.5	3,268.2	3,306.9
	Texto de secundaria para Gobierno	37.2	9.1	1,555.3	310.2
Lengua inglesa	Mercado abierto	6.5	6.2	1,836.4	1,986.8
	Programa Nacional de Inglés (proni)	3.8	5.6	141.2	185.4
Infantil y juvenil	Mercado abierto	15.8	13.9	1,196.5	1,164.6
	Programa de Gobierno	1.6	0.15	68.6	5.2
Ficción y temas afines	4.6	4.7	753.5	798.1	
Salud y desarrollo personal	2.6	3.6	389.3	584.7	
Libros religiosos	6.7	8.4	337.1	361.2	
Sociedad y ciencias sociales	1.6	1.4	314.9	290.1	
Matemáticas y ciencia	0.8	0.5	232.8	148.6	
Economía, finanzas, empresas y gestión	1.2	1.0	223.7	198.3	
Lenguas	3.6	5.9	183.4	330.1	
Derecho	0.6	0.6	160.5	169.3	
Otros	3.4	3.7	605.4	653.8	
Total	104.8	81.3	11,266.7	10,493.3	

Fuente: CANIEM, Indicadores del Sector Editorial Privado 2022-2023.

Respecto a los canales de comercialización, en 2023 las librerías se ubicaban como el principal canal, aportaron el 36% del valor de las ventas y el 29% de los ejemplares vendidos; en segundo lugar, las ventas a escuelas, colegios y universidades con el 29.5% de la facturación y el 16.6% de los ejemplares; las ventas a Gobierno cayeron en 2023 al pasar

de 1,785 millones de pesos en 2022 a 579.2 millones de pesos facturados en 2023, en tanto por la producción de ejemplares pasó de 42.8 millones a 15.7 millones de ejemplares en el mismo periodo, como se observa en la Tabla 3.

Tabla 3. Canales de comercialización, 2022-2023

Canal de distribución	Ejemplares (millones)		Facturación (millones de pesos)	
	2022	2023	2022	2023
Librerías	20.6	23.6	3,679.4	3,788.3
Ventas a escuelas, colegios y universidades	13.5	13.5	3,203.6	3,097.5
Tiendas departamentales	4.0	3.9	604.4	629.7
Tiendas en línea	2.1	3.3	347.0	589.1
Ventas a Gobierno	42.8	15.7	1,785.0	579.2
Exportaciones	5.1	5.0	595.5	541.0
Puntos de venta propios	2.8	3.3	249.1	306.3
Ferias de libros	1.1	1.1	159.8	201.1
Ventas a empresas privadas	2.0	1.0	93.7	141.6
Tiendas de autoservicio	2.8	3.1	113.6	132.8
Otros canales	8.0	7.8	435.5	486.7
Total	104.8	81.3	11,266.7	10,493.3

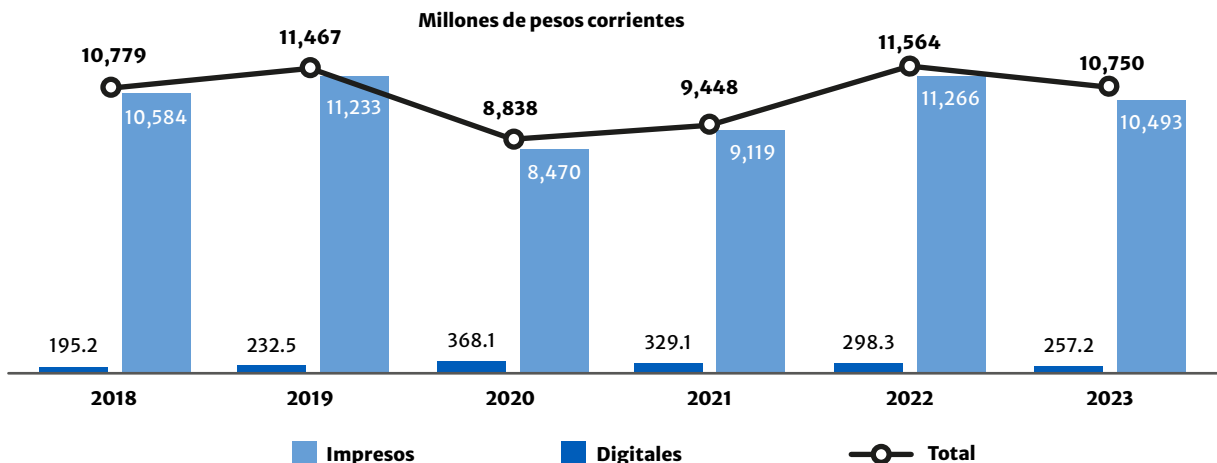
El principal canal de comercialización en 2023 fueron las librerías.

Fuente: CANIEM, Indicadores del Sector Editorial Privado 2022-2024.

La facturación total de libros impresos y digitales alcanzó la cifra de 10,750 millones de pesos corrientes en 2023, lo que representó una reducción del 7% respecto a 2022. En tanto la comercialización de libros digitales presentó en 2023 una reducción del 13.7% respecto a 2022, al pasar de 298.3 millones de pesos facturados en 2022 a 257.2 millones de pesos en 2023. La caída en 2020 se explica principalmente por la pandemia de covid-19, como puede observarse en la Figura 3.

La facturación total de libros impresos y digitales alcanzó la cifra de 10,750 millones de pesos corrientes en 2023.

Figura 3. Facturación total de la edición privada, 2022



Fuente: CANIEM, Indicadores del Sector Editorial Privado 2022-2023.

Tabla 4. Ámbito de la edición del sector privado por entidad federativa

Entidad Federativa	Editoriales del sector privado, 2024 1/	Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos), 2019 2/	Personal Ocupado en la Edición de Libros, 2019 2/	Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos), 2019 2/	Números ISBN otorgados en 2022 5/
Aguascalientes	6	*	*	*	163
Baja California	5	*	*	*	640
Baja California Sur	0	0	0	0	63
Campeche	1	0	0	0	39
Chiapas	2	*	*	*	259
Chihuahua	1	*	*	*	168
Ciudad de México	258	6,089.71	5,631	554.6	18,452
Coahuila	3	*	*	*	119
Colima	1	*	*	*	110
Durango	0	*	*	*	97
Estado de México	28	216.06	727	66.5	1,492
Guanajuato	1	*	*	*	196
Guerrero	0	0	0	0	50
Hidalgo	1	*	*	*	306
Jalisco	28	774.33	334	15.8	1,396
Michoacán	3	*	*	*	226
Morelos	4	*	*	*	190
Nayarit	0	*	*	*	52
Nuevo León	8	34.24	122	6.3	770
Oaxaca	1	0	0	0	80
Puebla	10	89.45	523	3.2	814
Querétaro	6	*	*	*	243
Quintana Roo	0	*	*	*	439
San Luis Potosí	0	*	*	*	190
Sinaloa	1	*	*	*	80
Sonora	5	*	*	*	132
Tabasco	0	0	0	0	127
Tamaulipas	0	0	0	0	50
Tlaxcala	0	0	0	0	41
Veracruz	2	*	*	*	361
Yucatán	1	*	*	*	127
Zacatecas	1	*	*	*	110
Total Nacional	377	7,249.27	7,608	660.35	27,582

Fuente:

1/ Elaboración propia con datos de CANIEM 2023; Sistema de Información Cultural 2024 de la Secretaría de Cultura (SIC); Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI 2024 y de las unidades económicas del Censo Económico 2019.

El sector privado incluye 81 editoriales independientes

2/ INEGI, Censos Económicos 2019, Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC). La Edición de libros agrupa las actividades económicas: 511131 Edición de libros y 511132 Edición de libros integrada a la impresión.

*Para las actividades económicas 511131 y 511132 con menos de seis unidades económicas el INEGI omitió los datos con el fin de garantizar el principio de confidencialidad y reserva.

3/ CANIEM, Informe ISBN 2022.

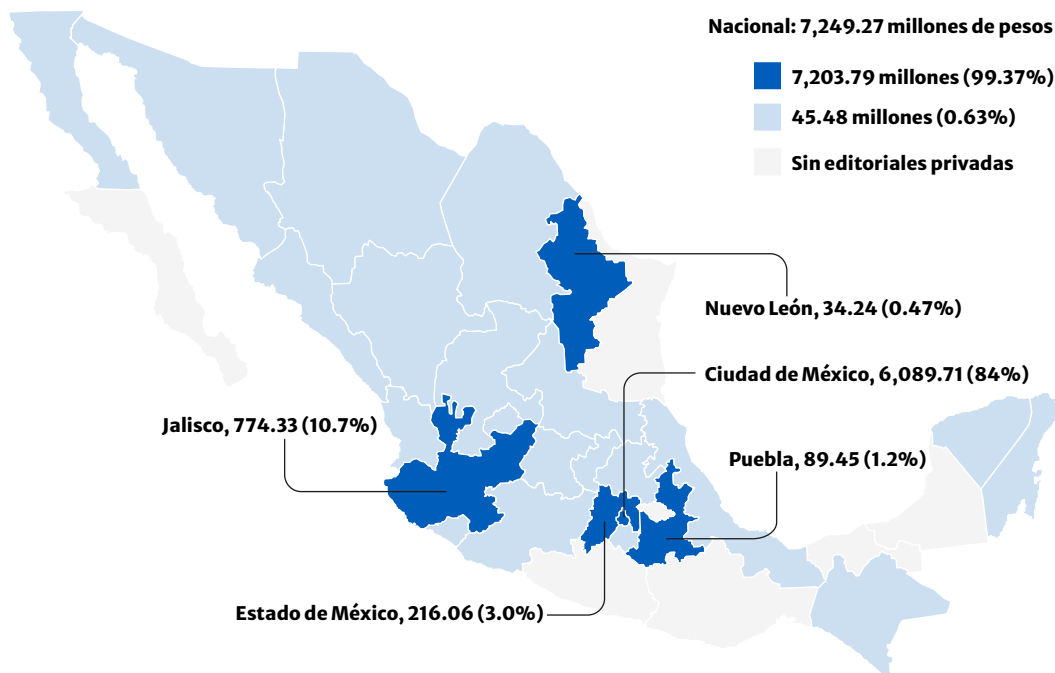
3.1.4 Producción bruta del sector privado de la edición

Los censos económicos proporcionan información económica a nivel de detalle geográfico, sectorial y temático, por lo tanto, sus resultados son esenciales para la toma de decisiones. Los resultados preliminares del Censo Económico 2024 arrojan 7 millones de unidades económicas (700 mil establecimientos más que en 2019) y representan la fuente de empleo de 36.8 millones de personas (500 mil personas ocupadas más que en 2019).

De julio a agosto de 2024, se realizó el levantamiento estadístico del Censo Económico 2024, pero los resultados por estado estarán disponibles hasta julio de 2025. En este sentido, se tomarán los datos de las actividades editoriales correspondientes al Censo 2019.

Los resultados preliminares del Censo Económico 2024 dan cuenta de 7 millones de unidades económicas en México, las cuales dan empleo a 36.8 millones de personas.

Figura 4. Edición de libros, producción bruta total (millones de pesos), 2019



El Censo Económico de 2019 tenía un registro de 211 unidades económicas dedicadas a la edición de libros, con una producción de 7,249 millones de pesos, y dieron empleo a 7,608 personas.

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI, Censos Económicos 2019.

En el Censo de 2019 se tenía un registro de 211 unidades económicas dedicadas a la edición de libros,² que en ese mismo año tuvieron una producción bruta³ de 7 mil 249 millones de

2. La edición de libros incluye dos actividades económicas: las unidades económicas que contratan servicios de impresión con terceros (511131 Edición de libros) y las unidades económicas que cuentan con los medios para la impresión de los mismos (511132 Edición de libros integrada con la impresión).

3. La producción bruta no es igual al Producto Interno Bruto (PIB). La producción bruta se refiere al valor de la producción generada por las actividades económicas e incluye el consumo intermedio, es decir, los bienes y servicios empleados para la producción. Para calcular el PIB se resta el consumo intermedio de la producción bruta, pues el PIB considera solamente los bienes finales, es decir, el valor de todos los bienes y servicios de uso final que genera un país o entidad federativa durante un período de tiempo determinado.

En 2019, la actividad editorial se concentró en la Ciudad de México, pues en ella se ubicaba el 70% de las unidades económicas.

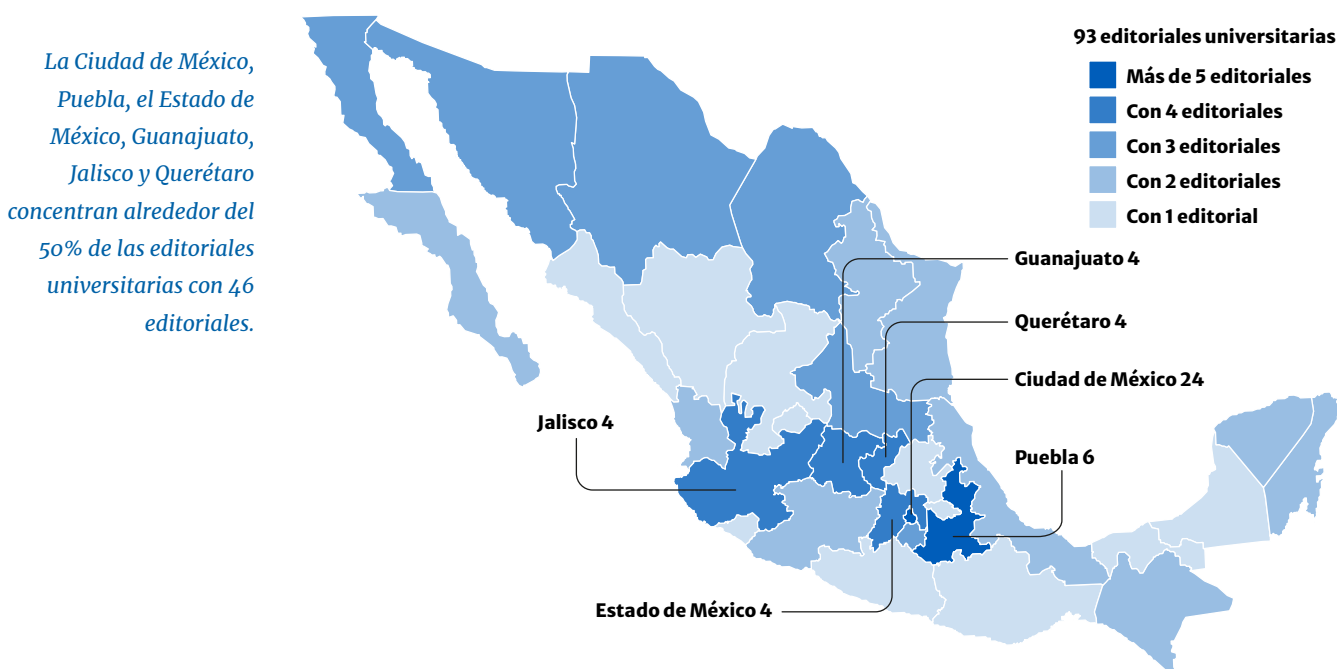
pesos, destinaron 660 millones de pesos a las remuneraciones y emplearon a 7 mil 608 personas en el ramo. Por entidad federativa, la actividad editorial se concentró en la Ciudad de México, en ella se ubican el 70% de las unidades económicas, 84% de la producción bruta, 84% de las remuneraciones y 74% del personal ocupado. Jalisco, el Estado de México, Puebla y Nuevo León concentraron en su conjunto 15.36% de la producción bruta. El resto, 20 entidades federativas, sólo participaron con 0.63%; y entidades como Baja California Sur, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Tabasco, Tamaulipas y Tlaxcala no reportaron, en ese año, contar con unidades económicas dedicadas a la edición, de acuerdo con el Censo de 2019, como puede observarse en la Figura 4. En la Tabla 4, se presenta, a manera de resumen de este ámbito, las principales estadísticas encontradas por entidad federativa.

3.2 Edición universitaria

En 2024, se tenía registro de 93 editoriales universitarias: 67 pertenecen a universidades y 26 a centros de investigación.

De acuerdo con el SIES, existen alrededor de 4 mil 300 instituciones de educación superior, de las cuales, sólo 67 cuentan con programas editoriales consolidados, la Red Nacional de Editoriales Universitarias y Académicas de México (Red Altexto) tenía afiliadas en 2024 a 53 editoriales; por su parte, la CANIEM tenía afiliadas en 2023 a 36 editoriales universitarias; además de los 26 centros de investigación y docencia del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) también con instancias editoriales. Estas tres fuentes de información nos dan un registro de 93 editoriales universitarias (ver el listado en el Anexo 1). Ciudad de México, Puebla, el Estado de México, Guanajuato, Jalisco y Querétaro concentran alrededor de 50%, con 46 editoriales, como se observa en la Figura 5.

Figura 5. Editoriales universitarias en México, 2024



Fuente: Elaboración propia con datos de la Red Altexto, INEGI, CANIEM, SIC y CONAHCYT.

3.2.1 Características de un programa editorial universitario exitoso

Jesús Anaya, en su libro *Editar en la universidad*, habla de tres funciones sustantivas de las universidades: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura, es decir, a las universidades les corresponde difundir el conocimiento generado a la sociedad y remediar el vacío cultural propiciado por la industria editorial privada. Ahora bien, Anaya afirma que las universidades deben moverse en dos ámbitos: el del mundo académico, para satisfacer las necesidades de difusión, y el ámbito comercial. Estos dos ámbitos, aunque contradictorios, están forzados a coexistir: las universidades deben adoptar criterios profesionales de gestión y cálculo editorial para que en sus catálogos se incluyan títulos que les permitan cubrir el costo de sus ediciones, sus gastos operativos, al tiempo que les permita obtener utilidades que puedan invertir en nuevas ediciones (Anaya, 2010: 2-3).

Los editores universitarios deben poder seleccionar y publicar con independencia las obras más significativas para el avance cultural; deben producir y diseñar con la mejor calidad; deben promover y difundir su fondo editorial para que llegue de la manera más eficaz a los lectores; y, por último, deben lograr que sus ediciones se vendan a precios accesibles y en cantidades suficientes para mantener una editorial económicamente sana y poder continuar con el esfuerzo de reimprimir y producir nuevos títulos (Anaya, 2010: 17).

Muchas universidades no tienen claro el papel sustancial de la editorial universitaria: “difundir textos cuya edición muchas veces sólo es posible como pura inversión cultural”. Anaya comenta que este tipo de editoriales publican cualquier cosa, con tirajes excesivos, sin criterios adecuados de comercialización, con bodegas abarrotadas de libros que no se venden (Anaya, 2010: 19); en este sentido, Anaya propone una serie de requisitos con los que debe cumplir la editorial universitaria:

Criterios de selección

Deben existir rigurosos criterios de selección, pues es imposible publicar todo: en muchas universidades este criterio de selección es exclusivo de comités académicos, cuyas decisiones de publicar o no están determinadas por razones políticas e intereses creados y no por criterios editoriales estrictamente científicos, por lo tanto, el éxito de una editorial “descansa en que logre definir una política editorial libre de interferencias poco profesionales” (Anaya, 2010: 24-25).

Programa Editorial

Contar con un programa editorial bien definido, estructurado en colecciones y series, además de incluir revistas académicas especializadas y de difusión cultural, tomando siempre en cuenta las ediciones digitales y el *open access* (Anaya, 2010: 31-33).

Circulación

Para ello, Anaya propone tomar en cuenta la “hiperfragmentación de audiencias” y la “caducidad del libro”, pues no existe un mercado único, sino fracciones de lectores con características e intereses muy diferentes, por lo que “hay que suministrar textos específicos a través de canales apropiados”. Cuando las editoriales universitarias no cuentan con estrategias comerciales exitosas, deben “asociarse e impulsar programas de cooperación”, como por ejemplo: catálogos, publicidad, descuentos comerciales y *stands* en ferias en conjunto con otras instituciones (Anaya, 2010: 36-39).

Las universidades tienen tres funciones sustantivas: la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

Financiamiento

La principal fuente de financiamiento es el subsidio institucional; sin embargo, una editorial universitaria exitosa es aquella que, además del subsidio institucional, logra hacerse de diferentes fuentes de financiamiento como ingresos propios provenientes del flujo constante de las ventas de su catálogo, las coediciones, donativos y la venta de servicios editoriales. Una estrategia comercial exitosa es aquella donde los ingresos por las ventas cubren los gastos administrativos, de producción, promoción y distribución, “para alcanzar la fase de recuperación financiera y de reinversión de utilidades” (Anaya, 2010: 39-45).

Ahora bien, para poder disminuir los costos de producción, las editoriales pueden establecer diferentes estrategias como la impresión por demanda y la combinación de ediciones impresas y digitales; en este sentido, Anaya comenta que el escenario editorial al que se enfrentan las editoriales es el del cambio global: “[...] En la era digital el editor no es sólo un productor de libros, se ha transformado en un ‘gestor de contenidos’, que ofrece en diversos soportes y formatos” (Anaya, 2010: 46).

Anaya menciona que estos cambios tecnológicos han promovido el surgimiento de pequeñas editoriales que han aprovechado la reducción de costos por tirajes cortos y la “hiperfragmentación de las audiencias”, y comenta: “Las nuevas tecnologías están simplificando muchas tareas del proceso editorial: circulación, gestión, administración, etcétera” (Anaya, 2010: 46-47).

Alma Cázares Ruiz, primera egresada de la Maestría en Diseño y Producción Editorial, comenta al respecto, que las editoriales universitarias que no cuentan con una estructura de comercialización y distribución adecuada para darle salida exitosa a su producción editorial pueden recurrir a dos estrategias: la primera es la coedición con editoriales privadas de aquellas obras con un dictamen comercial favorable; la segunda, consiste en publicar en formato digital aquellas obras cuyo dictamen comercial no es favorable para realizar una coedición, y de esta manera dar visibilidad a los académicos e investigadores de la universidad (Cázares, 2012: 9).

Las nuevas tecnologías en general, Internet en particular, permiten que la difusión de este tipo de publicaciones corresponda a las necesidades del autor (académico o investigador) y de la universidad que lo representa, al exponer sus contenidos a otros públicos lectores, a otras fronteras, a otros continentes (Cázares, 2012: 10).

La edición de libros de docencia representa una excelente oportunidad para ser autosuficientes con la venta de libros de texto a estudiantes de la misma universidad.

Sayri Karp,⁴ directora de la Editorial Universidad de Guadalajara, comenta que, cuando la universidad además imparte bachillerato, la edición de libros de docencia representa una excelente oportunidad para ser autosuficientes con la venta de libros de texto a estudiantes de la misma universidad, además de los títulos de investigación académica y de extensión universitaria.

4. Apuntes del Seminario de Aplicación y Evaluación impartido en el sexto trimestre en la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM Xochimilco, enero-marzo de 2017.

3.2.2 Docencia

En lo referente a la docencia, de acuerdo con la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), en el ciclo escolar 2022-2023 se tenía registro de 4,168 centros universitarios, con una matrícula de 4.75 millones de estudiantes de licenciatura.

Las universidades con mayor matrícula de licenciatura son el Tecnológico Nacional de México (TecNM), con 359 mil alumnos inscritos en los 254 centros con los que cuenta, presentes en todo el país, incluida la Ciudad de México; la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con 227 mil alumnos en sus ocho sedes; el Sistema de Universidades Tecnológicas de la Secretaría de Educación Pública (SEP), con 160 mil alumnos; la Universidad de Guadalajara (UDG), con 136 mil alumnos; el Instituto Politécnico Nacional (IPN), con 135 mil alumnos; y la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), con alrededor de 130 mil alumnos, como puede observarse en la Tabla 5.

En el ciclo escolar 2022-2023 se tenía registro de 4,168 centros universitarios, con una matrícula de 4.75 millones de estudiantes de licenciatura

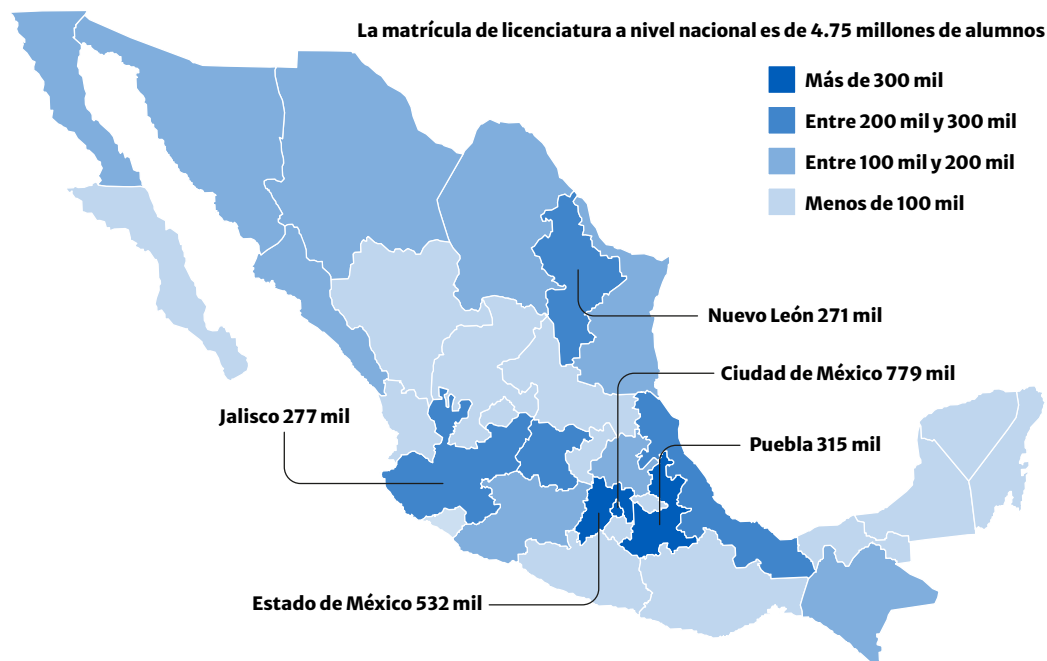
Tabla 5. Matrícula de licenciatura y posgrado, ciclo escolar 2022-2023

Universidad	Matrícula de Licenciatura	Matrícula de Posgrado
Tecnológico Nacional de México (TecNM)	359,183	5,471
Universidad Nacional Autónoma de México	227,378	29,059
Sistema de Universidades Tecnológicas (SEP)	160,091	439
Universidad de Guadalajara	136,119	6,595
Instituto Politécnico Nacional	135,241	6,012
Universidad Autónoma de Nuevo León	129,789	4,857
Universidad Abierta y a Distancia de México	115,774	1,158
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	90,422	3,307
Universidad Tecnológica de México	87,579	13,362
Sistema de Universidades Politécnicas (SEP)	78,850	726
Universidad Autónoma de Sinaloa	75,589	4,315
Universidad Autónoma del Estado de México	67,620	3,901
Universidad Autónoma de Baja California	66,504	2,117
Universidad Veracruzana	64,876	2,146
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	58,409	1,540
Universidad Autónoma Metropolitana	54,257	3,522

Fuente: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, ciclo escolar 2022-2023.

Por entidad federativa, los estados con mayor matrícula de licenciatura son la Ciudad de México, con 779 mil alumnos; el Estado de México, con 532 mil; Puebla, con 315 mil; Jalisco, con 277 mil; y Nuevo León, con 270 mil. Las entidades con menor matrícula de licenciatura son Nayarit, Tlaxcala, Campeche, Colima y Baja California Sur, como se observa en la Figura 6.

Los estados con mayor matrícula de licenciatura son la Ciudad de México, el Estado de México, Puebla, Jalisco y Nuevo León.

Figura 6. Matrícula de licenciatura por entidad federativa, ciclo escolar 2022-2023

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANUIES, Información Estadística de Educación Superior.

La UNAM se posiciona como la editorial universitaria más importante de habla hispana.

Destaca la producción editorial de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM, que cuenta con más de 100 instancias editoriales, produce cerca de dos mil títulos al año (alrededor de 6 libros diarios) bajo el sello “Libros UNAM”, y mantiene más de 140 revistas académicas vigentes. Además de contar con 134 bibliotecas y 7 librerías propias, participa en más de 30 ferias de libro nacionales e internacionales y organiza la Feria Internacional del Libro de las Universitarias y los Universitarios (FILUNI), posicionándose como la editorial universitaria más importante de habla hispana.

La Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) cuenta con 10 instancias editoriales que publican bajo el sello editorial “Casa de Libros Abiertos”. Desde su fundación en 1974, ha producido más de 6,500 títulos, cuenta con más de 50 publicaciones periódicas y con seis librerías propias.

La Editorial Universidad de Guadalajara cuenta con 20 instancias editoriales que, bajo el sello de la editorial, publican el trabajo académico y de investigación de la universidad, además de la edición de obras propias. Hasta 2020 había publicado 710 títulos, impreso más de 2.4 millones de ejemplares y 442 ebooks, agrupados en 29 colecciones, con la participación de 416 autores y la obtención de más de 16 reconocimientos nacionales e internacionales a su quehacer editorial. Participa activamente en la organización de la FIL y en la creación de espacios de profesionalización de editores académicos y universitarios. Su modelo de edición universitaria, único en la industria, le permite funcionar como una *empresa autosustentable*.

El IPN daba cuenta de un catálogo de más de 770 títulos, cuenta con 4 librerías propias, participa en 14 ferias y eventos del libro y cada año realiza la Feria Internacional del Libro del Politécnico. Ha editado más de mil 750 números de la Gaceta Politécnica, y es la única institución de educación que cuenta con sus propios talleres gráficos.

Destaca también la producción de la Editorial Universitaria UANL, fundada en 1996 bajo el nombre de publicaciones de la UANL, actualmente tiene como sede la Casa Universitaria del Libro, donde se editan los libros de investigadores y académicos de la universidad, además de una rica selección de libros de literatura y la edición de la *Revista Armas y Letras*. Cuenta con una producción editorial de más de 100 títulos al año, y realiza anualmente la feria del libro UANLeer, siendo así un referente editorial en el norte del país.

3.2.3 Investigación

En palabras de Sayri Karp, la debilidad de muchas editoriales universitarias es la publicación de investigaciones académicas sin sentido, que sólo buscan cumplir con los requisitos de puntaje que se les exige a los investigadores. Un consejo editorial independiente y ajeno a los criterios de evaluación del CONHACYT “permitirá que se publique lo que realmente vale la pena”, eso le dará independencia financiera a la editorial universitaria.

En el ciclo escolar 2022-2023, la ANUIES reportaba 438 mil estudiantes de posgrado, las universidades con mayor matrícula de posgrado son la UNAM, con 29 mil estudiantes; la Universidad Tecnológica de México (UNITEC, con 13 mil; la UDG, con 6 mil 595; la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), con 6 mil 531; el Instituto Politécnico Nacional (IPN), con 6 mil; el TecNM, con 5 mil 471; y la UANL, con 4 mil 857 (Tabla 5). Por entidad federativa, la Ciudad de México concentra una cuarta parte, con 24.8% de los estudiantes de posgrado; Puebla, Nuevo León, Estado de México y Jalisco, juntos, concentran una tercera parte, con 29.8%, como se observa en la Figura 7.

De acuerdo con el padrón del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) del CONHACYT, se tenía en el tercer trimestre de 2024, un total de 41,300 investigadores. Por entidad federativa, la Ciudad de México concentra más de la tercera parte de éstos con un 34.4%; le siguen en menor medida Jalisco, con 6.6%; el Estado de México, con 5.9%; y Nuevo León, con 4.7% (Tabla 7).

De acuerdo con datos del Sistema Integrado de Información de la Educación Superior, en 2023, las instituciones que concentraron la investigación y, por lo tanto, la producción editorial, son principalmente las universidades, con el 83.7%; por su parte, los Centros Públicos de Investigación CONAHACYT, los Institutos Nacionales de Salud y otras instancias como el IMSS, ISSSTE o PEMEX produjeron el otro 16.3% de la investigación. En cuanto a la producción en revistas indexadas, en 2022 se publicaron 24,683 artículos científicos, de los cuales 90.6% de la producción pertenece a investigadores adscritos a alguna institución de educación superior, mientras que 9.4% pertenece a investigadores adscritos a otras instituciones y centros de investigación, es decir, gran parte de la investigación en las áreas de ciencia, tecnología, medicina, ciencias sociales, artes y humanidades se realiza en las universidades, como se muestra en la Tabla 6.

En el ciclo escolar 2022-2023, había en México 438 mil estudiantes de posgrado; la universidad con mayor matrícula de posgrado es la UNAM, con 29 mil estudiantes.

En 2024 se tenía un registro de 41,300 investigadores pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores.

En 2023 el 83.7% de la investigación se realizó en las universidades, y 16.3% se desarrolló en otros centros de investigación.

Tabla 6. Producción en revistas indexadas, 2022

	Scopus	WoS	Total	Porcentaje
Instituciones de Educación Superior	9,374	12,996	22,370	90.6%
Otras Instituciones	1,280	1,033	2,313	9.4%
Total	10,654	14,029	24,683	100.0%

Fuente: Sistema Integrado de Información de la Educación Superior. www.sii.es.unam.mx/nacional.php

Las universidades mejor posicionadas en cuanto a la producción científica, de acuerdo con *Scimago Institutions Ranking 2024*, son la UNAM, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, el IPN, la UDG, la UANL, el Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN (Cinvestav) y la UAM. Otras instituciones con producción científica, de acuerdo con este *ranking*, son el CONAHCYT, el IMSS, el Instituto Nacional de Cardiología, el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT), el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición, el Instituto Nacional de Salud Pública, el Hospital General de México y el Instituto Nacional de Medicina Genómica, entre otras.

Figura 7. Matrícula de posgrado por entidad federativa, ciclo escolar 2022-2023

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANUIES, Información Estadística de Educación Superior.

En la Tabla 7, se presenta, a manera de resumen, las principales estadísticas encontradas en el ámbito de la edición universitaria por entidad federativa.

Tabla 7. Ámbito de la edición universitaria por entidad federativa

Entidad Federativa	Editoriales Universitarias 2024 1/	Universidades, Ciclo 2022-2023 2/	Matrícula Educación Media Superior, Ciclo 2023-2024 3/	Matrícula Licenciatura Ciclo 2022-2023 2/	Matrícula Posgrado, Ciclo 2022-2023 2/	Investigadores SNII 3t 2024 4/
Aguascalientes	1	59	58,034	61,426	5,042	345
Baja California	3	122	152,086	140,510	8,282	595
Baja California Sur	2	27	36,012	24,355	1,037	292
Campeche	1	53	36,762	33,020	13,871	259
Chiapas	2	173	206,227	108,825	15,784	619
Chihuahua	3	125	147,721	133,967	8,821	938
Ciudad de México	24	311	449,729	779,266	108,679	14,202
Coahuila	3	131	120,176	124,793	8,180	725
Colima	1	39	30,508	25,748	2,285	320
Durango	1	78	78,930	55,536	5,547	327
Estado de México	4	374	675,989	532,168	33,399	2,428
Guanajuato	4	178	240,168	208,725	17,445	1,314
Guerrero	1	132	138,170	77,979	4,308	347
Hidalgo	1	114	142,093	108,633	5,557	783
Jalisco	4	228	334,184	277,044	22,095	2,737
Michoacán	2	155	170,647	124,238	11,989	1,036
Morelos	3	118	77,573	68,546	6,536	1,270
Nayarit	2	85	56,204	46,258	4,943	218
Nuevo León	2	160	200,484	270,593	36,303	1,945
Oaxaca	1	125	147,671	79,488	4,114	518
Puebla	6	298	281,412	315,320	38,866	1,630
Querétaro	4	111	95,184	94,295	6,683	1,070
Quintana Roo	2	85	73,372	51,318	3,351	236
San Luis Potosí	3	76	101,107	93,540	5,012	853
Sinaloa	1	82	141,619	152,483	10,674	891
Sonora	3	74	123,022	119,109	5,800	1,119
Tabasco	1	88	117,029	96,870	4,237	477
Tamaulipas	2	124	141,720	135,091	10,313	619
Tlaxcala	1	55	60,547	39,071	1,675	258
Veracruz	2	223	309,309	239,398	16,070	1,527
Yucatán	2	106	95,321	85,372	5,559	845
Zacatecas	1	59	64,332	51,623	5,508	557
Total Nacional	93	4,168	5,103,342	4,754,608	437,965	41,300

Fuente:

1/ Elaboración propia con datos de la Red Alttexto 2024 y de la CANIEM 2023

2/ Elaboración propia con datos de la ANUIES, Información Estadística de Educación Superior, ciclo escolar 2022-2023

3/ INEGI, Sistemas de Consulta, <https://www.inegi.org.mx/siscon/>

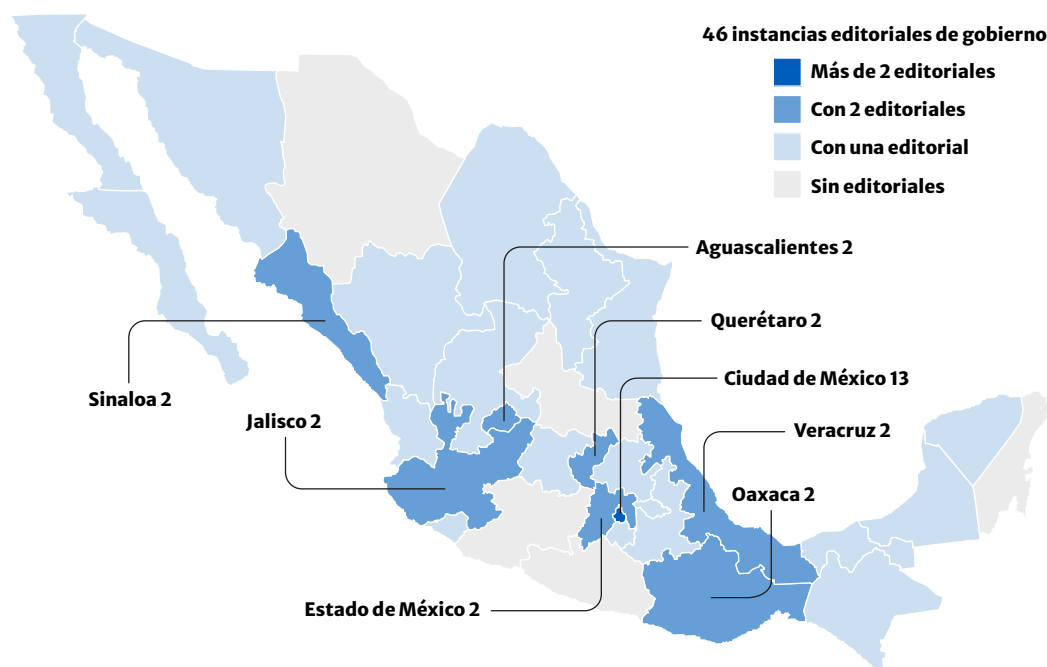
4/ Padrón de Beneficiarios del CONAHACYT, Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, tercer trimestre 2024

3.3 Edición del sector Gobierno

Existen 46 instancias editoriales de Gobierno, destacan la Dirección General de Materiales Educativos de la SEP y el Fondo de Cultura Económica.

En México se tiene registro de 46 instancias editoriales de Gobierno, principalmente estatales y algunas municipales, entre las que destacan los institutos estatales de cultura, los departamentos editoriales de los gobiernos de los estados y los fondos editoriales, cuya función es la de editar, promover y difundir a sus escritores y la riqueza cultural de sus estados. En el ámbito federal, sobresalen la Dirección General de Materiales Educativos de la SEP (DGME) y el Fondo de Cultura Económica (FCE). Cabe subrayar que la impresión de Gobierno se hace a través de tres imprentas: la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG), Impresora y Encuadernadora Progreso (IEPSA) y Talleres Gráficos de México. Por entidad federativa, 28% de estas instancias de Gobierno se encuentran ubicadas en la Ciudad de México, como se observa en la Figura 8.

Figura 8. Instancias editoriales del sector Gobierno, 2024



Fuente: Elaboración propia con datos de CANIEM 2023 y del Sistema de Información Cultural 2024.

De acuerdo con el Sistema de Información Cultural (SIC) de la Secretaría de Cultura, en 2024 se tenía registro de 609 instituciones de cultura municipales y 34 estatales, se tenía presencia de la Secretaría de Cultura en 128 oficinas ubicadas en todos los estados, se contaba con 6 mil 615 fondos editoriales, se otorgaron más de 12 mil apoyos a través del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), y alrededor de 24 mil apoyos del Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias, como se observa en la Tabla 9.

3.3.1 El mercado del libro de texto

La estrategia de libros de texto gratuitos está a cargo de la CONALITEG, organismo descentralizado de la administración pública federal, sectorizado a la SEP. La CONALITEG es la en-

cargada de imprimir, distribuir, almacenar y entregar en todas las escuelas públicas los libros de texto gratuitos, en tanto la encargada de generar los contenidos educativos es la Dirección General de Materiales Educativos de la SEP (DGME). En el ciclo escolar 2023-2024, se distribuyeron 153 millones de libros, y en toda la administración del Gobierno de Andrés Manuel López Obrador se produjeron alrededor de 891 millones de libros de texto gratuito. Los libros de texto se entregan a todas las escuelas de educación básica (preescolar, primaria y secundaria), tanto públicas como privadas; además, se imprimen más de 100 mil ejemplares para educación especial en código Braille, 90 mil en formato macrotipo y tres millones de libros en lenguas indígenas para nivel primaria. Estos materiales educativos se distribuyen de la planta de producción en Querétaro y de un gran almacén en Tequesquínahuac, Estado de México, a través de 3 mil 734 viajes a los 223 almacenes regionales al interior del país y a los 123 centros de acopio en la Ciudad de México.

Hasta 2022, los libros de secundaria se adquirían a los editores privados. La DGME evaluaba alrededor de 400 propuestas de los editores del sector privado para las 17 materias que se imparten en secundaria, y con ellos conformaba un catálogo de libros para maestros, autoridades educativas y estudiantes; el problema con esta estrategia es que sólo unas cuantas editoriales ganaban los contratos, que de acuerdo con la CANIEM, representan 40.6% de los ejemplares y 15.8% de la facturación por ventas de libro de texto a Gobierno; para evitar esta concentración y supuestos actos de corrupción, las compras de Gobierno a particulares se encuentran suspendidas (Tabla 2). Lo mismo ocurre con las bibliotecas, la SEP lanzaba una convocatoria para invitar a los editores a participar con títulos que cumplieran con las especificaciones, y los que cumplían eran adquiridos por el Gobierno; nuevamente, sólo un pequeño grupo de editores privados acaparaba las ventas a bibliotecas.

A partir de 2019, la estrategia de libros de textos por parte del Gobierno consistió en la reducción de costos de producción, lo que llevó a la revisión de los contratos con las empresas proveedoras de papel, ocasionando retrasos en la distribución de libros y el uso de las fuerzas armadas para su distribución. En 2020, con la llegada de la pandemia por covid-19, hubo retrasos en la entrega de libros. En 2021, el Gobierno retrasó los pagos a los creadores de contenidos y creadores visuales, lo que ocasionó un rechazo por parte de los profesionales de la edición, quienes argumentaban que el rediseño de los libros de texto se hacía de forma improvisada y a marchas forzadas, además de que la SEP ofrecía pagos raquíticos de 5 mil pesos a los creadores. El año siguiente, los libros de texto sufrieron un nuevo rediseño, pues se implementó la llamada Nueva Escuela Mexicana, lo que en 2023 supuso una lluvia de amparos para impedir su distribución, ya que grupos de padres de familia y asociaciones civiles consideraban que los contenidos tenían sesgos ideológicos, causando que diversos estados, principalmente de derecha, impidieran su distribución; sin embargo, los libros de texto se distribuyeron y entregaron en todas las entidades del país. La nueva estrategia, a partir de la Nueva Escuela Mexicana, supone la elaboración de contenidos para educación básica por parte de la SEP, cancelándose las convocatorias para que los particulares participaran en la producción de los contenidos. Algunos expertos de la industria, como Carlos Anaya, consideran que la industria no puede depender solamente de la venta de libros de texto a Gobierno y que, como ocurre en otros países, el sector privado debe diversificar su mercado.

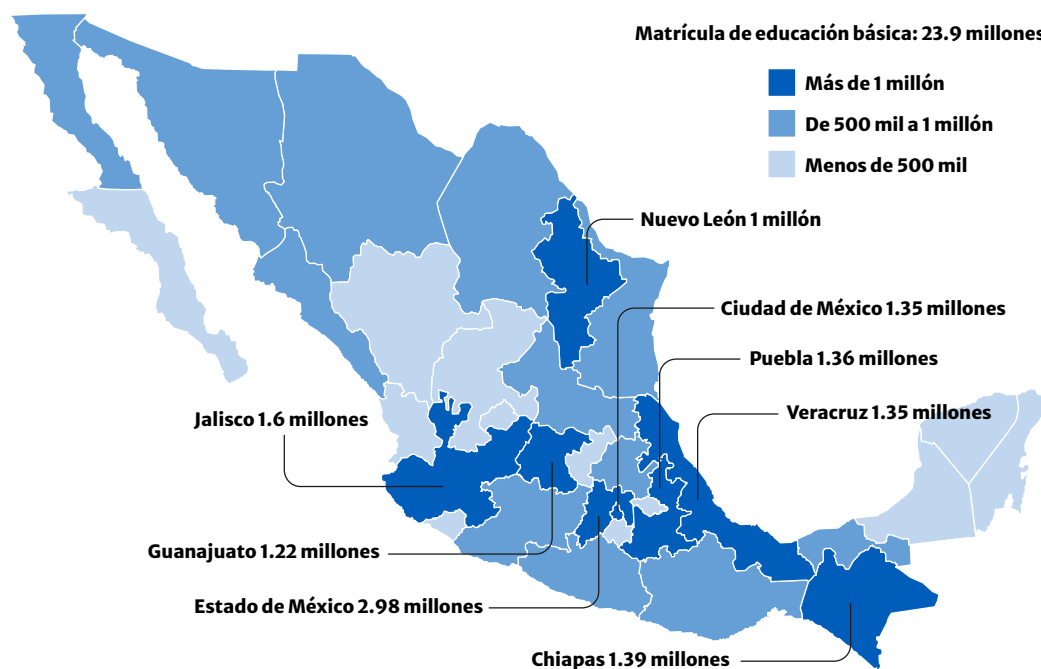
En el ciclo escolar 2023-2024 se distribuyeron 153 millones de libros de texto gratuitos.

En 2023 se cancelaron las convocatorias para que los particulares participaran en la producción de los contenidos, mercado que representaba 40.6% de los ejemplares y 15.8% de la facturación por ventas de libro de texto a Gobierno.

La producción de libros de texto atiende una matrícula de 23.9 millones de alumnos, tanto de escuelas públicas como privadas

La producción de libros de texto atiende una matrícula de 23.9 millones de alumnos, tanto de escuelas públicas como privadas. Por entidad federativa, el Estado de México ocupaba el primer lugar en el ciclo escolar 2023-2024 con casi 2.98 millones de alumnos, seguido de Jalisco con 1.6 millones, Chiapas con 1.39 millones, Puebla con 1.36 millones, Veracruz con 1.35 millones, la Ciudad de México también con 1.35 millones, Guanajuato con 1.22 millones, y Nuevo León con 1 millón de estudiantes, como se observa en la Figura 9.

Figura 9. Matrícula de Educación Básica, ciclo escolar 2023-2024



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, Sistemas de Consulta, <https://www.inegi.org.mx/siscon/>.

3.3.2 Publicaciones del Gobierno Federal

Hasta 2018, el programa editorial de la Dirección General de Publicaciones de la Secretaría de Cultura era el encargado de promover las iniciativas destinadas a fomentar la lectura, impulsar la labor de los escritores y contribuir al desarrollo de la industria del libro en México; entre 2013 y 2017, la Secretaría de Cultura editó 7 mil 293 títulos (Tabla 8).

Sin embargo, debido a las políticas de austeridad del Gobierno Federal, en el año 2023, todas las funciones, derechos, obligaciones, recursos presupuestarios, derechos de autor, archivos, acervos y demás documentación, en cualquier formato, que estaban bajo el resguardo de la Dirección General de Publicaciones se transfirieron al Fondo de Cultura Económica (FCE), institución editorial del Estado mexicano que edita, produce, comercializa y promueve obras de la cultura nacional, iberoamericana y universal, a través de redes de distribución propias y ajenas, dentro y fuera de México. Tiene como objetivo acercar los lectores a los libros, sobre todo a los jóvenes, a través de un amplio catálogo y una política de precios bajos, accesibles a personas de escasos recursos económicos.

En 2023, todas las funciones de la Dirección General de Publicaciones se transfirieron al Fondo de Cultura Económica.

Tabla 8. Títulos publicados por la Secretaría de Cultura, 2013–2017

	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Fondo propio impresos	1172	894	729	883	693	4,371
Coediciones impresas	146	233	204	193	198	974
Formato electrónico	288	415	383	414	448	1,948
Total	1,606	1,542	1,316	1,490	1,339	7,293

Fuente: Sistema de Datos Abiertos, <https://datos.gob.mx/busca/dataset/titulos-publicados-por-la-secretaria-de-cultura>. Títulos publicados por la Secretaría de Cultura (antes CONACULTA) durante el periodo el 01 de enero de 2013 al 31 de diciembre 2017. Incluye todas las instancias editoriales de la institución y del Fondo de Cultura Económica.

El Fondo de Cultura Económica fue fundado en 1934 por Daniel Cosío Villegas; desde sus orígenes, el Fondo se orientó a la traducción de libros de economía; sin embargo, durante los primeros 15 años se diversificó y logró la publicación de 342 títulos, con los cuales se establecieron las colecciones de Economía, Política y Derecho, Sociología, Historia, Tezontle, Filosofía, Antropología, Biblioteca Americana, Tierra Firme, Ciencia y Tecnología.

Actualmente, el Fondo cuenta con diversas colecciones como *Vientos del pueblo*, con tirajes de hasta 40 mil ejemplares y con precios que oscilan entre los \$9 y los \$20 pesos; *Colección Popular*, que ha incorporado nuevos géneros y temáticas, con costos de \$100 pesos para los libros de bolsillo y de \$200 pesos los de formato medio; la colección *Breviarios*, que busca ampliar su catálogo; la colección *Historia*, que pretende integrar el debate político; y en la colección *Obras de Economía* se regresó al color naranja en su diseño, como un reconocimiento de la importancia de esta colección fundacional que ha formado a centenares de economistas; en la colección *Ciencia para todos* la idea es aportar al conocimiento específico, así como a la divulgación para alcanzar al más amplio público posible.

En sus más de 90 años de fundación, el Fondo se ha posicionado como una de las editoriales más importantes de habla hispana. De acuerdo con el *Scholarly Publishers Indicators*, el Fondo se ubica como una de las 10 principales editoriales de habla hispana; cuenta con 17 librerías en el extranjero, tiene presencia en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Perú, España, Estados Unidos, Cuba y próximamente se abrirá una librería más en Bolivia; además de 110 librerías en México (15 en la Ciudad de México, 13 al interior de la república y 82 librerías Educal que se integraron recientemente al Fondo).

Entre 2018 y 2023 el Fondo evaluó 2,612 manuscritos y propuestas de publicación, adquirió los derechos de 490 nuevos títulos y concluyó el cuidado editorial de 744 nuevos títulos para su envío a imprenta, lo que representó la publicación de 2,575 títulos, de los cuales 762 corresponden a novedades (30%) y 1,813 reimpressiones (70%). En términos de ejemplares, se produjeron 16.25 millones, de los cuales 7.6 millones corresponden a novedades (47%) y 8.64 millones de reimpressiones (53%). Este aumento en la producción se debe principalmente a las colecciones *Vientos del Pueblo* y *21 para el 21*, pues son parte de la estrategia de llegar a todos los rincones del país. Respecto a las ventas, entre 2018 y 2023 se vendieron 15.57 millones de ejemplares con un monto de 972 millones de pesos. Cabe resaltar que las ventas cayeron en 2020 debido principalmente a la pandemia de covid-19 (Tabla 10). El precio promedio de los libros del Fondo también disminuyó, al pasar de \$178 a \$141 pesos en el mismo periodo.

El Fondo de Cultura Económica es una de las 10 principales editoriales de habla hispana.

Entre 2018 y 2023, el Fondo editó 2,575 títulos, de los cuales 30% corresponden a novedades y 70% a reimpressiones.

Tabla 9. Ámbito de la edición gubernamental por entidad federativa

Entidad Federativa	Instancias Editoriales de Gobierno 1/	Instituciones culturales municipales 2/	Instituciones de Cultura Estatales 2/	Fondos Editoriales 2/	Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) 2/	Presencia de la Secretaría de Cultura en los estados 2/
Aguascalientes	2	5	1	141	39	3
Baja California	1	10	2	231	168	8
Baja California Sur	1	5	1	96	33	2
Campeche	1	9	1	101	12	3
Chiapas	1	35	1	457	136	4
Chihuahua	0	17	1	187	61	3
Ciudad de México	13	12	1	317	8252	29
Coahuila	1	12	1	173	61	3
Colima	1	8	1	97	41	3
Durango	1	7	1	140	26	3
Estado de México	2	32	1	607	556	2
Guanajuato	1	12	1	367	93	3
Guerrero	0	9	1	75	18	3
Hidalgo	1	19	1	120	53	2
Jalisco	2	124	1	310	366	2
Michoacán	0	21	1	185	228	3
Morelos	1	10	1	121	277	3
Nayarit	1	3	1	38	12	2
Nuevo León	1	9	2	308	226	3
Oaxaca	2	15	1	167	235	7
Puebla	1	21	1	394	155	3
Querétaro	2	7	1	185	145	3
Quintana Roo	0	3	1	80	37	3
San Luis Potosí	0	17	1	273	74	3
Sinaloa	2	14	1	172	96	3
Sonora	1	12	1	289	96	3
Tabasco	1	5	1	252	25	2
Tamaulipas	1	13	1	201	34	2
Tlaxcala	1	2	1	86	24	4
Veracruz	2	81	1	207	331	5
Yucatán	1	8	1	108	135	3
Zacatecas	1	52	1	130	31	3
Total Nacional	46	609	34	6,615	12,076	128

Fuente:

1/ Elaboración propia con datos de CANIEM 2023 y del Sistema de Información Cultural 2024 de la Secretaría de Cultura.

2/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura. En 2020, con la emergencia sanitaria, se eliminaron todos los fideicomisos como el FONCA, FOPROCINE o el FIDECINE, por lo que las cifras corresponden a 2019.

*En junio de 2024 el Gobierno de Michoacán anunció la intención de contar con su propio sello editorial y con un consejo editorial.

Tabla 10. Fondo de Cultura Económica, ventas 2018–2023

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Millones de ejemplares vendidos	3.0	3.2	1.8	2.0	3.2	2.4
Ventas millones de pesos	227.8	247.4	125.3	159.3	241.3	218.6

Fuente: Informe de Gestión Gubernamental 2018–2024, Fondo de Cultura Económica.

Además, el Fondo de Cultura Económica asiste a 150 ferias del libro nacionales e internacionales, entre las que destacan la Feria Internacional del libro Infantil y Juvenil, Feria Internacional del Zócalo, Feria de Xalapa, Feria del libro de Monterrey, Feria Internacional del libro de Guadalajara, Feria Internacional del libro de Oaxaca, Feria Internacional del Libro Universitario, por citar sólo algunas. En la Tabla 9, se presenta, a manera de resumen, las principales estadísticas encontradas en el ámbito de la edición del sector Gobierno por entidad federativa.

3.4 Ámbito del libro y la lectura

3.4.1 Estrategia Nacional de Lectura

La política de fomento a la lectura desde 2018, con la llegada de Andrés Manuel López Obrador y la llamada *Cuarta Transformación de México*, ha estado dirigida a los sectores de la población históricamente marginados, principalmente en las áreas rurales y urbanas de difícil acceso. Aunado a esto, en 2019 la SEP creó la *Nueva Escuela Mexicana*, para lo cual fue necesaria una reforma constitucional y modificaciones a la *Ley General de Educación*, “con el propósito de lograr una verdadera educación de excelencia con sentido humano”. De acuerdo con la SEP, la *Nueva Escuela Mexicana* es un proyecto educativo con enfoque crítico, humanista y comunitario para formar estudiantes con una visión integral, que les permita conocerse, cuidarse y valorarse a sí mismos; aprender acerca de cómo pensar y no en qué pensar; ejercer el diálogo como base para relacionarse y convivir con los demás; adquirir valores éticos y democráticos; colaborar e integrarse en comunidad para lograr la transformación social (SEP, 2024: 11), siendo la lectura un eje fundamental en esta estrategia:

En todo este proceso de transformación el fomento a la lectura juega un papel fundamental, ya que con él se fortalecen y promueven principios básicos de la formación académica, como la identidad nacional en el marco de un país diverso y pluricultural, la responsabilidad ciudadana y social, la honestidad, la participación en la transformación de la sociedad, el respeto de la dignidad humana, la interculturalidad, la cultura de la paz, el respeto por la naturaleza y el cuidado del medio ambiente.

“Leer Transforma”, en tanto potencia el conocimiento, fortalece la construcción de identidad, la imaginación, la creatividad y la memoria. Los que practican la lectura de manera cotidiana se convierten en grandes promotores de ella, porque constatan que contribuye al fortalecimiento de habilidades para alcanzar un pensamiento crítico, provee información útil en el proceso de aprendizaje y favorece la generación de nuevos conocimientos, amplía el espectro de percepciones del mundo y favorece la interculturalidad a partir de la difusión y la socialización del conocimiento de las diversas y vastas expresiones culturales que existen en México y el mundo (SEP, 2024: 12–13).

En 2019 se crea la Nueva Escuela Mexicana, para lo cual fue necesaria una reforma constitucional y modificaciones a la Ley General de Educación.

Los que practican la lectura de manera cotidiana se convierten en grandes promotores de ella, porque constatan que contribuye al fortalecimiento de habilidades.

Es bajo estos principios y la transformación del modelo educativo, que se crea la Estrategia Nacional de Lectura que, de acuerdo con el *Informe Final de la Estrategia Nacional de Lectura 2019-2024*, ésta busca:

- Fomentar el ejercicio libre y gozoso por la lectura desde edades tempranas, para ampliar y fortalecer sus conocimientos.
- Promover la lectura para incentivar el pensamiento crítico en la población.
- Lograr que las mujeres y hombres adultos tengan una motivación permanente por la lectura y la integren en sus actividades y espacios cotidianos.
- Incorporar la lectura a la vida de las y los mexicanos como parte de sus valores y gustos en sus espacios vitales.
- Promover la cultura de paz a partir de la ampliación del conocimiento y la tolerancia.
- Vincular a distintas áreas de Gobierno para fomentar la lectura.
- Mejorar las técnicas y metodologías de la enseñanza y el aprendizaje de la lectura.
- Facilitar a las niñas, niños, adolescentes y jóvenes con alguna discapacidad o aptitudes sobresalientes, materiales accesibles a su condición para incorporarlos al proceso lector y la comprensión lectora.
- Implementar en niñas, niños, adolescentes y jóvenes estrategias innovadoras para la comprensión lectora que les permita identificar su realidad y desarrollar su potencial.

Se estableció una estrategia transversal, es decir, se coordinó desde la Presidencia de la República e involucró a un gran número de secretarías de estado, a sus órganos desconcentrados y descentralizados, a las entidades federativas, Gobiernos municipales y al poder legislativo con proyectos de diferente índole y alcance. La promoción de la lectura se realiza a través de varias acciones: colecciones de libros de distribución gratuita, fortalecimiento de las bibliotecas públicas, bibliotecas digitales, bibliotecas móviles, nuevos libros de texto gratuito, programas de televisión, seminarios, cursos, diplomados, talleres, salas y clubes de lectura, ferias nacionales e internacionales y eventos locales masivos. Todas estas acciones se organizaron en tres grandes ámbitos: 1. Formativo: aquellas acciones que fomentan la creación de cuadros para mejorar la enseñanza y el aprendizaje y así crear una gran red de promotores de la lectura; 2. Materiales: se identificaron todas las acciones orientadas a facilitar y extender el acceso a materiales para su lectura; y 3. Persuasivo: aquellas acciones de fomento que se realizan para invitar y motivar a las y los mexicanos a incorporar la práctica de la lectura en sus actividades cotidianas.

Entre 2019 y 2024, se realizaron 197 proyectos de promoción de la lectura.

Entre 2019 y 2024, se realizaron 197 proyectos de promoción de la lectura: 146 por parte de las secretarías e instituciones federales, 42 proyectos por parte de 21 entidades federativas, y 9 proyectos por parte de las cámaras de diputados y senadores en materia de modificaciones de ley para impulsar reformas para facilitar el acceso de la población a las librerías, y promover el acercamiento a los acervos bibliográficos y hemerográficos del Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas.

Se formó a más de 510 mil normalistas, docentes, estudiantes y población interesada en habilidades de lectoescritura.

Se formó a más de 510 mil normalistas, docentes, estudiantes y población interesada en habilidades de lectoescritura. A través del FCE se incrementó el número de salas de lectura, al pasar de 3 mil 785 activas durante 2019 a 5 mil 494 en 2024. En ese mismo periodo se instalaron 10 mil 881 clubes de lectura, mientras que la Dirección General de Bibliotecas

realizó más de 183 círculos de lectura, con la participación de aproximadamente 6 mil 354 estudiantes. La SEP, a través de la CONALITEG y el Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), publicó 916.6 millones de ejemplares entre 2019 y 2024. Estos libros, además de ser un apoyo a la formación de los estudiantes, constituyen un material indispensable para fomentar la lectura, ejemplo de ello es la publicación *México, grandeza y diversidad*, editado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

La Secretaría de Educación Pública y la de Cultura entregaron más de 4 millones de libros a la Red Nacional de Bibliotecas Públicas y 710 mil en lenguas indígenas; también se distribuyeron más de 1 millón de ejemplares a salas y clubes de lectura y más de 394 mil fueron distribuidos por el INEA en las 32 entidades para los círculos y clubes de lectura.

Asimismo, se seleccionaron 32 títulos para la colección *Libros del Rincón* de nivel preescolar con una impresión de 2.56 millones de ejemplares que beneficiaron a casi 4 millones de estudiantes del país; la SEP, por su parte, distribuyó la colección de la *Biblioteca SEP Centenaria 1921-2021*, la cual consta de 172 títulos en más de un millón de ejemplares para los 6 mil 806 recintos de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas.

Durante el mismo periodo, el Fondo de Cultura Económica editó 2,739 títulos (1,915 reimpressiones y 824 novedades), lo que representa más de 17 millones de ejemplares impresos, los cuales incluyen la colección *Vientos del pueblo*, además del Programa Cultural *Tierra Adentro*, revista virtual que llega a más de 60 mil seguidores.

También, en el periodo de 2019 a 2024, la empresa de participación estatal mayoritaria Impresora y Encuadernadora Progreso (IEPSA) imprimió 57.9 millones de ejemplares a solicitud del FCE, de la CONALITEG, del CONAFE, del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) y del Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

De manera paralela, los portales de diferentes bibliotecas como WikiColbach, Ediciones Normalismo Extraordinario, el portal de la UNADEM, la biblioteca digital del CINVESTAV, la biblioteca digital Tripulantes de la Lectura, el sitio digital Excursión a la SEP, el sitio Centenario SEP 1921-2021, la plataforma del INEHRM, los portales de la DGB, la Biblioteca de México, la Biblioteca Vasconcelos, Enciclovida, Bioteca y la página del IMTA tuvieron un total de más de 13.6 millones de visitas. Solo en 2020, la página web de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos contabilizó 110 millones de visitas.

También entre 2019 y 2024, varias instituciones del Gobierno Federal realizaron actividades de promoción lectora para más de 4 millones de personas. Se produjeron 2 mil 916 piezas radiofónicas originales dedicadas a los libros y la lectura, las cuales se transmitieron a través de las emisoras del IMER. A su vez, Canal Once produjo y emitió programas relacionados con el libro y la lectura como *Timora y sus extrañas historias*, *#Calle 11*, *Libros en acción*, *De viaje por un libro*, *Mitote librero* y *Conecta con la lectura*, mediante los cuales generó impacto en casi 45 millones de televisores.

La Presidencia de la República, por medio de la Unidad de Fomento a la Lectura y la tutela de Beatriz Gutiérrez Müller, implementó desde 2019 los denominados *Fandangos por la lectura*, fiestas culturales donde conviven la lectura en voz alta, la música, la danza, entre otras expresiones artísticas y formativas que buscan resaltar la producción literaria de nuestro país. A julio de 2024, se habían realizado 32 fandangos: 30 nacionales, uno en Chile y otro más en Argentina.

Se incrementó el número de salas de lectura al pasar de 3,785 activas durante 2019 a 5,494 en 2024, además de que se instalaron 10,881 clubes de lectura

Entre 2019 y 2024, el Fondo de Cultura Económica editó 2,739 títulos (1,915 reimpressiones y 824 novedades), lo que representa más de 17 millones de ejemplares impresos

3.4.2 Prácticas de lectura en México

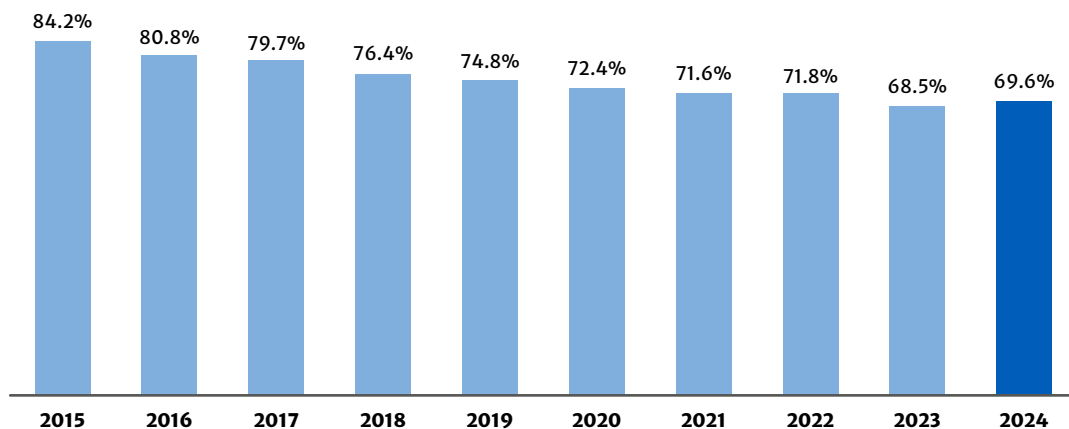
Son muchas las iniciativas para promover la lectura que se han implementado en México, desde el proyecto encabezado por José Vasconcelos en la década de 1920, hasta los programas *Hacia un país de lectores* del Gobierno de Calderón o el *Programa Nacional de Fomento a la Lectura* de Peña Nieto, todos los cuales se enfocaron, primero, a incrementar los niveles de alfabetización, y segundo, a poner los libros al alcance de toda la población. Sin embargo, poco se ha hecho por formar ciudadanos con habilidad, capacidad y compromiso por la lectura, ni se ha fomentado la necesidad o el gusto por la lectura como una actividad de grandes beneficios individuales y sociales (Del Ángel y Rodríguez, 2007: 12).

No es sino hasta la implementación de la *Estrategia Nacional de Lectura* del Gobierno de López Obrador que se tomó en cuenta la lectura por el *placer de leer*, pues uno de los objetivos de esta estrategia es precisamente el desarrollo del pensamiento crítico y el acercamiento a la lectura como *disfrute*. Para ello, se han implementado diversas acciones, principalmente en las escuelas normales con miras a que futuros docentes sean modelos y mediadores de la lectura y la escritura, por medio de actividades lúdicas que contribuyan a que se convierta en una actividad gozosa.

Desafortunadamente, estas estrategias no han sido suficientes, en México sigue existiendo un rezago en los niveles de lectura, así lo reflejan diferentes encuestas de lectura. El INEGI por ejemplo, a través del *Módulo de Lectura 2024* (MOLEC), señala que 69.6% de la población alfabetizada de 18 años y más declaró haber leído alguno de los siguientes materiales: libros, revistas, periódicos, historietas o páginas de Internet, foros o blogs; lo cual representa una caída de 14.6 puntos porcentuales respecto a 2015, cuya cifra era de 84.2%, lo que significa que la población lectora mayor de 18 años ha estado disminuyendo pese a las estrategias de lectura implementadas, como se observa en la Figura 10.

La población lectora mayor de 18 años ha estado disminuyendo desde 2015, pese a las estrategias de lectura implementadas.

Figura 10. Porcentaje de población alfabetizada lectora de 18 años y más, 2015–2024



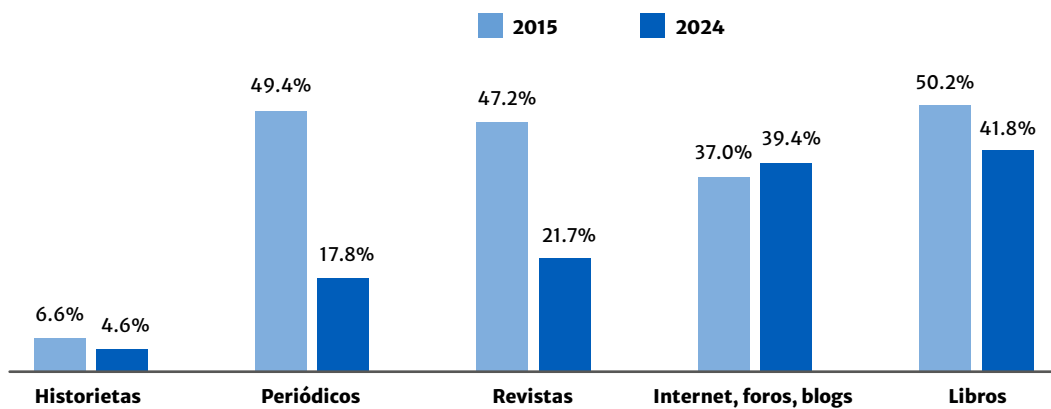
Fuente: INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2024.

Entre la población lectora, lo más leído fueron los libros, con 41.8%; las páginas de Internet, foros o blogs, con 39.4%; revistas con 21.7%, periódicos con 17.8%, e historietas con 4.6%. La lectura de periódicos fue la que más disminuyó, al perder 31.6 puntos porcentuales.

les, pues pasó de 49.4% de la población lectora en 2015 a 17.8% en 2024, las noticias ya no se leen en el periódico, las redes sociales han desplazado a este medio de comunicación.

En relación con los materiales, en 2024 los libros fueron los más leídos con 41.8%, le siguieron las páginas de Internet, foros y blogs con 39.4%; las revistas con 21.7%; periódicos con 17.8% e historietas, con 4.6%. En comparación con 2015, las revistas y periódicos tuvieron la mayor disminución (25.5 puntos porcentuales en el caso de revistas, y 31.6 puntos porcentuales en la categoría de periódicos), como se observa en la Figura 11. Además, el tiempo promedio en 2024 por sesión de lectura a nivel nacional fue de 41 minutos.

Figura 11. Población alfabeta y lectora de 18 años y más, por tipo de material de lectura

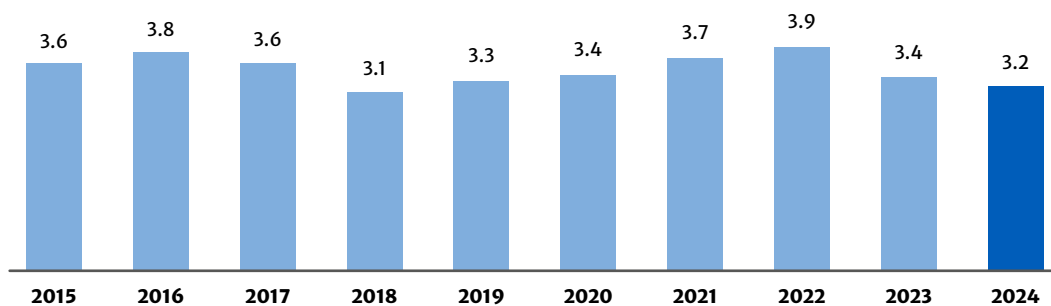


Fuente: INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2024.

Por otro lado, la población lectora de libros en 2024, leyó en promedio 3.2 ejemplares al año, lo que representa una disminución respecto a 2015, cuando se leían 3.6 ejemplares (Figura 12). El principal motivo para leer libros fue por entretenimiento con 41.4%; seguido por trabajo o por estudio con 23.4% y por cultura general con 23.2%.

En 2024, los mexicanos leían en promedio 3.2 libros al año.

Figura 12. Promedio de libros leídos al año en México, 2015–2024



Fuente: INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2024.

Los géneros de libros más leídos en 2024 fueron los de literatura con 39.4%; seguido de libros de autoayuda, superación personal o religiosos con 31.0%; libros para alguna materia o profesión, libros de texto o de uso universitario con 29.6%; los libros de cultura general con 20.7%; y los manuales, guías o recetarios con 7.9%.

Sin embargo, ¿por qué los niveles de lectura en México son tan bajos? pareciera que las personas cada vez tienen menos tiempo para leer, pero esto no es así: la población tiene tiempo, pero lo pasa frente a plataformas de *streaming* como Netflix, Amazon Prime, YouTube, entre otras, y también pasa más tiempo frente a las redes sociales y el Internet, lo que deja menos tiempo dedicado a la lectura de libros.

Una encuesta en 2023 de *Statista Consumer Insights*, que analiza el tiempo que la gente pasa frente al televisor, mostró que 58% de los encuestados mayores de 18 años en México pasaron 10 horas en promedio a la semana frente a la pantalla.

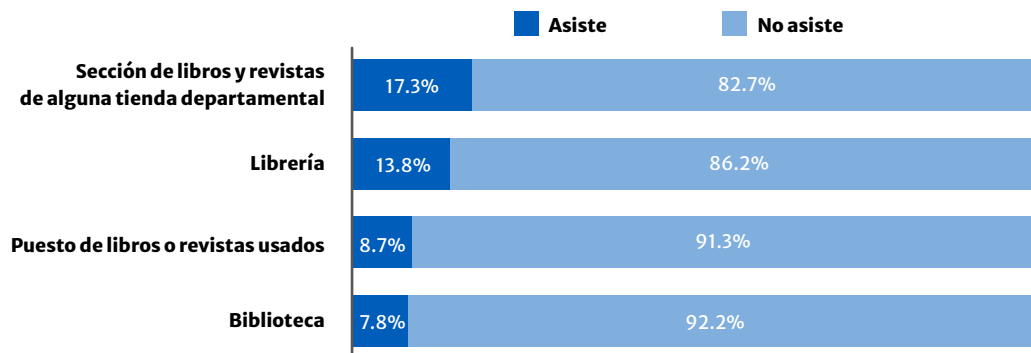
Por otro lado, la *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2023*, del Instituto Federal de Telecomunicaciones, refleja que 95% de los hogares mexicanos tienen televisión, 53% de estos hogares sólo cuentan con señal abierta, en tanto que 47% cuenta con señal de televisión de paga. Además, 54% de los entrevistados indican que consumen contenidos audiovisuales por internet, siendo YouTube el más visto con el 73%, seguido por Netflix con un 40%. Por último, las personas entrevistadas declararon consumir diariamente dos horas y media para ver canales de televisión abierta y tres horas en plataformas de video por internet.

Otro estudio realizado por *DataReportal* en 2024, indica que en México existen 107.3 millones de personas usuarias de Internet y que tan sólo de 2023 a 2024 esta cifra se incrementó en 6.6 millones de personas. Este estudio reporta que los usuarios pasan en promedio siete horas y 37 minutos frente al Internet todos los días, y de ese tiempo, unas cuatro horas con 23 minutos lo hacen a través de dispositivos móviles; este mismo estudio apunta que, en 2024, existían más de 125 millones de conexiones activas de teléfonos celulares. Según *DataReportal*, todo este tiempo frente a las pantallas es para estar en contacto con amigos y familiares, enterarse de noticias, pasar el tiempo, encontrar contenidos, así como para comprar productos, en ese orden. También destaca que existen 90.2 millones son usuarios activos, los cuales destinan en promedio tres horas y 14 minutos al uso de las redes sociales. Según el estudio, los usuarios de redes sociales en México se distribuyen de la siguiente forma: 90.2 millones de usuarios en Facebook, 83.1 millones en YouTube, 74.1 millones en TikTok, 58.7 millones en Facebook Messenger, 44.8 millones en Instagram, 24 millones en Pinterest, 22 millones en LinkedIn, 18 millones en Twitter y 16 millones de usuarios en Snapchat.

Frente a este panorama en el que las redes sociales y los contenidos audiovisuales por Internet han estado desplazando a los lectores de libros, cabría preguntarse ¿cuáles son los hábitos que los mexicanos tienen para fomentar la lectura? El Módulo de Lectura 2024 del INEGI muestra que sólo el 17.3% de la población alfabeta mayor de 18 años acudió, por lo menos tres meses antes de la entrevista, a la sección de libros y revistas en alguna tienda departamental, 13.8% a una librería, 8.7% a un puesto de libros o revistas usados, y sólo el 7.8% asistió a una biblioteca, como se observa en la Figura 13.

58% de los mexicanos mayores de 18 años entrevistados mencionó haber pasado 10 horas en promedio a la semana frente al televisor. Además, 54% de los entrevistados consumen contenidos audiovisuales por internet, siendo YouTube y Netflix los más vistos.

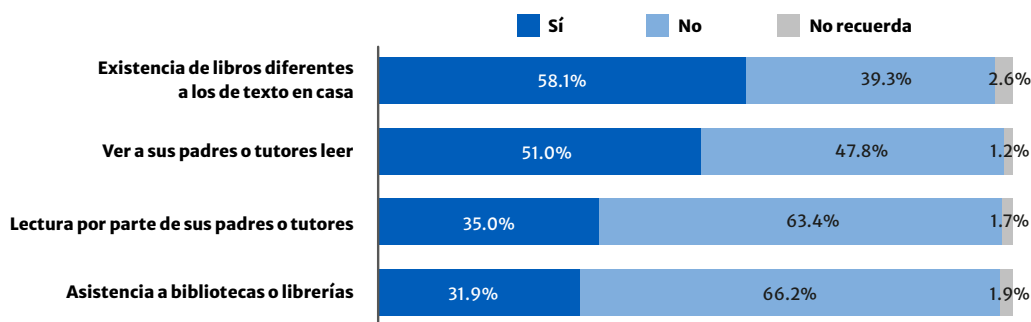
De acuerdo con el Módulo de Lectura 2024, solamente 13.8% de la población alfabeta mayor de 18 años acudió a una librería, mientras que sólo 7.8% asistió a una biblioteca.

Figura 13. Población alfabetizada de 18 años y más que asistió a...

Fuente: INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2024.

También revela que el 58% de la población alfabetizada mayor de 18 años estuvo motivada porque existían libros en su casa, 51% opinó que veía a sus padres leer, 35% manifestaron que sus padres les leían durante su infancia y 32% porque durante su infancia asistían a bibliotecas o librerías, como se observa en la Figura 14.

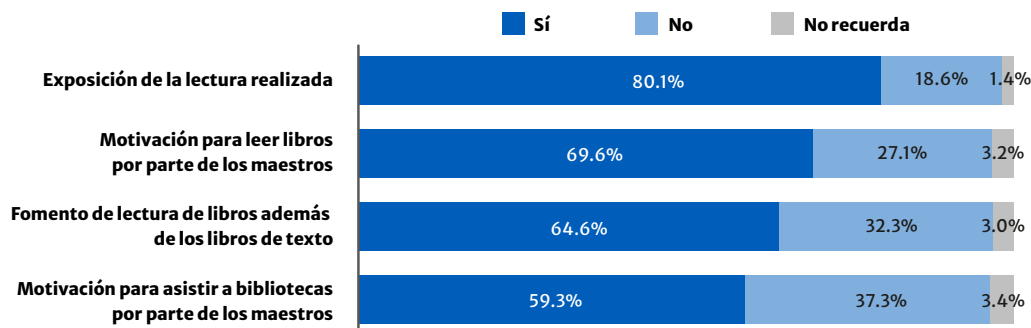
58% de la población alfabetizada mayor de 18 años estuvieron motivados a leer porque existían libros en casa.

Figura 14. Estímulos en el hogar para la práctica de la lectura durante la infancia

Fuente: INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2024.

En cuanto a las prácticas de lectura de la población alfabetizada que asistió a la escuela primaria durante su infancia, 80.1% señaló que sus maestros o maestras le pedían una exposición de lectura; además, 69.6% mencionó que recibió motivación para leer libros por parte de los maestros, 64.6% aseguró que tenía el fomento de leer otros libros además de los de texto, y por último, el 59.3% manifestó que recibió motivación por asistir a bibliotecas o por parte de los maestros (Figura 15).

La población alfabetizada que manifestó que no leía, declaró que en casa no había estímulos para la práctica de la lectura. De éstos, 39% comentó que no había libros en casa, 32% que no veían leer a sus padres, 18.7% que sus padres no les leían de pequeños y 15.4% que no acudió a librerías o bibliotecas durante su infancia. También mencionaron que en la escuela no tuvieron estímulos para la práctica de la lectura, por ejemplo, recibir motivación para leer o acudir a la biblioteca por parte de los maestros.

Figura 15. Estímulos en la escuela para la práctica de la lectura durante la infancia

Fuente: INEGI, Módulo sobre Lectura (MOLEC) 2024.

Estos resultados dan muestra de que aquellas personas que se volvieron lectoras tuvieron estímulos positivos a una edad temprana; en este sentido, para que las políticas públicas de fomento a la lectura tengan un impacto positivo en los niveles de lectura de la población, es necesario crear estímulos positivos y generar un acercamiento amable a la lectura desde una edad temprana, fomentando su interés como una actividad de *deleite*.

3.4.3 Infraestructura: librerías, bibliotecas, salas de lectura y ferias

Otro elemento importante en la promoción de la lectura es el fomento de librerías, bibliotecas, salas de lectura, clubes de lectura, ferias de libros, etcétera. Las librerías EDUCAL se integraron a las del Fondo de Cultura Económica y ambas suman ya 110 librerías en todo México; además, EDUCAL ha estado presente en 357 ferias y 356 presentaciones de libros. El Fondo también ha promovido los LIBROBÚS, camiones expandibles que se transforman en librerías de hasta 2 mil títulos o 10 mil ejemplares, los cuales son acompañados por cuarenta y dos músicos y animadores; de 2019 al primer trimestre 2024, el LIBROBÚS visitó mil 823 municipios de 29 entidades federativas. Por otro lado, el Fondo creó el “Plan editorial y de difusión para la república de lectores” con el fin de promover la lectura en todo el país a través de la disposición de libros en formato accesible y de bajo costo por medio de distintos eventos, además de lanzar la colección *Vientos del pueblo* con precios que van entre los \$9 y los \$20 pesos.

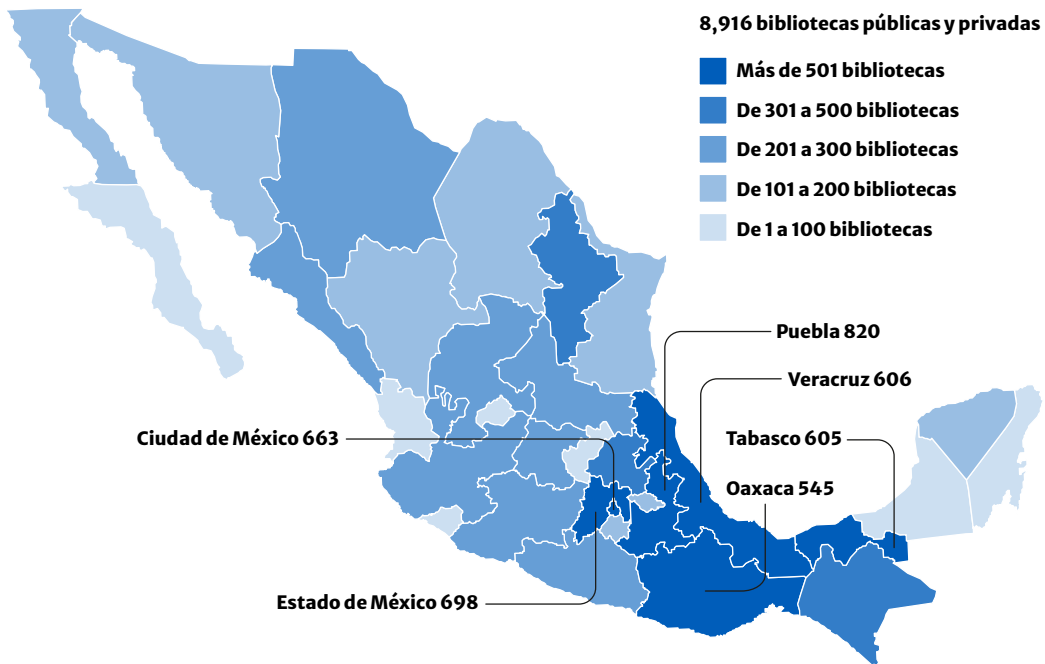
En cuanto a bibliotecas, existen 8,916 distribuidas en todo el país, de las cuales, 7,476 (84%) corresponden a la Red de Nacional de Bibliotecas Públicas, y 1,440 (16%) a otras bibliotecas públicas y privadas pertenecientes principalmente a instituciones de Gobierno federal y estatal, a instituciones de educación superior, así como asociaciones de la sociedad civil. El estado de Puebla es la entidad federativa que cuenta con más bibliotecas, cuenta con 820, seguido del Estado de México con 698, la Ciudad de México con 663, Veracruz con 606 y Tabasco con 605, las entidades que menos bibliotecas tienen son Colima con 61 y Quintana Roo con 59 bibliotecas, como se observa en la Figura 16.

Las librerías EDUCAL se integraron a las del Fondo de Cultura Económica, ambas suman ya 110 librerías en todo México.

Se lanzó la colección Vientos del pueblo con precios que van entre los \$9 y los \$20 pesos.

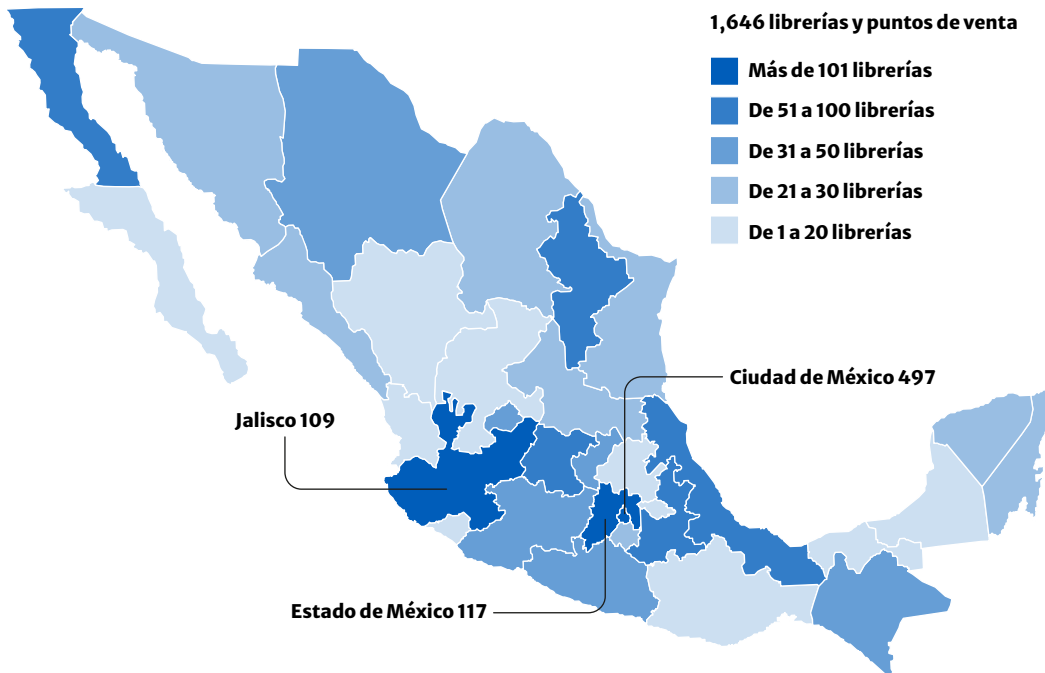
Existen 8,916 bibliotecas distribuidas en todo el país.

Figura 16. Bibliotecas en México por entidad federativa, 2024



Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, SIC México 2024 y la Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Cultura.

Figura 17. Librerías en México por entidad federativa, 2024



Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, SIC México 2024; EDUCAL y del Fondo de Cultura Económica.

Se tiene un registro de 1,646 librerías y puntos de venta en México.

Respecto a las librerías y puntos de venta en México, se tiene un registro de 1,646 librerías, de éstas, el 93.3% (1,536) corresponden a librerías públicas y privadas de diferentes niveles de Gobierno, a librerías de instituciones de educación y a puntos de venta principalmente de cadenas departamentales como Sanborns; en tanto que, como ya se había comentado, el 6.7% restante, es decir 110 librerías, corresponden a 28 librerías del Fondo de Cultura Económica y a las 82 librerías EDUCAL que se integraron recientemente al Fondo. Por entidad federativa, la Ciudad de México concentra casi la tercera parte de las librerías con 497, seguida del Estado de México con 117, Jalisco con 109, Puebla con 79, Nuevo León con 73, Veracruz con 72 y Guanajuato con 66. Las entidades con menor número de librerías son Campeche, Nayarit y Tlaxcala, con 12 librerías cada una, como puede observarse en el Figura 17.

Daniel Cosío Villegas mencionaba en 1949 algunos factores que han frenado el desarrollo de la industria editorial mexicana: primero, el libro sigue siendo una mercancía, pero es una mercancía muy especial, en el sentido de que la compra de libros no se realiza sino después de que la población satisface sus necesidades básicas de consumo. (Cosío, 1985: 5).

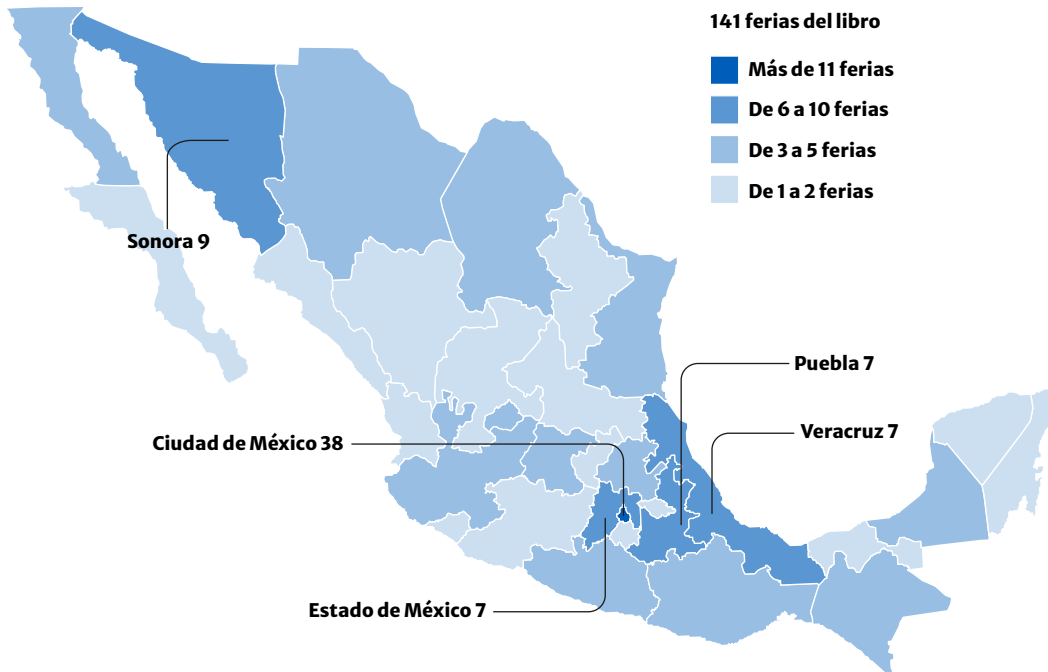
En segundo lugar, el libro necesita de un mercado y de una población educada que demande libros; Cosío estimaba que, en 1949, el mercado mexicano representaba un 25%, el de Argentina un 30% y el resto de Hispanoamérica un 40% (Cosío, 1985: 6). Si medimos el mercado actual por la cantidad de números ISBN asignados, las cifras no han cambiado mucho. De acuerdo con cifras de la *International Publishers Association*, en 2022, Brasil ocupaba el primer lugar con 179,042, seguido de Argentina con 35,500, México en tercer lugar con 27,534, Colombia con 20,840 y Perú con 8,310 números ISBN asignados. Y este mercado de libro, como ya desde entonces agregaba Cosío, se vio frenado por los altos índices de pobreza, porque, por un lado, los campesinos que obtenían un jornal no podían darse el lujo de comprar libros, y por el otro, sólo la tercera parte de la población sabía leer y escribir en aquellos años (Cosío, 1985: 8-9). La situación hoy en día no es muy diferente: según cifras del INEGI, 36.3% de la población en México vive en condiciones de pobreza y otro 7.1% en condiciones de pobreza extrema; respecto a la tasa de alfabetización, ésta es del 95% y el grado promedio de escolaridad de las personas mayores de 15 años es de 9.7 años en promedio (apenas superior a secundaria), realidad que excluye del mercado del libro a millones de mexicanos, principalmente de algunas regiones del centro y sureste del país.

Por último, Cosío mide la penetración del libro por el número de librerías existentes, que, en 1944, de acuerdo con diferentes fuentes, daban un aproximado de 159 librerías en todo México y un promedio de una librería por cada 132 mil habitantes (Cosío, 1985: 12-13). Las cifras en 2024 daban cuenta de 1,646 librerías, es decir, una librería por cada 76 mil 558 habitantes. Esto quiere decir que en 80 años no ha habido avances significativos, pues el número de habitantes por librería apenas y ha disminuido. Y si revisamos estas cifras por entidad federativa, encontraremos que existen estados con rezagos aun mayores, por ejemplo, Oaxaca tiene una librería por cada 217 mil 481 habitantes, Hidalgo por cada 192 mil 678, Tabasco por cada 171 mil 614, Chiapas por cada 163 mil 054, Estado de México por cada 145 mil 234 o Tamaulipas con una librería por cada 125 mil 991 habitantes.

Las cifras por bibliotecas son un poco más optimistas, pues el promedio nacional es de una biblioteca por cada 14 mil 133 habitantes, las entidades con menos bibliotecas por habitante son Quintana Roo con 31,491, Jalisco con 28,203, Querétaro con 28,196, Baja California con 27,713, Guanajuato con 26,813, Estado de México con 24,344 y Tamaulipas con una biblioteca por cada 21,643 habitantes.

También se tiene registro de 141 ferias del libro en México, 38 de las cuales se realizan en la Ciudad de México, seguida de Sonora con 9; Puebla, el Estado de México y Veracruz con 7 ferias cada una; por otra parte, Colima, Durango, Morelos, Nayarit, Tlaxcala y Zacatecas son las entidades con menos ferias, al contar solamente con una de manera respectiva, como se observa en la Figura 18.

Figura 18. Ferias del libro en México por entidad federativa, 2024



Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

Entre las principales ferias del libro destacan Feria Internacional del Libro de Guadalajara, Feria Internacional del Libro del Zócalo, Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil que en 2023 rompió record de visitantes con un millón de personas, Feria Internacional del Libro de las Universitarias y los Universitarios organizada por la UNAM, Feria Internacional del Libro del IPN, Feria del Libro Abierto al Tiempo, Feria del Libro de Antropología e Historia, Feria Universitaria del Libro UANLeer, Feria Internacional del Libro Monterrey, Feria Universitaria del Libro de Pachuca, Feria Internacional del Libro Oaxaca, Feria Internacional del Libro Universitario de Xalapa, Feria Nacional del Libro Puebla, entre otras.

En Jalisco se realiza la feria más grande del libro en México: la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL). Esta feria reportó en 2023 una asistencia de más de 857 mil personas, 2 mil 469 sellos editoriales, 61 países, 110 agentes literarios, más de 189 mil niños en la FIL Niños, más de 2 mil representantes de prensa pertenecientes a 504 medios de comunicación, 630 presentaciones de libro, 365 foros, 142 actividades artísticas y musicales, 18 premios y homenajes, así como 17 mil 400 profesionales del libro presentes en más de 182 actividades profesionales.

Existen 141 ferias del libro en México, entre las que destacan la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, la Feria Internacional del Libro del Zócalo, la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, y la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil.

En 2023 se impulsaron reformas a la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro para incrementar la vigencia del precio único de los libros de 18 a 36 meses

3.4.4 Marco legal y propiedad intelectual

La producción, impresión, distribución y comercialización de libros está regulada por leyes y reglamentos, por lo que, si se busca incentivar el crecimiento de la industria editorial y promover la lectura, se hace necesario incidir y adecuar el marco regulatorio que le da sustento. Algunas de las reformas que el Senado de la República promovió, a través de la Comisión de Cultura, fueron las reformas a la *Ley General de Bibliotecas* para ampliar el depósito legal y garantizar el acceso de las personas a la información bibliográfica impresa o virtual, de carácter educativo o científico, tanto para la formación educativa y académica como para el esparcimiento. También se impulsaron reformas a la *Ley de Fomento para la Lectura y el Libro*, con el fin de incrementar la vigencia del precio único del libro de 18 a 36 meses, homologar las reglas que aplican al libro impreso y al electrónico, y establecer responsabilidades institucionales para la vigilancia de los precios (SEP, 2024: 83).

Asimismo, se busca establecer disposiciones que contribuyan a la profesionalización de los servicios bibliotecarios de la Red de Nacional de Bibliotecas Públicas, designando a la Biblioteca de México como la biblioteca rectora de la Red. También se incorporó la Biblioteca de México al depósito legal.

La *Ley de Fomento para la Lectura y el Libro* fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 24 de julio de 2008, y la última reforma se publicó el 29 de noviembre de 2023, esta Ley tiene como objetivos:

- I. Propiciar la generación de políticas, programas, proyectos y acciones dirigidas al fomento y promoción de la lectura.
- II. Fomentar y estimular la edición, distribución y comercialización del libro y las publicaciones periódicas.
- III. Fomentar y apoyar el establecimiento y desarrollo de librerías, bibliotecas y otros espacios públicos y privados para la lectura y difusión del libro.
- IV. Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional con los distintos órdenes de Gobierno y la vinculación con los sectores social y privado, para impulsar las actividades relacionadas con la función educativa y cultural del fomento a la lectura y el libro.
- V. Hacer accesible el libro en igualdad de condiciones en todo el territorio nacional para aumentar su disponibilidad y acercarlo al lector.
- VI. Fortalecer la cadena del libro con el fin de promover la producción editorial mexicana para cumplir los requerimientos culturales y educativos del país.
- VII. Estimular la competitividad del libro mexicano y de las publicaciones periódicas en el terreno internacional.
- VIII. Estimular la capacitación y formación profesional de los diferentes actores de la cadena del libro y promotores de la lectura.

Las autoridades encargadas de la observancia y aplicación de esta Ley son la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Educación Pública, el Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura, los gobiernos de las entidades federativas, municipales y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y la Procuraduría Federal del Consumidor.

Entre las principales disposiciones se encuentran la creación del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura (Artículo 12); el establecimiento del precio único para los libros (Artículo 22) y su ampliación a 36 meses a partir de la fecha de impresión (Artículo 26); además, se establece a la Procuraduría Federal del Consumidor como la encargada de proteger y vigilar la distribución y comercialización de libros, así como aplicar las medidas y sanciones correspondientes que garanticen su cumplimiento (Artículo 28).

Estas disposiciones y recientes reformas tienen el objetivo de fortalecer el sector editorial al incentivar la bibliodiversidad y el acceso a la lectura de forma justa y equitativa, ya que garantizan que un libro tenga el mismo precio de venta al público en cualquier parte del territorio nacional, permitiendo que quienes viven en comunidades alejadas puedan disfrutar de la lectura con la misma calidad y diversidad de quienes viven en las grandes ciudades; al mismo tiempo, evita la competencia desleal, al impedir las grandes rebajas de las librerías más grandes, permitiendo a las pequeñas mantenerse en el mercado.

Otro tema pendiente es el fiscal. El pasado 12 de noviembre de 2024, la Comisión de Cultura en el Senado de la República presentó ante el pleno de esa cámara una iniciativa con proyecto de decreto para la reforma de diversas leyes en materia de impulso de la cadena productiva del libro, particularmente la iniciativa de tasa cero sobre el IVA para las librerías del país, propuesta impulsada desde 2018 por Carlos Anaya como presidente de la CANIEM. Esta iniciativa beneficiará principalmente a las pequeñas librerías que, ante el contexto de la pandemia y los bajos niveles de lectura, han visto afectadas sus ventas.

De la *Ley de Fomento para la Lectura y el Libro* se desprenden las leyes estatales de fomento y promoción de la lectura y el libro. En 2024 se tenía registro de 25 entidades que contaban con leyes estatales de fomento para la lectura y el libro. 23 de éstas, además, contaban con un consejo estatal de fomento para el libro y la lectura, Durango y Tlaxcala cuentan con Ley pero no con consejo. Querétaro, Nuevo León, Puebla, Estado de México, Yucatán y Guanajuato cuentan con iniciativas para la creación de leyes de fomento estatales para la lectura y el libro, pero aún se encuentran pendientes de aprobación por parte de sus congresos locales. Morelos es el único estado que no cuenta con iniciativa para la conformación de una ley propia en materia de fomento a la lectura y el libro.

La piratería también representa un pendiente por legislar. El Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CeMPro) se ha dado a la tarea de combatir la reproducción no autorizada de obras protegidas por la *Ley Federal de Derechos de Autor*, realizada de manera dolosa y a escala comercial. Este centro estima que 5 de cada 10 libros vendidos es pirata, y que, en temporada escolar, se producen anualmente hasta 200 mil libros piratas. También advierte que en México se realizan casi 5 mil millones de fotocopias de material protegido por los derechos de autor. Para combatir la piratería, el Centro ha habilitado tecnologías que localizan y deshabilitan páginas, links o blogs que ponen a disposición obras de texto protegidas de forma legal, además de realizar cateos a imprentas y bodegas, así como operativos en la vía pública para evitar la venta de libros apócrifos.

Respecto a la protección de derechos de autor, en México se cuenta con el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR), órgano desconcentrado encargado de proteger y fomentar los derechos de autor. Además de administrar el registro público del derecho de autor, recibe y atiende diversos trámites, entre los que destacan la obtención del Número Internacional Normalizado del Libro (ISBN) y el Número Internacional Normalizado para

El establecimiento del precio único garantiza que un libro tenga el mismo precio de venta al público en cualquier parte del territorio nacional.

25 entidades federativas cuentan con Ley estatal de fomento para la lectura y el libro.

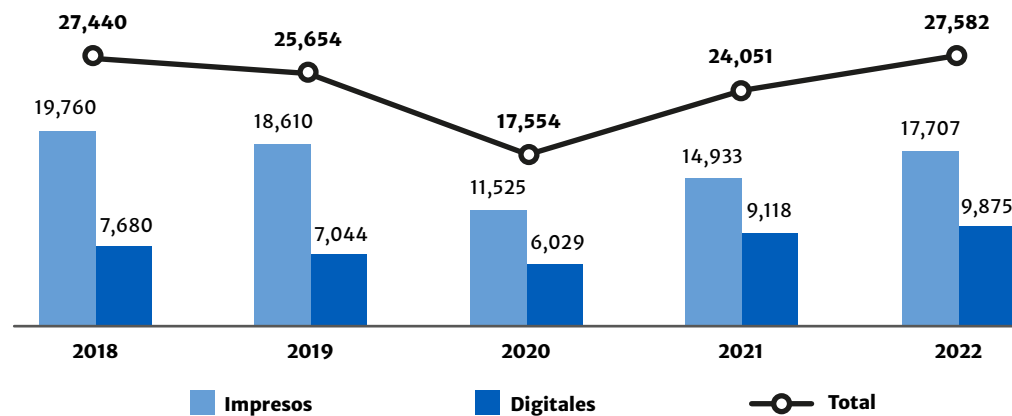
El CeMPro estima que 5 de cada 10 libros vendidos es pirata y que, en temporada escolar, se producen anualmente hasta 200 mil libros de texto piratas.

Publicaciones Periódicas (ISSN). Los derechos de autor están regulados por la *Ley Federal del Derecho de Autor*, reglamentaria del artículo 28 constitucional, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* en diciembre de 1996. En 2023, el INDAUTOR realizó la inscripción de 55 mil 335 obras artísticas o literarias y derechos conexos, al tiempo que se llevaron a cabo 35 mil 409 trámites para el registro del ISBN e ISSN.

En 2022 se otorgaron en México 27,582 números ISBN.

Respecto a los datos de número ISBN, en su reporte de *Indicadores del Sector Editorial Privado en México 2022-2023*, la CANIEM reporta que se realizaron en México 27,582 asignaciones en 2022, lo que representó un crecimiento del 14.7% respecto a 2021; de estos números otorgados, el 64% corresponde a ediciones impresas y el 36% a ediciones digitales. Cabe resaltar que en 2020 hubo una caída en el número de ISBN otorgados, debido principalmente por la pandemia de covid-19, ello provocó, que en años posteriores, se incrementara en las escuelas el uso de nuevas tecnologías, y en consecuencia, se dio un incremento en las ediciones digitales, como puede observarse en la Figura 19.

Figura 19. Cifras generales de ISBN en México, 2018-2022



Fuente: CANIEM, Indicadores del Sector Editorial Privado 2022-2023.

Tabla 11. ISBN otorgados por naturaleza del solicitante, 2022

Naturaleza	ISBN otorgados	Porcentaje
Empresas privadas*	15,432	55.9%
Gobierno (empresas públicas estatales, federales y paraestatales)	3,653	13.2%
Asociaciones Civiles	2,528	9.2%
Editores independientes y autoedición	1,812	6.6%
Organizaciones No Gubernamentales y Organismos Internacionales	1,770	6.4%
Tecnológicos e Institutos de Investigación	1,386	5.0%
Otros	1,001	3.6%
Total	27,582	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de CANIEM, Informe ISBN 2022.

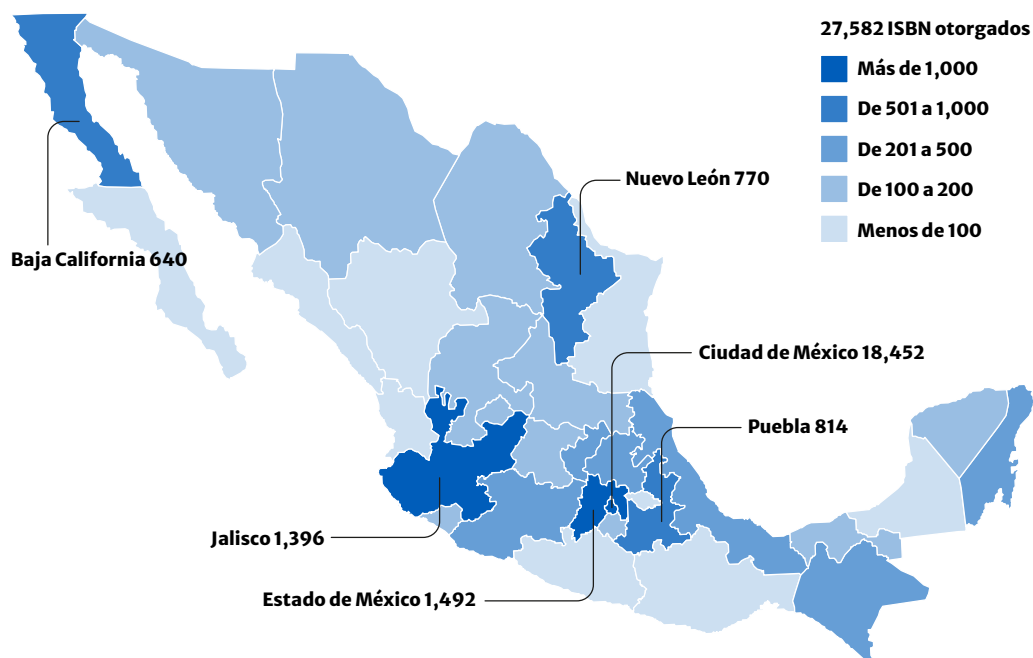
* Incluye Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades de Capital Variable, Sociedades en Comandita Simple o por Acciones, Fideicomisos, Sociedad en Nombre Colectivo y Sociedad Extranjera

Por la naturaleza del solicitante, los números ISBN otorgados se distribuyeron de la siguiente manera: empresas privadas 55.9%, empresas públicas 13.2%, asociaciones civiles 9.2%, editores independientes y autoedición 6.6%, organismos no gubernamentales y organizaciones internacionales 6.4%, tecnológicos e institutos de investigación 5%, otros 3.6%, como se observa en la Tabla 11.

Por entidad federativa, el 66.9% de los ISBN otorgados fueron en la Ciudad de México, le siguen en menor medida el Estado de México con 5.4%, Jalisco con 5.06%, Puebla con 2.95%, Nuevo León con 2.79% y Baja California con 2.32%.

55.9% de los números ISBN otorgados fueron para empresas privadas.

Figura 20. ISBN otorgados por entidad federativa, 2022



66.9% de los ISBN otorgados fueron para la Ciudad de México

Fuente: CANIEM, Informe ISBN 2022.

La última actualización del ISBN, de acuerdo con CERLALC-UNESCO, en 2024, se registraron 28,923 números ISBN, de los cuales, 19,501 corresponde a libros impresos (67%) y 9,422 a libros digitales (33%), lo que representa un incremento de 1,341 números más que en 2022.

En la Tabla 12, se presenta, a manera de resumen, las principales estadísticas encontradas en el ámbito del libro y la lectura por entidad federativa.

En 2024 se otorgaron en México 28,923 números ISBN.

3.5 Ámbito del sector de la cultura

La industria editorial está en estrecha relación con otras industrias culturales como la música, el cine, la radio, los videojuegos, las artesanías, el diseño, los sitios arqueológicos o las festividades, pues, como sostiene Bourdieu: “el libro es un objeto de doble cara, económica y simbólica, es a la vez mercancía y significación” (Bourdieu, citado en Pimentel, 2007: 24). De ahí la importancia de analizarla desde las industrias culturales.

Tabla 12. **Ámbito del libro y la lectura**

Entidad Federativa	Bibliotecas 1/	Librerías y puntos de venta 2/	Ferias de Libro 3/	Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más) 2020 4/	Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más) 2020 4/	Hogares con acceso a internet de banda ancha 2022 4/
Aguascalientes	81	34	5	97.7	10.3	75.7
Baja California	136	55	5	97.7	10.2	82.8
Baja California Sur	76	14	2	97.4	10.3	75.3
Campeche	86	12	3	94.0	9.6	64.5
Chiapas	416	34	3	86.2	7.8	38.2
Chihuahua	209	49	5	97.1	10.0	69.9
Ciudad de México	663	497	38	98.2	11.5	85.8
Coahuila	159	30	4	98.0	10.4	69.9
Colima	61	17	1	96.5	10.0	76.0
Durango	172	16	1	97.1	9.7	59.9
Estado de México	698	117	7	96.9	10.1	75.4
Guanajuato	230	66	4	94.5	9.0	64.2
Guerrero	218	31	5	87.4	8.4	53.5
Hidalgo	322	16	4	93.3	9.4	58.2
Jalisco	296	109	5	96.9	9.9	75.6
Michoacán	245	44	2	92.8	8.6	56.8
Morelos	166	23	1	95.4	9.8	69.5
Nayarit	93	12	1	95.4	9.7	63.6
Nuevo León	411	73	2	98.1	10.7	81.4
Oaxaca	545	19	3	88.1	8.1	47.2
Puebla	820	79	7	92.9	9.2	57.8
Querétaro	84	35	2	96.3	10.5	77.1
Quintana Roo	59	21	2	96.6	10.2	77.2
San Luis Potosí	225	23	2	94.8	9.6	65.1
Sinaloa	255	30	2	96.3	10.2	80.2
Sonora	197	24	9	97.8	10.4	80.6
Tabasco	605	14	2	94.8	9.7	57.7
Tamaulipas	163	28	3	97.2	10.1	68.4
Tlaxcala	167	12	1	96.5	9.8	55.3
Veracruz	606	72	7	91.4	8.7	53.8
Yucatán	185	26	2	93.8	9.6	65.4
Zacatecas	267	14	1	96.1	9.2	68.5
Total Nacional	8,916	1,646	141	95.0	9.7	68.2

Fuente:

1/ Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural 2024 y la Dirección General de Bibliotecas de la Secretaría de Cultura.

2/ Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural 2024, EDUCAL y el Fondo de Cultura Económica.

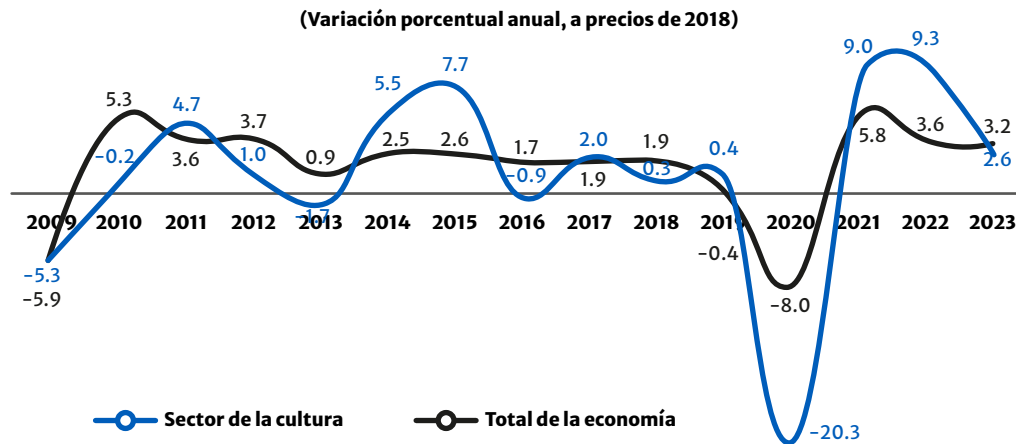
3/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura.

4/ INEGI, Sistemas de Consulta, <https://www.inegi.org.mx/siscon>

De acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura de México publicada por el INEGI, en 2023 el sector de la cultura representó 2.7% del Producto Interno Bruto (PIB) y generó más de 1.4 millones de empleos. A valores constantes, el PIB del sector cultural creció 2.6%, en tanto el del total de la economía lo hizo en 3.2%. De 2008 a 2023, el incremento promedio anual del sector fue de 0.9%, como puede verse en la Figura 21.

En 2023, el sector de la cultura representó 2.7% del Producto Interno Bruto y generó más de 1.4 millones de empleos.

Figura 21. Producto Interno Bruto del sector de la cultura, 2009-2023



Fuente: INEGI, Cuenta Satélite de la Cultura de México 2023.

Como se observa en la Figura 21, el sector cultural sufrió una caída más pronunciada que la economía en su conjunto en el periodo en que se registró la pandemia por covid-19, debido a que las actividades culturales están estrechamente relacionadas con la asistencia a diferentes recintos. La participación del sector de la cultura en el PIB alcanza 2.7%, pero por entidad federativa esta participación varía, como se observa en la Figura 22, en la que se muestra que, en 2023, sólo nueve entidades federativas tenían una aportación mayor al promedio en relación con su respectivo PIB.

En 2023, las actividades económicas del sector de la cultura generaron más de 1.4 millones de empleos, esto representa el 3.5% del total de la economía. Comparado con 2022, se observó un decremento de 1.4%, lo que representó una disminución de 21 mil puestos de trabajo.

Ahora bien, en el marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO, los sectores de la cultura que mayor contribución hicieron al PIB en 2023 fueron artesanías con 19.1%; contenidos digitales e internet con 18.1%; medios audiovisuales con 17.6% y diseño y servicios creativos con 13.6%, en tanto que el sector de libros, impresiones y prensa aportó el 6.3%. Las áreas del sector de la cultura con mayor crecimiento fueron las siguientes: contenidos digitales e internet con 9.6%, patrimonio cultural y natural con 9.1%, artes visuales y plásticas con 5.4%. En contraste, las áreas del sector que presentaron una mayor disminución fueron artesanías con -3.6%, música y conciertos con -5.5% y el sector con la mayor disminución fue el de libros, impresiones y prensa con una caída de -8.5%.

El sector de libros, impresiones y prensa aportó 6.3% al sector de la cultura en México

Entre 2009 y 2023, el sector de libros, impresiones y prensa fue el que más decreció, con -8.5%.

Figura 22. Contribución del sector de la cultura al PIB, por entidad federativa, 2023

Fuente: INEGI, Cuenta Satélite de la Cultura de México 2023.

Se tiene registro de 288 publicaciones periódicas, 319 revistas de arte y cultura, 1,642 museos, 723 teatros, 1,029 cines y cinetecas y 2,379 centros culturales.

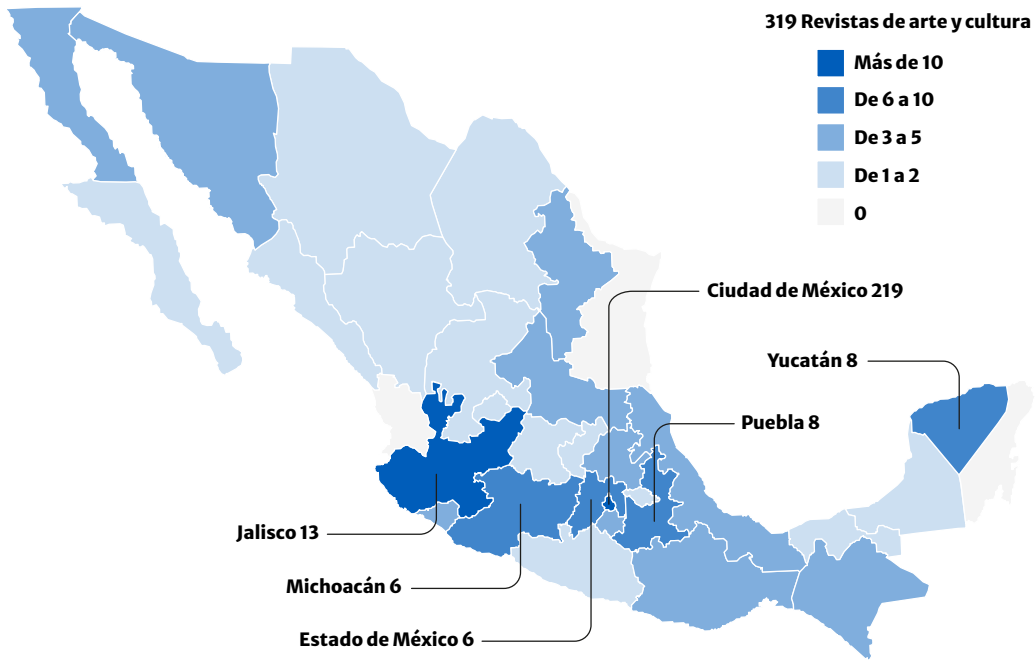
En 2024 se tenía información de 319 revistas de arte y cultura, siendo la Ciudad de México la que, con 219, concentra la mayor parte de éstas (Figura 23). También se registraron 288 publicaciones periódicas, cuyos números se distribuyen, de manera preponderante, de la siguiente forma: la Ciudad de México con 42, Guanajuato con 15, Coahuila con 14, Jalisco con 14 y Sonora también con 14 (Figura 24).

Respecto a Museos, en 2024 se tenía registro de 1,642 recintos. Nuevamente, la Ciudad de México se encuentra a la cabeza con 185, colocándola como una de las ciudades con mayor número de museos en el mundo; le siguen Jalisco con 101, el Estado de México con 97, Puebla con 88 y Veracruz con 85; de acuerdo con el INEGI, en 2023 los museos reportaron la visita de 48.4 millones de personas (Figura 25). Operan, asimismo, 723 teatros en México, siendo las entidades con mayor número de ellos la Ciudad de México con 161, Yucatán con 36, el Estado de México y Jalisco con 32 cada uno, Nuevo León con 31 y Veracruz con 30, al tiempo que Tlaxcala es la entidad con menos teatros (Figura 26).

Por otro lado, se tenía registro de 1,029 cines y cinetecas, 130 de ellas ubicadas en la Ciudad de México y 128 en el Estado de México, seguidas por Nuevo León con 74 y Jalisco con 73; Campeche es la entidad con menos cines y cinetecas, con sólo siete (Figura 27).

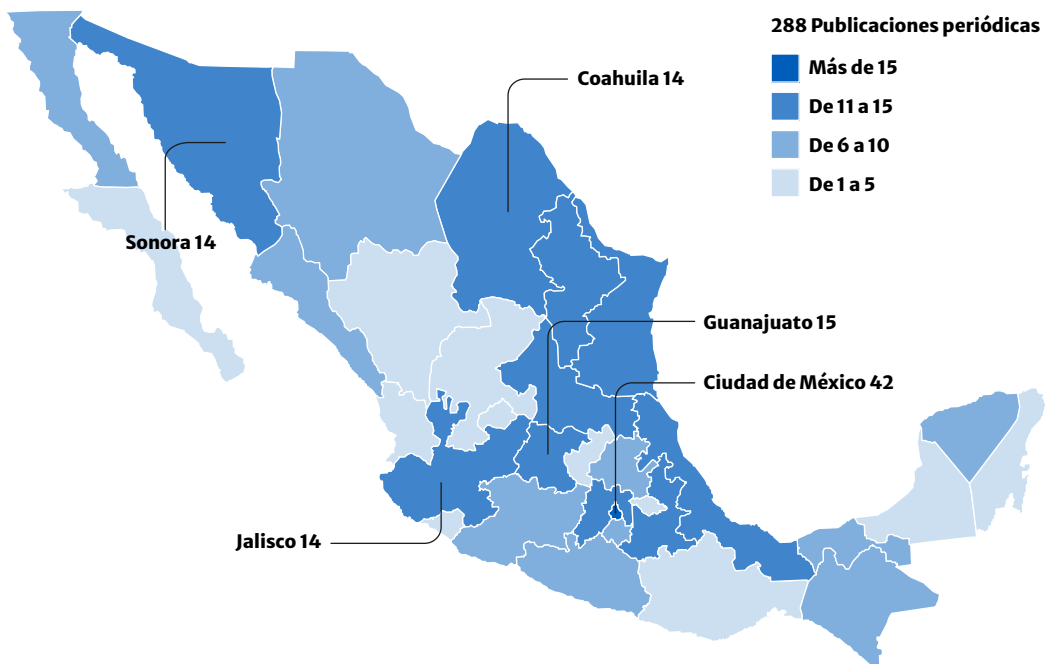
En cuanto a centros culturales, se tenía registro de 2,379; las entidades con mayor número de ellos son la Ciudad de México con 564, el Estado de México con 180, Jalisco con 173 y Veracruz con 162; Campeche y Tlaxcala sólo reportaron 17 centros culturales, como se observa en la Tabla 13 y la Figura 28.

Figura 23. Revistas de arte y cultura en México, 2024



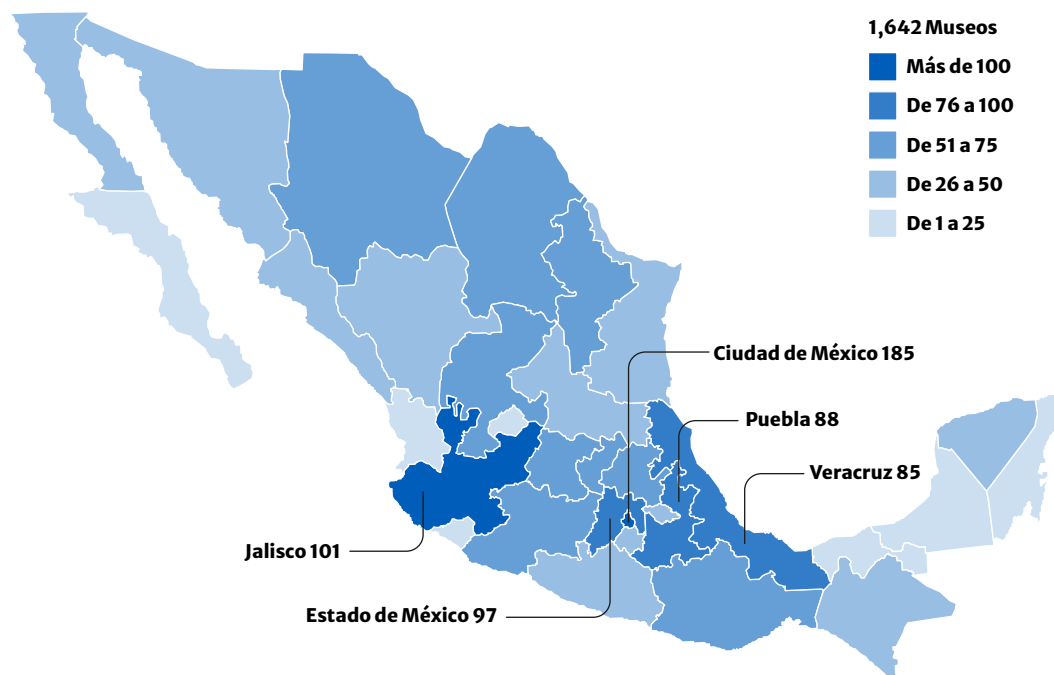
Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

Figura 24. Publicaciones periódicas en México, 2024



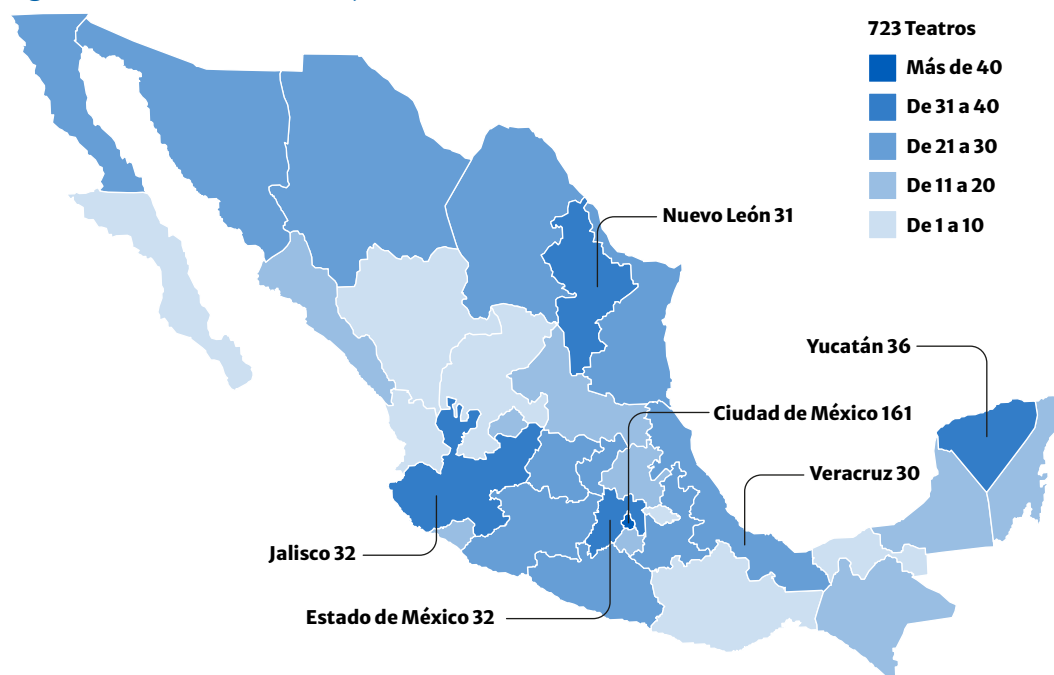
Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

Figura 25. Museos en México, 2024



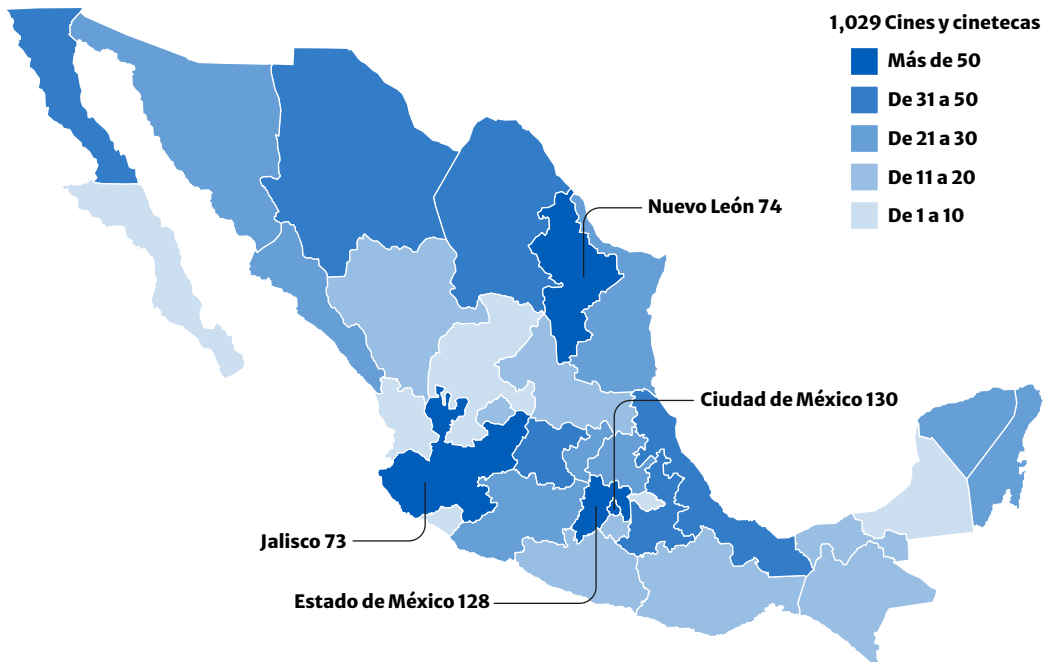
Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

Figura 26. Teatros en México, 2024



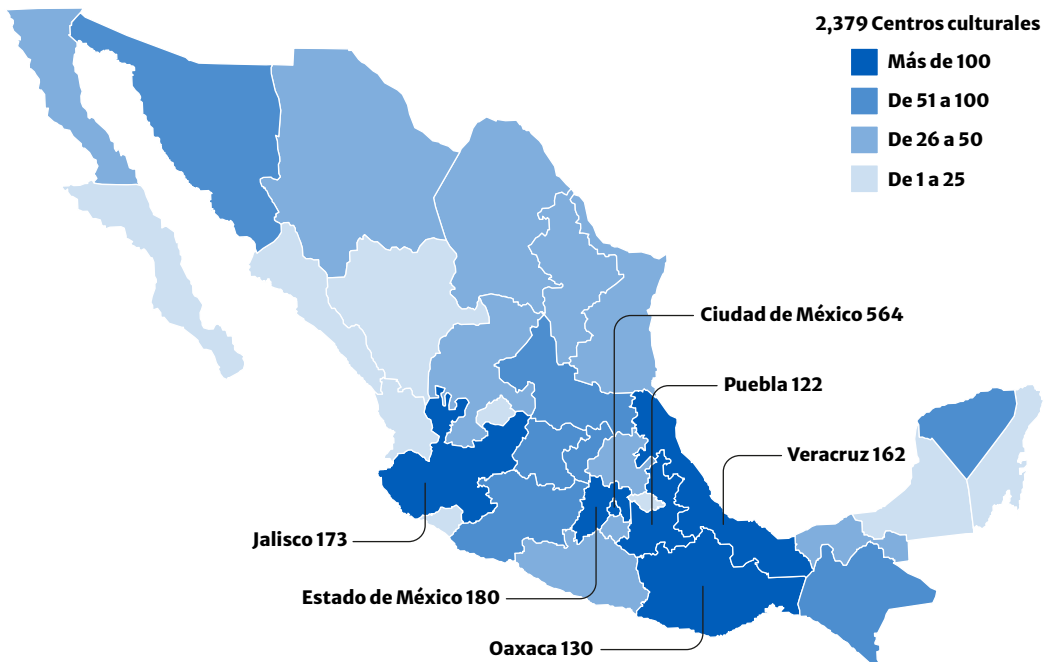
Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

Figura 27. Cines y cinetecas en México, 2024



Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

Figura 28. Centros culturales en México, 2024

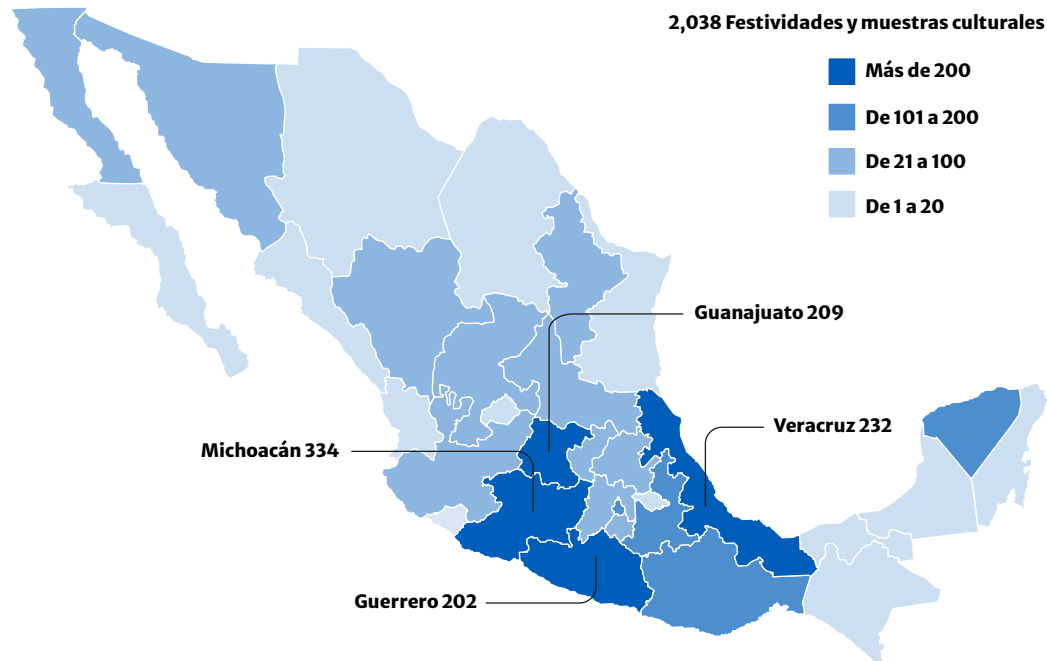


Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

Se tiene registro de 290 zonas arqueológicas y monumentos históricos y 2,038 festividades y muestras culturales

En lo referente a zonas arqueológicas y monumentos históricos, se tenían registrados 290 sitios en 2024. Las entidades con mayor cantidad de sitios son Oaxaca con 27, Estado de México con 25, Yucatán con 21, Quintana Roo con 18, Campeche con 17, Ciudad de México y Tlaxcala con 16 sitios cada uno y Morelos con 15, como se observa en la Tabla 12. De éstos, 35 sitios están considerados patrimonio de la humanidad por la UNESCO. Además, México cuenta con 23 ciudades coloniales, 177 pueblos mágicos y 12 barrios con encanto en la Ciudad de México. Por último, se tiene registro de 2,038 festividades y muestras culturales; Michoacán es la entidad con mayor número de festividades al contar con 334; le siguen Veracruz con 232, Guanajuato con 209, Guerrero con 202, la Ciudad de México con 171 y Puebla con 168, como se observa en la Figura 29.

Figura 29. Festividades y muestras culturales en México, 2024



Fuente: Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, <https://sic.cultura.gob.mx/index.php>.

3.5.1 Gasto Federal en Cultura

Entre 2024 y 2025 el presupuesto para el ramo 48 de cultura disminuyó casi en 28%

Paradójicamente, los Gobiernos de la Cuarta Transformación han venido haciendo recortes al presupuesto destinado al rubro de la cultura. En 2025, el presupuesto de egresos sufrió recortes incluso mayores a los registrados en el sexenio de Peña Nieto, pues de 2024 a 2025 el presupuesto para el ramo 48 de cultura disminuyó casi en 28%. Las áreas con mayores recortes fueron el Instituto Nacional de Antropología e Historia, cuyo presupuesto disminuyó 45%; la Dirección de Desarrollo Cultural, que pasó de mil 126 millones en 2024 a 625.5 millones en 2025, lo que representó una reducción del 44.4%; las librerías Educal, finalmente, ya no recibieron presupuesto en 2025 debido al proceso de absorción por parte del Fondo de Cultura Económica, como se observa en la Tabla 14.

En la Tabla 13, se presenta, a manera de resumen, las principales estadísticas encontradas en el ámbito de la edición del sector de la cultura por entidad federativa.

Tabla 13. Ámbito del sector de la cultura

Entidad Federativa	Publicaciones periódicas	Revistas de arte y cultura	Museos	Teatros	Cines y cinetecas	Centros culturales	Zonas arqueológicas y monumentos históricos	Festividades y muestras culturales
Aguascalientes	5	2	16	12	12	25	5	10
Baja California	9	5	29	24	40	32	1	28
Baja California Sur	3	2	17	10	9	24	7	8
Campeche	4	1	19	12	7	17	17	6
Chiapas	6	4	50	12	13	95	12	12
Chihuahua	6	2	60	23	35	36	7	16
Ciudad de México	42	219	185	161	130	564	16	171
Coahuila	14	2	71	21	40	40	2	12
Colima	3	4	16	15	9	18	2	10
Durango	5	1	47	9	12	20	1	38
Estado de México	12	6	97	32	128	180	25	33
Guanajuato	15	2	67	23	33	62	10	209
Guerrero	7	1	43	22	20	32	10	202
Hidalgo	8	3	56	15	22	48	4	50
Jalisco	14	13	101	32	73	173	7	47
Michoacán	10	6	53	23	28	85	13	334
Morelos	6	4	42	13	19	38	15	31
Nayarit	4	0	16	5	10	14	1	4
Nuevo León	12	4	52	31	74	44	1	31
Oaxaca	4	4	56	10	16	130	27	111
Puebla	11	8	88	23	48	122	13	168
Querétaro	4	2	55	23	26	58	6	24
Quintana Roo	4	0	22	11	23	22	18	15
San Luis Potosí	13	3	38	20	17	58	8	30
Sinaloa	10	1	35	14	25	25	2	16
Sonora	14	3	37	22	26	52	1	26
Tabasco	7	1	24	9	16	26	5	6
Tamaulipas	12	0	29	21	28	42	3	8
Tlaxcala	2	1	30	3	9	17	16	10
Veracruz	13	5	85	30	46	162	10	232
Yucatán	6	8	42	36	26	68	21	103
Zacatecas	3	2	64	6	9	50	4	37
Total Nacional	288	319	1,642	723	1,029	2,379	290	2,038

Fuente: Sistema de Información Cultural 2024, de la Secretaría de Cultura.

Tabla 14. Presupuesto de Egresos, Ramo 48. Cultura (millones de pesos)

Concepto	2023	2024	2025	Variación 2024-2025
Ramo 48, Cultura	15,925.0	16,754.9	12,081.4	-27.9%
Secretaría de Cultura (administración central)	6,652.6	3,986.6	3,229.6	-19.0%
Desarrollo Cultural		1,125.9	625.5	-44.4%
Promoción y Festivales Culturales	84.9	92.8		
Diversidad Cultural y Fomento a la Lectura	602.4	695.1	708.5	1.9%
Dirección General de Bibliotecas	217.6	220.4	200.2	-9.2%
Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	157.9	159.3	147.4	-7.5%
Órganos administrativos desconcentrados				
Instituto Nacional de Antropología e Historia	4,739.2	8,006.5	4,401.9	-45.0%
Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	3,460.8	3,631.1	3,386.3	-6.7%
Radio Educación	82.4	86.5	80.1	-7.4%
Instituto Nacional del Derecho de Autor	74.1	78.4	73.1	-6.8%
Estudios Históricos de las Revoluciones de México	35.4	37.6	34.8	-7.4%
Entidades apoyadas				
Centro de Capacitación Cinematográfica	28.6	30.4	29.1	-4.3%
Centro Cultural y Turístico de Tijuana	99.4	104.6	100.0	-4.4%
Librerías Educal	40.2	42.2	0.0	-100.0%
Estudios Churubusco Azteca	26.7	28.0	29.1	3.9%
Cineteca Nacional	46.7	49.9	46.9	-6.0%
Instituto Nacional de Lenguas Indígenas	74.8	79.1	76.5	-3.3%
Instituto Mexicano de Cinematografía	293.4	308.3	314.2	1.9%
Canal 22	141.7	149.9	143.8	-4.1%
Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías	128.3	135.3	135.6	0.2%

Fuente: Elaboración propia con datos de SHCP, Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación.

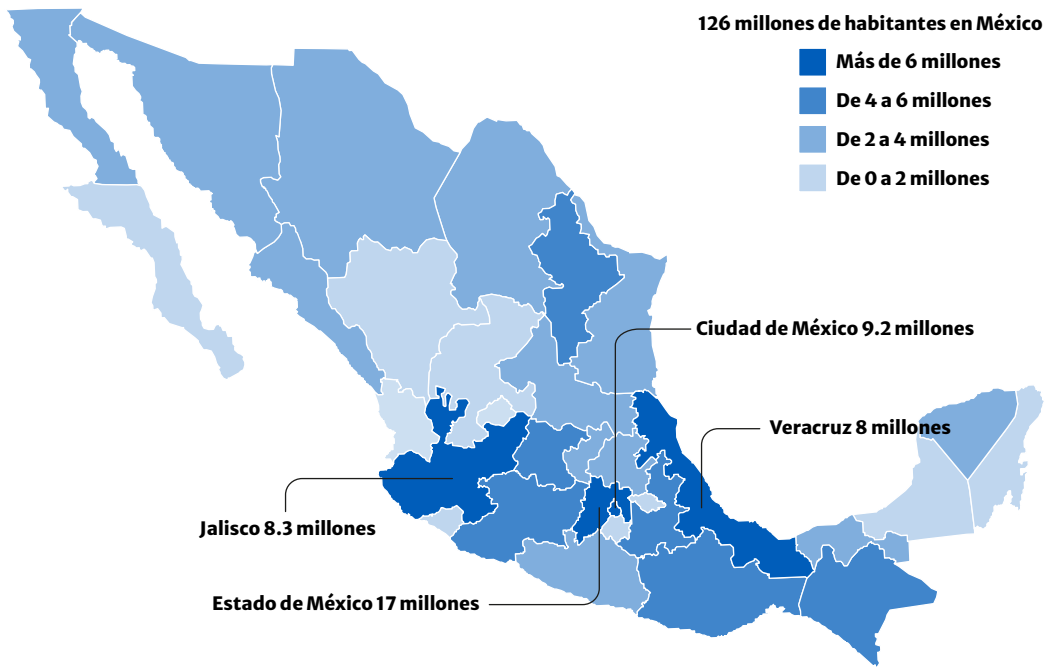
3.6 Ámbito Socioeconómico

En 2020 habitaban en México 126 millones de personas. Con un Producto Interno Bruto de 24.3 billones de pesos en 2022.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020, habitaban en México un poco más de 126 millones de personas. Las entidades más pobladas son el Estado de México con alrededor de 17 millones, la Ciudad de México con 9.2 millones, Jalisco con 8.3 millones y Veracruz con 8.0 millones; mientras que la entidad federativa con menos habitantes es Colima con 731 mil (Tabla 16 y Figura 30). Cabe resaltar que la Zona Metropolitana de la Ciudad de México se compone por 16 alcaldías, 59 municipios conurbados del Estado de México y uno del estado de Hidalgo, y cuenta con una población de 18.1 millones de habitantes.

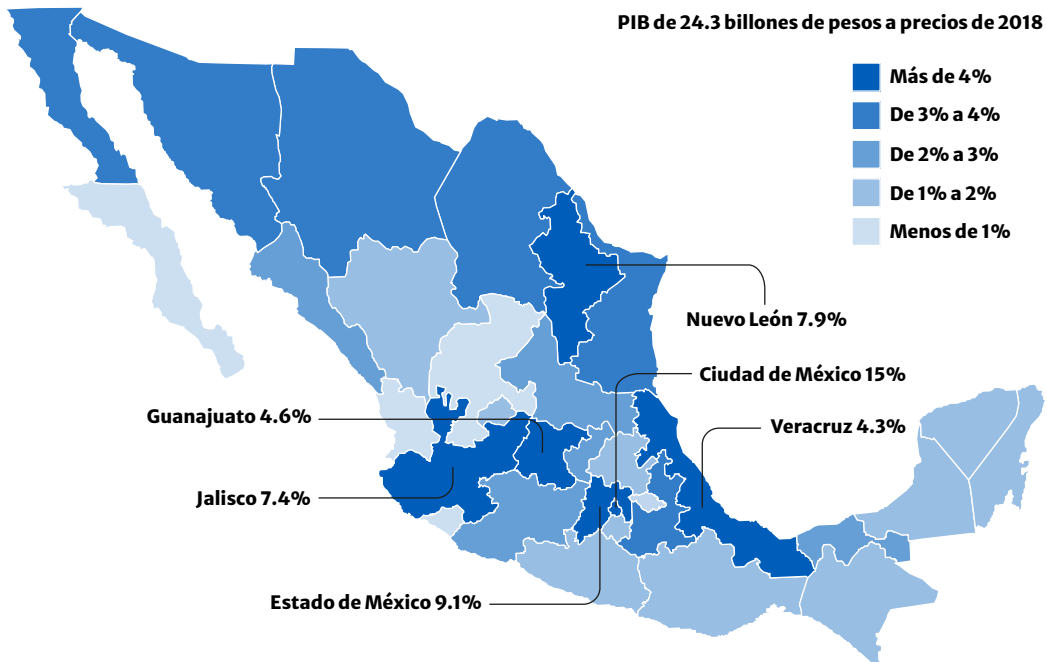
En términos de producto, se tenía en 2022 un PIB de 24.3 billones de pesos a precios de 2018. Por entidad federativa, la Ciudad de México contribuyó con 15%, el Estado de México con 9.1%, Nuevo León con 7.9% y Jalisco con 7.4%. Las entidades que contribuyeron con menos del 1% son Colima, Tlaxcala, Nayarit, Baja California Sur y Zacatecas (Figura 31).

Figura 30. Población por entidad federativa, 2020



Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2020.

Figura 31. Producto Interno Bruto, 2022 (distribución porcentual)

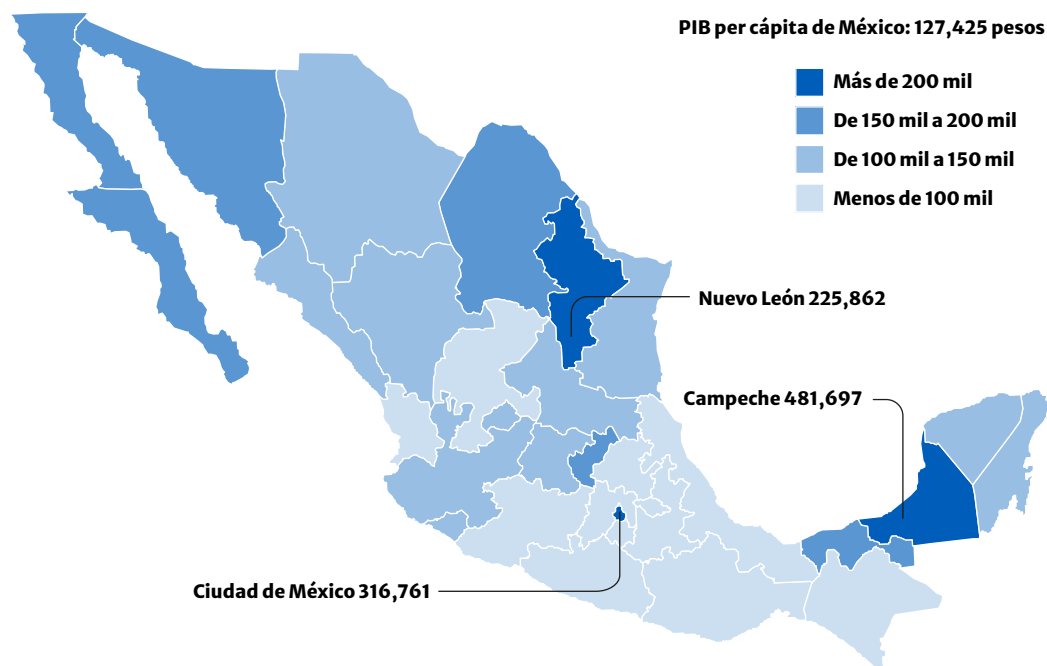


Fuente: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México, Producto Interno Bruto de 2022.

El PIB per cápita en México en 2020 era de 127,425 pesos.

El PIB per cápita en México en 2020 era de 127,425 pesos, y representa la cantidad que cada mexicano obtendría en un año si se repartiera el PIB. Campeche, Ciudad de México y Nuevo León son las entidades con el PIB per cápita más alto, seguidas por Tabasco, Sonora, Coahuila, Querétaro, Baja California y Baja California Sur. Como se observa, las entidades con baja población tienen un PIB per cápita más alto y, aunque no es un indicador que mida la distribución de la riqueza, sí se puede utilizar para conocer y comparar el crecimiento económico de un país, ya que la calidad de vida de la población generalmente mejora cuando el PIB per cápita aumenta (Tabla 15 y Figura 32).

Figura 32. PIB per cápita, 2020



Fuente: INEGI, Cuéntame de México, <https://cuentame.inegi.org.mx/economia/pibpc.aspx?tema=e>

En términos de ingresos de la población por entidad federativa, la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* del primer trimestre de 2024 daba cuenta de la población ocupada de 15 años y más con ingresos que van desde uno hasta más de 5 salarios mínimos. Un mayor ingreso se traduce en un mayor poder adquisitivo para adquirir bienes culturales.

Tabla 15. Población ocupada de 15 años y más con ingresos de hasta... (1t, 2024)

Entidad Federativa	Un salario mínimo	De 2 a 3 salarios mínimos	De 3 a 5 salarios mínimos	Más de 5 salarios mínimos
Aguascalientes	149,252	40,842	12,844	4,966
Baja California	587,144	64,052	25,445	12,046
Baja California Sur	105,675	86,997	35,547	13,337
Campeche	208,555	39,893	13,643	6,958
Chiapas	1,363,706	86,545	17,741	12,542
Chihuahua	662,499	152,284	60,215	21,044

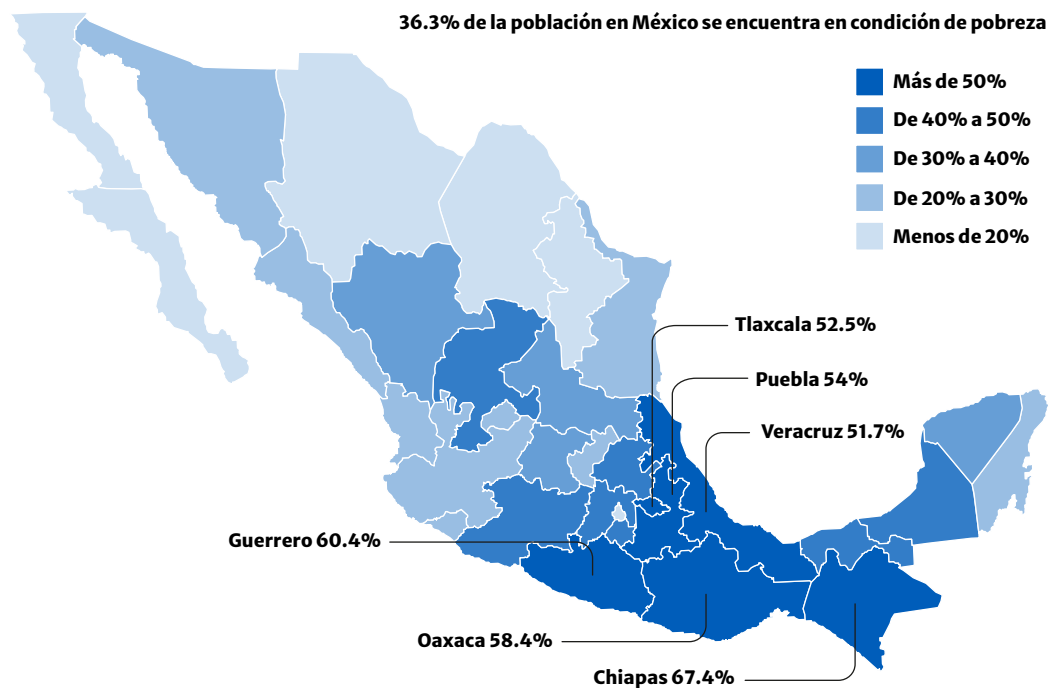
Ciudad de México	1,728,293	470,366	231,435	168,158
Coahuila	442,104	162,436	53,428	19,932
Colima	103,391	45,049	12,988	4,867
Durango	348,820	55,639	15,647	7,213
Estado de México	3,446,644	577,703	162,534	68,812
Guanajuato	1,033,184	132,976	32,187	16,678
Guerrero	707,881	69,159	13,712	6,370
Hidalgo	655,334	81,160	28,318	8,737
Jalisco	927,918	639,851	118,769	25,944
Michoacán	962,575	164,585	43,486	17,486
Morelos	277,379	19,286	3,774	1,675
Nayarit	221,301	64,626	19,139	8,171
Nuevo León	637,626	395,087	167,396	66,881
Oaxaca	870,422	62,119	14,338	5,842
Puebla	1,530,014	172,683	39,398	15,768
Querétaro	327,203	58,438	22,221	11,219
Quintana Roo	314,648	118,975	33,737	9,799
San Luis Potosí	493,870	93,455	28,454	15,455
Sinaloa	473,350	155,921	44,197	18,082
Sonora	487,155	101,038	21,324	11,533
Tabasco	509,016	87,520	28,334	17,467
Tamaulipas	842,182	85,622	30,902	12,264
Tlaxcala	347,260	24,132	7,778	2,072
Veracruz	1,811,032	201,327	63,193	31,372
Yucatán	536,989	91,776	30,350	13,615
Zacatecas	280,453	25,534	8,368	3,642
Nacional	23,392,875	4,627,076	1,440,842	659,947

Fuente: INEGI, Sistemas de Consulta, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, 1T 2024.

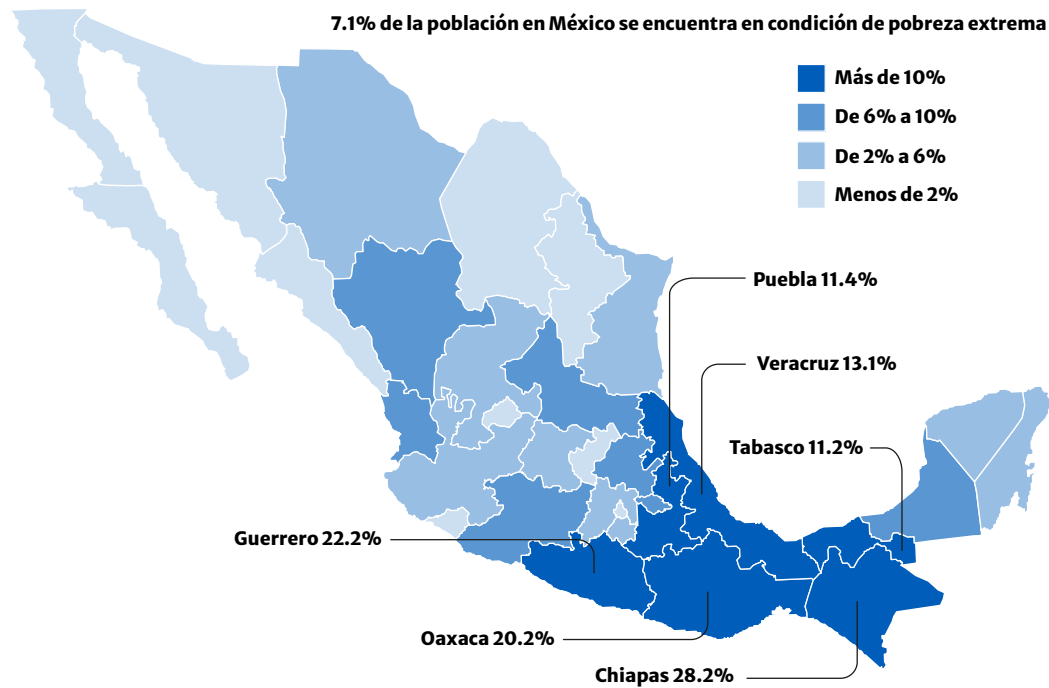
Las entidades con mayor población ocupada que gana hasta un salario mínimo es el Estado de México con 3.44 millones; con ingresos de dos a tres salarios es Jalisco con 639 mil; con ingresos de tres a cinco salarios mínimos es Nuevo León con 167 mil y con ingresos superiores a los cinco salarios mínimos es la Ciudad de México con 168 mil, como se observa en la Tabla 15.

Otro indicador es el porcentaje de la población en pobreza y pobreza extrema, en 2022, de acuerdo con la *Encuesta de Ingreso y Gasto de los Hogares*, 36.3% de la población estaba en condición de pobreza y 7.1% en condición de pobreza extrema (Tabla 16). Los estados del sureste del país son quienes concentran la mayor desigualdad y, coincide con que son los estados con mayor número de hablantes de lengua indígena, reafirmando la ecuación de pobreza, analfabetismo, baja esperanza de vida, altas tasas de mortalidad infantil, malnutrición y multilingüismo de los que habla Emilia Ferreiro (2001: 101-102) como elementos que frenan la alfabetización y la enseñanza de la lectura en México.

En 2022, 36.3% de la población estaba en condición de pobreza y 7.1% en condición de pobreza extrema.

Figura 33. Porcentaje de la población en situación de pobreza, 2022

Fuente: INEGI, Módulo de Condiciones Socioeconómicas, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 2022.

Figura 34. Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema, 2022

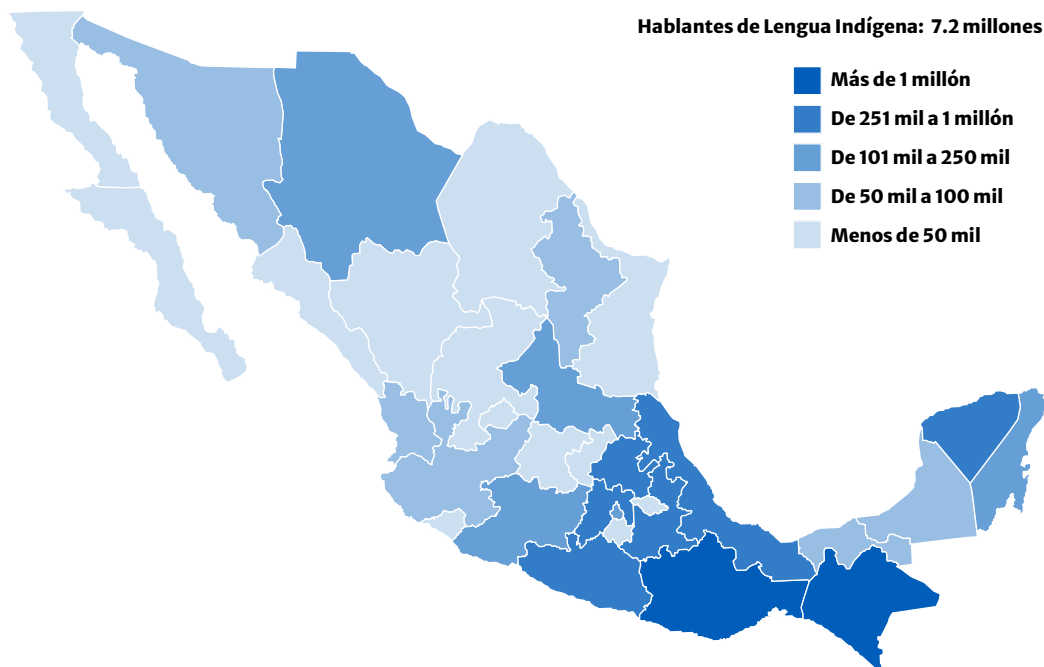
Fuente: INEGI, Módulo de Condiciones Socioeconómicas, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 2022.

Los estados con mayor pobreza son: Chiapas con 67.4%, Guerrero con 60.4%, Oaxaca con 58.4%, Puebla con 54%, Tlaxcala 52.5% y Veracruz 51.7% (Figura 33). En tanto las entidades con mayor número de personas en condición de pobreza extrema son Chiapas con 28.2%, Guerrero con 22.2%, Oaxaca con 20.2%, Veracruz con 13.1%, Puebla con 11.4% y Tabasco con 11.2% (Figura 34).

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020, los estados con mayor número de hablantes en lengua indígena son Chiapas, con casi 1.4 millones, Oaxaca con casi 1.2 millones, Veracruz con 650 mil, Puebla con 604 mil, Yucatán con 520 mil, Guerrero con 495 mil, Estado de México con 415 mil, Hidalgo 356 mil, San Luis Potosí con 226 mil, Quintana Roo con 203 mil y Michoacán con 150 mil hablantes, como se observa en la Figura 35. Estos estados pueden aprovechar el multilingüismo del que habla Emilia Ferreiro y enriquecer la bibliodiversidad de sus catálogos y, por lo tanto, ampliar la oferta de sus publicaciones. Las entidades con menor número de hablantes son Coahuila con 5,481 Colima con 5,109 Zacatecas con 4,781 y Aguascalientes con 2,508 hablantes en lengua indígena.

En México existen 7.2 millones de hablantes de alguna lengua indígena.

Figura 35. Hablantes de Lengua Indígena, 2020



Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2020

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) es un indicador que mide el desarrollo en tres dimensiones: ingresos, educación y esperanza de vida. En 2023, México ocupaba el lugar 77 de 193 países y es considerado dentro de los países con un IDH alto. Por estado, la Ciudad de México tiene un índice muy alto (mayor a 0.800) con 0.813; las que tienen un índice alto (entre 0.700 y 0.800) son Baja California con 0.786, Nuevo León con 0.784, Baja California Sur con 0.781 y Sinaloa con 0.780; las entidades con un IDH medio (entre 0.600 y 0.700) son Guerrero con 0.692, Oaxaca con 0.687 y Chiapas, con un índice de 0.675, como puede observarse en la Figura 36.

Las entidades con un mayor Índice de Desarrollo Humano son la Ciudad de México, Baja California, Nuevo León, Baja California Sur y Sinaloa.

Figura 36. Índice de Desarrollo Humano por entidad federativa, 2020

Fuente: PNUD, *Informe de Desarrollo Humano Municipal 2010-2020: una década de transformaciones locales en México*, <https://www.undp.org/es/mexico>

La Tasa de Prevalencia Delictiva es de 2,463 negocios por cada diez mil unidades económicas.

La *Encuesta Nacional de Victimización de Empresas 2022* da cuenta de la Tasa de Prevalencia Delictiva por cada diez mil unidades económicas. A nivel nacional, por cada diez mil negocios, 2,463 sufrieron algún tipo de delito. Las entidades más afectadas por la delincuencia son Sonora con 3,687, Ciudad de México con 3,618, Durango con 3,476, Colima con 3,316 y San Luis Potosí con 3,303 unidades económicas afectadas. La prevalencia delictiva es un factor que las empresas y las personas toman en cuenta a la hora de invertir, por lo tanto, está relacionada con las decisiones de abrir o no una nueva editorial.

En 2023 se tuvo un intercambio comercial de libros, folletos e impresos similares de 617 millones de dólares.

Respecto al intercambio comercial de libros, folletos e impresos similares, de acuerdo con Data México de la Secretaría de Economía, en 2023 se tuvo un intercambio comercial de 617 millones de dólares (239 millones de dólares corresponde a ventas y 378 millones de dólares a compras). Las entidades federativas con más ventas internacionales fueron la Ciudad de México (148 millones de dólares), Baja California (27.3 millones de dólares), Nuevo León (25.5 millones de dólares), Tamaulipas (15.6 millones de dólares) y Chihuahua (10.4 millones de dólares); por otra parte, los estados con más compras internacionales fueron la Ciudad de México (221 millones de dólares), Baja California (56.9 millones de dólares), Chihuahua (26.8 millones de dólares), Estado de México (16.8 millones de dólares) y Jalisco (14.3 millones de dólares).

Los principales destinos de las ventas de libros, folletos e impresos similares en 2023 fueron Estados Unidos (166 millones de dólares), Colombia (9.21 millones de dólares), España (7.64 millones de dólares), Guatemala (6.78 millones de dólares) y Costa Rica (5.22 millones de dólares). En tanto que el origen de las compras fueron Estados Unidos (181 millones de dólares), España (75.6 millones de dólares), China (51.1 millones de dólares), Emiratos Árabes Unidos (7.24 millones de dólares) y Reino Unido (6.36 millones de dólares).

Tabla 16. Ámbito socioeconómico

Entidad Federativa	Población 2020 1/	PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos) 2/	PIB per cápita 2020, pesos 3/	Porcentaje de la población en situación de pobreza 2022 4/	Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema, 2022 4/	Índice de Desarrollo Humano PNUD 2020 5/	Hablantes de Lengua Indígena, 2020 1/
Aguascalientes	1,425,607	314,704	142,703	23.7	1.8	0.773	2,508
Baja California	3,769,020	920,338	152,317	13.4	1.3	0.786	48,638
Baja California Sur	798,447	178,066	151,590	13.3	0.8	0.781	13,495
Campeche	928,363	472,523	481,697	45.1	9.6	0.747	91,020
Chiapas	5,543,828	373,700	44,387	67.4	28.2	0.675	1,387,295
Chihuahua	3,741,869	910,158	141,532	17.6	2.1	0.761	106,093
Ciudad de México	9,209,944	3,650,107	316,761	24.0	1.7	0.813	124,540
Coahuila	3,146,771	935,373	166,389	18.2	1.8	0.774	5,481
Colima	731,391	148,216	128,953	20.5	1.2	0.765	5,109
Durango	1,832,650	300,019	101,500	34.3	6.3	0.746	44,242
Estado de México	16,992,418	2,220,002	85,184	42.9	6.0	0.761	415,450
Guanajuato	6,166,934	1,109,908	104,393	33.0	3.2	0.734	13,828
Guerrero	3,540,685	309,411	59,922	60.4	22.2	0.692	495,585
Hidalgo	3,082,841	431,584	78,891	41.0	6.8	0.736	356,950
Jalisco	8,348,151	1,798,206	133,857	21.8	2.1	0.765	65,021
Michoacán	4,748,846	652,250	82,199	41.7	7.5	0.722	150,180
Morelos	1,971,520	259,964	87,849	41.1	5.8	0.754	37,569
Nayarit	1,235,456	162,759	83,135	29.3	6.4	0.753	66,001
Nuevo León	5,784,442	1,926,151	225,862	16.0	1.1	0.784	77,618
Oaxaca	4,132,148	416,280	57,239	58.4	20.2	0.687	1,193,229
Puebla	6,583,278	827,328	80,424	54.0	11.4	0.719	604,471
Querétaro	2,368,467	588,047	160,301	21.7	1.7	0.764	31,086
Quintana Roo	1,857,985	356,485	128,903	27.0	4.2	0.758	203,317
San Luis Potosí	2,822,255	532,986	119,143	35.5	7.4	0.737	226,476
Sinaloa	3,026,943	515,371	117,150	21.6	1.8	0.78	34,935
Sonora	2,944,840	788,445	179,296	21.7	1.7	0.779	62,070
Tabasco	2,402,598	637,449	180,564	46.5	11.2	0.749	89,525
Tamaulipas	3,527,735	748,464	129,590	26.8	2.9	0.768	22,605
Tlaxcala	1,342,977	146,545	65,899	52.5	6.8	0.748	26,980
Veracruz	8,062,579	1,043,010	86,387	51.7	13.1	0.72	650,507
Yucatán	2,320,898	369,392	107,364	38.8	5.6	0.75	520,580
Zacatecas	1,622,138	225,018	87,211	44.2	5.1	0.742	4,781
Total Nacional	126,014,024	24,268,261	127,425	36.3	7.1	0.756	7,177,185

Fuente:

1/ INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2020

2/ INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México, Producto Interno Bruto de 2022

3/ INEGI, Cuéntame de México, <https://cuentame.inegi.org.mx/economia/pibpc.aspx?tema=e>4/ INEGI, Estimaciones con base en el Módulo de Condiciones Socioeconómicas, *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares*, 20225/ PNUD, *Informe de Desarrollo Humano Municipal 2010-2020: una década de transformaciones locales en México*, <https://www.undp.org/es/mexico>6/ *Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (ENVE)*, 2022

En el contexto global, los principales países exportadores de libros, folletos e impresos similares en 2022 fueron: China con 2,154 millones de dólares, Estados Unidos con 1,970 millones de dólares y Reino Unido con 1,854 millones de dólares. En el mismo año, los principales países importadores fueron Estados Unidos con 2,473 millones de dólares, Alemania con 1,491 millones de dólares y Reino Unido con 1,040 millones de dólares.

En la Tabla 16, se presenta, a manera de resumen, las principales estadísticas encontradas en el ámbito socioeconómico por entidad federativa.

3.7 La industria editorial y su cadena de valor

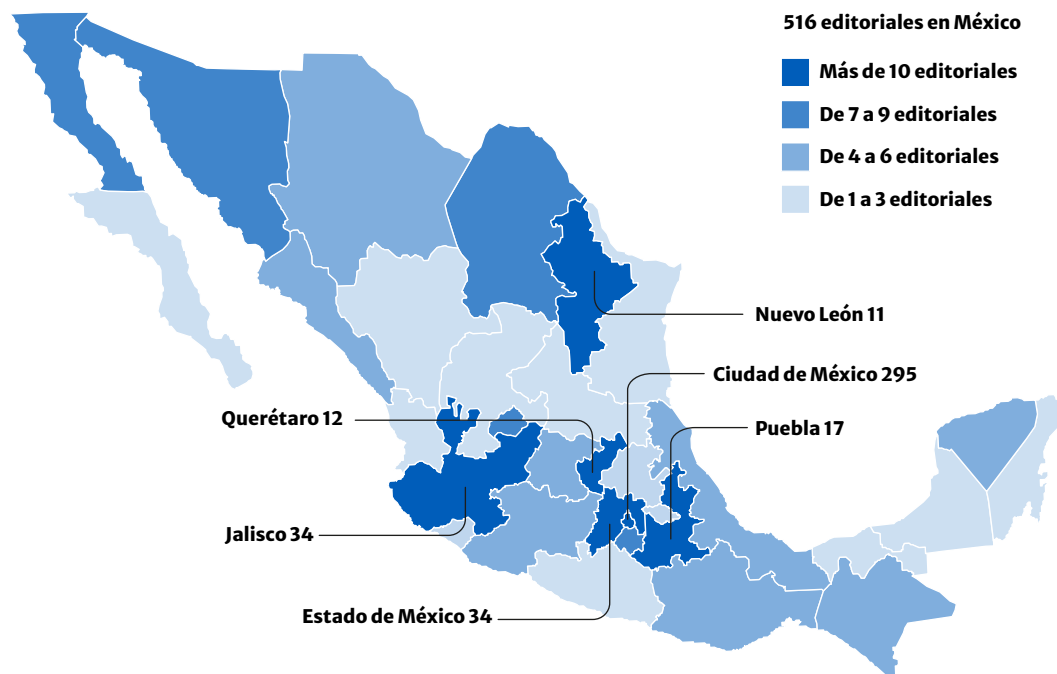
La industria editorial mexicana está conformada por 516 editoriales.

Las editoriales del sector privado representan 73%; las editoriales universitarias 18%; y las instancias editoriales de Gobierno 9%.

La industria editorial mexicana está conformada por el sector privado, por las editoriales independientes, las editoriales universitarias y las instancias editoriales del Gobierno en todos sus niveles, lo que nos da un total de 516 editoriales, como se muestra en la Tabla 17.

El sector editorial privado se conforma por 377 editoriales (296 pertenecen al sector privado y 81 a las editoriales independientes), lo que equivale a una participación del 73%; la edición universitaria se conforma por 93 editoriales, que representan una participación del 18%; en tanto que la edición del sector gubernamental representa el 9% y cuenta con 46 instancias editoriales, principalmente fondos editoriales estatales, instancias editoriales de la administración pública y organismos desconcentrados y descentralizados.

Figura 37. Editoriales en México, por entidad federativa, 2024



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, CANIEM, Red Altexto, CONAHCYT y Sistema de Información Cultural.

En la Ciudad de México se concentran 57% de las editoriales

Por entidad federativa, en la Ciudad de México se localizan 295 editoriales, es decir, concentra el 57.8%, le siguen el Estado de México con 34 editoriales (6.6%), Jalisco con

34 (6.6%), Puebla con 17 (3.3%), Querétaro con 12 (2.3%) y Nuevo León con 11 (2.1%). En Durango, Quintana Roo, Tabasco y Tlaxcala sólo se tenía registro de dos editoriales en cada entidad; en tanto que en Guerrero sólo se tiene registro de una editorial (Figura 37).

Tabla 17. Editoriales en México por modelo de edición, 2024

Entidad Federativa	Editoriales del sector privado	Editoriales independientes	Editoriales universitarias	Editoriales de Gobierno	Total	Porcentaje
Aguascalientes	4	2	1	2	9	1.7%
Baja California	3	2	3	1	9	1.6%
Baja California Sur	0	0	2	1	3	0.6%
Campeche	1	0	1	1	3	0.6%
Chiapas	2	0	2	1	5	1.0%
Chihuahua	0	1	3	0	4	0.8%
Ciudad de México	208	50	24	13	295	57.8%
Coahuila	2	1	3	1	7	1.4%
Colima	1	0	1	1	3	0.6%
Durango	0	0	1	1	2	0.4%
Estado de México	26	2	4	2	34	6.6%
Guanajuato	1	0	4	1	6	1.2%
Guerrero	0	0	1	0	1	0.2%
Hidalgo	1	0	1	1	3	0.6%
Jalisco	13	15	4	2	34	6.4%
Michoacán	3	0	2	0	5	1.0%
Morelos	3	1	3	1	8	1.4%
Nayarit	0	0	2	1	3	0.6%
Nuevo León	6	2	2	1	11	2.1%
Oaxaca	1	0	1	2	4	0.8%
Puebla	8	2	6	1	17	3.3%
Querétaro	4	2	4	2	12	2.3%
Quintana Roo	0	0	2	0	2	0.4%
San Luis Potosí	0	0	3	0	3	0.6%
Sinaloa	1	0	1	2	4	0.8%
Sonora	4	1	3	1	9	1.7%
Tabasco	0	0	1	1	2	0.4%
Tamaulipas	0	0	2	1	3	0.6%
Tlaxcala	0	0	1	1	2	0.4%
Veracruz	2	0	2	2	6	1.2%
Yucatán	1	0	2	1	4	0.8%
Zacatecas	1	0	1	1	3	0.6%
Total	296	81	93	46	516	100%
Porcentaje	57.4%	15.7%	18.0%	8.9%	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, CANIEM, Red Altexto, CONAHCYT y Sistema de Información Cultural.

La producción editorial en su conjunto en 2023 fue de aproximadamente 280 millones de ejemplares.

El sector privado produjo 37.3%, las universidades 4.4% y el Gobierno 58.2% de los ejemplares de libros.

La producción de la industria editorial nos puede dar una aproximación al tamaño del mercado del libro en México, que en 2023 fue de aproximadamente 280 millones de ejemplares. El sector privado tuvo una producción de 104.6 millones de ejemplares (62 millones del mercado abierto y 42.6 millones de ventas a Gobierno). En tanto, 163 millones de ejemplares corresponden a la producción del Gobierno (153 millones a la producción de la CONALITEG, 2.8 millones al FCE y alrededor de 7.3 millones a otros organismos y niveles de Gobierno); sin contar a la CONALITEG, la producción del sector gubernamental es de alrededor de 10 millones de ejemplares. Respecto a la producción universitaria, se estima en alrededor del 20% de la producción del mercado abierto (ProChile, 2020: 27), es decir, 12.4 millones de ejemplares. Si lo vemos en términos de la participación porcentual, la edición del sector privado representa 37.3% del mercado; la producción del Gobierno en su conjunto representa 58.2%; y la edición universitaria 4.4%. Cabe resaltar que, 54.6% corresponde solamente a CONALITEG, es decir, más de la mitad del mercado de libro en México se explica por la producción de libros de texto, como se observa en la Tabla 18.

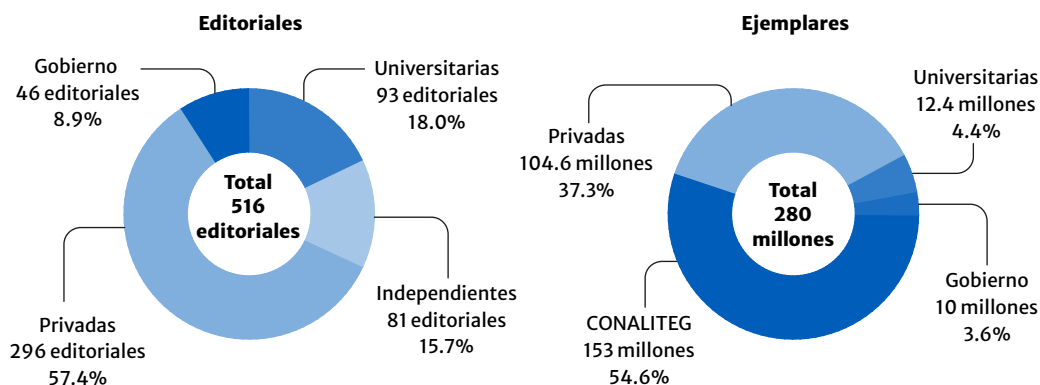
Tabla 18. Producción editorial en México, 2023 (millones de ejemplares)

	Ejemplares	%
Producción del sector editorial privado 1/	104.6	37.3%
Mercado abierto	62	22.1%
Ventas a Gobierno de libro de texto	42.6	15.2%
Producción del Gobierno 2/	163	58.2%
Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG)	153	54.6%
Fondo de Cultura Económica (FCE)	2.8	1.0%
Otros organismos y niveles de Gobierno	7.3	2.6%
Producción de la edición universitaria 3/	12.4	4.4%
Total	280	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de: 1/ CANIEM, *Indicadores del sector privado en México 2022-2023*.

2/ SEP, *Informe Final de la Estrategia Nacional de Lectura 2019-2024*. y 3/ Cálculo realizado de acuerdo con la estimación de producción del 20% en la edición universitaria propuesta en el estudio del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, ProChile, *Estudio del Sector Editorial en México 2020*, p27.

Figura 38. Participación por número de editoriales y producción de ejemplares, 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, CANIEM, SEP, Red Altexto, CONAHCYT y Sistema de Información Cultural.

Como se observa en la Figura 38, el sector privado concentra el 73% de las editoriales (privadas 57.4% e independientes 15.7%) pero produce sólo el 37.3%; esto es así, porque el 80% de las editoriales privadas son pequeñas empresas, con tirajes muy reducidos. Las editoriales universitarias representan el 18% pero producen sólo el 4.4% de los ejemplares. El sector Gobierno cuenta con el 8.9% de las editoriales, pero produce el 3.6%. En cambio, una sola editorial, la Dirección General de Materiales Educativos, a través de la CONALITEG, se encarga de la producción del 54.6% del total de ejemplares del mercado de libros.

54.6% de la producción editorial corresponde a libros de texto.

Ahora bien, la cadena de valor se refiere a la variedad de actividades requeridas para producir un bien o servicio; describe el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa para producir un bien o servicio, desde su concepción hasta la entrega al consumidor, así como a la disposición y el desecho final a través de diversas fases intermedias de producción. Se conoce como *cadena* ya que se conforma por diferentes *eslabones* que intervienen en el proceso económico, y en cada eslabón se añade valor, entendido éste como la cantidad que los consumidores están dispuestos a pagar por un determinado producto o servicio. En la cadena de valor se pueden diferenciar diferentes tipos de actividades tangibles e intangibles, como la investigación y el desarrollo, el diseño, la logística de compras, el almacenamiento, la transformación de las materias primas, la distribución de los productos finales, el *marketing*, los servicios de mantenimiento, la contabilidad y las finanzas, la administración de los recursos humanos, las áreas jurídicas, entre otras. En el caso de los servicios, la cadena de valor está conformada por todas las actividades realizadas por diferentes tipos de profesiones que participan en un proyecto, cuando una empresa no cuenta con los servicios profesionales necesarios para la realización de un servicio, contrata o subcontrata recursos especializados sobre los que se delegan diferentes etapas productivas de creación de valor (Badillo, 2019).

La cadena de valor se refiere a la variedad total de actividades requeridas para producir un bien o servicio, desde su concepción hasta la entrega al consumidor, así como a la disposición y el desecho final a través de diversas fases intermedias de producción.

Respecto a la cadena de valor del libro en México, la industria editorial da empleo directa e indirectamente a editores, agentes literarios, autores, escritores, correctores de estilo, traductores, diseñadores gráficos, ilustradores, tipógrafos, fotógrafos, profesionales de la edición, impresores, encuadernadores, papeleros, transportistas, distribuidores, libreros, programadores, promotores, mediadores de la lectura, cuentacuentos, *booktubers*, bibliotecarios, entre muchos otros, como se observa en la Figura 39. El buen funcionamiento de esta cadena de valor depende de la articulación de los agentes que participan en ella, para que el libro pueda moverse en un circuito virtuoso de creación, distribución y lectura.

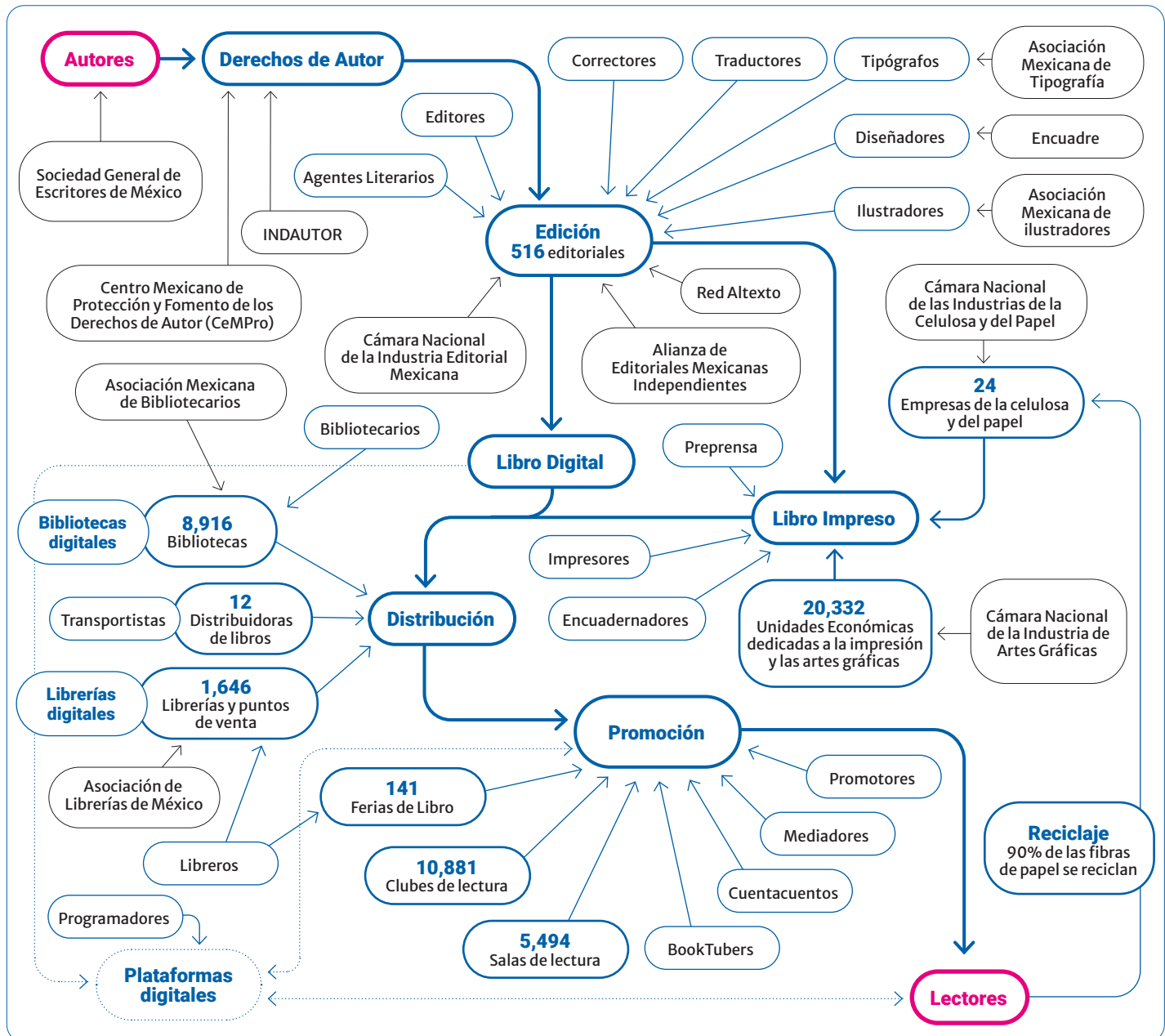
Una de las prácticas que puede fortalecer la cadena de valor es apostar por nuevas tecnologías.

Una de las prácticas que puede fortalecer la cadena de valor es apostar por nuevas tecnologías, por ejemplo las librerías virtuales como Bibliotechnia; el uso de metadatos editoriales como Metabooks; los clubes y círculos de lectura virtuales como BooxClub y BookRoo; libros personalizados como Wonderbly o Hurra Héroes; cuentacuentos virtuales como los depositados en SoundCloud; bibliotecas digitales como la Biblioteca Digital UNAM o el Repositorio Documental Digital del Archivo General de la Nación; los audiolibros como Beek o Audible; la impresión bajo demanda como Librantida y Groppe Libros; por último, el uso del *marketing* digital, el posicionamiento en buscadores, el uso de las redes sociales, y los *influencers* y *booktubers* (Clau Reads Books, Abriendo Libros, El Librero de Valentina, Fa Orozco, Ensayos de Abril, Raiza Revelles, entre otros) como promotores de la lectura.

Por último, en la Figura 40 se presenta una infografía que resume la actividad de la industria editorial desagregada en los modelos de edición privado, universitario y de Go-

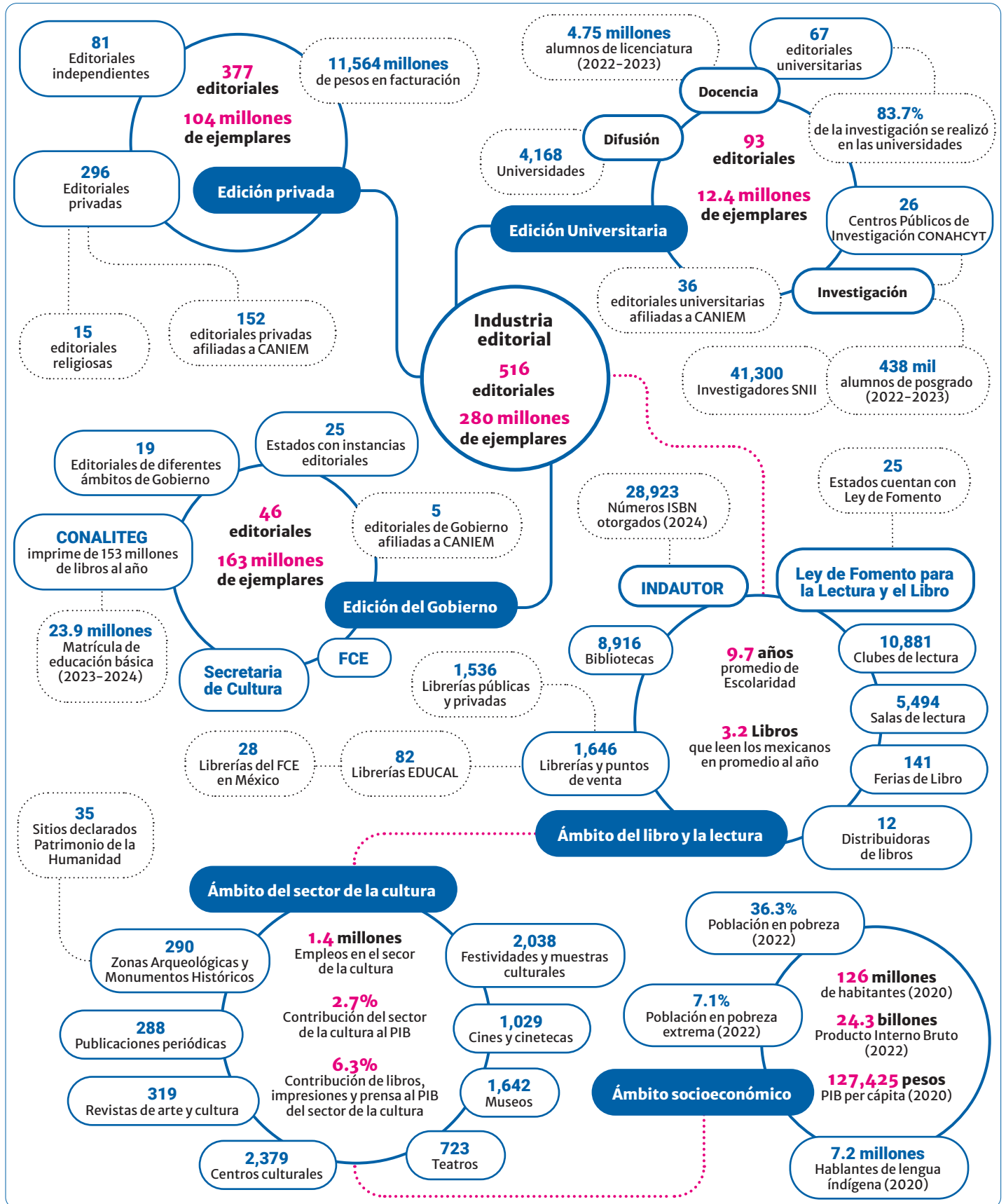
bierno; en ellos se resalta el número de editoriales, la producción de ejemplares y la demanda de libros dada por la matrícula escolar. Además, se incluyen los ámbitos del libro y la lectura, de la cultura y el socioeconómico, donde destaca la infraestructura existente como son librerías, bibliotecas, ferias de libro, salas de lectura, clubes de lectura y números ISBN otorgados; por último, en materia de cultura se tiene el número de museos, teatros, publicaciones periódicas, revistas, festividades, zonas arqueológicas, centros culturales, cines y cinetecas.

Figura 39. Cadena de valor del libro



Fuente: Elaboración propia.

Figura 40. Caracterización de la industria editorial



Fuente: Elaboración propia.

Índice de Especialización Editorial

4

4.1 Metodología

Para la construcción del Índice de Especialización Editorial se seleccionaron 54 datos estadísticos e indicadores por entidad federativa, procedentes de diferentes fuentes, que se agruparon en seis grandes ámbitos: I. Ámbito de la edición del sector privado con ocho variables; II. Ámbito de la edición universitaria con ocho variables; III. Ámbito de la edición del sector Gobierno con 10 variables; IV. Ámbito del libro y la lectura con nueve variables; V. Ámbito del sector de la cultura con nueve variables; y VI. Ámbito Socioeconómico con 10 variables, como se observa en la Tabla 19.

Cabe resaltar que, para la construcción del índice, algunos datos estadísticos se modificaron de acuerdo con la población con la que cuentan, con la finalidad de disponer de un indicador que pueda ser comparado con otras entidades federativas en las mismas magnitudes. En este sentido, las siguientes variables se transformaron a valores por cada millón de habitantes: universidades, investigadoras e investigadores del SNII, bibliotecas, librerías y puntos de venta, museos, teatros, cines y cinetecas.

Tabla 19. Ámbitos y variables seleccionadas para la construcción del índice

Variable	Año	Fuente
I. Ámbito de la edición del sector privado		
1. Editoriales del sector privado	2024	CANIEM, INEGI, SIC
2. Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	2019	INEGI
3. Personal Ocupado en la Edición de Libros	2019	INEGI
4. Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	2019	INEGI
5. Números ISBN otorgados	2022	CANIEM
6. Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2021	INEGI
7. Índice de Competitividad Estatal	2024	IMCO
8. Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	2024	INEGI

Variable	Año	Fuente
II. Ámbito de la edición universitaria		
9. Editoriales Universitarias	2024	CANIEM, RED ALTEXTO
10. Centros de Investigación Artística	2024	SIC
11. Programas de Educación Artística	2024	SIC
12. Universidades por cada millón de habitantes	2022-2023	ANUIES
13. Matrícula Educación Media Superior	2023-2024	INEGI
14. Matrícula Licenciatura	2022-2023	ANUIES
15. Matrícula Posgrado	2022-2023	ANUIES
16. Investigadores SNII por cada millón de habitantes	3t, 2024	CONAHCYT
III. Ámbito de la edición del sector Gobierno		
17. Instancias Editoriales de Gobierno	2024	CANIEM, SIC
18. Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	2024	SIC
19. Instituciones de cultura estatales y municipales	2024	SIC
20. Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	2024	SIC
21. Fondos Editoriales	2024	SIC
22. Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	2019	SIC
23. Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	2024	SIC
24. Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	2024	SIC
25. Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2024	SIC
26. Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	2024	SACPC
IV. Ámbito del libro y la lectura		
27. Bibliotecas por cada millón de habitantes	2024	SIC
28. Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	2024	DGB
29. Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	2024	SIC, FCE, EDUCAL
30. Ferias de Libro	2024	SIC
31. Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	2020	INEGI
32. Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	2020	INEGI
33. Hogares con acceso a internet de banda ancha	2022	INEGI
34. Matrícula de Educación Básica	2023-2024	INEGI
35. Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	2012	INEE
V. Ámbito del sector de la cultura		
36. Publicaciones periódicas	2024	SIC
37. Revistas de arte y cultura	2024	SIC
38. Museos por cada millón de habitantes	2024	SIC
39. Teatros por cada millón de habitantes	2024	SIC
40. Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	2024	SIC
41. Centros Culturales	2024	SIC
42. Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	2024	SIC
43. Festividades, Muestras y Festivales Culturales	2024	SIC
44. PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2022	INEGI

Variable	Año	Fuente
VI. Ámbito Socioeconómico		
45. Población	2020	INEGI
46. Porcentaje de la población en situación de pobreza	2022	INEGI
47. Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	2022	INEGI
48. Hablantes de Lengua Indígena	2020	INEGI
49. Índice de Desarrollo Humano	2020	PNUD
50. PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	2022	INEGI
51. PIB per cápita 2020, pesos	2020	INEGI
52. Población Económicamente Activa de 15 años y más	1t 2024	INEGI
53. Población Ocupada de 15 años y más	1t 2024	INEGI
54. Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1t 2024	INEGI

La mayoría de estos datos estadísticos e indicadores se utilizaron para elaborar la caracterización de la industria editorial en el apartado tres, por lo que en este apartado ya no se abundará en su análisis, sino sólo en los resultados que arroje el índice.

Para poder construir el Índice de Especialización Editorial, se deben estandarizar estas 54 variables, para lo cual existen diferentes metodologías y técnicas como la normalización basada en la unidad, puntuación estándar, T de student, normalización residual, momento estándar, coeficiente de variación, escalado decimal, normalización euclidiana, normalización logarítmica, entre otras.

La metodología utilizada en esta investigación es la estandarización de variables o normalización basada en la unidad [0,1]. Esta metodología es de utilidad cuando los valores no siguen una distribución normal o cuando se tienen variables con magnitudes tan diferentes que no se pueden hacer comparaciones. Lo que hace la estandarización de variables es normalizar los valores entre 0 y 1, para que tengan una distribución normal, de tal manera que se ajustan los valores medidos en diferentes escalas respecto a una escala común. En este sentido, la construcción del índice no se ve afectada por el uso de variables provenientes de diferentes fuentes, de diferentes años y en diferentes magnitudes.

Esta metodología tiene sus limitaciones, ya que es sensible a valores atípicos (*outliers*), es decir, valores que se alejan demasiado de la distribución normal. Pero a pesar de esta limitación, las técnicas para normalizar variables son ampliamente usadas por su simplicidad y efectividad en muchos escenarios. Los datos normalizados permitieron la construcción del Índice de Especialización Editorial, que representa una radiografía de la industria editorial y agrupa a las entidades federativas de acuerdo con sus capacidades en torno al libro, identificando aquellas entidades con entornos favorables para el desarrollo de la industria editorial, el libro y la lectura. Este índice también permite el análisis en dos dimensiones: una dimensión sectorial y otra geográfica, es decir, permite analizar a la industria editorial en seis ámbitos (privado, universitario, gubernamental, libro y lectura, cultural y socioeconómico), así como por estado.

La idea de construir este índice surge de la colaboración en un trabajo realizado en 2004, denominado *Potencialidades de las entidades federativas para desarrollar núcleos de economía digital*, coordinado por el doctor Clemente Ruiz Durán de la Facultad de Eco-

Lo que hace la estandarización de variables es normalizar los valores entre 0 y 1, para que tengan una distribución normal, de tal manera se ajustan los valores medidos en diferentes escalas respecto a una escala común.

nomía de la UNAM, en el que se exponía que las entidades federativas que tienen mayores capacidades de generar y aplicar el conocimiento, que cuentan con capacidad empresarial o que la pueden atraer de fuera de la región, son las que registrarán un mayor crecimiento; en cambio, las regiones que no satisfacen esta condición están en peligro de mantenerse marginadas del desarrollo y de los beneficios de la sociedad del conocimiento. Las entidades con mayor prosperidad fueron precisamente las que construyeron anticipadamente la infraestructura para el desarrollo de nuevas tecnologías, que a la vez pudieron desarrollar capacidades empresariales y atrajeron inversión; las que no lograron invertir oportunamente en infraestructura y capital humano, no pudieron sincronizar su desarrollo con el resto del país, generando una desigualdad regional, ya que la diferencia entre el ingreso regional más alto y el más bajo en 2002 fue de seis veces (Ruiz, 2004: 11); en 2024, esta diferencia era ya de 10.8 veces.

Esto aplica también para aquellas entidades que han desarrollado una infraestructura en torno a las industrias culturales, especialmente la industria editorial. Aquellas regiones que han logrado consolidar estas capacidades han logrado construir entornos favorables para la industria; otras, en cambio, han quedado rezagadas.

Para construir el índice, primero se estiman los máximos y mínimos de cada variable por entidad federativa, desde X_1 (Aguascalientes) hasta X_n (Zacatecas):

$$\begin{pmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ X_n \end{pmatrix} = \text{máximo } (X_{max}) \qquad \begin{pmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ X_n \end{pmatrix} = \text{mínimo } (X_{min})$$

Para la normalización de variables se utiliza la siguiente fórmula:

$$X_{norm} = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}$$

Donde:

X_{norm} = Variable normalizada

X_i = Dato a normalizar

X_{max} = Valor máximo

X_{min} = Valor mínimo

Los valores obtenidos varían entre 0 y 1, es decir, el valor máximo de cada variable obtendrá un valor de 1 y el valor mínimo un valor de 0, el resto de datos se distribuyen dentro de ese rango, de forma que el valor máximo se otorga a la entidad federativa con una mejor posición en esa variable y viceversa.

Una vez que se estiman los datos normalizados de cada variable, se promedian todas las variables normalizadas que conforman cada uno de los ámbitos. Para obtener este promedio, se introduce un ponderador por variable. Esto es útil cuando se le quiere dar mayor

peso específico a una variable (esto se puede hacer a través de una encuesta a los principales actores de la edición, quienes determinarían el peso específico de cada variable), al no contar con esta encuesta, se decidió dar el mismo peso específico a cada variable:

$$IEA = (X_{norm_1} * P_1) + (X_{norm_2} * P_2) + (X_{norm_3} * P_3) + \dots + (X_{norm_n} * P_n)$$

Donde:

IEA = Subíndice de especialización del ámbito que se quiere calcular

X_{norm1}, X_{norm2}, X_{norm3} ... X_{normn} = Variables normalizadas

P₁, P₂, P₃ ... P_n = Peso específico de cada variable, donde $\sum P_i = 1$

Para obtener el Índice de Especialización Editorial global se promedian los seis subíndices:

$$IEE = [(IEA_1 + IEA_2 + IEA_3 + IEA_4 + IEA_5 + IEA_6) / 6] * 100$$

Donde:

IEE = Índice de Especialización Editorial

IEA₁, IEA₂, IEA₃ ... IEA₆ = Subíndice de especialización por cada ámbito

Por último, el promedio de los seis ámbitos se multiplica por 100, para tener una escala del 0 al 100, esto sólo con la intención de tener una escala más fácil de comprender y de graficar. En este sentido, las entidades con mayores capacidades obtendrán valores más altos. En tanto que, el valor nacional, se obtiene mediante un promedio simple.

4.2 Índice de Especialización Editorial por entidad federativa

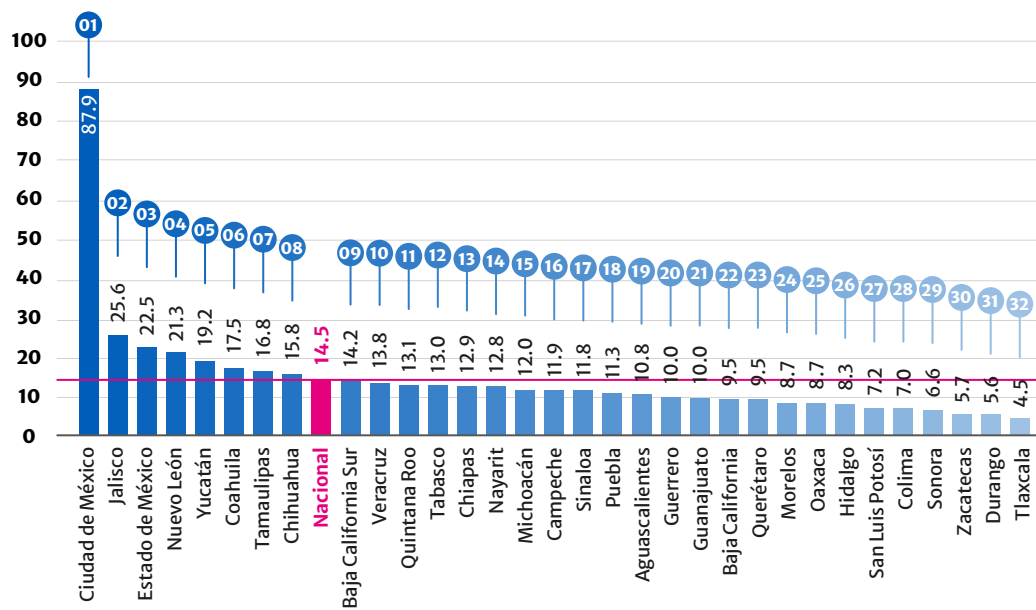
A continuación, se presentan los resultados obtenidos para cada uno de los ámbitos (para ver las tablas con los valores normalizados por entidad federativa véase el Anexo 2).

4.2.1 Ámbito de la edición del sector privado

Este ámbito está integrado por ocho variables (Tabla 19), que comprenden el número de editoriales privadas (1); la producción bruta (2), el personal ocupado (3) y las remuneraciones en la actividad de edición de libros (4); números ISBN otorgados (5); la Tasa de Prevalencia Delictiva por cada 10 mil unidades económicas (6), este indicador tiene que ver con la decisión de los editores para abrir o no una editorial de acuerdo con las condiciones de inseguridad; el Índice de Competitividad Estatal (7); y la población ocupada de 15 años y más con ingresos mayores a tres salarios mínimos (8), que representa la capacidad económica de la población para adquirir bienes culturales como son libros.

La Ciudad de México es la entidad con mayores capacidades en el sector privado al concentrar gran parte de la actividad editorial privada. Sobresalen del promedio nacional Jalisco, Estado de México, Nuevo León, Yucatán, Coahuila, Tamaulipas y Chihuahua; las entidades más alejadas del promedio nacional son Sonora, Zacatecas, Durango y Tlaxcala.

La Ciudad de México se posicionó como la entidad con mayores capacidades en el ámbito del sector privado, al concentrar gran parte de la actividad editorial.

Figura 4.1. Índice del ámbito de la edición del sector privado

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Ámbito de la edición universitaria

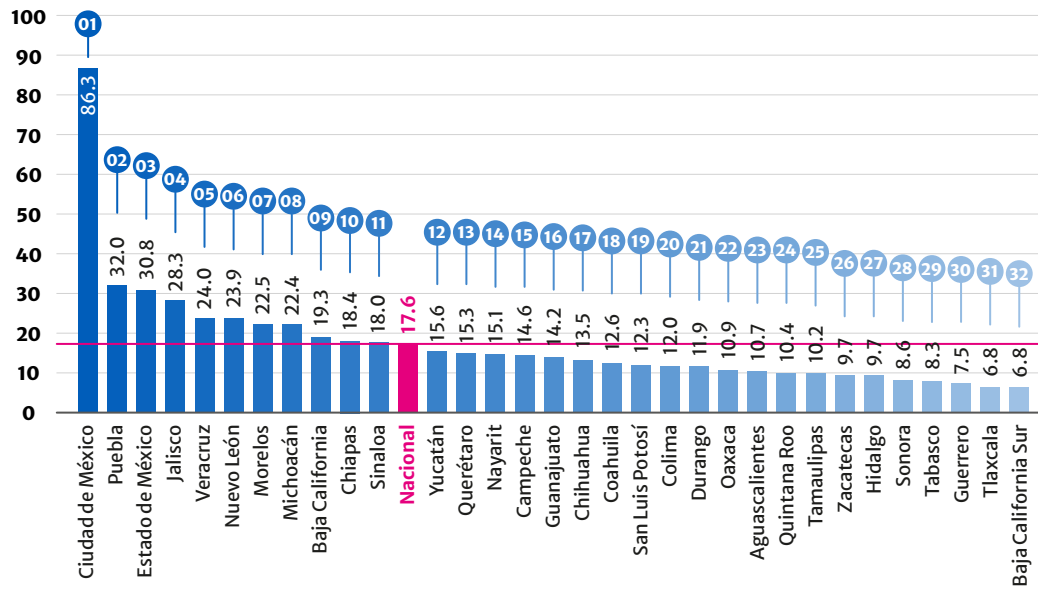
La Ciudad de México cuenta con mayor número de capacidades para la edición universitaria

Este ámbito está compuesto por ocho variables (Tabla 19): estas variables son el número de editoriales universitarias (9); centros de investigación artística (10); programas de educación artística (11); universidades por cada millón de habitantes (12); matrícula de educación media superior (13); matrícula de licenciatura (14); matrícula de posgrado (15); e investigadores SNI por cada millón de habitantes (16). Todas estas variables tienen relación con dos de las tres funciones sustantivas de las universidades: la docencia y la investigación. Como se observa en la Figura 4.2, la Ciudad de México cuenta con mayor número de capacidades para la edición universitaria; los estados que están por arriba del promedio nacional son Puebla, el Estado de México, Jalisco, Veracruz, Nuevo León, Morelos y Michoacán; las entidades con menores capacidades en este ámbito son Tabasco, Guerrero, Tlaxcala y Baja California Sur.

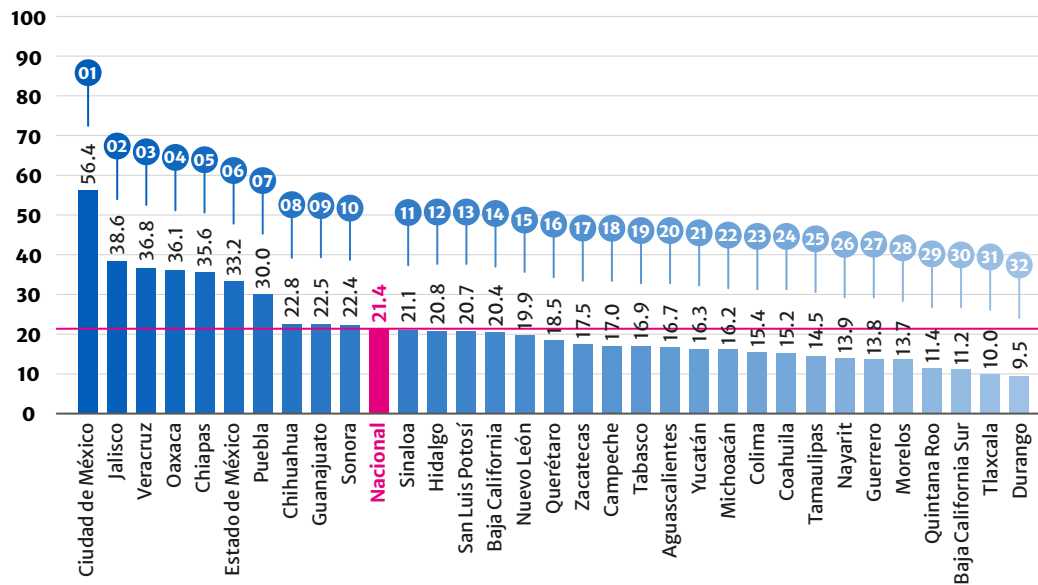
4.2.3 Ámbito de la edición del sector Gobierno

La Ciudad de México, Jalisco, Veracruz, Oaxaca, Chiapas, Estado de México, Puebla, Chihuahua, Guanajuato y Sonora están por arriba del promedio nacional en el ámbito de Gobierno.

En el ámbito de la edición del sector Gobierno se incluyeron 10 variables (Tabla 19): instancias editoriales del sector Gobierno (17); convocatorias de Gobierno a concursos culturales (18); instituciones de cultura estatales y municipales (19); publicaciones de la Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas de la Secretaría de Cultura (20); fondos editoriales (21); Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (22); Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (23); Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (24); presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados (25); y Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (26). En la Figura 4.3 se muestra que la Ciudad de México, Jalisco, Veracruz, Oaxaca, Chiapas, el Estado de México, Puebla, Chihuahua, Guanajuato y Sonora están por arriba del promedio nacional.

Figura 42. Índice del ámbito de la edición universitaria

Fuente: Elaboración propia.

Figura 43. Índice del ámbito de la edición del sector Gobierno

Fuente: Elaboración propia.

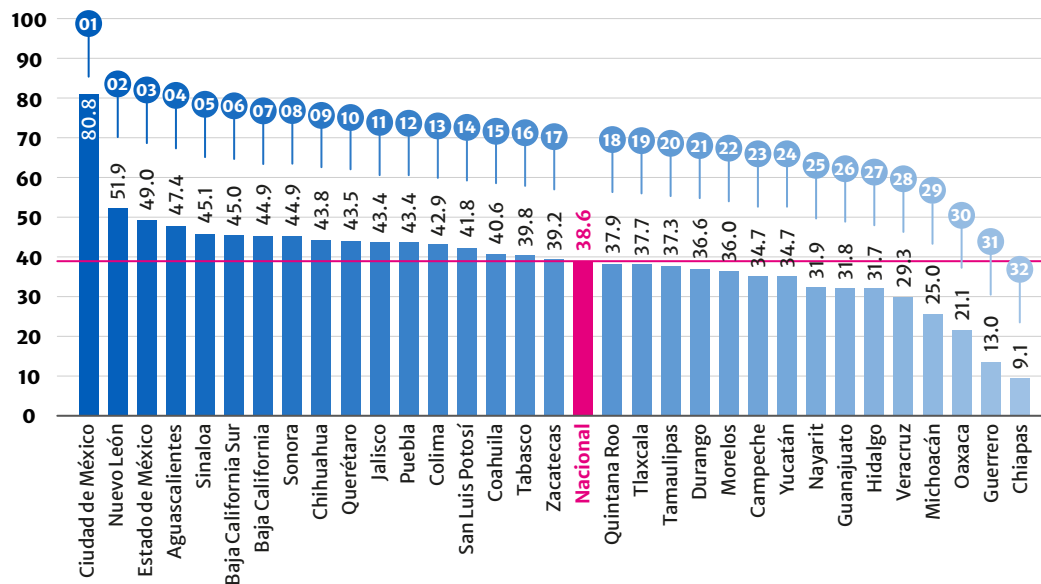
4.2.4 Ámbito del libro y la lectura

Para este ámbito, se consideraron nueve variables (Tabla 19) que se relacionan con la promoción del libro y la lectura: bibliotecas por cada millón de habitantes (27-28); librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes (29); ferias de libro (30); tasa de alfabe-

Las entidades con mejores resultados en el ámbito del libro y la lectura fueron la Ciudad de México, Nuevo León, el Estado de México, Aguascalientes y Sinaloa.

tización (31); grado promedio de escolaridad (32); hogares con acceso a internet de banda ancha (33); matrícula de educación básica (34); y desempeño en lectura de jóvenes de 15 años y más (35). El índice obtenido (Figura 44) muestra que las entidades con mejores resultados fueron la Ciudad de México, Nuevo León, el Estado de México, Aguascalientes, Sinaloa, Baja California Sur, Baja California, Sonora, Chihuahua, Querétaro, Jalisco y Puebla. Las entidades con menos capacidades para la promoción del libro y la lectura fueron Hidalgo, Veracruz, Michoacán, Oaxaca, Guerrero y Chiapas.

Figura 44. Índice del ámbito del libro y la lectura



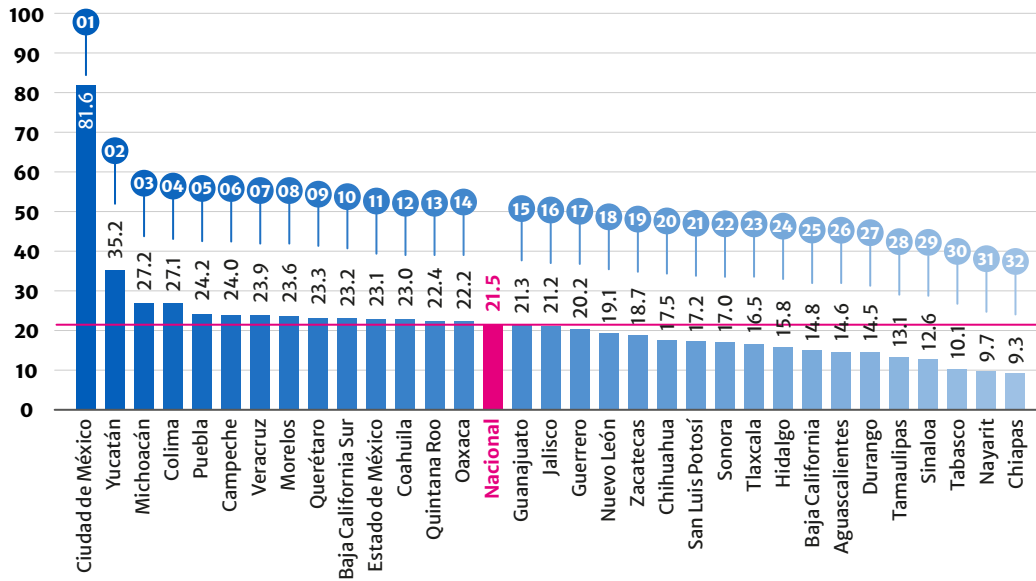
Fuente: Elaboración propia.

4.2.5 Ámbito del sector de la cultura

El ámbito del sector de la cultura está integrado por nueve variables relacionadas con otras industrias culturales (Tabla 19): publicaciones periódicas (36); revistas de arte y cultura (37); museos por cada millón de habitantes (38); teatros por cada millón de habitantes (39); cines y cinetecas por cada millón de habitantes (40); centros culturales (41); zonas arqueológicas y monumentos históricos (42); festividades, muestras y festivales culturales (43); y el PIB de Medios Masivos (44). Los resultados obtenidos en este índice muestran que la Ciudad de México, Yucatán, Michoacán, Colima, Puebla, Campeche, Veracruz, Morelos, Querétaro, Baja California Sur, el Estado de México, Coahuila, Quintana Roo y Oaxaca cuentan con la mayor infraestructura en el sector de la cultura, como se observa en la Figura 45. Una de las razones por las que Colima, Baja California Sur y Campeche aparecen mejor posicionadas, es que, al tener una menor población, en los indicadores “por cada millón de habitantes” salen mejor ubicadas que entidades con mayor infraestructura cultural, como Jalisco o Nuevo León. Por otro lado, las entidades con menos capacidades en el sector cultural son: Tamaulipas, Sinaloa, Tabasco, Nayarit y Chiapas.

La Ciudad de México, Yucatán, Michoacán, Colima, Puebla, Campeche, Veracruz, Morelos y Querétaro obtuvieron una mejor calificación en el ámbito del sector de la cultura.

Figura 45. Índice del ámbito del sector de la cultura



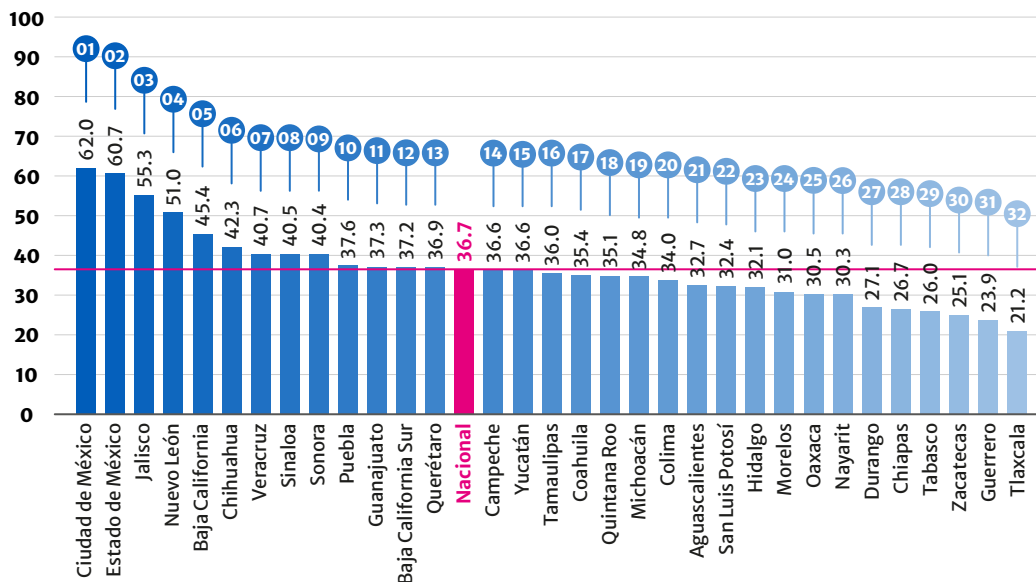
Fuente: Elaboración propia.

4.2.6 Ámbito Socioeconómico

Este ámbito se compone de 10 variables socioeconómicas (Tabla 19): población (45); porcentaje de la población en situación de pobreza (46); porcentaje de la población en situación de pobreza extrema (47); hablantes de lengua indígena (48); Índice de Desarrollo Humano (49); Producto Interno Bruto (50); PIB per cápita (51); población económicamente activa (52); población ocupada (53); y porcentaje de población desocupada (54).

Las entidades mejor posicionadas en el ámbito socioeconómico son la Ciudad de México, el Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Baja California, Chihuahua, Veracruz, Sinaloa y Sonora.

Figura 46. Índice del ámbito socioeconómico



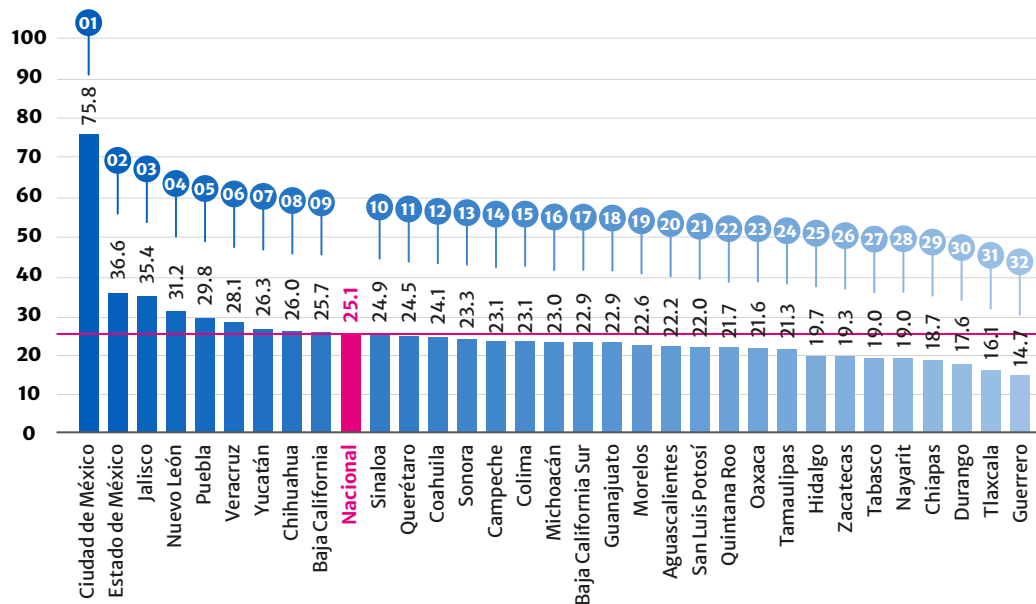
Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Figura 46, las entidades mejor posicionadas en el ámbito socio-económico son la Ciudad de México, el Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Baja California, Chihuahua, Veracruz, Sinaloa y Sonora. Las entidades con un menor desempeño son Chiapas, Tabasco, Zacatecas, Guerrero y Tlaxcala.

4.2.7 Índice de Especialización Editorial

Una vez obtenido el índice de cada ámbito, se promedian los seis ámbitos para poder obtener el Índice de Especialización Editorial por entidad federativa. En la Tabla 20 se muestran los resultados del índice por ámbito y por entidad federativa. La Ciudad de México obtuvo el índice más alto. Destacan, por arriba del promedio nacional, el Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Puebla, Veracruz, Yucatán, Chihuahua y Baja California. Las entidades con mayores rezagos son Zacatecas, Tabasco, Nayarit, Chiapas, Durango, Tlaxcala y Guerrero.

Figura 47. Índice de Especialización Editorial



Fuente: Elaboración propia.

4.3 Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

La principal fortaleza es la consolidación de la industria en algunas regiones del país, como la Ciudad de México, el Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Puebla.

A nivel nacional, una de las fortalezas es la consolidación de la industria en algunas regiones del país, como la Ciudad de México, el Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Puebla; sin embargo, el resto del país no ha logrado consolidar un entorno favorable para la edición, la gran riqueza cultural del país no ha sido aprovechada al máximo; aquellos estados que logren potenciar su riqueza cultural tendrán mayores oportunidades de crear entornos favorables al libro.

La innovación, el libro electrónico, el uso de las tecnologías digitales y los nuevos modelos de negocio, representan una oportunidad para hacer frente a las nuevas plataformas de contenidos digitales. El Estado también puede jugar un papel a favor de la industria,

creando un nuevo modelo de participación para el libro de texto entre privados y el Gobierno que evite el monopolio y fomente la competencia equitativa, además de promover reformas fiscales tendientes a favorecer a las micro y pequeñas editoriales y librerías, así como políticas y acciones destinadas al fomento de la lectura.

Tabla 20. Índice de Especialización Editorial por ámbito y por entidad federativa

Ran-king	Entidad Federativa	Ámbito del Sector Privado	Ámbito de la Edición Universitaria	Ámbito de la Edición del Sector Gobierno	Ámbito del Libro y la Lectura	Ámbito del Sector de la Cultura	Ámbito Socioeconómico	Índice de Especialización Editorial
1	Ciudad de México	87.9	86.3	56.4	80.8	81.6	62.0	75.8
2	Estado de México	22.5	30.8	33.4	49.0	23.1	60.7	36.6
3	Jalisco	25.6	28.3	38.7	43.4	21.2	55.3	35.4
4	Nuevo León	21.3	23.9	19.9	51.9	19.1	51.0	31.2
5	Puebla	11.3	32.0	30.1	43.4	24.2	37.6	29.8
6	Veracruz	13.8	24.0	36.9	29.3	23.9	40.7	28.1
7	Yucatán	19.2	15.6	16.3	34.7	35.2	36.6	26.3
8	Chihuahua	15.8	13.5	22.8	43.8	17.5	42.3	26.0
9	Baja California	9.5	19.3	20.5	44.9	14.8	45.4	25.7
	Nacional	14.5	17.6	21.5	38.6	21.5	36.7	25.1
10	Sinaloa	11.8	18.0	21.2	45.1	12.6	40.5	24.9
11	Querétaro	9.5	15.3	18.6	43.5	23.3	36.9	24.5
12	Coahuila	17.5	12.6	15.3	40.6	23.0	35.4	24.1
13	Sonora	6.6	8.6	22.4	44.9	17.0	40.4	23.3
14	Campeche	11.9	14.6	17.1	34.7	24.0	36.6	23.1
15	Colima	7.0	12.0	15.5	42.9	27.1	34.0	23.1
16	Michoacán	12.0	22.4	16.2	25.0	27.2	34.8	23.0
17	Baja California Sur	14.2	6.8	11.2	45.0	23.2	37.2	22.9
18	Guanajuato	10.0	14.2	22.6	31.8	21.3	37.3	22.9
19	Morelos	8.7	22.5	13.8	36.0	23.6	31.0	22.6
20	Aguascalientes	10.8	10.7	16.8	47.4	14.6	32.7	22.2
21	San Luis Potosí	7.2	12.3	20.7	41.8	17.2	32.4	22.0
22	Quintana Roo	13.1	10.4	11.4	37.9	22.4	35.1	21.7
23	Oaxaca	8.7	10.9	36.3	21.1	22.2	30.5	21.6
24	Tamaulipas	16.8	10.2	14.6	37.3	13.1	36.0	21.3
25	Hidalgo	8.3	9.7	20.9	31.7	15.8	32.1	19.7
26	Zacatecas	5.7	9.7	17.5	39.2	18.7	25.1	19.3
27	Tabasco	13.0	8.3	17.0	39.8	10.1	26.0	19.0
28	Nayarit	12.8	15.1	13.9	31.9	9.7	30.3	19.0
29	Chiapas	12.9	18.4	35.7	9.1	9.3	26.7	18.7
30	Durango	5.6	11.9	9.5	36.6	14.5	27.1	17.6
31	Tlaxcala	4.5	6.8	10.0	37.7	16.5	21.2	16.1
32	Guerrero	10.0	7.5	13.8	13.0	20.2	23.9	14.7

Fuente: Elaboración propia.

El Estado no se ha sumado al fortalecimiento del sector: los recortes presupuestales a la cultura y el adelgazamiento institucional no han hecho sino debilitar a la industria, dejando a la deriva a pequeñas editoriales y librerías.

Por otro lado, el Estado no se ha sumado al fortalecimiento del sector: los recortes presupuestales a la cultura, el adelgazamiento institucional, la extinción de instituciones como la Dirección General de Publicaciones, la desaparición de plataformas como Libros-México y la Biblioteca Digital de Publicaciones Oficiales del Gobierno de la República y la eliminación de programas como el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), no han hecho sino adelgazar el aparato institucional relativo a la cultura. Tampoco se cuenta con un ente articulador que vele por los intereses de la industria y de la cadena de valor del libro, la CANIEM ha abandonado el papel protagonista que tuvo en administraciones pasadas en favor de toda la industria editorial.

Las nuevas plataformas de contenidos digitales representan una amenaza, pues el número de lectores de libros ha disminuido, en tanto que las plataformas digitales van en ascenso. Otra amenaza es la piratería, que trae consigo la pérdida de empleos e ingresos para todos los actores de la cadena de valor del libro y para todas las obras protegidas por los derechos de autor.

4.4 Entornos favorables para la edición, el libro y la lectura

La Ciudad de México obtuvo el índice de especialización editorial más alto. Esta entidad ha logrado consolidar una industria editorial, ya que cuenta con un entorno altamente favorable para su desarrollo

Como se observa en la Figura 48, la Ciudad de México obtuvo el índice de especialización editorial más alto. Esta entidad ha logrado consolidar una industria editorial, ya que cuenta con un entorno altamente favorable para su desarrollo, como son la infraestructura cultural y educativa, desarrollo económico alto, el índice de competitividad más alto, los primeros lugares en casi todos los indicadores, y una población con altos niveles educativos y de ingreso, que hacen de este el mercado más atractivo para la industria, no por ello el 57.8% de las editoriales están ubicadas en esta Ciudad.

El Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Puebla cuentan con las capacidades y un entorno favorable, estas entidades están encaminadas hacia la consolidación de una industria en torno al libro. En la medida que han sabido aprovechar sus capacidades económicas, sociales y culturales, estas entidades agrupan el 18.4% de las editoriales.

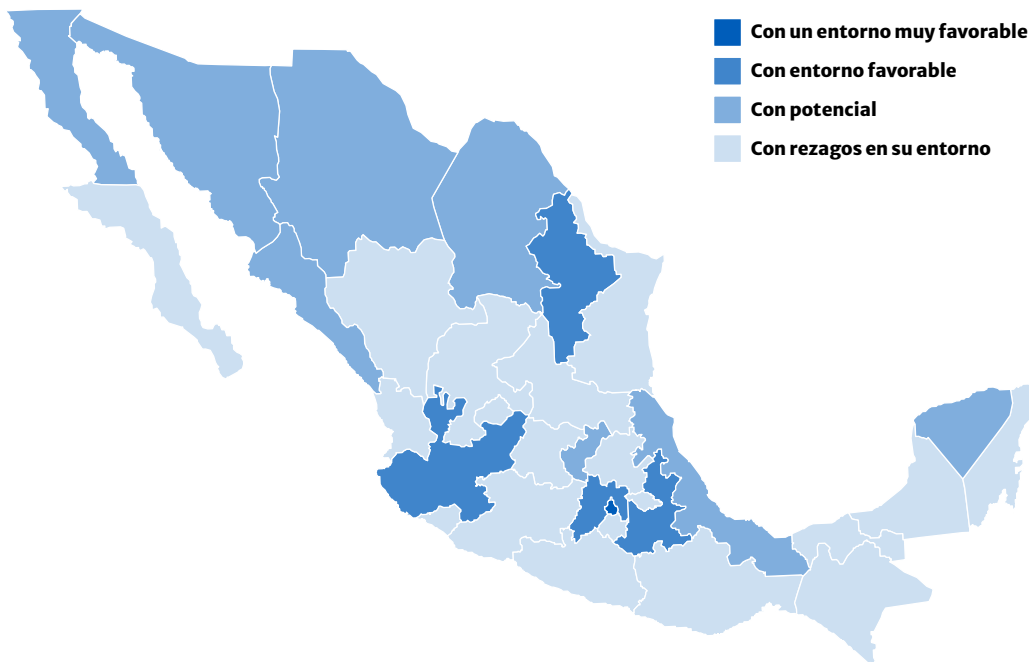
Otras entidades como Veracruz, Yucatán, Chihuahua, Baja California, Sinaloa, Querétaro, Coahuila y Sonora, aunque no cuentan con una industria editorial consolidada, sí poseen la infraestructura y el potencial para desarrollarla. Los tomadores de decisiones en estos estados deben apostar fuertemente en educación e infraestructura cultural para desarrollar un ecosistema favorable en torno a la edición, el libro y la lectura.

Puebla es un estado que rompe con la tesis de que, para el desarrollo de la industria, es necesario disponer de un gran desarrollo económico, pues, aunque presenta rezagos en pobreza y pobreza extrema, ha sabido empatar su capital económico y social con su gran riqueza cultural, creando un entorno favorable para el libro y la lectura. Caso contrario es el de las entidades que se encuentran en condiciones parecidas a las de Puebla, como Oaxaca, Michoacán o Guanajuato, que cuentan con una gran riqueza cultural, pero los altos niveles de pobreza, bajos niveles educativos y altos niveles de violencia han frenado el desarrollo económico y la posibilidad de crear entornos favorables al libro o cualquier otra industria.

Hidalgo, Zacatecas, Tabasco, Nayarit, Chiapas, Durango, Tlaxcala y Guerrero presentan los mayores rezagos. Se trata de entidades que no han avanzado en la construcción de capacidades que favorezcan el desarrollo de una industria editorial.

Existe evidencia de que la concentración regional de la industria genera economías de escala, pero esto no necesariamente es cierto para la industria editorial, pues Morelos, Tlaxcala e Hidalgo, que pudieron verse beneficiadas por la cercanía y las condiciones favorables creadas en la zona metropolitana de la Ciudad de México, no lograron crear un entorno favorable propio. Tanto así, que Morelos es el único estado que no cuenta con Ley en materia de fomento para la lectura y el libro.

Figura 48. Entornos favorables para la edición, el libro y la lectura



Hidalgo, Zacatecas, Tabasco, Nayarit, Chiapas, Durango, Tlaxcala y Guerrero presentan los mayores rezagos: estas entidades no han avanzado en la construcción de capacidades que favorezcan el desarrollo de una industria editorial.

Fuente: Elaboración propia.

Como se exponía al principio de este apartado, las entidades federativas que apostaron a la educación y al conocimiento, y que cuentan con una mayor capacidad empresarial, son las que registran un mayor crecimiento. De igual manera, las entidades que lograron empatar su capital económico y social con su capital cultural son las que pudieron desarrollar capacidades para la edición y crear entornos favorables para el libro y la lectura. Aquellas entidades que quieran crear las capacidades para el desarrollo de un mercado en torno al libro, deberán apostar a la educación, al conocimiento, a la innovación y, sobre todo, al capital cultural.

Por último, se mencionan algunas limitaciones del Índice de Especialización Editorial. Para que este indicador sea de utilidad, debe cumplir con criterios de veracidad, ser conceptualmente significativo y oportuno. La principal limitación de este índice es en el criterio de oportunidad, porque, en el ámbito del sector privado, las variables utilizadas corresponden al Censo Económico de 2019 y, al momento de terminar esta investigación, aún no estaban publicados los resultados del Censo Económico de 2024. Éstos estarán disponibles hasta mediados de 2025, fecha en la cual se sabrá si los estados han avanzado o retrocedido en este ámbito. Lo mismo ocurre con las cifras publicadas por la CANIEM del sector editorial

privado 2023-2024, pues fueron presentadas en la FIL Guadalajara a principios de diciembre de 2024 y ya no fue posible integrarlas del todo al análisis.

Las entidades que lograron empatar su capital económico y social con su capital cultural son las que pudieron desarrollar capacidades para la edición y crear entornos favorables para el libro y la lectura.

Otra limitación reside en el ámbito de la edición del sector Gobierno. Mientras se realizaba este trabajo, desaparecieron algunos programas de Gobierno, como el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), además de la Dirección General de Publicaciones de la Secretaría de Cultura, por lo que, para años posteriores, no se podrá disponer de la información que antes proporcionaban estas instituciones y sus programas; en este sentido, dado que cada administración crea y desaparece programas e instituciones, se recomienda utilizar, en este ámbito, indicadores que perduren en el tiempo, independientemente de la administración en curso, por ejemplo aquellos de deuda estatal como porcentaje de los ingresos totales, ingresos propios como porcentaje de los ingresos totales del estado, mejora regulatoria, percepción de la corrupción estatal, acceso a la información de las finanzas públicas o indicadores de participación ciudadana, gasto público en el sector de la cultura, por mencionar sólo algunos.

Conclusiones y recomendaciones

5

Una de las contribuciones de esta investigación fue la recopilación y análisis de información estadística relacionada con la industria editorial por modelo de edición y por entidad federativa. Con esta información se elaboró un directorio de editoriales, la caracterización de la industria editorial y el índice de especialización editorial.

Se encontró que el 80% de las editoriales mexicanas son pequeñas y micro empresas, mientras que el 20% restante se compone de grandes editoriales y algunos grupos internacionales de comunicación que han estado adquiriendo pequeñas casas editoriales, sobre las que se imponen nuevas reglas en los catálogos y en la rentabilidad.

Se revisaron diferentes directorios (como el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, el Censo Económico de 2019, el directorio de asociados de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, el Sistema de Información Cultural de la Secretaría de Cultura, la Red Altexto, la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes y el directorio de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2024), cuya integración arrojó un total de 516 editoriales: 296 pertenecientes al sector privado, 81 editoriales independientes, 93 editoriales universitarias y 46 editoriales de diferentes niveles de Gobierno. Por entidad federativa, la Ciudad de México agrupa el 58.7% de éstas. Cabe resaltar que no existía un directorio de editoriales por modelo de edición ni por entidad federativa, la elaboración de este directorio representa más de un año de depuración y búsqueda de editoriales. En un trabajo posterior se pretende mapear las 516 editoriales.

De acuerdo con datos de la CANIEM, en 2022 el sector privado tuvo una producción de 19,152 títulos, 104.8 millones de ejemplares impresos, 11,266 millones de pesos facturados en ediciones impresas y 298 millones de pesos facturados en ediciones digitales. Las ediciones nacionales representaron 89% de las ventas en 2022. Predominó la venta de libros de texto de educación básica, seguido del libro infantil y juvenil y los libros de enseñanza de la lengua inglesa. Los principales canales de comercialización fueron las librerías, la venta en las escuelas, las ventas a Gobierno y las tiendas departamentales, en tanto que el Censo Económico de 2019 arrojó una producción de 7,249 millones de pesos y 7,608 personas ocupadas en la actividad de edición de libros.

Por su parte, la edición universitaria está conformada por 93 editoriales, 28% de las cuales están ubicadas en la Ciudad de México. Entre las editoriales con mayor producción se encuentran Libros UNAM, Casa de Libros Abiertos, Editorial Universidad de Guadalajara, Editorial Universitaria UANL y las ediciones del IPN. De acuerdo con datos del Sistema Integrado de Información de la Educación Superior, en 2023 se tenía registro de que 83.7% de la investigación se realizó en las universidades y 16.3% en otros centros de investigación.

Respecto a la producción editorial de Gobierno, se ubicaron 47 instancias editoriales, entre las que destacan la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito y el Fondo de Cultura Económica. En el ciclo escolar 2023-2024, se distribuyeron 153 millones de libros de texto gratuitos. En 2023 se cancelaron las convocatorias para que los particulares participaran en la producción de contenidos, mercado que representaba, de acuerdo con la CANIEM, 40.6% de los ejemplares y 15.8% de la facturación por ventas de libro de texto a Gobierno.

En el ámbito del libro y la lectura, de acuerdo con el Módulo de Lectura 2024, se encontró que la población lectora mayor de 18 años ha estado disminuyendo desde 2015 pese a las estrategias de lectura implementadas, pues la población lectora pasó del 84.2% en 2015 a 69.6% en 2024, lo que representó una caída de 14.6 puntos porcentuales. El Módulo de Lectura 2024 también arrojó que los mexicanos leían en promedio 3.2 libros al año. Se encontró que esta disminución de la población lectora se debe principalmente a que pasan más tiempo en Internet, en redes sociales y en plataformas de *streaming*.

La encuesta *Statista Consumer Insights*, que analiza el tiempo que la gente pasa frente al televisor, encontró que, en México, 58% de los encuestados mayores de 18 años pasó 10 horas en promedio a la semana frente a la pantalla. Por otro lado, la *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2023*, del Instituto Federal de Telecomunicaciones, encontró que 54% de los entrevistados consumen contenidos audiovisuales por internet, siendo YouTube el más visto, con el 73%, seguido por Netflix con un 40%; y que las personas entrevistadas declararon consumir diariamente dos horas y media para ver canales de televisión abierta y tres horas en plataformas de video por internet.

Respecto a las prácticas lectoras, el Módulo de Lectura 2024 arrojó que solamente el 13.8% de la población alfabetada mayor de 18 años acudió a una librería, mientras que únicamente el 7.8% asistió a una biblioteca. En cuanto a la infraestructura, se cuenta con 8,916 bibliotecas, 1,646 librerías y puntos de venta, además de realizarse 141 ferias del libro.

Con relación al marco legal, en 2023 se impulsó una reforma a la *Ley de Fomento para la Lectura y el Libro*, que incrementó la vigencia del precio único de 18 a 36 meses, esta reforma garantiza que un libro tenga el mismo precio de venta al público en cualquier parte del territorio nacional. También se encontró que 25 entidades federativas cuentan con su propia ley estatal de fomento. Por su parte, el Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor estima que 5 de cada 10 libros vendidos son piratas; además, en temporada escolar se producen anualmente hasta 200 mil libros de texto piratas. Para la protección de los derechos de autor, se otorgaron en México 27,582 números ISBN en 2022, 66.9% de los cuales se destinaron a editoriales ubicadas en la Ciudad de México.

En el ámbito del sector de la cultura, de acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura 2023, se encontró que este sector representa el 2.7% del Producto Interno Bruto y genera más de 1.4 millones de empleos, en tanto que el sector de libros, impresiones y prensa

aportó 6.3% al sector de la cultura en México. La Cuenta Satélite de la Cultura también arrojó que, entre 2009 y 2023, el sector de libros, impresiones y prensa fue el sector que más decreció, al disminuir un 8.5% en ese periodo. Respecto a la infraestructura cultural, se tiene registro de 288 publicaciones periódicas, 319 revistas de arte y cultura, 1,642 museos, 723 teatros, 1,029 cines y cinetecas, 2,379 centros culturales, 290 zonas arqueológicas y monumentos históricos y 2,038 festividades y muestras culturales. También se encontró que, entre 2024 y 2025, el presupuesto para el ramo 48 de la cultura disminuyó casi en 28% y que ha venido decreciendo incluso más que en sexenios anteriores; este hecho se suma al adelgazamiento de las instituciones encargadas de promover la cultura, por ejemplo, la extinción de instituciones como la Dirección General de Publicaciones, la desaparición de plataformas como LibrosMéxico y la Biblioteca Digital de Publicaciones Oficiales del Gobierno de la República, la eliminación de programas como el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), la inoperancia en años recientes del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura establecido en la Ley como ente articulador de la industria y la reforma fiscal de tasa cero a librerías que todavía sigue pendiente. Este conjunto de acciones no han hecho sino debilitar a la industria, en perjuicio principalmente de las pequeñas editoriales.

Con los datos estadísticos encontrados, se elaboró el diagnóstico de la industria editorial en México y se pudo calcular el tamaño del mercado de libro en México, que en 2023 fue de aproximadamente 280 millones de ejemplares. En términos de participación porcentual, la edición del sector privado representa 37.3% del mercado, la producción del Gobierno en su conjunto representa 58.2% y la edición universitaria 4.4%. Cabe resaltar que 54.6% corresponde únicamente a la CONALITEG, es decir, más de la mitad del mercado de libro en México se explica por la producción de libros de texto.

Con base en el diagnóstico precedente, se construyó el Índice de Especialización Editorial, para el cual se seleccionaron 54 datos estadísticos e indicadores por entidad federativa procedentes de diferentes fuentes, que se agruparon en seis grandes ámbitos: I. Ámbito de la edición del sector privado; II. Ámbito de la edición universitaria; III. Ámbito de la edición del sector Gobierno; IV. Ámbito del libro y la lectura; V. Ámbito del sector de la cultura; y VI. Ámbito Socioeconómico. La metodología utilizada fue la estandarización de variables o normalización basada en la unidad. Esta técnica de estandarización de variables normaliza los valores entre 0 y 1, para que tengan una distribución normal, de manera que se ajustan los valores medidos en diferentes escalas respecto a una escala común. Una vez obtenido el índice de cada ámbito, se promediaron los seis ámbitos para obtener el Índice de Especialización Editorial por entidad federativa.

Se encontró que la Ciudad de México ha logrado consolidar una industria editorial porque cuenta con un entorno altamente favorable para su desarrollo. Esto se expresa en el hecho de que obtuvo los primeros lugares en casi todos los indicadores, y que cuenta con una población con altos niveles de ingreso y educativos, todo lo cual hace de la capital del país el mercado más atractivo para la industria. Se halló también que el Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Puebla cuentan con las capacidades y un entorno favorable, y están encaminadas hacia la consolidación de una industria en torno al libro pues han sabido aprovechar sus capacidades económicas, sociales y culturales.

Puebla es un estado que rompe con la tesis de que, para el desarrollo de la industria, es necesario disponer de infraestructura económica y cultural, pues, aunque presenta rezagos principalmente en pobreza y pobreza extrema, ha sabido empatar su capital económico y social con su gran riqueza cultural, creando un entorno favorable para el libro y la lectura. Caso contrario es el de las entidades que se encuentran en condiciones parecidas a las de Puebla, como Oaxaca, Michoacán o Guanajuato, que cuentan con una gran riqueza cultural, pero los altos niveles de pobreza, bajos niveles educativos y altos niveles de violencia han frenado el desarrollo económico y la posibilidad de crear entornos favorables.

Otras entidades como Veracruz, Yucatán, Chihuahua, Baja California, Sinaloa, Querétaro, Coahuila y Sonora, si bien no cuentan con una industria editorial consolidada, sí disponen de la infraestructura y el potencial para desarrollarla. El resto de entidades federativas no logró avanzar en la construcción de capacidades que favorezcan el desarrollo de una industria editorial.

Existe evidencia de que la concentración regional de la industria genera economías de escala, pero esto no necesariamente es cierto para la industria editorial, pues Morelos, Tlaxcala e Hidalgo, que pudieron verse beneficiadas por la cercanía y las condiciones favorables creadas en la zona metropolitana de la Ciudad de México, no lograron crear un entorno favorable propio. Tanto así, que Morelos es el único estado que no cuenta con una ley en materia de fomento para la lectura y el libro.

Las entidades que lograron empatar el capital económico y social con el capital cultural son aquellas que lograron desarrollar capacidades para la edición y crear entornos favorables para el libro y la lectura. Aquellas entidades que deseen crear las capacidades para el desarrollo de un mercado en torno al libro, deberán apostar a la educación, a la innovación, a la construcción de infraestructura, al desarrollo empresarial y, sobre todo, aprovechar el potencial cultural con el que cuentan. La evidencia en las industrias culturales es que apostar a la cultura es apostar al desarrollo económico.

Para fortalecer a la industria del libro y a toda la cadena de valor, se proponen las siguientes acciones:

- Promover el desarrollo tecnológico y la innovación en toda la cadena de valor del libro para revertir los espacios perdidos por la televisión, el internet, las redes sociales y las plataformas de *streaming*, ejemplo de esta estrategia es el desarrollo de las librerías virtuales, el uso de metadatos editoriales, los clubes y círculos de lectura virtuales, libros personalizados, los audiolibros y cuentacuentos digitales, las bibliotecas digitales, la impresión bajo demanda, el *marketing* digital y los mediadores digitales o *book-tubers*. El uso del internet y las redes sociales debe convertirse en aliado, no en enemigo de las editoriales.
- Crear programas de asistencia técnica a las micro y pequeñas empresas a través de la nueva Agencia de Transformación Digital.
- Impulsar una reforma fiscal a favor de toda la cadena del libro, que favorezca principalmente a las editoriales y librerías independientes, micro y pequeñas, a través de programas de fomento como créditos, subsidios o exenciones fiscales, por ejemplo, aprobar la propuesta de reforma fiscal de tasa cero a librerías, que aún esta pendiente.
- Establecer una política de fomento al libro y la lectura que sea coherente con el fortalecimiento de las instituciones de cultura y el incremento del presupuesto en cultura.

De nada sirve una política de fomento a la lectura si se adelgazan las instituciones de cultura y se reduce el presupuesto público.

- Incrementar el presupuesto público en cultura.
- Hacer efectiva la ley del precio único.
- Fomentar las salas de lectura, los clubes de lectura, los mediadores de lectura, los festivales culturales y las ferias de libro.
- Fomentar la bibliodiversidad y las ediciones en lenguas indígenas.
- Reactivar e incrementar las compras públicas de las bibliotecas.
- Crear reglas transparentes y equitativas, con la finalidad de evitar el monopolio y diversificar la participación en las convocatorias, adquisiciones y compras públicas de los libros de texto.
- Facilitar el acceso de las pequeñas editoriales a los canales de distribución.
- Establecer programas de becas y capacitación para impulsar el desarrollo profesional de todos los actores del sector editorial.
- Crear una estrategia efectiva para la protección de los derechos de autor y en contra de la piratería de libros y de cualquier obra protegida.
- Reactivar el trabajo del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura, tal y como está establecido en el Artículo 12 de la *Ley de Fomento para el Libro y la Lectura*, para que se convierta en un ente articulador de la cadena del libro y en un generador de políticas, estrategias y acciones en favor de la industria, el libro y la lectura.
- Crear el Observatorio Nacional del Libro y la Lectura como repositorio de políticas, estrategias y acciones en torno a la edición, el libro, la lectura, la industria editorial y su cadena de valor, así como un repositorio de información estadística para la toma de decisiones y formulación de políticas públicas.
- Se recomienda a los tomadores de decisiones en los estados el establecimiento de políticas públicas que ayuden a consolidar la industria editorial en aquellas entidades federativas que ya cuentan con las capacidades y un entorno favorable, como son el Estado de México, Jalisco, Nuevo León y Puebla. Así como crear las condiciones para que estados como Veracruz, Baja California, Querétaro, Sonora, Chihuahua, Sinaloa y Yucatán logren fortalecer su infraestructura educativa y cultural y, en consecuencia, puedan crear entornos favorables para el libro y la lectura. Los tomadores de decisiones al interior de las empresas editoriales bien podrían apostar a invertir en estos estados, pues están próximos a consolidar un mercado potencial en torno al libro.

Por último, se hace una crítica a las estadísticas de la industria editorial: Primero, porque la industria se compone de diferentes actores como los sectores público, privado y académico, que no comparten las mismas necesidades de información ni persiguen las mismas metas, lo cual dificulta una estadística que rinda cuenta de toda la actividad editorial.

Segundo, porque no existe un ente articulador interesado en la generación de estadística para la industria; la academia ha hecho esfuerzos, pero han sido parciales e insuficientes; la CANIEM que, en administraciones pasadas tomó un papel más relevante en la defensa de los intereses de toda la industria, ha dejado de serlo, ha tomado partido político para favorecer sólo los intereses de los agremiados que pagan por su afiliación, y que son los que cuentan con voz y voto, es decir, las grandes casas editoriales.

En tercer lugar, la estadística de la CANIEM no es representativa de todo el sector editorial, sino solamente del sector privado; además, la Cámara hace una extrapolación del sector tomando sólo un número reducido de editoriales afiliadas que contestan su encuesta.

En cuarto lugar, no se tienen estadísticas de la producción universitaria, sólo la información que las editoriales universitarias más representativas publican en sus páginas oficiales. La Red Altexto debería generar estadística de la edición universitaria en México, aprovechando su posición como ente articulador de este modelo de edición, esperemos que, en años venideros, podamos ver estadísticas de la Red. Tampoco se encontró información estadística suficiente para el sector de la sociedad civil, de la que sólo se sabe que, en 2022, de acuerdo con cifras del ISBN en México, se habían registrado 2,528 ISBN de asociaciones civiles y 1,812 ISBN de editores independientes y de la autoedición.

En quinto lugar, los censos económicos que dan cuenta de la actividad editorial por estado sólo levantan información de las unidades económicas del sector privado; además, no existe una noción clara de lo que es la *edición* por parte de los encuestadores y especialistas en estadística que elaboran los censos económicos, pues en la base de datos se encontraron algunas unidades económicas cuya actividad principal no es la edición, como son encuadernadores, papelerías, impresores de tesis, centros de copiado y pequeñas librerías.

Por último, como se comentaba al final del Capítulo 4, algunas de las limitaciones del Índice de Especialización Editorial se relacionan con que, en el ámbito del sector privado, las variables utilizadas corresponden al Censo Económico de 2019 y, al momento de terminar esta investigación, aún no estaban publicados los resultados del Censo Económico 2024, los cuales estarán disponibles hasta mediados de 2025, fecha en la cual se sabrá si los estados han avanzado o retrocedido en este ámbito. Lo mismo ocurre con las cifras publicadas por la CANIEM del sector editorial privado 2023-2024, pues fueron presentadas en la FIL Guadalajara a principios de diciembre de 2024, pero no han sido publicadas en su página web y, por lo tanto, ya no fue posible integrarlas al análisis. Otra limitación reside en el ámbito de la edición del sector Gobierno, ya que mientras se realizaba este trabajo, desaparecieron algunos programas de Gobierno, como el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), además de la Dirección General de Publicaciones de la Secretaría de Cultura, por lo que, para años posteriores, no se podrá disponer de la información que antes proporcionaban estas instituciones y sus programas. En el ámbito del libro y la lectura, no se cuenta con información oportuna sobre los índices de lectura por entidad federativa, pues la única estadística encontrada por entidad federativa corresponde a 2012.

Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, la construcción del directorio de editoriales, la búsqueda de información para la caracterización de la industria editorial por modelo de edición y por entidad federativa y, la elaboración del Índice de Especialización Editorial representan una aportación y un primer esfuerzo por contar con información estadística de la industria. Espero que esta investigación sirva como una herramienta para la elaboración de un análisis más profundo, el fortalecimiento de aquellas regiones que cuentan con el potencial para desarrollar una industria en torno al libro, así como para la generación de políticas públicas que beneficien a toda la cadena de valor del libro. Confío, que alguna universidad u otro actor de la industria estén interesados en adoptar la metodología aquí propuesta y den continuidad al índice, con la intención de generar series de tiempo que den cuenta de los avances o retrocesos de las entidades federativas en la construcción de entornos favorables para la industria, la edición, el libro y la lectura.

Bibliografía

6

- Albaladejo**, Tomás (1991), *Retórica*, Madrid, Editorial Síntesis.
- Anaya** Rosique, Jesús (2010), *Editar en la universidad. Paradojas y retos*, Colombia, Editorial Universitaria de Antioquia
- Archibugi**, D., Denni, M. y Filippetti, A. (2009), “The technological capabilities of nations: The state of the art of synthetic indicators”, *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 76, pp. 917-931.
- Argüelles**, Juan Domingo (2016), “La lectura en México: uso, abuso y manipulación de las estadísticas” en *Quehacer editorial. Formas y contenidos, lectura y estadísticas en el mundo de las maravillas*, número 15, México, Solar, Servicios Editoriales.
- Badillo** Reguera, Jonatan y Roza Bernal, Carlos Antonio (2019). *México en la cadena global de valor de la industria automotriz*. México, Economía UNAM [online]. 2019, vol.16, n.48.
- Beristáin**, Helena (1998), *Diccionario de retórica y poética*, Porrúa, México.
- Bhaskar**, Michael (2014), *La máquina de contenido*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu**, Pierre y Wacquant, Loïc (1995) *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, México, Editorial Grijalbo.
- Bourdieu**, Pierre y Loïc Wacquant (2012), *Una invitación a la sociología reflexiva*, segunda edición, Argentina, Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu**, Pierre (2008), *Cuestiones de Sociología*, Ediciones Akal.
- Bourdieu**, Pierre y Wacquant, Loïc (2005), *Una invitación a la sociología reflexiva*, Argentina, Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu**, Pierre (2001), *Poder, derecho y clases sociales*, segunda edición, Bilbao, Desclée.
- Bourdieu**, Pierre (2000), *Cosas dichas*, segunda reimpresión, Barcelona, Editorial Gedisa.
- Bringhurst**, Robert (2008), *Los elementos del estilo tipográfico*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Buitrago**, Felipe e Iván Duque (2013), *La economía naranja, una oportunidad infinita*, Banco Interamericano de Desarrollo.
- CANIEM** (2023), *Indicadores del sector privado en México 2022-2023*, México, Consultado en línea en: caniem.org
- Cátedra Internacional Inés Amor** en Gestión Cultural (2020) *Para salir de terapia intensiva. Estrategias para el sector cultural hacia el futuro*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Castillo** Vital, Lucía Polét (2012), “De los programas de Fomento a la lectura en México”, en *Revista Digital de Gestión Cultural*, año 2, número 4, julio de 2012.

- Cázares Ruiz, Alma** (2012), *Publicaciones académicas en línea: una oportunidad. Modelo de publicación digital para difusión en línea de ediciones académicas de calidad de una universidad privada*, Idónea Comunicación de Resultados, Maestría en Diseño y Producción Editorial, México, UAM Xochimilco.
- CERLALC** (2023), *Modelos de negocio innovadores en la industria editorial de América Latina Desafíos, limitaciones y oportunidades*, Colombia, CERLALC-UNESCO.
- Chartier, Roger** (2012), “Leer la lectura”, conferencia magistral presentada en el Seminario Internacional “¿Qué leer? ¿Cómo leer? Perspectivas sobre la lectura en la infancia”, organizado por el Plan Nacional de Fomento de la Lectura, *Lee Chile Lee*, del Ministerio de Educación y la Universidad Diego Portales, diciembre de 2012.
- Chartier, Roger** (2009), “Del código al hipertexto. Entrevista con Roger Chartier” en *Letras Libres*, mayo 2009, México.
- Chartier, Roger** (2001), “¿La muerte del lector?”, en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 11, invierno 2001-2002, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Chartier, Roger** (2000), *Cultura escrita, literatura e historia*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Chartier, Roger** (1994), “Del código a la pantalla: las trayectorias del texto” en *Libros de México*. N°37, octubre-diciembre 1994, México, CEPROMEX-CANIEM.
- CONEVAL** (2013), *Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores*. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México, CONEVAL, México.
- Darnton, Robert** (2009), “La Biblioteca Google. Entrevista con Robert Darnton” en *Letras Libres*, mayo 2009, México.
- Darnton, Robert** (1996), “El lector como misterio”, *Fractal* n°2, primera parte: julio-septiembre, año 1, volumen I, pp. 77-98, México. <http://www.mxfractal.org/F2darn.html> [Consultado en julio de 2022]
- Darnton, Robert** (1996), “El lector como misterio”, *Fractal* n°3, segunda parte: octubre-diciembre, año 1, volumen I, pp. 39-63, México. <http://www.mxfractal.org/F3darnton.html> [Consultado en julio de 2022]
- Del Ángel Minerva y Rodríguez Alfonso** (2007), “La promoción de la lectura en México”, en *Infodiversidad*, número 011, Buenos Aires, Argentina, Sociedad de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Del Rivero Pérez, Roberto, Levin Rojo, Sol Katherine y Zorrilla Drago, Paola** (2015), *Modelar la edición: de la conceptualización de productos editoriales a la circulación en soportes diferenciados*, Idónea Comunicación de Resultados, Maestría en Diseño y Producción Editorial, México, UAM Xochimilco.
- Escalante Gonzalbo, Fernando** (2007), *A la sombra de los libros: lectura, mercado y vida pública*, México, El Colegio de México.
- Esqueda, Román** (2003), *El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*, México, Designio, segunda edición.
- Ferreiro, Emilia** (2001), “Leer y escribir en un mundo cambiante”, en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 11, invierno 2001-2002, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Fevre, Lucien y Henri-Jean Martin** (2014), *La aparición del libro*, México, Fondo de Cultura Económica, Colección Libros sobre Libros.

- Fondo de Cultura Económica** (2024), *Informe de Gestión Gubernamental 2018-2024*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Freeman**, C. y Soete, L. (2009), “Developing Science, technology and innovation indicators: What we can learn from the past”, *Research Policy*, Vol. 38, pp. 583-589.
- Frenk**, Margit (1996), “La lectura silenciosa y la lectura en voz alta”, en *Espacios para la lectura*, año 1, número 2, primavera 1996, México, FCE.
- García Canclini**, Néstor (1985), *Cultura y Sociedad. Una Introducción*, Cuadernos, SEP.
- García Canclini**, Néstor (1986), *Desigualdad cultural y poder simbólico. La sociología de Pierre Bourdieu*, Cuaderno de Trabajo núm. 1, México, INAH.
- García Canclini**, Néstor (2000), *Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina*, Volumen 33, Número 129, Instituto de Estudios Internacionales, Universidad de Chile.
- Guadarrama**, Víctor Hugo (2016), *Indicadores de ciencia, tecnología e innovación*, Foro Consultivo Científico y Tecnológico, México.
- Heath**, Jonathan (2012), *Lo que indican los indicadores: cómo utilizar la información estadística para entender la realidad económica de México*, INEGI, México.
- Heskett**, John (2002), *El diseño en la vida cotidiana*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Horkheimer**, Max y Theodor Adorno (1998) *Dialéctica de la ilustración*. Fragmentos filosóficos, España, Editorial Trotta.
- Howkins**, John (2001), *The creative Economy. How People Make Money from Ideas*, Penguin Books Limited, Londres.
- IMPI** (2024) *Encuesta nacional sobre hábitos de consumo de piratería e investigación en materia de protección y promoción de los derechos de propiedad industrial*, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
- INEGI**, Banco de Información Estadística (BIE), consultado en: <https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/?tm=0>
- INEGI** (2016), “Importancia de la información estadística” consultado en línea en la sección: <https://goo.gl/6HehbT> (noviembre de 2016).
- INEGI** (2013), *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)*, México 2013 Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México, 588 p.
- Kloss**, Gerardo (2015), “El diseño de la edición no es más que un astillero de signos” en *Diseño en Síntesis. Reflexiones sobre la cultura del diseño*, año 23, número 52/53, UAM Xochimilco, México.
- Kloss**, Gerardo (2013), *Antologías. Historia, diseño y edición*, México, UAM Xochimilco.
- Kloss**, Gerardo (2009), *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*, UAM Xochimilco, México.
- Kloss**, Gerardo (2007), *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*, México, Editorial Universitaria.
- Kloss**, Gerardo y Argentina Aranda (2006), “El diseño y el proceso editorial” en *Investigación y Diseño*. Anuario de posgrado 03, México, UAM Xochimilco, CyAD.
- Lakoff**, Gerooge y Mark Johnson (2001), *Metáforas de la vida cotidiana*, Catedra, Madrid.
- Ley de Fomento para la Lectura y el Libro**, *Diario Oficial de la Federación*, Congreso de la Unión, publicada el 24 de julio de 2008, última reforma el 29 de noviembre de 2023.

- López Hernán** y **Malumián Víctor** (2016), *Independientes ¿de qué? Hablan los editores de América Latina*, México, Fondo de Cultura Económica, colección Libros sobre Libros.
- McKenzie** (2005), *Bibliografía y sociología de los textos*, Ediciones Akal, Madrid, España.
- Megg**, Philip (2010), *Historia del diseño gráfico*, México, Editorial Trillas.
- Mendenhall William**, **Beaver Robert** y **Bárbara Beaver** (2015), *Introducción a la probabilidad y estadística*, 14a edición, México, Cengage Learning.
- Mondragón**, Angélica (2002), ¿Qué son los indicadores? en *Notas*. Revista de información y análisis, núm. 19, julio-septiembre, INEGI.
- Morales**, Mariana (2017), “Mediación con niños de 6 a 12 años”, lectura para el *Seminario de aplicación y evaluación*, Maestría en Diseño y Producción Editorial, UAM, México.
- Naciones Unidas** (2024), *Creative Economy Outlook 2024, Technical and Statistical Report*, Naciones Unidas, Nueva York, 136p.
- OCDE** (1976), *Science and Technology Indicators*. DSTI/SPR/76.43.
- Úrculo de Miguel**, Blanca (2024), *El sector editorial en México*, Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México, España.
- Orozco**, Guillermo y **González**, Rodrigo (2012). *Una Coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Editorial Tintable, México.
- Perelman**, Chaim y **Tyteca Olbrechts** (1989), *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Editorial Gredos.
- Piedras**, Ernesto (2013), *Desempeño económico de la industria editorial en México*. WIPO, Nomismae Consulting, diciembre de 2013.
- Piedras**, Ernesto (2004), *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, CANIEM, CONACULTA, SOGEM, SACM.
- Pimentel**, Manuel (2007), *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*, Ed. Berenice, España.
- PNUD** y **UNCTAD** (2010), *Informe sobre la economía creativa 2010. Una opción factible de desarrollo*, Naciones Unidas, Nueva York, 482p.
- ProChile** (2020), *Estudio del Sector Editorial en México*, Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, Oficina Comercial de Chile en Guadalajara, ProChile y G&G Gestoría en Comercio Exterior, Chile.
- Rivera**, Antonio (2013), *La nueva educación del diseñador gráfico*, México, Designio.
- Rivera**, Antonio (2011), (compilador) *Antologías. Ensayos sobre retórica y diseño*, México, UAM Xochimilco.
- Rivera**, Antonio (2007), *La retórica en el diseño gráfico*, México, Encuadre.
- Ruiz Durán**, Clemente (2004), *Potencialidades de las entidades federativas para desarrollar núcleos de economía digital*, México, UNAM.
- Schiffrin**, André (2006), *El control de la palabra*. México, Ediciones Era.
- Schiffrin**, André (2001), *La edición sin editores*. México, Ediciones Era.
- Secretaría de Educación Pública** (2024), *Informe Final de la Estrategia Nacional de Lectura 2019-2024*, México, Secretaría de Educación Pública.
- UNESCO** (2022) *Repensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global*. UNESCO, París, Francia.
- UNESCO** y **PNUD** (2014), *Informe sobre la economía creativa, edición especial 2013. Ampliar los causes de desarrollo local*, UNESCO, París, Francia.

UNESCO (2014a), *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Guía de implementación*, UNESCO, París, Francia.

UNESCO (2014b), *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual metodológico*, UNESCO, París, Francia.

UNESCO (2009), *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO, 2009*. Instituto de Estadística de la UNESCO, Canadá, 98p.

Zaid, Gabriel (Compilador) (1985), *Daniel Cosío Villegas: imprenta y vida pública*, México, Fondo de Cultura Económica, Colección Vida y pensamiento de México. Primera reimpresión, 2005.

Seminarios

Apuntes del *Seminario de Aplicación y Evaluación* impartido en el sexto trimestre en la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM Xochimilco, enero-marzo de 2017. Impartieron: Marco Moctezuma, Lourdes Morán, Marcela Romero, Socorro Venegas, Jerónimo Repoll, Julián Romero, Arturo Ahmed, Marco Alfaro, Edgar García Valencia, Luis Maya, Verónica Soria Ramírez, Patricia de la Rosa, Lourdes Epstein, Antonio Sánchez e Ivonne Lujano.

Sistemas de consulta en línea

Actualidad Editorial

<https://www.actualidadeditorial.com>

CANIEM

<https://caniem.mx/descargas/descargas.php>

Censos Económicos

<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019>

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Cerlalc

Ecosistema editorial

<https://cerlalc.org/area/ecosistema-del-libro>

Data México

<https://www.economia.gob.mx/datamexico>

Datareportal

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-mexico>

Datos abiertos - INDAUTOR - ISBN

<https://www.indautor.gob.mx/datos-abiertos.php>

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

Editamos

<https://editamos.com.mx>

INEGI, Cuenta Satélite de Cultura

<https://www.inegi.org.mx/temas/cultura>

Informe ISBN 2022

https://lookerstudio.google.com/u/0/reporting/a851cd18-4904-48b9-a02a-bfb0371a3a1c/page/p_bljax3frnc

Instituto Federal de Telecomunicaciones

<https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/en-mexico-75-de-las-personas-consumen-contenidos-audiovisuales-en-tv-abierta-y-54-en-plata-formas-por>

Observatorio de Complejidad Económica (OEC)

<https://oec.world/es>

Plataforma Nacional de Transparencia

<https://www.plataformadetransparencia.org.mx/Inicio#/solicitudes>

Scimago Institutions Ranking 2024

<https://www.scimagoir.com>

Sistema de Información Cultural

<https://sic.gob.mx>

Sistema Integrado de Información de la Educación Superior

<https://www.sii.es.unam.mx/index.php>

Sistema Nacional de Datos Abiertos

<https://datos.gob.mx/busca/dataset>

Statista.com

<https://es.statista.com/grafico/26216/el-uso-de-la-television-en-el-mundo>

Anexos

7

Anexo 1

Directorio de editoriales

Editoriales del sector privado

Editorial Eximia

Aguascalientes, Aguascalientes
Género: Interés General
www.facebook.com/eximiaed

Grupo Editorial Kaos

Aguascalientes, Aguascalientes
Género: Interés General
www.facebook.com/editorialKaos

Libros de México

Aguascalientes, Aguascalientes
Género: Historia de México
librosdemexico.org

Mester Editorial

Aguascalientes, Aguascalientes
Género: Interés General
www.facebook.com/MesterEditorial

Ediciones ILCSA

Tijuana, Baja California
Género: Servicios Editoriales
www.facebook.com/ilcsaediciones

Editorial Ferdel

Tijuana, Baja California
Género: Interés general
editorialferdel.mx

Santel Programas Educativos

Tijuana, Baja California
Género: Libro de texto
santel.com.mx

Ediciones Morbo

Campeche, Campeche
Género: Interés General
www.facebook.com/ediciones.morbo

Editorial Fray Bartolomé de las Casas

San Cristóbal de las Casas, Chiapas
Género: Interés General
editorialfrayba.blogspot.com

Editorial Indígena Taller Leñateros

San Cristóbal de las Casas, Chiapas
Género: Libro Arte Objeto
www.tallerlenateros.com

17, Editorial

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Laboratorio editorial

17editorial.org

Abdo Producciones S.A. de C.V.

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Libro de texto

abdoediciones.wixsite.com/abdo-producciones

Academia Mexicana de la Lengua

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Lengua Española

academia.org.mx/publicaciones

Akal

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Interés general

www.akal.mx

Alboroto Ediciones

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés General

alborotoediciones.com

Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés general

www.alfaomega.com.mx

AM Editores (Arquitectos Mexicanos)

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Arquitectura y Diseño

www.ameditores.com

Amaquemecan

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

www.facebook.com/EditorialAmaquemecan

Amtalai Publishers

Ciudad de México

Género: Autoconocimiento y Espiritualidad

www.facebook.com/amtalaipublishers

Ángeles Editores, S.A. de C.V.

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Educación

angeleseditores.mx

Árbol Editorial

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.arboleditorial.com.mx

Arquine

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Arquitectura y Diseño

www.arquine.com

Ars Optika Editores S.A. de C.V.

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Teoría y Diseño

www.arsoptikaeditores.com.mx

Artes de México

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

www.artesdemexico.com

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), Departamento Editorial

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Educación

publicaciones.anuies.mx

Beek Technologies SAPI de C.V.

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Audio Libros

www.beek.io

Berbera Editores, S.A. de C.V.

Gustavo A. Madero, Ciudad de México

Género: Esoterismo

berbera.com.mx

Caligrafix México

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

www.caligrafix.mx

Caligrama Editores

Cauhtémoc, Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic

www.caligrama.com.mx**Casa Editorial**

Gustavo A. Madero, Ciudad de México

Género: Comercio exterior

editorialcasa.com.mx**Cayuco Editorial**

Xochimilco, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

www.editorialcayuco.mx**Cengage (NGL, Gale)**

Iztapalapa, Ciudad de México

Género: Interés general

latam.cengage.com**Centro de Información y Desarrollo de la Comunicación y la Literatura Infantiles (CIDCLI)**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

cidcli.com**Centro Editorial Versal**

Cauhtémoc, Ciudad de México

Género: Servicios Editoriales

www.versal.com.mx**Chematierra**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Científico

chematierra.mx**Cielo Abierto**

Cauhtémoc, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

www.facebook.com/EblCieloAbierto**Colorines Educación**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Educación

colorineseducacion.com**Combel Editorial**

(Editorial Bambú y Editorial Casals)

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

www.combeeditorial.com.mx**Compañía Editorial Nueva Imagen**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Libro de texto

editorialnuevaimagen.com**Compartir**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Servicios Editoriales

www.santillanacompartir.com.mx**Comunicación Científica**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Académico

comunicacion-cientifica.com**Condé Nast México**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Conglomerado de Comunicación

www.condenast.com/es-mx**Constantine Editores**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Inclusión

constantineeditores.mx**Costa-AMIC Editores**

Iztacalco, Ciudad de México

Género: Interés general

costaamic.com**Delfín Editorial**

Gustavo A. Madero, Ciudad de México

Género: Interés general

delfineditorial.com**Disruptiva Ediciones, S.A. de C.V.**

Iztapalapa, Ciudad de México

Género: Materiales educativos

www.disruptivaediciones.com

DobleII Education Group

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Materiales educativos

doblelleducationgroup.com**Documentación y Estudios de Mujeres**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Inclusión

www.demac.org.mx**Dreams Art, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

dreamsart.mx**Edebé Ediciones Internacionales, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.edebe.com.mx**Edelvives (Editorial Progreso, S.A. de C.V.)**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.edelvivesmexico.com/sl**Ediciones 72**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Religión

www.ediciones72.com**Ediciones Andrade, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

www.leginfor.com/sections/publicity/andrade/leyes.htm**Ediciones Chulas**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Feminismo

www.lasreinaschulasac.org/proyectos/ediciones-chulas**Ediciones Dabar S.A. de C.V.**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Religión

dabar.com.mx**Ediciones del Libro Azul Guía EBC**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Manuales, guías o directorios

www.libroazul.com/index.php**Ediciones El Naranja, S.A. de C.V.**

Magdalena Contreras, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

edicioneselnaranja.com.mx**Ediciones en Ingeniería Educativa, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Materiales educativos

www.inedu.mx**Ediciones Era, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Literatura

www.edicionesera.com.mx**Ediciones Fiscales ISEF**

Instituto Superior de Estudios Fiscales

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Economía y finanzas

www.libreriaisef.com.mx**Ediciones Granica México, S.A. de C.V.**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Interés General

granicaeditor.com/default.asp**Ediciones Larousse, S.A. de C.V.**

(Hachette Livre México)

Azcapotzalco, Ciudad de México

larousse.mx**Ediciones Paulinas, S.A. de C.V.**

Iztapalapa, Ciudad de México

Género: Religión

paulinas.com.mx**Ediciones Pentagrama S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Música México

www.pentagrama.com.mx

Ediciones Punto Fijo, S.A. de C.V.

Gustavo A. Madero, Ciudad de México

Género: Libro de texto

edicionespuntofijo.com**Ediciones Quinto Sol, S.A. de C.V.**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Servicios Editoriales

edicionesquintosol.com**Ediciones Tecolote**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Arte y cultura

www.edicionestecolote.com/quien.htm**Ediciones Transversales**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés General

edicionestransversales.tumblr.com**Ediciones Urano México, S.A. de C.V.**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Interés general

www.edicionesurano.com**Ediciones y Distribuciones Logos, S.A. de C.V.**

Ciudad de México

Género: Religión

www.facebook.com/BibliasLogos**Ediciones y Publicaciones Combel**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

www.combeeditorial.com.mx**Editora y Distribuidora Fausto, S.A. de C.V.**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Literatura

editorafausto.com**Editores de Textos Mexicanos, S.A. de C.V.**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Ciencias de la Salud

etmsa.com.mx/index.html**Editores Mexicanos Unidos, S.A.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Literatura

editoresmexicanosunidos.mx**Editorial Alfil, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Ciencias de la Salud

editafil.com**Editorial Algarabía**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

algarabia.com**Editorial Amolca, S.A. de C.V.**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Ciencias de la Salud

amolca.com.mx**Editorial Aquitania Siglo XXI**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

editorial.aquitania-xxi.com**Editorial Avante, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.editorialavante.com.mx**Editorial Balam**

Ciudad de México

www.facebook.com/ijeditora**Editorial Buena Prensa, A.C**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Religión

www.buenaprensa.com**Editorial Chichicaste S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés General

www.revistapersonae.com

Editorial Cidcli, S.C.

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

cidcli.com**Editorial Colofón**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Interés general

colofonlibros.mx**Editorial Corinter**

Corporativo Intermédica, S.A. de C.V.

Ciudad de México

Género: Ciencias de la salud

corinter.mx**Editorial Crónicas y Leyendas****Mexicanas, A.C.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Crónicas y Leyendas

www.cronicasyleyendasmexicanas.com.mx**Editorial de Asesores en Comunicación****Médica (ACECOM)**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Servicios Editoriales

asecom.mx/productos.html**Editorial de la Asociación Mexicana****para la Salud Sexual, A.C.**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Sexualidad

www.amssac.org**Editorial de la Fundación Ing. Alejo****Peralta y Díaz Ceballos, IBP**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

www.fundacionalejoperalta.org**Editorial De Otro Tipo, S.A. de C.V.**

Xochimilco, Ciudad de México

Género: Interés General México

deotrotipo.com**Editorial del Colegio Nacional****de Matemáticas**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Matemáticas

www.conamat.com**Editorial Delti, S.A. de C.V.**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Idiomas

www.delti.com.mx**Editorial Dreamers**

Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic

www.editorialdreamers.com**Editorial Edere, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Educación

edere01.wixsite.com/edere**Editorial El Manual Moderno, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Académico

www.manualmoderno.com**Editorial Empreser**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Idiomas

www.empreserelt.com**Editorial Epeelee**

La Magdalena Contreras, Ciudad de México

Género: Psicoanalítica

www.epeelee.org/editorial**Editorial Época, S.A. de C.V.**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Interés general

editorialepoca.com.mx**Editorial Fata Morgana, S.A. de C.V.**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Pensamiento Junguiano

www.fatamorgana.com.mx

Editorial Fontamara

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Interés general

www.fontamara.com.mx**Editorial Grano de sal**

Ciudad de México

Género: Interés General

granodesal.com**Editorial Grupo destiempos****S. de R. L. de C.V.**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Soluciones Digitales

www.grupodestiempos.com**Editorial Herder México**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés general

herder.com.mx/es**Editorial Hiperlibro, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés general

editorialhiperlibro.com**Editorial Ink (Sextil Online, S.A. de C.V.)**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Interés general

editorial-ink.com**Editorial Jerusalem de México**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Religión

www.jerusalemdeMexico.com**Editorial La Cruz**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Religión

lacruz.mx**Editorial Lectorum, S.A. de C.V.**

Iztapalapa, Ciudad de México

Género: Interés general

www.lectorum.com.mx**Editorial Lenguaraz, S. de R.L. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

lenguaraz.com.mx**Editorial Mango Manila**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Interés general

www.editorialmangomanila.com**Editorial MD**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Educación

www.editorialmd.com**Editorial Médica Panamericana**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Ciencias de la Salud

www.medicapanamericana.com/es-MX**Editorial Mundo Hispano México**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Religión

editorialmh.mx**Editorial Nicolasa**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Arte y cultura

www.editorialnicolasa.com**Editorial Nun**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Interés general

www.editorialnun.com.mx**Editorial Panini México**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic

www.paninigroup.com/es/mx**Editorial Paralelo 21 /****Mexicanísimo Editorial**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

www.mexicanisimo.com.mx

Editorial Portavoz

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Religión

www.portavoz.com

Editorial Raíces, S.A. de C.V.

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

tienda.raices.com.mx

Editorial Salvat

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Ediciones de Colección

mx.salvat.com

Editorial Santillana, S.A. de C.V.

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.santillana.com.mx

Editorial Selector

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés General

www.selector.com.mx

Editorial Televisa S.A. de C.V.

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Interés General

mediakit.editorialtelevisa.com.mx

Editorial Tharpa México

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Religión

tharpa.com/mx

Editorial Themis, S.A. de C.V.

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

www.themis.com.mx

Editorial Tintable

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Diseño, arte y comunicación

www.tintable.com.mx

Editorial Trillas, S.A. de C.V.

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Educación

etrillas.mx

Editorial Utrilla

Ciudad de México

Género: Interés General

www.facebook.com/editorialutrillamx

Editorial Verdehalago, S.A. de C.V.

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Libro Arte Objeto

www.verdehalago.com.mx

Editorial Vicens Vives

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Educación

www.vicensvives.com.mx

Edufam Ediciones, S.A. de C.V.

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Feminismo

www.edufam.com.mx

Elefanta Editorial

Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

www.elefantaeditorial.com

English For You

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Idiomas

singinenglish.com

Enlace Arquitectura

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Arquitectura y Diseño

enlacearquitectura.com

Epicbook

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Biografías

www.epicbook.io

Excelencia Educativa Editorial

Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.excelencia-educativa.com**Flores Editor y Distribuidor**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

www.floreseditor.com.mx**Fomento Cultural CitiBanamex**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

fomentoculturalbanamex.org/publicaciones.html**Fondo Editorial de la Fundación Manuel Buendía, A.C.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

<https://www.fundacionbuendia.org.mx>**Fundación Jumex Arte Contemporáneo**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Arte y cultura

www.fundacionjumex.org/es**Fundación SM de Ediciones México, A.C.**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

mx.fundacion-sm.org/**G21 Comunicación**

(Impresiones Aéreas, S.A. de C.V.)

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Servicios Editoriales

g21.com.mx**Gallardo Ediciones, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

gallardoediciones.com**Gema Editores**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Religión

tiendagemaeditores.com.mx**Grupo Cultural Lizma**

Iztacalco, Ciudad de México

Género: Interés General

www.facebook.com/GrupoCulturalLizma**Grupo Editor Orfila Valentini**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Ciencias Sociales

orfilavalentini.com**Grupo Editorial Águeda**

Cuauhtémoc Ciudad de México

Género: Libro Arte Objeto
editorialagueda.com**Grupo Editorial Edilar**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Educación

www.edilar.com**Grupo Editorial Éxodo, S.A. de C.V.**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Interés General

www.editorialexodo.mx**Grupo Editorial Expansión**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Conglomerado de Comunicación

grupoexpansion.com**Grupo Editorial Lectio S.A. de C.V.**

Iztapalapa, Ciudad de México

Servicios Editoriales

www.lectio.com.mx**Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Interés General

maporrúa.com.mx**Grupo Editorial Neisa**

Naucalpan de Juárez, Estado de México

Género: Interés General

neisa.com.mx

Grupo Editorial Tierra de Libros

(Pax, Terracota, Ediciones del Medio Día)
Benito Juárez, Ciudad de México
Género: Interés General
www.terradelibros.com

Grupo Editorial Tomo, S. A. de C. V.

(Tomo Books MX)
Benito Juárez, Ciudad de México
Género: Interés General
tomobooks.mx.com/store.asp

Grupo Medios

Benito Juárez, Ciudad de México
Conglomerado de Comunicación
grupomedios.com

Grupo Noriega Editores

(Editorial Limusa)
Cuauhtémoc, Ciudad de México
Género: Interés General
limusa.com.mx

Grupo Planeta

Miguel Hidalgo, Ciudad de México
Género: Interés General
www.planetadelibros.com.mx

Guía Roji, S.A. de C.V.

Coyoacán, Ciudad de México
Género: Cartografía
www.guiaroji.com.mx

Hachette Livre México

Azcapotzalco, Ciudad de México
Género: Interés General
hachettelivre.mx

HarperCollins México

Benito Juárez, Ciudad de México
Género: Interés General
www.harperenfoque.com

Ibcon, S.A.

Miguel Hidalgo, Ciudad de México
Género: Directorios
www.ibcon.com.mx

Ibuk Media Speak

Iztapalapa, Ciudad de México
Género: Interés General
fokusbuk.com

Ink It

Cuajimalpa, Ciudad de México
Género: Soluciones Digitales
ink-it.ink

Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Miguel Hidalgo, Ciudad de México
Género: Jurídico, fiscal y contable
imcp.org.mx

Intersistemas, S.A. de C.V.

Miguel Hidalgo, Ciudad de México
Género: Ciencias de la Salud
intersistemas.com.mx

IQ Libros y Arte

Cuauhtémoc, Ciudad de México
Género: Interés General
iqadmonlae.wixsite.com/tvmx

La Cabra Ediciones, S.A. de C.V.

Coyoacán, Ciudad de México
Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.lacabraediciones.com

La Cifra Editorial

Benito Juárez, Ciudad de México
Género: Novela Gráfica y Cómic
www.lacifraeditorial.com.mx

La Orquídea Errante Editores

Benito Juárez, Ciudad de México
Servicios Editoriales
la-orquidea-errante-editores.ueniweb.com

LadoLibro

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés General

www.ladolibro.com.mx**Lechuga y Bolaños Editores, S.A. de C.V.**

Ciudad de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

www.lechugabolanoseditores.com**Letra Final, S.A. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

letra.com**Letra Cardinal**

(Editores Malva, S. de R.L. de C.V.)

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Servicios Editoriales

letracardinal.com**Liber Cats, S.A. de C.V.**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Veterinaria

www.libercats.com**Librería de Porrúa Hermanos y Cía. S.A de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés general

porrua.mx**Libros para Imaginar**

Magdalena Contreras, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

librosparaimaginar.com.mx**LID Editorial**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Interés General

www.lideditorial.com**Lucova Editores**

Ciudad de México

Servicios Editoriales

m.lucovaeditores.com**Macmillan Educación, S.A de C.V.**

Ediciones Castillo, S.A. de C.V.

Ciudad de México Benito Juárez

Género: Educación

www.edicionescastillo.com**Madre Editorial**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Distribución de libros

madreditorial.com**Malabar Editorial**

Benito Juárez, Ciudad de México

Servicios Editoriales

malabar-ed.com**MaNgOs de HaChA**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

mangosdehacha.com**MC Méndez Cortés Editores, S.A. de C.V.**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.facebook.com/MendezCortesEditores**McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.**

Cuajimalpa, Ciudad de México

Género: Educación

www.mheducation.com.mx**Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V.**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Directorio de Medios

www.mpm.com.mx**Méndez Editores, S.A. de C.V.**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Ciencias de la Salud

mendezeditores.com.mx**Monclem Ediciones S.A. de C.V.**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Idiomas

www.monclem.com

Mundi-Prensa México, S.A. de C.V.

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Agricultura

www.mundiprensa.mx**Norma Editorial, S.A.**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic

www.normaeditorial.com**Nostra Ediciones / Panorama Editorial**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

www.nostraediciones.com**Nueva Editorial Lucero, S.A. de C.V. /****Grupo Editorial LAN**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Libro de texto

lucerozano.com.mx**PasodeGato**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Artes Escénicas

pasodegato.com/homepage/servicios-editoriales**Patria Educación**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Educación

editorialpatria.com.mx**Pearson Educación de México, S.A. de C.V.**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Educación

www.pearsonenespanol.com/mexico**Penguin Random House Grupo Editorial**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Interés General

www.penguinlibros.com/mx**Perla Ediciones**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Literatura

perlaediciones.com**Plaza y Valdés Editores México**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés General

plazayvaldes.com.mx**Pleroma Ediciones**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

www.pleroma.com.mx/index.html**PLM (Para Los Médicos, S.A. de C.V.)**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Ciencias de la Salud

www.medicamentosplm.com/Home/Publicaciones**Proyecto M2050, S.A. de C.V.**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Servicios Editoriales

www.proyectom2050.org**Publicaciones Interactivas, S.A. de C.V.**

Azcapotzalco, Ciudad de México

Género: Soluciones Digitales

publicacionesint.com.mx**Quimera ediciones**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

quimeraeds.blogspot.mx**Revista Mexicanísimo**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Interés General

mexicanisimo.com.mx**Ríos de Tinta**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.riosdetinta.com**Siglo XXI Editores**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Ciencias Sociales

www.sigloxxieditores.com.mx

SM de Ediciones, S.A. de C.V.

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Libro de texto

www.grupo-sm.com/mx**Sociedad Mexicana de Inteligencia****Artificial, A.C.**

Ciudad de México

Género: Inteligencia Artificial

smia.mx/smia_Editorial.php**Solar Servicios Editoriales S.A. de C.V.**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Interés General

www.solareditores.com**Terreno Baldío Arte**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

terrenobaldio.com**Timón Educación**

Iztapalapa, Ciudad de México

Género: Libro de texto

timoneduccion.com**Tintanueva Ediciones**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Interés General

www.facebook.com/Tintanueva-Ediciones-160130234006286**Tirant Lo Blanch**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

editorial.tirant.com/mex**Tumbona Ediciones**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

www.tumbonaediciones.com**Turner México**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

www.turnerlibros.com**Unicef México**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Educación

www.unicef.org/mexico/publicaciones-e-informes**Viubux**

Ciudad de México

Género: Audio Libros

www.viubux.com**VR Editoras, S.A. de C.V.**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

www.vreditorasonline.com.mx**Winbook, S. de R.L. de C.V.**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Infantil y juvenil

winbook.com.mx**Alamilla Editores**

Saltillo, Coahuila

Género: Manuales, guías o directorios

www.facebook.com/AlamillaEditores**Compañía Editora de la Laguna S.A. de C.V.**

(EL Siglo de Torreón y Celsa Editores)

Torreón, Coahuila

www.elsiglodetorreon.com.mx/archivos/terminos**Puertabierta Editores**

Colima, Colima

Género: Interés General

www.puertabierta.com.mx**ACD 513**

Toluca, Estado de México

Servicios Editoriales

www.acd513.com**Advanced Marketing S. de R.L. de C.V.**

Naucalpan de Juárez, Estado de México

Género: Infantil y juvenil

www.amslibros.com

Asys Editores, S.A. de C.V.

Texcoco, Estado de México

Género: Libro de texto

asyseditores.com**Cade Books & Media**

Naucalpan, Estado de México

Género: Libro de texto

www.cadebooksmedia.com**Casia Creaciones**

Nopaltepec, Estado de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

casiacreaciones.com.mx**Correo del Maestro (Grupo Edilar)**

Naucalpan, Estado de México

Género: Libro de texto

www.correodelmaestro.com**Derecho Global Editores, S.A. de C.V.**

Naucalpan de Juárez, Estado de México

Género: Jurídico, fiscal y contable

derechoglobal.com.mx**Diablura Ediciones**

Toluca, Estado de México

Género: Literatura

www.facebook.com/diablura.editorial**Ecoe Ediciones México**

Tlalnepantla de Baz, Estado de México

Género: Académico

www.ecoediciones.mx**Ediciones Dos Puntos**

Estado de México

Género: Interés General

www.facebook.com/ediciones2puntos**Ediciones Eddiver**

(Ediciones didácticas y divertidas)

Tlalnepantla de Baz, Estado de México

Género: Libro de texto

eddiver.net/index.php/fondo-editorial**Ediciones Euroméxico, S.A. de C.V.**

Tlalnepantla de Baz, Estado de México

Género: Libro de texto

www.euromexico.com.mx/index.html**Ediciones Leyenda S.A. de C.V.**

Nezahualcóyotl, Estado de México

Género: Literatura

www.edicionesleyenda.com.mx**Ediciones Selectas Diamante, S.A. de C.V.**

Atizapán de Zaragoza, Estado de México

Género: Interés General

www.editorialdiamante.com**Editorial Esfinge, S. de R.L. de C.V.**

Naucalpan de Juárez, Estado de México

Género: Educación

esfinge.mx/inicio**Editorial Grañén Porrúa**

Naucalpan de Juárez, Estado de México

Género: Interés General

www.editorialgranenporrua.com.mx**Editorial Gustavo Gili de México, S.A.**

Naucalpan de Juárez, Estado de México

Género: Interés General

editorialgg.com.mx/**Editorial Océano de México, S.A. de C.V.**

Tlalnepantla de Baz, Estado de México

Género: Interés General

oceano.mx**Editorial Viadas S.A. de C.V.**

Naucalpan de Juárez, Estado de México

Soluciones Digitales

www.editorialviadastienda.com**Grupo Editorial García, S.A. de C.V.**

Cuautitlán Izcalli, Estado de México

Género: Infantil y juvenil

editorialgarcia.mx

Innovación Editorial Lagares de México, S.A. de C.V.

Naucalpan de Juárez, Estado de México
Género: Interés General
www.lagares.com.mx

La Torre del Vigía, A.R.

Texcoco, Estado de México
Género: Religión
www.jw.org/es

Lexus Editores

Tlalnepantla, Estado de México
Género: Infantil y juvenil
www.lexuseditores.com.mx

Paidotribo México

Naucalpan de Juárez, Estado de México
Género: Educación Física y Deporte
paidotribomexico.mx

Universo de Libros, S.A. de C.V.

Tlalnepantla de Baz, Estado de México
Género: Novela y Literatura
sofiastamatio.wixsite.com/universodelibros

Editorial Lair

León, Guanajuato
Género: Manuales, guías o directorios
www.directorionacionaldelcalzado.com.mx

Editorial Elementum

Pachuca, Hidalgo
Género: Interés General México
editorialelementum.art

Arquitónica Editorial

Guadalajara, Jalisco
Género: Arquitectura y Diseño
arquitonica.com

Conexión Gráfica, S.A. de C.V.

Guadalajara, Jalisco
Género: Arquitectura y Diseño
www.conexiongrafica.com.mx

Editorial Alba S.A. de C.V.

(Sociedad de San Pablo)
Guadalajara, Jalisco
Género: Religión
sanpablo.com.mx

Editorial Geu México, S. de R.L. de C.V.

Guadalajara, Jalisco
Género: Educación
www.editorialgeu.com.mx

Editorial Unisan

Zapopan, Jalisco
Género: Interés General
editorialunisan.mx

El Tintero Taller Editorial

Guadalajara, Jalisco
Servicios Editoriales
eltinterotallereditorial.com.mx

Grupo Editorial Literato

Guadalajara, Jalisco
Género: Interés General
grupoliterato.com

Montenegro Editores, S.A. de C.V.

Guadalajara, Jalisco
Género: Materiales Educativos
montenegroeditores.com.mx/inicio/inicio

Petra Ediciones

Zapopan, Jalisco
Género: Literatura
www.petraediciones.com

Ser Editorial

Guadalajara, Jalisco
Género: Interés General
sereditorial.com/index.php

Shanti Nilaya Editorial

Zapopan, Jalisco
Servicios Editoriales
editorial.shantinilaya.life

Tierra Fertil Multimedia
Editorial Agropecuaria
Zapopan, Jalisco
Soluciones Digitales
tierrafertil.com.mx

We Love Books
Guadalajara, Jalisco
Género: Infantil y juvenil
welovebooksshop.com

ABZ Editores, S.A. de C.V.
Morelia, Michoacán
Género: Jurídico, fiscal y contable
abzeditores.wixsite.com/2020

Ediciones Papiro Omega S.A. de C.V.
Morelia, Michoacán
Servicios Editoriales
www.facebook.com/PapiroOmegaEdit

Editorial Morevalladolid S. de R.L. de C.V.
Morelia, Michoacán
Género: Interés General
www.facebook.com/morevalladolid

Casa Editorial Tori
Cuernavaca, Morelos
Género: Novela Gráfica y Cómic
<https://x.com/ToriEditorial>

Ediciones Eternos Malabares
Cuernavaca, Morelos
Género: Literatura
eternos-malabares.webnode.es

Editorial Praxis
Cuernavaca, Morelos
www.editorialpraxis.com

Berakoth Ediciones
Monterrey, Nuevo León
Género: Religión
www.berakoth.com.mx

Ediciones con Estilo
Monterrey, Nuevo León
Género: Materiales Educativos
www.facebook.com/EdicionesConEstilo7

Editorial Octaedro División México
Guadalupe, Nuevo León
Género: Educación
octaedromx.com

Ek Editores, S.A. de C.V.
Monterrey, Nuevo León
Género: Libro de texto
ekeditores.com

Neuronía Publications
San Pedro Garza García, Nuevo León
Género: Interés General
www.neuroniapublications.com

Web360 Agencia Digital, S.A. de C.V.
Monterrey, Nuevo León
Género: Soluciones Digitales
web360.mx

Fundación Alfredo Harp Helú
Oaxaca de Juárez, Oaxaca
Género: Interés General
fahho.mx/cat/publicaciones/libros/#filtro

Algaba Ediciones, S.A. de C.V.
(Editorial Edaf España)
Puebla, Puebla
Género: Interés General
www.edaf.net

Ediciones las Américas, A.C.
Puebla, Puebla
Género: Religión
www.edicioneslasamericas.com

Editorial Pegasso
Puebla, Puebla
Género: Interés General
editorialpegasso.com

**Educación y Cultura, Asesoría
y Promoción, S.C.**

Puebla, Puebla
eycmexico.com

Gil Editores

Puebla, Puebla
Género: Educación
www.gileditores.com

Grupo Editorial Benma, S.A. de C.V.

Puebla, Puebla
Género: Interés General
grupoeditorialbenma.blogspot.com

Grupo Editorial MX

Cholula, Puebla
Género: Educación
grupoeditorialmx.com

Menique Ediciones

Puebla, Puebla
Género: Infantil y juvenil
editorialmenique.com

Ediciones Zetina

Querétaro, Querétaro
Género: Interés General
libreriaedicioneszetina.librantida.com/?idp=9

Editorial Endira

San Juan del Río, Querétaro
Género: Literatura
endiraoficial.wordpress.com

Educación Conrumbo

Querétaro, Querétaro
Género: Ciencias Sociales
conrumbo.org

Par Tres Editores S.A. de C.V.

Querétaro, Querétaro
Género: Literatura
www.par-tres.com

Grupo Ibalpe Editores de México

Mazatlán, Sinaloa
Género: Interés General
www.ibalpe.com

Editorial Digital 3k S.A. de C.V.

Hermosillo, Sonora
Género: Servicios Editoriales
www.editorial3k.com

Editorial Garabatos S.A. de C.V.

Hermosillo, Sonora
Género: Interés General
www.facebook.com/garabatos.editorialsonoreense

Editorial Orbis Press

Hermosillo, Sonora
Género: Interés General
www.orbispress.com

Qartuppi, S. de R.L. de C.V.

Hermosillo, Sonora
Género: Soluciones Digitales
qartuppi.com

Aquelarre Ediciones S.A. de C.V.

Xalapa, Veracruz
Género: Literatura
www.aquelarreediciones.com

Editorial Las Animas

Xalapa, Veracruz
Género: Arte y Cultura
editoriallasanimas.com

Editorial Dante S.A. de C.V.

Mérida, Yucatán
Género: Interés General
www.libreriadante.com.mx

Taberna Librería Editores

Zacatecas, Zacatecas
Género: Literatura
www.facebook.com/tabernalibrariaeditores

Editoriales independientes

Pie Rojo Ediciones

Aguascalientes, Aguascalientes
Servicios Editoriales
www.pierojoediciones.com

Servicios Editoriales de Aguascalientes S. de R.L. de C.V. (SEDA Editores)

Aguascalientes, Aguascalientes
Género: Interés General
sedaeditores.com

Ediciones Navillera

Tijuana, Baja California
www.navillera.mx

Kodama Cartonera

Tijuana, Baja California
Género: Libro Arte Objeto
www.facebook.com/KodamaCartonera

Medusa Editores

Chihuahua, Chihuahua
Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.medusaeditores.com

Corda Ediciones

Coyoacán, Ciudad de México
Género: Libro de texto
www.cordaediciones.com.mx

Ediciones Antílope

Miguel Hidalgo, Ciudad de México
Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.edicionesantilope.com

Editora Escalante, S.A. de C.V.

Ciudad de México
Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
beatrizescalante.com

Editorial Almadía

Miguel Hidalgo, Ciudad de México
Género: Literatura
editorialalmadia.com

Editorial Gedisa Mexicana, S.A. de C.V.

Cuauhtémoc, Ciudad de México
Género: Ciencias Sociales
www.gedisa-mexico.com

Editorial Kamite

Tlalpan, Ciudad de México
Género: Novela Gráfica y Cómic
kamite.com.mx

Editorial Multimedia Educativa

Iztapalapa, Ciudad de México
Género: Infantil y juvenil
almatmx.com

Editorial Nitro Press

Azcapotzalco, Ciudad de México
Género: Literatura
www.nitro-press.com

Editorial Sexto Piso, S.A. de C.V.

Coyoacán, Ciudad de México
Género: Interés General
www.sexto piso.mx

Ficticia Editorial, S.A. de C.V.

Álvaro Obregón, Ciudad de México
Género: Literatura
www.ficticia.com

Magenta Ediciones

Coyoacán, Ciudad de México
Género: Infantil y juvenil
www.magentaediciones.com.mx

Paradiso Editores, S.A. de C.V.

Álvaro Obregón, Ciudad de México
Género: Filosofía
www.paradiso-editores.com

Textofilia Ediciones

Benito Juárez, Ciudad de México
Género: Literatura
textofilia.mx

Trilce Ediciones, S.A. de C.V.

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

www.trilce.mx**Alias Editorial**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

aliaseditorial.com**Aquelarre Editoras**

Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

www.facebook.com/AquelarreEditoras**Cactus del viento**

Ciudad de México

Género: Libro Arte Objeto

cactusdelviento.wordpress.com**Casa Editorial Abismos**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

www.abismoseditorial.com**Comma Ediciones**

Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

commaediciones.com.mx**Dharma Books México**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Literatura

www.dharmabooks.com.mx**Ediciones Acapulco**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Libro Arte Objeto

www.facebook.com/EdicionesAcapulco**Ediciones Cal y Arena**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

edicionescalyarena.com.mx**Ediciones del Ermitaño**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Interés General

www.facebook.com/Ediciones.Ermitano**Ediciones El Milagro**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Teatro y Cine

www.edicioneselmilagro.com.mx**Ediciones Escenología, A.C.**

Iztapalapa, Ciudad de México

Género: Teatro y Cine

www.facebook.com/escenologia**Ediciones Hungría**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Arte y Cultura

www.edicioneshungria.com**Ediciones Periféricas**

Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

edicionesperifericas.com**Ediciones Sin Nombre**

Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

www.edicionessinnombre.com**Editorial Chipotle**

Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic México

editorialchipotle.com**Editorial El Dragón Rojo**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Interés General

www.facebook.com/editorialeldragonrojomx**Editorial Nieve de Chamoy**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Interés General

www.facebook.com/nievedechamoy

Editorial Perro Muerto

Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic

www.facebook.com/murioelperro**Editorial Resistencia S.A. de C.V.**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

www.editorialresistencia.com.mx**Editorial Sb**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Interés General

www.editorialsb.com.mx**Editorial Taller Ditoria**

Gustavo A. Madero, Ciudad de México

Género: Libro Arte Objeto

facebook.com/TallerDitoria.Librosdeartista**Editorial Verso Destierro**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

versodestierro.webnode.mx**Endora Ediciones**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

www.facebook.com/ferromerari**Escritores Mexicanos Independientes**

Ciudad de México

Servicios Editoriales

www.escritoresmxi.org**Fondo Blanco Editorial**

Ciudad de México

Género: Literatura

www.fondoblancoeditorial.com**Gato Negro Ediciones**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Libro Arte Objeto

www.gatonegro.ninja**Hunabku Libros**

Ciudad de México

Género: Interés General

www.facebook.com/hunabkulibros**Ítaca Editorial**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

www.editorialitaca.com.mx**La Diéresis (Editorial artesanal)**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Libro Arte Objeto

www.instagram.com/la_dieresis**La Tinta del Silencio**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento

latintadelsilencio.com**Lunaria Ediciones**

Benito Juárez, Ciudad de México

lunariaediciones.com**Meta-Grama Editores**

Ciudad de México

[www.facebook.com/Metagramarte Edit](http://www.facebook.com/MetagramarteEdit)**Narratio Aspectabilis**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Novela y Literatura

laboratoriodenovela.wixsite.com/escribetunovela/libreria**Nostromo Ediciones**

Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic

nostromoediciones.tumblr.com**Pura Pinche Fortaleza Cómic**

Ciudad de México

Género: Novela Gráfica y Cómic

purapinchefortalezacomics.com

Tabaquería Libros

Benito Juárez, Ciudad de México
 Editorial y distribuidora emergente
www.facebook.com/tabakerialibros

Editorial Atemporia

Saltillo, Coahuila
 Género: Interés General
editorialatemporia.com

Ámbar Ediciones

Tecamachalco, Estado de México
 Género: Arte y Cultura
ambardiseno.com

Bonobos Editores

Toluca, Estado de México
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
bonoboseditores.com

Ediciones Arlequín

Zapopan, Jalisco
 Género: Literatura
arlequin.mx

Impronta Casa Editora

Guadalajara, Jalisco
 Género: Libro Arte Objeto
www.improntacasaeditora.com

Mantis Editores

Guadalajara, Jalisco
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.mantiseditores.com

Paraíso Perdido Editorial

Guadalajara, Jalisco
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
editorialparaisoperdido.com

Typotaller Ediciones

Guadalajara, Jalisco
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.typotaller.com

Amate Editorial S.A. de C.V.

Zapopan, Jalisco
 Servicios Editoriales
www.amateditorial.com.mx

Editorial 2628

Guadalajara, Jalisco
www.facebook.com/editorial2628

Editorial Pollo Blanco

Guadalajara, Jalisco
 Género: Literatura
www.polloblanco.com.mx

Editorial Salto Mortal

Guadalajara, Jalisco
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.editorialsaltomortal.com

Espina Dorsal Casa Editorial

Guadalajara, Jalisco
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.facebook.com/espinaeditorial

Libros Invisibles

Zapopan, Jalisco
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
www.librosinvisibles.com

Literalia Editores

Zapopan, Jalisco
 Género: Literatura
literaliaeditores.com

Proyección Literaria

Guadalajara, Jalisco
 Servicios Editoriales
www.facebook.com/proyeccionliteraria

Círculo de Poesía

(Territorio Poético A.C.)
 Puebla, Puebla
 Género: Poesía, Ensayo, Narrativa, Cuento
circulodepoesia.com

Sombrario Ediciones

Guadalajara, Jalisco
Género: Libro Arte Objeto
www.sombrario.com

La Zonámbula

Guadalajara, Jalisco
lazonambula.blogspot.com

La Cartonera

Cuernavaca, Morelos
Género: Libro Arte Objeto
edicioneslacartonera.blogspot.com

Vaso Roto Ediciones

San Pedro Garza García, Nuevo León
Género: Literatura
americas.vasoroto.com

Editorial An.alfa.beta

Juárez, Nuevo León
Género: Literatura
editorialanalfabeta.com

Familia Usaka

Puebla, Puebla
Género: Novela Gráfica y Cómics
familiausaka.com

Gris Tormenta

Querétaro, Querétaro
Género: Libros sobre libros
gristormenta.com

Palíndroma Editorial

Querétaro, Querétaro
Género: Literatura
palindroma.mx

Editorial La Biznaga Cartonera

Ciudad Obregón, Sonora
Género: Libro Arte Objeto
labiznagacartonera.wordpress.com

Editoriales académicas y universitarias

**Universidad Autónoma
de Aguascalientes, Editorial**

Aguascalientes, Aguascalientes
Género: Académico e investigación
editorial.uaa.mx

**Centro de Investigación Científica
y de Educación Superior (CICESE)**

Centro Público CONAHCYT
Ensenada, Baja California
Género: Académico e investigación
www.cicese.edu.mx

**El Colegio de la Frontera Norte (COLEF),
Área de Publicaciones**

Centro Público CONAHCYT
Tijuana, Baja California
Género: Ciencias Sociales
libreria.colef.mx

**Universidad Autónoma de Baja
California, Departamento Editorial**

Mexicali, Baja California
Género: Académico e investigación
ompeditorial.uabc.mx/index.php/deu

Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste, S.C. (CIB)

Centro Público CONAHCYT
La Paz, Baja California Sur
Género: Académico e investigación
www.cibnor.gob.mx

Universidad Autónoma de Baja California Sur, Departamento Editorial

La Paz, Baja California Sur
Género: Académico e investigación
www.uabcs.mx/ddceu/editorial/libros

Universidad Autónoma de Campeche, Coordinación General de Bibliotecas

Campeche, Campeche
Género: Académico e investigación
bibliotecas.uacam.mx

El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR), Publicaciones Científicas y Fomento Editorial

Centro Público CONAHCYT
San Cristóbal de las Casas, Chiapas
Género: Ciencias Sociales
www.ecosur.mx/libros

Universidad Autónoma de Chiapas, Dirección General de Investigación y Posgrado

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
Género: Académico e investigación
www.unach.mx

Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Departamento de Divulgación y Difusión

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
Género: Académico e investigación
libreria.unicach.mx/index.php

Centro de Investigación en Materiales Avanzados, S.C. (CIMAV)

Centro Público CONAHCYT
Chihuahua, Chihuahua
Género: Académico e investigación
cimav.edu.mx

Universidad Autónoma de Chihuahua, Editorial

Chihuahua, Chihuahua
Género: Académico e investigación
revistascientificas.uach.mx

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Dirección Editorial y Publicaciones

Ciudad Juárez, Chihuahua
Género: Académico e investigación
www.uacj.mx/publicaciones.html

Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación (INFOTEC)

Centro Público CONAHCYT
Tlalpan, Ciudad de México
Género: Académico e investigación
www.infotec.mx

Centro de Investigación en Ciencias de Información Geoespacial, A.C. (Centro Geo)

Centro Público CONAHCYT
Tlalpan, Ciudad de México
Género: Académico e investigación
www.centrogeo.org.mx

Centro de Investigaciones y Docencia Económicas (CIDE), Dirección de Publicaciones

Centro Público CONAHCYT
Álvaro Obregón, Ciudad de México
Género: Ciencias Sociales
cidemig.cide.edu/publicaciones

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Subdirección de Difusión y Publicaciones

Centro Público CONAHCYT
Tlalpan, Ciudad de México
Género: Ciencias Sociales
www.librosciesas.com/producto/catalogo-de-publicaciones

Editorial Parmenia (Universidad La Salle)

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Académico

editorialparmenia.com.mx**El Colegio de México,****Dirección de Publicaciones**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

libros.colmex.mx**El Colegio Nacional,****Departamento de Publicaciones**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

libroscolnal.com**Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH), Departamento de Publicaciones**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Antropología e Historia

enah.edu.mx/index.php/difu-cul/publicaciones**Facultad de Música de la UNAM, Publicaciones**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Música

www.fam.unam.mx/difusion/publicaciones-fam**Facultad Latinoamericana****de Ciencias Sociales, FLACSO México, Coordinación de Publicaciones**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Ciencias Sociales

www.flacso.edu.mx/publicaciones**Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora (Instituto Mora),****Subdirección de Publicaciones**

Centro Público CONAHCYT

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

www.institutomora.edu.mx/Inicio.html**Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, Departamento de Publicaciones**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Ciencias Sociales

www.iis.unam.mx**Instituto Politécnico Nacional,****Dirección de Bibliotecas y Publicaciones**

Gustavo A. Madero, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

www.ipn.mx/bibliotecas-publicaciones/publicaciones**Instituto Tecnológico Autónomo de México, Área de Publicaciones**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

www.itam.mx/es/1/paginas/publicaciones-de-la-facultad-en-linea**Oxford University Press México, S.A. de C.V.**

Benito Juárez, Ciudad de México

Género: Educación

oupdex.com.mx/index.html**Universidad Anáhuac, Publicaciones**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

www.anahuac.mx/mexico/publicaciones**Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Área de Publicaciones**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Académico

publicaciones.uacm.edu.mx**Universidad Autónoma Metropolitana, Dirección de Publicaciones****y Promoción Editorial**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

casadelibrosabiertos.uam.mx

**Universidad del Claustro de Sor Juana,
Fondo Editorial**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Académico

centrosorjuana.elclaustrorjuana.mx/publicaciones**Universidad Iberoamericana, Ediciones Ibero**

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

publicacionesibero.ibero.mx**Universidad Intercontinental,
Coordinación de Publicaciones**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

www.uic.mx/editorial-uic**Universidad Nacional Autónoma de México,
Dirección General de Publicaciones
y Fomento Editorial**

Coyoacán, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

www.libros.unam.mx**Universidad Pedagógica Nacional,
Dirección de Difusión
y Extensión Universitaria**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Académico e investigación

difusionyextension.upnvirtual.edu.mx/index.php/inicio/fomento-editorial**Centro de Investigación en Química
Aplicada (CIQA)**

Centro Público CONAHCYT

Saltillo, Coahuila

Género: Académico e investigación

www.ciqa.mx**InnovaBienestar de México, S.A.P.I. de C.V.
(Antes COMIMSA)**

Centro Público CONAHCYT

Saltillo, Coahuila

Género: Investigación

**Universidad Autónoma de Coahuila,
Subdirección de Investigación**

Saltillo, Coahuila

Género: Académico e investigación

www.uadec.mx/dip/publicaciones**Universidad de Colima,
Dirección General de Publicaciones**

Colima, Colima

Género: Académico

www.ucol.mx/investigacion/programa-editorial.htm**Universidad Juárez del Estado de Durango,
Dirección Editorial**

Durango, Durango

Género: Académico e investigación

editorial.ujed.mx**El Colegio Mexiquense,
Unidad de Distribución y
Comercialización de Publicaciones**

Zinacantepec, Estado de México

Género: Académico e investigación

www.cmq.edu.mx/libreria2/index.php**Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados
de la Universidad Autónoma del Estado de México**

Toluca, Estado de México

Género: Académico e investigación

siea.uaemex.mx/difusi%C3%B3n/novedades-y-programa-editorial.html**Universidad Autónoma Chapingo,
Departamento de Publicaciones**

Texcoco, Estado de México

Género: Académico e investigación

difusioncultural.chapingo.mx/publicaciones**Universidad Autónoma del Estado
de México, Dirección de Publicaciones Universitarias**

Toluca, Estado de México

Género: Académico e investigación

sdc.uaemex.mx/publicaciones-1/libros-publicaciones.html

Centro de Innovación Aplicada en Tecnologías Competitivas, A.C. (CIATEC)

Centro Público CONAHCYT

León, Guanajuato

Género: Académico e investigación

www.ciatec.mx**Centro de Investigación en Matemáticas, A.C. (CIMAT)**

Centro Público CONAHCYT

Guanajuato, Guanajuato

Género: Académico e investigación

cimat.mx**Centro de Investigaciones en Óptica, A.C. (CIO)**

Centro Público CONAHCYT

León, Guanajuato

Género: Académico e investigación

www.cio.mx**Universidad de Guanajuato, Programa Editorial Universitario**

Guanajuato, Guanajuato

Género: Académico e investigación

www.ugto.mx/directorio-universidad-guanajuato/secretaria-academica-ug/programa-editorial-universitario**Universidad Autónoma de Guerrero, Dirección de Investigación**

Chilpancingo, Guerrero

Género: Académico e investigación

www.investigacion.uagro.mx/index.php/departamentos/fomento-y-divulgacion-de-la-ciencia**Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Dirección de Ediciones y Publicaciones**

Pachuca, Hidalgo

Género: Académico e investigación

www.uaeh.edu.mx/adminyserv/gesuniv/div_ext/div_ediciones/editorial/index.html**Centro de Estudios e Investigaciones para el Desarrollo Docente (CENID)**

Zapopan, Jalisco

Género: Académico e investigación

www.cenid.org.mx/redes/libros/2024**Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño (CIATEJ)**

Centro Público CONAHCYT

Guadalajara, Jalisco

Género: Académico e investigación

ciatej.mx**Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, Universidad de Guadalajara, Publicaciones Departamentales**

Guadalajara, Jalisco

Género: Arquitectura y Diseño

cuaad.udg.mx/?q=publicaciones-investigacion**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Oficina de Publicaciones**

Tlaquepaque, Jalisco

Género: Académico

publicaciones.iteso.mx**Universidad de Guadalajara, Editorial Universitaria**

Guadalajara, Jalisco

Género: Académico e investigación

www.editorial.udg.mx**El Colegio de Michoacán (COLMICH), A.C. Departamento de Publicaciones**

Centro Público CONAHCYT

Zamora, Michoacán

Género: Académico

www.libriercolmich.com**Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Consejo Editorial**

Morelia, Michoacán

Género: Académico

www.consejoeditorial.umich.mx/inicio

Instituto Mexicano de Tecnología del Agua, Coordinación editorial

Jiutepec, Morelos

Género: Académico e investigación

www.imta.gob.mx**Instituto Nacional de Salud Pública, Comunicación Científica y Publicaciones**

Cuernavaca, Morelos

Género: Ciencias de la Salud

www.insp.mx/produccion-editorial.html**Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Dirección de Publicaciones y Divulgación**

Cuernavaca, Morelos

Género: Académico

academica.uaem.mx/publicaciones-divulgacion.php**Universidad Autónoma de Nayarit, Editorial UAN**

Tepic, Nayarit

Género: Académico

www.uan.edu.mx/es/publicaciones**Universidad Tecnocientífica del Pacífico, S.C.**

Tepic, Nayarit

Género: Académico

libros-utp.com/index.php/editorialutp/catalog**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Editorial Digital**

Monterrey, Nuevo León

Género: Académico e investigación

editorialdigital.tec.mx/es**Universidad Autónoma de Nuevo León, Editorial Universitaria**

Monterrey, Nuevo León

Género: Académico e investigación

editorialuniversitaria.uanl.mx**Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO), Dirección de Servicios Editoriales**

Oaxaca de Juárez, Oaxaca

Género: Académico

www.uabjo.mx/publicaciones**Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Dirección de Fomento Editorial**

Puebla, Puebla

Género: Académico e investigación

www.fomedit.buap.mx/direccion.htm**Ibero Puebla, Difusión y Medios**

San Andrés Cholula, Puebla

Género: Académico

www.iberopuebla.mx/difusion-y-medios**IEXE Universidad**

Puebla, Puebla

Género: Académico

www.iexe.edu.mx/editorial**Instituto Nacional de Astrofísica, Óptica y Electrónica (INAOE)**

Centro Público CONAHCYT

Cholula, Puebla

Género: Académico e investigación

inaoep.mx**Universidad de las Américas Puebla, Coordinación Editorial**

Cholula, Puebla

Género: Académico e investigación

www.udlap.mx/arteyculturaudlap/editorial-IUDLAP.aspx**Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Dirección de Investigación**

Puebla, Puebla

Género: Académico e investigación

investigacion.upaep.mx/index.php/editorial

Centro de Ingeniería y Desarrollo Industrial (CIDESI)

Centro Público CONAHCYT
Querétaro, Querétaro
Género: Académico e investigación
cidesi.com

Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico en Electroquímica, S.C. (CIDETEQ)

Centro Público CONAHCYT
Querétaro, Querétaro
Género: Académico e investigación
www.cideteq.mx

Centro de Tecnología Avanzada, A.C. (CIATEQ)

Centro Público CONAHCYT
Querétaro, Querétaro
Género: Académico e investigación
ciateq.edu.mx

Universidad Autónoma de Querétaro, Fondo Editorial

Querétaro, Querétaro
Género: Académico e investigación
libreria.uaq.mx/index.php/fondo

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo

Chetumal, Quintana Roo
Género: Académico
www.uqroo.mx/intranet/libros

El Colegio de San Luis (COLSAN), Unidad de Publicaciones

Centro Público CONAHCYT
San Luis Potosí, San Luis Potosí
Género: Académico e investigación
libreria.colsan.edu.mx

Instituto Potosino de Investigación Científica y Tecnológica, A.C. (IPICYT)

Centro Público CONAHCYT
San Luis Potosí, San Luis Potosí
Género: Académico e investigación
ipicyt.edu.mx

Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Fomento Editorial y Publicaciones

San Luis Potosí, San Luis Potosí
Género: Académico
www.uaslp.mx/fomentoeditorialypublicaciones#gsc.tab=0

Universidad Autónoma de Sinaloa, Dirección Editorial

Culiacán, Sinaloa
Género: Académico
editorial.uas.edu.mx

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo (CIAD), Área de Publicaciones

Centro Público CONAHCYT
Hermosillo, Sonora
Género: Académico e investigación
www.ciad.mx

El Colegio de Sonora

Hermosillo, Sonora
Género: Académico
www.colson.edu.mx

Universidad de Sonora, Producción y Desarrollo Editorial

Hermosillo, Sonora
Género: Académico
vinculacionydifusion.unison.mx/subdireccion-editorial

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Departamento Editorial Cultural

Villahermosa, Tabasco
Género: Académico e investigación
pcientificas.ujat.mx/index.php/pcientificas/about

El Colegio de Tamaulipas

Ciudad Victoria, Tamaulipas
Género: Académico e investigación
www.coltam.edu.mx/publicaciones/libros

**Universidad Autónoma de Tamaulipas,
Libros UAT**

Ciudad Victoria, Tamaulipas

Género: Académico

libros.uat.edu.mx/index.php/librosuat

Universidad Autónoma de Tlaxcala, Editorial

Tlaxcala, Tlaxcala

Género: Académico

uatx.mx/publicaciones/libros

Instituto de Ecología, A.C. (INECOL)

Centro Público CONAHCYT

Xalapa, Veracruz

Género: Académico e investigación

www.inecol.mx

Universidad Veracruzana, Dirección Editorial

Xalapa, Veracruz

Género: Académico

www.uv.mx/editorial

**Centro de Investigación Científica
de Yucatán, A.C. (CICY)**

Centro Público CONAHCYT

Mérida, Yucatán

Género: Académico e investigación

cicy.mx

**Universidad Autónoma de Yucatán,
Publicaciones y Promoción Editorial**

Mérida, Yucatán

Género: Académico e investigación

www.uady.mx/casa-editorial

**Universidad Autónoma de Zacatecas,
Programa Editorial**

Zacatecas, Zacatecas

Género: Académico

ricaxcan.uaz.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11845/339

Editoriales e instancias editoriales de Gobierno

Archivo Histórico del Municipio de Colima

Colima, Colima

Género: Arte y Cultura

casadelarchivo.colima.gob.mx/publicaciones

Centro de Cultura Digital

(Secretaría de Cultura)

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Literatura

www.centroculturadigital.mx/editorial

Comisión Nacional de Libros de Texto

Gratuitos (CONALITEG)

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Libro de texto

libros.conaliteg.gob.mx

Comisión Nacional

de los Derechos Humanos

La Magdalena Contreras, Ciudad de México

Género: Derechos Humanos

www.cndh.org.mx/index.php

Congreso del Estado de Oaxaca,

Publicaciones

Oaxaca de Juárez, Oaxaca

Género: Interés General

congresooolaxaca.gob.mx/centros-estudios/CEMPAG/publicacionesCEMPAG.html

Consejo Estatal para las Culturas y las Artes de Chiapas

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Género: Interés General

www.conecultachiapas.gob.mx

Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE)

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Educación

www.conafe.gob.mx

Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT)

Benito Juárez: Ciudad de México

Género: Ciencia y tecnología

conahcyt.mx/publicaciones-conacyt

Dirección de Publicaciones

del Gobierno de Jalisco

Guadalajara, Jalisco

Género: Interés General

sgg.jalisco.gob.mx/acerca/areas-de-la-secretaria/direccion-de-publicaciones1

Ediciones La Rana (Instituto Estatal de la Cultura del Estado de Guanajuato)

Guanajuato, Guanajuato

Género: Arte y Cultura

www.edicioneslarana.com.mx

Editorial Digital de la Secretaría de Cultura del Estado de Hidalgo

Pachuca, Hidalgo

Género: Interés General

editorialdigital.culturahidalgo.gob.mx

Editorial IVEC

(Instituto Veracruzano de la Cultura)

Xalapa, Veracruz

Género: Interés General

veracruzcultura.com/publicaciones

El Colegio de Sinaloa

Culiacán, Sinaloa

Género: Arte y Cultura

www.elcolegiodesinaloa.gob.mx/publicaciones-libros

Fondo de Cultura Económica

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Interés General

www.fondodeculturaeconomica.com

Fondo Editorial de Baja California

Mexicali, Baja California

Género: Interés General

www.bajacalifornia.gob.mx/Cultura/Secciones/Colección**Fondo Editorial de Nuevo León**

Monterrey, Nuevo León

Género: Interés General

fondoeditorialnl.gob.mx**Fondo Editorial de Tlaxcala de la Secretaría de Cultura del Estado**

Tlaxcala, Tlaxcala

www.culturatlaxcala.com.mx**Fondo Editorial del Estado de Morelos**

Cuernavaca, Morelos

Género: Interés General

fedem.morelos.gob.mx**Fondo Editorial del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del Estado de México**

Toluca, Estado de México

Género: Interés General

isceem.edomex.gob.mx/difusion-extension/fondo-editorial**Fondo Editorial del Poder Legislativo del Estado de Querétaro**

Querétaro, Querétaro

Género: Interés General

legislaturaqueretaro.gob.mx/fondo-editorial**Gobierno del Estado de México, Fondo Editorial del Estado de México**

Toluca, Estado de México

Género: Interés General

foem.edomex.gob.mx**Instituto Cultural de Aguascalientes, Departamento Editorial**

Aguascalientes, Aguascalientes

Género: Interés General

www.aguascalientes.gob.mx/ICA/editorial**Instituto de Cultura del Estado de Durango**

Durango, Durango

Género: Interés General

iced.durango.gob.mx**Instituto de Cultura y Artes del Estado de Campeche**

Campeche, Campeche

Género: Interés General

culturacampeche.mx/biblioteca-digital.html**Instituto Electoral de la Ciudad de México**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Interés General

portal.iedf.org.mx/biblioteca**Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPC)**

Guadalajara, Jalisco

Género: Interés General

www2.iepcjalisco.org.mx/publicaciones**Instituto Literario de Veracruz**

Xalapa, Veracruz

Género: Interés General

ilv.mx**Instituto Nacional de Antropología e Historia, Dirección de Publicaciones**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Antropología e Historia

difusion.inah.gob.mx/publicaciones.html**Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura**

Miguel Hidalgo, Ciudad de México

Género: Arte y Cultura

inba.gob.mx/digital/publicaciones**Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)**

Aguascalientes, Aguascalientes

Género: Estadística y Geografía

www.inegi.org.mx/app/publicaciones

Instituto Nacional de Lenguas Indígenas

Álvaro Obregón, Ciudad de México

Género: Lenguas Indígenas

site.inali.gob.mx/INALIDhuchlab/publicaciones.html**Instituto Nacional Electoral**

Tlalpan, Ciudad de México

Género: Ciencias Sociales

ine.mx/cuadernos-divulgacion-la-cultura-de-mocratica**Instituto Sinaloense de Cultura**

Culiacán, Sinaloa

Género: Arte y Cultura

www.culturasingualoa.gob.mx/index.php**Instituto Sonorense de Cultura**

Hermosillo, Sonora

Género: Interés General

isc.gob.mx/que-hacemos/artes/literatura**Instituto Sudcaliforniano de Cultura**

La Paz, Baja California Sur

Género: Interés General

culturabcs.gob.mx/publicaciones**Instituto Tamaulipeco para la Cultura y las Artes**

Ciudad Victoria, Tamaulipas

Género: Interés General

www.tamaulipas.gob.mx/cultura/publicaciones-y-fomento-literario**Instituto Zacatecano de Cultura, Publicaciones**

Zacatecas, Zacatecas

Género: Interés General

culturazac.gob.mx**Publicaciones de la Suprema Corte de Justicia de la Nación**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

Género: Jurídico

www.scjn.gob.mx/publicaciones-de-la-suprema-corte-de-justicia-de-la-nacion**Secretaría de Cultura de Coahuila, Subdirección de Fomento Editorial y Literatura**

Saltillo, Coahuila

Género: Interés General

coahuilacultura.gob.mx/libros**Secretaría de Cultura del Estado de Querétaro**

Querétaro, Querétaro

Género: Interés General

culturaqueretaro.gob.mx/multimedia/3**Secretaría de Cultura del Estado de Tabasco, Fondo Tabasco**

Villahermosa, Tabasco

Género: Interés General

culturatabasco.gob.mx/editorial/fondo-tabasco**Secretaría de Cultura del Gobierno de Puebla**

Puebla, Puebla

Género: Interés General

sc.puebla.gob.mx/publicaciones**Secretaría de Educación del Estado de Yucatán, Publicaciones**

Mérida, Yucatán

Interés General

unidadeditorial.yucatan.gob.mx/seccion/publicaciones.php**Secretaría de las Culturas y Artes, Departamento de Publicaciones**

Oaxaca, Oaxaca

Género: Interés General

www.oaxaca.gob.mx/seculta**Secretaría de Relaciones Exteriores, Departamento Editorial**

Cuauhtémoc, Ciudad de México

www.sre.gob.mx/acervo/cataahd2007.htm**Sello Editorial del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Nayarit**

Nayarit, Tepic

Género: Interés General

cecan.nayarit.gob.mx

Anexo 2

Datos y valores normalizados

Índice de Especialización Editorial por ámbito y por entidad federativa

Ran-king	Entidad Federativa	Ámbito del Sector Privado	Ámbito de la Edición Universitaria	Ámbito de la Edición del Sector Gobierno	Ámbito del Libro y la Lectura	Ámbito del Sector de la Cultura	Ámbito Socioeconómico	Índice de Especialización Editorial
1	Ciudad de México	87.9	86.3	56.4	80.8	81.6	62.0	75.8
2	Estado de México	22.5	30.8	33.4	49.0	23.1	60.7	36.6
3	Jalisco	25.6	28.3	38.7	43.4	21.2	55.3	35.4
4	Nuevo León	21.3	23.9	19.9	51.9	19.1	51.0	31.2
5	Puebla	11.3	32.0	30.1	43.4	24.2	37.6	29.8
6	Veracruz	13.8	24.0	36.9	29.3	23.9	40.7	28.1
7	Yucatán	19.2	15.6	16.3	34.7	35.2	36.6	26.3
8	Chihuahua	15.8	13.5	22.8	43.8	17.5	42.3	26.0
9	Baja California	9.5	19.3	20.5	44.9	14.8	45.4	25.7
	Nacional	14.5	17.6	21.5	38.6	21.5	36.7	25.1
10	Sinaloa	11.8	18.0	21.2	45.1	12.6	40.5	24.9
11	Querétaro	9.5	15.3	18.6	43.5	23.3	36.9	24.5
12	Coahuila	17.5	12.6	15.3	40.6	23.0	35.4	24.1
13	Sonora	6.6	8.6	22.4	44.9	17.0	40.4	23.3
14	Campeche	11.9	14.6	17.1	34.7	24.0	36.6	23.1
15	Colima	7.0	12.0	15.5	42.9	27.1	34.0	23.1
16	Michoacán	12.0	22.4	16.2	25.0	27.2	34.8	23.0
17	Baja California Sur	14.2	6.8	11.2	45.0	23.2	37.2	22.9
18	Guanajuato	10.0	14.2	22.6	31.8	21.3	37.3	22.9
19	Morelos	8.7	22.5	13.8	36.0	23.6	31.0	22.6
20	Aguascalientes	10.8	10.7	16.8	47.4	14.6	32.7	22.2
21	San Luis Potosí	7.2	12.3	20.7	41.8	17.2	32.4	22.0
22	Quintana Roo	13.1	10.4	11.4	37.9	22.4	35.1	21.7
23	Oaxaca	8.7	10.9	36.3	21.1	22.2	30.5	21.6
24	Tamaulipas	16.8	10.2	14.6	37.3	13.1	36.0	21.3
25	Hidalgo	8.3	9.7	20.9	31.7	15.8	32.1	19.7
26	Zacatecas	5.7	9.7	17.5	39.2	18.7	25.1	19.3
27	Tabasco	13.0	8.3	17.0	39.8	10.1	26.0	19.0
28	Nayarit	12.8	15.1	13.9	31.9	9.7	30.3	19.0
29	Chiapas	12.9	18.4	35.7	9.1	9.3	26.7	18.7
30	Durango	5.6	11.9	9.5	36.6	14.5	27.1	17.6
31	Tlaxcala	4.5	6.8	10.0	37.7	16.5	21.2	16.1
32	Guerrero	10.0	7.5	13.8	13.0	20.2	23.9	14.7

Fuente: Elaboración propia.

I. Ámbito de la edición del sector privado (valores)

Entidad Federativa	Editoriales del sector privado, 2024.1/	Edición de Libros, Producción Bruta Total (millones de pesos), 2019.2/	Personal Ocupado en la Edición de Libros, 2019.2/	Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos), 2019.2/	Números ISBN otorgados en 2023.3/	Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas, 2021.4/	Índice de Competitividad Estatal 2024.5/	Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos, 2024.6/
Aguascalientes	6	*	*	*	163	2,827	46.9	17,810
Baja California	5	*	*	*	640	3,076	43.5	37,491
Baja California Sur	0	0	0	0	63	2,599	53.7	48,884
Campeche	1	0	0	0	39	2,480	45.1	20,601
Chiapas	2	*	*	*	259	1,657	29.6	30,283
Chihuahua	1	*	*	*	168	2,149	46.0	81,259
Ciudad de México	258	6,089.71	5,631	554.6	18,452	3,618	75.0	399,593
Coahuila	3	*	*	*	119	1,992	50.3	73,360
Colima	1	*	*	*	110	3,316	43.2	17,855
Durango	0	*	*	*	97	3,476	40.4	22,860
Estado de México	28	216.06	727	66.5	1,492	2,429	36.6	231,346
Guanajuato	1	*	*	*	196	2,650	36.5	48,865
Guerrero	0	0	0	0	50	1,978	27.5	20,082
Hidalgo	1	*	*	*	306	2,737	33.3	37,055
Jalisco	28	774.33	334	15.8	1,396	1,570	45.8	144,713
Michoacán	3	*	*	*	226	2,094	31.3	60,972
Morelos	4	*	*	*	190	2,476	33.3	5,449
Nayarit	0	*	*	*	52	2,096	40.2	27,310
Nuevo León	8	34.24	122	6.3	770	2,450	49.9	234,277
Oaxaca	1	0	0	0	80	2,125	25.0	20,180
Puebla	10	89.45	523	3.2	814	2,601	31.6	55,166
Querétaro	6	*	*	*	243	3,220	47.9	33,440
Quintana Roo	0	*	*	*	439	2,343	43.3	43,536
San Luis Potosí	0	*	*	*	190	3,303	40.3	43,909
Sinaloa	1	*	*	*	80	2,674	43.6	62,279
Sonora	5	*	*	*	132	3,687	46.5	32,857
Tabasco	0	0	0	0	127	2,159	39.6	45,801
Tamaulipas	0	0	0	0	50	1,642	44.6	43,166
Tlaxcala	0	0	0	0	41	3,287	34.2	9,850
Veracruz	2	*	*	*	361	2,100	34.2	94,565
Yucatán	1	*	*	*	127	1,288	46.5	43,965
Zacatecas	1	*	*	*	110	2,992	31.8	12,010
Nacional	377	7,249.27	7,608	660.35	27,582	2,463	41.2	2,100,789

Fuente:

- 1/ Elaboración propia con datos de CANIEM 2023; Sistema de Información Cultural 2024, de la Secretaría de Cultura; y del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI 2024.
- 2/ INEGI, Censos Económicos 2019, Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC). La Edición de libros agrupa las actividades económicas: 511131 Edición de libros y 511132 Edición de libros integrada a la impresión. *Para las actividades económicas 511131 y 511132 con menos de ocho unidades económicas el INEGI omitió los datos con el fin de garantizar el principio de confidencialidad y reserva. Para estas 48 unidades económicas donde el INEGI omitió los datos se infirió un promedio simple a partir de la diferencia de éstas y el total.
- 3/ CANIEM, Informe ISBN 2022.
- 4/ INEGI, Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (ENVE), 2022.
- 5/ IMCO, Instituto Mexicano para la Competitividad, Índice de Competitividad Estatal 2024.
- 6/ INEGI, Sistemas de Consulta, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, IT 2024

I. Ámbito de la edición del sector privado (valores normalizados)

Entidad Federativa	Editoriales del sector privado, 2024	Edición de Libros, Producción Bruta Total (millones de pesos), 2019	Personal Ocupado en la Edición de Libros, 2019	Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos), 2019	Números ISBN otorgados en 2022	Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas, 2021	Índice de Competitividad Estatal 2024	Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos, 2024	Ámbito del Sector Privado
Ciudad de México	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.029	1.000	1.000	87.9
Jalisco	0.109	0.127	0.059	0.028	0.074	0.882	0.417	0.353	25.6
Estado de México	0.109	0.035	0.129	0.120	0.079	0.524	0.233	0.573	22.5
Nuevo León	0.031	0.006	0.022	0.011	0.040	0.516	0.497	0.581	21.3
Yucatán	0.004	0.000	0.002	0.001	0.005	1.000	0.429	0.098	19.2
Coahuila	0.012	0.000	0.001	0.001	0.004	0.707	0.505	0.172	17.5
Tamaulipas	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.852	0.392	0.096	16.8
Chihuahua	0.004	0.000	0.001	0.001	0.007	0.641	0.420	0.192	15.8
Nacional	0.046	0.037	0.042	0.037	0.045	0.481	0.323	0.153	14.5
Baja California Sur	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.454	0.575	0.110	14.2
Veracruz	0.008	0.001	0.005	0.003	0.018	0.662	0.184	0.226	13.8
Quintana Roo	0.000	0.000	0.001	0.001	0.022	0.560	0.365	0.097	13.1
Tabasco	0.000	0.000	0.000	0.000	0.005	0.637	0.292	0.102	13.0
Chiapas	0.008	0.001	0.005	0.003	0.012	0.846	0.092	0.063	12.9
Nayarit	0.000	0.000	0.001	0.001	0.001	0.663	0.303	0.055	12.8
Michoacán	0.012	0.001	0.004	0.002	0.010	0.664	0.125	0.141	12.0
Campeche	0.004	0.000	0.000	0.000	0.000	0.503	0.403	0.038	11.9
Sinaloa	0.004	0.000	0.001	0.001	0.002	0.422	0.371	0.144	11.8
Puebla	0.039	0.015	0.093	0.006	0.042	0.453	0.132	0.126	11.3
Aguaascalientes	0.023	0.000	0.002	0.001	0.007	0.358	0.439	0.031	10.8
Guerrero	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.712	0.050	0.037	10.0
Guanajuato	0.004	0.001	0.007	0.004	0.009	0.432	0.230	0.110	10.0
Baja California	0.019	0.000	0.003	0.002	0.033	0.255	0.370	0.081	9.5
Querétaro	0.023	0.000	0.001	0.001	0.011	0.195	0.457	0.071	9.5
Morelos	0.016	0.000	0.002	0.001	0.008	0.505	0.166	0.000	8.7
Oaxaca	0.004	0.000	0.000	0.000	0.002	0.651	0.000	0.037	8.7
Hidalgo	0.004	0.000	0.002	0.001	0.015	0.396	0.167	0.080	8.3
San Luis Potosí	0.000	0.000	0.003	0.002	0.008	0.160	0.307	0.098	7.2
Colima	0.004	0.000	0.001	0.001	0.004	0.155	0.363	0.031	7.0
Sonora	0.019	0.001	0.004	0.002	0.005	0.000	0.431	0.070	6.6
Zacatecas	0.004	0.000	0.001	0.001	0.004	0.290	0.137	0.017	5.7
Durango	0.000	0.000	0.001	0.001	0.003	0.088	0.309	0.044	5.6
Tlaxcala	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.167	0.184	0.011	4.5

II. Ámbito de la Edición Universitaria (valores)

Entidad Federativa	Editoriales Universitarias 2024 1/	Centros de Investigación Artística 2/	Programas de Educación Artística 3/	Universidades por cada millón de habitantes Ciclo 2022-2023 4/	Matrícula Educación Media Superior, Ciclo 2023-2024 5/	Matrícula Licenciatura Ciclo 2022-2023 4/	Matrícula Posgrado, Ciclo 2022-2023 4/	Investigadores SNI por cada millón de habitantes 3t 2024 6/
Aguascalientes	1	1	35	41	58,034	61,426	5,042	242
Baja California	3	5	64	32	152,086	140,510	8,282	158
Baja California Sur	2	0	22	34	36,012	24,355	1,037	366
Campeche	1	1	13	57	36,762	33,020	13,871	279
Chiapas	2	5	31	31	206,227	108,825	15,784	112
Chihuahua	3	1	49	33	147,721	133,967	8,821	251
Ciudad de México	24	8	378	34	449,729	779,266	108,679	1,542
Coahuila	3	0	30	42	120,176	124,793	8,180	230
Colima	1	0	19	53	30,508	25,748	2,285	438
Durango	1	2	21	43	78,930	55,536	5,547	178
Estado de México	4	1	80	22	675,989	532,168	33,399	143
Guanajuato	4	0	25	29	240,168	208,725	17,445	213
Guerrero	1	0	4	37	138,170	77,979	4,308	98
Hidalgo	1	0	11	37	142,093	108,633	5,557	254
Jalisco	4	6	43	27	334,184	277,044	22,095	328
Michoacán	2	7	46	33	170,647	124,238	11,989	218
Morelos	3	2	39	60	77,573	68,546	6,536	644
Nayarit	2	0	5	69	56,204	46,258	4,943	176
Nuevo León	2	4	64	28	200,484	270,593	36,303	336
Oaxaca	1	3	10	30	147,671	79,488	4,114	125
Puebla	6	4	48	45	281,412	315,320	38,866	248
Querétaro	4	0	30	47	95,184	94,295	6,683	452
Quintana Roo	2	1	8	46	73,372	51,318	3,351	127
San Luis Potosí	3	3	18	27	101,107	93,540	5,012	302
Sinaloa	1	5	54	27	141,619	152,483	10,674	294
Sonora	3	0	14	25	123,022	119,109	5,800	380
Tabasco	1	0	10	37	117,029	96,870	4,237	199
Tamaulipas	2	0	14	35	141,720	135,091	10,313	175
Tlaxcala	1	0	3	41	60,547	39,071	1,675	192
Veracruz	2	6	34	28	309,309	239,398	16,070	189
Yucatán	2	2	17	46	95,321	85,372	5,559	364
Zacatecas	1	1	21	36	64,332	51,623	5,508	343
Nacional	93	68	1,260	33	5,103,342	4,754,608	437,965	328

Fuente:

- 1/ Elaboración propia con datos de la Red Alttexto 2024, y de la CANIEM 2023
- 2/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura.
- 3/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura. (Carreras técnicas, licenciatura y posgrado en carreras relacionadas al Arte, Música, Teatro, Cine, Arquitectura, Diseño Gráfico, Museografía, Literatura, Gastronomía, Filosofía, Actuación, y Danza.
- 4/ Elaboración propia con datos de la ANUIES, Información Estadística de Educación Superior, <http://www.anui.es.mx>
- 5/ INEGI, Sistemas de Consulta, <https://www.inegi.org.mx/siscon/>
- 6/ Padrón de Beneficiarios del CONAHCYT, Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, tercer trimestre 2024

II. Ámbito de la Edición Universitaria (valores normalizados)

Entidad Federativa	Editoriales Universitarias 2024	Centros de Investigación Artística	Programas de Educación Artística	Universidades por cada millón de habitantes Ciclo 2022-2023	Matrícula Educación Superior, Ciclo 2023-2024	Matrícula Licenciatura Ciclo 2022-2023	Matrícula Posgrado, Ciclo 2022-2023	Investigadores SNII por cada millón de habitantes 3t 2024	Ámbito de la Edición Universitaria
Ciudad de México	1.000	1.000	1.000	0.251	0.649	1.000	1.000	1.000	86.3
Puebla	0.217	0.500	0.120	0.497	0.389	0.385	0.351	0.104	32.0
Estado de México	0.130	0.125	0.205	0.000	1.000	0.673	0.301	0.031	30.8
Jalisco	0.130	0.750	0.107	0.113	0.470	0.335	0.196	0.159	28.3
Veracruz	0.043	0.750	0.083	0.121	0.432	0.285	0.140	0.063	24.0
Nuevo León	0.043	0.500	0.163	0.121	0.263	0.326	0.328	0.165	23.9
Morelos	0.087	0.250	0.096	0.809	0.073	0.059	0.051	0.378	22.5
Michoacán	0.043	0.875	0.115	0.227	0.217	0.132	0.102	0.083	22.4
Baja California	0.087	0.625	0.163	0.221	0.188	0.154	0.067	0.041	19.3
Chiapas	0.043	0.625	0.075	0.197	0.272	0.112	0.137	0.009	18.4
Sinaloa	0.000	0.625	0.136	0.109	0.172	0.170	0.090	0.136	18.0
Nacional	0.083	0.266	0.097	0.339	0.200	0.165	0.118	0.140	17.6
Yucatán	0.043	0.250	0.037	0.506	0.100	0.081	0.042	0.184	15.6
Querétaro	0.130	0.000	0.072	0.531	0.100	0.093	0.052	0.245	15.3
Nayarit	0.043	0.000	0.005	1.000	0.040	0.029	0.036	0.054	15.1
Campeche	0.000	0.125	0.027	0.750	0.010	0.011	0.119	0.125	14.6
Guanajuato	0.130	0.000	0.059	0.146	0.325	0.244	0.152	0.080	14.2
Chihuahua	0.087	0.125	0.123	0.244	0.182	0.145	0.072	0.106	13.5
Coahuila	0.087	0.000	0.072	0.419	0.139	0.133	0.066	0.092	12.6
San Luis Potosí	0.087	0.375	0.040	0.105	0.109	0.092	0.037	0.141	12.3
Colima	0.000	0.000	0.043	0.669	0.000	0.002	0.012	0.235	12.0
Durango	0.000	0.250	0.048	0.439	0.075	0.041	0.042	0.056	11.9
Oaxaca	0.000	0.375	0.019	0.176	0.182	0.073	0.029	0.019	10.9
Aguascalientes	0.000	0.125	0.085	0.414	0.043	0.049	0.037	0.100	10.7
Quintana Roo	0.043	0.125	0.013	0.507	0.066	0.036	0.021	0.020	10.4
Tamaulipas	0.043	0.000	0.029	0.281	0.172	0.147	0.086	0.054	10.2
Zacatecas	0.000	0.125	0.048	0.307	0.052	0.036	0.042	0.170	9.7
Hidalgo	0.000	0.000	0.021	0.320	0.173	0.112	0.042	0.108	9.7
Sonora	0.087	0.000	0.029	0.067	0.143	0.126	0.044	0.195	8.6
Tabasco	0.000	0.000	0.019	0.312	0.134	0.096	0.030	0.070	8.3
Guerrero	0.000	0.000	0.003	0.326	0.167	0.071	0.030	0.000	7.5
Tlaxcala	0.000	0.000	0.000	0.405	0.047	0.019	0.006	0.065	6.8
Baja California Sur	0.043	0.000	0.051	0.252	0.009	0.000	0.000	0.185	6.8

III. Ámbito de la Edición del Sector Gobierno (valores)

Entidad Federativa	Instancias Editoriales de Gobierno 1/	Convocatorias de Gobierno a concursos culturales 2/	Instituciones de cultura estatales y municipales 3/	Publicaciones de la Dirección General de Culturas Populares 2/	Fondos Editoriales 2/	Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) 2/	Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA) 2/	Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias 2/	Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados 2/	Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales 2024 (SACPC) 4/
Aguascalientes	2	11	6	0	141	39	549	578	3	44
Baja California	1	10	12	3	231	168	723	261	8	45
Baja California Sur	1	10	6	0	96	33	380	222	2	42
Campeche	1	6	10	1	101	12	361	1514	3	32
Chiapas	1	13	36	21	457	136	491	2080	4	41
Chihuahua	0	9	18	5	187	61	653	1711	3	31
Ciudad de México	13	130	13	53	317	8252	123	329	29	0
Coahuila	1	7	13	1	173	61	598	194	3	43
Colima	1	3	9	2	97	41	706	464	3	41
Durango	1	4	8	1	140	26	383	379	3	18
Estado de México	2	10	33	1	607	556	1365	457	2	43
Guanajuato	1	20	13	2	367	93	899	288	3	41
Guerrero	0	10	10	5	75	18	444	774	3	33
Hidalgo	1	9	20	3	120	53	582	1283	2	44
Jalisco	2	16	125	10	310	366	963	709	2	63
Michoacán	0	18	22	5	185	228	603	471	3	26
Morelos	1	3	11	2	121	277	641	553	3	24
Nayarit	1	9	4	1	38	12	488	521	2	51
Nuevo León	1	12	11	2	308	226	765	253	3	43
Oaxaca	2	4	16	34	167	235	692	1878	7	61
Puebla	1	12	22	6	394	155	863	765	3	67
Querétaro	2	10	8	4	185	145	567	391	3	50
Quintana Roo	0	2	4	1	80	37	363	662	3	37
San Luis Potosí	0	18	18	3	273	74	513	826	3	44
Sinaloa	2	8	15	1	172	96	717	769	3	49
Sonora	1	10	13	4	289	96	933	797	3	32
Tabasco	1	3	6	2	252	25	605	812	2	30
Tamaulipas	1	2	14	1	201	34	584	347	2	35
Tlaxcala	1	1	3	2	86	24	520	263	4	25
Veracruz	2	6	82	12	207	331	1201	1308	5	48
Yucatán	1	5	9	3	108	135	569	906	3	34
Zacatecas	1	3	53	0	130	31	465	1092	3	20
Nacional	46	394	643	191	6,615	12,076	20,309	23,857	128	1,237

Fuente

1/ Elaboración propia con datos de CANIEM 2023 y del Sistema de Información Cultural 2024, de la Secretaría de Cultura.

2/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura.

3/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura. (Existen 34 instituciones estatales, Nuevo León y Baja California tienen 2 instituciones estatales cada una. Y las 609 restantes son instituciones municipales).

4/ Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales 2024 (SACPC), <https://sistemacrecacion.cultura.gob.mx/convocatorias-resultados-2024> (Datos de Hidalgo son de 2023).

III. Ámbito de la Edición del Sector Gobierno (valores normalizados)

Entidad Federativa	Instancias Editoriales de Gobierno	Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	Instituciones de cultura estatales y municipales	Publicaciones de la Dirección General de Culturas Populares	Fondos Editoriales	Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales 2024 (SACPC)	Ámbito de la Edición del Sector Gobierno
Ciudad de México	1.000	1.000	0.082	1.000	0.490	1.000	0.000	0.072	1.000	0.000	56.4
Jalisco	0.154	0.116	1.000	0.189	0.478	0.043	0.676	0.273	0.000	0.940	38.7
Veracruz	0.154	0.039	0.648	0.226	0.297	0.039	0.868	0.591	0.111	0.716	36.9
Oaxaca	0.154	0.023	0.107	0.642	0.227	0.027	0.458	0.893	0.185	0.910	36.3
Chiapas	0.077	0.093	0.270	0.396	0.736	0.015	0.296	1.000	0.074	0.612	35.7
Estado de México	0.154	0.070	0.246	0.019	1.000	0.066	1.000	0.139	0.000	0.642	33.4
Puebla	0.077	0.085	0.156	0.113	0.626	0.017	0.596	0.303	0.037	1.000	30.1
Chihuahua	0.000	0.062	0.123	0.094	0.262	0.006	0.427	0.804	0.037	0.463	22.8
Guanajuato	0.077	0.147	0.082	0.038	0.578	0.010	0.625	0.050	0.037	0.612	22.6
Sonora	0.077	0.070	0.082	0.075	0.441	0.010	0.652	0.320	0.037	0.478	22.4
Nacional	0.111	0.088	0.140	0.113	0.297	0.044	0.412	0.292	0.074	0.577	21.5
Sinaloa	0.154	0.054	0.098	0.019	0.236	0.010	0.478	0.305	0.037	0.731	21.2
Hidalgo	0.077	0.062	0.139	0.057	0.144	0.005	0.370	0.577	0.000	0.657	20.9
San Luis Potosí	0.000	0.132	0.123	0.057	0.413	0.008	0.314	0.335	0.037	0.657	20.7
Baja California	0.077	0.070	0.074	0.057	0.339	0.019	0.483	0.036	0.222	0.672	20.5
Nuevo León	0.077	0.085	0.066	0.038	0.475	0.026	0.517	0.031	0.037	0.642	19.9
Querétaro	0.154	0.070	0.041	0.075	0.258	0.016	0.357	0.104	0.037	0.746	18.6
Zacatecas	0.077	0.016	0.410	0.000	0.162	0.002	0.275	0.476	0.037	0.299	17.5
Campeche	0.077	0.039	0.057	0.019	0.111	0.000	0.192	0.700	0.037	0.478	17.1
Tabasco	0.077	0.016	0.025	0.038	0.376	0.002	0.388	0.328	0.000	0.448	17.0
Aguascalientes	0.154	0.078	0.025	0.000	0.181	0.003	0.343	0.204	0.037	0.657	16.8
Yucatán	0.077	0.031	0.049	0.057	0.123	0.015	0.359	0.378	0.037	0.507	16.3
Michoacán	0.000	0.132	0.156	0.094	0.258	0.026	0.386	0.147	0.037	0.388	16.2
Colima	0.077	0.016	0.049	0.038	0.104	0.004	0.469	0.143	0.037	0.612	15.5
Coahuila	0.077	0.047	0.082	0.019	0.237	0.006	0.382	0.000	0.037	0.642	15.3
Tamaulipas	0.077	0.008	0.090	0.019	0.286	0.003	0.371	0.081	0.000	0.522	14.6
Nayarit	0.077	0.062	0.008	0.019	0.000	0.000	0.294	0.173	0.000	0.761	13.9
Guerrero	0.000	0.070	0.057	0.094	0.065	0.001	0.258	0.308	0.037	0.493	13.8
Morelos	0.077	0.016	0.066	0.038	0.146	0.032	0.417	0.190	0.037	0.358	13.8
Quintana Roo	0.000	0.008	0.008	0.019	0.074	0.003	0.193	0.248	0.037	0.552	11.4
Baja California Sur	0.077	0.070	0.025	0.000	0.102	0.003	0.207	0.015	0.000	0.627	11.2
Tlaxcala	0.077	0.000	0.000	0.038	0.084	0.001	0.320	0.037	0.074	0.373	10.0
Durango	0.077	0.023	0.041	0.019	0.179	0.002	0.209	0.098	0.037	0.269	9.5

IV. Ámbito del Libro y la Lectura (valores)

Entidad Federativa	Bibliotecas por cada millón de habitantes 1/	Bibliotecas de la Dirección General de Bibliotecas por cada millón de habitantes 2/	Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes 3/	Ferias de Libro 4/	Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más) 2020 5/	Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más) 2020 5/	Hogares con acceso a internet de banda ancha 2022 5/	Matrícula Educación Básica Ciclo 2023-2024 5/	Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA 2012 6/
Aguascalientes	9.8	47.0	23.8	5	97.7	10.3	75.7	291,901	447
Baja California	11.4	24.7	14.6	5	97.7	10.2	82.8	668,508	428
Baja California Sur	17.5	77.7	17.5	2	97.4	10.3	75.3	152,250	423
Campeche	16.2	76.5	12.9	3	94.0	9.6	64.5	177,776	413
Chiapas	2.2	72.9	6.1	3	86.2	7.8	38.2	1,393,752	371
Chihuahua	11.5	44.4	13.1	5	97.1	10.0	69.9	708,940	444
Ciudad de México	30.2	41.8	54.0	38	98.2	11.5	85.8	1,350,850	448
Coahuila	4.4	46.1	9.5	4	98.0	10.4	69.9	628,454	431
Colima	5.5	77.9	23.2	1	96.5	10.0	76.0	130,467	440
Durango	6.0	87.9	8.7	1	97.1	9.7	59.9	381,240	436
Estado de México	1.4	39.7	6.9	7	96.9	10.1	75.4	2,981,908	437
Guanajuato	5.8	31.5	10.7	4	94.5	9.0	64.2	1,228,357	414
Guerrero	1.4	60.2	8.8	5	87.4	8.4	53.5	760,960	368
Hidalgo	11.0	93.4	5.2	4	93.3	9.4	58.2	596,848	414
Jalisco	1.6	33.9	13.1	5	96.9	9.9	75.6	1,603,376	436
Michoacán	1.7	49.9	9.3	2	92.8	8.6	56.8	959,809	414
Morelos	5.6	78.6	11.7	1	95.4	9.8	69.5	345,971	425
Nayarit	4.9	70.4	9.7	1	95.4	9.7	63.6	244,075	418
Nuevo León	17.1	53.9	12.6	2	98.1	10.7	81.4	1,068,292	442
Oaxaca	15.5	116.4	4.6	3	88.1	8.1	47.2	884,581	395
Puebla	31.1	93.4	12.0	7	92.9	9.2	57.8	1,362,274	423
Querétaro	7.2	28.3	14.8	2	96.3	10.5	77.1	459,238	451
Quintana Roo	4.3	27.4	11.3	2	96.6	10.2	77.2	338,192	430
San Luis Potosí	37.6	42.2	8.1	2	94.8	9.6	65.1	555,160	423
Sinaloa	24.4	59.8	9.9	2	96.3	10.2	80.2	574,515	417
Sonora	16.6	50.3	8.1	9	97.8	10.4	80.6	528,438	410
Tabasco	17.1	234.7	5.8	2	94.8	9.7	57.7	513,331	395
Tamaulipas	7.9	38.3	7.9	3	97.2	10.1	68.4	632,857	421
Tlaxcala	20.1	104.2	8.9	1	96.5	9.8	55.3	271,975	418
Veracruz	10.8	64.4	8.9	7	91.4	8.7	53.8	1,352,474	410
Yucatán	10.8	68.9	11.2	2	93.8	9.6	65.4	408,602	426
Zacatecas	16.0	148.6	8.6	1	96.1	9.2	68.5	352,043	412
Nacional	11.4	59.3	13.1	14.1	95.0	9.7	68.2	23,907,414	424

Fuente:

1/Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, y dependencias estatales

2/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura, y la Dirección General de Bibliotecas

3/Elaboración propia con datos del Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, EDUCAL y del Fondo de Cultura Económica

4/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura

5/ INEGI, Sistemas de Consulta, <https://www.inegi.org.mx/siscon/>6/ Programa Internacional para la Evaluación de los Estudiantes 2012 (PISA), Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE), <https://www.inee.edu.mx/evaluaciones/pisa/bases-de-datos-pisa-2012>. *Los datos de la prueba PISA para Oaxaca, Sonora y Michoacán corresponden al 2009

IV. Ámbito del Libro y la Lectura (valores normalizados)

Entidad Federativa	Bibliotecas por cada millón de habitantes	Bibliotecas de la Dirección General de Bibliotecas por cada millón de habitantes	Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	Ferias de Libro	Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más) 2020	Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más) 2020	Hogares con acceso a internet de banda ancha 2022	Matrícula Educación Básica Ciclo, 2023-2024	Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA 2012	Ámbito del Libro y la Lectura
Ciudad de México	0.796	0.082	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.428	0.964	80.8
Nuevo León	0.435	0.139	0.163	0.027	0.992	0.784	0.908	0.329	0.892	51.9
Estado de México	0.000	0.072	0.046	0.162	0.892	0.622	0.782	1.000	0.831	49.0
Aguascalientes	0.234	0.106	0.390	0.108	0.958	0.676	0.788	0.057	0.952	47.4
Sinaloa	0.638	0.167	0.108	0.027	0.842	0.649	0.882	0.156	0.590	45.1
Baja California Sur	0.447	0.252	0.262	0.027	0.933	0.676	0.779	0.008	0.663	45.0
Baja California	0.278	0.000	0.202	0.108	0.958	0.649	0.937	0.189	0.723	44.9
Sonora	0.422	0.122	0.072	0.216	0.967	0.703	0.891	0.140	0.506	44.9
Chihuahua	0.280	0.094	0.172	0.108	0.908	0.595	0.666	0.203	0.916	43.8
Querétaro	0.161	0.017	0.206	0.027	0.842	0.730	0.817	0.115	1.000	43.5
Jalisco	0.006	0.044	0.171	0.108	0.892	0.568	0.786	0.517	0.819	43.4
Puebla	0.823	0.327	0.150	0.162	0.558	0.378	0.412	0.432	0.663	43.4
Colima	0.114	0.254	0.378	0.000	0.858	0.595	0.794	0.000	0.867	42.9
San Luis Potosí	1.000	0.083	0.072	0.027	0.717	0.486	0.565	0.149	0.663	41.8
Coahuila	0.085	0.102	0.100	0.081	0.983	0.703	0.666	0.175	0.759	40.6
Tabasco	0.434	1.000	0.025	0.027	0.717	0.514	0.410	0.134	0.325	39.8
Zacatecas	0.495	0.590	0.082	0.000	0.825	0.378	0.637	0.078	0.530	39.2
Nacional	0.295	0.208	0.155	0.092	0.742	0.516	0.609	0.216	0.642	38.6
Quintana Roo	0.082	0.013	0.136	0.027	0.867	0.649	0.819	0.073	0.747	37.9
Tlaxcala	0.518	0.379	0.088	0.000	0.858	0.541	0.359	0.050	0.602	37.7
Tamaulipas	0.182	0.065	0.068	0.054	0.917	0.622	0.634	0.176	0.639	37.3
Durango	0.128	0.301	0.084	0.000	0.908	0.514	0.456	0.088	0.819	36.6
Morelos	0.117	0.257	0.143	0.000	0.767	0.541	0.658	0.076	0.687	36.0
Campeche	0.409	0.247	0.169	0.054	0.650	0.486	0.553	0.017	0.542	34.7
Yucatán	0.260	0.211	0.134	0.027	0.633	0.486	0.571	0.098	0.699	34.7
Nayarit	0.097	0.218	0.104	0.000	0.767	0.514	0.534	0.040	0.602	31.9
Guanajuato	0.124	0.032	0.124	0.081	0.692	0.324	0.546	0.385	0.554	31.8
Hidalgo	0.267	0.327	0.012	0.081	0.592	0.432	0.420	0.164	0.554	31.7
Veracruz	0.261	0.189	0.088	0.162	0.433	0.243	0.328	0.429	0.506	29.3
Michoacán	0.009	0.120	0.095	0.027	0.550	0.216	0.391	0.291	0.554	25.0
Oaxaca	0.390	0.437	0.000	0.054	0.158	0.081	0.189	0.264	0.325	21.1
Guerrero	0.002	0.169	0.084	0.108	0.100	0.162	0.321	0.221	0.000	13.0
Chiapas	0.022	0.229	0.031	0.054	0.000	0.000	0.000	0.443	0.036	9.1

V. Ámbito del Sector de la Cultura (valores)

Entidad Federativa	Publicaciones periódicas 1/	Revistas de arte y cultura 1/	Museos por cada millón de habitantes 1/	Teatros por cada millón de habitantes 1/	Cines y cinetecas por cada millón de habitantes 1/	Centros Culturales 1/	Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos 1/	Festividades, Muestras y Festivales Culturales 1/	PIB de Medios Masivos 2022, millones de pesos a precios de 2018 2/
Aguascalientes	5	2	11	8	8	25	5	10	2,005
Baja California	9	5	8	6	11	32	1	28	6,719
Baja California Sur	3	2	21	13	11	24	7	8	1,129
Campeche	4	1	20	13	8	17	17	6	1,518
Chiapas	6	4	9	2	2	95	12	12	2,562
Chihuahua	6	2	16	6	9	36	7	16	8,040
Ciudad de México	42	219	20	17	14	564	16	171	256,403
Coahuila	14	2	23	7	13	40	2	12	4,300
Colima	3	4	22	21	12	18	2	10	1,109
Durango	5	1	26	5	7	20	1	38	1,813
Estado de México	12	6	6	2	8	180	25	33	12,300
Guanajuato	15	2	11	4	5	62	10	209	6,870
Guerrero	7	1	12	6	6	32	10	202	2,141
Hidalgo	8	3	18	5	7	48	4	50	1,393
Jalisco	14	13	12	4	9	173	7	47	16,434
Michoacán	10	6	11	5	6	85	13	334	3,578
Morelos	6	4	21	7	10	38	15	31	2,994
Nayarit	4	0	13	4	8	14	1	4	727
Nuevo León	12	4	9	5	13	44	1	31	36,546
Oaxaca	4	4	14	2	4	130	27	111	1,999
Puebla	11	8	13	3	7	122	13	168	8,673
Querétaro	4	2	23	10	11	58	6	24	8,509
Quintana Roo	4	0	12	6	12	22	18	15	2,876
San Luis Potosí	13	3	13	7	6	58	8	30	2,911
Sinaloa	10	1	12	5	8	25	2	16	3,418
Sonora	14	3	13	7	9	52	1	26	6,194
Tabasco	7	1	10	4	7	26	5	6	2,274
Tamaulipas	12	0	8	6	8	42	3	8	5,132
Tlaxcala	2	1	22	2	7	17	16	10	492
Veracruz	13	5	11	4	6	162	10	232	5,474
Yucatán	6	8	18	16	11	68	21	103	4,862
Zacatecas	3	2	39	4	6	50	4	37	1,170
Nacional	288	319	13	6	8	2,379	290	2,038	422,565

Fuente:

1/ Sistema de Información Cultural, SIC México, 2024, Secretaría de Cultura.

2/ INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México, Producto Interno Bruto de Medios Masivos, 2022.

V. Ámbito del Sector de la Cultura (valores normalizados)

Entidad Federativa	Publicaciones periódicas	Revistas de arte y cultura	Museos por cada millón de habitantes	Teatros por cada millón de habitantes	Cines y cinescas por cada millón de habitantes	Centros Culturales	Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	Festividades, Muestras y Festivales Culturales	PIB de Medios Masivos 2022, millones de pesos a precios de 2018	Ámbito del Sector de la Cultura
Ciudad de México	1.000	1.000	0.426	0.837	1.000	1.000	0.577	0.506	1.000	81.6
Yucatán	0.100	0.037	0.367	0.732	0.753	0.098	0.769	0.300	0.017	35.2
Michoacán	0.200	0.027	0.162	0.159	0.302	0.129	0.462	1.000	0.012	27.2
Colima	0.025	0.018	0.479	1.000	0.846	0.007	0.038	0.018	0.002	27.1
Puebla	0.225	0.037	0.227	0.086	0.420	0.196	0.462	0.497	0.032	24.2
Campeche	0.050	0.005	0.437	0.593	0.441	0.005	0.615	0.006	0.004	24.0
Veracruz	0.275	0.023	0.143	0.099	0.286	0.269	0.346	0.691	0.019	23.9
Morelos	0.100	0.018	0.462	0.253	0.620	0.044	0.538	0.082	0.010	23.6
Querétaro	0.050	0.009	0.519	0.420	0.733	0.080	0.192	0.061	0.031	23.3
Baja California Sur	0.025	0.009	0.462	0.571	0.758	0.018	0.231	0.012	0.002	23.2
Estado de México	0.250	0.027	0.000	0.000	0.441	0.302	0.923	0.088	0.046	23.1
Coahuila	0.300	0.009	0.499	0.257	0.881	0.047	0.038	0.024	0.015	23.0
Quintana Roo	0.050	0.000	0.182	0.217	0.852	0.015	0.654	0.033	0.009	22.4
Oaxaca	0.050	0.018	0.232	0.029	0.130	0.211	1.000	0.324	0.006	22.2
Nacional	0.175	0.046	0.292	0.260	0.511	0.110	0.310	0.181	0.050	21.5
Guanajuato	0.325	0.009	0.153	0.099	0.255	0.087	0.346	0.621	0.025	21.3
Jalisco	0.300	0.059	0.189	0.105	0.544	0.289	0.231	0.130	0.062	21.2
Guerrero	0.125	0.005	0.191	0.232	0.281	0.033	0.346	0.600	0.006	20.2
Nuevo León	0.250	0.018	0.097	0.187	0.888	0.055	0.000	0.082	0.141	19.1
Zacatecas	0.025	0.009	1.000	0.097	0.272	0.065	0.115	0.100	0.003	18.7
Chihuahua	0.100	0.009	0.306	0.229	0.595	0.040	0.231	0.036	0.029	17.5
San Luis Potosí	0.275	0.014	0.230	0.279	0.313	0.080	0.269	0.079	0.009	17.2
Sonora	0.300	0.014	0.203	0.300	0.551	0.069	0.000	0.067	0.022	17.0
Tlaxcala	0.000	0.005	0.493	0.019	0.370	0.005	0.577	0.018	0.000	16.5
Hidalgo	0.150	0.014	0.369	0.160	0.407	0.062	0.115	0.139	0.004	15.8
Baja California	0.175	0.023	0.059	0.241	0.702	0.033	0.000	0.073	0.024	14.8
Agascalientes	0.075	0.009	0.163	0.351	0.516	0.020	0.154	0.018	0.006	14.6
Durango	0.075	0.005	0.591	0.163	0.357	0.011	0.000	0.103	0.005	14.5
Tamaulipas	0.250	0.000	0.074	0.218	0.475	0.051	0.077	0.012	0.018	13.1
Sinaloa	0.200	0.005	0.173	0.147	0.502	0.020	0.038	0.036	0.011	12.6
Tabasco	0.125	0.005	0.127	0.100	0.367	0.022	0.154	0.006	0.007	10.1
Nayarit	0.050	0.000	0.215	0.116	0.488	0.000	0.000	0.000	0.001	9.7
Chiapas	0.100	0.018	0.098	0.015	0.000	0.147	0.423	0.024	0.008	9.3

VI. Ámbito Socioeconómico (valores)

Entidad Federativa	Población 2020 ^{1/}	Porcentaje de la población en situación de pobreza 2022.2/ ^{2/}	Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema, 2022.2/ ^{2/}	Hablantes de Lengua Indígena, 2020.1/ ^{3/}	Índice de Desarrollo Humano PNUD 2020.3/ ^{4/}	PIB de 2022 aprecio de 2018 (millones de pesos) 4/ ^{5/}	PIB per cápita 2020, pesos 4/ ^{5/}	Población Económicamente Activa de 15 años y más, 1T 2024.5/ ^{5/}	Población Ocupada de 15 años y más, 1T 2024.5/ ^{5/}	Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más, 1T 2024.5/ ^{5/}
Aguascalientes	1,425,607	23.7	1.8	2,508	0.773	314,704	142,703	684,581	631,964	3.0
Baja California	3,769,020	13.4	1.3	48,638	0.786	920,338	152,317	1,818,443	1,789,363	2.1
Baja California Sur	798,447	13.3	0.8	13,495	0.781	178,066	151,590	460,785	427,508	2.2
Campeche	928,363	45.1	9.6	91,020	0.747	472,523	481,697	454,127	428,643	1.6
Chiapas	5,543,828	67.4	28.2	1,387,295	0.675	373,700	44,387	2,255,437	2,146,058	1.7
Chihuahua	3,741,869	17.6	2.1	106,093	0.761	910,158	141,532	1,813,877	1,760,915	2.2
Ciudad de México	9,209,944	24.0	1.7	124,540	0.813	3,650,107	316,761	4,910,037	4,541,196	4.0
Coahuila	3,146,771	18.2	1.8	5,481	0.774	935,373	166,389	1,531,162	1,451,798	4.2
Colima	731,391	20.5	1.2	5,109	0.765	148,216	128,953	384,420	381,107	2.1
Durango	1,832,650	34.3	6.3	44,242	0.746	300,019	101,500	840,692	806,797	3.0
Estado de México	16,992,418	42.9	6.0	415,450	0.761	2,220,002	85,184	8,328,673	7,736,227	3.6
Guanajuato	6,166,934	33.0	3.2	13,828	0.734	1,109,908	104,393	2,887,812	2,734,886	3.1
Guerrero	3,540,685	60.4	22.2	495,585	0.692	309,411	59,922	1,636,413	1,491,822	1.2
Hidalgo	3,082,841	41.0	6.8	356,950	0.736	431,584	78,891	1,467,760	1,402,785	2.2
Jalisco	8,348,151	21.8	2.1	65,021	0.765	1,798,206	133,857	4,092,603	4,001,745	1.4
Michoacán	4,748,846	41.7	7.5	150,180	0.722	652,250	82,199	2,307,150	2,196,060	1.7
Morelos	1,971,520	41.1	5.8	37,569	0.754	259,964	87,849	902,033	841,325	1.6
Nayarit	1,235,456	29.3	6.4	66,001	0.753	162,759	83,135	654,186	602,683	2.0
Nuevo León	5,784,442	16.0	1.1	77,618	0.784	1,926,151	225,862	2,987,074	2,777,029	2.9
Oaxaca	4,132,148	58.4	20.2	1,193,229	0.687	416,280	57,239	1,941,864	1,883,723	1.4
Puebla	6,583,278	54.0	11.4	604,471	0.719	827,328	80,424	3,017,372	2,943,798	1.7
Querétaro	2,368,467	21.7	1.7	31,086	0.764	588,047	160,301	1,180,840	1,024,235	2.6
Quintana Roo	1,857,985	27.0	4.2	203,317	0.758	356,485	128,903	980,538	936,690	2.2
San Luis Potosí	2,822,255	35.5	7.4	226,476	0.737	532,986	119,143	1,338,435	1,251,217	2.3
Sinaloa	3,026,943	21.6	1.8	34,935	0.78	515,371	117,150	1,481,795	1,379,343	1.9
Sonora	2,944,840	21.7	1.7	62,070	0.779	788,445	179,296	1,442,258	1,395,288	2.6
Tabasco	2,402,598	46.5	11.2	89,525	0.749	637,449	180,564	1,118,282	995,925	3.4
Tamaulipas	3,527,735	26.8	2.9	22,605	0.768	748,464	129,590	1,667,891	1,603,716	3.1
Tlaxcala	1,342,977	52.5	6.8	26,980	0.748	146,545	65,899	671,439	610,740	3.1
Veracruz	8,062,579	51.7	13.1	650,507	0.72	1,043,010	86,387	3,571,395	3,277,020	1.7
Yucatán	2,320,898	38.8	5.6	520,580	0.75	369,392	107,364	1,217,362	1,197,713	1.6
Zacatecas	1,622,138	44.2	5.1	4,781	0.742	225,018	87,211	687,642	673,085	2.7
Nacional	126,014,024	36.3	7.1	7,177,185	0.756	24,268,261	127,425	60,663,120	57,322,404	2.5

Fuente:

1/ INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2020.

2/ INEGI, Estimaciones con base en el Módulo de Condiciones Socioeconómicas, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 2022.

3/ PNUD, Informe de Desarrollo Humano Municipal 2010-2020: una década de transformaciones locales en México, <https://www.undp.org/es/mexico>4/ INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México, Producto Interno Bruto de 2022. INEGI, Cuéntame de México, <https://cuentame.inegi.org.mx/economia/pibpc.aspx?tema=e>

5/ INEGI, Sistemas de Consulta, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 1T 2024.

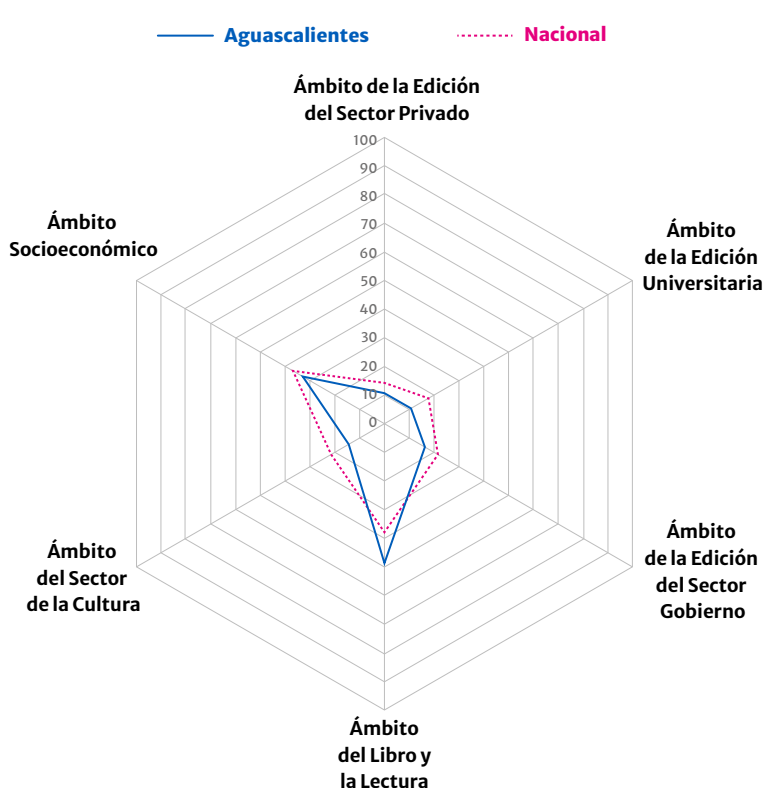
VI. Ámbito Socioeconómico (valores normalizados)

Entidad Federativa	Población 2020	Porcentaje de la población en situación de pobreza 2022	Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema, 2022	Habientes de Lengua Indígena, 2020	Índice de Desarrollo Humano PNUD 2020	PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	PIB per cápita 2020, pesos	Población Económicamente Activa de 15 años y más, 1T 2024	Población Ocupada de 15 años y más, 1T 2024	Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más, 1T 2024	Ámbito Socioeconómico
Ciudad de México	0.521	0.802	0.967	0.088	1.000	1.000	0.623	0.570	0.566	0.067	62.0
Estado de México	1.000	0.453	0.810	0.298	0.623	0.592	0.093	1.000	1.000	0.200	60.7
Jalisco	0.468	0.843	0.953	0.045	0.652	0.471	0.205	0.467	0.492	0.933	55.3
Nuevo León	0.311	0.950	0.989	0.054	0.790	0.508	0.415	0.328	0.326	0.433	51.0
Baja California	0.187	0.998	0.982	0.033	0.804	0.221	0.247	0.181	0.191	0.700	45.4
Chihuahua	0.185	0.921	0.953	0.075	0.623	0.218	0.222	0.180	0.188	0.667	42.3
Veracruz	0.451	0.290	0.551	0.468	0.326	0.256	0.096	0.401	0.394	0.833	40.7
Sinaloa	0.141	0.847	0.964	0.023	0.761	0.105	0.166	0.138	0.136	0.767	40.5
Sonora	0.136	0.845	0.967	0.043	0.754	0.183	0.308	0.133	0.138	0.533	40.4
Puebla	0.360	0.248	0.613	0.435	0.319	0.194	0.082	0.331	0.348	0.833	37.6
Guanajuato	0.334	0.636	0.912	0.008	0.428	0.275	0.137	0.315	0.320	0.367	37.3
Baja California Sur	0.004	1.000	1.000	0.008	0.768	0.009	0.245	0.010	0.006	0.667	37.2
Queretaro	0.101	0.845	0.967	0.021	0.645	0.126	0.265	0.100	0.087	0.533	36.9
Nacional	0.197	0.607	0.791	0.160	0.549	0.175	0.204	0.190	0.192	0.607	36.7
Campeche	0.012	0.412	0.679	0.064	0.522	0.093	1.000	0.009	0.006	0.867	36.6
Yucatán	0.098	0.529	0.825	0.374	0.543	0.064	0.144	0.105	0.111	0.867	36.6
Tamaulipas	0.172	0.750	0.923	0.015	0.674	0.172	0.195	0.162	0.166	0.367	36.0
Coahuila	0.149	0.909	0.964	0.002	0.717	0.225	0.279	0.144	0.146	0.000	35.4
Quintana Roo	0.069	0.747	0.876	0.145	0.601	0.060	0.193	0.075	0.076	0.667	35.1
Michoacán	0.247	0.475	0.755	0.107	0.341	0.144	0.086	0.242	0.247	0.833	34.8
Colima	0.000	0.867	0.985	0.002	0.652	0.000	0.193	0.000	0.000	0.700	34.0
Aguascalientes	0.043	0.808	0.964	0.000	0.710	0.048	0.225	0.038	0.034	0.400	32.7
San Luis Potosí	0.129	0.590	0.759	0.162	0.449	0.110	0.171	0.120	0.118	0.633	32.4
Hidalgo	0.145	0.488	0.781	0.256	0.442	0.081	0.079	0.136	0.139	0.667	32.1
Morelos	0.076	0.486	0.818	0.025	0.572	0.032	0.099	0.065	0.063	0.867	31.0
Oaxaca	0.209	0.166	0.292	0.860	0.087	0.077	0.029	0.187	0.204	0.933	30.5
Nayarit	0.031	0.704	0.796	0.046	0.565	0.005	0.089	0.034	0.030	0.733	30.3
Durango	0.068	0.612	0.799	0.030	0.514	0.044	0.131	0.057	0.058	0.400	27.1
Chiapas	0.296	0.000	0.000	1.000	0.000	0.065	0.000	0.236	0.240	0.833	26.7
Tabasco	0.103	0.386	0.620	0.063	0.536	0.140	0.311	0.092	0.084	0.267	26.0
Zacatecas	0.055	0.429	0.843	0.002	0.486	0.022	0.098	0.038	0.040	0.500	25.1
Guerrero	0.173	0.129	0.219	0.356	0.123	0.046	0.036	0.158	0.151	1.000	23.9
Tlaxcala	0.038	0.275	0.781	0.018	0.529	0.000	0.049	0.036	0.031	0.367	21.2

Anexo 3

Análisis FODA por entidad federativa

A continuación, se analizan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada una de las entidades federativas para el desarrollo de entornos favorables para la edición, el libro y la lectura en México, de acuerdo con los resultados obtenidos en el índice. En el círculo azul aparece la posición que cada entidad obtuvo a nivel nacional. Para ver las fichas estadísticas por entidad federativa, véase el Anexo 4.



Aguascalientes 20

Fortalezas y oportunidades

En el ámbito del sector privado, cuenta con un Índice de Competitividad Estatal alto (46.9%). En el ámbito del libro y la lectura, cuenta con altas tasas de alfabetización (97.7%) y con un alto grado promedio de escolaridad (10.3 años).

Debilidades y amenazas

En el ámbito de la edición universitaria, sólo cuenta con una editorial. En el ámbito del sector de la cultura, no cuenta con sitios patrimonio de la humanidad y está por abajo del promedio en museos y centros culturales. En el ámbito del sector Gobierno, aparece muy por abajo del promedio nacional.

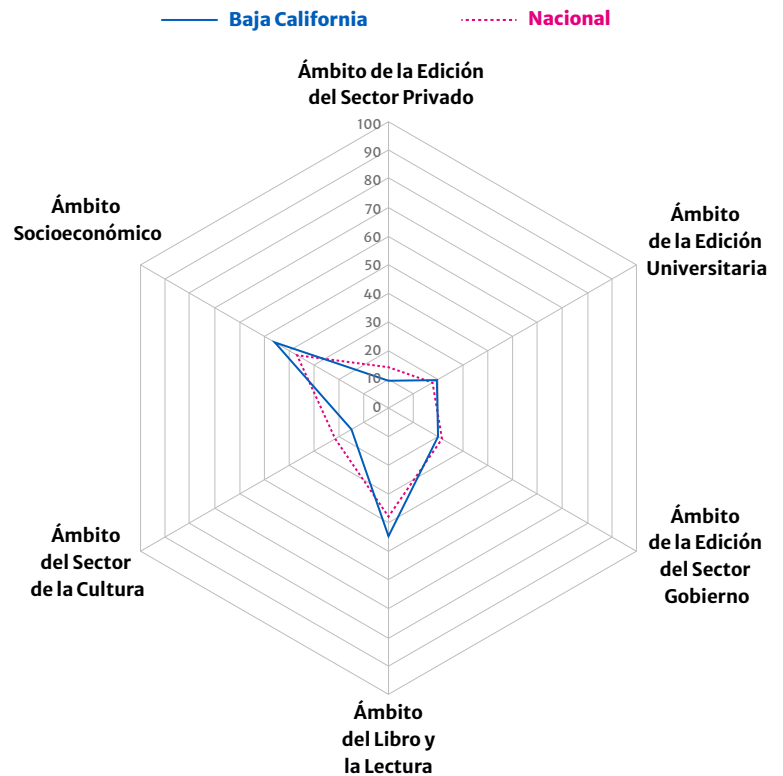
Baja California 09

Fortalezas y oportunidades

Tiene el potencial para consolidar una industria editorial; por su carácter fronterizo y su cultura migrante, es una ventana para la población hispana en Estados Unidos. En el ámbito de la edición universitaria, cuenta con instituciones muy prolíficas, como El Colegio de la Frontera Norte. En el ámbito del libro y la lectura, cuenta con una alta tasa de alfabetización (97.7%) y de escolaridad (10.2 años).

Debilidades y amenazas

En el ámbito privado, del sector Gobierno y el de la cultura, está por debajo del promedio nacional, pues, en comparación con otros estados, cuenta con pocos museos, teatros y zonas arqueológicas.



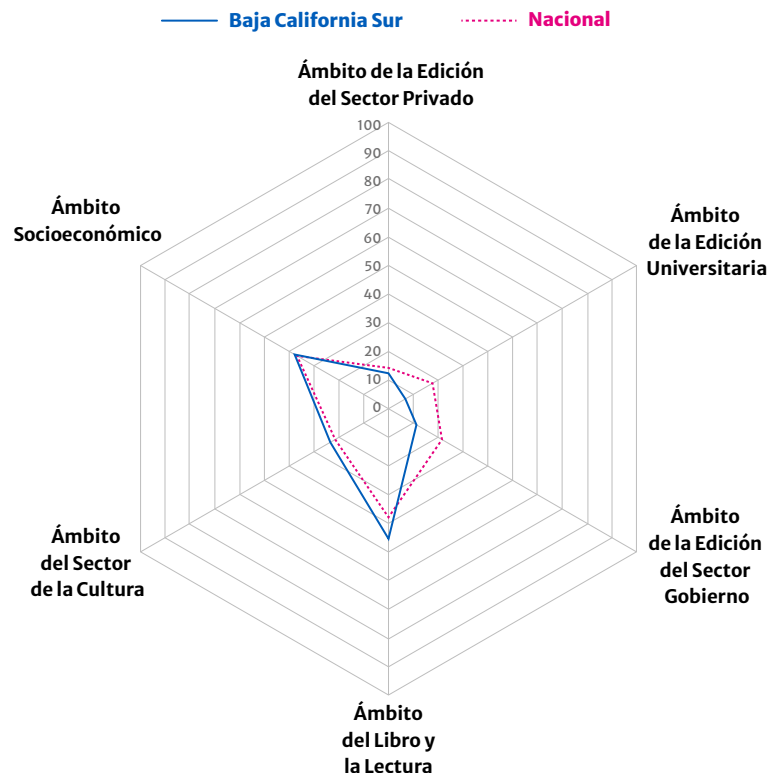
Baja California Sur 17

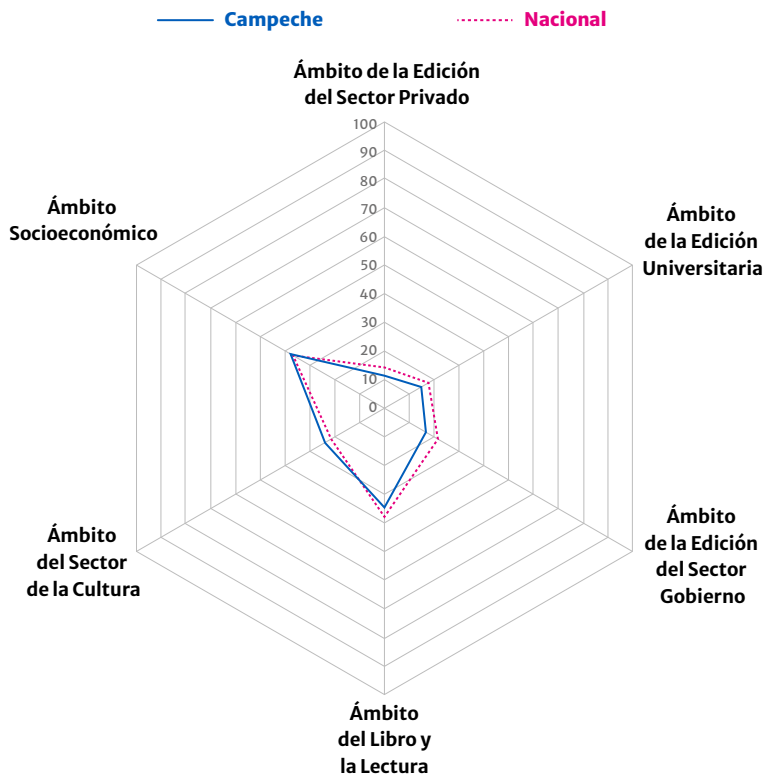
Fortalezas y oportunidades

En el ámbito del libro y la lectura, cuenta con altas tasas de alfabetización (97.7%) y con un alto grado promedio de escolaridad (10.3 años). Es la entidad con los menores niveles de pobreza (13.3%) y pobreza extrema (0.8%).

Debilidades y amenazas

En el ámbito de la edición privada, de la edición universitaria, del Gobierno y del sector de la cultura, está por debajo del promedio nacional. Es el segundo estado menos poblado, con 798 mil personas, sólo por arriba de Colima.





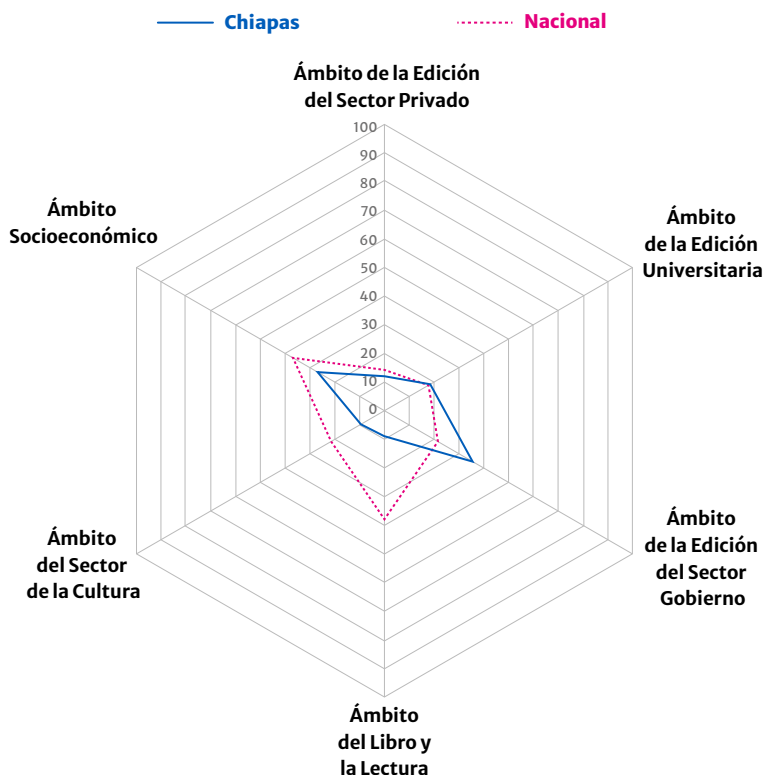
Campeche 14

Fortalezas y oportunidades

Campeche cuenta con una gran riqueza natural y cultural, que se ve reflejada en 17 zonas arqueológicas y monumentos históricos. En el ámbito del libro y la lectura, es la tercera entidad con mayor número de ferias de libro por cada millón de habitantes con 3.2 ferias. En el sector de la cultura, ocupa el tercer lugar en el número de teatros por cada millón de habitantes con 13.

Debilidades y amenazas

Sólo cuenta con tres editoriales, una en el sector privado, una en la edición universitaria y otra en el sector Gobierno, esto la ubicó, en 2022, como la entidad con el menor número de ISBN otorgados (39).



Chiapas 29

Fortalezas y oportunidades

Chiapas es una entidad con una gran riqueza natural y cultural. En el ámbito del sector Gobierno se tiene registro de 457 fondos editoriales, ubicándola en el tercer lugar a nivel nacional, además de contar con el mayor número de apoyos del Programa a las Culturas Municipales y Comunitarias.

Debilidades y amenazas

Chiapas es una entidad con una gran riqueza natural y cultural; sin embargo, también es la entidad con el mayor número de población en pobreza y pobreza extrema, situación que no le ha permitido crear condiciones favorables en torno al libro y la lectura. En este sentido, ocupa uno de los últimos lugares en el Índice.

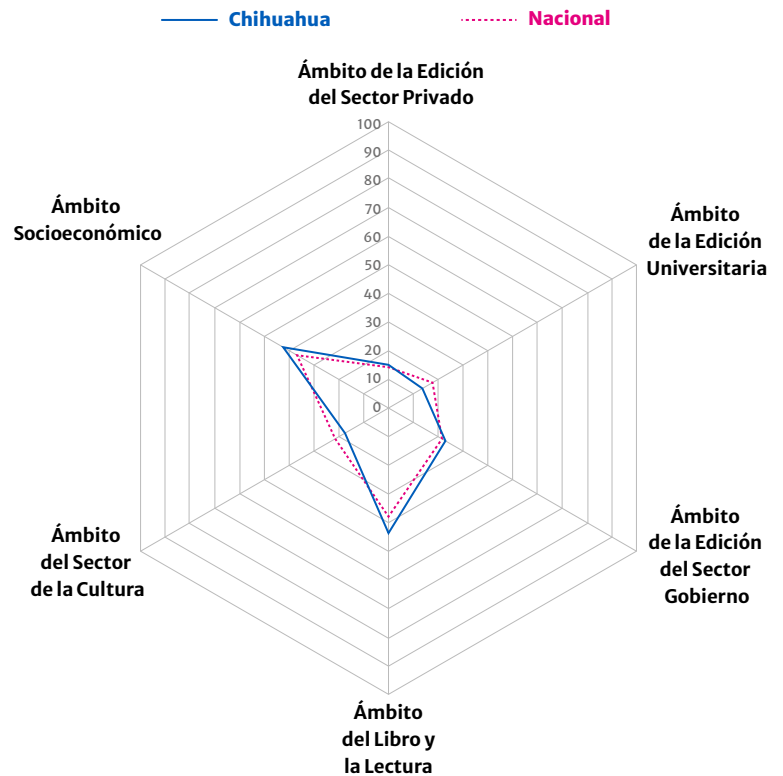
Chihuahua 08

Fortalezas y oportunidades

Chihuahua ocupa el puesto número ocho del índice. Es un estado fronterizo con vocación industrial, principalmente en el ensamble de partes eléctricas y electrónicas. De acuerdo con los resultados del índice, cuenta con el potencial para convertirse en una entidad con vocación editorial, en razón de su alta tasa de alfabetización (97.1%) y de escolaridad (10 años).

Debilidades y amenazas

En el ámbito del sector privado, sólo tiene una editorial. Cuenta, por cada millón de habitantes, sólo con 44 espacios de la Dirección General de Bibliotecas. En el ámbito universitario, sólo tiene 33 universidades por cada millón de habitantes.



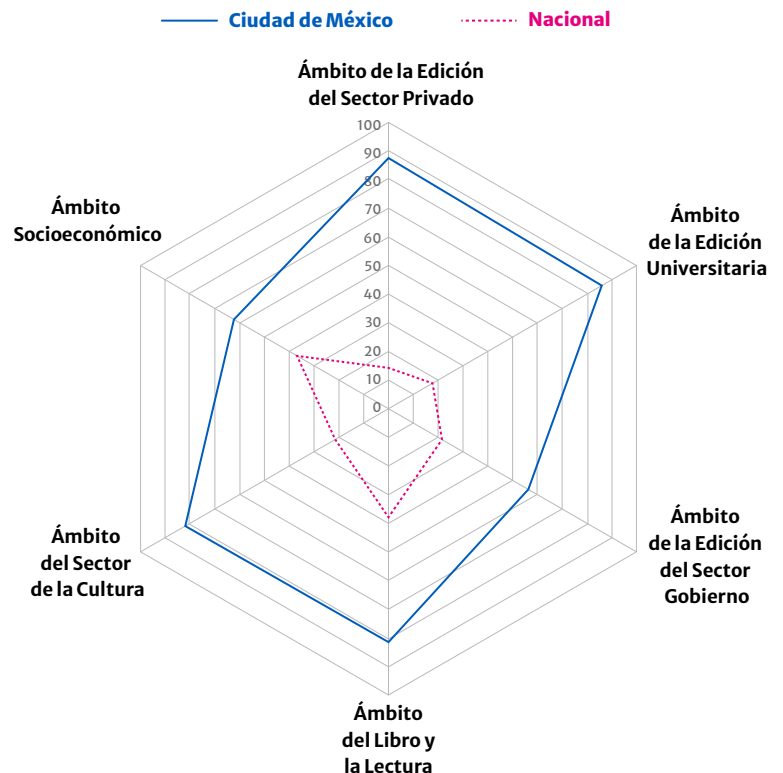
Ciudad de México 01

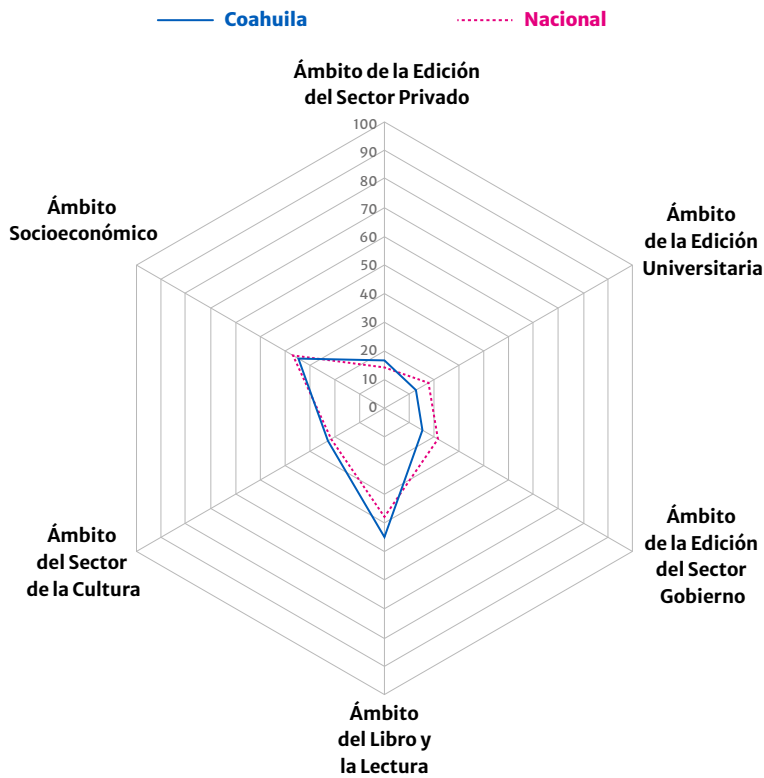
Fortalezas y oportunidades

La Ciudad de México se ubica como la entidad con las mayores capacidades y el entorno más favorable para la edición. Gran parte de las editoriales, tanto privadas como universitarias y de Gobierno, se ubican en la capital, además de contar con una gran infraestructura en torno al libro. Esta entidad ha sabido aprovechar la gran riqueza cultural con la que cuenta.

Debilidades y amenazas

Entre las principales debilidades, encontramos la piratería de libros, pues, al ser el mayor mercado de éstos, es común encontrarlos en puestos ubicados en la vía pública. Además, al igual que en el resto del país, las redes sociales y las plataformas de *streaming* representan una amenaza, porque están desplazando a los lectores de libros.





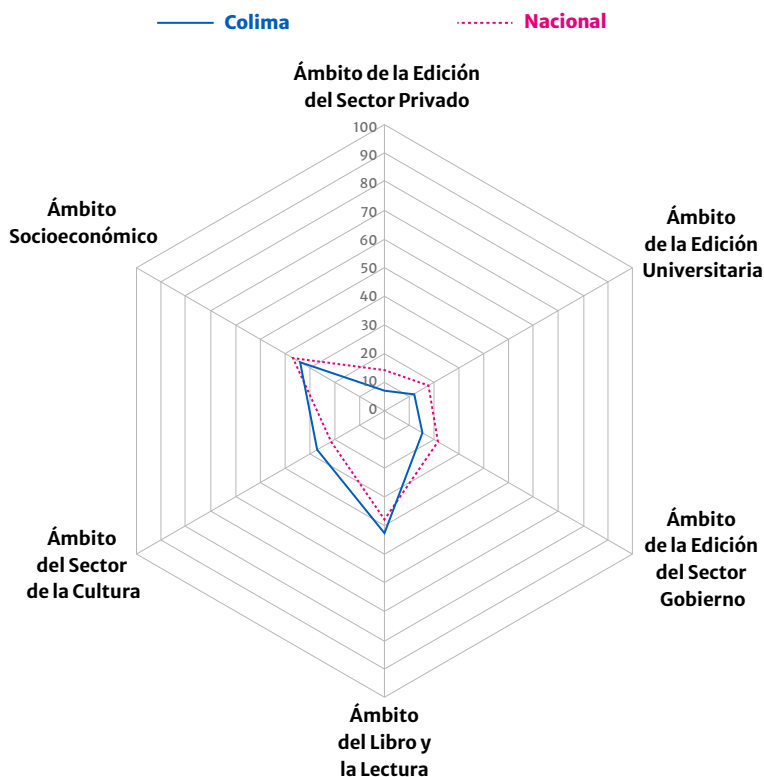
Coahuila 12

Fortalezas y oportunidades

Esta entidad fronteriza tiene una gran vocación manufacturera, principalmente en la fabricación de partes y accesorios de vehículos automotores, además de la minería. En el ámbito del libro y la lectura, cuenta con altas tasas de alfabetización (98%) y grado promedio de escolaridad (10.4 años). En el ámbito de la cultura, cuenta, por cada millón de habitantes, con 23 teatros y 13 cines y cinetecas.

Debilidades y amenazas

En los ámbitos universitario y de Gobierno, está por debajo del promedio nacional. En el ámbito de Gobierno, sólo cuenta con una editorial. Tiene los niveles más altos de desempleo del país (4.2%).



Colima 15

Fortalezas y oportunidades

En el ámbito del libro y la lectura y en el del sector de la cultura está por arriba del promedio nacional, debido principalmente a que, los indicadores por cada millón de habitantes como bibliotecas, librerías, museos, cines, universidades e investigadores SNI por cada millón de habitantes se elevan al ser la entidad menos poblada del país, con 731 mil habitantes. Esta peculiaridad colocó a Colima varios lugares por arriba de otras entidades, aunque, en realidad, la infraestructura en términos nominales es mucho menor, ocupando, por ejemplo, el penúltimo en universidades con 39.

Debilidades y amenazas

En el ámbito de la edición universitaria y de Gobierno, está por debajo del promedio nacional. Cuenta con sólo tres editoriales.

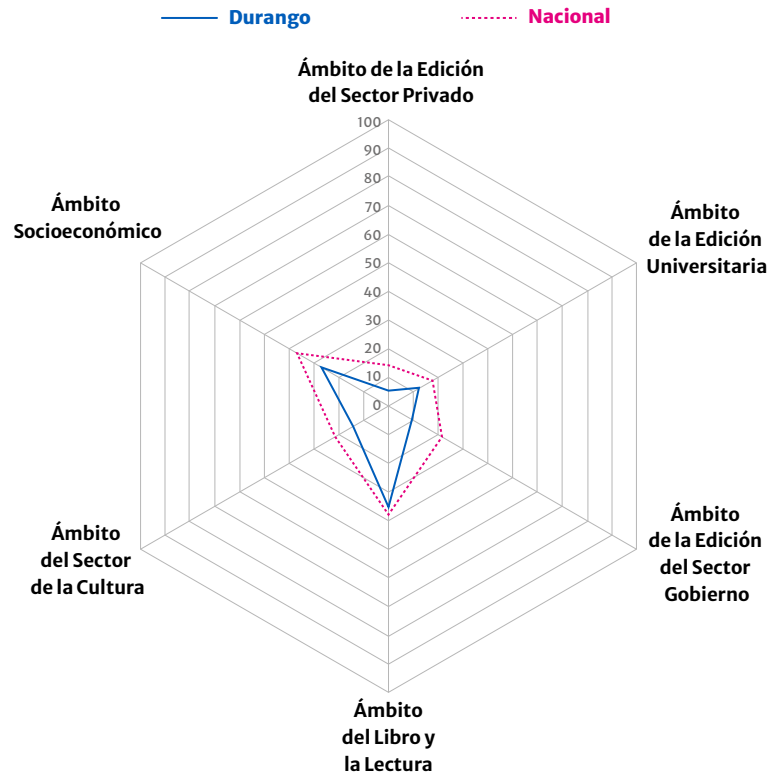
Durango 30

Fortalezas y oportunidades

Durango es una entidad cuya principal actividad económica es la minería, la producción de alambres y cables eléctricos, y de partes y accesorios para automóviles. En el ámbito del libro y la lectura, está bien ubicado en el número de Bibliotecas de la Dirección General de Bibliotecas, con 87.9 por cada millón de habitantes.

Debilidades y amenazas

Se encuentra por debajo del promedio nacional en todos los ámbitos. De acuerdo con los datos e indicadores analizados, Durango no cuenta con un entorno favorable para el libro, la lectura y la edición. Solamente se tiene registro de dos editoriales en esta entidad.



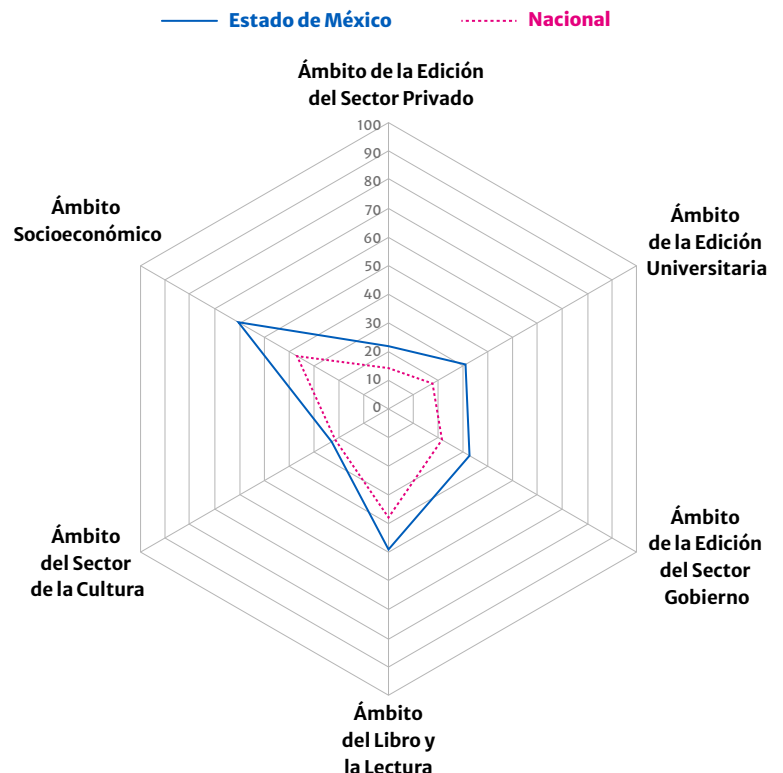
Estado de México 02

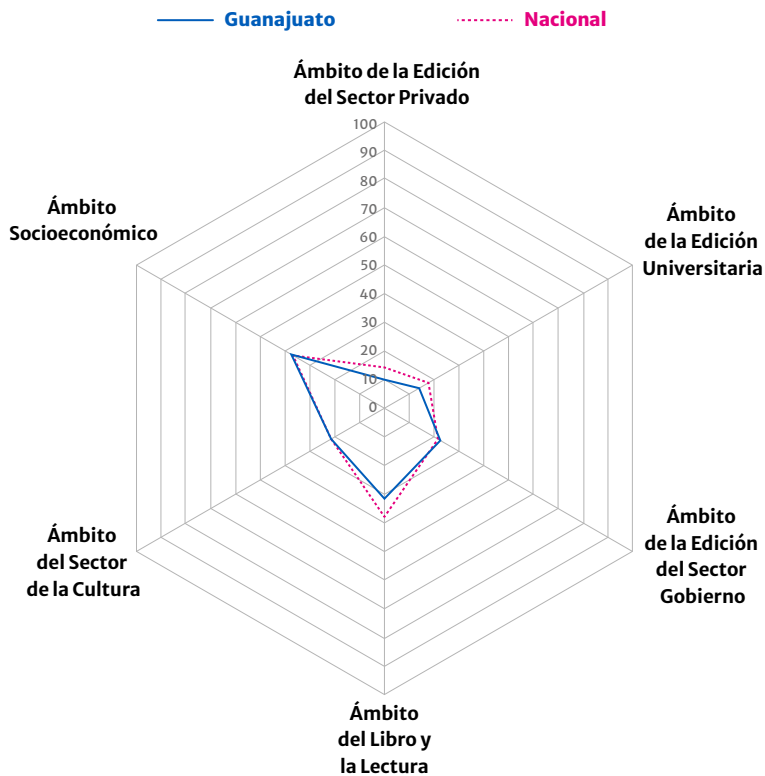
Fortalezas y oportunidades

Obtuvo el segundo lugar en este índice, principalmente porque cuenta con un entorno favorable para el libro. Está por arriba del promedio nacional en todos los ámbitos. El contar con la mayor población del país, con casi 17 millones de personas, lo convierte en un mercado potencial para el libro; además, muchas de las grandes editoriales se encuentran ubicadas en el área metropolitana de la Ciudad de México, posee la infraestructura necesaria para consolidar una industria editorial.

Debilidades y amenazas

Al contar con una gran población, los valores del índice por cada millón de personas tienden a la baja, como son museos, teatros, cines, librerías, bibliotecas, universidades e investigadores SNI.





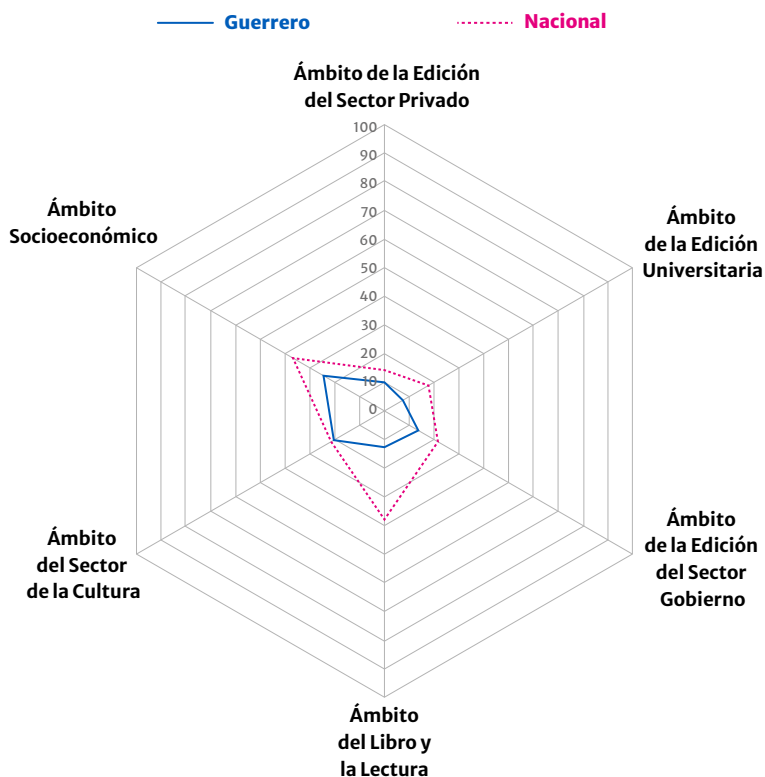
Guanajuato 18

Fortalezas y oportunidades

Guanajuato cuenta con una gran infraestructura y vocación cultural; es, también, un estado con una industria automotriz, del calzado y de partes y accesorios vehiculares bien consolidada. En el ámbito universitario, aunque esta por debajo del promedio nacional, cuenta con tres Centros Públicos CONHACYT y, por lo tanto, con un gran número de investigadores SNI (1,314), así como cuatro editoriales universitarias.

Debilidades y amenazas

La riqueza cultural de Guanajuato, sin embargo, no ha sido aprovechada, principalmente por los problemas de inseguridad que enfrenta, aunado a las bajas tasas de alfabetización y escolaridad.



Guerrero 32

Fortalezas y oportunidades

Guerrero tiene una gran vocación agrícola y en la elaboración de joyería de metales preciosos; sin embargo, a pesar de contar también con una enorme riqueza cultural y natural, ocupa el último lugar del índice.

Debilidades y amenazas

Aparece, en todos los ámbitos, en los últimos lugares del índice y, naturalmente, no cuenta con un entorno favorable para el libro. Lo anterior, se debe principalmente a los grandes rezagos que enfrenta en educación, además de concentrar una gran población en situación de pobreza y pobreza extrema, sólo por debajo de Chiapas. Tiene solamente una editorial universitaria.

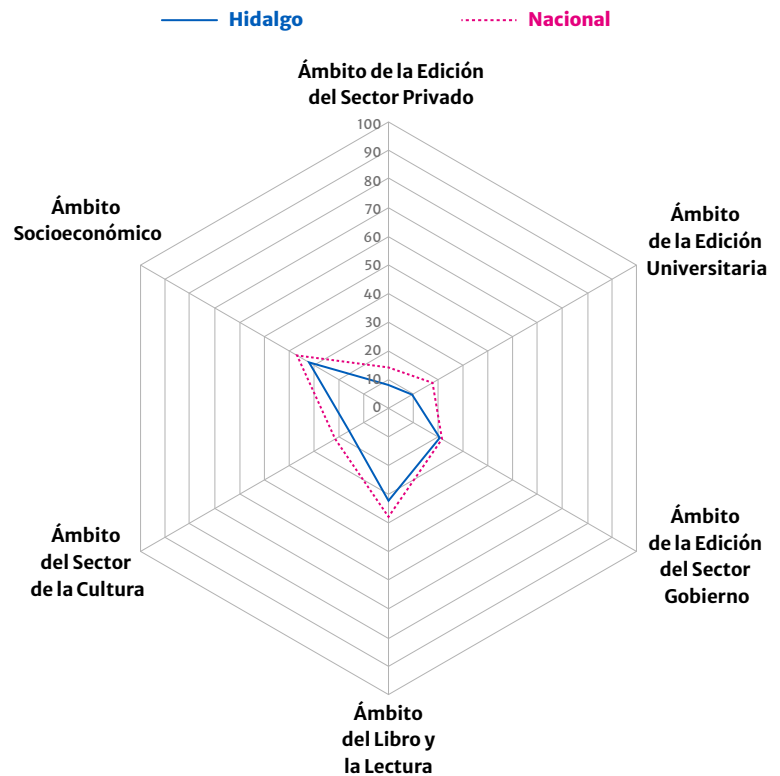
Hidalgo 25

Fortalezas y oportunidades

De acuerdo con el índice de competitividad estatal del IMCO 2024, Hidalgo destacó por sus esfuerzos en materia de medio ambiente, capacitación laboral y justicia.

Debilidades y amenazas

El estado de Hidalgo no ha logrado crear un entorno favorable para el libro y la lectura y, en todos los ámbitos, está por debajo del promedio nacional, debido a que no cuenta con la infraestructura para desarrollar una industria editorial. Esto se ve reflejado en que sólo se tiene registro de tres editoriales, pese a la riqueza cultural con la que cuenta. Posee un Índice de Desarrollo Humano bajo y, en cuanto a su PIB per cápita, ocupa los últimos lugares. También destacan sus bajas tasas de alfabetización y escolaridad.



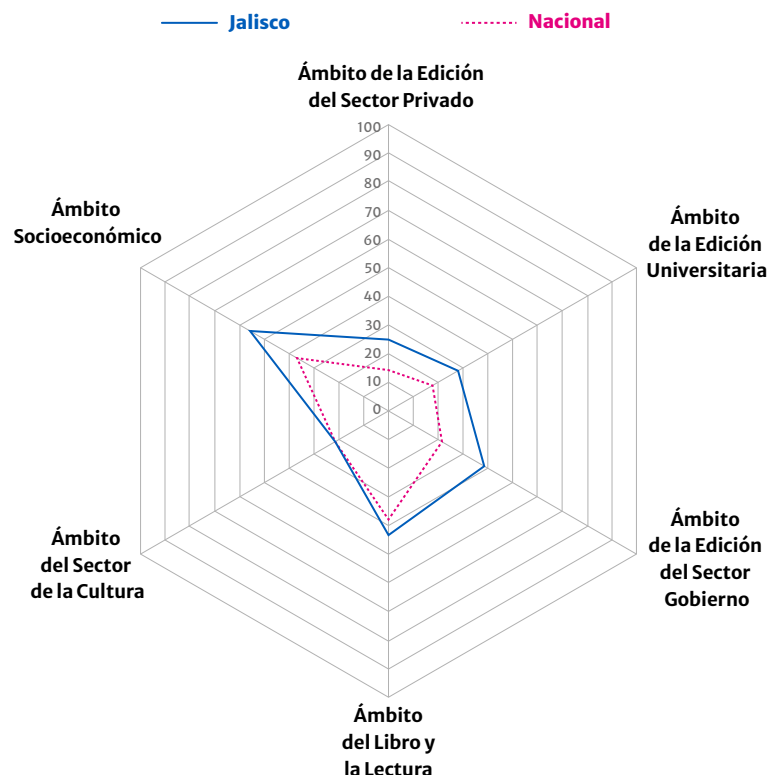
Jalisco 03

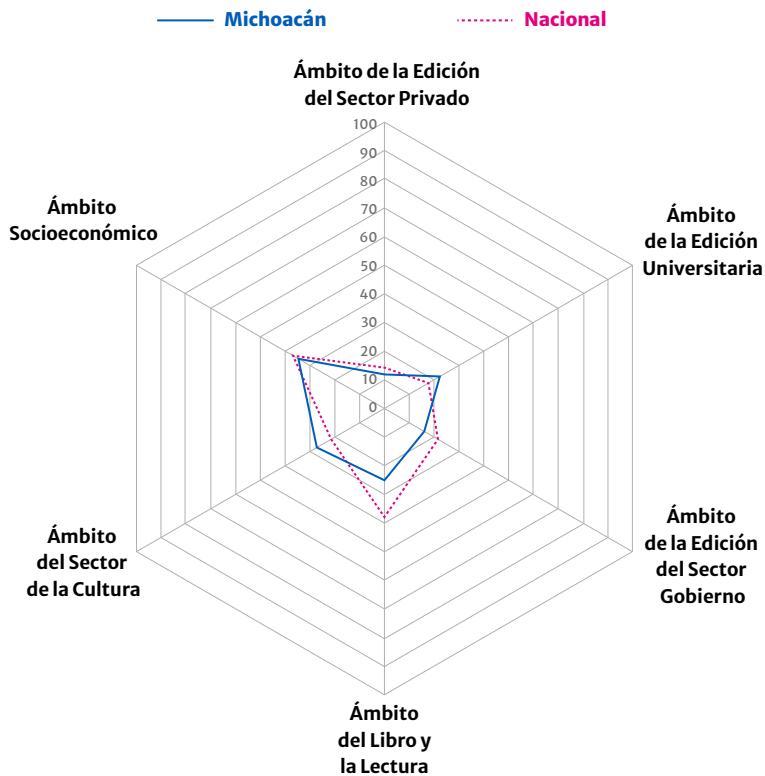
Fortalezas y oportunidades

Jalisco ha consolidado una industria editorial, de lo que rinden testimonio las 33 editoriales con las que cuenta, de las cuales 28 pertenecen al sector privado. Tiene una gran infraestructura educativa y cultural, la segunda matrícula más alta en educación básica (1.6 millones de alumnos), la segunda posición en número de museos e investigadores SNI, y la cuarta posición en número de alumnos de licenciatura y de posgrado, todo lo cual le ha permitido organizar cada año la FIL, una de las ferias del libro más importantes del mundo.

Debilidades y amenazas

Como el resto de las entidades, la piratería y la reducción de la población lectora de libros representan la principal amenaza para la industria.





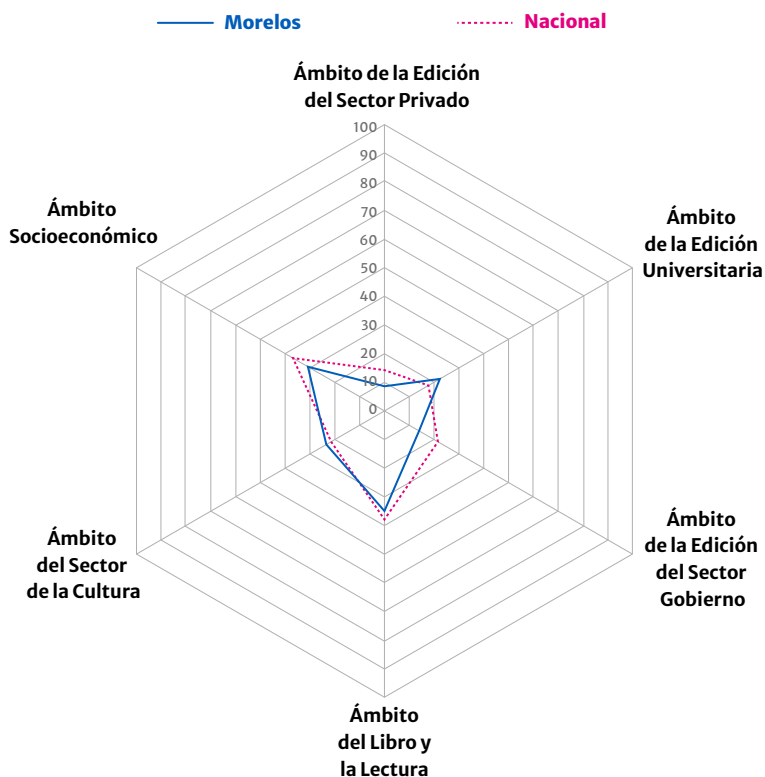
Michoacán 16

Fortalezas y oportunidades

Michoacán es una entidad con una gran riqueza natural y el sector agrícola ocupa un lugar importante en su economía. En el ámbito universitario y en el sector de la cultura, está por arriba del promedio nacional, ubicándose en primer lugar en el número de festividades y muestras culturales, reflejo de su gran riqueza cultural.

Debilidades y amenazas

Michoacán ocupa uno de los últimos lugares en cuanto a competitividad. En el ámbito del libro y la lectura, ocupa los últimos lugares en cuanto a librerías y bibliotecas. Cuenta con bajas tasas de alfabetización y escolaridad y, pese a su gran riqueza cultural, no ha logrado crear un entorno favorable para el libro y la lectura.



Morelos 19

Fortalezas y oportunidades

Morelos es la segunda entidad con mayor número de investigadores SNI por cada millón de habitantes (644), esto debido a que cuenta con varios institutos de investigación, como el Instituto Nacional de Salud Pública, con 255 investigadores. Asimismo, se sitúa en el segundo lugar de universidades por cada millón de habitantes, con 60.

Debilidades y amenazas

En los ámbitos del sector privado, Gobierno, libro y lectura y socioeconómico, se encuentra por debajo del promedio nacional. El PIB de Morelos es apenas superior al de Zacatecas, Baja California Sur, Nayarit, Colima y Tlaxcala. Morelos al igual que Hidalgo y Tlaxcala, debido a su cercanía con la Ciudad de México, no ha optado por desarrollar una industria editorial propia.

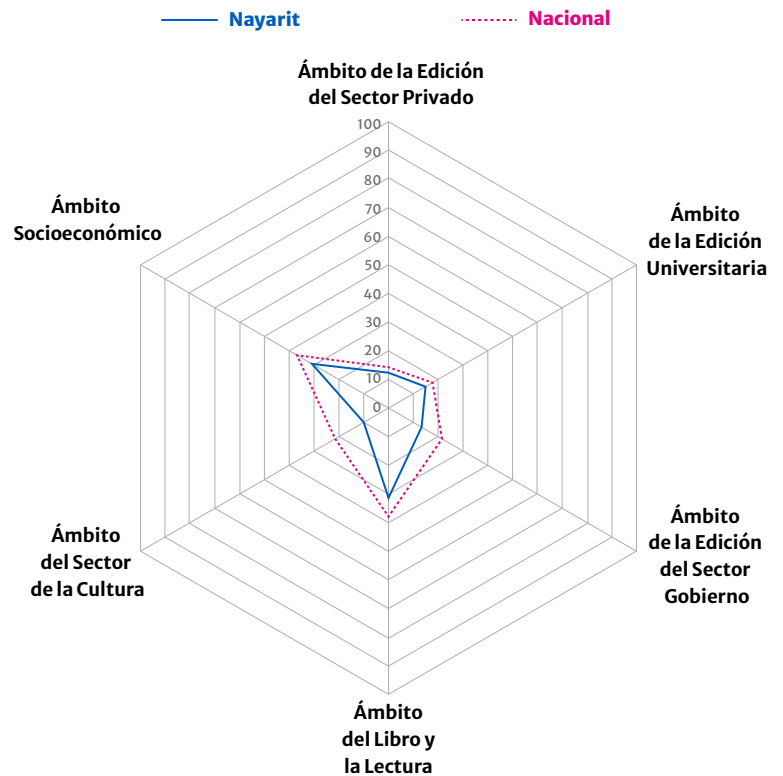
Nayarit 28

Fortalezas y oportunidades

Esta entidad es poseedora de una gran riqueza natural, que se ve reflejado en un fuerte sector agrícola. En el número de universidades por cada millón de habitantes ocupa, con 69, el primer lugar.

Debilidades y amenazas

Nayarit ocupa una de las últimas posiciones del índice (29), al no haber desarrollado un entorno favorable para el libro y, en todos los ámbitos, está por debajo del promedio nacional. Tiene el último lugar en número de investigadores SNI (218) y en número de museos con, sólo 16.



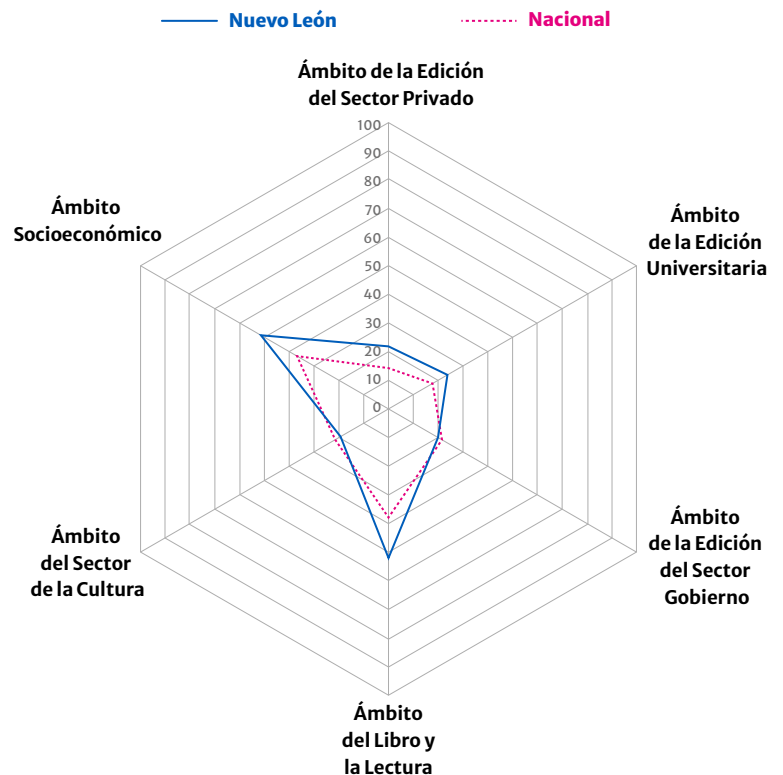
Nuevo León 04

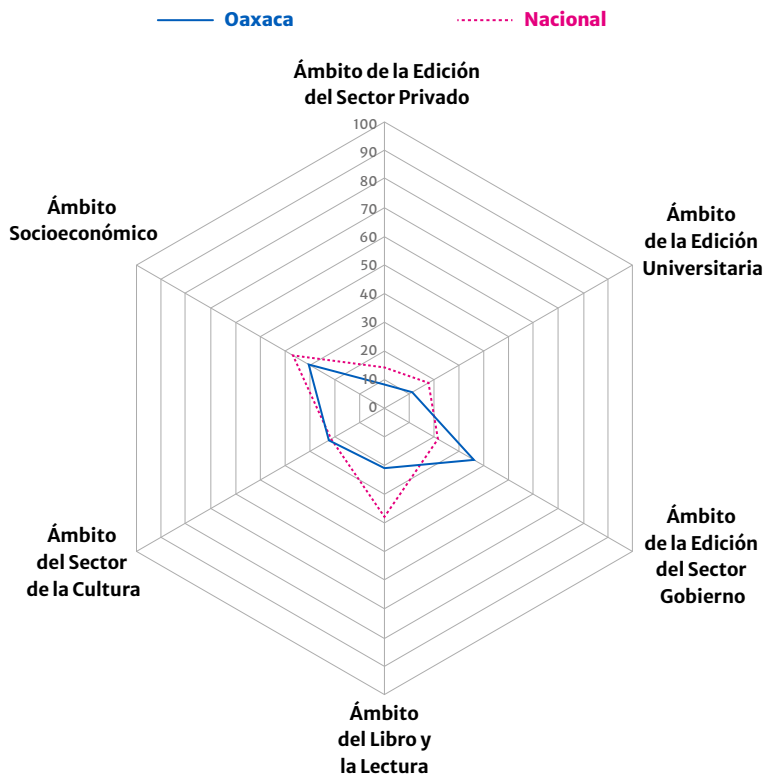
Fortalezas y oportunidades

Nuevo León tiene una gran vocación industrial que le ha permitido construir un entorno muy favorable, pues cuenta con casi 2 mil investigadores del SNI, la segunda tasa de alfabetización más alta del país (98.1%), y la segunda posición en grados promedio de escolaridad (10.7 años), el tercer lugar en matrícula de posgrado (36.3 mil), el tercer puesto en el PIB, el segundo lugar en cuanto a su PIB per cápita y el tercer lugar en el Índice de Desarrollo Humano. Este gran potencial lo coloca como una entidad con las capacidades para poder consolidar una industria en torno al libro y la lectura.

Debilidades y amenazas

En el ámbito del sector Gobierno y del Sector de la cultura, está por abajo del promedio nacional.





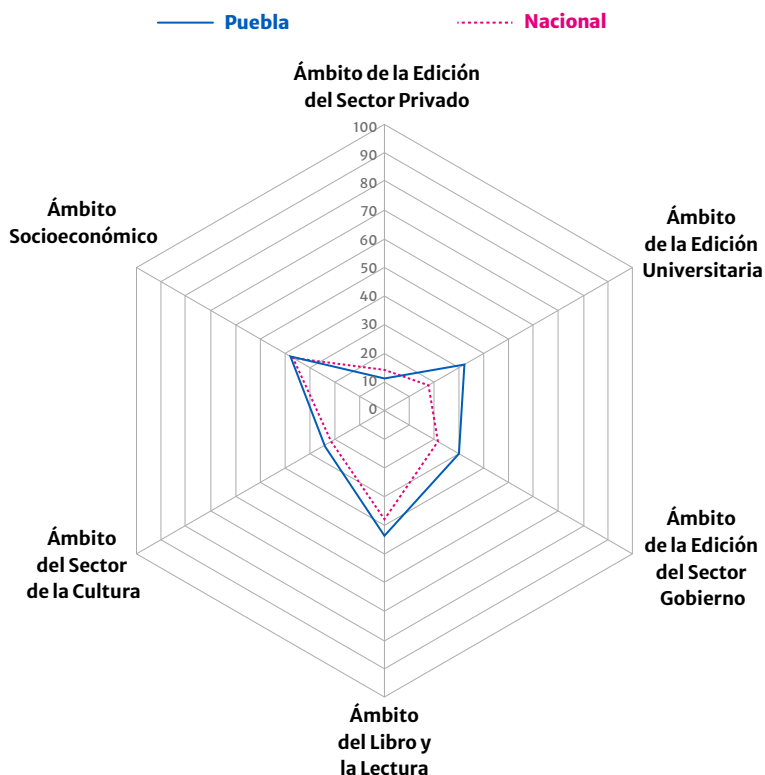
Oaxaca 23

Fortalezas y oportunidades

Oaxaca cuenta con una gran riqueza cultural, de la que rinden testimonio sus 111 festividades y muestras culturales. Cuenta con 130 centros culturales. Es la entidad con el mayor número de zonas arqueológicas y monumentos históricos (27) y la segunda con el mayor número de hablantes de lenguas indígenas (1.2 millones), además de ser una de las entidades con mayor número de apoyos a proyectos culturales.

Debilidades y amenazas

A pesar de esta gran riqueza cultural, no ha logrado crear un entorno favorable, pues ocupa el tercer lugar en número de personas en pobreza y pobreza extrema, además de una de las tasas más bajas de alfabetización (88.1%) y de escolaridad (8.1 años).



Puebla 05

Fortalezas y oportunidades

Es una entidad con una gran vocación en la fabricación de vehículos, partes y accesorios. A pesar de su cercanía con la Ciudad de México, y a diferencia de Hidalgo y Morelos, Puebla sí ha creado un entorno propio, favorable al libro y la lectura. Cuenta con 17 editoriales, el cuarto lugar en números ISBN otorgados, 298 universidades, 1,630 investigadores SNI, además de situarse en segundo lugar en matrícula de posgrado y en número de bibliotecas. Ocupa el quinto lugar en número de hablantes en lengua indígena, con más de 600 mil personas.

Debilidades y amenazas

Cuenta con tasas muy bajas de alfabetización (92.9%) y de escolaridad (9.2 años). Ocupa el cuarto lugar en pobreza (54%) y el quinto en pobreza extrema (11.4%).

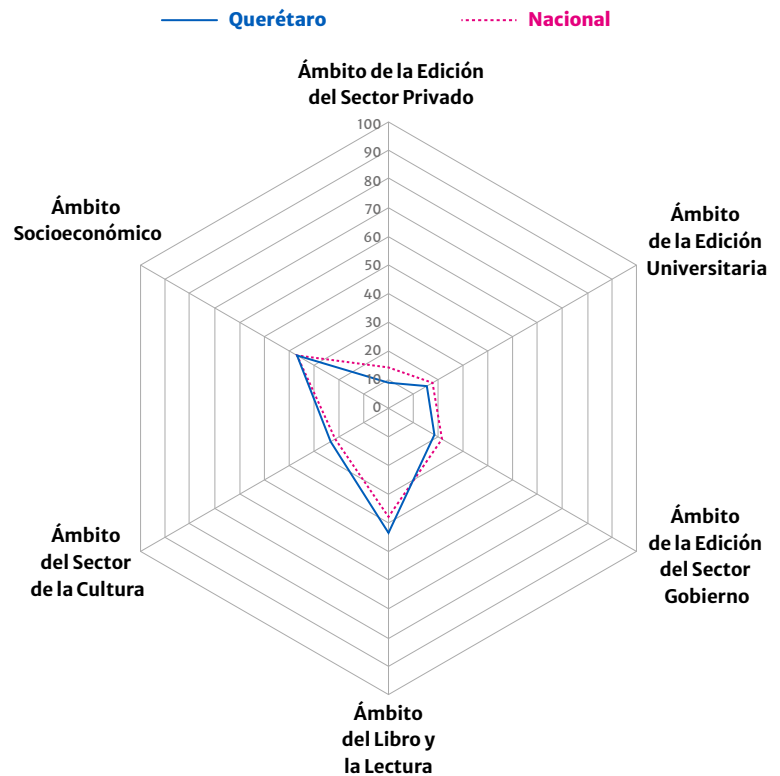
Querétaro 11

Fortalezas y oportunidades

Querétaro es una entidad con una pujante industria automotriz, aeronáutica y de logística. Cuenta con un índice de competitividad alto (47.9). Ocupa el tercer lugar en número de investigadores del SNI, con más de mil. En 2012, obtuvo el primer lugar en desempeño en lectura. Tiene el tercer lugar en grados promedio de escolaridad, con 10.7 años y en el número de museos por cada millón de habitantes, con 23. Cuenta con el potencial para desarrollar un entorno favorable para el libro y la lectura.

Debilidades y amenazas

En el ámbito de la edición privada, universitaria y de Gobierno, está por debajo del promedio nacional.



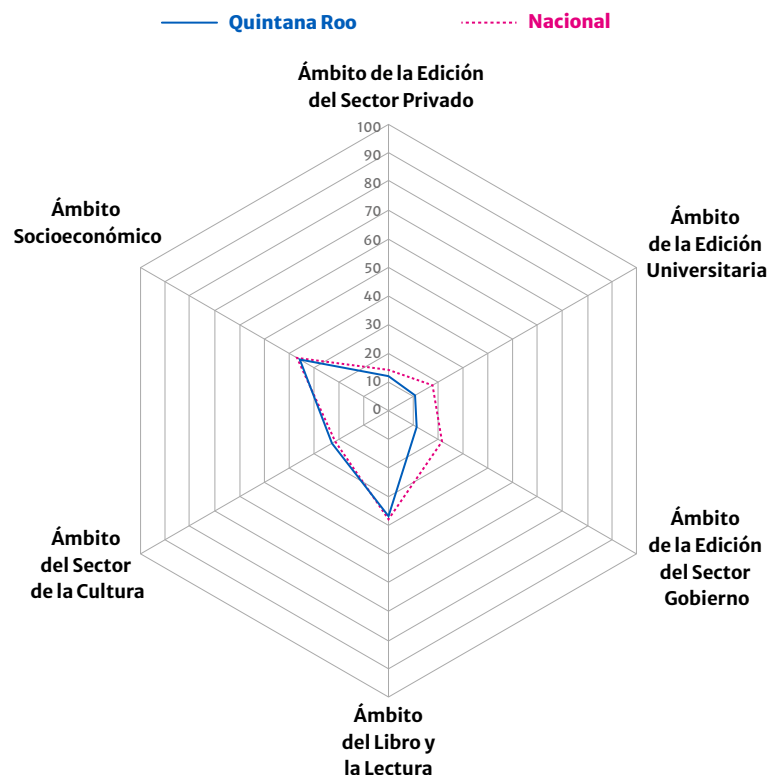
Quintana Roo 22

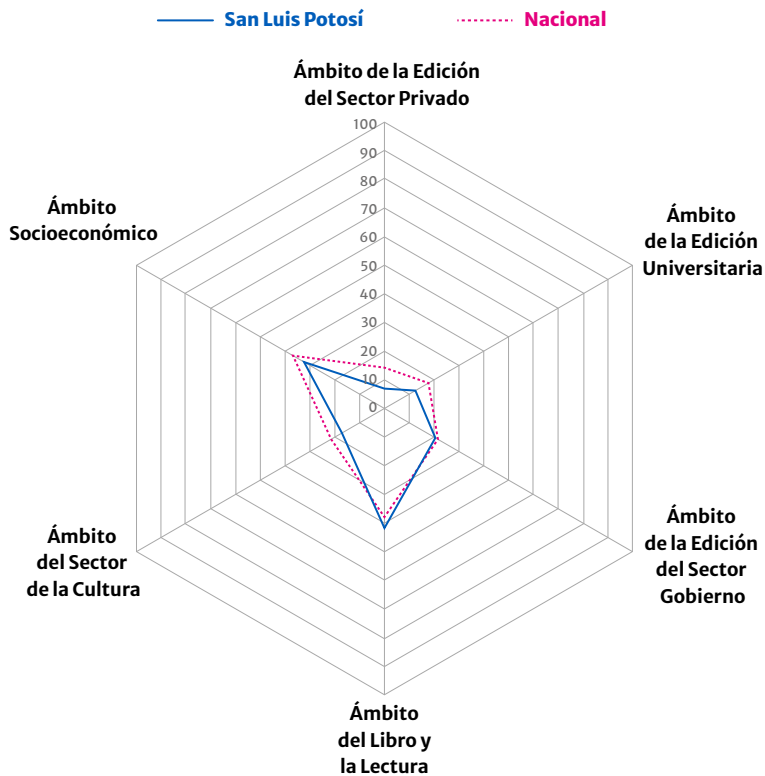
Fortalezas y oportunidades

Quintana Roo es un estado de vocación turística y de grandes riquezas naturales. Cuenta con 18 zonas arqueológicas y monumentos históricos.

Debilidades y amenazas

En el ámbito del libro y la lectura, es la entidad con el menor número de bibliotecas. En los ámbitos privado, universitario y de Gobierno, está muy por debajo del promedio nacional, ya que sólo cuenta con dos editoriales. Al ser un estado que recibe a millones de turistas al año, tiene la oportunidad de convertirse en un mercado potencial; sin embargo, no ha logrado crear las condiciones necesarias para el establecimiento de una cultura en torno al libro.





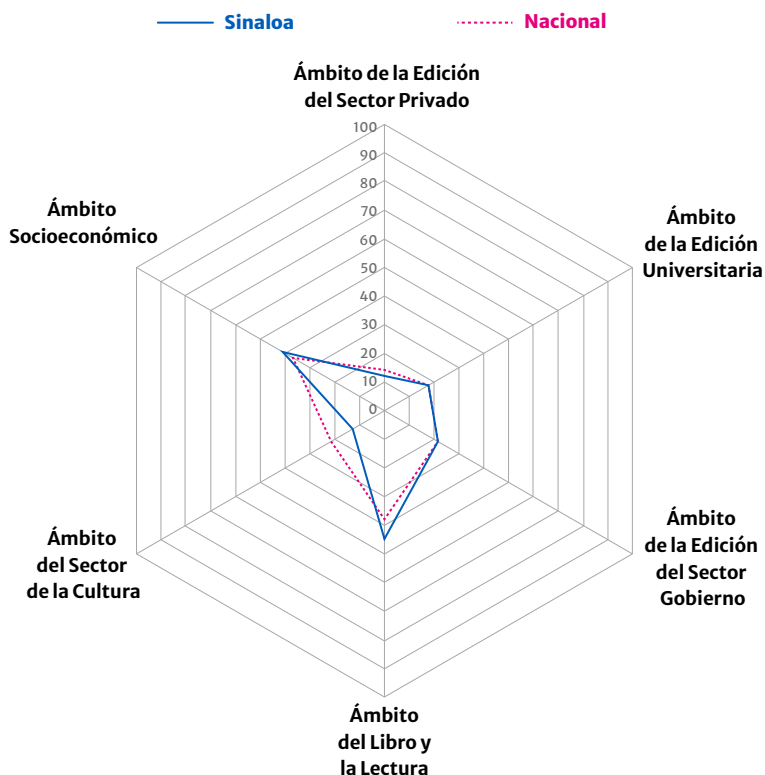
San Luis Potosí 21

Fortalezas y oportunidades

Es una identidad con vocación para la fabricación de vehículos. En el ámbito del libro y la lectura, cuenta con el mayor número de bibliotecas por cada millón de habitantes.

Debilidades y amenazas

En el ámbito de la edición universitaria, de Gobierno, del sector de la cultura y en el socioeconómico, está por debajo del promedio nacional. San Luis Potosí no ha desarrollado un entorno favorable para el libro y la lectura. Ejemplo de ello, es que sólo cuenta con tres editoriales, todas pertenecientes a la edición universitaria.



Sinaloa 10

Fortalezas y oportunidades

Sinaloa es un estado agrícola por excelencia que ha avanzado en la construcción de un entorno favorable para el libro y la lectura, principalmente en el ámbito de la educación. Muestra de ello es su alto número de bibliotecas (255), ocupando el cuarto lugar en este rubro. También cuenta con un Índice de Desarrollo Humano alto (0.78).

Debilidades y amenazas

Pese a que Sinaloa ha avanzado en temas como educación superior, en el ámbito del sector de la cultura aún enfrenta rezagos, principalmente de infraestructura. La delincuencia es otro factor que influye en el establecimiento de un entorno favorable, porque presenta una alta tasa de prevalencia delictiva, con 2,674 delitos por cada diez mil unidades económicas.

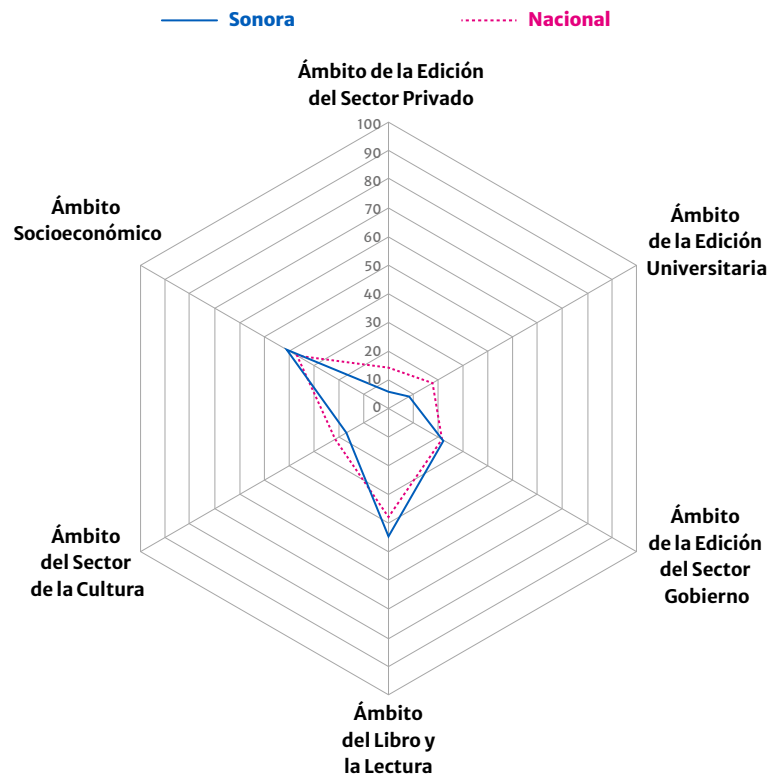
Sonora 13

Fortalezas y oportunidades

Sonora ocupa el segundo lugar nacional en número de ferias de libro (9), y el cuarto lugar en hogares con acceso a internet de banda ancha (80.6%) y en alfabetización (97.8%). Asimismo, ocupa el quinto lugar en grado promedio de escolaridad (10.4 años) y en PIB per cápita (179,296 pesos). Es una entidad con potencial para el desarrollo de un entorno favorable para el libro.

Debilidades y amenazas

Cuenta con una editorial universitaria y con la tasa de prevalencia delictiva más alta del país, con 3,687 unidades económicas. No posee suficiente infraestructura en cuanto a bibliotecas, librerías o museos, y ocupa el último lugar en cuanto a zonas arqueológicas y monumentos históricos.



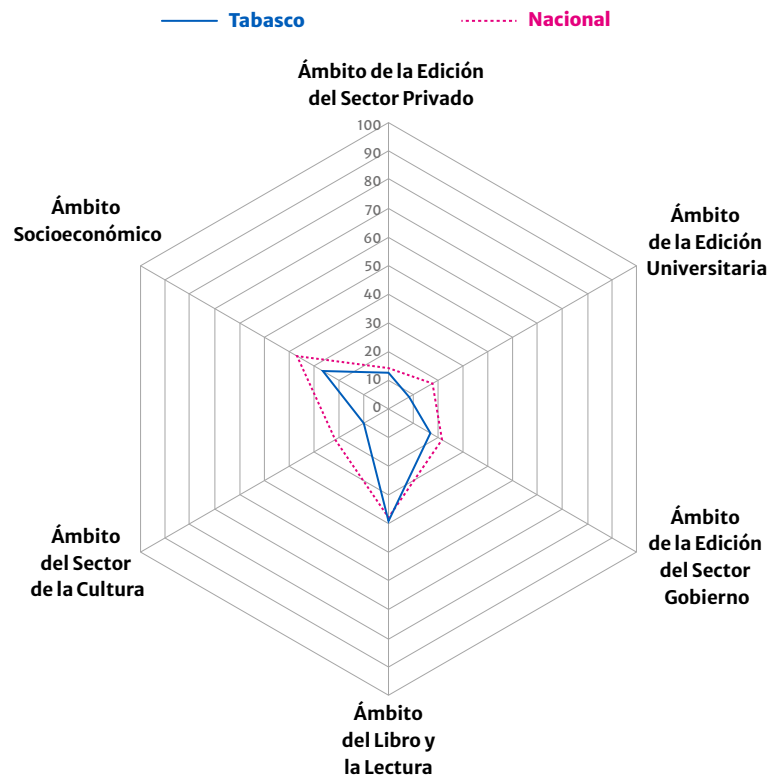
Tabasco 27

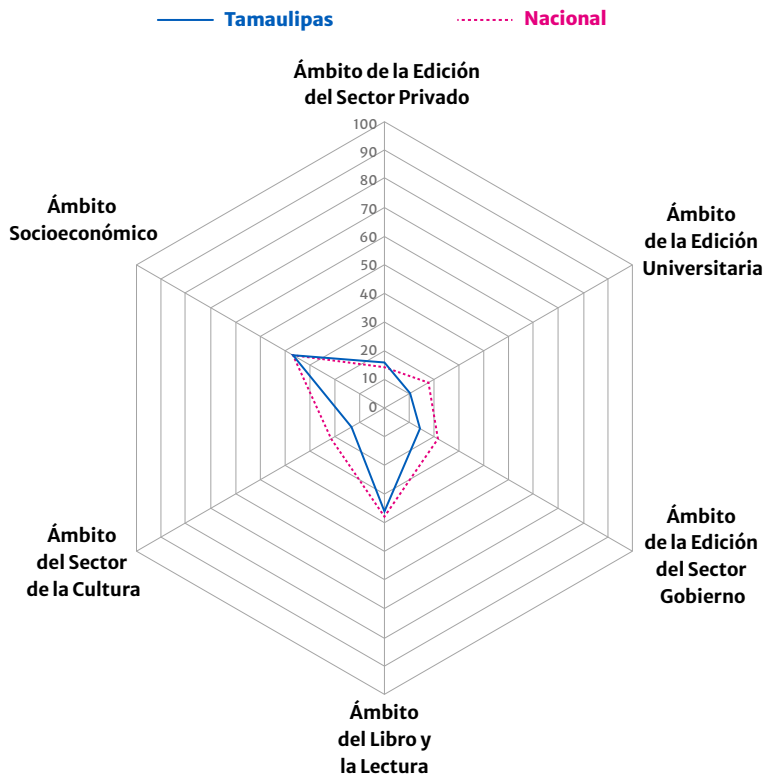
Fortalezas y oportunidades

Tabasco es una entidad con una gran vocación petrolera y agrícola. Ocupa el cuarto lugar en PIB per cápita (180,564 pesos), debido principalmente a los ingresos petroleros. En el ámbito del libro y la lectura, está ligeramente por arriba del promedio nacional, ámbito donde ocupa el tercer lugar en el número de bibliotecas, con 605.

Debilidades y amenazas

Está por debajo del promedio nacional en casi todos los ámbitos. En el ámbito del sector de la cultura, tiene rezagos en infraestructura cultural, al ser la segunda entidad con el menor número de festividades y muestras culturales, sólo arriba de Nayarit. Solamente tiene dos editoriales.





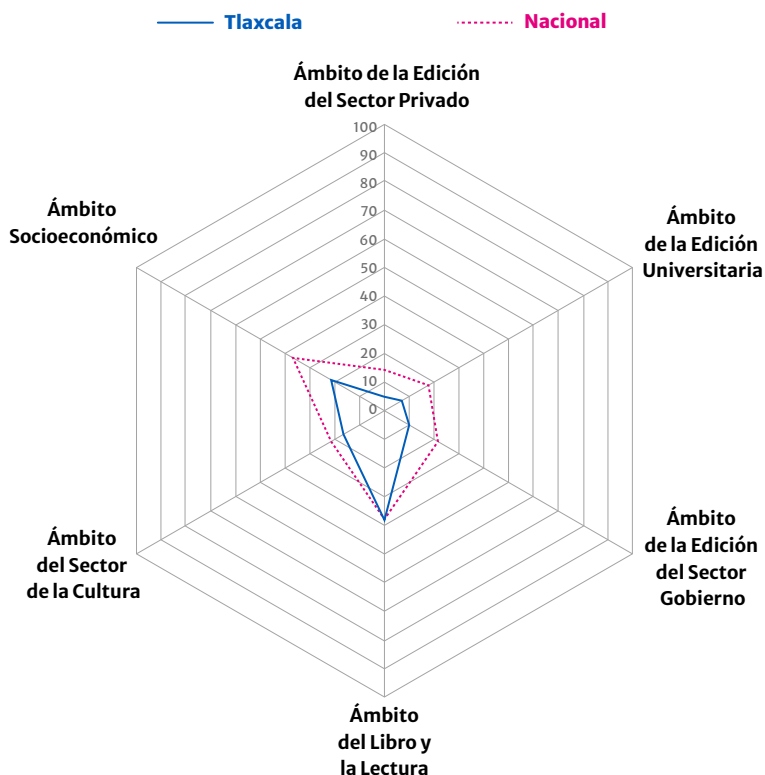
Tamaulipas 24

Fortalezas y oportunidades

Tamaulipas es una entidad fronteriza con vocación en petroquímica y manufactura, principalmente en la fabricación de autopartes y electrodomésticos. Tiene una alta tasa de alfabetización (97.2%) y de escolaridad (10.1 años), pero no cuenta con la infraestructura cultural para el desarrollo de una industria en torno al libro.

Debilidades y amenazas

En casi todos los ámbitos, está por abajo del promedio nacional. Sólo tiene tres editoriales, ninguna de las cuales pertenece al sector privado. Es una de las entidades con menor número de Investigadores SNI por cada millón de habitantes. Tamaulipas no posee las condiciones para el desarrollo de un entorno favorable al libro.



Tlaxcala 31

Fortalezas y oportunidades

Tlaxcala tiene vocación textil y en la fabricación de autopartes. Es un estado con una gran riqueza cultural, pues cuenta con 16 zonas arqueológicas y monumentos históricos. Ocupa el lugar número cuatro en bibliotecas y el quinto en número de museos por cada millón de habitantes.

Debilidades y amenazas

Tiene el PIB más bajo del país, con 14.6 mil millones de pesos, también el PIB más bajo en medios masivos y cuenta con una alta población en condición de pobreza (52.5%). Por su cercanía con la Ciudad de México, no ha construido capacidades propias para crear un entorno favorable al libro, muestra de ello, es que sólo cuenta con dos editoriales y ocupa el último lugar en número de librerías y puntos de venta.

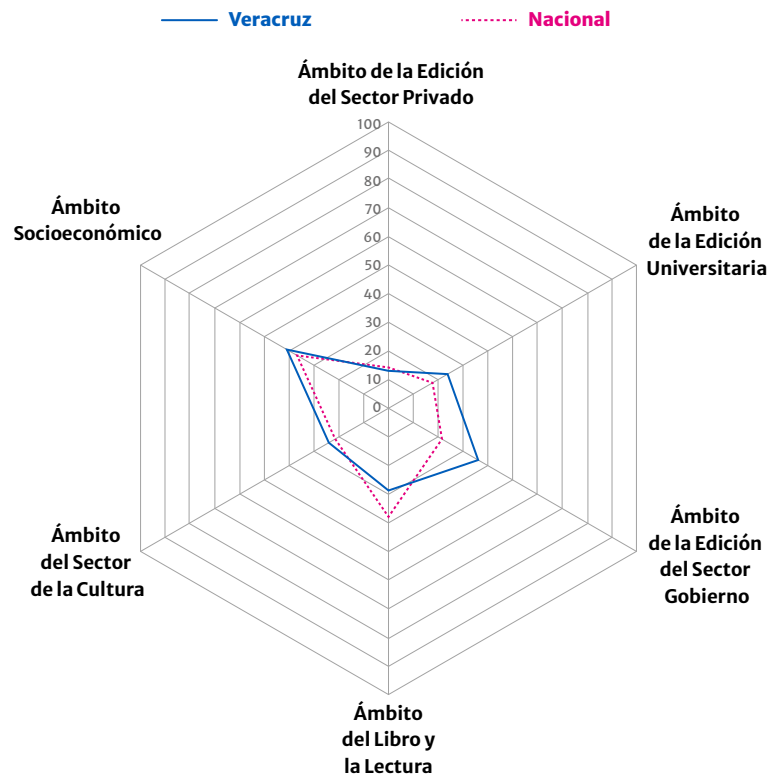
Veracruz 06

Fortalezas y oportunidades

Veracruz es una entidad que cuenta con sectores estratégicos como metalmecánica, agroindustrial, petróleo y petroquímica. Tiene las capacidades para consolidar un entorno favorable para el libro. Es una entidad con una gran riqueza natural y cultural. Sobresale en los ámbitos universitario, Gobierno, cultural y socioeconómico. Es una de las entidades con mayor número de universidades (233), bibliotecas (606), librerías (70), centros culturales (162) y festividades y muestras culturales (232).

Debilidades y amenazas

En el ámbito del libro y la lectura, tiene una de las tasas más bajas en alfabetización (91.4%) y un grado promedio de escolaridad (8.7 años)



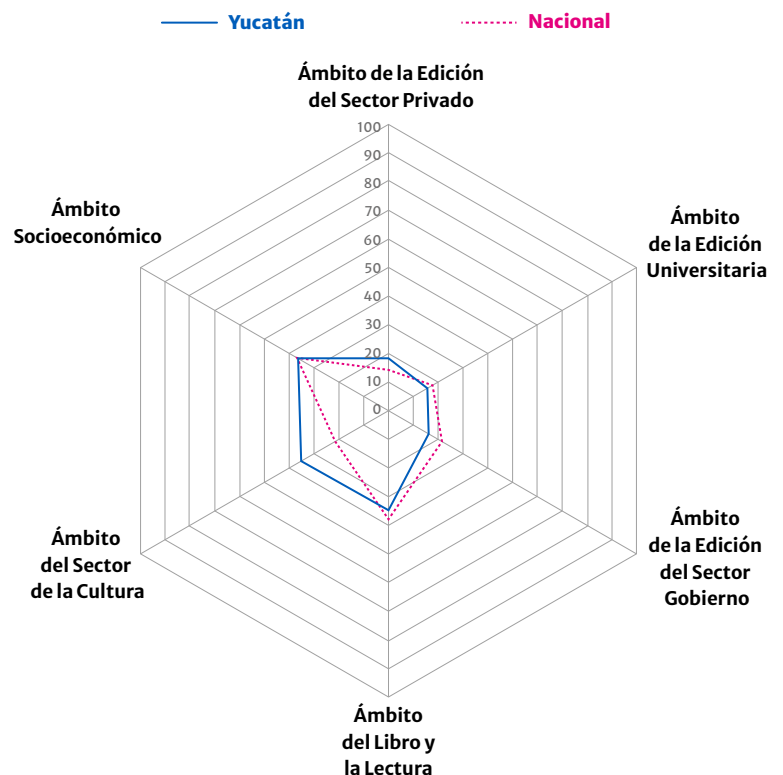
Yucatán 07

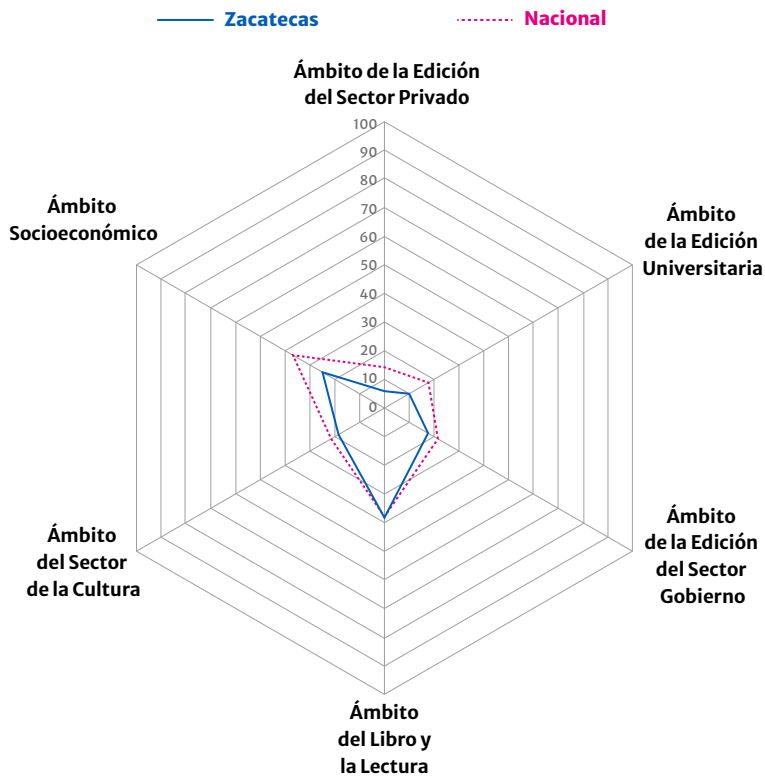
Fortalezas y oportunidades

Yucatán es una entidad que ha avanzado en sectores como el de logística, tecnologías de la información, turismo y agroindustria. Cuenta con una gran riqueza natural y cultural, pues tiene 21 zonas arqueológicas, ocupa el tercer lugar en teatros (36), el cuarto lugar en revistas de arte y cultura (8), y tiene la tasa de prevalencia delictiva más baja del país. Cuenta con las condiciones para convertirse en una entidad con un entorno favorable al libro, si es que logra aprovechar todo su potencial cultural.

Debilidades y amenazas

En los ámbitos de la edición universitaria, de Gobierno y del libro y la lectura, está por debajo del promedio. Cuenta con sólo cuatro editoriales y dos ferias de libro.





Zacatecas 26

Fortalezas y oportunidades

Zacatecas es una entidad con vocación en la minería y la agroindustria. En la edición, su principal fortaleza es en el ámbito del libro y la lectura, ya que ocupa el segundo lugar con mayor número de bibliotecas por cada millón de habitantes. Cuenta con 53 instituciones de cultura tanto estatales como municipales, lo que se refleja en un alto número de programas de apoyo a las culturas municipales y comunitarias. Además, es la entidad con mayor número de museos por cada millón de habitantes, con 39.

Debilidades y amenazas

Es la segunda entidad con menos hablantes en lengua indígena, sólo por arriba de Aguascalientes. Es uno de los estados con el menor número de universidades y el menor número de teatros y cines, y únicamente cuenta con tres editoriales.

Anexo 4

Fichas estatales



Favorable



Desfavorable

Aguascalientes POSICIÓN 20

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	10.8	19
Editoriales del sector privado	6	6
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	1.89	13
Personal Ocupado en la Edición de Libros	11	13
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0.6	13
Números ISBN otorgados	163	17
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,827	23
Índice de Competitividad Estatal	46.9	6
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	17,810	29
II. Ámbito de la edición universitaria	10.7	23
Editoriales Universitarias	1	22
Centros de Investigación Artística	1	18
Programas de Educación Artística	35	11
Universidades por cada millón de habitantes	41	11
Matrícula Educación Media Superior	58,034	28
Matrícula Licenciatura	61,426	24
Matrícula Posgrado	5,042	23
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	242	17
III. Ámbito del sector Gobierno	16.8	20
Instancias Editoriales de Gobierno	2	8
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	11	9
Instituciones de cultura estatales y municipales	6	27
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	0	30
Fondos Editoriales	141	20
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	39	22
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	549	21
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	578	17
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	24
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	44	10

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	47.4	4
Bibliotecas por cada millón de habitantes	9.8	18
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	47.0	21
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	23.8	2
Ferias de Libro	5	6
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	97.7	5
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.3	6
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	75.7	9
Matrícula de Educación Básica	291,901	27
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	447	3
V. Ámbito del sector de la cultura	14.6	26
Publicaciones periódicas	5	22
Revistas de arte y cultura	2	20
Museos por cada millón de habitantes	11	23
Teatros por cada millón de habitantes	8	7
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	8	14
Centros Culturales	25	24
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	5	21
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	10	26
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2,005	23
VI. Ámbito Socioeconómico	32.7	21
Población	1,425,607	27
Porcentaje de la población en situación de pobreza	23.7	11
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.8	10
Hablantes de Lengua Indígena	2,508	32
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.773	8
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	314,704	24
PIB per cápita 2020, pesos	142,703	10
Población Económicamente Activa de 15 años y más	684,581	27
Población Ocupada de 15 años y más	631,964	27
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	3.0	25

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Baja California POSICIÓN 09

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	9.5	22
Editoriales del sector privado	5	8
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	11
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	11
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	11
Números ISBN otorgados	640	6
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,076	25
Índice de Competitividad Estatal	43.5	14
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	37,491	18
II. Ámbito de la edición universitaria	19.3	9
Editoriales Universitarias	3	7
Centros de Investigación Artística	5	5
Programas de Educación Artística	64	3 ✓
Universidades por cada millón de habitantes	32	22
Matrícula Educación Media Superior	152,086	10
Matrícula Licenciatura	140,510	9
Matrícula Posgrado	8,282	14
Investigadores SNI por cada millón de habitantes	158	27 ✗
III. Ámbito del sector Gobierno	20.5	14
Instancias Editoriales de Gobierno	1	14
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	10	12
Instituciones de cultura estatales y municipales	12	18
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	3	13
Fondos Editoriales	231	11
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	168	9
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	723	8
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	261	29 ✗
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	8	2 ✓
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	45	8

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	44.9	7
Bibliotecas por cada millón de habitantes	11.4	14
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	24.7	32 ✗
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	14.6	6
Ferias de Libro	5	7
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	97.7	6
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.2	8
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	82.8	2 ✓
Matrícula de Educación Básica	668,508	13
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	428	12
V. Ámbito del sector de la cultura	14.8	25
Publicaciones periódicas	9	14
Revistas de arte y cultura	5	8
Museos por cada millón de habitantes	8	31 ✗
Teatros por cada millón de habitantes	6	12
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	11	9
Centros Culturales	32	21
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	1	30 ✗
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	28	17
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	6,719	9
VI. Ámbito Socioeconómico	45.4	5
Población	3,769,020	11
Porcentaje de la población en situación de pobreza	13.4	2 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.3	4 ✓
Hablantes de Lengua Indígena	48,638	20
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.786	2 ✓
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	920,338	8
PIB per cápita 2020, pesos	152,317	8
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,818,443	11
Población Ocupada de 15 años y más	1,789,363	11
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.1	21

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Baja California Sur POSICIÓN 17

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	14.2	9
Editoriales del sector privado	0	25
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	0	28 ✗
Personal Ocupado en la Edición de Libros	0	28 ✗
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0	28 ✗
Números ISBN otorgados	63	27 ✗
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,599	18
Índice de Competitividad Estatal	53.7	2 ✓
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	48,884	11
II. Ámbito de la edición universitaria	6.8	32
Editoriales Universitarias	2	13
Centros de Investigación Artística	0	25
Programas de Educación Artística	22	17
Universidades por cada millón de habitantes	34	18
Matrícula Educación Media Superior	36,012	31 ✗
Matrícula Licenciatura	24,355	32 ✗
Matrícula Posgrado	1,037	32 ✗
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	366	6
III. Ámbito del sector Gobierno	11.2	30
Instancias Editoriales de Gobierno	1	25
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	10	13
Instituciones de cultura estatales y municipales	6	28 ✗
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	0	32 ✗
Fondos Editoriales	96	28 ✗
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	33	25
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	380	29 ✗
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	222	31 ✗
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2	32 ✗
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	42	15

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	45.0	6
Bibliotecas por cada millón de habitantes	17.5	6
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	77.7	10
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	17.5	4
Ferias de Libro	2	18
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	97.4	7
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.3	7
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	75.3	12
Matrícula de Educación Básica	152,250	31 ✗
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	423	17
V. Ámbito del sector de la cultura	23.2	10
Publicaciones periódicas	3	30 ✗
Revistas de arte y cultura	2	22
Museos por cada millón de habitantes	21	8
Teatros por cada millón de habitantes	13	5 ✓
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	11	6
Centros Culturales	24	26
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	7	18
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	8	28 ✗
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	1,129	29 ✗
VI. Ámbito Socioeconómico	37.2	12
Población	798,447	31 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza	13.3	1 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	0.8	1 ✓
Hablantes de Lengua Indígena	13,495	28 ✗
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.781	4 ✓
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	178,066	29 ✗
PIB per cápita 2020, pesos	151,590	9
Población Económicamente Activa de 15 años y más	460,785	30 ✗
Población Ocupada de 15 años y más	427,508	31 ✗
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.2	18

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Campeche POSICIÓN 14

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	11.9	16
Editoriales del sector privado	1	17
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	0	26
Personal Ocupado en la Edición de Libros	0	26
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0	26
Números ISBN otorgados	39	32 ✗
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,480	17
Índice de Competitividad Estatal	45.1	11
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	20,601	25
II. Ámbito de la edición universitaria	14.6	15
Editoriales Universitarias	1	23
Centros de Investigación Artística	1	19
Programas de Educación Artística	13	25
Universidades por cada millón de habitantes	57	3 ✓
Matrícula Educación Media Superior	36,762	30 ✗
Matrícula Licenciatura	33,020	30 ✗
Matrícula Posgrado	13,871	9
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	279	13
III. Ámbito del sector Gobierno	17.1	18
Instancias Editoriales de Gobierno	1	17
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	6	22
Instituciones de cultura estatales y municipales	10	22
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	24
Fondos Editoriales	101	26
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	12	31 ✗
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	361	31 ✗
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	1514	4 ✓
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	20
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	32	23

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	34.7	23
Bibliotecas por cada millón de habitantes	16.2	10
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	76.5	11
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	12.9	9
Ferias de Libro	3	14
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	94.0	24
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.6	22
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	64.5	20
Matrícula de Educación Básica	177,776	30 ✗
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	413	25
V. Ámbito del sector de la cultura	24.0	6
Publicaciones periódicas	4	24
Revistas de arte y cultura	1	28 ✗
Museos por cada millón de habitantes	20	9
Teatros por cada millón de habitantes	13	4 ✓
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	8	18
Centros Culturales	17	30 ✗
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	17	5 ✓
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	6	30 ✗
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	1,518	26
VI. Ámbito Socioeconómico	36.6	14
Población	928,363	30 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza	45.1	25
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	9.6	26
Hablantes de Lengua Indígena	91,020	14
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.747	21
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	472,523	18
PIB per cápita 2020, pesos	481,697	1 ✓
Población Económicamente Activa de 15 años y más	454,127	31 ✗
Población Ocupada de 15 años y más	428,643	30 ✗
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.6	6

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Chiapas POSICIÓN 29

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	12.9	13
Editoriales del sector privado	2	14
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	7
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	7
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	7
Números ISBN otorgados	259	10
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	1,657	4 ✓
Índice de Competitividad Estatal	29.6	30 ✗
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	30,283	22
II. Ámbito de la edición universitaria	18.4	10
Editoriales Universitarias	2	14
Centros de Investigación Artística	5	6
Programas de Educación Artística	31	13
Universidades por cada millón de habitantes	31	23
Matrícula Educación Media Superior	206,227	7
Matrícula Licenciatura	108,825	15
Matrícula Posgrado	15,784	8
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	112	31 ✗
III. Ámbito del sector Gobierno	35.7	5
Instancias Editoriales de Gobierno	1	9
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	13	6
Instituciones de cultura estatales y municipales	36	4 ✓
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	21	3 ✓
Fondos Editoriales	457	2 ✓
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	136	12
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	491	24
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	2080	1 ✓
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	4	5 ✓
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	41	16

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	9.1	32
Bibliotecas por cada millón de habitantes	2.2	28 ✗
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	72.9	12
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	6.1	29 ✗
Ferias de Libro	3	16
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	86.2	32 ✗
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	7.8	32 ✗
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	38.2	32 ✗
Matrícula de Educación Básica	1,393,752	3 ✓
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	371	31 ✗
V. Ámbito del sector de la cultura	9.3	32
Publicaciones periódicas	6	21
Revistas de arte y cultura	4	11
Museos por cada millón de habitantes	9	28 ✗
Teatros por cada millón de habitantes	2	31 ✗
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	2	32 ✗
Centros Culturales	95	7
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	12	11
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	12	23
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2,562	20
VI. Ámbito Socioeconómico	26.7	28
Población	5,543,828	8
Porcentaje de la población en situación de pobreza	67.4	32 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	28.2	32 ✗
Hablantes de Lengua Indígena	1,387,295	1 ✓
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.675	32 ✗
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	373,700	21
PIB per cápita 2020, pesos	44,387	32 ✗
Población Económicamente Activa de 15 años y más	2,255,437	9
Población Ocupada de 15 años y más	2,146,058	9
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.7	10

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Chihuahua POSICIÓN 08

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	15.8	8
Editoriales del sector privado	1	16
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	19
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	19
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	19
Números ISBN otorgados	168	16
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,149	11
Índice de Competitividad Estatal	46.0	9
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	81,259	6
II. Ámbito de la edición universitaria	13.5	17
Editoriales Universitarias	3	8
Centros de Investigación Artística	1	16
Programas de Educación Artística	49	6
Universidades por cada millón de habitantes	33	20
Matrícula Educación Media Superior	147,721	11
Matrícula Licenciatura	133,967	11
Matrícula Posgrado	8,821	13
Investigadores SNI por cada millón de habitantes	251	15
III. Ámbito del sector Gobierno	22.8	8
Instancias Editoriales de Gobierno	0	28
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	9	18
Instituciones de cultura estatales y municipales	18	10
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	5	7
Fondos Editoriales	187	14
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	61	18
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	653	12
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	1711	3 ✓
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	8
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	31	25

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	43.8	9
Bibliotecas por cada millón de habitantes	11.5	13
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	44.4	23
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	13.1	7
Ferias de Libro	5	8
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	97.1	9
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.0	13
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	69.9	14
Matrícula de Educación Básica	708,940	12
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	444	4 ✓
V. Ámbito del sector de la cultura	17.5	20
Publicaciones periódicas	6	20
Revistas de arte y cultura	2	19
Museos por cada millón de habitantes	16	13
Teatros por cada millón de habitantes	6	14
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	9	11
Centros Culturales	36	20
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	7	17
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	16	20
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	8,040	7
VI. Ámbito Socioeconómico	42.3	6
Población	3,741,869	12
Porcentaje de la población en situación de pobreza	17.6	4 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	2.1	11
Hablantes de Lengua Indígena	106,093	13
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.761	14
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	910,158	9
PIB per cápita 2020, pesos	141,532	11
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,813,877	12
Población Ocupada de 15 años y más	1,760,915	12
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.2	15

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Ciudad de México POSICIÓN 01

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	87.9	1
Editoriales del sector privado	258	1 ✓
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	6,089.71	1 ✓
Personal Ocupado en la Edición de Libros	5,631	1 ✓
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	554.6	1 ✓
Números ISBN otorgados	18,452	1 ✓
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,618	31 ✗
Índice de Competitividad Estatal	75.0	1 ✓
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	399,593	1 ✓
II. Ámbito de la edición universitaria	86.3	1
Editoriales Universitarias	24	1 ✓
Centros de Investigación Artística	8	1 ✓
Programas de Educación Artística	378	1 ✓
Universidades por cada millón de habitantes	34	19
Matrícula Educación Media Superior	449,729	2 ✓
Matrícula Licenciatura	779,266	1 ✓
Matrícula Posgrado	108,679	1 ✓
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	1,542	1 ✓
III. Ámbito del sector Gobierno	56.4	1
Instancias Editoriales de Gobierno	13	1 ✓
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	130	1 ✓
Instituciones de cultura estatales y municipales	13	14
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	53	1 ✓
Fondos Editoriales	317	5 ✓
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	8252	1 ✓
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	123	32 ✗
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	329	26
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	29	1 ✓
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	0	32 ✗

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	80.8	1
Bibliotecas por cada millón de habitantes	30.2	3 ✓
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	41.8	25
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	54.0	1 ✓
Ferias de Libro	38	1 ✓
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	98.2	1 ✓
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	11.5	1 ✓
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	85.8	1 ✓
Matrícula de Educación Básica	1,350,850	6
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	448	2 ✓
V. Ámbito del sector de la cultura	81.6	1
Publicaciones periódicas	42	1 ✓
Revistas de arte y cultura	219	1 ✓
Museos por cada millón de habitantes	20	10
Teatros por cada millón de habitantes	17	2 ✓
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	14	1 ✓
Centros Culturales	564	1 ✓
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	16	6
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	171	5 ✓
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	256,403	1 ✓
VI. Ámbito Socioeconómico	62.0	1
Población	9,209,944	2 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza	24.0	12
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.7	7
Hablantes de Lengua Indígena	124,540	12
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.813	1 ✓
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	3,650,107	1 ✓
PIB per cápita 2020, pesos	316,761	2 ✓
Población Económicamente Activa de 15 años y más	4,910,037	2 ✓
Población Ocupada de 15 años y más	4,541,196	2 ✓
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	4.0	31 ✗

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Coahuila POSICIÓN 12

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	17.5	6
Editoriales del sector privado	3	11
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	18
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	18
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	18
Números ISBN otorgados	119	21
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	1,992	6
Índice de Competitividad Estatal	50.3	3 ✓
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	73,360	7
II. Ámbito de la edición universitaria	12.6	18
Editoriales Universitarias	3	9
Centros de Investigación Artística	0	23
Programas de Educación Artística	30	15
Universidades por cada millón de habitantes	42	10
Matrícula Educación Media Superior	120,176	18
Matrícula Licenciatura	124,793	12
Matrícula Posgrado	8,180	15
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	230	18
III. Ámbito del sector Gobierno	15.3	24
Instancias Editoriales de Gobierno	1	21
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	7	20
Instituciones de cultura estatales y municipales	13	17
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	25
Fondos Editoriales	173	17
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	61	19
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	598	16
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	194	32 ✗
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	21
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	43	13

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	40.6	15
Bibliotecas por cada millón de habitantes	4.4	26
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	46.1	22
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	9.5	18
Ferias de Libro	4	12
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	98.0	3 ✓
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.4	4 ✓
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	69.9	13
Matrícula de Educación Básica	628,454	15
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	431	10
V. Ámbito del sector de la cultura	23.0	12
Publicaciones periódicas	14	3 ✓
Revistas de arte y cultura	2	18
Museos por cada millón de habitantes	23	4 ✓
Teatros por cada millón de habitantes	7	10
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	13	3 ✓
Centros Culturales	40	18
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	2	25
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	12	24
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	4,300	14
VI. Ámbito Socioeconómico	35.4	17
Población	3,146,771	15
Porcentaje de la población en situación de pobreza	18.2	5 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.8	8
Hablantes de Lengua Indígena	5,481	29 ✗
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.774	7
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	935,373	7
PIB per cápita 2020, pesos	166,389	6
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,531,162	15
Población Ocupada de 15 años y más	1,451,798	15
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	4.2	32 ✗

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Colima POSICIÓN 15

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	7.0	28
Editoriales del sector privado	1	22
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	20
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	20
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	20
Números ISBN otorgados	110	22
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,316	29 ✗
Índice de Competitividad Estatal	43.2	16
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	17,855	28 ✗
II. Ámbito de la edición universitaria	12.0	20
Editoriales Universitarias	1	24
Centros de Investigación Artística	0	28 ✗
Programas de Educación Artística	19	20
Universidades por cada millón de habitantes	53	4 ✓
Matrícula Educación Media Superior	30,508	32 ✗
Matrícula Licenciatura	25,748	31 ✗
Matrícula Posgrado	2,285	30 ✗
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	438	4 ✓
III. Ámbito del sector Gobierno	15.5	25
Instancias Editoriales de Gobierno	1	20
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	3	26
Instituciones de cultura estatales y municipales	9	24
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	2	19
Fondos Editoriales	97	27 ✗
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	41	21
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	706	10
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	464	21
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	17
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	41	17

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	42.9	13
Bibliotecas por cada millón de habitantes	5.5	24
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	77.9	9
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	23.2	3 ✓
Ferias de Libro	1	31 ✗
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.5	15
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.0	14
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	76.0	8
Matrícula de Educación Básica	130,467	32 ✗
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	440	6
V. Ámbito del sector de la cultura	27.1	4
Publicaciones periódicas	3	29
Revistas de arte y cultura	4	13
Museos por cada millón de habitantes	22	6
Teatros por cada millón de habitantes	21	1 ✓
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	12	5 ✓
Centros Culturales	18	29 ✗
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	2	27 ✗
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	10	27 ✗
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	1,109	30 ✗
VI. Ámbito Socioeconómico	34.0	20
Población	731,391	32 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza	20.5	6
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.2	3 ✓
Hablantes de Lengua Indígena	5,109	30 ✗
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.765	11
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	148,216	31 ✗
PIB per cápita 2020, pesos	128,953	14
Población Económicamente Activa de 15 años y más	384,420	32 ✗
Población Ocupada de 15 años y más	381,107	32 ✗
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.1	14

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Durango POSICIÓN 30

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	5.6	31
Editoriales del sector privado	0	31 ✗
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	23
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	23
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	23
Números ISBN otorgados	97	24
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,476	30 ✗
Índice de Competitividad Estatal	40.4	17
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	22,860	24
II. Ámbito de la edición universitaria	11.9	21
Editoriales Universitarias	1	25
Centros de Investigación Artística	2	14
Programas de Educación Artística	21	18
Universidades por cada millón de habitantes	43	9
Matrícula Educación Media Superior	78,930	23
Matrícula Licenciatura	55,536	25
Matrícula Posgrado	5,547	21
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	178	24
III. Ámbito del sector Gobierno	9.5	32
Instancias Editoriales de Gobierno	1	27 ✗
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	4	25
Instituciones de cultura estatales y municipales	8	26
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	28 ✗
Fondos Editoriales	140	21
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	26	27 ✗
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	383	28 ✗
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	379	24
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	22
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	18	31 ✗

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	36.6	21
Bibliotecas por cada millón de habitantes	6.0	21
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	87.9	7
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	8.7	23
Ferias de Libro	1	31 ✗
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	97.1	10
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.7	18
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	59.9	23
Matrícula de Educación Básica	381,240	23
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	436	9
V. Ámbito del sector de la cultura	14.5	27
Publicaciones periódicas	5	23
Revistas de arte y cultura	1	27 ✗
Museos por cada millón de habitantes	26	2
Teatros por cada millón de habitantes	5	18
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	7	24
Centros Culturales	20	28 ✗
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	1	31 ✗
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	38	11
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	1,813	25
VI. Ámbito Socioeconómico	27.1	27
Población	1,832,650	25
Porcentaje de la población en situación de pobreza	34.3	17
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	6.3	20
Hablantes de Lengua Indígena	44,242	21
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.746	22
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	300,019	26
PIB per cápita 2020, pesos	101,500	20
Población Económicamente Activa de 15 años y más	840,692	25
Población Ocupada de 15 años y más	806,797	25
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	3.0	24

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Estado de México POSICIÓN 02

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	22.5	3
Editoriales del sector privado	28	3 ✓
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	216.06	3 ✓
Personal Ocupado en la Edición de Libros	727	2 ✓
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	66.5	2 ✓
Números ISBN otorgados	1,492	2 ✓
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,429	14
Índice de Competitividad Estatal	36.6	21
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	231,346	3 ✓
II. Ámbito de la edición universitaria	30.8	3
Editoriales Universitarias	4	3 ✓
Centros de Investigación Artística	1	15
Programas de Educación Artística	80	2 ✓
Universidades por cada millón de habitantes	22	32 ✗
Matrícula Educación Media Superior	675,989	1 ✓
Matrícula Licenciatura	532,168	2 ✓
Matrícula Posgrado	33,399	4 ✓
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	143	28 ✗
III. Ámbito del sector Gobierno	33.4	6
Instancias Editoriales de Gobierno	2	5 ✓
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	10	11
Instituciones de cultura estatales y municipales	33	5 ✓
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	22
Fondos Editoriales	607	1 ✓
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	556	2 ✓
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	1365	1 ✓
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	457	22
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2	29 ✗
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	43	14

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	49.0	3
Bibliotecas por cada millón de habitantes	1.4	32 ✗
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	39.7	26
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	6.9	28 ✗
Ferias de Libro	7	5 ✓
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.9	11
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.1	12
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	75.4	11
Matrícula de Educación Básica	2,981,908	1 ✓
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	437	7
V. Ámbito del sector de la cultura	23.1	11
Publicaciones periódicas	12	8
Revistas de arte y cultura	6	5 ✓
Museos por cada millón de habitantes	6	32 ✗
Teatros por cada millón de habitantes	2	32 ✗
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	8	19
Centros Culturales	180	2 ✓
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	25	2 ✓
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	33	13
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	12,300	4 ✓
VI. Ámbito Socioeconómico	60.7	2
Población	16,992,418	1 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza	42.9	23
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	6.0	19
Hablantes de Lengua Indígena	415,450	7
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.761	13
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	2,220,002	2 ✓
PIB per cápita 2020, pesos	85,184	24
Población Económicamente Activa de 15 años y más	8,328,673	1 ✓
Población Ocupada de 15 años y más	7,736,227	1 ✓
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	3.6	30 ✗

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Guanajuato POSICIÓN 18

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	10.0	21
Editoriales del sector privado	1	19
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	6
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	6
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	6
Números ISBN otorgados	196	13
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,650	20
Índice de Competitividad Estatal	36.5	22
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	48,865	12
II. Ámbito de la edición universitaria	14.2	16
Editoriales Universitarias	4	4 ✓
Centros de Investigación Artística	0	21
Programas de Educación Artística	25	16
Universidades por cada millón de habitantes	29	25
Matrícula Educación Media Superior	240,168	6
Matrícula Licenciatura	208,725	7
Matrícula Posgrado	17,445	6
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	213	20
III. Ámbito del sector Gobierno	22.6	9
Instancias Editoriales de Gobierno	1	11
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	20	2 ✓
Instituciones de cultura estatales y municipales	13	15
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	2	16
Fondos Editoriales	367	4 ✓
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	93	16
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	899	5 ✓
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	288	27 ✗
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	15
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	41	18

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	31.8	26
Bibliotecas por cada millón de habitantes	5.8	22
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	31.5	29 ✗
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	10.7	15
Ferias de Libro	4	11
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	94.5	23
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.0	27 ✗
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	64.2	21
Matrícula de Educación Básica	1,228,357	7
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	414	22
V. Ámbito del sector de la cultura	21.3	15
Publicaciones periódicas	15	2 ✓
Revistas de arte y cultura	2	17
Museos por cada millón de habitantes	11	25
Teatros por cada millón de habitantes	4	25
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	5	30 ✗
Centros Culturales	62	10
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	10	13
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	209	3 ✓
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	6,870	8
VI. Ámbito Socioeconómico	37.3	11
Población	6,166,934	6
Porcentaje de la población en situación de pobreza	33.0	16
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	3.2	14
Hablantes de Lengua Indígena	13,828	27 ✗
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.734	26
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	1,109,908	5 ✓
PIB per cápita 2020, pesos	104,393	19
Población Económicamente Activa de 15 años y más	2,887,812	7
Población Ocupada de 15 años y más	2,734,886	7
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	3.1	26

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Guerrero POSICIÓN 32

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	10.0	20
Editoriales del sector privado	0	29 ✗
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	0	29 ✗
Personal Ocupado en la Edición de Libros	0	29 ✗
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0	29 ✗
Números ISBN otorgados	50	29 ✗
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	1,978	5 ✓
Índice de Competitividad Estatal	27.5	31 ✗
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	20,082	27 ✗
II. Ámbito de la edición universitaria	7.5	30
Editoriales Universitarias	1	26
Centros de Investigación Artística	0	29 ✗
Programas de Educación Artística	4	31 ✗
Universidades por cada millón de habitantes	37	13
Matrícula Educación Media Superior	138,170	18
Matrícula Licenciatura	77,979	22
Matrícula Posgrado	4,308	26
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	98	32 ✗
III. Ámbito del sector Gobierno	13.8	27
Instancias Editoriales de Gobierno	0	31 ✗
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	10	15
Instituciones de cultura estatales y municipales	10	21
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	5	9
Fondos Editoriales	75	31 ✗
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	18	30 ✗
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	444	27 ✗
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	774	12
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	10
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	33	22

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	13.0	31
Bibliotecas por cada millón de habitantes	1.4	31 ✗
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	60.2	16
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	8.8	22
Ferias de Libro	5	10
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	87.4	31 ✗
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	8.4	30 ✗
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	53.5	30 ✗
Matrícula de Educación Básica	760,960	11
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	368	32 ✗
V. Ámbito del sector de la cultura	20.2	17
Publicaciones periódicas	7	16
Revistas de arte y cultura	1	25
Museos por cada millón de habitantes	12	19
Teatros por cada millón de habitantes	6	13
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	6	28 ✗
Centros Culturales	32	22
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	10	14
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	202	4 ✓
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2,141	22
VI. Ámbito Socioeconómico	23.9	31
Población	3,540,685	13
Porcentaje de la población en situación de pobreza	60.4	31 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	22.2	31 ✗
Hablantes de Lengua Indígena	495,585	6
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.692	30 ✗
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	309,411	25
PIB per cápita 2020, pesos	59,922	30 ✗
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,636,413	14
Población Ocupada de 15 años y más	1,491,822	14
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.2	1 ✓

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Hidalgo POSICIÓN 25

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	8.3	26
Editoriales del sector privado	1	21
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	15
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	15
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	15
Números ISBN otorgados	306	9
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,737	22
Índice de Competitividad Estatal	33.3	25
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	37,055	19
II. Ámbito de la edición universitaria	9.7	27
Editoriales Universitarias	1	27 ✗
Centros de Investigación Artística	0	30 ✗
Programas de Educación Artística	11	26
Universidades por cada millón de habitantes	37	14
Matrícula Educación Media Superior	142,093	13
Matrícula Licenciatura	108,633	16
Matrícula Posgrado	5,557	20
Investigadores SNI por cada millón de habitantes	254	14
III. Ámbito del sector Gobierno	20.9	12
Instancias Editoriales de Gobierno	1	13
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	9	17
Instituciones de cultura estatales y municipales	20	8
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	3	12
Fondos Editoriales	120	24
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	53	20
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	582	18
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	1283	6
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2	27 ✗
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	44	11

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	31.7	27
Bibliotecas por cada millón de habitantes	11.0	15
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	93.4	5 ✓
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	5.2	31
Ferias de Libro	4	13
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	93.3	26
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.4	24
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	58.2	24
Matrícula de Educación Básica	596,848	16
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	414	24
V. Ámbito del sector de la cultura	15.8	24
Publicaciones periódicas	8	15
Revistas de arte y cultura	3	16
Museos por cada millón de habitantes	18	11
Teatros por cada millón de habitantes	5	19
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	7	21
Centros Culturales	48	15
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	4	23
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	50	9
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	1,393	27 ✗
VI. Ámbito Socioeconómico	32.1	23
Población	3,082,841	16
Porcentaje de la población en situación de pobreza	41.0	20
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	6.8	22
Hablantes de Lengua Indígena	356,950	8
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.736	25
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	431,584	19
PIB per cápita 2020, pesos	78,891	28 ✗
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,467,760	17
Población Ocupada de 15 años y más	1,402,785	16
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.2	16

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Jalisco POSICIÓN 03

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	25.6	2
Editoriales del sector privado	28	2 ✓
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	774.33	2 ✓
Personal Ocupado en la Edición de Libros	334	4 ✓
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	15.8	3 ✓
Números ISBN otorgados	1,396	3 ✓
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	1,570	2 ✓
Índice de Competitividad Estatal	45.8	10
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	144,713	4 ✓
II. Ámbito de la edición universitaria	28.3	4
Editoriales Universitarias	4	5 ✓
Centros de Investigación Artística	6	3 ✓
Programas de Educación Artística	43	9
Universidades por cada millón de habitantes	27	28 ✗
Matrícula Educación Media Superior	334,184	3 ✓
Matrícula Licenciatura	277,044	4 ✓
Matrícula Posgrado	22,095	5 ✓
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	328	10
III. Ámbito del sector Gobierno	38.7	2
Instancias Editoriales de Gobierno	2	2 ✓
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	16	5 ✓
Instituciones de cultura estatales y municipales	125	1 ✓
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	10	5 ✓
Fondos Editoriales	310	6
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	366	3 ✓
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	963	3 ✓
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	709	15
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2	26
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	63	2 ✓

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	43.4	11
Bibliotecas por cada millón de habitantes	1.6	30 ✗
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	33.9	28 ✗
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	13.1	8
Ferias de Libro	5	9
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.9	12
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.9	15
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	75.6	10
Matrícula de Educación Básica	1,603,376	2 ✓
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	436	8
V. Ámbito del sector de la cultura	21.2	16
Publicaciones periódicas	14	4 ✓
Revistas de arte y cultura	13	2 ✓
Museos por cada millón de habitantes	12	20
Teatros por cada millón de habitantes	4	23
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	9	13
Centros Culturales	173	3 ✓
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	7	16
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	47	10
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	16,434	3 ✓
VI. Ámbito Socioeconómico	55.3	3
Población	8,348,151	3 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza	21.8	10
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	2.1	12
Hablantes de Lengua Indígena	65,021	18
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.765	10
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	1,798,206	4 ✓
PIB per cápita 2020, pesos	133,857	12
Población Económicamente Activa de 15 años y más	4,092,603	3 ✓
Población Ocupada de 15 años y más	4,001,745	3 ✓
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.4	2 ✓

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Michoacán POSICIÓN 16

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	12.0	15
Editoriales del sector privado	3	12
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	10
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	10
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	10
Números ISBN otorgados	226	12
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,094	7
Índice de Competitividad Estatal	31.3	29 ✗
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	60,972	9
II. Ámbito de la edición universitaria	22.4	08
Editoriales Universitarias	2	15
Centros de Investigación Artística	7	2 ✓
Programas de Educación Artística	46	8
Universidades por cada millón de habitantes	33	21
Matrícula Educación Media Superior	170,647	9
Matrícula Licenciatura	124,238	13
Matrícula Posgrado	11,989	10
Investigadores SNI por cada millón de habitantes	218	19
III. Ámbito del sector Gobierno	16.2	22
Instancias Editoriales de Gobierno	0	30 ✗
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	18	4 ✓
Instituciones de cultura estatales y municipales	22	6
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	5	8
Fondos Editoriales	185	15
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	228	7
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	603	15
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	471	20
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	9
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	26	27 ✗

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	25.0	29
Bibliotecas por cada millón de habitantes	1.7	29 ✗
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	49.9	20
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	9.3	19
Ferias de Libro	2	24
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	92.8	28 ✗
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	8.6	29 ✗
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	56.8	27 ✗
Matrícula de Educación Básica	959,809	9
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	414	23
V. Ámbito del sector de la cultura	27.2	3
Publicaciones periódicas	10	12
Revistas de arte y cultura	6	6
Museos por cada millón de habitantes	11	24
Teatros por cada millón de habitantes	5	20
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	6	26
Centros Culturales	85	8
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	13	10
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	334	1 ✓
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	3,578	15
VI. Ámbito Socioeconómico	34.8	19
Población	4,748,846	9
Porcentaje de la población en situación de pobreza	41.7	22
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	7.5	25
Hablantes de Lengua Indígena	150,180	11
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.722	27 ✗
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	652,250	13
PIB per cápita 2020, pesos	82,199	26
Población Económicamente Activa de 15 años y más	2,307,150	8
Población Ocupada de 15 años y más	2,196,060	8
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.7	9

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Morelos POSICIÓN 19

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	8.7	24
Editoriales del sector privado	4	10
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	14
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	14
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	14
Números ISBN otorgados	190	15
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,476	16
Índice de Competitividad Estatal	33.3	26
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	5,449	32 ✗
II. Ámbito de la edición universitaria	22.5	7
Editoriales Universitarias	3	10
Centros de Investigación Artística	2	12
Programas de Educación Artística	39	10
Universidades por cada millón de habitantes	60	2 ✓
Matrícula Educación Media Superior	77,573	24
Matrícula Licenciatura	68,546	23
Matrícula Posgrado	6,536	17
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	644	2 ✓
III. Ámbito del sector Gobierno	13.8	28
Instancias Editoriales de Gobierno	1	24
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	3	28 ✗
Instituciones de cultura estatales y municipales	11	20
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	2	20
Fondos Editoriales	121	23
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	277	5 ✓
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	641	13
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	553	18
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	18
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	24	29 ✗

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	36.0	22
Bibliotecas por cada millón de habitantes	5.6	23
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	78.6	8
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	11.7	12
Ferias de Libro	1	28 ✗
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	95.4	19
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.8	17
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	69.5	15
Matrícula de Educación Básica	345,971	25
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	425	14
V. Ámbito del sector de la cultura	23.6	8
Publicaciones periódicas	6	19
Revistas de arte y cultura	4	10
Museos por cada millón de habitantes	21	7
Teatros por cada millón de habitantes	7	11
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	10	10
Centros Culturales	38	19
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	15	8
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	31	14
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2,994	17
VI. Ámbito Socioeconómico	31.0	24
Población	1,971,520	23
Porcentaje de la población en situación de pobreza	41.1	21
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	5.8	18
Hablantes de Lengua Indígena	37,569	22
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.754	16
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	259,964	27 ✗
PIB per cápita 2020, pesos	87,849	21
Población Económicamente Activa de 15 años y más	902,033	24
Población Ocupada de 15 años y más	841,325	24
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.6	5 ✓

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Nayarit POSICIÓN 28

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	12.8	14
Editoriales del sector privado	0	28 ✗
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	24
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	24
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	24
Números ISBN otorgados	52	28 ✗
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,096	8
Índice de Competitividad Estatal	40.2	19
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	27,310	23
II. Ámbito de la edición universitaria	15.1	14
Editoriales Universitarias	2	16
Centros de Investigación Artística	0	26
Programas de Educación Artística	5	30 ✗
Universidades por cada millón de habitantes	69	1 ✓
Matrícula Educación Media Superior	56,204	29 ✗
Matrícula Licenciatura	46,258	28 ✗
Matrícula Posgrado	4,943	25
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	176	25
III. Ámbito del sector Gobierno	13.9	26
Instancias Editoriales de Gobierno	1	23
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	9	16
Instituciones de cultura estatales y municipales	4	30 ✗
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	27 ✗
Fondos Editoriales	38	32 ✗
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	12	32 ✗
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	488	25
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	521	19
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2	31 ✗
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	51	4 ✓

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	31.9	25
Bibliotecas por cada millón de habitantes	4.9	25
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	70.4	13
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	9.7	17
Ferias de Libro	1	29 ✗
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	95.4	20
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.7	19
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	63.6	22
Matrícula de Educación Básica	244,075	29 ✗
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	418	20
V. Ámbito del sector de la cultura	9.7	31
Publicaciones periódicas	4	28 ✗
Revistas de arte y cultura	0	32 ✗
Museos por cada millón de habitantes	13	17
Teatros por cada millón de habitantes	4	22
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	8	16
Centros Culturales	14	32 ✗
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	1	32 ✗
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	4	32 ✗
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	727	31 ✗
VI. Ámbito Socioeconómico	30.3	26
Población	1,235,456	29 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza	29.3	15
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	6.4	21
Hablantes de Lengua Indígena	66,001	17
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.753	17
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	162,759	30 ✗
PIB per cápita 2020, pesos	83,135	25
Población Económicamente Activa de 15 años y más	654,186	29 ✗
Población Ocupada de 15 años y más	602,683	29 ✗
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.0	12

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Nuevo León POSICIÓN 04

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	21.3	4
Editoriales del sector privado	8	5 ✓
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	34.24	5 ✓
Personal Ocupado en la Edición de Libros	122	5 ✓
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	6.3	4 ✓
Números ISBN otorgados	770	5 ✓
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,450	15
Índice de Competitividad Estatal	49.9	4 ✓
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	234,277	2 ✓
II. Ámbito de la edición universitaria	23.9	6
Editoriales Universitarias	2	17
Centros de Investigación Artística	4	9
Programas de Educación Artística	64	4 ✓
Universidades por cada millón de habitantes	28	26
Matrícula Educación Media Superior	200,484	8
Matrícula Licenciatura	270,593	5 ✓
Matrícula Posgrado	36,303	3 ✓
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	336	9
III. Ámbito del sector Gobierno	19.9	15
Instancias Editoriales de Gobierno	1	15
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	12	8
Instituciones de cultura estatales y municipales	11	19
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	2	17
Fondos Editoriales	308	7
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	226	8
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	765	7
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	253	30 ✗
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	16
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	43	12

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	51.9	2
Bibliotecas por cada millón de habitantes	17.1	7
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	53.9	18
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	12.6	10
Ferias de Libro	2	20
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	98.1	2 ✓
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.7	2 ✓
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	81.4	3 ✓
Matrícula de Educación Básica	1,068,292	8
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	442	5 ✓
V. Ámbito del sector de la cultura	19.1	18
Publicaciones periódicas	12	9
Revistas de arte y cultura	4	9
Museos por cada millón de habitantes	9	29 ✗
Teatros por cada millón de habitantes	5	17
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	13	2 ✓
Centros Culturales	44	16
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	1	29 ✗
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	31	15
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	36,546	2 ✓
VI. Ámbito Socioeconómico	51.0	4
Población	5,784,442	7
Porcentaje de la población en situación de pobreza	16.0	3 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.1	2 ✓
Hablantes de Lengua Indígena	77,618	16
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.784	3 ✓
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	1,926,151	3 ✓
PIB per cápita 2020, pesos	225,862	3 ✓
Población Económicamente Activa de 15 años y más	2,987,074	6
Población Ocupada de 15 años y más	2,777,029	6
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.9	23

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Oaxaca POSICIÓN 23

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	8.7	25
Editoriales del sector privado	1	20
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	0	27 ✗
Personal Ocupado en la Edición de Libros	0	27 ✗
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0	27 ✗
Números ISBN otorgados	80	26
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,125	10
Índice de Competitividad Estatal	25.0	32 ✗
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	20,180	26
II. Ámbito de la edición universitaria	10.9	22
Editoriales Universitarias	1	28 ✗
Centros de Investigación Artística	3	11
Programas de Educación Artística	10	27 ✗
Universidades por cada millón de habitantes	30	24
Matrícula Educación Media Superior	147,671	12
Matrícula Licenciatura	79,488	21
Matrícula Posgrado	4,114	28 ✗
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	125	30 ✗
III. Ámbito del sector Gobierno	36.3	4
Instancias Editoriales de Gobierno	2	4 ✓
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	4	24
Instituciones de cultura estatales y municipales	16	11
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	34	2 ✓
Fondos Editoriales	167	19
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	235	6
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	692	11
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	1878	2 ✓
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	7	3 ✓
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	61	3 ✓

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	21.1	30
Bibliotecas por cada millón de habitantes	15.5	12
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	116.4	3 ✓
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	4.6	32 ✗
Ferias de Libro	3	17
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	88.1	30 ✗
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	8.1	31 ✗
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	47.2	31 ✗
Matrícula de Educación Básica	884,581	10
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	395	29 ✗
V. Ámbito del sector de la cultura	22.2	14
Publicaciones periódicas	4	27 ✗
Revistas de arte y cultura	4	12
Museos por cada millón de habitantes	14	14
Teatros por cada millón de habitantes	2	29 ✗
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	4	31 ✗
Centros Culturales	130	5 ✓
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	27	1 ✓
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	111	7
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	1,999	24
VI. Ámbito Socioeconómico	30.5	25
Población	4,132,148	10
Porcentaje de la población en situación de pobreza	58.4	30 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	20.2	30 ✗
Hablantes de Lengua Indígena	1,193,229	2 ✓
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.687	31 ✗
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	416,280	20
PIB per cápita 2020, pesos	57,239	31 ✗
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,941,864	10
Población Ocupada de 15 años y más	1,883,723	10
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.4	3 ✓

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Puebla POSICIÓN 05

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	11.3	18
Editoriales del sector privado	10	4 ✓
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	89.45	4 ✓
Personal Ocupado en la Edición de Libros	523	3 ✓
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	3.2	5 ✓
Números ISBN otorgados	814	4 ✓
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,601	19
Índice de Competitividad Estatal	31.6	28 ✗
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	55,166	10
II. Ámbito de la edición universitaria	32.0	2
Editoriales Universitarias	6	2 ✓
Centros de Investigación Artística	4	8 ✓
Programas de Educación Artística	48	7
Universidades por cada millón de habitantes	45	8
Matrícula Educación Media Superior	281,412	5 ✓
Matrícula Licenciatura	315,320	3 ✓
Matrícula Posgrado	38,866	2 ✓
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	248	16
III. Ámbito del sector Gobierno	30.1	7
Instancias Editoriales de Gobierno	1	10
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	12	7
Instituciones de cultura estatales y municipales	22	7
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	6	6
Fondos Editoriales	394	3 ✓
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	155	10
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	863	6
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	765	14
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	7
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	67	1 ✓

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	43.4	12
Bibliotecas por cada millón de habitantes	31.1	2 ✓
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	93.4	6
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	12.0	11
Ferias de Libro	7	3 ✓
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	92.9	27 ✗
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.2	26
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	57.8	25
Matrícula de Educación Básica	1,362,274	4 ✓
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	423	15
V. Ámbito del sector de la cultura	24.2	5
Publicaciones periódicas	11	11
Revistas de arte y cultura	8	3 ✓
Museos por cada millón de habitantes	13	16
Teatros por cada millón de habitantes	3	28 ✗
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	7	20
Centros Culturales	122	6
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	13	9
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	168	6
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	8,673	5 ✓
VI. Ámbito Socioeconómico	37.6	10
Población	6,583,278	5 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza	54.0	29 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	11.4	28 ✗
Hablantes de Lengua Indígena	604,471	4 ✓
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.719	29 ✗
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	827,328	10
PIB per cápita 2020, pesos	80,424	27 ✗
Población Económicamente Activa de 15 años y más	3,017,372	5 ✓
Población Ocupada de 15 años y más	2,943,798	5 ✓
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.7	8

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Querétaro POSICIÓN 11

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	9.5	23
Editoriales del sector privado	6	7
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	17
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	17
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	17
Números ISBN otorgados	243	11
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,220	26
Índice de Competitividad Estatal	47.9	5 ✓
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	33,440	20
II. Ámbito de la edición universitaria	15.3	13
Editoriales Universitarias	4	6
Centros de Investigación Artística	0	22
Programas de Educación Artística	30	14
Universidades por cada millón de habitantes	47	5 ✓
Matrícula Educación Media Superior	95,184	22
Matrícula Licenciatura	94,295	18
Matrícula Posgrado	6,683	16
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	452	3 ✓
III. Ámbito del sector Gobierno	18.6	16
Instancias Editoriales de Gobierno	2	7
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	10	10
Instituciones de cultura estatales y municipales	8	25
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	4	10
Fondos Editoriales	185	16
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	145	11
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	145	20
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	391	23
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	11
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	50	5 ✓

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	43.5	10
Bibliotecas por cada millón de habitantes	7.2	20
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	28.3	30 ✗
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	14.8	5 ✓
Ferias de Libro	2	19
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.3	16
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.5	3 ✓
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	77.1	7
Matrícula de Educación Básica	459,238	21
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	451	1 ✓
V. Ámbito del sector de la cultura	23.3	9
Publicaciones periódicas	4	25
Revistas de arte y cultura	2	21
Museos por cada millón de habitantes	23	3 ✓
Teatros por cada millón de habitantes	10	6
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	11	8
Centros Culturales	58	11
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	6	19
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	24	19
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	8,509	6
VI. Ámbito Socioeconómico	36.9	13
Población	2,368,467	21
Porcentaje de la población en situación de pobreza	21.7	9
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.7	6
Hablantes de Lengua Indígena	31,086	24
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.764	12
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	588,047	15
PIB per cápita 2020, pesos	160,301	7
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,180,840	21
Población Ocupada de 15 años y más	1,024,235	21
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.6	21

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Quintana Roo POSICIÓN 22

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	13.1	11
Editoriales del sector privado	0	26
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	25
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	25
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	25
Números ISBN otorgados	439	7
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,343	13
Índice de Competitividad Estatal	43.3	15
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	43,536	16
II. Ámbito de la edición universitaria	10.4	24
Editoriales Universitarias	2	18
Centros de Investigación Artística	1	17
Programas de Educación Artística	8	29 ✗
Universidades por cada millón de habitantes	46	6
Matrícula Educación Media Superior	73,372	28 ✗
Matrícula Licenciatura	51,318	27 ✗
Matrícula Posgrado	3,351	29 ✗
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	127	29 ✗
III. Ámbito del sector Gobierno	11.4	29
Instancias Editoriales de Gobierno	0	32 ✗
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	2	31 ✗
Instituciones de cultura estatales y municipales	4	31 ✗
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	29 ✗
Fondos Editoriales	80	30 ✗
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	37	23
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	363	30 ✗
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	662	16
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	23
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	37	19

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	37.9	18
Bibliotecas por cada millón de habitantes	4.3	27 ✗
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	27.4	31 ✗
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	11.3	13
Ferias de Libro	2	21
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.6	13
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.2	9
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	77.2	6
Matrícula de Educación Básica	338,192	26
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	430	11
V. Ámbito del sector de la cultura	22.4	13
Publicaciones periódicas	4	26
Revistas de arte y cultura	0	31 ✗
Museos por cada millón de habitantes	12	21
Teatros por cada millón de habitantes	6	16
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	12	4 ✓
Centros Culturales	22	27 ✗
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	18	4 ✓
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	15	22
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2,876	19
VI. Ámbito Socioeconómico	35.1	18
Población	1,857,985	24
Porcentaje de la población en situación de pobreza	27.0	14
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	4.2	15
Hablantes de Lengua Indígena	203,317	10
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.758	15
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	356,485	23
PIB per cápita 2020, pesos	128,903	15
Población Económicamente Activa de 15 años y más	980,538	23
Población Ocupada de 15 años y más	936,690	23
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.2	17

✓ Favorable

✗ Desfavorable

San Luis Potosí POSICIÓN 21

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	7.2	27
Editoriales del sector privado	0	30 ✗
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	12
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	12
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	12
Números ISBN otorgados	190	14
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,303	28 ✗
Índice de Competitividad Estatal	40.3	18
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	43,909	15
II. Ámbito de la edición universitaria	12.3	19
Editoriales Universitarias	3	11
Centros de Investigación Artística	3	10
Programas de Educación Artística	18	21
Universidades por cada millón de habitantes	27	30 ✗
Matrícula Educación Media Superior	101,107	20
Matrícula Licenciatura	93,540	19
Matrícula Posgrado	5,012	24
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	302	11
III. Ámbito del sector Gobierno	20.7	13
Instancias Editoriales de Gobierno	0	29 ✗
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	18	3 ✓
Instituciones de cultura estatales y municipales	18	9
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	3	15
Fondos Editoriales	273	9
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	74	17
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	513	23
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	826	9
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	14
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	44	9

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	41.8	14
Bibliotecas por cada millón de habitantes	37.6	1 ✓
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	42.2	24
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	8.1	26
Ferias de Libro	2	25
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	94.8	21
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.6	21
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	65.1	19
Matrícula de Educación Básica	555,160	18
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	423	16
V. Ámbito del sector de la cultura	17.2	21
Publicaciones periódicas	13	7
Revistas de arte y cultura	3	15
Museos por cada millón de habitantes	13	15
Teatros por cada millón de habitantes	7	9
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	6	25
Centros Culturales	58	12
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	8	15
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	30	16
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2,911	18
VI. Ámbito Socioeconómico	32.4	22
Población	2,822,255	19
Porcentaje de la población en situación de pobreza	35.5	18
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	7.4	24
Hablantes de Lengua Indígena	226,476	9
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.737	24
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	532,986	16
PIB per cápita 2020, pesos	119,143	16
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,338,435	19
Población Ocupada de 15 años y más	1,251,217	19
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.3	19

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Sinaloa POSICIÓN 10

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	11.8	17
Editoriales del sector privado	1	18
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	21
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	21
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	21
Números ISBN otorgados	80	25
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,674	21
Índice de Competitividad Estatal	43.6	13
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	62,279	8
II. Ámbito de la edición universitaria	18.0	11
Editoriales Universitarias	1	29 ✗
Centros de Investigación Artística	5	7
Programas de Educación Artística	54	5 ✓
Universidades por cada millón de habitantes	27	29 ✗
Matrícula Educación Media Superior	141,619	15
Matrícula Licenciatura	152,483	8
Matrícula Posgrado	10,674	11
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	294	12
III. Ámbito del sector Gobierno	21.2	11
Instancias Editoriales de Gobierno	2	6
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	8	19
Instituciones de cultura estatales y municipales	15	12
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	23
Fondos Editoriales	172	18
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	96	15
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	717	9
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	769	13
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	19
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	49	6

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	45.1	5
Bibliotecas por cada millón de habitantes	24.4	4 ✓
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	59.8	17
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	9.9	16
Ferias de Libro	2	23
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.3	17
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.2	10
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	80.2	5 ✓
Matrícula de Educación Básica	574,515	17
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	417	21
V. Ámbito del sector de la cultura	12.6	29
Publicaciones periódicas	10	13
Revistas de arte y cultura	1	24
Museos por cada millón de habitantes	12	22
Teatros por cada millón de habitantes	5	21
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	8	15
Centros Culturales	25	25
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	2	26
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	16	21
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	3,418	16
VI. Ámbito Socioeconómico	40.5	8
Población	3,026,943	17
Porcentaje de la población en situación de pobreza	21.6	7
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.8	9
Hablantes de Lengua Indígena	34,935	23
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.78	5
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	515,371	17
PIB per cápita 2020, pesos	117,150	17
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,481,795	16
Población Ocupada de 15 años y más	1,379,343	18
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.9	11

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Sonora POSICIÓN 13

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	6.6	29
Editoriales del sector privado	5	9
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	9
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	9
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	9
Números ISBN otorgados	132	18
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,687	32 ✗
Índice de Competitividad Estatal	46.5	7
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	32,857	21
II. Ámbito de la edición universitaria	8.6	28
Editoriales Universitarias	3	12
Centros de Investigación Artística	0	24
Programas de Educación Artística	14	24
Universidades por cada millón de habitantes	25	31 ✗
Matrícula Educación Media Superior	123,022	17
Matrícula Licenciatura	119,109	14
Matrícula Posgrado	5,800	18
Investigadores SNI por cada millón de habitantes	380	5
III. Ámbito del sector Gobierno	22.4	10
Instancias Editoriales de Gobierno	1	12
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	10	14
Instituciones de cultura estatales y municipales	13	16
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	4	11
Fondos Editoriales	289	8
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	96	14
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	933	4
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	797	11
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	12
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	32	24

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	44.9	8
Bibliotecas por cada millón de habitantes	16.6	9
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	50.3	19
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	8.1	25
Ferias de Libro	9	2 ✓
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	97.8	4 ✓
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.4	5 ✓
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	80.6	4 ✓
Matrícula de Educación Básica	528,438	19
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	410	28 ✗
V. Ámbito del sector de la cultura	17.0	22
Publicaciones periódicas	14	5 ✓
Revistas de arte y cultura	3	14
Museos por cada millón de habitantes	13	18
Teatros por cada millón de habitantes	7	8
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	9	12
Centros Culturales	52	13
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	1	28 ✗
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	26	18
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	6,194	10
VI. Ámbito Socioeconómico	40.4	9
Población	2,944,840	18
Porcentaje de la población en situación de pobreza	21.7	8
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	1.7	5 ✓
Hablantes de Lengua Indígena	62,070	19
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.779	6
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	788,445	11
PIB per cápita 2020, pesos	179,296	5 ✓
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,442,258	18
Población Ocupada de 15 años y más	1,395,288	17
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.6	20

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Tabasco POSICIÓN 27

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	13.0	12
Editoriales del sector privado	0	27 ✗
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	0	30 ✗
Personal Ocupado en la Edición de Libros	0	30 ✗
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0	30 ✗
Números ISBN otorgados	127	20
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,159	12
Índice de Competitividad Estatal	39.6	20
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	45,801	13
II. Ámbito de la edición universitaria	8.3	29
Editoriales Universitarias	1	30 ✗
Centros de Investigación Artística	0	31 ✗
Programas de Educación Artística	10	28 ✗
Universidades por cada millón de habitantes	37	15
Matrícula Educación Media Superior	117,029	19
Matrícula Licenciatura	96,870	17
Matrícula Posgrado	4,237	27 ✗
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	199	21
III. Ámbito del sector Gobierno	17.0	19
Instancias Editoriales de Gobierno	1	18
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	3	27 ✗
Instituciones de cultura estatales y municipales	6	29 ✗
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	2	18
Fondos Editoriales	252	10
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	25	28 ✗
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	605	14
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	812	10
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2	28 ✗
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	30	26

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	39.8	16
Bibliotecas por cada millón de habitantes	17.1	8
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	234.7	1 ✓
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	5.8	30 ✗
Ferias de Libro	2	26
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	94.8	22
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.7	20
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	57.7	26
Matrícula de Educación Básica	513,331	20
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	395	30 ✗
V. Ámbito del sector de la cultura	10.1	30
Publicaciones periódicas	7	17
Revistas de arte y cultura	1	26
Museos por cada millón de habitantes	10	27 ✗
Teatros por cada millón de habitantes	4	24
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	7	23
Centros Culturales	26	23
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	5	20
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	6	31 ✗
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	2,274	21
VI. Ámbito Socioeconómico	26.0	29
Población	2,402,598	20
Porcentaje de la población en situación de pobreza	46.5	26
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	11.2	27 ✗
Hablantes de Lengua Indígena	89,525	15
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.749	19
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	637,449	14
PIB per cápita 2020, pesos	180,564	4 ✓
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,118,282	22
Población Ocupada de 15 años y más	995,925	22
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	3.4	29 ✗

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Tamaulipas POSICIÓN 24

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	16.8	7
Editoriales del sector privado	0	24
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	0	31 ✗
Personal Ocupado en la Edición de Libros	0	31 ✗
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0	31 ✗
Números ISBN otorgados	50	30 ✗
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	1,642	3 ✓
Índice de Competitividad Estatal	44.6	12
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	43,166	17
II. Ámbito de la edición universitaria	10.2	25
Editoriales Universitarias	2	19
Centros de Investigación Artística	0	27 ✗
Programas de Educación Artística	14	24
Universidades por cada millón de habitantes	35	17
Matrícula Educación Media Superior	141,720	14
Matrícula Licenciatura	135,091	10
Matrícula Posgrado	10,313	12
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	175	26
III. Ámbito del sector Gobierno	14.6	25
Instancias Editoriales de Gobierno	1	22
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	2	30 ✗
Instituciones de cultura estatales y municipales	14	13
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	1	26
Fondos Editoriales	201	13
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	34	24
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	584	17
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	347	25
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	2	30 ✗
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	35	20

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	37.3	20
Bibliotecas por cada millón de habitantes	7.9	19
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	38.3	27 ✗
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	7.9	27 ✗
Ferias de Libro	3	15
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	97.2	8
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	10.1	11
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	68.4	17
Matrícula de Educación Básica	632,857	14
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	421	18
V. Ámbito del sector de la cultura	13.1	28
Publicaciones periódicas	12	10
Revistas de arte y cultura	0	30 ✗
Museos por cada millón de habitantes	8	30 ✗
Teatros por cada millón de habitantes	6	15
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	8	17
Centros Culturales	42	17
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	3	24
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	8	28 ✗
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	5,132	12
VI. Ámbito Socioeconómico	36.0	16
Población	3,527,735	14
Porcentaje de la población en situación de pobreza	26.8	13
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	2.9	13
Hablantes de Lengua Indígena	22,605	26
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.768	9
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	748,464	12
PIB per cápita 2020, pesos	129,590	13
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,667,891	13
Población Ocupada de 15 años y más	1,603,716	13
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	3.1	27 ✗

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Tlaxcala POSICIÓN 31

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	4.5	32
Editoriales del sector privado	0	32 ✗
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	0	32 ✗
Personal Ocupado en la Edición de Libros	0	32 ✗
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	0	32 ✗
Números ISBN otorgados	41	31 ✗
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	3,287	27 ✗
Índice de Competitividad Estatal	34.2	23
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	9,850	31 ✗
II. Ámbito de la edición universitaria	6.8	31
Editoriales Universitarias	1	31 ✗
Centros de Investigación Artística	0	32 ✗
Programas de Educación Artística	3	32 ✗
Universidades por cada millón de habitantes	41	12
Matrícula Educación Media Superior	60,547	27 ✗
Matrícula Licenciatura	39,071	29 ✗
Matrícula Posgrado	1,675	31 ✗
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	192	22
III. Ámbito del sector Gobierno	10.0	31
Instancias Editoriales de Gobierno	1	26
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	1	32 ✗
Instituciones de cultura estatales y municipales	3	32 ✗
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	2	21
Fondos Editoriales	86	29 ✗
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	24	29 ✗
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	520	22
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	263	28 ✗
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	4	6
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	25	28 ✗

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	37.7	19
Bibliotecas por cada millón de habitantes	20.1	5 ✓
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	104.2	4 ✓
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	8.9	20
Ferias de Libro	1	30 ✗
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.5	15
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.8	16
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	55.3	28 ✗
Matrícula de Educación Básica	271,975	28 ✗
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	418	19
V. Ámbito del sector de la cultura	16.5	23
Publicaciones periódicas	2	32 ✗
Revistas de arte y cultura	1	29 ✗
Museos por cada millón de habitantes	22	5 ✓
Teatros por cada millón de habitantes	2	30 ✗
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	7	22
Centros Culturales	17	31 ✗
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	16	7
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	10	25
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	492	32 ✗
VI. Ámbito Socioeconómico	21.2	32
Población	1,342,977	28 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza	52.5	28 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	6.8	23
Hablantes de Lengua Indígena	26,980	25
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.748	20
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	146,545	32 ✗
PIB per cápita 2020, pesos	65,899	29 ✗
Población Económicamente Activa de 15 años y más	671,439	28 ✗
Población Ocupada de 15 años y más	610,740	28 ✗
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	3.1	28 ✗

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Veracruz POSICIÓN 06

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	13.8	10
Editoriales del sector privado	2	13
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	8
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	8
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	8
Números ISBN otorgados	361	8
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,100	9
Índice de Competitividad Estatal	34.2	24
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	94,565	5 ✓
II. Ámbito de la edición universitaria	24.0	5
Editoriales Universitarias	2	20
Centros de Investigación Artística	6	4 ✓
Programas de Educación Artística	34	12
Universidades por cada millón de habitantes	28	27 ✗
Matrícula Educación Media Superior	309,309	4 ✓
Matrícula Licenciatura	239,398	6
Matrícula Posgrado	16,070	7
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	189	23
III. Ámbito del sector Gobierno	36.9	3
Instancias Editoriales de Gobierno	2	3 ✓
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	6	21
Instituciones de cultura estatales y municipales	82	2 ✓
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	12	4 ✓
Fondos Editoriales	207	12
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	331	4 ✓
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	1201	2 ✓
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	1308	5 ✓
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	5	4 ✓
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	48	7

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	29.3	28
Bibliotecas por cada millón de habitantes	10.8	16
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	64.4	15
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	8.9	21
Ferias de Libro	7	4 ✓
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	91.4	29 ✗
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	8.7	28 ✗
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	53.8	29 ✗
Matrícula de Educación Básica	1,352,474	5 ✓
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	410	27
V. Ámbito del sector de la cultura	23.9	7
Publicaciones periódicas	13	6
Revistas de arte y cultura	5	7
Museos por cada millón de habitantes	11	26
Teatros por cada millón de habitantes	4	26
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	6	27 ✗
Centros Culturales	162	4 ✓
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	10	12
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	232	2 ✓
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	5,474	11
VI. Ámbito Socioeconómico	40.7	7
Población	8,062,579	4 ✓
Porcentaje de la población en situación de pobreza	51.7	27 ✗
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	13.1	29 ✗
Hablantes de Lengua Indígena	650,507	3 ✓
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.720	28 ✗
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	1,043,010	6
PIB per cápita 2020, pesos	86,387	23
Población Económicamente Activa de 15 años y más	3,571,395	4 ✓
Población Ocupada de 15 años y más	3,277,020	4 ✓
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.7	7

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Yucatán POSICIÓN 07

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	19.2	5
Editoriales del sector privado	1	15
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	16
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	16
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	16
Números ISBN otorgados	127	19
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	1,288	1 ✓
Índice de Competitividad Estatal	46.5	8
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	43,965	14
II. Ámbito de la edición universitaria	15.6	12
Editoriales Universitarias	2	21
Centros de Investigación Artística	2	20
Programas de Educación Artística	17	22
Universidades por cada millón de habitantes	46	7
Matrícula Educación Media Superior	95,321	21
Matrícula Licenciatura	85,372	20
Matrícula Posgrado	5,559	19
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	364	7
III. Ámbito del sector Gobierno	16.3	21
Instancias Editoriales de Gobierno	1	19
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	5	23
Instituciones de cultura estatales y municipales	9	23
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	3	14
Fondos Editoriales	108	25
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	135	13
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	569	19
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	906	8
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	13
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	34	21

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	34.7	24
Bibliotecas por cada millón de habitantes	10.8	17
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	68.9	14
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	11.2	14
Ferias de Libro	2	22
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	93.8	25
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.6	23
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	65.4	18
Matrícula de Educación Básica	408,602	22
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	426	13
V. Ámbito del sector de la cultura	35.2	2
Publicaciones periódicas	6	18
Revistas de arte y cultura	8	4 ✓
Museos por cada millón de habitantes	18	12
Teatros por cada millón de habitantes	16	3 ✓
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	11	7
Centros Culturales	68	9
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	21	3 ✓
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	103	8
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	4,862	13
VI. Ámbito Socioeconómico	36.6	15
Población	2,320,898	22
Porcentaje de la población en situación de pobreza	38.8	19
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	5.6	17
Hablantes de Lengua Indígena	520,580	5 ✓
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.750	18
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	369,392	22
PIB per cápita 2020, pesos	107,364	18
Población Económicamente Activa de 15 años y más	1,217,362	20
Población Ocupada de 15 años y más	1,197,713	20
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	1.6	4 ✓

✓ Favorable

✗ Desfavorable

Zacatecas POSICIÓN 26

Variable	Valor	Posición
I. Ámbito del sector privado	5.7	30
Editoriales del sector privado	1	23
Edición de Libros, Producción bruta total (millones de pesos)	*	22
Personal Ocupado en la Edición de Libros	*	22
Remuneraciones en la Edición de Libros (millones de pesos)	*	22
Números ISBN otorgados	110	23
Tasa de prevalencia delictiva por cada diez mil unidades económicas	2,992	24
Índice de Competitividad Estatal	31.8	27 ✗
Población ocupada de 15 años y más con ingresos de más de 3 salarios mínimos	12,010	30 ✗
II. Ámbito de la edición universitaria	9.7	26
Editoriales Universitarias	1	32 ✗
Centros de Investigación Artística	1	20
Programas de Educación Artística	21	19
Universidades por cada millón de habitantes	36	16
Matrícula Educación Media Superior	64,332	26
Matrícula Licenciatura	51,623	26
Matrícula Posgrado	51,623	22
Investigadores SNII por cada millón de habitantes	343	8
III. Ámbito del sector Gobierno	17.5	17
Instancias Editoriales de Gobierno	1	16
Convocatorias de Gobierno a concursos culturales	3	29 ✗
Instituciones de cultura estatales y municipales	53	3 ✓
Publicaciones Dirección General de Culturas Populares, Indígenas y Urbanas	0	31 ✗
Fondos Editoriales	130	22
Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)	31	26
Fondos Estatales para la Cultura y las Artes (FECA)	465	26
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias	1092	7
Presencia de la Secretaría de Cultura en los Estados	3	25
Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC)	20	30 ✗

Variable	Valor	Posición
IV. Ámbito del libro y la lectura	39.2	17
Bibliotecas por cada millón de habitantes	16.0	11
Bibliotecas de la DGB por cada millón de habitantes	148.6	2 ✓
Librerías y puntos de venta por cada millón de habitantes	8.6	24
Ferias de Libro	1	32 ✗
Tasa de alfabetización (personas de 15 años y más)	96.1	18
Grado Promedio de Escolaridad (personas de 15 años y más)	9.2	25
Porcentaje de Hogares con acceso a internet de banda ancha	68.5	16
Matrícula de Educación Básica	352,043	24
Desempeño en lectura jóvenes de 15 años, prueba PISA	412	26
V. Ámbito del sector de la cultura	18.7	19
Publicaciones periódicas	3	31 ✗
Revistas de arte y cultura	2	23
Museos por cada millón de habitantes	39	1 ✓
Teatros por cada millón de habitantes	4	27
Cines y cinetecas por cada millón de habitantes	6	29 ✗
Centros Culturales	50	14
Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	4	22
Festividades, Muestras y Festivales Culturales	37	12
PIB de Medios Masivos 2022 (millones de pesos a precios de 2018)	1,170	28 ✗
VI. Ámbito Socioeconómico	25.1	30
Población	1,622,138	26
Porcentaje de la población en situación de pobreza	44.2	24
Porcentaje de la población en situación de pobreza extrema	5.1	16
Hablantes de Lengua Indígena	4,781	31 ✗
Índice de Desarrollo Humano PNUD	0.742	23
PIB de 2022 a precios de 2018 (millones de pesos)	225,018	28 ✗
PIB per cápita 2020, pesos	87,211	22
Población Económicamente Activa de 15 años y más	687,642	26
Población Ocupada de 15 años y más	673,085	26
Porcentaje Población Desocupada de 15 años y más	2.7	22

Anexo 5

Clasificación de la Cuenta Satélite de la Cultura en México

Artes visuales y plásticas

Incluyen la creación de obras de naturaleza visual. Comprende dibujo, fotografía, pintura, escultura y grabados, además de otros bienes y servicios relacionados, como galerías, fototecas o pinacotecas.

Artes escénicas y espectáculos

Agrupar eventos y espectáculos culturales en vivo relacionados con el teatro, la danza, la ópera, espectáculos artísticos y culturales en general (incluidos los deportivos), además de algunos servicios (como los que prestan promotores y agentes) y el alquiler de espacios para presentar los eventos. Esta área concentra también la producción de espectáculos culturales en la vía pública por parte de los hogares, la valoración económica del trabajo voluntario en diferentes espectáculos artísticos y deportivos, así como el trabajo voluntario y las aportaciones en dinero y en especie para la organización y realización de ferias y festivales.

Música y conciertos

Reúne la música en todas sus formas. Incluye presentaciones y espectáculos musicales grabados y en vivo, composiciones, la producción de instrumentos musicales y la fabricación de bienes relacionados con el equipamiento en reproducción de audio. Abarca la prestación de servicios de fonotecas, la actividad del registro de derechos de autor para este tipo de obras. También incluye el trabajo voluntario en eventos artísticos y el comercio de bienes como discos compactos en vía pública, por ejemplo, en tianguis, puestos ambulantes o en mercados sobre ruedas.

Libros, impresiones y prensa

Concentra todo tipo de publicaciones en sus diferentes formatos, por ejemplo, las modalidades electrónicas. Nótese que la impresión se incluye por ser parte de la función de producción de la industria editorial. Comprende la industria del libro, periódicos, revistas, publicaciones periódicas y otros productos editoriales e impresos, como postales, carteles, almanaques o atlas, además de servicios especializados en corrección de estilo, periodismo, traducción e interpretación. Incluye también agencias de noticias, librerías, actividades sobre fomento a la lectura, hemerotecas y los servicios de registro de derecho de autor para obras literarias. Este bloque comprende la actividad económica que genera el comercio de libros y revistas en la vía pública, tianguis, puestos ambulantes o en mercados sobre ruedas.

Medios audiovisuales

Agrupar las formas de expresión cultural accesibles mediante las industrias de cine, radio, televisión, videoclips o videojuegos, además de filmotecas, videotecas o cinetecas. Com-

prende la prestación de los servicios de registro de derechos de autor, distribución y exhibición de obras audiovisuales. Incluye, además, la fabricación de equipo especializado para su transmisión y la producción de equipamiento para la reproducción de este tipo de contenidos. Agrupa el comercio de videojuegos o video en distintos formatos, como DVD, en vía pública (es decir, en espacios como tianguis, puestos ambulantes o en mercados sobre ruedas).

Artesanías

De acuerdo con el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), se definen como un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente se obtiene de la región donde habita la o el artesano. Para la Cuenta Satélite de la Cultura en México, las áreas específicas en las que se subdivide este campo son alfarería y cerámica, fibras vegetales y textiles, madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería, cartón y papel, plástica popular, cerería y pirotecnia, metalistería, joyería y orfebrería, lapidaria, cantería y vidrio, talabartería y marroquinería, así como alimentos y dulces típicos. En esta área se incluye también la elaboración de artesanías para el uso personal, además de la actividad de la gestión pública encaminada a preservar y promover la cultura popular.

Diseño y servicios creativos

Incluye actividades, bienes y servicios asociados con el diseño creativo, artístico y estético de objetos, edificaciones y paisajes. Abarca, por ejemplo, modas, textil, joyería, gráfico, interiores, paisajismo, arquitectónico, publicidad, y el servicio de registro de derechos por propiedad intelectual en marcas y patentes, entre otros. En esta área general se registra la actividad económica que genera el comercio de software, por ejemplo, en discos compactos, en la vía pública (en espacios como tianguis, puestos ambulantes o mercados sobre ruedas). El objetivo principal de los servicios de arquitectura, publicidad o de diseño industrial es prestar un servicio creativo o hacer un aporte intermedio a un producto final que no siempre es de naturaleza cultural.

Patrimonio cultural y natural

De acuerdo con la UNESCO, el patrimonio cultural comprende tanto el material como el inmaterial. El patrimonio cultural material incluye monumentos históricos, sitios arqueológicos, asociaciones y organizaciones civiles dedicadas al fomento de elementos identitarios como consejos reguladores o gremios, así como la actividad económica que generan los museos y bibliotecas de manera explícita. La gestión pública en patrimonio inmaterial incluye actividades gubernamentales enfocadas a su conservación y protección, como documentación de manifestaciones lingüísticas o musicales, protección de centros ceremoniales o prácticas tradicionales, entre otras. También se incorpora la valoración de las aportaciones en dinero y en especie y el trabajo voluntario para la organización y realización de fiestas tradicionales como las religiosas, cívicas o carnavales. Por su parte, el patrimonio natural agrupa formaciones naturales, geológicas y fisiográficas, así como áreas protegidas que constituyen el hábitat de especies de plantas y animales en peligro

de extinción, así como sitios naturales de gran valor desde la óptica de la ciencia y la conservación, y desde la perspectiva de su belleza natural. Se incluyen servicios como los que prestan las organizaciones y asociaciones civiles dedicadas a la cultura y a la protección del medio ambiente y de los animales. Incorpora también la valoración económica del trabajo voluntario en sitios arqueológicos, parques naturales, museos, casas de la cultura o bibliotecas.

Formación y difusión cultural

Se subdivide en formación pública y privada. Abarca la educación formal en programas educativos de nivel superior en los campos relacionados con el arte y la cultura, además de la especialización en arte e idiomas de los demás niveles educativos. La difusión cultural en instituciones educativas públicas y privadas comprende las actividades artísticas y culturales. Se incluye, además, el trabajo voluntario en talleres culturales.

Contenidos digitales e internet

Abarca los servicios de televisión y radio por internet, la actividad económica que se genera por descargas y transmisiones de materiales como películas o series (sea que se pague o no por este servicio), servicios de suscripciones y pagos por evento, el diseño informático especializado en el desarrollo de aplicaciones y los servicios relacionados con el acceso a internet. También incluye la gestión pública que se relaciona con las telecomunicaciones.

Fuente: INEGI, *Cuenta Satélite de la Cultura de México 2023*

Anexo 6

Asociaciones y cámaras empresariales

- **Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel (Cámara del Papel).** Agrupa a 24 empresas, genera más de 65 mil empleos directos y 235 mil indirectos a través de 52 plantas en 21 estados de la República Mexicana. El valor de mercado del sector papelerero y sus productos derivados es de 13,316 millones de dólares anuales, lo que equivale al 2.0% del PIB manufacturero y el 1.3% del PIB industrial. En 2022, según datos de la Cámara, produjo 6 millones 497 mil toneladas de papel. En 2021, alcanzó el segundo lugar entre los países recicladores más importantes del mundo, con un índice de utilización de fibras secundarias del 90.8%. Más de dos tercios del consumo de papel en México, es generado para satisfacer a la industria nacional, principalmente la demanda de papel de escritura e impresión, papel para empaquetado y embalaje, papel sanitario y papeles especiales para otras industrias (<https://camaradelpapel.com.mx/index.php>).
- **Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas (CANAGRAF).** Integrada por 62 empresas dedicadas a la impresión publicitaria (<https://www.canagraf.mx>). La industria de las artes gráficas es una industria transversal ya que atiende la demanda de impresión de otras industrias y actividades, por ejemplo: la impresión de libros, periódicos, revistas, formas continuas, directorios, entre otros materiales impresos asociados al diseño gráfico y la publicidad. En 2009 existían 21,458 unidades económicas dedicadas a las artes gráficas que dieron empleo a 183 mil personas; en tanto que 89.5% de las unidades económicas correspondieron a microempresas.
- **Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM).** Es una asociación civil que agrupa a más de 230 editores de libros y publicaciones periódicas y se encarga de la defensa y el interés de sus agremiados, además de impulsar el desarrollo de la industria editorial (<https://caniem.org>).
- **Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI).** Participa activamente en el fomento a la lectura, en la promoción del libro y en la difusión de la literatura emergente. Apuesta por la publicación de obras heterodoxas, arriesgadas y, a veces, marginales, que no se rigen por intereses mercantiles. Realiza conjuntamente al fce la Feria del Libro Independiente que convoca a más de 60 editoriales de todo el país. Asimismo, participa de manera colectiva en otras ferias como la Internacional del Libro de Guadalajara, la del Libro Infantil y Juvenil, y la del Zócalo de la Ciudad de México (<https://cerlalc.org/directories/alianza-de-editoriales-mexicanas-independientes-aemi>).
- **Sociedad General de Escritores de México (SOGEM).** Es una sociedad constituida para defender los derechos de autor de los literatos, poetas, narradores, dramaturgos, escritores de cine, radio, televisión y en general, todos aquellos que generan una obra escrita (<https://www.sogem.org>).
- **Asociación Mexicana de Bibliotecarios (AMBAC).** Es la asociación de bibliotecarios más grande y antigua de México, tiene como objetivo la profesionalización de sus socios, la promoción y fomento de las bibliotecas, el servicio bibliotecario y la biblioteconomía en el país (<https://ambac.org.mx>).

- **Asociación de Librerías de México** (ALMAC). Representa los intereses de las librerías, buscando fortalecer su figura como un importante eslabón en la cadena del libro. Entre las librerías más representativas están: Porrúa, Cristal, Nuevos Horizontes, Gonvill, Péndulo, Un lugar de la Mancha, Gandhi, El Sótano, Hidalgo, El Fondo de Cultura Económica, Educal, Iztaccíhuatl, Dante, Provedora Escolar, entre otras.
- **Asociación Mexicana de Archivos y Bibliotecas Privados**. Agrupa a instituciones que manejan archivos y bibliotecas particulares (no gubernamentales), actualmente cuenta con 34 miembros que promueven el intercambio de información y apoyo técnico entre sus miembros, además de propiciar la difusión del contenido de sus acervos para incrementar la investigación de la historia de México (<https://www.amabpac.org.mx>).
- **Asociación Mexicana de Ilustradores** (AMDI). Promueve la cultura de la ilustración, busca la profesionalización de los ilustradores y es portavoz de los intereses de los ilustradores en México al estar presente en eventos y ferias como el Abierto Mexicano de Diseño, la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil y en espacios como IBBY México y el Palacio de Minería de la UNAM entre otros. Hasta 2018 tenía registrados a 156 asociados (<https://amdilustradores.org>).
- **Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico** (ENCUADRE). Fomenta la superación académica y la excelencia de sus agremiados en lo que respecta al campo del diseño gráfico y disciplinas afines. ENCUADRE sirve como un recurso a las escuelas asociadas, brindando espacios de reflexión, discusión y concreción en los ámbitos de docencia, investigación, difusión y extensión de la cultura. Cuenta con 56 escuelas de diseño asociadas (<https://encuadre.org>).
- **Asociación Mexicana de Tipografía** (AMT). Fomenta el estudio, la práctica, el desarrollo y perfeccionamiento de la tipografía y las demás ramas relacionadas a ésta, por medio de la organización de encuentros, congresos, conferencias, mesas redondas, paneles de trabajo, exposiciones, exhibiciones, concursos, premios, diplomados y programas de estudios en colaboración con profesionistas, artistas, docentes, investigadores, aficionados, escuelas y organismos civiles o gubernamentales, nacionales y extranjeros (<https://www.tipomx.org/em>).
- **Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor** (CeMPro). Protege y representa los derechos de propiedad intelectual de carácter patrimonial de los autores, editores y derechohabientes, tanto mexicanos como extranjeros, además, el CeMPro combate la reproducción no autorizada de obras literarias pertenecientes a sus socios. El CeMPro cuenta con 235 socios: 86 editores privados, 24 editores académicos y 125 autores. La propiedad intelectual está regulada por la *Ley Federal del Derecho de Autor* y por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (<https://www.cempro.org.mx>).