



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA

INFORME COMITÉ DE LIBROS DE INTERÉS GENERAL

Expo Antad & Alimentaria México

Se presentó al Comité el informe de la Feria de ANTAD. Objetivo de participación: Lograr que los ejecutivos de las cadenas de tiendas de autoservicio y departamentales asistentes a la Expo ANTAD, aprecien de manera cercana y puedan evaluar objetivamente las ventajas que ofrece un departamento de libros (o modernizar el ya existente) en sus tiendas, para lo cual se acondicionó un stand de venta de libros con las características específicas que se requieren para tales espacios. Además del stand, se obtuvo un espacio en la vitrina de nuevos productos (novedades ANTAD), en donde los editores exhibieron los títulos que consideraron más representativos de su fondo editorial.



Participaron 15 empresas (libros) y 3 (revistas). Se contó con la visita del señor Eduardo Paniagua, comprador de la categoría de libros en Sams Club, a quien cada uno de los editores presentó los títulos que componían su fondo en exhibición. A partir de este evento, cada uno de ellos dará seguimiento en lo particular a sus propuestas comerciales con la finalidad de lograr colocar sus productos en esta cadena. De manera individual, o bien en grupos, se lograron acercamientos a las siguientes cadenas: Soriana, Chedraui Calimax y Farmacias Benavides.



Resultados obtenidos: se concluyó que la idea de llevar a cabo un esfuerzo de esta magnitud requiere trabajo de seguimiento constante. En este sentido, se propone Establecer comunicación con el category manager (CATMAN) que administra las categorías de productos como unidades estratégicas de negocio, orientadas al consumidor final. Una categoría se define como un grupo de productos que los consumidores perciben como interrelacionados, que sustituyen sus necesidades y que se encuentran dentro de una misma exhibición.



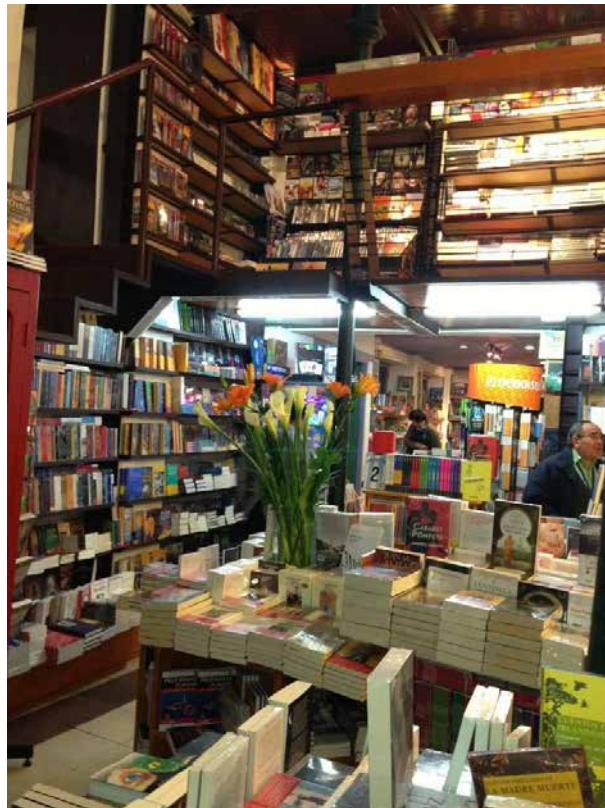
El CATMAN administra los espacios en la tienda, colocando el producto correcto, en la posición correcta, con la exhibición correcta. Las herramientas de que se sirve son: Análisis de catalogación, márgenes, precios de venta, rotación, tipo de cliente, tienda, región, rentabilidad

Librería Arawi y Edilar

Blanca Carrillo, Directora y propietaria de la librería comentó a los integrantes del Comité sobre los objetivos que tiene su librería, el trabajo que realiza día a día y la importancia de conocer el perfil de sus clientes y dar seguimiento puntual a las solicitudes de los mismos. De acuerdo a su experiencia considera que el futuro de las librerías es la especialización de las mismas. El secreto del éxito es tener cerca a un buen vendedor que surta las novedades de acuerdo a las necesidades de cada librería (de manera ágil y puntual). Mencionó también que las librerías cuentan con poco espacio, para albergar la cantidad de novedades mensuales que publican los editores, esa es una de las razones por las cuales hay que hacer una buena selección de libros (ella personalmente revisa los catálogos para la exhibición de materiales).

Actualmente Blanca Carrillo está evaluando la posibilidad de abrir una nueva librería en Avándaro y la viabilidad de realizar un cambio de domicilio de la Librería Arawi, los editores asistentes a la reunión del Comité le recomendaron mantener abiertas las dos librerías para que los clientes se adapten a la nueva ubicación y una vez que esté

acreditada, realizar el cierre definitivo de una de las dos sedes. Se ofreció apoyo a Arawi para el mejor funcionamiento de sus redes sociales y establecer contacto con el servicio de librerías virtual.



Edilar

Virginia Krasniansky, habló sobre el modelo comercial de la revista “Red Magisterial” que por su estructura cuenta con una gestión ágil desde el punto de vista comercial. Habló sobre la importancia de que los editores cuenten con vendedores más capacitados que mantengan atendidos a sus clientes por igual y den seguimiento a los pedidos y cobranza. Además de mantener informadas a las librerías sobre las novedades. Se realizaron comentarios sobre algunas experiencias en las relaciones comerciales editor-librero.

The logo for 'EDILar' is presented within a dark green rectangular border. The word 'EDI' is in a bold, white, serif font, while 'lar' is in a white, cursive script font.

Ferias

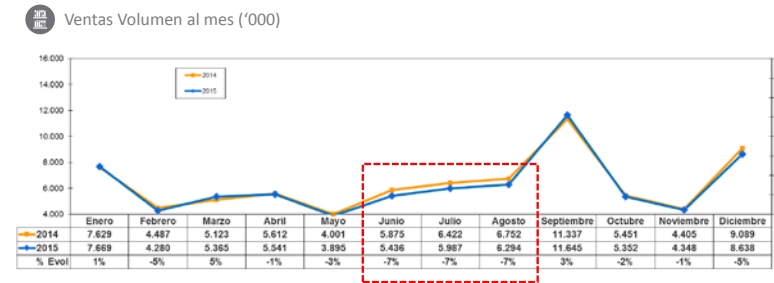
El tema de las Exposiciones de libros es recurrente en cada una de las sesiones del Comité porque se cuenta con un programa de Ferias con periodicidad anual, que representa para la industria editorial un gran escaparate donde promover y comercializar el amplio catálogo de las empresas, que por las dimensiones físicas de las librerías y puntos de venta no se pueden exhibir. Los organizadores de las Ferias y Expos publican sus condiciones y lineamientos que no siempre benefician y responden a intereses de los editores y sus requerimientos comerciales. La CANIEM junto con los Comités busca el acercamiento con los organizadores para retroalimentar a los mismos por los resultados obtenidos en las diferentes ediciones y la búsqueda constante de las mejores condiciones.



Bookscan Nielsen

Se contó con la visita de Jeremy Neate, Director de Investigación y Desarrollo Internacional Bookscan (Reino Unido) y a Luis Carlos Conde, Head de Nielsen Book Iberia & Latam (Brasil). El Sr. Neate mencionó su trayectoria destacando el desarrollo de un modelo de seguimiento continuo de ventas en Reino Unido, además de implementar el servicio de Bookscan en más de 10 países, entre ellos Reino Unido, Estados Unidos, España, India, y Brasil; México es ahora el siguiente proyecto de importancia para BookScan Internacional.

LAS VENTAS DE LIBROS EN 2015 FUERON MÁS IMPACTADAS DURANTE EL VERANO



	Var. % 15 x 14 (52 weeks vs 52 weeks) Mercado Libros	Var. % 15 x 14 (52 weeks vs 52 weeks) Mercado sin Libros de texto	Var. % 15 x 14 (YTD hasta noviembre) Mercado Gran Consumo
Volumen	-2%	-2,9%	+1,2%
Valor	0%	-1,8%	+1,5%

Durante la reunión se habló sobre el impacto positivo que la implementación de Book-Scan tendrá para cada una de las empresas que participen y el futuro de la industria editorial y librera mexicana. Los participantes realizaron preguntas a Luis Conde

Gaspar sobre los contactos establecidos con las diferentes cadenas de librerías. Se mencionó que con el apoyo de Penguin Random House cuentan con una amplia agenda de citas, donde la respuesta ha sido muy favorable, los libreros han mostrado gran interés en el proyecto.

Comentaron también que el procesamiento de información se realiza en Reino Unido y cuentan con un software que puede enviar reportes de manera automática en tiempo y forma de manera periódica cada semana. Están dispuestos a realizar otras presentaciones para aclarar dudas a los editores interesados, ya que la suscripción y/o contrato es por editorial.



Presentación Biopappel

El presidente del Comité dio la bienvenida a Vianey Cabildo, Responsabilidad Social y a Jorge Mendoza, Abastecimiento de Biopappel. Realizaron una presentación sobre los objetivos de la empresa, comentaron que cuenta con 30 plantas industriales, todas utilizan agua reciclada, sus procesos son totalmente sustentables. Su modelo de Negocio se enfoca en fortalecer su ventaja competitiva. Son líderes en el reciclaje. El ofrecimiento para la industria editorial es que el papel para reciclado que entreguen a la CANIEM pueda tener medidas y requerimientos especiales para impresión.



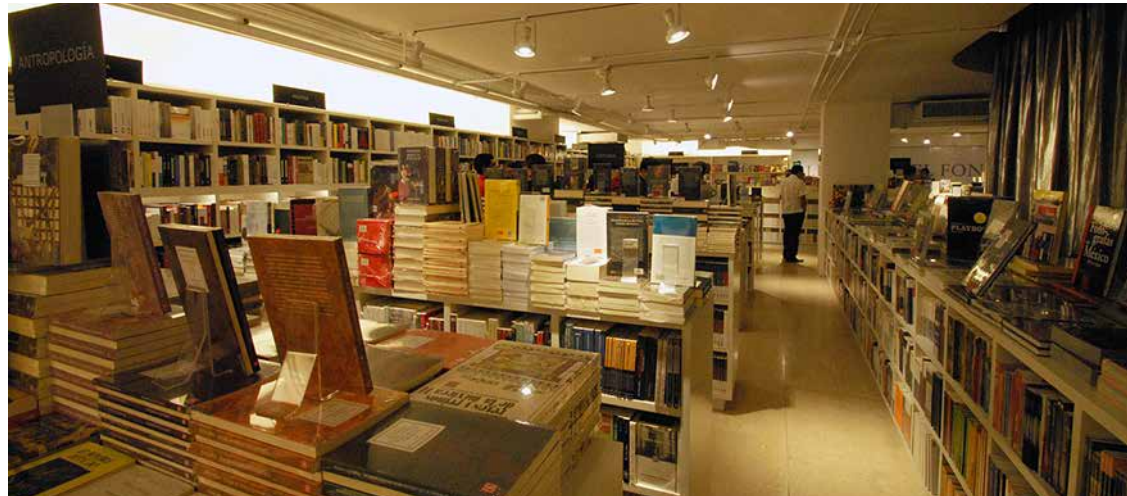
Reunión con el Presidente de ALMAC

Se contó con la asistencia de Rodrigo Pérez Porrúa, quien habló sobre la estructura de ALMAC, el trabajo que se ha realizado para reunir a las cadenas de librerías y los logros alcanzados para poder integrarlos al Consejo de la Asociación. Mencionó también sobre el acercamiento que han tenido en diversas ocasiones con la CANIEM desde la Presidencia del Ingeniero Echeverría. Informó que están trabajando para lograr gravar los libros con tasa 0, y/o con un IVA reducido, lo cual ayudará para que las librerías puedan deducir el Impuesto al Valor Agregado que pagan, mencionó varios ejemplos en los que la situación es desfavorable para las librerías y no les permite crecer ni desarrollarse por el régimen fiscal en el que se encuentra el libro. Comentó sobre la cotización que pidieron al Grupo GEA, para un estudio que les ayudará para realizar



ASOCIACIÓN DE
LIBRERÍAS
DE MÉXICO

cabildeo en la Cámara de Diputados. El estudio tiene un costo que ALMAC no puede solventar, motivo por el cual están solicitando el apoyo de CANIEM, para colaborar con recursos, mencionó que el Ing. Juan Ponce fue a negociar con GEA para obtener un mejor costo y se consiguió una reducción, pero aún así están buscando distintos apoyos. El licenciado Pérez Porrúa enviará una copia del anteproyecto para conocer los alcances del estudio. Se comprometió a acudir a otra reunión del Comité, para plantear una agenda conjunta que permita mejorar el trabajo librero-editor.



Feria Internacional del Libro de Monterrey/ Visita de Armando Ruíz

Se contó con la asistencia de Armando Ruíz, Director de la Feria y su equipo de trabajo, los integrantes del Comité mencionaron su punto de vista sobre los cambios que han percibido en las últimas ediciones de la Feria, destacando:

- **Disminución en la publicidad.** Los editores mencionaron que al llegar al aeropuerto, ya no se observó la publicidad, ni en las avenidas aledañas, como en las ediciones anteriores.
- **El cobro de boletos para la entrada.** Se mencionó que para los editores participantes fue una sorpresa enterarse al llegar Monterrey que se cobraría la entrada. Los organizadores al respecto mencionaron que la disminución de asistencia en el 2016 fue de un 21% con relación al 2015. El costo del boleto fue de 20 pesos, pero a los niños, adultos mayores y docentes no se les cobró. En total se recibió el pago de 60 mil personas, el equivalente de un millón doscientos mil pesos. El cobro se determinó

porque el TEC de Monterrey giró un oficio dirigido al personal, indicando que no estaba permitido dejar sus actividades laborales para colaborar con la organización de feria, motivo por el que dejaron de colaborar más de 80 personas, por lo que se tuvo que firmar un convenio con la empresa APEX, lo que incrementó el déficit presupuestal de la Feria (que no es autosuficiente).

- **Actividades culturales.** Permanecieron a lo largo de la Feria con lleno total, es probable que esto se deba a que se podía ingresar a los salones sin necesidad de pagar la entrada. Se solicitó a los organizadores que consideren un mecanismo para que sea obligatoria la visita a la feria, para que los visitantes asistan a las presentaciones académico-culturales. Se solicitó que se contemple como otros años algunos incentivos para que los editores lleven más autores a la Feria.

- **Exhibición y venta de libros de saldo.** Se mencionó que es uno de los grandes temas a resolver. El perfil de la Feria no es de saldos, si se asigna un espacio para venta de libros de oportunidad tendría que contar con condiciones diferentes de participación.

Acuerdos:

- 1.-Los organizadores elaborarán un programa de difusión que incluya la participación de los editores en redes sociales, previo a la Feria.
- 2.-Una reducción y reubicación en los saldos (condiciones diferentes).
- 3.-Revisar las políticas de exhibición (definir qué se entiende por saldos), colocar sanciones al incumplimiento del reglamento.
- 4.-Los editores mandarán correos con sus sugerencias e inquietudes.



Frankfurt Book Fair/Proyecto CONTEC México

Se contó con la presencia de Marifé Boix García, Vicepresidenta de Desarrollo de Negocios de la Feria Internacional del Libro de Fráncfort junto con Claudia Reyes Toledo, que presentaron el proyecto sobre innovación CONTEC MÉXICO, programado para el 14 de junio de 2017, en el Centro de Cultura Digital de la Ciudad de México (en la planta baja de la estela de luz). El Proyecto se llama **“Construyendo Puentes”**: **Fomento de la innovación en la industria editorial/ Fomento de la innovación en el ámbito del libro y la lectura.**

- ¿Qué se puede y debe hacer y que se hace actualmente para fomentar el emprendimiento en la industria editorial, los proyectos innovadores y nuevos negocios?. Presentación de diferentes iniciativas, ofertas y experiencias relacionadas con contenidos
- ¿Cómo manejaremos los contenidos en el futuro? Nuevas formas de contar historias en digital *transmedia*. Nuevas posibilidades de combinar diferentes formatos como *e-books*, video, audio, etc.

- Las posibilidades de difusión digital suponen un auténtico desafío al modelo clásico de edición e identificación de nuevas comunidades lectoras. ¿Cómo reaccionan las editoriales hacia este nuevo fenómeno? ¿Cuál es el potencial para las editoriales? Buscan patrocinios para el pago de honorarios, traslados de los ponentes y organización en general del Foro.

