Plan Nacional de Desarrollo

2013-2018

Gobierno de la República

Programa Institucional del Fondo de Cultura Económica 2014-2018

Logros 2016

Institucional

ÍNDICE

MARCO NORMATIVO 2

RESUMEN EJECUTIVO 3

AVANCES Y LOGROS 4

Objetivo 1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura 4

Estrategia 1.1 Establecer políticas para la selección imparcial de obras, fortaleciendo el proceso de evaluación y la función de los comités editoriales 4

Estrategia 1.2 Fortalecer las colecciones de bibliografía universitaria 4

Estrategia 1.3 Fortalecer las colecciones de libros para niñas, niños y jóvenes 4

Estrategia 1.4 Fortalecer las colecciones de divulgación científica 5

Estrategia 1.5 Desarrollar nuevos productos educativos 5

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 5

Estrategia 1.7 Estimular la venta de derechos de autor al extranjero para incrementar la presencia de escritores, académicos y demás creadores nacionales e iberoamericanos 5

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 7

Estrategia 2.1 Incrementar la distribución y comercialización de obras publicadas por el FCE 7

Estrategia 2.2 Renovar y ampliar la red de librerías del FCE 7

Estrategia 2.3 Propiciar que las librerías del FCE constituyan centros culturales, espacios de generación de ideas, de encuentro y de creación artística 7

Estrategia 2.4 Ampliar y fortalecer la oferta editorial de calidad en las librerías del FCE 7

Estrategia 2.5 Fortalecer la librería virtual del FCE y el acceso a sus publicaciones electrónicas 7

Estrategia 2.6 Incrementar la presencia comercial del FCE en el mercado académico 8

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 8

Objetivo 3. Afianzar y acrecentar la presencia del FCE en las diferentes regiones de influencia de las filiales en Iberoamérica 10

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 10

ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES 12

GLOSARIO 18

SIGLAS Y ABREVIATURAS 19

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 presentan las actividades más sobresalientes que muestran la labor y el desempeño del Fondo de Cultura Económica (FCE) por seguir manteniendo presencia cultural en México y en los países donde se encuentran sus filiales.

El compromiso del FCE sigue siendo contribuir a integrar una agenda pública, cultural y científica iberoamericana que se ve reforzado con una serie de publicaciones relacionadas con la educación, orientadas a enriquecer la discusión sobre la reforma educativa emprendida por el Gobierno Federal.

La labor editorial es de gran importancia para lograr mantener la calidad del catálogo del FCE, a través de una cuidadosa selección de títulos, racionalizando el uso de los recursos para hacer frente a las restricciones presupuestales que nos aquejan hoy en día, redoblando esfuerzos para lograr las metas propuestas al inicio del año.

A esta tarea editorial se suma la labor que realizan las diez filiales que operan en diferentes países: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, España, Estados Unidos, Guatemala, Perú y Venezuela, con la participación en ferias y en actividades culturales, que este año se incrementaron 62 por ciento.

Otro evento de gran importancia y digno de destacar es la conmemoración del 30 aniversario de la colección Leamos la Ciencia para Todos, que logró reunir a autores, escritores, científicos e investigadores que abordaron el tema del papel tan importante que ha jugado esta colección en la divulgación científica y su importancia para el desarrollo educativo de un país. Asimismo, el festejo de los 25 años de la colección A la Orilla del Viento.

En materia de comercialización se incrementó la participación del FCE en ferias nacionales e internacionales, promoviendo y exhibiendo los libros del catálogo de la editorial. Se dieron de alta 110 nuevos clientes a nivel nacional entre librerías, universidades y escuelas, y ocho nuevos contratos de consignación para clientes a nivel nacional, que diversificarán nuestra exhibición y venta en nuevos espacios.

Otra labor ha sido restituir el tejido social a través de la cultura escrita y lectora para una cultura de paz en zonas afectadas por la violencia, por lo que se continúa trabajando para fortalecer y diversificar el programa de actividades del centro cultural en Apatzingán.

Se logró la apertura de dos nuevas librerías en territorio nacional y la inauguración del centro cultural y librería en Argentina.

Otra actividad no menos importante ha sido la de ampliar la oferta editorial de la librería virtual con publicaciones electrónicas y la la continuidad de inserciones en canales de venta, con lo cual este año se logró un aumento de 10% con respecto a 2015.

Las estrategias llevadas a cabo en el transcurso del año se ven reflejadas en el aumento de 5% de ventas en valores, respecto de lo programado. Por su parte, la producción editorial aumentó 11% en comparación con el año anterior.

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

El compromiso del FCE de contribuir a integrar una agenda pública, cultural y científica iberoamericana con un amplio sentido social se ve reforzado con una serie de publicaciones relacionadas con la educación, que se está preparando y que están orientadas a enriquecer la discusión sobre la reforma educativa emprendida por el Gobierno Federal. Entre ellas, se encuentra la revista cuatrimestral *Reformas y Políticas Educativas*. En este periodo se instaló el consejo editorial de la revista, conformado por 19 especialistas de México y el resto del mundo. Al éxito editorial del año 2014, con la publicación en español de *El capital en el siglo XXI*, de Thomas Piketty, se agregó en 2015 *El gran escape. Salud, riqueza y los orígenes de la desigualdad*, de Angus Deaton, a quien le fue otorgado el Premio Nobel de Economía. En 2016 se realizó la entrega del Premio Cervantes a Fernando del Paso, autor cada vez más presente en el Fondo: a través de sus obras *José Trigo*, *Palinuro de México* y *Noticias del Imperio*, entre otras.

Logros

Se publicaron 631 títulos, de los cuales 169 corresponden a novedades y 462 a reimpresiones, y 307 electrónicos.

Se imprimieron más de 1.9 millones de ejemplares, entre novedades y reimpresiones.

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) otorgó al FCE uno de los 14 Premios al Arte Editorial 2016 con el título *La madre y la muerte - La partida*, de Alberto Laiseca y Alberto Chimal, en la categoría "Ficción: Álbumes Ilustrados".

El FCE fue distinguido con el Premio ReadRussia 2016: Selma Ancira y el FCE lo recibieron el 10 de septiembre en la categoría de la mejor traducción de autores rusos del siglo XX, por *Paisaje caprichoso de la literatura rusa*.

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 579 originales y propuestas, y se rechazaron 360. Se realizaron 69 sesiones de predictamen y posdictamen. Se aprobaron 80 obras en sesiones del Comité Interno de Selección de Obras.

Se encargó la traducción de 45 obras y se recibieron 39 ya traducidas. Se entregaron a Producción 102 obras para realizar los correspondientes trabajos de edición. Se entregaron 473 órdenes de producción de reimpresiones.

Se recontrataron 175 obras (113 nacionales y 62 extranjeras) y 159 electrónicas. Se entregaron 231 órdenes de producción de libros electrónicos.

Estrategia 1.2 Fortalecer las colecciones de bibliografía universitaria

Se publicó el libro de Duhau y Giglia, cuya presentación se programó en el marco de la FIL de Minería.

Se sostuvieron reuniones con las instituciones académicas coeditoras para fomentar la promoción del catálogo entre su comunidad.

Se elaboró un manual de coediciones que se presentó a nuestros principales aliados coeditores para afinar términos y mejorar condiciones de colaboración.

Se continuó con la publicación de autores y obras clásicas con títulos como *Establecidos y marginados, Una investigación sociológica sobre problemas comunitarios*, de Norbert Elias y John L. Scotson; *Mito y epopeya, I. La ideología de las tres funciones en las epopeyas de los pueblos indoeuropeos*, de Georges Dumézil, entre otros.

Se realizó el anuncio de que el biólogo Héctor T. Arita fue el ganador del III Premio Internacional de Divulgación de la Ciencia Ruy Perez Tamayo.

En noviembre se presentó el libro de la obra ganadora *Crónicas de la extinción. La vida y la muerte de las especies animales*.

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

Se lanzaron las convocatorias al XX Concurso de Álbum Ilustrado A la Orilla del Viento y al Premio Hispanoamericano de Poesía para Niños 2016 en colaboración con la Fundación para las Letras Mexicanas, cuyo registro de obras finalizó con una participación de 255 poemarios y 426 proyectos de álbum ilustrado.

Se publicaron *Al final de la fila*, de Marcelo Pimentel; *Animales al natural 5. Pequeños al natural*, de Masae Takaoka, en la colección Los Especiales de Ciencia; y *¿En dónde viven?*, de Sergio de Régules, en la colección Ojitos Pajaritos; todos ellos dirigidos a lectores de primera infancia.

La celebración de los 25 años de la colección de literatura infantil A la Orilla del Viento culminó exitosamente con más de mil actividades, entre presentaciones editoriales,

talleres y exposiciones en nuestras librerías, así como en escuelas públicas, museos y ferias del libro y con la participación de autores nacionales y extranjeros en la FILIJ y la FIL.

Destaca la entusiasta participación de los niños en el Concurso Internacional de *Booktubers*, cuya ceremonia de premiación se llevó a cabo con la presencia del Secretario de Educación, quien inauguró en la librería Rosario Castellanos la exposición "Por cielo, mar y tierra", la cual reunió a los más connotados ilustradores mexicanos.

Se impartieron tres módulos de capacitación del Modelo de Gestión para una Cultura de Paz a colaboradores del Centro Cultural en Apatzingán. El primero denominado "Modelo para una cultura de Paz"; el segundo "Cultura propia, memoria e identidad comunitaria. La literatura como construcción de uno mismo"; y el tercero "Mediación lectora. Creatividad, expresión artística interdisciplinaria y capacidad lúdica".

También se resaltan las alianzas institucionales para publicar obras en coedición.

Estrategia 1.4 Fortalecer las colecciones de divulgación científica

El 30 de septiembre se llevó a cabo una conferencia de prensa que marca el inicio de las celebraciones por los 30 años de la colección La Ciencia para Todos, celebraciones que irán de septiembre de este año a septiembre de 2017, con la publicación del título número 250 de esta colección.

En el XIV Concurso Leamos La Ciencia para Todos, se recibieron 9853 trabajos, en tres categorías: de 12 a 18 años, de 19 a 25 años, y profesores de cualquier nivel en activo. Se llevó a cabo la ceremonia de premiación el 23 de noviembre en las instalaciones de la Secretaría de Educación Pública.

En el III Premio Internacional de Divulgación de la Ciencia Ruy Pérez Tamayo se recibieron 50 manuscritos. El 29 de agosto se reunieron los miembros del jurado en las instalaciones del FCE, donde resolvieron por unanimidad declarar como ganadora la obra *Crónicas de la extinción. La vida y la muerte de las especies animales*, presentada con el pseudónimo Charlie Wallace.

Estrategia 1.5 Desarrollar nuevos productos educativos

Como estrategia de promoción de la nueva serie topías, en noviembre, durante la FIL de Guadalajara, se lanzó la convocatoria del Concurso Microtopías, dirigido a todo usuario de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y Google+, que consiste en escribir minificciones utópicas o distópicas en 140 caracteres.

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 publicaron 307 títulos electrónicos, así como La Gaceta (formatos: Folio, PDF y Flash), *El Trimestre Económico, Boletín de Novedades y Reimpresiones, Boletín Interno DEFONDO, Catálogos de Libros Electrónicos, Children's Books Foreign Rights*, de *Obras La Ciencia para Todos,* de *Obras para Niños y Jóvenes, Highlights and New Releases*, de *Libros Electrónicos FIL-2016*, 30 libros electrónicos de La Ciencia FIL-2016.

En 2016 se vendieron un poco más de dos millones de pesos en libros electrónicos, lo que representa un incremento de 10% con respecto al año anterior.

En cuanto a los títulos con mayor número de descargas en formato electrónico, cabe destacar, *El capital en el siglo xxi*, de Thomas Piketty, con 555 descargas; le siguen: *Los de abajo* de Mariano Azuela, *Amor líquido* de Zygmunt Bauman, *El libro salvaje* de Juan Villoro y *Modernidad Liquida* de Zygmunt Bauman.

Se han incorporado al catálogo de libros electrónicos del Fondo más de 1,500 títulos.

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

Para promover la venta de derechos al extranjero, el Fondo estuvo presente en el Festival Internacional de Cine de Guadalajara, en la Feria Internacional del Libro de Fráncfort y en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara.

Se tramitaron 68 licencias de cesión de derechos (seis por obras enteras, 38 por fragmentos y 24 permisos).

Se concretó, en este año, la venta de derechos de 16 obras.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base 2013	2014	2015	2016	Meta 2018
Porcentaje de oferta editorial en libros, materiales educativos y culturales puestos al alcance de la población	4.65	4.72	4.18	4.58	5.93
Porcentaje de avance en la producción del Programa Editorial respecto de lo programado	100	112	108	111	100

Factores que han incidido en los resultados

Se rebasaron las metas gracias a las ventas y las peticiones comerciales, así como a las ampliaciones presupuestales.

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 superar la meta del 2015 en valores debido, principalmente, a la apertura de nuevas librerías, la participación en las principales ferias internacionales del libro dentro del territorio nacional y la difusión del catálogo del FCE por medio de representantes de ferias y expositores especializados.

Se llevaron a cabo reuniones de trabajo con gobiernos estatales y municipales, así como con instituciones académicas con la finalidad de concretar la firma de convenios para la apertura de librerías.

Logros

En cuanto a la actividad comercial de enero a diciembre de 2016, las ventas totales alcanzaron 227 millones de pesos, que representan un poco más de 2.3 millones de ejemplares. La meta programada se superó en 5% en valores y se alcanzó el 93% en ejemplares.

Las ventas de libros electrónicos aumentaron 10% en valores en relación con 2015, mientras que en descargas se incrementó en 36%.

Actividades relevantes

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

Durante 2016 se realizaron diferentes campañas de exhibición de libros del catálogo del FCE, tanto en las instalaciones del Fondo como en sucursales de librerías como Cafebrería El Péndulo, Gandhi y Sótano, entre otras.

Se logró dar de alta a 110 nuevos clientes a nivel nacional entre librerías, universidades y escuelas, y ocho nuevos contratos de consignación para clientes a nivel nacional que diversificarán nuestra exhibición y venta en nuevos espacios.

A través de la librería Gandhi se colocaron los siguientes títulos en las tiendas departamentales Palacio de Hierro y Wal-Mart: *El capital en el siglo xxi, El laberinto de la soledad, El día que los crayones regresaron a casa y La peor señora del mundo.*

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

El 8 de julio se inauguró la librería José Carlos Becerra en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, en convenio con el gobierno del estado. Cuenta con una superficie total de 228 metros cuadrados (169 de exhibición), donde están a la venta alrededor de 18,700 títulos y más de 30,000 ejemplares con diversas temáticas de 200 sellos editoriales.

En colaboración con Papalote Museo del Niño, el 2 de septiembre se abrió la segunda librería especializada en literatura infantil y juvenil, cuenta con espacio de 25 metros cuadrados y una oferta editorial de 500 títulos y 12,000 ejemplares de las 14 colecciones del catálogo infantil y juvenil del FCE. Tiene espacios de lectura, con 27 títulos dirigidos a especialistas.

Se realizó una redistribución y optimización de espacios para favorecer la exhibición y venta de libros en las librerías Alfonso Reyes y Fray Servando Teresa de Mier.

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

A lo largo del año, se realizaron 261 presentaciones de libros, alrededor de 1,799 actividades de promoción y difusión entre eventos culturales, animación a la lectura, conferencias y charlas, presentaciones de libros de otras editoriales e instituciones y actividades de otras editoriales.

De acuerdo con el programa anual, se realizaron 443 actividades orientadas al fomento a la lectura en bebés, niños y jóvenes en las librerías Rosario Castellanos, Octavio Paz, Daniel Cosío Villegas, Elena Poniatowska, Estación de lectura y José Luis Martínez.

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

Se implementaron las siguientes actividades con editoriales nacionales independientes y sellos editoriales extranjeros: la feria del libro de arte, feria del libro infantil y juvenil, la feria del libro independiente en Buenos Aires, la importación especial de títulos en francés e inglés, entre otras.

En la plataforma del Sistema Integral de Compras de Otros Fondos Editoriales (SICOFE) se optimizó la relación comercial con los proveedores. Actualmente reúne la documentación de más de 20,000 operaciones al año y cuenta con un registro de 99,500 obras.

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

En julio se firmó el contrato con Libranda para distribuir más de 14,000 títulos de 115 editoriales diferentes.

Se firmó la renovación del contrato de distribución con Librisite para atender bibliotecas virtuales de instituciones

públicas, cuenta con una cartera de 297 bibliotecas virtuales.

Se lograron avances de marketing y ventas con Bibliotechnia, e-Libro, Libranda, Vlex, entre otras.

En septiembre se renovó la página web con una imagen gráfica más dinámica y mejores motores de búsqueda para los usuarios. Además se estrenó su Librería Virtual, con una oferta editorial más amplia y mayores opciones de pago, cuenta con un catálogo de más de 80,000 títulos, tanto del FCE como de otras 3,000 editoriales, en formato impreso y electrónico.

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

Se distribuyeron a clientes, bibliotecas, universidades y centros de estudio el catálogo digital de obras para niños y jóvenes, el catálogo digital de libros electrónicos y, cuatrimestralmente, el boletín digital de novedades y reimpresiones de las publicaciones del Fondo.

El FCE participó en 452 eventos, de los cuales 244 fueron ferias del libro y más de 208 presentaciones que generaron un ingreso neto de más de 5 millones de pesos correspondientes a 76,000 ejemplares.

Las ferias más importantes a las que se asistió fueron la Feria del Libro de Minería, Feria Internacional de la Lectura de Yucatán, la 27 Feria Nacional del Libro de León, Feria Internacional de Libros Universitarios, Feria Internacional del libros de Arteaga, entre otras.

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 realiza

Se atendieron solicitudes específicas de información, de acuerdo con la propia agenda de los medios, y entrevistas con funcionarios y autores del FCE, a partir de la difusión de nuestras actividades y novedades editoriales.

Se realizaron campañas de difusión en medios a través de la entrega de cortesías de libros, boletines, programación de agendas de entrevistas, ruedas de prensa, atención a cada una de las solicitudes de información que hacen los medios ya sea atendiendo su propia agenda o la que va imponiendo el propio Fondo de Cultura Económica.

En cuanto a nuestra presencia en medios masivos se lograron 8,720 impactos.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base 2013	2014	2015	2016	Meta 2018
Porcentaje de ejemplares vendidos respecto de lo programado	100	94	102	93	100
Porcentaje de ejemplares vendidos valores respecto de lo programado	100	101	97	105	100
Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas respecto de lo programado[1]	100	250	100	100	100

Nota:
[1] El indicador corresponde a la apertura 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 continúa con promociones y actividades para mantener la presencia cultural de México en Iberoamérica, a través de la difusión y venta de las ediciones de libros en español y de autores del FCE, así como por medio de alianzas con las Embajadas y los Consulados de México en los países donde se encuentran nuestras filiales.

Entre las actividades culturales destacan las ferias de libro, los talleres de animación a la lectura, las presentaciones de libros y firmas, entre otras.

El conjunto de filiales reunió 3,234 impactos en diferentes medios, entre los que destacan, notas en internet y periódicos de importante circulación, con el 44% y el 39% respectivamente.

Logros

Al cierre del 2016, las filiales del FCE en el extranjero han realizado 1,455 actividades culturales, 14% más que el año anterior, destinadas a la promoción del catálogo de nuestra casa editorial y sus autores. De estas actividades el 29% correspondió a eventos culturales, el 21% a talleres de animación a la lectura, 18% a conferencias y charlas y 18% a las presentaciones de libros.

Las presentaciones de libros incrementaron 37% en relación al mismo periodo del año anterior.

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

Las ventas en las 10 filiales alcanzaron un ingreso de 8.6 millones de dólares que equivalen a un millón de ejemplares.

El 28 de octubre se inauguró el Centro Cultural y Librería Arnaldo Orfila Reynal, en Buenos Aires, Argentina.

En diferentes filiales se realizaron remodelaciones para ofrecer espacios más cómodos para la lectura.

Se realizó el 2° Concurso de ensayo para Jóvenes. Se recibieron 81 trabajos procedentes de nueve países de Iberoamérica. El ensayo ganador se publicó en *La Gaceta* y páginas web de la editorial.

En agosto del 2016 inició operaciones el segundo *Book Truck* (librería itinerante) en los Estados Unidos que dará atención a la zona de Los Ángeles.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base 2013	2014	2015	2016	Meta 2018
Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas respecto de lo programado[1]	NA (2013)	NA	100	100	100

Nota:
[1] Este indicador corresponde con la actividad internacional. El valor que se reporta en 2016 se refiere a la apertura de la Filial en Argentina.
NA: No aplica. No corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES

Objetivo 1.		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 para Órgano de Gobierno. Interna, Informes de movimiento de inventarios del Sistema de Administración de Librerías y del ERP. El promedio de población mayor a 2 años está basado en la cifra que se emite en las proyecciones de población del 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 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Valor observado del indicador en 2016	Meta 2018
4.65%	NA	4.72%	4.18%	4.58%	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 2016		
Total de ejemplares distribuidos en el año N			4,926,721		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2016		
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.		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, la Gerencia de Producción es el área responsable del tema del indicador			
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 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Valor observado del indicador en 2016	Meta 2018
100% (1,500,000)	NA	112% (1,953,582)	108% (1,733,985)	111% (1,938,326)	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 2016		
Ejemplares del fondo editorial propio producidos durante el trimestre			1,938,326		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2016		
Ejemplares del fondo editorial propio programados en el año N			1,750,000		

- 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.		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, la Gerencia de Comercialización es el área responsable del tema del indicador. Interna: Informes de ventas trimestrales del Sistema de Administración de Librerías y de facturación (ERP)			
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 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Valor observado del indicador en 2016	Meta 2018
100% (2,507,197)	NA	94% (2,403,923)	102.15% (2,351,924)	93.31% (2,398,970)	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) x 100 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 2016		
Ejemplares vendidos por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre			2,398,970		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2016		
Ejemplares programados a vender en el año			2,571,000		

-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.		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, la Gerencia de Comercialización es el área responsable del tema del indicador. Interna: Informes de ventas trimestrales del Sistema de Administración de Librerías y de facturación (ERP)			
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 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Valor observado del indicador en 2016	Meta 2018
100% (215,691,625)	NA	101% (220,045,552)	97% (214,376,830)	105% (227,054,834)	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) x 100. 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 2016		
Venta en valores por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre			227,054,834		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2016		
Venta en valores programada en el año N			215,448,714		

-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.		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		2.3. 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, la Gerencia de Comercialización es el área responsable del tema del indicador			
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 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Valor observado del indicador en 2016	Meta 2018
100% (2)	NA	100% (2)	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 para 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 para ser abiertas y/o renovadas en el año N			Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2016		
Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N			2		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2016		
Total de librerías programadas para 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.		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, la Coordinación General de Comercio Internacional es el área responsable del tema del indicador			
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 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Valor observado del indicador en 2016	Meta 2018
NA	NA	NA	100% (1)	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 para 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 para ser abiertas y/o renovadas en el año N			Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2016		
Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N			1		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2016		
Total de librerías programadas para 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