Plan Nacional de Desarrollo

2013-2018

Gobierno de la República

Programa Institucional del Fondo de Cultura Económica 2014-2018

Logros 2015

Institucional

INDICE

MARCO NORMATIVO 3

RESUMEN EJECUTIVO 4

AVANCES Y LOGROS 5

Objetivo 1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura 5

Estrategia 1.1 Establecer políticas para la selección imparcial de obras, fortaleciendo el proceso de evaluación y la función de los comités editoriales 5

Estrategia 1.2 Fortalecer las colecciones de bibliografía universitaria 5

Estrategia 1.3 Fortalecer las colecciones de libros para niñas, niños y jóvenes 5

Estrategia 1.4 Fortalecer las colecciones de divulgación científica 5

Estrategia 1.5 Desarrollar nuevos productos educativos 6

Estrategia 1.6 Publicar simultáneamente en formato impreso y electrónico las novedades que cuenten con derechos, y avanzar en la digitalización del catálogo histórico del FCE 6

Estrategia 1.7 Estimular la venta de derechos de autor al extranjero para incrementar la presencia de los escritores, académicos y demás creadores nacionales e iberoamericanos 6

Objetivo 2. Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas 8

Estrategia 2.1 Incrementar la distribución y comercialización de obras publicadas por el FCE 8

Estrategia 2.2 Renovar y ampliar la red de librerías del FCE 8

Estrategia 2.3 Propiciar que las librerías del FCE constituyan centros culturales, espacios de generación de ideas, de encuentro y de creación artística 8

Estrategia 2.4 Ampliar y fortalecer la oferta editorial de calidad en las librerías del FCE 9

Estrategia 2.5 Fortalecer la librería virtual del FCE y el acceso a sus publicaciones electrónicas 9

Estrategia 2.6 Incrementar la presencia comercial del FCE en el mercado académico 9

Estrategia 2.7 Dar a conocer al público las obras que produce el FCE, informar acerca de sus autoras y autores y sobre las actividades culturales que lleva a cabo 9

Objetivo 3. Afianzar y acrecentar la presencia del FCE en las diferentes regiones de influencia de las filiales en Iberoamérica 11

Estrategia 3.1 Lograr que, en el ámbito internacional, las filiales del Fondo constituyan un factor decisivo en el intercambio cultural y económico entre México y los países de Iberoamérica 11

ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES 13

GLOSARIO 19

SIGLAS Y ABREVIATURAS 20

MARCO NORMATIVO

Este documento se presenta con fundamento en lo establecido en el numeral 32 del Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de junio de 2013, el cual enuncia que:

"*Las dependencias y entidades deberán difundir y publicar en sus páginas de Internet, los programas a su cargo, al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Asimismo, deberán publicar dentro del primer bimestre de cada año, en el mismo medio electrónico, los logros obtenidos de conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en los programas*".

RESUMEN EJECUTIVO

En este informe se presenta el desempeño del Fondo de Cultura Económica (FCE) con un enfoque integral de sus operaciones tanto en México como en otros países en que operan sus 10 filiales (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, Guatemala, Perú y Venezuela), a la manera de un Grupo Editorial de carácter internacional al que venimos llamando Grupo FCE.

Este ejercicio de rendición de cuentas implica una reflexión al cierre de 2015 — a la mitad del actual periodo de gobierno—, en el sentido de que esta casa editorial está recuperando su lugar en la aportación a la agenda pública de textos de los grandes temas contemporáneos, especialmente los relacionados con la desigualdad, la educación, la salud y la seguridad.

Sirva como antecedente que el Fondo nació hace 81 años para proveer de libros a los universitarios y difundir la producción universitaria de México y el mundo, labor que le permitió convertirse en la plataforma de lanzamiento de las grandes obras de la literatura mexicana del siglo XX. Al día de hoy produce la más importante colección de divulgación científica, La Ciencia para Todos, que en 2016 cumplirá ya 30 años, y abrió el camino a la hoy potente industria mexicana de literatura para niños y jóvenes, con sus efectos en el fomento temprano de la lectura. En 2016 la emblemática colección A la Orilla del Viento, cumplirá ya 25 años.

A esta tarea editorial hay que agregar casi una treintena de librerías y centros culturales, algunos de los más bellos y funcionales de la República Mexicana, verdaderos puntos de encuentro entre lectores y autores, junto con un modelo que busca contribuir a restañar, por medio de la lectura y la escritura, el tejido social lesionado por la violencia criminal. Es el caso del Centro cultural de Apatzingán, que ya comenzó a replicarse en otros sitios.

También se suma la labor desarrollada por las diez filiales internacionales que editan y distribuyen libros e interactúan con la inteligencia hispanoamericana, en estrecha coordinación con las embajadas de México en el extranjero.

Para propiciar el análisis de este informe es necesario plantear la situación que enfrentó el Fondo en 2015. Primero, recordemos que el año empezó con un escenario adverso derivado de la asignación de un techo presupuestal que reducía los recursos destinados a tareas sustantivas, lo que nos obligó a ajustar a la baja las metas, con efectos en la menor producción de reimpresiones, desabasto de librerías, disminución de ventas y desgaste de la imagen institucional. Afortunadamente, recibimos ampliaciones a mediados de año de Conaculta y en el último cuatrimestre de la SEP.

Por otra parte, para enfrentar estas nuevas realidades de las finanzas públicas, inició un nuevo esquema de productividad, ahorro y alianzas estratégicas a través de:

1. Ampliar significativamente las alianzas para coeditar libros con otras instituciones, tanto que este año sumaron casi el 40% de las novedades, en importantes colecciones con El Colegio de México, la UNAM, la UAM, el CIDE y Conaculta, entre otras.
2. Replantear prioridades en materia de reimpresiones, en aras de asegurar mayores ingresos propios, lo que supuso ordenar el listado de reimpresiones acumulado y priorizar títulos económicamente más rentables o con algún imperativo editorial. También se acordó con las filiales que ellas se encargaran de la reimpresión de las obras que requieren para sus mercados regionales.
3. Fortalecer la generación de recursos propios, mediante una intensa actividad comercial, con nuevas estrategias de ventas y promociones.
4. Mantener un inventario realista en librerías y capacitar al personal para atender mejor a los clientes.
5. Articular una estrategia con más de 80 cadenas de librerías y distribuidores en todo el país para la venta en firme de títulos de bajo movimiento comercial.
6. Gestionar ventas como la que se hizo con Conaliteg para el programa Recicla para Leer, equivalente a 35 250 ejemplares.

El resultado de estas medidas y del apoyo obtenido, se expresa en el hecho de que los ingresos fueron superiores a los estimados, y por lo tanto, el cumplimiento de las metas rebasó lo previsto al cerrar el año.

AVANCES Y LOGROS

Objetivo 1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura

Hubo logros importantes en cuanto a la capacidad del Fondo para proveer a la esfera pública de textos sobresalientes para el debate de los grandes temas contemporáneos, como el de la desigualdad. Al éxito editorial del año 2014, con la publicación en español de *El Capital en el siglo XXI*, de Thomas Piketty, se agregó en septiembre *El gran escape. Salud, riqueza y los orígenes de la desigualdad*, de Angus Deaton, a quien unos días después le fue otorgado el Nobel de Economía.

Con Deaton, el Fondo acumula en su catálogo 65 autores galardonados con el Nobel, 33 con el Cervantes, 29 con los Príncipe y Princesa de Asturias y más de 140 con el de Ciencias y Artes.

Este año sesionaron con regularidad diez comités editoriales, en las más diversas áreas temáticas, integrados por 134 reconocidos especialistas.

Logros

Se publicaron 829 títulos: 529 impresos (168 novedades y 361 reimpresiones), y 300 electrónicos.

Se publicaron más de 1.7 millones de ejemplares, entre novedades y reimpresiones.

Se otorgaron al FCE dos premios al Arte Editorial 2015 por *Cuentos Populares*, de Fabio Morábito; y *Diarios 1945-1985*, de Salvador Elizondo; y el Premio Antonio García Cubas para *Antropología del Cerebro*, de Roger Bartra; y los *Bárbaros del norte*, de Luis Medina Peña.

Actividades relevantes

Estrategia 1.1 Establecer políticas para la selección imparcial de obras, fortaleciendo el proceso de evaluación y la función de los comités editoriales

Se recibieron 740 originales y propuestas, y se rechazaron 371; se realizaron 30 sesiones de predictamen y posdictamen; y se aprobaron 131 obras en sesiones del Comité Interno de Selección de Obras.

Se encargó la traducción de 35 obras y se recibieron 32 ya traducidas, por un total de 19,413 cuartillas. Se entregaron 87 obras para realizar los correspondientes trabajos de edición.

Se entregaron 452 órdenes de producción de reimpresiones (450 de tiro normal, dos de tiro corto), asimismo 28 órdenes de los títulos para ventas de Conaliteg (nuevas ediciones). Se recontrataron 250 obras (66 nacionales, 66 extranjeras y 118 electrónicas).

Estrategia 1.2 Fortalecer las colecciones de bibliografía universitaria

Se dio a conocer que el Premio Cervantes recayó en Fernando del Paso, autor cada vez más presente en el Fondo: apenas en abril se incorporó al catálogo *José Trigo*, la primera novela del autor de *Palinuro de México* y *Noticias del Imperio*.

Se destaca la publicación de las obras *Las transformaciones del sistema educativo en México, 2013-2018*, de Eduardo Backoff; *La evaluación docente en México* y *La evaluación docente en el mundo*, coordinados por Gilberto Guevara Niebla, como una contribución para el análisis en materia de educación y pedagogía.

Se dio a conocer la "activación" de fomento a la lectura propuesta por la agencia de publicidad Onlylf, mediante la cual se inventaron "perfiles" de personajes literarios en la red social de Tinder con la idea de interesar a los usuarios en la personalidad de esos seres de ficción.

Estrategia 1.3 Fortalecer las colecciones de libros para niñas, niños y jóvenes

La convocatoria al XIX Concurso de Álbum Ilustrado A la Orilla del Viento y al Premio Hispanoamericano de Poesía para Niños 2015 logró la participación de 329 poemarios y 658 proyectos de álbum ilustrado. Resultaron ganadoras las obras: El bosque en mí, de Adolfo Serra (España) y Ema y el silencio, de Laura Escudero (Argentina), respectivamente.

Se lanzó, en colaboración con la Secretaría de Relaciones Exteriores y en el marco de los 25 años de la colección A la Orilla del Viento, el Primer Concurso Internacional de Booktubers, dirigido a lectores de entre 9 y 15 años que graban en video sus reseñas.

Se resalta la colaboración con la Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM para continuar con la publicación de obras informativas dirigidas a la primera infancia; *¿En qué trabajan?*, de Ana María Sánchez, que es el primer libro en este nuevo ciclo de cooperación.

Estrategia 1.4 Fortalecer las colecciones de divulgación científica

Se dio a conocer en el marco de la FIL Guadalajara la convocatorias al XIV Concurso Leamos La Ciencia para Todos, cuyo premio es una visita a Ginebra, a la

Organización Europea para la Investigación Nuclear, quizás el principal centro de investigación científica de la actualidad.

Se promovió el III Premio Internacional de Divulgación de la Ciencia Ruy Pérez Tamayo.

Se iniciaron en febrero las actividades del Año Internacional de la Luz y las Tecnologías Basadas en la Luz con la presentación de cinco obras de La Ciencia para Todos en la Feria Internacional de la Lectura en Tonantzintla, Puebla. En agosto se promovió la colección y el concurso en el Festival Experimental de la Luz de Universum (UNAM).

Estrategia 1.5 Desarrollar nuevos productos educativos

Estrategia 1.6 Publicar simultáneamente en formato impreso y electrónico las novedades que cuenten con derechos, y avanzar en la digitalización del catálogo histórico del FCE

Se cuenta con 1300 títulos en la plataforma digital (en 2012 tenía 400), lo que coloca al FCE como la editorial latinoamericana con mayor propuesta en este soporte.

Se participó y se dieron a conocer los resultados de la Primera Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura, realizada entre jóvenes de entre 12 y 29 años de edad para dilucidar la incidencia de los medios digitales en la lectura.

Se vendieron casi dos millones de pesos de libros electrónicos en 2015, lo que significó un incremento de 76% respecto del año anterior.

Se publicó el primer catálogo de libros electrónicos del Fondo dividido por temáticas, para que los lectores encuentren más fácilmente los libros digitales.

Se realizó una estrategia para difundir la oferta de libros electrónicos que inició en el marco del 81 Aniversario del FCE, continuó en el Festival Internacional Cervantino y en la FIL Guadalajara. Se repartieron tarjetas de descuento para motivar la compra en nuestra librería virtual, dando como resultado una aceleración de las descargas (más de 21 000 en 2015).

Se destacan los cinco títulos con mayor número de descargas: *El capital en el siglo XXI*, de Thomas Piketty con 3 622, seguido de *Los de abajo*, de Mariano Azuela; *El libro salvaje*, de Juan Villoro; *Amor líquido*, de Zygmunt Bauman; y *Balún Canán*, de Rosario Castellanos.

Estrategia 1.7 Estimular la venta de derechos de autor al extranjero para incrementar la presencia de los escritores, académicos y demás creadores nacionales e iberoamericanos

En 2015 el Fondo asistió a las ferias de Londres, Fráncfort, Sharja y Guadalajara. En la de Fráncfort, México fue seleccionado como uno de los mercados de mayor relevancia para los editores internacionales, e invitado a participar en la primera edición de *The Markets: Global Publishing Summit*, obteniendo la calificación "*The next big thing*" en el campo editorial.

Se concretó la venta de derechos de 39 obras (32 en México, seis en Argentina y una en España), como parte de la promoción de autores e ilustradores hispanoamericanos de nuestro catálogo, a través de la venta de derechos al extranjero.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2014	2015	Meta 2018
Porcentaje de oferta editorial en libros, materiales educativos y culturales puestos al alcance de la población	4.65 (2013)	4.72	4.18	5.93
Porcentaje de avance en la producción del Programa Editorial respecto de lo programado	100 (2013)	112	108	100

Factores que han incidido en los resultados

Se rebasaron las metas gracias a las ampliaciones presupuestales y a la política de estimular las coediciones para reducir costos.

Objetivo 2. Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas

Se logró rebasar la meta de ventas en el número de ejemplares debido principalmente, a las estrategias de distribución y promoción; al inventario óptimo en librerías; a la apertura de nuevas librerías; al incremento de la presencia de los autores en las principales ferias de libro del país, y a la capacitación del personal para darle una mejor atención a los clientes y promocionar de manera óptima el catálogo del Fondo en los distintos canales de distribución.

Se realizó en las librerías del Fondo una devolución de poco más de 300 000 ejemplares a los proveedores de Otros Fondos Editoriales, con motivo de la reducción del presupuesto durante los meses de mayo y junio. Esta situación se regularizó en el segundo semestre con la ampliación en el presupuesto para la compra de Otros Fondos Editoriales.

Se estableció una estrategia con más de 80 cadenas de librerías y distribuidores en todo el país para la venta en firme de libros de títulos del catálogo del Fondo de Cultura Económica clasificados en línea 3, que permite su comercialización con hasta un 70% de descuento.

Se consiguió un precio preferencial en algunas de las principales ferias en Territorio Nacional respecto del pago de los *stands*.

Logros

En cuanto a la actividad comercial de enero a diciembre de 2015, las ventas totales alcanzaron 2.3 millones de ejemplares y 214 millones de pesos, es decir 102 y 97% de las metas anuales programadas, respectivamente.

Las ventas de libros electrónicos aumentaron 76% en valores en relación con 2014, mientras que en descargas se incrementó en 49%.

Actividades relevantes

Estrategia 2.1 Incrementar la distribución y comercialización de obras publicadas por el FCE

Se participó en 281 ferias y exhibiciones que incluyeron ferias del libro en recintos ajenos al FCE en México. Destacan las ferias del Libro de Minería, Internacional de la Lectura en Yucatán, del Libro Universitario en Xalapa, Internacional del Libro del Estado de México, Universitaria del Libro de Pachuca, Libro Internacional del Zócalo e Internacional del Libro en Guadalajara.

Se logró la apertura de la cuenta con Amazon México con lo que el FCE se integró a una forma diferente de comercializar sus títulos bajo el esquema de venta en línea, se logró que las ventas fueran en firme sin derecho a devolución. Facturaron 311 531.60 pesos equivalentes a 3 535 ejemplares.

Se logró un acuerdo con el Despacho Everardo Flores para comercializar algunos títulos en puestos de periódicos y revistas de la Ciudad de México. El primer proyecto consistió en la distribución de siete tomos de la colección "Historias de México" a un precio accesible para la población de 35 pesos cada tomo, con una presentación especial para dicho mercado.

Estrategia 2.2 Renovar y ampliar la red de librerías del FCE

Se concluyó la primera etapa del Centro Cultural del FCE en Apatzingán con la apertura de una librería con más de 2 500 títulos a la venta y más de 7 600 ejemplares y una estación de lectura con alrededor de 600 títulos para todo el público, donde se realizan talleres, círculos de lectura y préstamo de libros.

Se inauguró, en colaboración con la Secretaría de Cultura del Distrito Federal, la Estación de Lectura y Librería para niños y jóvenes que cuenta con más de 600 títulos y 12 mil ejemplares exhibidos en 60 m^2 que se dividen en tres áreas: de lectura, de presentaciones y talleres, así como la librería.

Se estableció un programa de inventario mensual para libros de Fondo Editorial Propio y Otros Fondos Editoriales, con esto cada librería cuenta con el número de ejemplares óptimo para lograr sus metas de venta y evitar sobreinventarios que ocasionan cargas innecesarias de trabajo en la recepción, acomodo y devolución de las obras.

Estrategia 2.3 Propiciar que las librerías del FCE constituyan centros culturales, espacios de generación de ideas, de encuentro y de creación artística

Durante el año 2015 se llevaron a cabo 110 promociones en la red de librerías de las cuales: ocho fueron ferias en librerías, seis aniversarios, cuatro promociones por aperturas de librerías, 11 celebraciones, 42 promociones especiales, 18 por efemérides, 20 homenajes y una de recomendación.

Se creó un nuevo modelo de gestión para una cultura de paz y se llevaron a cabo actividades específicas, como Escritores en Apatzingán dirigido a jóvenes de bachillerato; El juego, el arte y la lectura con los bebés, los niños pequeños y sus familias para mediadores del

municipio y un taller para internos del Centro de Readaptación Social de Apatzingán.

Se efectuaron 740 actividades con una asistencia de 28,099 personas, gracias a la apertura de espacios alternativos para facilitar el acercamiento a la lectura y escritura de niños, jóvenes y adultos interesados en la formación lectora.

Estrategia 2.4 Ampliar y fortalecer la oferta editorial de calidad en las librerías del FCE

Se implementaron las siguientes actividades con editoriales nacionales independientes y sellos editoriales extranjeros: Feria del Libro Importado, Títulos de importación… desde Argentina, VI Feria del Libro Independiente, 10 años de Almadía, Libros importados de Argentina, España, Francia y Reino Unido, y la Feria del Libro de Arte, Diseño, Fotografía, Cocina y más, entre otras.

Se implementó el Sistema Integral de Compras de Otros Fondos Editoriales, que tuvo como objetivo la integración simplificada y automática de los documentos de compra de obras a proveedores. En mayo se presentó a los encargados y bodegueros de las librerías propias, así como a 180 personas representantes de los 70 principales proveedores editoriales. Actualmente su ejecución es adecuada.

Estrategia 2.5 Fortalecer la librería virtual del FCE y el acceso a sus publicaciones electrónicas

Se formalizó el contrato de venta de libros electrónicos con BIBLIOTECHNIA para la distribución de libros en las bibliotecas universitarias a nivel nacional y en Latinoamérica.

Estrategia 2.6 Incrementar la presencia comercial del FCE en el mercado académico

En el mes de septiembre se publicó, a través de medios impresos y digitales, el catálogo que registra los primeros 1 064 libros electrónicos que, a esa fecha, había publicado el FCE. Fue dividido en cuatro grandes bloques temáticos: ciencia y tecnología, ciencias sociales, literatura y antologías, cada uno subdividido a su vez por áreas.

Permanece la estrategia de promoción con universidades públicas, como la UNAM, la UAM. La finalidad es proponer a las áreas de Extensión Académica, la realización de Muestras Bibliográficas conforme a su perfil, acercando novedades y reimpresiones del catálogo del FCE para sus programas académicos.

En el mes de mayo, se logró la apertura de la cuenta con Amazon México con lo que el FCE se integra a una forma diferente de comercializar sus títulos bajo el esquema de venta en línea. Bajo este esquema se lograron vender 3,535 ejemplares.

Participación en ferias, presentaciones de libros y eventos académicos, logrando tener presencia en recintos universitarios.

Estrategia 2.7 Dar a conocer al público las obras que produce el FCE, informar acerca de sus autoras y autores y sobre las actividades culturales que lleva a cabo

Se tuvo en la FIL Guadalajara uno de los momentos culminantes del año dual México-Reino Unido con el diálogo que sostuvieron David Brading y Alan Knight en torno a sus respectivos enfoques sobre la historia de México.

Se publicaron, también como parte del año dual México–Reino Unido, Alicia en el país de las maravillas, de Lewis Carroll e ilustrado por Rébecca Dautremer, y El gato asesino se enamora, de Anne Fine, quien lo presentó en Guadalajara. Además, se realizaron actividades con el escritor británico Kevin Brooks y de narración oral con obras de autores ingleses.

En cuanto a nuestra presencia en medios masivos se tuvieron más de 7 000 impactos en México. Asimismo, durante 2015 se llevaron a cabo 1 818 actividades culturales y de promoción, casi 5 por día.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2014	2015	Meta 2018
Porcentaje de ejemplares vendidos respecto de lo programado	100 (2013)	94	102	100
Porcentaje de ejemplares vendidos valores respecto de lo programado	100 (2013)	101	97	100
Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas respecto de lo programado[1]	100 (2013)	250	100	100

Nota:
[1]Este indicador corresponde con la apertura y remodelación de librerías en México.

Objetivo 3. Afianzar y acrecentar la presencia del FCE en las diferentes regiones de influencia de las filiales en Iberoamérica

Se consolidó la presencia cultural de México en el extranjero mediante la difusión de lo mejor del pensamiento en lengua española. Las filiales del FCE con programa editorial (Argentina, Chile, Colombia, España, Guatemala y Perú) editaron 144 títulos, equivalentes a 434,000 ejemplares.

Participaron en 164 ferias internacionales y regionales, realizaron 1 281 actividades culturales destinadas a la promoción del catálogo del FCE y sus autores. El 32% correspondió a eventos culturales, el 21% a talleres de animación y el 20% a conferencias y charlas.

Por otra parte, tuvieron en conjunto más de 3,600 impactos en medios que, cabe resaltar, hubiera sido imposible costear como campaña publicitaria.

Logros

Las ventas de las filiales en los países en donde se encuentran alcanzaron más de un millón de ejemplares y 8.9 millones de dólares[1].

[1]p/: Cifras preliminares.

Actividades relevantes

Estrategia 3.1 Lograr que, en el ámbito internacional, las filiales del Fondo constituyan un factor decisivo en el intercambio cultural y económico entre México y los países de Iberoamérica

La filial del Fondo en Quito, Ecuador, inició operaciones en julio de 2015, con sala de exposiciones, cafetería, ludoteca, auditorio, y una librería con más de 10 mil títulos. Esta filial, conforma la décima representación del FCE en América y Europa.

Se dio el banderazo de salida en San Diego a un *Booktruck* que recorre el estado de California con 500 títulos. Se plantea sumar más unidades para conectar con los millones de hispanohablantes que radican en Estados Unidos.

Se reinauguraron la Librería y Centro Cultural Luis Cardoza y Aragón en Guatemala y la librería Juan Rulfo en Madrid.

Se colocó la piedra fundacional del Centro Cultural Arnaldo Orfila Reynal en Buenos Aires, Argentina, cuya apertura está programada para el segundo semestre del 2016.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2014	2015	Meta 2018
Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas respecto de lo programado[1]	NA (2013)	NA	100	100

Nota:
[1]Este indicador corresponde con la actividad internacional. El valor que se reporta en 2015 se refiere a la apertura de la Filial en Ecuador, Quito.
- NA: No aplica, derivado de que no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES

Objetivo 1.		Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura			
Nombre del indicador		1.1 Porcentaje de oferta editorial en libros, materiales educativos y culturales puestos al alcance de la población			
Fuente de información o medio de verificación		Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno. Interna. Informe de movimiento de inventarios del Sistema de Administración de Librerías y del ERP del FCE. El promedio de población mayor a 2 años está basada en la cifra que se emite en las proyecciones de población de CONAPO.			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249 http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones			
Línea base 2013	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
4.65%	NA	NA	4.72%	4.18%	5.93%
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Total de ejemplares distribuidos en el año N / Población objetivo para el año N) X 100 1. Ejemplares distribuidos es la suma de los ejemplares de fondo editorial propio y otros fondos editoriales distribuidos en librerías propias, y de los ejemplares de fondo editorial propio distribuidos en librerías de terceros 2. Promedio de población mayor a 2 años			Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Total de ejemplares distribuidos en el año N			4 494 655		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Población objetivo para el año N			107 550 697		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

Objetivo 1.		Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura			
Nombre del indicador		1a. Porcentaje de avance en la producción del Programa Editorial respecto de lo programado			
Fuente de información o medio de verificación		Interno: Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249			
Línea base 2013	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
100% (1 500 000)	NA	NA	112% (1 953 582)	108% (1 733 985)	100% (1 738 911)
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Ejemplares del fondo editorial propio producidos durante el trimestre / ejemplares del fondo editorial propio programados en el año N) x 100 1. Ejemplares del fondo editorial propio (FEP) producidos: los que se reciben de la imprenta; 2. Ejemplares del fondo editorial propio programados: los que se determinan en el Programa Editorial			Porcentaje		Trimestral
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Ejemplares del fondo editorial propio producidos durante el trimestre			1 733 985		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Ejemplares del fondo editorial propio programados en el año N			1 600 000		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

Objetivo 2.		Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas			
Nombre del indicador		2.1 Porcentaje de ejemplares vendidos respecto de lo programado			
Fuente de información o medio de verificación		Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249			
Línea base 2013	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
100% (2 507 197)	NA	NA	94% (2 403 923)	102% (2 351 924)	100% (2 832 947)
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Ejemplares vendidos por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre / ejemplares programados a vender en el año N)x100 1. Ejemplares vendidos es la suma de los ejemplares vendidos en el trimestre 2. Ejemplares programados a vender en el año N			Porcentaje		Trimestral
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Ejemplares vendidos por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre			2 351 924		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Ejemplares programados a vender en el año N			2 302 354		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

Objetivo 2.		Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas			
Nombre del indicador		2.2 Porcentaje de ejemplares vendidos valores respecto de lo programado			
Fuente de información o medio de verificación		Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249			
Línea base 2013	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
100% (215 691 625)	NA	NA	101% (220 045 552)	97% (214 376 830)	100% (275 283 244)
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Venta en valores por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre / Venta en valores programada en el año N)x100 1. Venta en valores es la suma de los valores de los ejemplares vendidos en el trimestre 2. Venta en valores programada en el año N			Porcentaje		Trimestral
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Venta en valores por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre			214 376 830		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Venta en valores programada en el año N			221 409 885		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

Objetivo 2.		Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas			
Nombre del indicador		3. Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas respecto de lo programado			
Fuente de información o medio de verificación		Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249			
Línea base 2013	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
100% (2)	NA	NA	100% (2)	100% (2)	100% (2)
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N / Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N) X 100 1. Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N. 2. Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N.			Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N			2		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N			2		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

Objetivo 3.		Afianzar y acrecentar la presencia del FCE en las diferentes regiones de influencia de las filiales en Iberoamérica			
Nombre del indicador		3. Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas respecto de lo programado			
Fuente de información o medio de verificación		Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249			
Línea base -	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
NA	NA	NA	NA	100% (1)	100%
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
(Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N / Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N) X 100 1. Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N. 2. Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N.			Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N			1		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N			1		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

GLOSARIO

App: Programa informático creado principalmente para funcionar en dispositivos electrónicos portátiles con una función específica.

Clientes de mayoreo: Son personas físicas o morales que compran, venden y exhiben libros del FCE en sus propios espacios (librerías, tiendas departamentales, etc.) u otros (ferias de libros, etc.), con lo que se amplía la distribución de las obras del FCE en mercados distintos a su red de librerías.

Coedición: Publicación de un libro conjuntamente con una o más instituciones o editoriales; las tareas o el financiamiento de la obra se reparte entre todas las instituciones coeditoras.

Colecciones tradicionales: Colecciones más antiguas y destacadas del FCE, como Breviarios, Popular, Tierra Firme, Lecturas Mexicanas, etcétera.

Comité de selección de obras: grupo de funcionarios del FCE de diferentes áreas para decidir sobre la conveniencia de la publicación de un libro, su tiraje y su precio.

Comités editoriales: Grupo de personalidades expertas en ciertos temas, convocados para consulta por la editorial para que propongan nuevos autores o autoras, libros o temas, vinculados con una área específica.

Digitalización del catálogo: Captura de textos o imágenes de los libros del catálogo histórico del FCE en formato digital para su archivo o comercialización como libro electrónico.

Editores independientes: Empresas que no pertenecen a ningún grupo editorial nacional o internacional.

ePub (*electronic publication*): Es el formato más utilizado para crear libros electrónicos por sus características, que permiten que el texto se ajuste al tamaño de la pantalla.

Filiales: Representaciones del FCE en el extranjero. Pueden ser solamente distribuidores de libros mexicanos, o pueden tener, además de un programa editorial propio, una librería.

La Ciencia para Todos: Colección de divulgación científica publicada por el FCE, dirigida principalmente a estudiantes de secundaria y preparatoria, pero también a público interesado en temas científicos.

Novedad: Publicación de un libro por primera vez en español.

Nueva edición: Republicación de un libro, pero con modificaciones; éstas pueden ser inherentes a la obra misma (adición o cambio de textos), de formato o de diseño.

Oferta editorial: Libros que ofrece la editorial y que circulan en el mercado.

Reimpresión: Nueva impresión y tiraje de un libro ya publicado, sin cambio o añadido alguno.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

Conapo	Consejo Nacional de Población.
ePub	*Electronic publication.*
Conaliteg	Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito.
FCE	Fondo de Cultura Económica.
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
FEP	Fondo editorial propio.
OFE	Otros fondos editoriales.
PND	Plan Nacional de Desarrollo.
PSE	Programa Sectorial de Educación.
PI	Programa Institucional.

SEP
SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

FONDO
DE CULTURA
ECONÓMICA