



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

COLEGIO DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

**LA INDUSTRIA EDITORIAL EN MÉXICO: UN ESTUDIO
DE CASO EN EL ESTADO DE TLAXCALA**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN BIBLIOTECOLOGÍA Y
ESTUDIOS DE LA INFORMACIÓN**

P R E S E N T A:

FERNANDO JORDY ANTONIO GUERRERO

**ASESOR:
DR. JESÚS FRANCISCO GARCÍA
PÉREZ**

CIUDAD DE MÉXICO, 2023





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria

A mi madre ya que estuvo siempre dándome ánimos y esperanzas por lo que es la vida. A mi hermano que estuvo motivándome y apoyándome en mi instrucción académica como en las vivencias. A la familia Guerrero-Camacho y Antonio-Ortelas-Sánchez que siempre ha estado unida que me llenado de felicidad, a mi asesor Francisco García y a mi profesor de náhuatl Sergio Sevilla por tantos valores desde la perspectiva de los originarios como el hecho de orientarme a ya hablar náhuatl.

Agradecimientos

Le agradezco principalmente este trabajo a mi madre ya que ella me animo a seguir en todo momento, estuvo en muchas etapas de mi vida y gracias a Dios me dio la oportunidad de que estuviera conmigo en la universidad sin ningún percance, a mi hermano que tuvo fe siempre y que me ayudo en muchos aspectos en los que me desarrollara para seguir creciendo en prácticamente en todo, a mi padre por acompañarme en cada momento y haciéndome ver la importancia por el trabajo, a mi abuelita Concepción como a mi abuelito José, a cada integrante familia Guerrero-Camacho como Sánchez-Antonio que siempre estuvieron apoyándome en cada etapa de mi vida hasta nuestros días, de igual manera a mi primo Eliseo Guerrero Sánchez quien desde mi niñez fue una de las personas que me estuvo contribuyéndome conocimiento y a tomar muchas de las decisiones que he tomado, a mi asesor que me estuvo aconsejando ideas y estuvo en la mejor disposición para mejorar mi trabajo, a mis padrinos que siempre me alentaron a crecer como persona y que Dios siempre estará a mi lado, la familia Hernández, a mi mejor amigo David Alejandro Hernández que siempre ha estado para apoyarme, a mi mejor amiga Nadia Rodríguez la cual siempre me acompañó desde que nos conocimos hasta la actualidad, a Brenda Hernández que siempre se comunicó conmigo a pesar de que casi no nos viéramos, a Axel Laguna que estuvo conmigo desde la prepa hasta la actualidad, a Hermes Karim, Ana, Maggie, Bryan y Carlos Luna por inspirarse que los sueños se siguen a pesar de lo difícil que sean, a Ajax Rodríguez que me acompañó en cada uno de mis pasos universitarios, a Elena González que cedió su amistad y que me demostró que las grandes personas perdonan, Carlos Alberto, Víctor Palomares, Ximena, Rodrigo, Estefany, Iván, Blanca por la motivación y su gran amistad desde el primer día que nos conocimos, a Lizet y Liliana por formar parte de mis mejores amigos hasta la actualidad, a Ana Galicia, Itzel Marfil, Itzel Patiño, Zac y a Rodrigo que muchas veces que uno se distancie la amistad va a proseguir, a Francisca desde Chile que me brindo su apoyo siempre, a Emilie Loisel que siempre estuvo brindándome su amistad desde Francia y me apoyo tanto en inglés como a en el francés, a Anatoli que me brinda su amistad desde Rusia, a Nicomedes y a la

población náhuatl que me cobijó en El Salvador, de igual forma a mi gran amigo Estiben Mosquera que estuvo en los últimos semestres apoyándome en la parte de ideas y de trabajos, a mi profesor de náhuatl Sergio Sevilla, a mis profesores en el Museo del Chopo Fernando y Jorge y por último pero no menos importante a mis amigos Paulina, Elizabeth, Guadalupe, Aricel, Valeria, Héctor, Hilary, Antonio, Karen, Julian, Hilary, Benjamín y Raisa de la ENALLT que me acompañaron en mi crecimiento del idioma francés.

A cada uno de mis profesores de la licenciatura como los de las optativas de archivo ya que fueron complementando a quien soy ahora como de igual manera a los profesores que tuve en comprensión lectora en estos pasos de mi vida y en mi vida nunca olvidaré el desarrollo académico que obtuve en cada una de las clases, en especial a Irubí Álvarez, Oscar García, Abraham Hernández, José Luis Gutiérrez, Roberto González, Casa Tirao, Selene Violeta, Juan José Calva, Brenda Cabral, Erika Adán, Félix Acosta, Absalón Guzmán, José Medellín, Elisa Cruz, Roberto de Jesús, Gerardo Zavala, Hussein Priego, Ingrid Ramírez, Magdalena Palencia, María Paredes, Adriana Haro, Sergio Sevilla, Feliciano, Diana Vázquez, Concepción Medina, Mihaela Mihailescu y a Nicole Trocherie.

A mis sinodales que son: Dr. Daniel de Lira Luna, Mtro. Absalón Guzmán Morales, Dr. Gerardo Zavala Sánchez y al Dr. Luis Eduardo Colmenares Gómez que estuvieron revisando mi tesina y que me orientaron a que fuera mejorando hasta nuestros días.

A mis lectores esperando que les sea de gran utilidad el material escrito, para la Universidad Nacional Autónoma de México, como para persona que requiera el material por estudiar el tema o que quiera abrir una industria editorial y, por último, pero no menos importante de igual manera para el pueblo.

Nimitstlasohkamachilia miak (Les agradezco mucho en lengua náhuatl)

Ndunthi Jamädi (Muchas gracias en otomí)

Xcleinli (Gracias en zapoteco)

Kuta'vi xeen sa (Muchas gracias en mixteco)

Wokol a wal (Gracias en tseltal)

Resumen

En esta tesina se hace una sugerencia para la instalación una industria editorial en el Estado de Tlaxcala, en el cual se verá desde un principio un poco de la historia de la industria editorial, lo que conforma este tipo de industria, lo que en el segundo capítulo se verán los diferentes sectores que tiene el estado que es el sector educativo, turístico, económico y político, las bibliotecas que conforma en ese sector geográfico, de igual manera algunos antecedentes que hubo en el estado y en el tercer capítulo se hacen algunos elementos para considerar abrir la industria.

Palabras Clave; Industria editorial; Tlaxcala; Historia de la Industria editorial; Ferias del libro; Industria editorial pública; Industria editorial privada.

Tabla de contenido

Contenido

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO I. LA INDUSTRIA EDITORIAL.....	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 DEFINICIÓN.....	4
1.3 RECURSOS FUNDAMENTALES PARA EL DESARROLLO DE UNA INDUSTRIA EDITORIAL	10
1.3.1 LOS MATERIALES QUE SE REQUIEREN EN UNA INDUSTRIA EDITORIAL	12
1.4 SERVICIOS.....	14
1.4.1 <i>Libro impreso, libro electrónico y audiolibro</i>	14
1.4.2 <i>Distribuidor</i>	21
1.4.3 <i>Ferias del Libro</i>	27
1.5 EDITORIALES ALREDEDOR DEL PAÍS	31
CAPÍTULO II. ESTADO DE TLAXCALA	41
2.1 EXTENSIÓN GEOGRÁFICA.....	41
2.2 SECTORES	48
2.2.1 <i>Sector Educativo</i>	48
2.2.2 <i>Sectores turísticos</i>	52
2.2.3 <i>Sector Económico</i>	57
2.2.4 <i>Sector Político</i>	62
2.4 BIBLIOTECAS	63
2.5 ANTECEDENTES.....	64
CAPÍTULO III. INDUSTRIA EDITORIAL EN TLAXCALA.....	71
3.1 IMPORTANCIA PARA ESTABLECER UNA INDUSTRIA EDITORIAL EN TLAXCALA	71
3.2 METODOLOGÍA	77
3.3 ELEMENTOS PARA CONSIDERAR	91
CONCLUSIONES.....	99
REFERENCIAS	103

Índice de figuras

Figura 1. Organigrama propuesto de una empresa editorial.....	11
Figura 2. Etapas de la industria editorial.....	13
Figura 3. Modelo de las partes internas del libro.....	17
Figura 4. Modelo de las partes externas del libro.....	17
Figura 5. Catálogo de libros.....	26
Figura 6. Cifras.....	30
Figura 7. Número de ferias del libro.....	31
Figura 8. Cifras.....	32
Figura 9. Editoriales en la República Mexicana.....	33
Figura 10. Representación del estado con respecto a la superficie de lo que es el país.....	41
Figura 11. Datos básicos del lugar.....	42
Figura 12. Datos básicos del lugar.....	43
Figura 13. Grupo de habla los naturales.....	44
Figura 14. Religión principal del estado (Catedral y Plaza de la Constitución).....	45
Figura 15. Número de habitantes.....	45
Figura 16. Crecimiento demográfico entre 1900 hasta 2015.....	46
Figura 17. Habitantes por edad y sexo.....	47
Figura 18. Longevidad en Estado de Tlaxcala.....	48
Figura 19. Educación.....	49
Figura 20. Universidad Autónoma de Tlaxcala.....	50
Figura 21. Universidad Politécnica de Tlaxcala.....	51
Figura 22. Guías de iconos de la Figura 23.....	52
Figura 23. Directorio Industrial del Estado de Tlaxcala.....	56
Figura 24. Actividades económicas.....	58
Figura 25. Principales actividades.....	59
Figura 26. Lista que cubre las industrias en la región del Estado de Tlaxcala.....	60
Figura 27. Sector político actualmente en Estado de Tlaxcala.....	63
Figura 28. Organización y factores a considerar.....	79
Figura 29. Estructuras bases para la estrategia antes de comenzar.....	80
Figura 30. Clasificador de las estrategias y Enfoque integrador.....	84
Figura 31. Cimientos para la construcción de la empresa.....	85
Figura 32. Recursos necesarios.....	88
Figura 33. La clasificación de capacidades.....	89
Figura 34. Organigrama de la Empresa Editorial S. A.....	92
Figura 35. Procesos de construcción.....	95
Figura 36. Diseño que los procesos que deben tenerse en cuenta para ir organizando un negocio.....	96

Introducción

Durante más de dos milenios, los libros han otorgado a la humanidad la capacidad de preservar información. En sus inicios, mediante tablillas de arcilla y pergaminos; posteriormente, con la utilización del papel; y en las décadas recientes, a través del libro electrónico. México destaca por su sólida infraestructura editorial. No obstante, esta situación no se distribuye de manera uniforme en todo el territorio nacional. De hecho, esta disparidad es particularmente evidente en la Ciudad de México, a diferencia del resto de los estados de la República Mexicana.

El desarrollo cultural en México ha legado una rica herencia de editoriales, bibliotecas, archivos y museos. Estas entidades no deben ser consideradas como lugares pasivos, sino como activos en la medida en que preservan el pasado nacional y el presente histórico del país para las futuras generaciones. La relevancia de las imprentas en México reside en su capacidad para documentar a aquellos que se dedicaron a esta profesión, la cual tuvo origen durante el periodo novohispano, es decir, en la época colonial.

Este contexto dio paso a la era republicana, dando como resultado el surgimiento de nuevas corrientes ideológicas entre la población, las cuales se difundieron a través de libros, revistas y periódicos de la época. De esta manera, las minorías étnicas y las clases con menor capacidad adquisitiva obtuvieron voz y participación, al contar con la oportunidad de acceder a información actualizada sobre los acontecimientos en su entorno. Además, esta circunstancia les permitió transmitir sus ideas mediante diversas publicaciones que circulaban en aquel tiempo.

En el imaginario colectivo, la concepción del estado de Tlaxcala se suele limitar a la imagen de un territorio de haciendas, además de ser el segundo estado con menor extensión geográfica. A pesar de esta percepción, esta entidad federativa ha

experimentado un notable crecimiento económico, superando incluso al registrado en el resto de la República Mexicana. Es relevante destacar que, en la actualidad, las editoriales se encuentran alineadas con los objetivos gubernamentales en función de sus propósitos educativos. Parte de estas editoriales se dedican a la producción de materiales escolares para todos los niveles educativos, ya sea en la educación básica o en niveles superiores.

La divulgación del conocimiento a través de estas editoriales estatales ha posibilitado que la población tenga acceso a la información de diversas maneras, tanto en formato físico como digital. Esto, hasta el momento, ha asegurado la disponibilidad de información y conocimiento a la comunidad de manera efectiva.

En este contexto, las editoriales de Tlaxcala desempeñan un papel fundamental al asegurar el derecho de la población al acceso a la información y al conocimiento. Además, fomentan la promoción de hábitos de lectura, escritura y alfabetización en la comunidad. En esta dinámica, la industria editorial en este estado ha experimentado un prolongado aumento en la actividad económica, gracias a su provisión de materiales bibliográficos en diversas modalidades de soporte. Esto ha contribuido a estimular tanto a los jóvenes como a la población en general a consumir estos materiales, proporcionándoles recursos teóricos para mejorar diversos aspectos de sus vidas, ya sean de índole académica, laboral, cultural o recreativa.

Objetivo general

El propósito del presente estudio es llevar a cabo un análisis teórico de la actual situación de la industria editorial en el estado de Tlaxcala y evaluar la viabilidad de establecer una industria editorial de carácter privado en esta entidad federativa.

Objetivos específicos

1. Identificar los componentes esenciales que conforman una industria editorial, los distintos formatos presentes en cada material bibliográfico, los procedimientos de elaboración, distribución y ejecución de ferias del libro y el impacto de la industria editorial de Tlaxcala en el ámbito nacional.
2. Explorar diversos aspectos geográficos, económicos y sociales del estado de Tlaxcala que han propiciado y fomentado el desarrollo de su industria editorial.
3. Evaluar la viabilidad de establecer una industria editorial de carácter privado en el estado de Tlaxcala, para lo cual se empleará un enfoque bibliográfico que permita elaborar una metodología detallada destinada a la creación de dicho proyecto.

CAPÍTULO I. La Industria Editorial

En este capítulo, se presentan los antecedentes más significativos de la impresión de libros durante la época de la Nueva España, y se examina cómo este proceso editorial ha evolucionado hasta adquirir su forma actual en los Estados Unidos Mexicanos. Además, se exponen conceptos relacionados con la industria editorial, su estructura y organización fundamentales, así como datos relevantes sobre su funcionamiento en el país.

1.1 Antecedentes

Las imprentas han desempeñado un papel fundamental en la preservación de hechos históricos. En este sentido, el libro, como producto de estas máquinas, es el fruto de la actividad intelectual llevada a cabo por los seres humanos. La primera imprenta en la Nueva España se estableció en 1539 en lo que actualmente se conoce como la Ciudad de México, teniendo como propósito principal la evangelización de las comunidades originarias al transformar sus ideologías, religiones y costumbres, que diferían de las del Viejo Continente.

El virrey Antonio de Mendoza y Fray Juan de Zumárraga jugaron un papel clave en la gestión de la imprenta. Mientras tanto, Jácome Cromberger fue responsable de establecer el primer taller tipográfico en México, el cual fue administrado por el impresor Juan Pablos (conocido como Giovanni Paoli) bajo contrato a partir de 1539.¹

Con el paso del tiempo, el número de talleres de impresión en la Nueva España experimentó un aumento considerable debido a la creciente demanda de libros. Según el testimonio de Federico Mijangos, hubo individuos con interés en establecer sus propias instalaciones de impresión, importando el equipo necesario directamente desde Europa. La motivación fue clara: “con insumos en su totalidad importados y los títulos que se

¹ Mijangos, 1981.

publican en su mayoría, son temas religiosos, dado el control ejercido por el Clero y la Corona sobre cualquier actividad que se desarrollara en la Nueva España”.²

Como explica Ruth Medina,³ en el siglo XVI tuvo lugar el surgimiento de la industria editorial, la cual se apoyó en el intelectualismo que gradualmente se desarrolló en las universidades y las instituciones de educación de nivel medio. Este proceso permitió que los libros se convirtieran en una valiosa fuente de información detallada.

Icazbalceta (1886) menciona que en 1539 se imprime la primera obra en la Nueva España. Su título era *Breve y más compendiosa doctrina christiana en lengua mexicana y castellana*. El encargado de realizar dicho trabajo fue el impresor Juan Pablos en la casa de Juan Cromberger.⁴ Durante los siglos XVII al XVIII, la Iglesia ejerció control sobre las operaciones de las imprentas, aunque los impresores eran quienes gestionaban su funcionamiento. La interacción entre ambos continentes generó divergencias en las percepciones sobre la difusión de materiales, lo que resultó en la censura o rechazo de ciertos libros producidos debido a discrepancias ideológicas.⁵

Según las observaciones de Rigoberto Ávila, en el siglo XVIII, las imprentas generaron diversos materiales bibliográficos. La producción editorial experimentó un aumento considerable, con aproximadamente 5000 obras publicadas por prensas mexicanas en esa centuria. Además, surgió una nueva forma de publicación: las revistas.⁶

Después de la Independencia de México, las imprentas comenzaron a reproducir materiales bibliográficos que abarcaban géneros literarios para enriquecer la literatura, complementando la tradición católica. Esta iniciativa fue alentada desde España. Dadas las complejidades de la situación sociopolítica en México, el país se vio obligado a adaptarse a los diversos sectores de esta nueva realidad. Conforme señala Ruth Medina,

² Mijangos 1981, p. 10.

³ Medina 2009, p. 58.

⁴ Icazbalceta, 1886.

⁵ Medina, 2009.

⁶ Ávila, 1984, p. 4.

surgió la necesidad de textos que reflejaran los desafíos propios de una nación recién independizada, incluyendo la nueva ideología que estaba impregnando la sociedad mexicana.⁷

Ya con el México independiente se crea en 1826 la primera casa editora por Mariano Galván Rivera, quien es además el fundador del comercio librero del país. Mediante esta empresa fueron editados libros de toda clase, así como algunos periódicos y revistas literarias.

A comienzos del siglo XIX, como destaca Roberto González, surgieron varias circunstancias adversas: “el número de ejemplares publicados era mínimo de acuerdo con el presupuesto del autor, lo que implicaba una distribución casi privada, entre amigos y conocidos o algunos ejemplares para distribución entre las librerías”.⁸ Los propietarios de periódicos también consideraron la opción de publicar fragmentos de obras de autores desconocidos al público para dar a conocer la oferta bibliográfica disponible.

Durante el siglo XX, en la época del Milagro Mexicano, el sector educativo asumió la responsabilidad de abordar los problemas que enfrentaban diversas comunidades en el país, especialmente en áreas urbanas. En esta medida, “los libros de texto, que son fundamentalmente para la industria editorial de todos los países, pasaron en gran parte al sector público, desde que se creó la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos en 1959”.⁹ Esto contribuyó a que la distribución de información a través de la lectura en libros se volviera accesible al público.

Con los cambios tecnológicos de los últimos años, las imprentas han adaptado la gestión, distribución y edición de libros. Las transformaciones en la sociedad y la perspectiva de los trabajadores en la industria también se han reconfigurado. Por ejemplo, la pandemia ha impulsado nuevas misiones y, a la vez, ha presentado obstáculos inéditos, como el

⁷ Medina, 2009, p. 59.

⁸ González, 2007, p. 33.

⁹ Medina, 2009, p. 62.

enfoque multisectorial en la industria editorial, que con el tiempo se ha adaptado a las necesidades informativas de la población.

1.2 Definición

A continuación, se exponen los conceptos esenciales que fundamentan la labor editorial, incluyendo términos como imprenta, editorial y editor. Este apartado culminará con la definición de la industria editorial, con el propósito de brindar al lector una comprensión completa de esta tesina.

Es innegable que el desarrollo de la impresión desempeñó un papel fundamental en la evolución del libro, tal como se refleja en las publicaciones actuales. La invención de la imprenta trajo consigo numerosos avances técnicos, como señala Mariana Villanueva: “Se considera que la invención de la imprenta fue en 1449, momento en el que la demanda de ejemplares aunada a los avances técnicos hizo posible pensar en el uso de caracteres individuales, de tipos móviles, que reprodujeran los signos del alfabeto”.¹⁰ Esta máquina ofrecía la posibilidad de presentar la información de los libros de diferentes géneros.

Por otro lado, EcuRed subraya que el concepto de imprenta es crucial para el desarrollo, ya que fue una de las primeras máquinas industrializadas y es una manifestación de destreza técnica. EduRed describe la imprenta como “es un método industrial de reproducción de textos e imágenes sobre papel o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta, generalmente oleosa, sobre unas piezas metálicas, llamadas tipos, para transferirla al papel por presión. Es cualquier medio mecánico de reproducción de textos en serie mediante el empleo de tipos móviles”.¹¹

¹⁰ Villanueva, 2008.

¹¹ EduRed, 2019.

José Martínez de Sousa, quien desempeñó un papel crucial en la impresión de materiales, ofrece la siguiente definición de impresor: “Persona física o jurídica que, además de ostentar la titularidad de una empresa de artes gráficas, posee las instalaciones industriales y los medios necesarios para la producción de libros”.¹² También identifica a otros profesionales involucrados en la actividad de la impresión, como el “escribano de molde, estampador, imprimador, librero, maestro de estampa, maestro de imprenta, moldero”.¹³

Martínez De Sousa resalta que el concepto de "editar" puede referirse a la creación de copias de un libro con el fin de ponerlos a la venta. Además, enumera una serie de términos relacionados con esta acción: “alumbrar, autoeditar, echar al mundo, luz (dar a), luz (sacar a o a la), parir, prensa (dar a la), publicar, público (dar al). + luz (salir a), luz (ver la), salir”.¹⁴ Este esquema permite contrastarlo con el proceso editorial contemporáneo, que consta de múltiples etapas en el desarrollo de los documentos, desde la concepción intelectual de los autores hasta la presentación de la obra al editor, así como la composición de las pruebas de impresión y el estilo, entre otros aspectos.

El concepto de "editor" es de suma importancia, ya que esta figura está a cargo del desarrollo de la obra del libro. Martínez de Sousa lo define como: “Persona física o jurídica que se dedica a reproducir y difundir por su cuenta obras propias o ajenas, responsabilizándose de su difusión al colocarles su pie editorial”.¹⁵

Desde la perspectiva de la bibliotecología, Abraham Venegas Vargas presenta una aproximación al rol del editor: “a este personaje tan necesario, encargado de la dirección y control de una empresa dedicada a la producción de materiales culturales, se le conoce como editor y forma parte, junto con los autores, distribuidores, libreros y lectores, de los sujetos más importantes en la industria editorial”.¹⁶ Por el

¹² Martínez de Sousa, 2004.

¹³ Martínez de Sousa, 2004.

¹⁴ Martínez de Sousa, 2004.

¹⁵ Martínez de Sousa, 2004.

¹⁶ Venegas Vargaz, 2016.

otro lado, Martha Díaz Alaniz menciona que “el perfeccionamiento técnico de la imprenta facilitó la utilización del libro para la difusión abierta del conocimiento y ayudó a diferenciar áreas del trabajo editorial”.¹⁷ En este sentido, la evolución de la tecnología de impresión ha influido en la tarea editorial. García Pérez esboza las responsabilidades del editor de la siguiente manera: “Deciden qué libros publicar se encargan de la financiación coordinan la acción entre: el autor, el impresor y el distribuidor”.¹⁸

Finalmente, la edición se erige como un componente fundamental en el desarrollo de materiales bibliográficos en prácticamente los tres formatos. Respecto al concepto de material bibliográfico, Martínez de Sousa presenta el siguiente esbozo con dos enfoques: “1. Acción y efecto de editar. = autoedición, publicación + coedición, impresión, reedición. 2. Conjunto de ejemplares de una obra fabricados de una sola vez y con la misma matriz para su difusión”.¹⁹

El concepto de industria editorial ha experimentado una evolución significativa debido a las nuevas tecnologías, que han transformado radicalmente la forma de leer, lo que implica que la industria ha tenido que adaptarse a las necesidades del público. A continuación, se considera la definición de industria editorial proporcionada por EcuRed:

La casa editora o empresa dedicada a la impresión y distribución de publicaciones también recibe el nombre de editorial. Esta actividad estuvo vinculada durante muchos años a la publicación de libros, revistas y periódicos a través de sistemas de imprenta. Sin embargo, el avance de las nuevas tecnologías permite la existencia de editoriales que imprimen materiales a pedido o que se limitan a publicar los textos en formato digital. Hay grandes y reconocidas editoriales que están en esta actividad e industria de los libros como: Larousse, Puerto de palos, Quipu, Cántaro, Santillana, entre otros.²⁰

¹⁷ Díaz Alaniz, 2001.

¹⁸ García Pérez, J. F.,

¹⁹ Martínez de Sousa, 2004.

²⁰ EcuRed, s.f.

En otras palabras, el primer aspecto aborda el personal que trabaja dentro del ámbito editorial, quienes pueden influir en el proceso editorial, mientras que el segundo aspecto se refiere al diseño de los materiales bibliográficos. En la cita subsiguiente, se presenta la definición proporcionada por Martha García de la Universidad de Pirhura sobre el concepto de empresa editorial:

Es la empresa dedicada a la edición de libros u otras publicaciones, y que realiza todas las tareas intermedias que van desde la entrega de un texto por su autor hasta la entrega del libro al distribuidor, o, en caso de que la distribución sea hecha por la misma editorial, a los puntos de venta. Además, hoy en día las empresas editoriales presentan la tendencia de contratación de servicios en las distintas tareas de su proceso de producción.²¹

Como es evidente, la gestión de los materiales bibliográficos constituye un proceso extenso que abarca desde la aprobación editorial. En consonancia con este aspecto, Thomas Woll, basándose en estudios administrativos, define este proceso de la siguiente manera:

Es la empresa que adquiere o crea un producto editorial (libro, cinta, video, formato digital, etcétera) a partir de la obra del autor o creador y lo vende a través de una diversidad de medios (mayorista, minorista, consumidor final, etcétera). La editorial agrega valor a la obra del autor mediante la edición, el diseño, la producción y la venta. También puede adquirir la obra ya terminada de un *packager* una empresa que contrata escritores y entrega de libro ya editado, o a otra editorial, y simplemente ocuparse de venderla.²²

El concepto de la industria editorial realizada por Martínez de Sousa brinda una comprensión más precisa de la industria del libro, la cual se dedica a la creación

²¹ García, 2004, pp. 12-13.

²² Woll, 2004, p. 8.

intelectual de una publicación editorial. Esta definición abarca aspectos técnicos y aborda la manufactura del libro. A continuación, complementando la cita de Thomas Woll, Campos Flores aporta más detalles acerca de la estructura de la industria editorial:

La industria de la impresión se compone de empresas dedicadas a la impresión, así como de empresas que realizan servicios para el comercio de impresiones tales como las placas de impresión *–platemaking–* y el encuadernado. La industria también incluye a las empresas dedicadas a la publicación de periódicos, libros y publicaciones periódicas, independientemente de que éstas realicen o no su propia impresión. Las empresas que funcionan por fuera de lo que tradicionalmente se define como industria de la impresión y de la publicación también realizan impresiones y actividades relacionadas.²³

Teniendo en cuenta estas consideraciones, el proceso de impresión de materiales, especialmente el encuadernado, posee una característica visual distintiva. Esta particularidad es aplicable tanto a periódicos como a otros tipos de impresos. Por otra parte, Georgina Torres Vargas expone, retomando a Barners, que “la industria editorial se integra por aquellas empresas e instituciones que se ocupan del diseño, edición y venta de libros en forma impresa, electrónica, o de audio”.²⁴ Los autores destacan que en la actualidad, la industria editorial aborda la producción impresa con la intención de adaptarla a formatos electrónicos y audiolibros.

Finalmente, tras analizar diversas definiciones de diversos autores, se logra obtener una visión más completa de la cuestión, ya que estas definiciones se complementan entre sí. Por consiguiente, se propone la siguiente definición de industria editorial:

La industria editorial es la labor y el lugar donde se imprimen los materiales bibliográficos de diferentes autores. Los libros son diseñados y encuadernados de diferentes maneras. Asimismo, se realiza el ejercicio de difusión de diferentes

²³ Campos Flores, 2006, p. 12.

²⁴ Torres Vargas, 2015, p. 1.

tipos de géneros literarios, tomando en cuenta la aparición de soportes a la obra distintos al libro impreso con cosas tales como el libro electrónico y los audiolibros.

En un sentido similar, es posible afirmar que existen tres tipos de editoriales: públicas, privadas y académicas. Cada una de estas desempeña un papel significativo y tiene reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

Por otro lado, José Martínez de Sousa postula que la industria editorial privada se manifiesta en dos vertientes: nacional e internacional. Esto implica que hay una dimensión local, propia de una nación, y otra que trasciende las fronteras. En virtud de esto, se formula la siguiente definición:

La editorial tanto que organización comercial dedicada a la producción, distribución y venta de libros es creación moderna. De hecho, nace con el editor, a finales del siglo XIX, aunque siempre le podrán rastrear orígenes más antiguos, si bien raramente en tanto que empresa dedicada exclusivamente a la producción y venta de obras.²⁵

Por otro lado, el desarrollo de editoriales públicas adquiere un rol de gran relevancia para la sociedad, ya que contribuyen a la educación pública. En este sentido, la Dirección General de Publicaciones (DGP) de la Secretaría de Cultura señala: “en años recientes la DGP ha implementado acciones que la consolidan como el eje institucional del libro y la lectura, cuyas publicaciones sirven de base para los programas de fomento a la lectura y la promoción editorial nacional, destinadas a un abanico de públicos distintos”.²⁶

Finalmente, la editorial académica o universitaria, según la definición de Martínez de Sousa, es “editorial sin ánimo de lucro establecida, sostenida y administrada por una universidad para cubrir las necesidades bibliográficas de sus estudiantes”.²⁷ Es

²⁵ Martínez de Sousa, 2004.

²⁶ Secretaría de Cultura, 2016.

²⁷ Martínez de Sousa, 2004.

importante destacar que este tipo de material editorial está específicamente dirigido a un público objetivo, los universitarios. Por lo tanto, los textos producidos deben cumplir con las exigencias académicas de los estudiantes, es decir, deben cubrir el contenido de sus planes de estudio de manera adecuada.

1.3 Recursos fundamentales para el desarrollo de una industria editorial

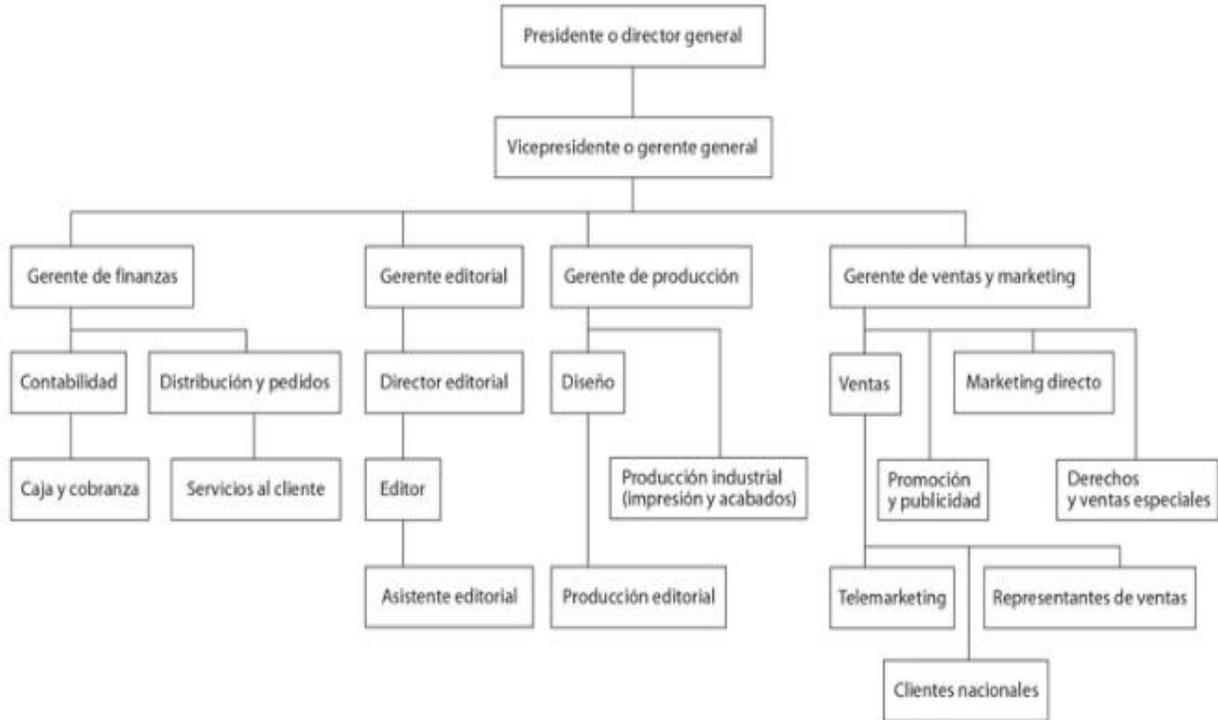
Los recursos que se discutirán a continuación son esenciales para el funcionamiento de una editorial de las obras del intelecto de los autores, la implementación de estrategias de venta y la distribución de títulos. Según Bernal Coronel, estos recursos son: recursos humanos, recursos financieros y, finalmente, recursos materiales.²⁸

En el cronograma de la Figura 1,²⁹ se detallan los roles laborales presentes en una industria editorial idealizada. Este esquema se deriva de "Editar Para Ganar: Estrategias de Administración Editorial". Dicho esquema proporciona una base para establecer un negocio editorial sólido.

²⁸ Coronel, 1990, p. 2.

²⁹ Woll, 2004, p. 3.

Figura 1. Organigrama propuesto de una empresa editorial



Fuente: Woll, T., 2004, p. 38.

En el organigrama representado en la Figura 1, se pueden observar los roles ocupados en una industria editorial de tamaño mediano. En este organigrama, el presidente o vicepresidente ocupa el puesto de mayor jerarquía. A partir de esta posición, el diagrama se ramifica en cuatro áreas distintas. De izquierda a derecha, encontramos al gerente de finanzas, al editorial, al de producción y al de ventas y marketing. Cada uno de estos cuatro roles tiene sus propias divisiones y responsabilidades específicas.

La gestión editorial considera los mismos aspectos temporales que rigen en la industria, pero también contempla otros factores que contribuyen a perfeccionar el producto final.

La fotocomposición o composición en frío es el sistema que se va imponiendo actualmente. La seguridad, rapidez y perfección del trabajo, más que nunca, de la perfecta presentación del original que debe corregirse minuciosamente, en sus

aspectos literarios, ortográficos y técnicos antes de ser mecanografiado definitivamente para ser entregado al programador teclista.³⁰

Es crucial que considere cuáles son los recursos esenciales para su funcionamiento en un entorno específico, además de contar con una gestión adecuada para lograr un equilibrio acorde con los requisitos de la industria editorial. La finalidad principal de este enfoque es proporcionar los elementos necesarios para una operación efectiva. Estos factores son fundamentales para establecer una industria editorial con actividades pertinentes y significativas, una que pueda generar productos de alta calidad. En este contexto, Bernal Coronel enfatiza que ciertas áreas deben prestar una atención especial a aspectos cruciales para garantizar el éxito.

El producto; Equipo y métodos de fabricación; Ubicación, construcción y disposición de la planta; Estandarización de la operación; Control de la producción; Control y almacenamiento de materiales; Compras; Control de calidad; Ventas; Administración de personal y evaluación del trabajo; Costos; Depreciación y valuación; Economía interna; Control de presupuesto; Propiedad y finanzas; Administración.³¹

1.3.1 Los materiales que se requieren en una industria editorial

El proceso eficiente de trabajo en la industria editorial abarca desde los primeros pasos de la creación del libro, incluyendo la impresión de materiales, hasta la conclusión de la transacción: la venta. Sin embargo, es fundamental tener en mente la creación del contenido que será vendido y que está dirigido a la sociedad en su conjunto.

Por su parte, el proceso de edición puede dividirse, según Rigoberto Ávila, de la siguiente manera: “Planeación y contratación de la obra; Diseño y corrección; Planeación de la

³⁰ Sotomayor Pineda, 1984, p. 22.

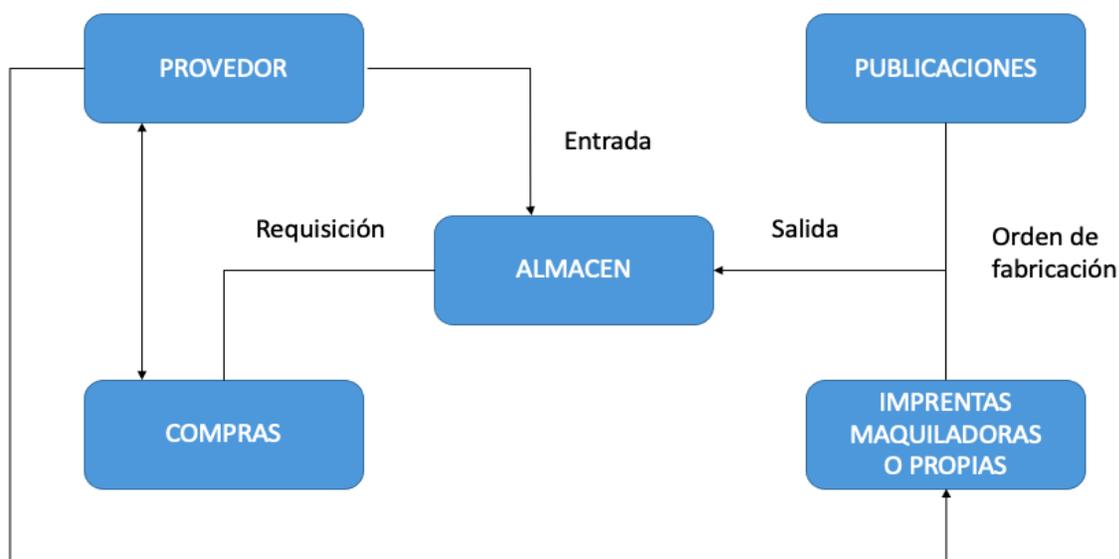
³¹ Coronel, 1990, pp. 3-5.

comercialización; Papel; Impresión; Encuadernación; Editorial; Distribución y llegaría con el Consumidor”.³²

Considerando lo expuesto, los elementos cruciales para establecer una industria editorial sólida y producir materiales de calidad en términos de contenido y encuadernación, como describe Sotomayor Pineda, incluyen el almacén de productos terminados, el almacén de materias primas, el almacén de productos en proceso y, finalmente, los productos en consignación.³³

Desarrollar las diversas etapas para consolidar una industria editorial robusta es esencial, así como comprender los procesos de imprentas y fabricación. Con esto en mente, se presenta el siguiente cuadro, basado en las palabras de Coronel, que enumera las etapas necesarias para establecer una base sólida en la industria editorial:

Figura 2. Etapas de la industria editorial.



Fuente: adaptación de Coronel, 1990, p. 9.

³² Ávila, 1984, pp. 3-5.

³³ Sotomayor, 1984, p. 29.

El siguiente proceso para analizar es el de control, que abarcará la gestión de diversas áreas dentro de la editorial. Según lo descrito por Coronel, “estos pueden encargarse de: el control de la producción, para la planeación de las necesidades de la producción; el control de calidad, para el mantenimiento de calidad; las compras, para la obtención de artículos de fuentes externas; y los almacenes, para el cuidado del material en la planta”.³⁴ La función del área de control es esencial para una gestión eficiente y la adecuada distribución de los materiales.

1.4 Servicios

En la siguiente sección, se explorarán las actividades y políticas internas que rigen en la industria editorial, centrándose en los libros impresos y los audiolibros. Desde la óptica de Fernández de Lara Quesada, se señala que el audiolibro tuvo sus orígenes con la creación de Thomas Alva Edison en 1877,³⁵ cuando logró la grabación sonora. Por su parte, el libro electrónico tuvo sus primeros pasos bajo el nombre de "Memex", representando el primer dispositivo que podría considerarse como el precursor de los libros electrónicos.³⁶

1.4.1 Libro impreso, libro electrónico y audiolibro

Libro impreso

El libro impreso representa una fuente de información que ha experimentado diversos cambios a lo largo del tiempo. Su propósito fundamental es la transmisión de información y la preservación del conocimiento humano, como destaca Rosales Sánchez: “este concepto y forma única surgen cuando las primeras civilizaciones comenzaron a adaptar y manipular los recursos naturales para conservar su cultura y hacer Historia”.³⁷

³⁴ Coronel, 1990, p. 5.

³⁵ Fernández, 1997.

³⁶ Canals Cabiro 1955 *apud* Torres Vargas, 2015.

³⁷ Rosales, 2015, p. 1.

La gran cantidad de información proporcionada por los libros, que ha llevado a nuevas comprensiones de la realidad, ha desempeñado un papel crucial en la continua construcción de la sociedad a lo largo de su historia.

Es por eso que el libro tuvo un gran impacto en la sociedad, pues la transformó a través de la relación con otros sistemas económicos, sociales, políticos y culturales, formando jerarquías de conocimiento y sabiduría entre la población, así como un sistema que incluye el trabajo de artistas, escritores, filósofos y comerciantes, además de la creación de universidades, bibliotecas y librerías.³⁸

A continuación, se brinda la definición del libro impreso como un objeto físico, según Martínez de Sousa: “que ha recibido la escritura y las imágenes mediante la presión de una hoja de papel, pergamino, etcétera contra una forma o molde cuyos elementos impresores están en relieve, en hueco o planos”.³⁹

Es importante destacar que los pasos llevados a cabo durante el proceso de edición y diseño de los libros impresos pueden ser adaptados para la creación de libros electrónicos. Es decir, ciertos elementos de este proceso pueden ser retomados para la generación de contenido bibliográfico electrónico. Según Ilene Hernández Valencia, los pasos involucrados son los siguientes:

Borradores y formatos iniciales; estilo y formato; retícula; otras consideraciones para el diseño (como el equilibrio, contraste, etc.); tipografía y acomodo de los tipos; letras de base y resaltante; folios (como el ancho de columna y el interlineado); elementos auxiliares (como pie de foto, viñetas entre otras); el color; las imágenes; la cubierta del libro; originales mecánicos, se compone como va a ser impreso el material; métodos de impresión; encuadernación y al final tenemos los terminados.⁴⁰

³⁸ Rosales, 2015, p. 1.

³⁹ Martínez de Sousa, 2004, p. 601.

⁴⁰ Hernández Valencia, 2002, pp. 67-89.

Sin embargo, es evidente que el papel jugará un papel determinante, precisamente, dentro de los materiales impresos. Es precisamente este el que vuelve tangible la información presentada por el autor. Dentro de los previa y cuidadosamente revisados contratos que hay entre la editorial y la fábrica de papel se establecen aspectos importantes tales como el lugar donde se elaborará el producto. Es decir, en el contrato se detallan, como dice, Rigoberto Ávila, aspectos tales como el costo, calidad, volumen, entre otros.⁴¹

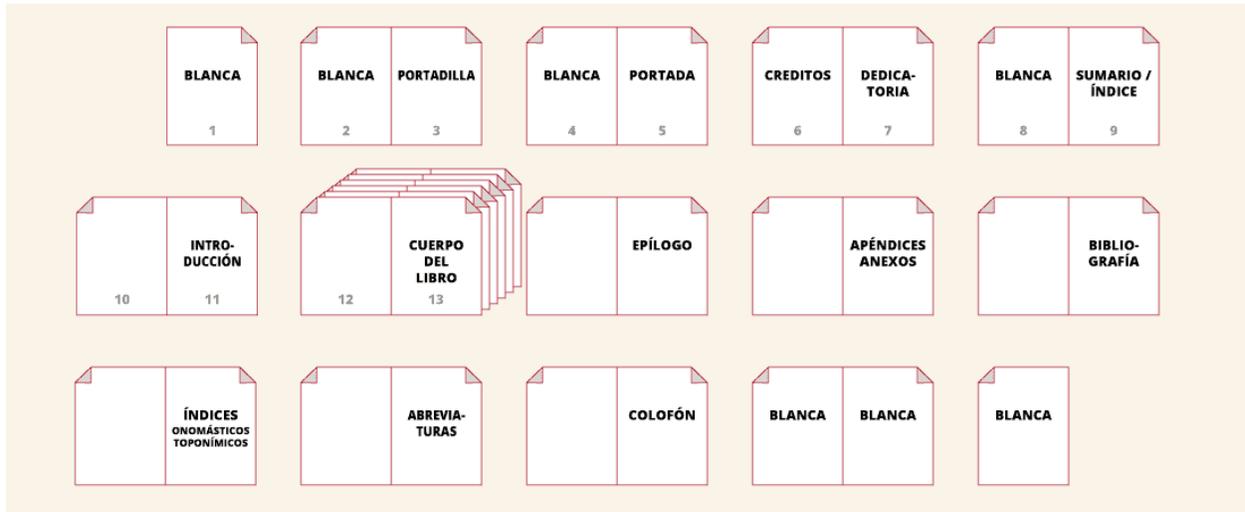
Sotomayor comenta que el libro debe tener estas características para ser lanzado a la venta: “el contenido, la tipografía y la presentación”,⁴² aunque también debe tener en cuenta los posibles cambios que sean requeridos de cara a hacer que el usuario final adquiera el libro. Empero, ahora debemos revisar, pues, el proceso de encuadernación, proceso que permite que el texto tenga una materialidad física concreta.

A continuación, en la Figura 3, se muestran las partes del libro, ilustraciones en las que se presentan, a grandes rasgos, las partes internas por las que está conformado el libro impreso.

⁴¹ Ávila, 1984, p. 17.

⁴² Sotomayor, 1984, p. 117.

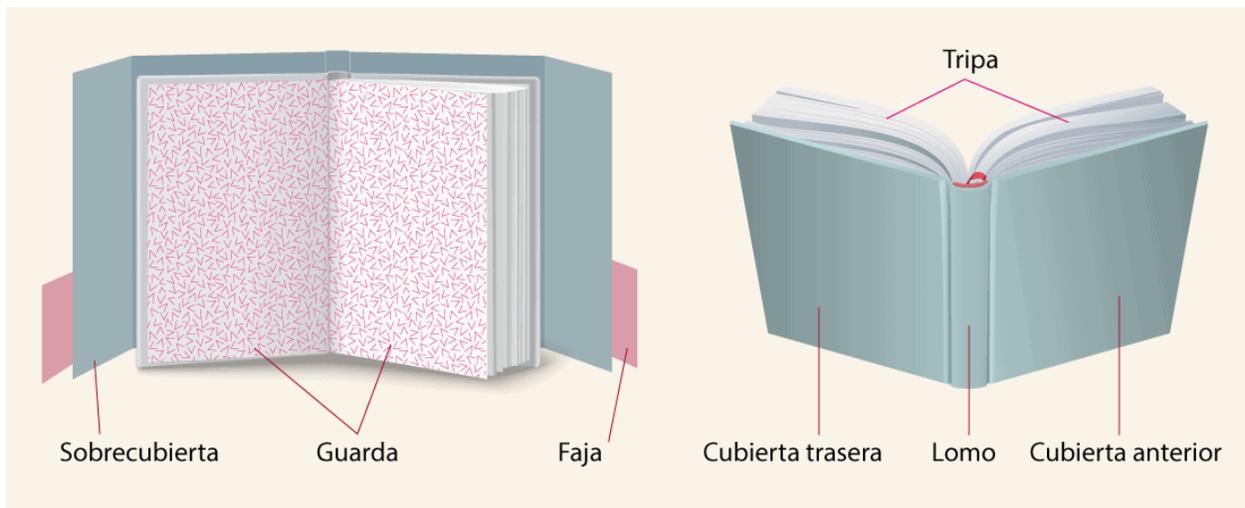
Figura 3. Modelo de las partes internas del libro



Fuente: La imprenta, s.f.

En la Figura 4, se presentan de manera detallada las partes externas más esenciales de un libro, mediante una ilustración proporcionada por La Imprenta. Las componentes que constituyen el libro son: la sobrecubierta, la guarda, la fajilla, la cubierta trasera, el lomo, la cubierta anterior y, en la parte superior, la tripa.

Figura 4. Modelo de las partes externas del libro



Fuente: La Imprenta, s.f.

Libro electrónico

Iniciamos esta subsección de la tesina retomando la definición de Armenta acerca de "libros electrónicos", que abarcan "tanto los libros editados en un soporte electrónico (un disquete, por ejemplo) como colocados en un sitio de internet".⁴³ De esta manera, las tecnologías sugieren tener complementos dentro de estos materiales. La humanidad ha aprendido a obtener información de diversas formas, medios y métodos, siendo el libro electrónico una de sus fuentes de conocimiento: "la idea del libro electrónico no es reciente desde antes que apareciera la computadora algunos autores imaginaron la posibilidad de usar medios tecnológicos diferentes a la imprenta para generar, almacenar y recuperar documentos, esto fundamenta las bases que sustentan el acceso universal de la información", esto de acuerdo con Cobos.⁴⁴

El mercado de los libros electrónicos se incorporó como una industria novedosa en la sociedad debido a los complementos que ofrece, contrastando y siendo útiles al mismo tiempo. Armenta menciona que el libro electrónico "puede presentarse como texto plano y/o incorporar elementos multimedia como videos, música, voz, animaciones, juegos".⁴⁵

En comparación con la producción física, los libros electrónicos, según López, tienen ciertas ventajas: "permite insertar anotaciones, colocar marcadores en pasajes o párrafos y subrayar o destacar el texto con colores".⁴⁶ Esto posibilita una mayor interacción por parte del usuario. Los formatos de lectura digital incluyen:

- HTML (Hyper Text Markup Language): Es el lenguaje de marcado utilizado en la World Wide Web (WWW o internet) para una variedad de libros electrónicos. También se utiliza el formato HTM como una extensión de HTML. Estos formatos pueden ser utilizados dentro de los navegadores web.

⁴³ Martínez de Sousa, 2004, p. 598.

⁴⁴ Cobos, 2009, p. 44.

⁴⁵ Armenta, 2006, p. 8.

⁴⁶ López, 2001, p. 13.

- PDF (*Portable Document Format*) : Es un formato gráfico utilizado para almacenar documentos de manera electrónica. Tiene la característica de mostrar una apariencia similar a una página impresa, lo que resulta atractivo para los usuarios. El software más conocido para abrir archivos PDF es Adobe Reader.
- PLM (*Peanut o Palm Markup Language*): Es un formato basado en HTML. Fue creado por Peanut Press para su uso en dispositivos portátiles tipo *handheld*. Estos documentos suelen tener la extensión ".PBD".
- XML (*Extensible Markup Language*): Es un formato derivado del SGML y fue creado con el propósito de reemplazar al HTML. Dado su carácter de lenguaje de marcas extensible, compañías como Microsoft y Gemstar han trabajado en este formato.⁴⁷

Audiolibro

A medida que las personas se han acostumbrado a las versiones auditivas de los libros, la percepción y adopción de los audiolibros ha cambiado. EcuRed proporciona la siguiente definición de audiolibro: “grabaciones habladas o leídas automáticamente por programas informáticos de libros ya existentes, o de libros creados expresamente para ser difundidos en ese formato audible”.⁴⁸

Por otro lado, es importante considerar las palabras de Martínez de Sousa, un especialista en el área de bibliotecología:

Audiocasete que contiene una o más obras en forma audible cuya duración es de noventa minutos. El texto almacenado ha sido leído por una artista o por el propio autor de la obra. Es un sistema muy limitado que solo tiene aplicación a cierto tipo

⁴⁷ Armenta, 2006, p. 8.

⁴⁸ EcuRed, s.f.

de textos, como las novelas, las poesías, los reportajes, los libros de viajes, etcétera de extensión relativamente pequeña. Como es natural, sin posibilidad de incluir ilustración.⁴⁹

Hasta hace pocos años, los audiolibros se grababan en formatos como cintas y discos compactos debido a su facilidad de comercialización en empresas estadounidenses.

El equipo de trabajo necesario para la realización de audiolibros, según Fernández Lara Quesada, está compuesto por “investigadores, guionistas, musicalizadores, narradores profesionales, entre otras personas”.⁵⁰

Cuando los audiolibros se suben a plataformas como YouTube, la portada del libro suele aparecer como imagen del video. EcuRed sugiere que estos materiales deben ser alojados en diferentes plataformas para que sean accesibles y reproducibles en una variedad de dispositivos. La producción de audiolibros utiliza voces humanas y programas informáticos para proporcionar diálogos con el tono y la música adecuados para crear el ambiente necesario. Por lo tanto, la producción de audiolibros requiere locutores que tengan en cuenta el tono, el ritmo y la entonación de las palabras para entregar un producto de alta calidad.

Para el almacenamiento en dispositivos inteligentes, los formatos más comunes, según Techleo, son Mp3, Daisy, M4b y Mpeg-4. El formato Epub3 es comúnmente utilizado en los libros electrónicos.⁵¹

Los audiolibros pueden incluir una traducción literal del libro o no, dependiendo del enfoque que se le dé. EcuRed explica que los audiolibros pueden ser "abreviados",

⁴⁹ Martínez de Sousa, 2004, p. 72.

⁵⁰ Fernández Lara Quesada, 1997, p. 16.

⁵¹ Techleo, s.f.

donde la historia se resume, o "íntegros", donde se lee el texto completo palabra por palabra.⁵²

Es importante destacar que la creación de audiolibros es un proceso profesional que amplía las actividades de una editorial y diversifica los formatos de producción. Requiere la participación de profesionales que realicen tareas específicas en la creación del producto.

El productor sigue desde el principio hasta el final todo el proceso: desde la elección del libro hasta la grabación del master. Debe entender y seguir al narrador, ocuparse del *editing* y guiar escrupulosamente el *sound engineering* con este término se hace referencia al ingeniero del sonido o técnico del sonido, una figura experta en la producción y manipulación de las ondas sonoras, y que se encarga de los instrumentos necesarios: micrófonos, amplificadores, etc. También combina los diferentes sonidos a través del mixer que uniformiza el todo.⁵³

Cevallos Ronquillo y Morán Peña destacan que, durante la producción de un audiolibro, la presencia de un profesional del sonido es crucial para asegurar la calidad del producto. Esto garantiza que los usuarios puedan adquirir un producto que tenga un alto valor en términos de calidad de sonido.

1.4.2 Distribuidor

De acuerdo con Martínez de Sousa, el distribuidor es aquel que pone a "disposición del público del original o copias de la obra mediante su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma".⁵⁴

⁵² Ecured, s.f.

⁵³ Cevallos Ronquillo y Morán Peña, 2017, p. 7.

⁵⁴ Martínez de Sousa, 2004.

En el caso de la editorial Almuzara Libros, su contenido es puesto a disposición del público a través de un interlocutor llamado Manuel Pimentel, quien trabaja como editor. En un video publicado en YouTube, Pimentel aborda la parte técnica detrás de la labor de distribución de los materiales. Él señala que existen dos tipos principales de distribución editorial:

Sabemos que todo editor tiene que tratar de distribuir su libro, puede hacerlo directamente, hay editores que simplemente sirven ellos a través de su página de internet o tienen acuerdo con una librería en concreto, sería una distribución por tanto directa pero normalmente el distribuidor utiliza a un tercero que se llama distribuidor para estas funciones de comercialización y distribución.⁵⁵

De acuerdo con Martínez de Sousa, el distribuidor es un “intermediario entre el editor y el librero, que se encarga de hacer llegar a este la producción bibliográfica de aquel”.⁵⁶ Tomando en cuenta que son las editoriales las que tienen las obras que deben ser distribuidas, tal y como se muestra en la Figura 1, su estructura operacional tiene que hacer trabajos multidisciplinarios para mejorar los servicios. Este proceso se realiza con el paso del tiempo.

A continuación, según lo presentado por Almuzara Libros, se muestra cómo una administración adecuada puede llevar a un crecimiento gradual en la distribución:

Resulta muy frecuente también que una editorial firme con editoriales regionales o que tenga uno sólo que llevará directamente las grandes cuentas y que utilizará a sus distribuidores para los puntos de ventas más pequeños en todo caso el sistema de funcionamiento de esta distribuidora es bastante similar en todos ellos.⁵⁷

⁵⁵ Almuzara Libros, 2021.

⁵⁶ Martínez de Sousa, 2004, p. 323.

⁵⁷ Almuzara Libros, 2021.

Las funciones fundamentales de un distribuidor en la industria editorial, según Almuzara Libros, engloban una serie de tareas esenciales, tales como la “recesión del libro, almacenamiento de estos, comercialización, servicio de novedad y reposición, procesamiento de devoluciones y tareas varias administrativas y facturación”.⁵⁸

Para que la relación entre el distribuidor y el editor sea fructífera y generadora de beneficios mutuos, es esencial que exista una comunicación efectiva entre ambas partes. Esto, a su vez, depende de un entorno de trabajo propicio y saludable, tal como lo resalta Almuzara Libros:

Al cierre de cada mes el distribuidor líquido las ventas al editor que debe emitir la correspondiente factura, teniendo en cuenta, venta y devoluciones y que cobrará en el plazo previsto por la fórmula de pago acordada que puede ser mediante confirming, pagaré, recibo domiciliado o transferencia en la fecha de vencimiento acordada.⁵⁹

Los párrafos siguientes describen la comprensión actual del proceso fundamental de distribución de materiales bibliográficos físicos. Considerando la perspectiva española, es plausible identificar elementos que reflejan dinámicas laborales asociadas con la devolución de materiales en situaciones donde no se logra su venta. Estas dinámicas podrían ser ajustadas para una implementación más acorde con el entorno laboral del país, tal como ha señalado el editor de Almuzara Libros:

Los libros, una vez impresos, salen desde el taller de impresión hasta el almacén del distribuidor. Una vez recibidos, procede a la comercialización de los mismos según su agenda de presentaciones, ofreciéndoselos a la librería. Cuando el distribuidor recibe el pedido de novedad, los sirve a las librerías conjuntamente con las reposiciones de los títulos anteriores. También recensiona las devoluciones de los libreros pues es bien conocido, en el mundo editorial, el librero

⁵⁸ Almuzara Libros, 2021.

⁵⁹ Almuzara Libros, 2021.

siempre puede devolver los ejemplares no vendidos (...) y, por lo tanto, el editor está obligado a abonar este flujo constante de ir y venir de los libros. Las colocaciones y devoluciones encarecen el proceso logístico y dificulta la tarea del librero, distribuidores y editores, pero es la norma consuetudinaria del sector.⁶⁰

Dentro del abanico de posibilidades que entraña la producción de materiales bibliográficos, el editor, además de evaluar la viabilidad de la publicación de un libro, debe asegurarse de que este logre captar el interés del lector, lo que a su vez se traduce en alcanzar niveles de venta óptimos. Este umbral de ventas es crucial para que la obra consiga su espacio en plataformas y librerías de renombre, como ha señalado Almuzara Libros.

Normalmente el distribuidor también sirve a las grandes plataformas digitales, como es el caso de Amazon, que posee unas estrictas condiciones de entrega. Los distribuidores poseen su propia estructura comercial con comerciales que visitan la librería para presentar las novedades de los editores, repasar el fondo y tratar de obtener pedido de reposición. A su vez, suelen realizar un catálogo mensual, a veces hasta semanal, de las novedades editoriales de las que representan. Es muy importante, por tanto, que el editor presente muy bien sus novedades al distribuidor, anticipando portada, fecha de publicación y principales características y valores para ayudarlo en su comercialización. Existe otra alternativa para la distribución poco usada por las editoriales y es la de tener comercialización propia y externalizar toda la operación logística.⁶¹

El catálogo constituye un componente fundamental que posibilita a las librerías poner a disposición del público ciertos títulos. Paralelamente, es imperativo que estos establecimientos mantengan una administración y organización ejemplares de sus productos, así como asegurarse de contar con materiales de alta calidad a disposición de su clientela. Es esencial que busquen una proyección tanto a nivel local y nacional

⁶⁰ Almuzara Libros, 2021.

⁶¹ Almuzara Libros, 2021.

como internacional, y en tal sentido, desplieguen esfuerzos para dar a conocer su oferta. Adicionalmente, deben concebir y ejecutar estrategias que logren captar la atención de potenciales clientes, como ha planteado Almuzara Libros.

Pero la comercialización de los libros no corresponde tan solo al distribuidor. Como es normal, el editor debe ayudarla e impulsarla ¿Cómo? pues primero con buenos catálogos, con material de apoyo como marcapáginas o carteles, pero, sobre todo, con su campaña de promoción en medio. Es decir, para conseguir notoriedad para el libro y para el autor, esta campaña de promoción puede ser tanto en prensa, radio, televisión, redes sociales, diversas vías a través de internet o presentaciones. Con esta política, digamos, de notoriedad por parte del editor, se consigue darle relevancia al libro y autor, y redundan seguro en mayor colocación y, por tanto, ventas.⁶²

La Secretaría de Cultura propone el siguiente enfoque, el cual se presenta como un método dirigido a aquellos encargados de coordinar la distribución de materiales bibliográficos. El propósito subyacente consiste en que estos individuos consideren los siguientes aspectos con el fin de mejorar la eficacia de su desempeño laboral:

Pueden producir catálogos personalizados, incluir enlace de compra para direccionar a los usuarios a su canal de ventas, exhibir novedades, subir sus títulos, obtener fichas completas de libros para posteriormente posicionarlas en su catálogo, conocer a su mercado por medio de nuestra red social y posteriormente guiar su plataforma de venta en base a las preferencias de los usuarios, realizar búsquedas específicas, así como compartir los datos de sus libros con bibliotecarios librerías y usuarios de todo el mundo.⁶³

⁶² Almuzara Libros, 2021.

⁶³ Secretaría de Cultura, s.f.

Figura 5. Catálogo de libros



Fuente: Almuzara Libros, 2021.

Eguaras señala, pues, que hay cuatro maneras de gestionar la distribución de libros: “la distribución mayorista de libros; la distribución 1:1 o impresión bajo demanda; la distribución sin distribuidora: del editor/autor a la librería y la última gestión sería la distribución directa: del editor/autor al lector”.⁶⁴

La administración adecuada tanto de los recursos humanos internos como de las relaciones con los distribuidores de materiales constituye un pilar fundamental para el desarrollo sostenido de cada una de las casas editoriales. Esta importancia de la gestión conjunta es resaltada por Almuzara Libros:

La función de la distribución y del distribuidor son tan fundamentales para el editor que yo creo que, tras la elección del adecuado catálogo, la decisión más importante que tiene que tomar una editorial es la de la selección adecuada del mejor distribuidor, y una vez seleccionado, pues [es igualmente importante] el saber mantener una relación a largo plazo, rentable y fructífera.⁶⁵

⁶⁴ Eguaras, 2018.

⁶⁵ Almuzara Libros, 2021.

Es esencial que todas las entidades implicadas en este proceso (autor, editorial, distribuidor y librería) colaboren de manera armoniosa. Esto no solo facilita la generación de beneficios económicos para cada una de ellas, sino que también posibilita un flujo ininterrumpido de libros. Este flujo no solo refleja una circulación de conocimiento cultural y científico, sino que además contribuye a enriquecer la esencia de la ubicación en la que este proceso tiene lugar.

1.4.3 Ferias del Libro

Las ferias del libro hicieron su aparición en 1924. A lo largo del siglo pasado, se realizó un empeño considerable para inculcar en la población mexicana el hábito de la lectura. En la actualidad, no existen dudas acerca de la trascendencia de la labor educativa de José Vasconcelos. Sin embargo, en su época, este funcionario contó con tanto fervoroso apoyo como acérrimos detractores, especialmente en lo que atañe a la dirección de los contenidos de su actividad editorial.⁶⁶ El origen de las ferias del libro tiene raíces occidentales.

La primera feria internacional del libro se celebró en Lyon, Francia durante el período medieval tardío. La Feria del Libro de Frankfurt comenzó en la década de 1490 y sigue siendo el mercado principal para los editores que desean vender derechos de autor, derechos de traducción y otros privilegios a compradores extranjeros. También se refiere a una exhibición no comercial de libros y el arte del libro, que puede incluir presentaciones de autores, ilustradores, editores, carpetas, etc.⁶⁷

El planteamiento previo demuestra cómo estos elementos se han integrado en la vida contemporánea, habiendo añadido numerosos componentes a lo largo del tiempo, que a menudo se perciben como ventajas de índole económica. Las ferias del libro pueden

⁶⁶ Marsiske, 2013.

⁶⁷ M. Reitz, 2002, p. 87.

ser conceptualizadas de la siguiente manera: “es una exposición comercial, la cual normalmente se celebra de forma anual, en la cual hay editores y distribuidores de libros exhibiendo sus productos en espacios denominados stands los cuales son alquilados con ese fin”.⁶⁸

No obstante, esta no es la única definición. Martínez de Sousa ofrece la siguiente aproximación: “es un mercado que se exponen a la venta libros o derechos de reproducción”.⁶⁹ Dentro de este contexto, se lleva a cabo la venta de unidades de libros, así como la adquisición de obras con el objetivo de iniciar su producción y comercialización.

En la contemporaneidad, el libro ha adquirido un rol de gran relevancia en el ámbito socioeconómico. El hecho de que las ferias del libro sean reconocidas tanto a nivel nacional como internacional facilita la existencia de espacios en los cuales se efectúan múltiples transacciones, con la coexistencia de diversas editoriales y temáticas. Esta congregación, como argumenta Villarino Pardolas, posibilita la difusión de las obras literarias.⁷⁰

En 2010, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) publicaba el documento Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas en el que se refería a ferias y mercados - en relación a sectores de actividad o dominios culturales - como espacios concentradores que reúnen a compradores y vendedores de forma periódica.⁷¹

En la Tabla 1, se muestran los elementos esenciales que el Ministerio de Cultura Perú (2017) considera esenciales para llevar cabo una feria del libro exitosa.

⁶⁸ M. Reitz, 2002, p. 87.

⁶⁹ Martínez de Sousa, 2004.

⁷⁰ Villarino Pardolas, 2018.

⁷¹ Unesco, 2010, p. 119.

Tabla 1. Consejos para participar o al hacer una feria del libro

1. Financiamiento	2. Actividades	3. Invitados
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer alianzas con instituciones públicas y/o privadas. - Buscar ferias cercanas en fechas similares para así sumar esfuerzos y compartir gastos de invitados. 	<ul style="list-style-type: none"> -Organizar actividades en plazas, librerías locales, parques, etc. - Es importante ofrecer actividades para el público infantil en un ambiente lúdico, creativo y divertido. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener a un país como invitado de honor, ya que esto permite posicionarla en el ámbito internacional.
4. Diseño del recinto ferial	5. Difusión y Convocatoria	6. Precios y promociones
<ul style="list-style-type: none"> - Distribuir el espacio de la feria de manera ordenada, con puntos de descanso como cafeterías, kioskos y similares. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener difusión y convocatoria, ya que esto es tan importante como lo anterior. - Atención rápida y efectiva de las consultas del público. Esto es responsabilidad del <i>community manager</i>- 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer precios especiales de acuerdo con algunas fechas importantes del calendario.

Fuente: Gracia Angulo y el Ministerio de Cultura Perú, 2017

En la Figura 6, se muestra el número total de ferias del libro. Esta información fue obtenida a través del Sistema de Información Cultural (SIC) México. En ella, se establece que hay 161 ferias de libro dentro de la República mexicana.⁷²

⁷² Sistema de Información Cultural México, s.f.

Figura 6. Cifras



Fuente: Sistema de Información Cultural México, s.f.

Los datos correspondientes a cada estado se encuentran representados en la Figura 8. Dentro de estas divisiones administrativas, sobresalen Sonora y el Estado de México, al igual que Puebla, las cuales cuentan con 9 ferias respectivamente. Por otro lado, Veracruz presenta un total de 10 ferias, mientras que la Ciudad de México lidera con un total de 52 ferias en su territorio.

De acuerdo con Aguilar, estas son las tres ferias del libro más importantes de la República mexicana:⁷³

1. Feria Internacional del Libro de Guadalajara.
2. Feria Internacional del Libro de Minería.

⁷³ Aguilar, 2016.

3. Feria del Libro Infantil y Juvenil de la Ciudad de México.

Figura 7. Número de ferias del libro



Fuente: Sistema de Información Cultural México, s.f.

1.5 Editoriales alrededor del país

En la Figura 8, es posible observar la cifra que representa la cantidad de editoriales mexicanas. Esta reveladora información es proporcionada por el SIC de México, el cual no solamente brinda la cifra global, sino también desglosa esta información por entidad federativa.

De acuerdo con los datos emanados del SIC México, se constata la presencia de 416 editoriales que contribuyen con la producción de materiales bibliográficos significativos y en una diversidad de formatos.⁷⁴

Figura 8. Cifras



Fuente: Sistema de Información Cultural México, s.f.

El mapa presentado en la Figura 9 ilustra cuáles son las entidades federativas que albergan un mayor número de editoriales. En la cúspide de esta lista se sitúa la Ciudad de México con un total de 301 editoriales; le sigue Jalisco con 21; y en la tercera posición se encuentra el Estado de México, con un total de 20 editoriales. Por otro lado, Baja California Sur, Colima y Tamaulipas son los estados con una menor presencia de industrias editoriales, contando cada uno con una entidad. Es digno de mención que existen regiones como Durango, Guerrero, Hidalgo, Nayarit, Quintana Roo, San Luis Potosí y Tlaxcala, que no cuentan con ninguna editorial establecida.

⁷⁴ Sistema de Información Cultural México, s.f.

A partir de esta información, se puede señalar el caso específico del Estado de Tlaxcala, el cual, a pesar de tener una población total de 1,609,936 habitantes, carece de una industria editorial consolidada, según lo reflejado en la página web.

Figura 9. Editoriales en la República Mexicana



Fuente: Sistema de Información Cultural México, s.f.

Conclusiones del primer capítulo

A lo largo de los siglos, tanto la industria editorial como el proceso de creación de libros han experimentado notables transformaciones. No obstante, a pesar de estos cambios, los libros continúan desempeñando la función esencial de conservar y facilitar el acceso al conocimiento, gracias a su innegable naturaleza física. No obstante, en el siglo pasado ha surgido el libro electrónico y el audiolibro, variantes que abordan los libros desde perspectivas distintas, pero igualmente significativas. Las investigaciones que se han desarrollado en torno a la industria editorial y sus nuevas aportaciones tienen como misión principal salvaguardar el saber humano y permitir el disfrute del material con fines recreativos.

La necesidad de fomentar un hábito de lectura ya sea expandiendo su práctica entre un público más amplio o incentivando a los ya adeptos a ser más asiduos, así como el reconocimiento de la relevancia de nuevos autores —posibilitado gracias a la distribución de sus obras por medio de la industria editorial—, constituyen factores que impulsan la creación de nuevas investigaciones científicas. En esta coyuntura, el bibliotecólogo asume la tarea de evaluar las posibilidades de los libros y de cómo llevarlos al mercado. Sea en calidad de director o distribuidor, los actores de la industria editorial deben comprender tanto el proceso de elaboración de los libros como las características de sus posibles consumidores.

En última instancia, el libro representa la cristalización de la actividad intelectual y comercial, con fines educativos o de entretenimiento. El director de la industria editorial, en colaboración con un equipo de selección crítico, desempeña un rol determinante en la determinación de qué obras merecen ser publicadas, reproducidas y distribuidas.

Referencias

Aguilar C. (2016). *5 ferias del libro en México que debes visitar por lo menos una vez en la vida*. Sección Amarilla Blog. <https://blog.seccionamarilla.com.mx/ferias-del-libro-en-mexico/>

Almuzara Libros. (2021). *La distribución del libro. la figura del distribuidor*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=68MgliB4ldg>

Armenta Tron, J. R. & Juárez Aparicio, G. (2006). *Metodología para el desarrollo de un libro electrónico multimedia*. (Licenciatura en Informática): UNAM, Facultad de Contaduría y Administración, 8 p. <http://132.248.9.195/pd2006/0608298/Index.html>

Ávila Mendoza, R. (1984). *Industria editorial: El grupo de las diez y su relación con las bibliotecas públicas mexicanas*. (Licenciatura en Bibliotecología): UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 4p, 16-17p <http://132.248.9.195/pmig2018/0034376/Index.html>

Bernal Coronel, J. B. (1990). *Control de materias primas en una industria editorial*. (Ingeniero Mecánico Electricista): Universidad Panamericana. Escuela de Ingeniería, 8-9 p <http://132.248.9.195/pmig2017/0165004/Index.html>

Campos Flores, R. A. (2006). *La industria editorial en México: un análisis de las estructuras de mercado en la producción y distribución de libros*. (Licenciatura en Economía): UNAM, Facultad de Economía, 12 p. <http://132.248.9.195/pd2006/0608079/Index.html>

Cevallos Ronquillo, C. & Morán Peña, J. (2017). *El audiolibro como herramienta tecnológica para el aprendizaje de los estudiantes de la carrera de bibliotecología y archivología de la universidad de guayaquil*. Espirales. <https://www.revistaespirales.com/index.php/es/article/view/207/144>

Cobos Flores, A. (2009). *La industria editorial en México frente a las tecnologías de información y comunicación*. (Licenciatura en Bibliotecología y Estudios de la Información). UNAM: Facultad de Filosofía y Letras., 44 p. <http://132.248.9.195/ptd2009/marzo/0641611/Index.html>

Díaz Alaniz, Martha C. (2001). *La Industria editorial mexicana frente a las nuevas tecnologías*. (Licenciatura en Bibliotecología y Estudios de la Información), UNAM, Facultad de Filosofía y Letras., p. 15 <http://132.248.9.195/pd2001/290935/Index.html>

EcuRed. (2017). *Audiolibro*. <https://www.ecured.cu/Audiolibros>

EcuRed. (2019). *Editorial*. <https://www.ecured.cu/index.php?title=Editorial&oldid=3491205>

EcuRed. (2019). *Imprenta*. <https://www.ecured.cu/Imprenta>

Eguaras, M. (2018). *La distribución de libros impresos: el rompecabezas de los autores y los editores*. Consultora Editorial. <https://marianaeguaras.com/la-distribucion-de-libros-impresos-el-rompecabezas-de-los-autores-y-los-editores/>

Fernández de Lara Quesada, H. (1997). *La crisis de la industria editorial mexicana*. (Licenciatura en Comunicación y Periodismo): UNAM, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, 14p., pp. 16-17. <http://132.248.9.195/ppt2002/0249485/Index.html>

García Pérez, J. F. (2006). *La industria editorial, la industria de la información y los derechos de autor: panorama actual y perspectivas*. Facultad de Filosofía y Letras. <http://hdl.handle.net/10391/4725>

García Velasco, M. (2004). *Definición y diagnóstico del sector editorial y propuesta de un servicio de publicaciones para la universidad de pirhua*. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1467/AE_243.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Icazbalceta, J. (1886) *Bibliografía mexicana del siglo XVI ; primera parte : catálogo razonado de libros impresos en México de 1539 a 1600 con biografías de autores y otras ilustraciones, precedido de una noticia acerca de la introducción de la imprenta en México*. México: Librería de Andrade y Morales. <https://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/15357>

González Moreno, R. (2007). *Medio siglo de industria editorial y lectura en México: 1900-1950*. (Maestría en Bibliotecología y Estudios de la Información): UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 33p. <http://132.248.9.195/pd2008/0627925/Index.html>

Hernández Hernández, L. E. (2006). *Del libro impreso al texto electrónico: Relevancia sociocultural de las publicaciones académicas digitales (PADS) para los estudiantes de posgrado de la universidad nacional autónoma México*. (Maestría en Comunicación) UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 86 p. <http://132.248.9.195/pd2006/0606012/Index.html>

Hernández Valencia, I. B. (2002). *Diseño editorial del libro de viaje por la ciudad de Uruapan de Javier Gutiérrez Cendejas*. (Licenciatura en Diseño Gráfico). Universidad Don Vasco (Uruapan, Mich.). 67-89p. <http://132.248.9.195/ppt2002/0302833/Index.html>

Imagen Radio. (2017). *Las ferias del libro más importantes en México, ¡Qué tal Fernanda!*. https://www.youtube.com/watch?v=e_z3WAyJ-6E

La imprenta. (s.f). <https://www.laimprentacg.com/partes-de-un-libro/>

López Escorcía, J. L. (2001). *Propuesta de desarrollo de un libro electrónico para su consulta en internet y en pc.* (Licenciatura en Actuaría): UNAM, Facultad de Ciencias, 13 p. <http://132.248.9.195/pd2001/298737/Index.html>

M. Reitz, J. (2002). *ODLIS: Online dictionary of library and information science. return to western Connecticut state university homepage.* <http://vlado.fmf.uni-lj.si/pub/networks/data/dic/odlis/odlis.pdf>

Martínez de Sousa, J. (2004). *Diccionario de bibliología y ciencias afines.* España: Ediciones Trea.

Marsiske, R. (2013). *Ecós de la primera feria del libro del palacio de minería y el proyecto editorial vasconcelista.* Scielo. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982013000400012&lang=en

Medina Alonso, R. A. X. (2009). *Historia de la industria editorial.* (Licenciatura en Derecho), UNAM, Facultad de Derecho, pp. 58-62. <http://132.248.9.195/ptd2009/septiembre/0649243/Index.html>

Mijangos Luna, F. (1981). *Algunos problemas de la industria editorial del libro: el caso de México.* (Licenciatura en Economía) UNAM: Facultad de Economía. 9 p., 10 p. <http://132.248.9.195/pmig2019/0010360/Index.html>

Ministerio de Cultura Perú. (2017). *¿Cómo hacer una feria del libro?*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UExUciezNyk>

Rosales Sánchez, K. M. (2015). *El book trailer como medio de promoción para el libro impreso primaveral.* (Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual): UNAM, Facultad de Artes y Diseño, 1 p. <http://132.248.9.195/ptd2015/marzo/0726511/Index.html>

Secretaría de Cultura. (2016). *Programa editorial*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cultura/acciones-y-programas/programa-editorial>

Secretaría de Cultura. (s.f). *Distribuidores*. Gobierno de México. <http://pro.librosmexico.mx/inicio/distribuidores>

Sistema de Información Cultural México. (s.f)., *Editoriales en México*. <https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=editorial#>

Sistema de Información Cultural México. (s.f)., *Ferias del libro*. https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=feria_libro

Sotomayor Pineda, E. (1984). *Manual de contabilidad en la industria editorial*. (Licenciatura en Contabilidad): UNAM: Facultad de Contaduría y Administración, 7-13, 32p, 117p. <http://132.248.9.195/pmig2018/0005955/Index.html>

Techleo. (s.f). *El audiolibro o libro hablado: formatos, reproductores, tiendas y producción*. <https://www.techleo.es/el-audiolibro-o-libro-hablado/>

Torres Vargas, G. A. (2015). *El libro digital universitario propuesta de un modelo de negocio*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, 1 p. <http://sistemas.iibi.unam.mx/publica20/resplibros.php?ser=14>

Venegas Vargaz, Abraham. (2016). *Industria editorial, mercado y bibliotecas*. (Licenciatura en Bibliotecología y Estudios de la Información), UNAM, p. 35. <http://132.248.9.195/ptd2016/noviembre/0753533/Index.html>

Villanueva Segovia, Mariana. (2008). *Introducción a la historia del libro infantil ilustrado en occidente. de los manuscritos medievales a la industria editorial*. (Licenciatura en

Diseño y Comunicación Visual), UNAM, Escuela Nacional de Artes Plásticas, p. 25
<http://132.248.9.195/ptd2009/febrero/0639776/Index.html>

Villarino Pardo, M. C. (2018). *Ferias internacionales del libro y la condición de invitado de honor: ¿Un escaparate (también) para la promoción de la lectura en el exterior?*. Scielo. https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2316-40182018000300161&lang=en

Woll, T. (2004). *Editar para ganar: Estrategias de administración editorial*. CONACULTA. <https://books.google.com.mx/books?id=Ntt7lbcNwBUC&printsec=frontcover&dq=isbn:9685374066&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiQm7Ld0OPuAhWJbs0KHUx4CDYQuwUwAHoECAAQBw#v=onepage&q&f=false>

Capítulo II. Estado de Tlaxcala

En el presente capítulo, se abordan el ámbito y las características del "Estado Libre y Soberano de Tlaxcala", así como se analizan los sectores educativo, turístico, económico y político que inciden en la posibilidad de establecer una industria editorial en dicho territorio. Además, se examina la presencia de bibliotecas y los antecedentes de las primeras imprentas. Se busca evaluar la factibilidad de implementar una industria editorial en este contexto tras un periodo de desarrollo socioeconómico, destacando la efectiva gestión política que ha impulsado a Tlaxcala en el panorama regional.

2.1 Extensión geográfica

En primer término, resulta imperativo clarificar que toda la información concerniente a la extensión geográfica de Tlaxcala deriva de dos fuentes fundamentales: los datos proporcionados por el INEGI y las fuentes gubernamentales oficiales, en particular el gobierno estatal. Esta información se erige como un cimiento esencial para la comprensión más profunda de la naturaleza de nuestro objeto de estudio.

El Estado de Tlaxcala, como se ilustra en la Figura 10, constituye el 0.2% del conjunto territorial de México y aloja una población de 1,272,847 habitantes, lo que equivale al 1.1% de la totalidad de la población nacional.

Figura 10. Representación del estado con respecto a la superficie de lo que es el país



Fuente: INEGI, s.f.

El territorio del Estado de Tlaxcala se halla conformado por un total de 60 municipios. Su configuración territorial muestra una predominancia del ámbito urbano en un 80%, mientras que el sector rural ocupa un 20%, contrastando con el panorama nacional que registra un 78% y 22% respectivamente en estos aspectos. En términos educativos, el nivel de escolaridad alcanza un 9.3%, cifra que supera ligeramente el umbral de conclusión de la educación secundaria. Dentro de su población, un segmento correspondiente al 3% se ha identificado como hablantes de una lengua indígena durante un lapso de tres años o más. La actividad económica de mayor envergadura en el estado se vincula con los servicios inmobiliarios y el arrendamiento de bienes muebles. Su contribución al Producto Interno Bruto nacional alcanza un 0.6%.

Figura 11. Datos básicos del lugar

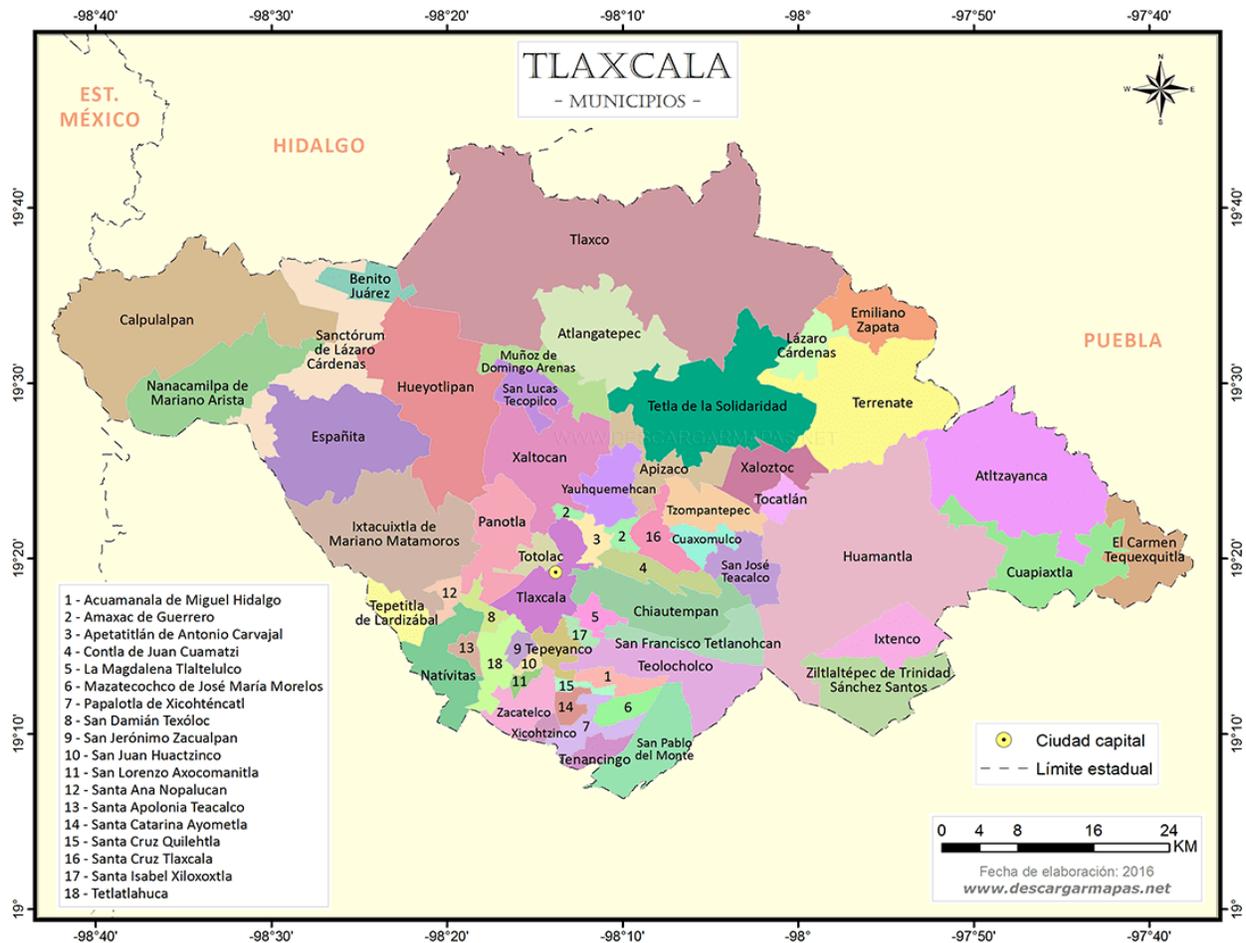


Fuente: INEGI, s.f.

La Figura 12 presenta la representación cartográfica de los 60 municipios que componen el territorio del estado de Tlaxcala. Entre estos, destaca notoriamente Tlaxcala de Xicohtécatl como uno de los municipios más prominentes, ejerciendo además el papel

de núcleo central y capital estatal. Además, es pertinente señalar que este municipio se encuentra en cercanía con Puebla. No obstante, este mismo rasgo geográfico aplica igualmente a los municipios de Calpulalpan, Tlaxco, Apizaco, Huamantla, Chiautempan, Zacatelco y San Pablo del Monte,⁷⁵ todos los cuales ostentan una relevancia equiparable en la configuración del entorno regional.

Figura 12. Datos básicos del lugar



Fuente: Descargarmapas, 2018

Mediante las estadísticas sociales brindadas por el INEGI, se vislumbra la preservación de cuatro lenguas prehispánicas en el seno de la entidad federativa en consideración. Tal discernimiento es discernible a través de la representación proporcionada en la

⁷⁵ Wikipedia, s.f.

Figura 13, la cual detalla que 23,402 individuos hablan náhuatl, 1668 se expresan en totonaco, 594 adoptan el otomí o hñähñu como medio de comunicación, y 227 individuos utilizan lenguas zapotecas. Concomitantemente, es de relevancia destacar que 27,653 hablantes de estas distintas lenguas superan la edad de cinco años, y en adición, únicamente un catorce por ciento de la población total no posee competencia en el uso del idioma español.

Figura 13. Grupo de habla los naturales



Las lenguas indígenas más habladas en el estado de Tlaxcala son:

Lengua Indígena	Número de hablantes (año 2010)
Náhuatl	23 402
Totonaca	1 668
Otomí	594
Lenguas zapotecas	227

Fuente: INEGI, s.f.

En el contexto de la dimensión religiosa, se percibe una marcada predominancia de la religión católica entre los habitantes de Tlaxcala, dado que esta engloba al 91% de la población. Tal fenómeno se encuentra visualmente documentado en la Figura 14, cuya fuente proviene del INEGI.

Figura 14. Religión principal del estado (Catedral y Plaza de la Constitución)

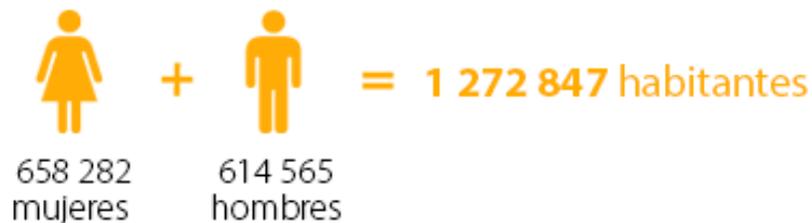


Fuente. INEGI, s.f.

En relación con el aspecto demográfico, Tlaxcala ocupa el vigésimo octavo puesto en lo que concierne a densidad poblacional. En esta región, la población se distribuye con 658,282 mujeres y 614,565 hombres, dando como resultado una población total de 1,272,846 habitantes. Esta información se encuentra presentada de manera gráfica en la Figura 15.

Figura 15. Número de habitantes

En el 2015, en Tlaxcala viven:

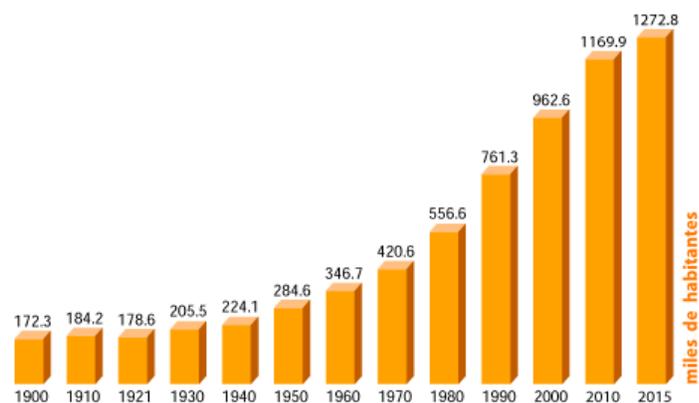


Fuente: INEGI, s.f.

Sin embargo, esta no constituye la totalidad de los aspectos dignos de mención en términos poblacionales con relación al estado. En 1900, la población de dicha entidad ascendía a 1,723,000 habitantes. Sin embargo, en las décadas subsiguientes y hasta el año 2015, se ha evidenciado un crecimiento exponencial de la población, alcanzando en este último año la cifra de 12,728,000 habitantes. Esta cifra contemporánea supera en

menos del 15% a la cantidad total de habitantes registrada en el siglo precedente, en el año 1900.

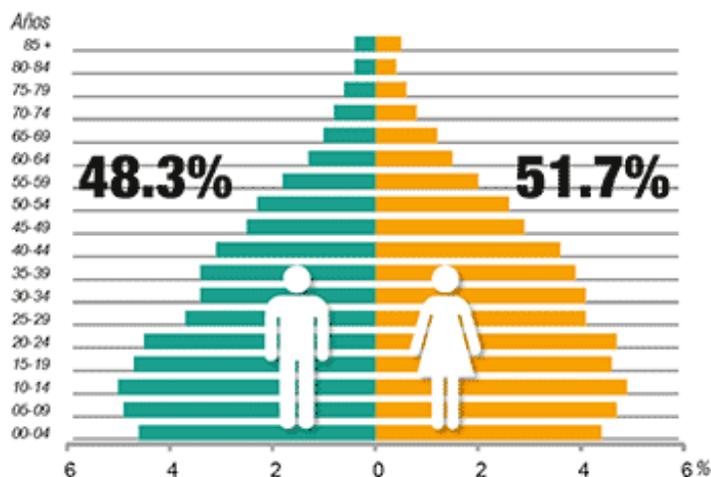
Figura 16. Crecimiento demográfico entre 1900 hasta 2015



Fuente: INEGI, s.f.

La Figura 17 proporciona una visión más detallada con relación a la composición de género de los habitantes del estado, considerando además la variable de edad. Del total de la población masculina, que representa el 48.3%, la mayoría se encuentra dentro del rango de edad de 10 a 14 años. Este mismo patrón es reflejado por el 51.7% de la población femenina. En contraposición, en el caso de los hombres, el grupo de menor edad corresponde al segmento de mayores de 85 años, mientras que, en el caso de las mujeres, el grupo inmediatamente anterior, es decir, el de 80 a 84 años, presenta la menor prevalencia en términos de edad.

Figura 17. Habitantes por edad y sexo



Fuente: INEGI, s.f.

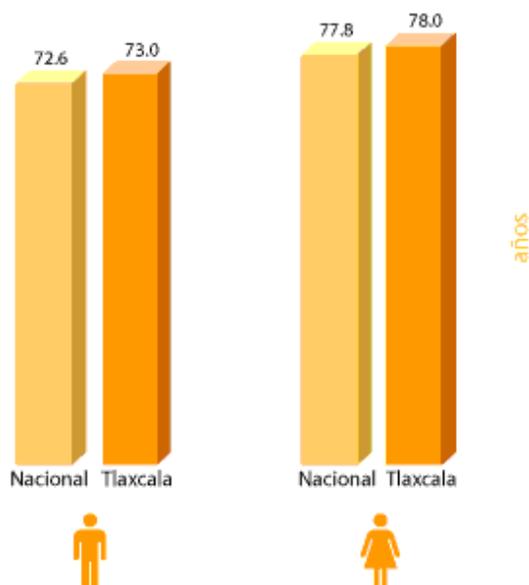
Analfabetismo en el estado

La información proporcionada por el INEGI en este contexto revela que solamente un 6% de los habitantes mayores de 15 años carecen de la habilidad tanto para la lectura como para la escritura.

Por otro lado, las representaciones gráficas contenidas en la Figura 18 arrojan luz sobre el hecho de que las mujeres ostentan una mayor expectativa de vida, llegando a alcanzar los 78 años. En contraste, los hombres presentan una expectativa de vida cinco años menor, situada en 73 años. Es pertinente destacar que estos datos son exclusivamente válidos para el estado de Tlaxcala. A nivel nacional, la expectativa de vida promedio para las mujeres es de 77.8 años, mientras que para los hombres es de 72.6 años. A nivel nacional, la esperanza de vida tiende a ser sistemáticamente mayor en el caso de las mujeres en comparación con los hombres.

Figura 18. Longevidad en Estado de Tlaxcala

Observa la gráfica: las barras amarillas muestran el promedio de esperanza de vida en el 2016, para mujeres y hombres en la República Mexicana, las anaranjadas representan el mismo dato, pero de Tlaxcala.



Fuente: INEGI, s.f.

2.2 Sectores

En los años recientes, la población de Tlaxcala ha experimentado distintos modos de desarrollo, evidenciando avances sustanciales en el ámbito económico. Este impulso ha conllevado beneficios tanto a nivel estatal como nacional, contribuyendo de manera significativa al progreso y prosperidad compartidos.

2.2.1 Sector Educativo

Conforme los estudiantes avanzan en su trayectoria educativa, el desafío de mantenerse en dicho camino se vuelve más complejo. En este contexto, la problemática de la deserción académica adquiere una relevancia notable en el seno de la entidad federativa. Es necesario destacar que un 56.7% de la población mayor de quince años ha concluido

únicamente la educación básica. Por otro lado, un escaso 16.7% de la población ostenta educación superior, mientras que un 22.3% ha alcanzado el nivel de educación media superior.

Figura 19. Educación

En Tlaxcala, el grado **promedio de escolaridad de la población de 15 años y más es de 9.3**, lo que equivale a poco más de secundaria concluida.



A nivel nacional, la población de 15 años y más tiene 9.2 grados de escolaridad en promedio, lo que significa un poco más de la secundaria concluida.



De cada 100 personas de 15 años y más...

- 4.1** no tienen ningún grado de escolaridad.
- 56.7** tienen la educación básica terminada.
- 22.3** finalizaron la educación media superior.
- 16.7** concluyeron la educación superior.
- 0.2** no especificado.

Fuente: INEGI, s.f.

El SIC México registra un total de 39 instituciones de educación superior operativas en el estado. Entre ellas, destacan la Universidad del Altiplano, el Instituto de Estudios Superiores Benito Juárez (IESBJ) en su Plantel Apizaco, la Escuela Superior Lic. Miguel Alemán Valdés de Tlaxcala (ESMAV), el Instituto de Estudios Superiores (ISIMA) en su Plantel Tlaxcala, el Instituto Franciscano de Oriente, el Centro Superior de Estudios Empresariales y de Negocios, así como el Instituto Británico. No obstante, es pertinente resaltar que la institución de mayor relevancia es la Universidad Autónoma de Tlaxcala, seguida por la Universidad Politécnica.⁷⁶

⁷⁶ Sistema de Información Cultural México, s.f.

Universidad Autónoma de Tlaxcala

Situada en la colonia La Loma Xicohténcatl y situada a lo largo de la Avenida Universidad Número 1, esta institución dispone de una amplia oferta educativa que comprende 41 licenciaturas, 38 maestrías, 2 especialidades y 12 doctorados. Además, se enorgullece de albergar 6 centros de investigación y 11 facultades, así como una Unidad Académica Multidisciplinaria.⁷⁷ Estas facultades abarcan diversos campos del conocimiento, incluyendo Agrobiología, Ciencias de la Salud, Odontología, Ciencias Básicas, Ingeniería y Tecnología, Ciencias Económico-Administrativas, Derecho, Ciencias Políticas y Criminología, Trabajo Social, Sociología y Psicología, Ciencias de la Educación, Filosofía y Letras, Ciencias para el Desarrollo Humano, Diseño, Arte y Arquitectura. Adicionalmente, la institución cuenta con una Unidad Académica Multidisciplinaria que se encuentra ubicada en el campus Calpulalpan. A lo largo de los años, esta universidad ha sido merecedora de diversos reconocimientos otorgados por otras instituciones nacionales, incluyendo la COPAES.

Figura 20. Universidad Autónoma de Tlaxcala



Fuente: El Sol de Tlaxcala, 2019.

⁷⁷ UATX, s.f.

Universidad Politécnica de Tlaxcala

La Universidad Politécnica de Tlaxcala (UPTx) se encuentra enfocada en la provisión de una educación de carácter tecnológico y económico, dirigida a la juventud con el propósito de dotarlos de una formación que les capacite para un desempeño eficaz en los diversos contextos laborales.

Figura 21. Universidad Politécnica de Tlaxcala



Fuente: El Sol de Tlaxcala, 2019.

La oferta académica proporcionada por esta institución trasciende lo trivial. Es el fruto de procesos meticulosos de aplicación y acreditación, lo cual ha engendrado programas educativos que fomentan la indagación profesional y facultan un crecimiento sostenible para la región. En esta línea, la oferta abarca dimensiones como el diseño curricular basado en competencias, la investigación aplicada, el desarrollo tecnológico y la promoción de la cultura y el deporte.

Las variadas disciplinas académicas que la Universidad presenta son las siguientes: ingenierías en Mecatrónica, Financiera, Química Industrial, Biotecnología, Tecnologías de la Información y Sistemas Automotrices. Paralelamente, la institución ofrece maestrías en campos como Química, Biotecnología, Manufactura Avanzada, y Automatización y Control.

2.2.2 Sectores turísticos

El turismo desempeña un papel de suma importancia en el tejido económico del estado, siendo un elemento crucial en virtud del significativo valor histórico que caracteriza a distintas zonas dentro de la región, así como de la exquisita belleza que abarca su territorio. Es pertinente destacar que las estructuras piramidales de Teocoque, junto con el conjunto formado por el Convento Franciscano y la Catedral de Nuestra Señora de la Asunción,⁷⁸ ostentan la categoría de Patrimonio de la Humanidad, tal como consta en la información compartida en la Wikipedia. Además, el proceso artesanal para la confección del talavera, que se lleva a cabo en Puebla y Tlaxcala, goza de una relevancia igualmente significativa, siendo equiparado por la UNESCO a la importancia de la cerámica de Talavera de la Reina y El Puente del Arzobispo en España.⁷⁹

En la Figura 22, se exponen una serie de íconos que representan las actividades, lugares turísticos y sitios de interés que los visitantes pueden encontrar en Tlaxcala. Paralelamente, en la Figura 23, se dispone de un mapa elaborado por la Secretaría de Turismo del estado, donde estos íconos se integran en un mapa de la entidad, proporcionando una guía visual para los interesados.⁸⁰

Figura 22. Guías de iconos de la Figura 23



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Tlaxcala, 2019.

⁷⁸ Wikipedia, s.f.

⁷⁹ UNESCO, 2019.

⁸⁰ Secretaría de Turismo del Estado de Tlaxcala, 2019.

Ruta 1: Corazón de la historia

- Tizatlán - Zonas arqueológica
- Totolac - Arte sacro
- Tlaxcala - Arte sacro - Zona metropolitana
- Chiautempan - Zona metropolitana
- Zoológico

Ruta 2: Arqueología y Herencia Ancestral

- Xochitecatl - Zona arqueológica
- Cacaxtla - Zona arqueológica
- Nativitas - Arte sacro
- Texoloc - Arte sacro
- Zacualpan - Arte sacro
- Xiloxotla - Arte sacro
- Acuamanala - Arte sacro
- Zacatelco - Zona metropolitana

Ruta 3: El pulque y las luciérnagas

- Tecoaque - Zona arqueológica
- Calpulapan - Arte sacro - Zona metropolitana
- Españita - Arte sacro
- Huevotlipan - Arte sacro
- Octacuxtla - Arte sacro
- San Bartolomé del monte - Hacienda
- San Cayetano - Haciendas
- Santa Teresa Ixtafiyuca - Hacienda
- San Antonio Techalote - Hacienda
- San Miguel Tepalca - Hacienda

- Eco-Hotel Piedra Canteada - Centros ecoturísticos
- Villas del Bosque - Centros ecoturísticos
- Laguna Azul - Centros ecoturísticos
- Vista Hermosa - Centros ecoturísticos
- Rancho escondido - Centros ecoturísticos
- Cabañas Cristy - Centros ecoturísticos
- Peña Pilares - Centros ecoturísticos
- Campamento esperanza - Centros ecoturísticos

Ruta 4: Haciendas y Ganaderías

- Tlaxco - Arte Sacro - Pueblo mágico
- Yauhquemcan - Arte sacro
- Atlhuetza - Arte sacro
- San José la Laguna - Hacienda - Ganadería
- Tenexac - Hacienda - Ganadería
- Xochuca - Hacienda
- San Buenaventura - Hacienda
- Tepeyololco - Centros ecoturísticos
- Villas Xacalas – Centros ecoturísticos
- Rancholandia - Centros ecoturísticos
- Fuerte Apache - Centros ecoturísticos
- Tierra Verde - Centros ecoturísticos
- Posada Alpina Ingrid - Centros ecoturísticos
- Al Final de la Senda - Centros ecoturísticos
- Estancia Rural “La Paz” - Centros ecoturísticos
- Casa Goyal - Centros ecoturísticos
- San Lorenzo Soltepec - Ganadería
- Atlanca - Ganadería
- Tepetzala - Ganadería
- Rancho Seco - Ganadería

- Piedras Negras - Ganadería
- De Haro - Ganadería
- Coaxamalucan - Ganadería
- García Méndez - Ganadería
- Kartódromo
- Tetla - Zona metropolitana
- Apiazco - Zona metropolitana
- La Peúela - Zona de acampar

Ruta 5: Color y tradición

- Teolocholco - Arte sacro
- Corxomilco - Arte sacro
- Tzompantepec - Arte sacro
- Altazayanca - Arte sacro
- Huamantla - Arte sacro - Pueblo mágico
- Concepción la noria - Hacienda
- San Juan B. Tepeyahualco - Hacienda
- San Diego Baquedano - Hacienda
- San Francisco Tecocac - Hacienda
- Concepción Cerón - Hacienda
- San Diego Xalpatlahuaya - Hacienda
- San Juan Bautista La Campaña - Hacienda
- Santa Barbara - Hacienda
- San Miguel Báez - Hacienda
- Soltepec - Hacienda
- Centro Vacacional IMSS - Centros ecoturísticos
- Mazarraza
- Vuelo en Globo

La Figura 23 presenta un mapa elaborado por la Secretaría de Turismo del Estado de Tlaxcala que ofrece una representación visual de las diferentes rutas trazadas en el territorio, además de indicar las ubicaciones relativas de cada una de ellas. Un recurso cartográfico de esta naturaleza resulta de un valor considerable, ya que permite identificar tanto la naturaleza de las actividades económicas desplegadas en las diversas áreas de la entidad, como también localizar con precisión aquellos puntos de interés que podrían atraer a los visitantes, facilitando así su exploración y disfrute.⁸¹

Figura 23. Directorio Industrial del Estado de Tlaxcala



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Tlaxcala, 2019.

En el portal de recomendaciones turísticas Tripadvisor, se encuentran listas de lugares de interés que ofrecen a los turistas una visión integral de aspectos destacados de las zonas enlistadas. En su sección dedicada a Tlaxcala, el sitio web sugiere los siguientes lugares: Basílica de Nuestra Señora de Ocotlán, Centro Histórico de Tlaxcala, Murales del Palacio de Gobierno, Palacio de Gobierno de Tlaxcala, La Barca de la Fe, Zoológico

⁸¹ Secretaría de Turismo del Estado de Tlaxcala, 2019.

de Altiplano, Catedral de Nuestra Señora de la Asunción de Tlaxcala, Escalinatas De Los Héroes, Paseo en Tranvía y Zona arqueológica Tecoaque.⁸²

Además, las haciendas ocupan un lugar de relevancia en el ámbito turístico, ya que no solo ostentan una rica historia, sino que también sirven como espacios de hospedaje para los visitantes.

2.2.3 Sector Económico

En este apartado, se abordarán aspectos económicos del estado de Tlaxcala. En este sentido, se prestó atención en torno a las actividades económicas desarrolladas dentro del sector mencionado y su crecimiento.

En la sección 2.2.3 correspondiente al Sector Económico, se abordan cuestiones económicas relativas al estado de Tlaxcala. En este contexto, se presta atención a las actividades económicas desplegadas dentro del sector en cuestión y su evolución.

La Figura 24 refleja los distintos niveles de importancia atribuidos a las actividades primarias, secundarias y terciarias. En este sentido, las actividades terciarias contribuyen con el 62.2% del Producto Interno Bruto (PIB) estatal, seguidas por las actividades secundarias con el 34.4%, y las actividades primarias con el 3.3%.

⁸² Tripadvisor, s.f.

Figura 24. Actividades económicas

Sector de actividad económica	Porcentaje de aportación al PIB estatal (año 2016)
Actividades primarias	3.3
Actividades secundarias	34.4
Actividades terciarias	62.2
Total	99.9

Observa la gráfica y compara el porcentaje de aportación al PIB estatal por sector económico:



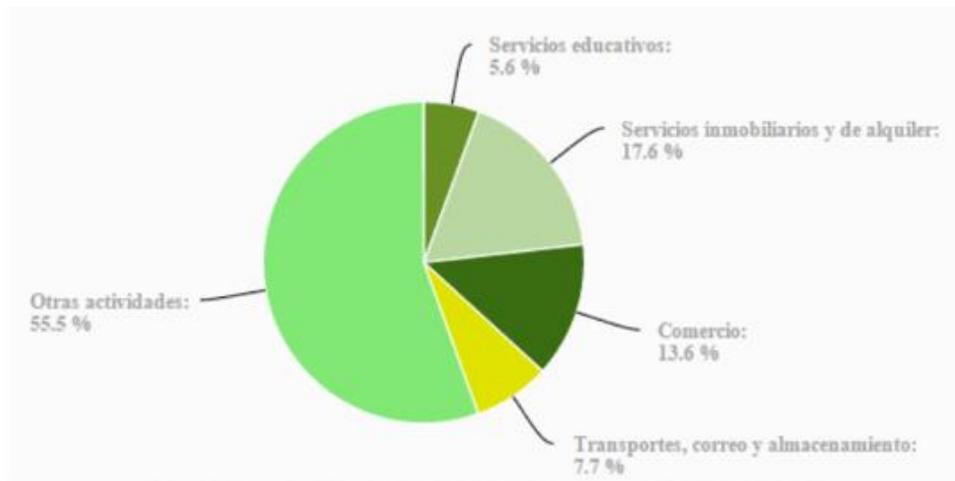
Fuente: INEGI, s.f.

La Figura 25, presentada por la Secretaría de Economía del estado, brinda un análisis de las principales actividades económicas en Tlaxcala. La categoría de "otras actividades" sobresale al representar más del 50% del panorama económico. A continuación, se sitúan los "servicios inmobiliarios y de alquiler" con un 17.6%, seguidos por los "servicios de transportes, correo y almacenamiento" que abarcan el 7.7%. Por último, los "servicios educativos" conforman un 5.5% del espectro.⁸³

Un sector que ostenta un carácter estratégico es el de la manufactura de autopartes textiles y la confección, no obstante, tanto el turismo como la agroindustria también desempeñan papeles significativos dentro de este entorno económico.

⁸³ Secretaría de Economía, s.f.

Figura 25. Principales actividades



Los sectores estratégicos son: autopartes, textil y confección, turismo y agroindustria. Mientras que a futuro se espera que sean: plástico y químicos⁴.

Fuente: Secretaría de Economía. s.f.

La Figura 25 exhibe un gráfico de tipo pastel que detalla las actividades económicas predominantes en la región. En total, se contabilizan 287 actividades que abarcan una gama diversificada de sectores, tales como la industria de construcción, la médica, la química, la automotriz, la textil y del vestido, entre otras. Sin embargo, y a pesar de esta variedad, no se observa ninguna actividad dedicada a labores editoriales entre los datos proporcionados.

Figura 26. Lista que cubre las industrias en la región del Estado de Tlaxcala



DIRECTORIO INDUSTRIAL DEL ESTADO DE TLAXCALA

#	SECTOR	NOMBRE DE LA EMPRESA	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	COMUNIDAD	MUNICIPIO	C.P.	UBICACIÓN INDUSTRIAL	TELEFONOS	PÁGINA WEB	SECTOR	SUBSECTOR	RAMA	SUBRAMA	CLASE DE ACTIVIDAD	PRINCIPALES PRODUCTOS (NOMBRE COMERCIAL)	TAMAÑO DE EMPRESA	
1	INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN	A. PONZANELLI, S.A. DE C.V.	A. PONZANELLI, S.A. DE C.V.	CALLE LOMA BONITA No.12	BARRO TECPA MORALES	LA MAGDALENA TLALTELLCO	90830	CI MALINCHE	2464616998	www.ponzanelli.com	INDUSTRIA MANUFACTURERA	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MINERALES NO METÁLICOS	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS A BASE DE MINERALES NO METÁLICOS	FABRICACIÓN DE EQUIPO NO ELECTRÓNICO Y MATERIAL DESECHABLE DE USO MEDICO, DENTAL Y	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS A BASE DE MINERALES NO METÁLICOS	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE PIEDRAS DE CANTERA	PISO	PEQUEÑA
2	INDUSTRIA MEDICA	ACABADOS GALJA, S.A. DE C.V.	ACABADOS GALJA, S.A. DE C.V.	LOTE 3 MANZANA 3	SANTA ISABEL XILOXOXTLA	SANTA ISABEL XILOXOXTLA	90180	PI XILOXOXTLA	2464616066		INDUSTRIA MANUFACTURERA	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	FABRICACIÓN DE EQUIPO NO ELECTRÓNICO Y MATERIAL DESECHABLE DE USO MEDICO, DENTAL Y	FABRICACIÓN DE MATERIAL DESECHABLE DE USO MEDICO, DENTAL Y	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE USO MEDICO	VENIDAS ENYESADAS, GASAS Y COMPRESAS PARA VIENTRE, TORUNDA DE AL.GOODON	GRANDE	
3	INDUSTRIA QUIMICA	ACABADOS TENNYLON	ACABADOS TENNYLON, S.A. DE C.V.	TEPETZALA Y TENEGAC SIN	TETLA DE LA SOLIDARIDAD	TETLA DE LA SOLIDARIDAD	90434	CIX I	59899915; 9522205	www.tennyton.com	INDUSTRIA MANUFACTURERA	INDUSTRIA QUIMICA	FABRICACIÓN DE RESINAS Y HULES SINTETICOS, Y FIBRAS QUIMICAS	FABRICACIÓN DE FIBRAS QUIMICAS	FABRICACIÓN DE FIBRAS QUIMICAS	TELAS DE POLIAMIDA (NYLON) DE ALTO DESEMPEÑO	MEDIANA	
4	INDUSTRIAS DIVERSAS	ADELA ALVAREZ FLORES	ADELA ALVAREZ FLORES	CALLE MELCHOR OCAMPO No. 26 ALTOS, COL. EL LLANTO	SANTA ANA CHIAUTEMPAN	CHIAUTEMPAN	90804	ZONA URBANA	2464164573		COMERCIO AL POR MAYOR	COMERCIO AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA	COMERCIO AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES DE USO INDUSTRIAL	COMERCIO AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES DE USO INDUSTRIAL	COMBUSTOLEY Y DIESEL	MICRO		
5	INDUSTRIA QUIMICA	ADHESIVOS, S.A. DE C.V.	ADHESIVOS, S.A. DE C.V.	KM. 6.5 CARRETERA FEDERAL SAN MARTIN TLAXCALA	IXTACUXTLA	IXTACUXTLA DE MARIANO MATAMOROS	90120	CI IXTACUXTLA	2484840669		INDUSTRIA MANUFACTURERA	INDUSTRIA QUIMICA	FABRICACIÓN DE PINTURAS, RECUBRIMIENTOS Y ADHESIVOS	FABRICACIÓN DE ADHESIVOS	FABRICACIÓN DE ADHESIVOS	FORMOL, HEXAMINA, RESINAS FENÓLICAS, UREICAS	PEQUEÑA	
6	INDUSTRIA AUTOMOTRIZ	ADIENT	JOHNSON CONTROLS AUTOMOTIVE MEXICO, S.A. DE C.V.	KM. 20 CARRETERA VIA CORTA PUEBLA-SANTA ANA CHIAUTEMPAN	TEOLOCHOLCO	TEOLOCHOLCO	90850	CI MALINCHE	2464650100	www.johnsoncontrols.com	INDUSTRIA MANUFACTURERA	FABRICACIÓN DE EQUIPO DE TRANSPORTE	FABRICACIÓN DE PARTES PARA VEHICULOS	FABRICACIÓN DE ACCESORIOS Y ACCESORIOS	FABRICACIÓN DE ACCESORIOS Y ACCESORIOS	ASIENTOS METÁLICOS	GRANDE	
7	INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN	ADOBLOCK LCH, S.A. DE C.V.	ADOBLOCK LCH, S.A. DE C.V.	CALLE CENTRAL, LOTE 1, MANZANA 3	TLAXCO	TLAXCO	90250	CIX III	2414178770; 2414123060		INDUSTRIA MANUFACTURERA	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MINERALES NO METÁLICOS	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE ARCILLAS Y MINERALES	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE ARCILLA PARA LA	FABRICACIÓN DE LADRILLOS NO REFRACTARIOS	BLOCK ESTRUCTURAL, BLOCK DE TEPETATE, ADOS PIZARRA, BLOCK INDUSTRIAL DE ALTA RESISTENCIA	PEQUEÑA	
8	INDUSTRIA DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACOS	AGROMAS - GRUPO GRUMA DIVISION AB	PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES AZTECA, S.A. DE C.V.	CARRETERA APIZACO-HUAMANTLA KM. 127	XALOZTOC	XALOZTOC	90460	CI XALOZTOC	2414131814	www.gruma.com	INDUSTRIA MANUFACTURERA	INDUSTRIA ALIMENTARIA	ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PARA ANIMALES	ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PARA ANIMALES	ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PROCESADOS PARA ANIMALES.	ALIMENTOS PROCESADOS PARA AVES, BOVINOS, PORCINOS Y OTROS ANIMALES.	PEQUEÑA	
9	INDUSTRIA DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACOS	ALIMENTOS TEXO, S.A. DE C.V. / MALTA CLEYTON	ALIMENTOS TEXO, S.A. DE C.V.	AV. TLAXCALA SUR No.75	PANZACOLA	PAPALOTLA DE XICOHTECATL	90796	CI PANZACOLA	2223093200	www.maltacleyton.com.mx	INDUSTRIA MANUFACTURERA	INDUSTRIA ALIMENTARIA	ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PARA ANIMALES	ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PARA ANIMALES	ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PARA ANIMALES	ALIMENTOS PROCESADOS PARA AVES, BOVINOS, PORCINOS Y OTROS ANIMALES.	MEDIANA	
10	INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN	ALPHA CERÁMICA, S.A.P.I. DE C.V.	ALPHA CERÁMICA, S.A.P.I. DE C.V.	KM. 14.8 CARRETERA VIA CORTA PUEBLA-SANTA ANA SIN	SAN COSME MAZATECOCHCO	MAZATECOCHCO DE JOSE MARIA MORELOS	90870	CI MALINCHE	2222630230;	www.alphaceramica.com.mx	INDUSTRIA MANUFACTURERA	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MINERALES NO METÁLICOS	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE MINERALES NO METÁLICOS	FABRICACIÓN DE ARTICULOS DE ALFARERIA.	FABRICACIÓN DE MUEBLES DE BAÑO	TAZA, TANQUE, LAVABO Y PEDESTAL.	MEDIANA	
	INDUSTRIA TEXTIL Y DEL	ALTEC MANUFACTURAS, S.A. DE C.V.	ALTEC MANUFACTURAS, S.A. DE C.V.	PRIVADA RAMÓN SALDANA No. 16, COL.	SANTA ANA CHIAUTEMPAN	CHIAUTEMPAN	90800	ZONA URBANA	2464645864		INDUSTRIA MANUFACTURERA	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE CONFECCIÓN	CONFECCIÓN DE PRENDAS DE CONFECCIÓN	CONFECCIÓN EN SERIE DE OTRA ROPA.	ROPA DE NIÑA	MEDIANA		

Fuente: SEDECO, 2018.

Hacia finales de la década pasada, la economía de Tlaxcala experimentó un crecimiento gradual. En un video en el que figura el Secretario General del Comité Central de la Confederación Regional Obrera Mexicana, según información proporcionada por González Guzmán del Sistema de Noticias Tlaxcala, el funcionario enfatizó que Tlaxcala se contaba entre los estados con una tasa de desempleo más baja, un hecho que refuerza la noción de que se están implementando iniciativas en beneficio de la clase trabajadora en el estado.⁸⁴ Además, existe un cierto grado de transparencia en este aspecto, con información sobre estas industrias accesible en sitios web públicos.

A comienzos del año anterior, el canal de YouTube del Sistema de Noticias Tlaxcala destacó que “Tlaxcala mantiene su tasa de crecimiento. En el tercer trimestre de 2019,

⁸⁴ Sistema de Noticias Tlaxcala, 2017.

fue el estado con mayor crecimiento en su actividad económica, con el 14.2%, muy por encima de las demás entidades. Así lo muestran los resultados del indicador trimestral de la actividad estatal, el cual es dado a conocer por el Instituto de Estadística y Geografía”. Así pues, durante los dos años anteriores, la economía del estado había experimentado mejoras notables.⁸⁵

Con relación al desarrollo económico estatal, una publicación en El Economista menciona: “Tlaxcala es el único estado del país sin deuda pública y es primer lugar nacional en crecimiento económico en los últimos dos años (tasa promedio de 4% anual)”.⁸⁶ En consecuencia, Tlaxcala se encuentra en una posición económica que le brinda la capacidad de albergar diversas industrias en su territorio.

En el transcurso de la administración de Marco Antonio Rodríguez Mena, el gobierno ha logrado establecer acuerdos favorables con diferentes sectores laborales. En una entrevista con El Economista (2020), el gobernador afirmó que.

Hemos tenido en los últimos tres años inversiones históricas por un monto de más de 1,400 millones de dólares, la inversión proviene de más de 20 países. La inversión que hemos recibido nos ha llevado a tener los niveles de empleo formal más altos. Fuimos el primer estado en crecimiento económico el año pasado y en empleo formal, manifestó.⁸⁷

En cuanto a los eventos de la pandemia de ocurrida durante 2021, en El Economista se lee lo siguiente en relación con la administración del dinero y a la idea de dirigir y explorar nuevas rutas:

Mena Rodríguez puntualizó que este año ha sido difícil por el Covid-19 y el retraso de los recursos federales, aunque la entidad descartó adquirir deuda pese a este

⁸⁵ Sistema de Noticias Tlaxcala, 2020.

⁸⁶ El Economista, 2020.

⁸⁷ El Economista, 2020.

panorama, debido a los trabajos que se hicieron en años anteriores para tener una economía fuerte, donde se invirtió en obra pública y se crearon facilidades para la atracción de inversiones.⁸⁸

A la luz de lo expuesto, es posible deducir que, a pesar de los obstáculos enfrentados, el estado de Tlaxcala ha demostrado una habilidad notable para enfrentarlos. En referencia a los principios rectores que guían su enfoque, el líder gubernamental enfatiza: “nuestra discusión si bien es importante e interesante, debe concentrarse en el gasto público y diseño de presupuesto. Centrarnos en cómo gastamos mejor, que beneficie a la gente”.⁸⁹

2.2.4 Sector Político

Otro ámbito de suma importancia a considerar es el sector político, ya que es en esta esfera donde se adoptan las decisiones que guiarán el rumbo del estado, lo que resultará determinante para su desarrollo.

La tabla subsiguiente, extraída de Wikipedia, presenta información relevante acerca de Marco Antonio Mena Rodríguez, quien ejerce como gobernador por el Partido Revolucionario Institucional (PRI). En el ámbito del Congreso de la Unión, Tlaxcala cuenta con tres senadores: José Antonio Álvarez Lima y Ana Lilia Rivera Rivera, ambos de MORENA, y Minerva Hernández Ramos del PAN.⁹⁰ Asimismo, está acompañado de tres diputados (José de la luz Sosa Salinas, Rubén Terán y Claudia Pérez Rodríguez, adscritos a MORENA, y Juan Corral Mier, el cual forma parte de las filas del PAN).

⁸⁸ El Economista, 2020.

⁸⁹ El Economista, 2020.

⁹⁰ Wikipedia, s.f.

Figura 27. Sector político actualmente en Estado de Tlaxcala

Gobernador	 Marco Antonio Mena Rodríguez (ver)
Representación en el Congreso de la Unión	3 senadores [ocultar] <ul style="list-style-type: none">•  José Antonio Álvarez Lima•  Ana Lilia Rivera Rivera•  Minerva Hernández Ramos (ver)
	4 diputados [ocultar] <ul style="list-style-type: none">•  Jose de la Luz Sosa Salinas (MR)•  Rubén Terán Águila (MR)•  Claudia Pérez Rodríguez (MR)•  Juan Corral Mier (RP) (ver) (ver)

Fuente: Wikipedia, s.f.

2.4 Bibliotecas

La presencia de bibliotecas en el estado reviste una importancia capital en el ámbito cultural, al resguardar una variada gama de literatura que contribuye al enriquecimiento formativo del usuario. Las bibliotecas, en un contexto histórico, han influido en la educación de generaciones anteriores, que a su vez han desempeñado un papel en el progreso económico del territorio.

De acuerdo con el SIC (s.f), se registra un total de 140 bibliotecas en la demarcación, algunas de las cuales son retratadas y ubicadas en el directorio. Algunos ejemplos de estas bibliotecas enumeradas por el Sistema son las siguientes: Biblioteca de Amamax de Guerrero, Miguel N. Lira, Biblioteca Pública Pedro Morales, Santo Toribio Xicohtzinco, Biblioteca Presidencia Municipal Teolocholco Gobierno, Biblioteca de Zumpango,

Biblioteca de San Cosme Mazatecochco, Biblioteca de San Rafael Tenanyecac, Biblioteca de San Andrés Cuamilpa y Biblioteca de San Buenaventura Atempan.⁹¹

2.5 Antecedentes

En esta última sección del segundo capítulo, se busca lograr una comprensión en términos históricos de las características que definen al estado objeto de nuestro estudio. Esta perspectiva histórica nos permite captar los antecedentes que han contribuido a su situación actual.

Con la introducción de las imprentas en lugares específicos de la nación, gradualmente estas tecnologías comenzaron a extenderse hacia otras regiones, incluyendo finalmente al estado de Tlaxcala. Al respecto, Vigil Batista ofrece la siguiente observación: “Varios talleres funcionaron como editores impresores y algunos también como libreros debido a que comerciaban con todo tipo de libros”.⁹² En relación con la llegada de las imprentas, los registros indican el siguiente orden: Tlaxcala (1855); Tetla (1867); Apizaco (1885) y Calpulalpan (1890).⁹³

No obstante, si observamos con detenimiento, la primera referencia data de 1855, aunque Vigil Batista matiza esta afirmación al señalar: dice: “Breve pero detallado estudio sobre la historia de la imprenta en el estado de Tlaxcala, que data del año 1855, según el autor. Para otros investigadores, la fecha de la introducción de la imprenta en esta entidad federativa fue anterior a dicho año”.⁹⁴ La obra referida es, pues “Apuntes para la historia de la imprenta en el Estado de Tlaxcala” de Roberto Ramos.

⁹¹ Sistema de Información Cultural, s.f.

⁹² Vigil Batista, 1998, p. 174.

⁹³ Vigil Batista, 1998, p. 175.

⁹⁴ Vigil Batista, 1998, p. 288.

Durante los albores de la imprenta en nuestro país, la actividad inicial se centraba en la reproducción de libros previamente escritos por autores de otras regiones o países. En otras palabras, se limitaba a la duplicación de materiales existentes, en lugar de generar nuevas obras originales. Sin embargo, a medida que la educación cobró impulso, también se consolidó la oferta de creaciones literarias locales.

Conclusiones del segundo capítulo

A través de la recopilación de datos provenientes de diversas fuentes web, y tras presentarlos de manera sintética en esta investigación, se ha logrado obtener una panorámica integral de diversos aspectos que caracterizan al estado en cuestión. Se han abordado áreas educativas, turísticas (analizando cómo la riqueza cultural de la región influye en el turismo), y económicas, siendo esta última evaluada con el objetivo de determinar la viabilidad de establecer una industria editorial en la entidad. Además, se ha examinado el ámbito político, responsable de la distribución de bienes públicos, así como la presencia y función crucial de las bibliotecas en la educación de la población. Se ha profundizado también en los antecedentes históricos de la industria editorial, aunque se destaca la limitada información disponible acerca de los lugares donde surgieron las imprentas. Estos aspectos han sido de especial relevancia para comprender la realidad del estado de Tlaxcala.

Entre las principales fuentes que han enriquecido nuestro conocimiento sobre la actividad económica estatal, se destacan el Sistema de Noticias Tlaxcala y el periódico El Economista. Este último ha brindado citas e información directa del gobernador de Tlaxcala, Marco Antonio Rodríguez Mena, cuyas declaraciones resaltan la eficiencia y la colaboración de los ciudadanos en armonía con su entorno geográfico. Asimismo, se ha subrayado la trascendencia histórica del estado, arraigada en sus raíces culturales como los pueblos indígenas, idiomas y formas únicas de concebir el mundo. En lo que respecta al ámbito económico, se destaca la gestión eficiente de los recursos que ha impulsado el desarrollo del estado, lo que lo posiciona como un lugar propicio para la instalación de la industria editorial.

Referencias

Descargarmapas.net. (2018). *Mapa de municipios de Tlaxcala*.
<https://descargarmapas.net/mexico/tlaxcala/mapa-estado-tlaxcala-municipios>

El Economista. (2020). *Crecimiento económico sin endeudamiento, el gran logro de Tlaxcala*.
<https://www.economista.com.mx/estados/Crecimiento-economico-sin-endeudamiento-el-gran-logro-de-Tlaxcala-20201025-0068.html>

El Sol de Tlaxcala. (2019). *Brinda uatx encuentro de biotecnología*.
<https://www.elsoldetlaxcala.com.mx/local/brinda-uatx-encuentro-de-biotecnologia-4535426.html>

El sol de Tlaxcala. (2020). *Presenta uptx convocatoria de inscripción 2020*.
<https://www.elsoldetlaxcala.com.mx/local/presenta-uptx-convocatoria-de-inscripcion-2020-4831340.html>

Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México. (s.f). *Tlaxcala*.
<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM29tlaxcala/municipios/29033a.html>

Estado de Tlaxcala. (s.f). *Historia*. <https://www.tlaxcala.gob.mx/index.php/historia-sp-14097>

Hacienda Tenexac. (2015). *Index*. <http://www.haciendatenexac.com/>

INEGI. (s.f). *Resumen*. <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/>

INEGI. (s.f). *Superficie*.
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/territorio/default.aspx?tema=me&e=29>

INEGI. (s.f). *Número de habitantes.*

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/poblacion/default.aspx?tema=me&e=29>

INEGI. (s.f). *Dinámica: Crecimiento.*

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/poblacion/dinamica.aspx>

INEGI. (s.f). *Educación.*

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/poblacion/educacion.aspx>

INEGI. (s.f). *Diversidad.*

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/poblacion/diversidad.aspx>

Rosas Xelhuantzi, T. (2008). *Descolonizar el pueblo: cuestionamientos al eurocentrismo desde la perspectiva náhuatl.* (Doctorado en Estudios Latinoamericanos): UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 33p.

Secretaría de Economía. (s.f). *Información económica y estatal Tlaxcala.*

<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/43814/Tlaxcala.pdf>

Secretaría de Economía. (2020). *Principales cifras del sistema educativo nacional 2019-2020.*

https://www.planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2019_2020_bolsillo.pdf

Secretaría de Turismo del Estado de Tlaxcala. (2019). *Tlaxcala seguro estarás feliz.*

<http://www.visitatlaxcala.com.mx/>

SEDECO. (2018). *Directorio industrial del estado de Tlaxcala.*

https://www.sedecotlaxcala.gob.mx/images/directorio_industria_enero2018.pdf

Sistema de Información Cultural México. (s.f). *Universidades en Tlaxcala*: 39. Gobierno de México.

https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=universidad&estado_id=29&municipio_id=-1

Sistema de Información Cultural. (s.f). *Bibliotecas DGB en Tlaxcala*: 140. Gobierno de México.

https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=biblioteca&estado_id=29&municipio_id=-1

Sistema de Noticias Tlaxcala. (2017). *Economía en Tlaxcala está consolidándose y creciendo*: Marco mena. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=VqN-OJo9n4I>

Sistema de Noticias Tlaxcala. (2020). *Tlaxcala, primer lugar en crecimiento económico del país*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HmrCnlllvIk>

TripAdvisor. (s.f). *Atracciones en Tlaxcala*. https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g499425-Activities-Tlaxcala_Central_Mexico_and_Gulf_Coast.html

UATX. (s.f). *Historia*.

<https://uatx.mx/universidad/historia>

UATX. (s.f). *Oferta de licenciaturas*. <https://uatx.mx/oferta/licenciaturas/>

UNESCO. (2019). *Procesos artesanales para la elaboración de la talavera de Puebla y Tlaxcala (México) y de la cerámica de talavera de la reina y el puente del arzobispo (España)*. <https://ich.unesco.org/es/RL/fabricacion-artesanal-de-ceramica-de-estilo-talaverano-en-puebla-y-tlaxcala-mexico-y-en-talavera-de-la-reina-y-el-puente-del-arzobispo-espana-01462?RL=01462>

Universidad Politécnica de Tlaxcala. (s.f). *Index*. <http://uptlax.edu.mx/>

Universidad Politécnica de Tlaxcala. (s.f). *Nosotros*. http://uptlax.edu.mx/?page_id=5

Vigil Batista, A. (1998). *Bibliografía de la imprenta en México: 1855-1910 (Fondos de la Biblioteca Nacional de México)*.

<http://publicaciones.iib.unam.mx/index.php/boletin/article/viewFile/624/613>

Wikipedia (s.f). *Anexo: Localidades de Tlaxcala por población.*

<https://es.wikipedia.org/wiki/Tlaxcala>

Wikipedia. (s.f). *Anexo: Patrimonio de la humanidad en México.*

[https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Patrimonio de la Humanidad en M%C3%A9xico](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Patrimonio_de_la_Humanidad_en_M%C3%A9xico)

Wikipedia (s.f). *Tlaxcala.* <https://es.wikipedia.org/wiki/Tlaxcala>

Capítulo III. Industria Editorial en Tlaxcala

En este último capítulo, se presenta una evaluación de la viabilidad de establecer una editorial en el estado de Tlaxcala. Para esta consideración, se partirá del punto 1.5 del primer capítulo, titulado "Editoriales alrededor del país", donde se expuso que la infraestructura de la industria editorial en la entidad es incipiente, caracterizada por la presencia limitada de imprentas en el siglo XIX, aunque se admitió la carencia de suficiente bibliografía al respecto. No obstante, se enfatizará la relevancia de la introducción de una industria editorial en este sector. En este capítulo, el libro "Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa" desempeñará un papel crucial al considerar aspectos como el progreso social, político y económico presentes en la región.

3.1 Importancia para establecer una industria editorial en Tlaxcala

A nivel nacional, la industria editorial ha experimentado un crecimiento constante, desempeñando un papel crucial en la estructura de los diversos sectores que conforman la nación. En la actualidad, la producción de libros no se limita únicamente al español. Un ejemplo elocuente de esto se encuentra en el "Catálogo de libros de texto gratuitos de educación indígena" que presenta publicaciones auspiciadas por el Gobierno de México. Estos libros de texto, específicamente diseñados y redactados para atender a las necesidades de los pueblos originarios, como se evidencia en la Figura 13, incorporan variantes regionales que brindan información complementaria adaptada a las particularidades propias de cada pueblo o región. Estas medidas respaldan la preservación de la diversidad cultural, permitiendo así que los contenidos estén contextualizados y enriquecidos por la lengua correspondiente a la zona de estudio, en consonancia con el carácter multicultural de México.

Ernesto Piedras, un experto en economía, enfatiza que “en nuestro país la industria editorial es el segundo rubro más importante en exportaciones de productos creativos”. Este economista añadió, además, que “si bien estudios demuestran la importancia del impacto de la industria editorial desde la perspectiva de la oferta, destaca también la necesidad de realizar análisis detallados sobre el aprovechamiento de este sector creativo en el lado de la demanda”.⁹⁵ La evolución de la industria editorial se manifiesta de manera diversa según su localización, especialmente si se atiende a los planteamientos de la Secretaría de Cultura en esta materia.⁹⁶

México es uno de los 20 principales exportadores de productos creativos. De acuerdo con cifras de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el comercio internacional de productos editoriales y medios impresos equivale a 43.1 mil millones de dólares, es decir, 9.8 por ciento del total de las exportaciones de productos creativos.

La biblioteca, como un santuario del conocimiento con sus ricas colecciones, tiene el poder de empoderar a las personas al consolidar su pensamiento crítico, enriquecer su formación académica y complementar diversas facetas de sus vidas. Cada libro representa un depositario de información valiosa, y la biblioteca se erige como un espacio que propicia la concentración y la inmersión del usuario en el aprendizaje. En consonancia con esta idea, Piedras sostiene que “la lectura representa un factor de desarrollo humano, creativo y cultural, e incluso un pilar de desarrollo económico integral”.⁹⁷ Debido a que el país puede ir creciendo conforme al paso del tiempo, esto puede incrementar tanto la creatividad del usuario como su calidad de vida: “El trasfondo de esto recae en la capacidad de difundir y plasmar una vasta diversidad de contenidos que permiten generar experiencias, tanto recreativas como productivas, y fundamentar una formación humana y académica de alto nivel”.⁹⁸

⁹⁵ Secretaría de Cultura, 2015.

⁹⁶ Secretaría de Cultura, 2015.

⁹⁷ Secretaría de Cultura, 2015.

⁹⁸ Secretaría de Cultura, 2015.

A pesar de la manera en que la práctica ha sido establecida en México, resulta imperativo fomentar la elevación del hábito de la lectura, así como propiciar un incremento en el interés hacia la misma. El profesional en bibliotecología, mediante disciplinas como la Bibliotecología Social o los Estudios sobre Lectura, Lectores y Bibliotecas, tiene la capacidad de elevar su nivel de competencia en lectura.

Recientemente fueron difundidos los resultados de la Encuesta Nacional de Lectura y Escritura del Conaculta los cuales revelaron que los y las mexicanas leen en promedio 5.3 libros al año. “La publicación de datos en las encuestas es una invitación a analizar si efectivamente existe en México una relación entre ingreso del hogar y hábitos de lectura, ya que leer no es factor únicamente económico, sino que es sobre todo cuestión de hábitos”, concluyó.⁹⁹

Aunque se han implementado diversas estrategias para promover la lectura en el país, resulta especialmente fundamental enfocarse en una etapa crucial: los primeros años de escolaridad. Esta perspectiva es compartida por Piedras, quien sostiene que dirigir los esfuerzos en esta fase podría generar un cambio significativo. No obstante, también es imperativo asegurar la disponibilidad de materiales adecuados para los niños en las bibliotecas.

La transición que experimentaron todas las profesiones al integrar la tecnología desempeñó un papel crucial en su evolución, especialmente en las áreas urbanas. Al respecto, Garduño comenta lo siguiente:

La demanda de contenidos digitales ha provocado un cambio no sólo tecnológico, sino cultural y de hábitos de lectura. Las industrias culturales y de esparcimiento son parte estratégica de las economías, y México no es la excepción al generar recursos y cientos de empleos directos e indirectos que mueven a toda una

⁹⁹ Secretaría de Cultura, 2015.

cadena industrial a una tarea que alimenta el espíritu y provee conocimiento a la población.¹⁰⁰

El ser humano posee la facultad de adquirir conocimiento a través de recursos bibliográficos. En este contexto, la industria editorial brinda diversas alternativas para que el lector pueda elegir aquellos títulos que despierten su interés. Además, existe una amplia gama de formatos entre los cuales puede optar al realizar su adquisición. En consonancia con lo expresado por Garduño:

Las industrias culturales y, sobre todo, la industria editorial, es una industria fundamental que refleja el avance de la sociedad en cuanto a cultura y educación. Junto con las autoridades, por medio de ferias, actividades académicas, premios, reconocimientos y campañas de fomento de la lectura, se busca que la industria editorial crezca, con la finalidad de propiciar una población lectora, educada, que cuestione y tome decisiones en su día a día.¹⁰¹

La forma en que el usuario accede a los materiales bibliográficos ha experimentado una notable simplificación, y los diversos formatos disponibles son ahora más accesibles y su adquisición se ha vuelto más expedita. En este contexto, cobra relevancia la función de las librerías, ya que, según la perspectiva de Garduño:

Es el punto de venta que prefiere el lector para adquirir libros, es su canal natural de comercialización. Es decir, el negocio del libro tiene en la librería la punta de la lanza de la venta de contenidos. Las librerías, igual que las bibliotecas, son el punto de encuentro entre los autores y los lectores, y son el espacio necesario para provocar el diálogo, la reflexión, el compartir.¹⁰²

¹⁰⁰ Garduño, J., 2018.

¹⁰¹ Garduño, J., 2018.

¹⁰² Garduño, J., 2018.

Como se hizo mención previamente, el factor político reviste una importancia crucial en el desenvolvimiento de cualquier entorno. En consecuencia, reviste una significativa relevancia que los líderes gubernamentales establezcan políticas capaces de orientar positivamente al conjunto de la población, propiciando así el desarrollo de diversos sectores. La apreciación de Garduño en relación con este tema es la siguiente:

Sabemos que la cuarta transformación del país no es posible sin políticas públicas que impulsen verdaderamente al libro, la creación de más y mejores librerías, así como el derecho de publicación y difusión de las ideas, de todo tipo de ideas, porque lo que hace grande a una nación es su pluralidad, así como la madurez política de sus gobernantes.¹⁰³

Con el propósito de establecer una base de datos que facilite la interconexión entre diversas esferas de la industria editorial, ha sido concebido Metabooks, un proyecto que busca catalogar tanto la información concerniente a las editoriales como los detalles relativos a las publicaciones. En relación con esta iniciativa, el medio Porvenir.mx sostiene que Metabooks “es una plataforma que conecta a los editores con los distribuidores y libreros para traer innovación del exterior; conversar e interactuar con el mundo editorial mexicano”.¹⁰⁴

Boix García es la persona que está detrás de tan importante iniciativa. Considera, pues, que la industria editorial puede hacer uso del Big Data y otros aspectos tecnológicos para atender la necesidad de información sobre las editoriales y sus productos. De acuerdo con El Porvenir.mx, esto permitiría, pues, que la industria editorial crezca, ya que haría que todos los libros sean accesibles para quien los busque “de esta manera nos facilitamos la vida” porque no hay necesidad de estar capturando información “y la gente se puede dedicar a otros trabajos que serían más propios del editor y las librerías”.¹⁰⁵

¹⁰³ Garduño, J., 2018.

¹⁰⁴ El Porvenir.mx, 2020.

¹⁰⁵ El Porvenir.mx, 2020.

Si se pretende identificar un material en esta base de datos, resulta esencial contar con información adicional al título, la cual el usuario debe tener previamente. Agrega El Porvenir.mx que de acuerdo a su experiencia, “cuantos más metadatos sobre un libro estén publicados en cualquier tipo de plataforma, mejor suelen ser sus ventas; eso lo han comprobado distintas empresas”.¹⁰⁶

Para que una base de datos de esta naturaleza entre en funcionamiento, resulta imperativo contar con la colaboración de destacados actores de la industria. En este contexto, se debe contemplar la participación de cada una de las editoriales que forman parte de las ferias del libro, en aras de llevar a cabo el proceso correspondiente. Al respecto, El Porvenir.mx comenta lo siguiente:

Para lograr una base de datos extensa y útil, actualmente está trabajando con la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), “de hecho tenemos oficina dentro de su sede”; también están uniendo a distintas librerías, “tenemos a librerías como El Sótano, se acaba de firmar con Ghandi y estamos en conversaciones con otras librerías y editores”.¹⁰⁷

La creación de una base de datos amplia y rica en contenido, que aglutine tal información, conferiría beneficios sustanciales a la población mexicana y a su práctica de lectura, dado que posibilitaría una mayor eficacia en las búsquedas bibliográficas y facilitaría la localización de materiales relacionados con los temas de interés. En relación con este asunto, en El Porvenir.mx se menciona lo siguiente en referencia a las metodologías para administrar la información:

En Alemania, la realización de bases de datos completas y basar estrategias de mercado y catálogo a partir de éstas es un proyecto que tiene décadas en dicho país, “empezó por catálogos impresos que ocupaban todos los que vendían libros

¹⁰⁶ El Porvenir.mx, 2020.

¹⁰⁷ El Porvenir.mx, 2020.

porque la industria editorial alemana es enorme, hay muchísimas más librerías que aquí".¹⁰⁸

Las plataformas de las editoriales no deben restringirse únicamente a recopilar información sobre los productos, sino que también tienen la capacidad de alojar los propios productos para que los usuarios puedan adquirirlos. Además, plataformas de difusión de este tipo resultan provechosas y son actualmente empleadas por destacadas ferias del libro, como las de la Ciudad de México y Guadalajara. Sin embargo, es importante subrayar que estas requieren una administración adecuada para lograr su eficacia. Al respecto, El Porvenir.mx proporciona la siguiente información:

Menciona que ya ha habido casos donde las editoriales “han creado sus propias plataformas para libros audio editados; así han visto qué libros se han vendido y después los han publicado en una editorial, son cosas que ya están pasando”. Está a favor de que se abran este tipo de sistemas “para dejar entrar a los autores que se autopublican, así tendrán una oportunidad de encontrar a su propia audiencia”.¹⁰⁹

3.2 Metodología

Con el propósito de establecer un rumbo para la creación de una industria editorial, se empleará el libro "Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa", elaborado por Laura Huamán Pulgar-Vidal y Franklin Ríos Ramos. En esta obra, los autores presentan información acerca del desarrollo empresarial que resulta aplicable al ámbito editorial, y por ende, puede aportar a la eficacia de la empresa en cuestión.

¹⁰⁸ El Porvenir.mx, 2020.

¹⁰⁹ El Porvenir.mx, 2020.

Este texto detalla gradualmente los fundamentos requeridos para emprender en la comercialización de libros, abarcando no solo los ejemplares físicos, sino también sus variados formatos. En tal contexto, se analiza el caso de una editorial que no siguió el proceso al pie de la letra, ya que se adaptó durante su desarrollo para adecuarse a las circunstancias. Esta editorial estaría situada en Tlaxcala de Xicohtécatl.

Cuando varias editoriales comparten un mismo enclave geográfico, se originan diversas estrategias de ventas, creando un ambiente competitivo entre ellas, lo cual en última instancia puede desembocar en el predominio de una sobre las demás. Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos expresan lo siguiente al respecto: “Una organización es competitiva cuando tiene un desempeño superior con respecto al de sus competidores en aspectos como calidad, precios, servicios, innovación, respuestas rápidas, etcétera, que son percibidos por sus clientes, pues ha desarrollado ventajas competitivas que, en consecuencia, generan mejores resultados”.¹¹⁰ Por ende, aquellos que estén por emprender un negocio deben contemplar el entorno circundante, incluyendo otros estados, para examinar los factores que han propiciado que otros casos de éxito operen de manera óptima.

En la Figura 22, se ilustra el ciclo proveedores-clientes-retroalimentación. Con respecto a estos elementos, es esencial no perderlos de vista al buscar un avance progresivo para la empresa. Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos indican lo siguiente:

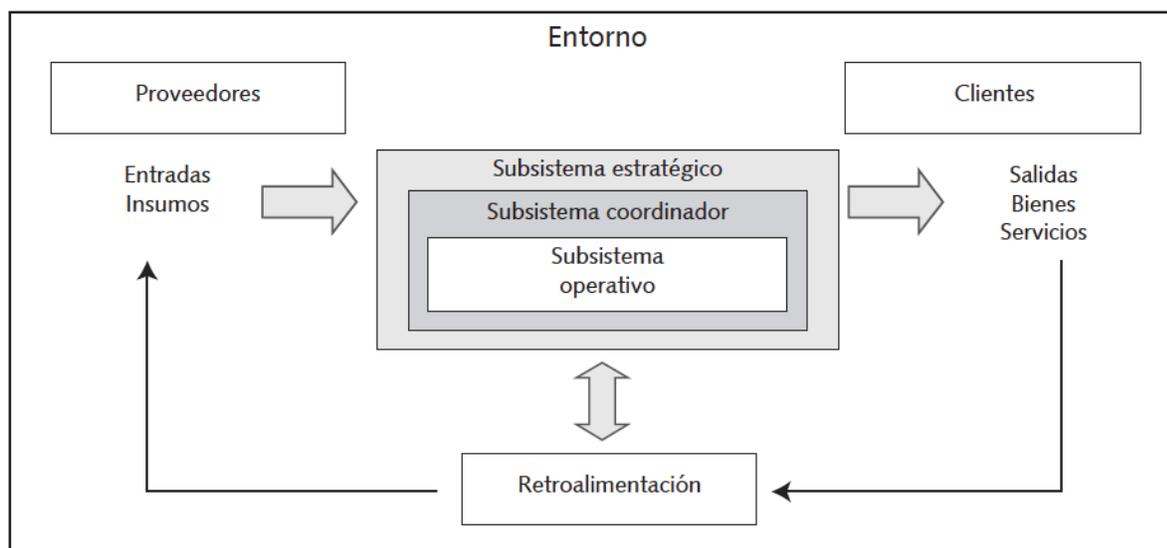
La presencia de los tres subsistemas es una forma de plantear la organización en su ámbito interno. Sin embargo, no siempre están todos presentes. Normalmente, encontramos el subsistema operativo porque es el núcleo de la empresa. En algunos casos se da una integración del subsistema estratégico con el coordinador. Por ejemplo, una empresa pequeña donde el empresario trabaja y cumple varias labores, como comprar a proveedores, negociar con los bancos,

¹¹⁰ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 40.

fabricar (si es un artesano), vender o atender a los clientes (si se trata de una tienda).¹¹¹

A continuación, se presenta la Figura 28, donde se esboza de manera general el ciclo que tanto los clientes como los proveedores deben seguir para asegurar un flujo ininterrumpido en la venta de libros, sin enfrentar obstáculos significativos.

Figura 28. Organización y factores a considerar.



Fuente: Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 43.

Las estrategias que se detallan en la Figura 29 encuentran su fundamento en la concepción de Mintzberg¹¹² y revisten una importancia notable debido a su relevante papel en el ámbito empresarial. La tabla presenta cómo distintas corrientes de pensamiento interpretan conceptos cruciales, términos que deben ser considerados tanto por empresas establecidas como por aquellas en proceso de desarrollar estrategias. Estas ideas se exponen en términos de enfoques prescriptivos, descriptivos e integradores, y abarcan diversas facetas del proceso de planificación. En consecuencia, se ofrece a continuación un esquema concebido por Huamán Pulgar-Vidal

¹¹¹ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 43.

¹¹² Mintzberg, 1990, p. 49.

y Ríos Ramos, que desarrolla las perspectivas de Mintzberg acerca del entorno de trabajo ideal y su aplicación en diversas estrategias dentro del ámbito laboral.¹¹³

Figura 29. Estructuras bases para la estrategia antes de comenzar.

Escuelas de pensamiento estratégico	Proceso de formación de estrategias	Calificación del proceso de formación de estrategias
Diseño	Conceptual, ajuste de la empresa y su entorno	Prescriptivo: cómo se deben formular las estrategias Racional y normativo
Planificación	Formal y riguroso con alternativas	
Posicionamiento	Analítico, la estrategia es ofensiva y defensiva, busca una posición para la empresa y repercute en su estructura	
Empresarial	Visionario, que está en la mente del fundador que tiene un fuerte impulso emprendedor	Descriptivo: considera cómo debe ser el proceso de generación de las estrategias y las decisiones para adoptarlas
Cognoscitiva	Mental, basada en la información y los procesos mentales para formularla	
Aprendizaje	Emergente, como resultado del ensayo y el error que se asumen como experiencia de aprendizaje	
Política	Poder, como producto de la negociación de diversos intereses	
Cultural	Ideológico, proceso colectivo de varios grupos en la organización	
Entorno	Pasivo proceso reactivo, una respuesta a los desafíos impuestos por el entorno	
Configuración	Episódico, donde la estrategia es un proceso para transformar la organización a partir de un tipo de estructura de la toma de decisiones a otro	Integrador: considera los aspectos económicos y los organizativos, la formulación y la puesta en práctica o implantación

Fuente: Huamán Pulgar-Vidal. Ríos Ramos, (2011), tomado de Mintzberg, p. 49.

Para proseguir, se exponen los variados objetivos de alcance en ventas que abordan las industrias editoriales. No obstante, estas metas pueden manifestar divergencias tanto a nivel local como internacional. Este fenómeno es esclarecido por Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos.

¹¹³ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011.

En el caso de pequeñas empresas, se ubica un nicho de mercado y se posiciona un producto o servicio con características especiales para los clientes. En el caso de una empresa de mayor envergadura, se generan estrategias que representan posiciones dominantes en algunos mercados. Por ejemplo, en el caso de un productor de café a nivel industrial, que ha identificado un nicho de mercado que prefiere café ecológico, el productor opta por adecuar una parte de su producción a métodos de siembra, cosecha y procesamiento naturales; adopta el control biológico de plagas, además de hacer la selección y empaque de los granos de café de manera artesanal, y ofrece un producto adecuado a las demandas de los clientes que ha identificado.¹¹⁴

Esto puede depender en muchas ocasiones del nivel económico previamente alcanzado por la editorial, de su grado de reconocimiento y de su capacidad para generar materiales que susciten interés, los cuales, por consiguiente, serán útiles para atraer a nuevos lectores.

El avance estratégico de una empresa puede presentarse como un elemento de complejidad. A través de este, se busca comprender cómo se ejecutan los servicios que ofrece la empresa. En esta perspectiva, es frecuente que el cliente esté familiarizado con el resultado final, pero desconozca el proceso subyacente necesario para alcanzar dicho resultado. En este contexto, Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos proponen la siguiente definición de estrategia de diversificación:¹¹⁵

La estrategia de diversificación significa incursionar en actividades o negocios que no están en la misma cadena de operaciones, representa para una organización el crecimiento y el desarrollo de nuevas actividades con productos o servicios nuevos y, a la vez, incursionar en nuevos mercados. En este caso, el crecimiento

¹¹⁴ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 56.

¹¹⁵ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 59.

requiere de inversiones significativas en nuevas áreas de la empresa, adquirir empresas u otras modalidades.

La ejecución de la diversificación se materializa mediante la diversificación relacionada. En este contexto, se presenta un ejemplo que guarda relación con la industria editorial. Con respecto a esta cuestión, Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos sostienen lo siguiente:

Diversificación relacionada o concéntrica que consiste en desarrollar actividades vinculadas o afines a la actividad principal, aprovechando las capacidades, recursos y experiencia de la organización. Por ejemplo, en el caso de una empresa editorial que se dedica a la producción de textos escolares y universitarios, y decide producir cuadernos, estará optando por una diversificación relacionada. Igualmente, si distribuía sus libros y cuadernos a través de representantes comerciales y decide comercializarlos por intermedio de una cadena de librerías propia, estaremos hablando de una diversificación concéntrica.¹¹⁶

La amplitud de la expansión del negocio se establece en consonancia con el modo en que opera la industria. Es decir, es imperativo considerar las particularidades con el fin de determinar qué componentes deben ser incluidos o excluidos. En relación con este aspecto, Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos expresan lo siguiente: “Integración horizontal o diversificación de sus actividades complementarias en el mismo sector o diferentes en nuevos sectores. En el caso de la integración, observemos el ejemplo original, del agricultor que se convierte en productor de vinos y distribuidor incursionando en industrias corriente abajo”.¹¹⁷ En este contexto, es esencial comprender que la industria editorial aspira a constituirse como un negocio en constante expansión, y en muchas ocasiones, resulta más ventajoso si la ubicación geográfica en la que opera es reconocida en su región.

¹¹⁶ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 59.

¹¹⁷ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 66.

La Figura 30 se encuentra subdividida en dos segmentos: en la parte izquierda se presentan una serie de estrategias genéricas o competitivas que detallan aspectos cruciales a considerar en relación con el desenvolvimiento de la empresa en su entorno. Por otro lado, en la sección derecha, se ofrece información pertinente al enfoque geográfico que las empresas deben tener en cuenta. No obstante, es posible optar por la opción número uno con el propósito de atraer la atención de los clientes y establecerse como uno de los primeros negocios editoriales que surgieron en el siglo XXI en el estado que es objeto de esta investigación.

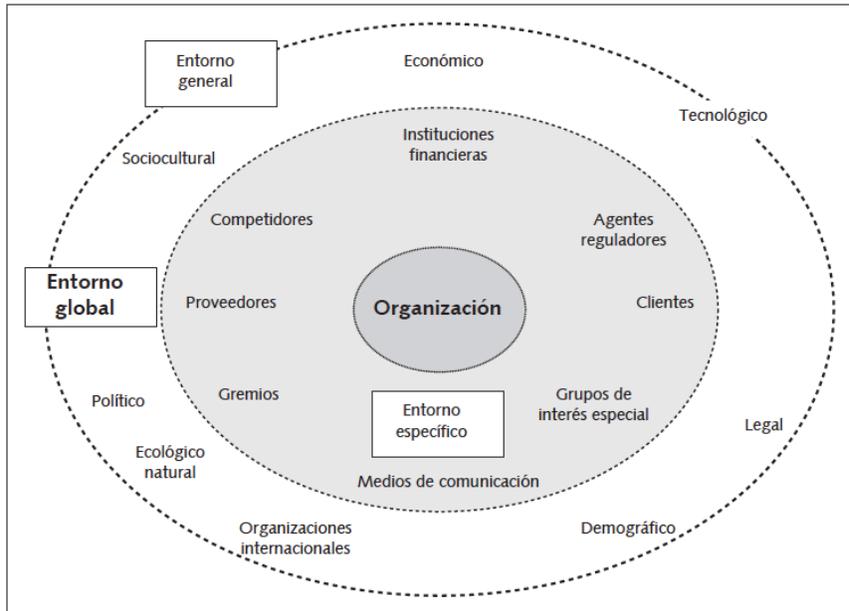
Figura 30. Clasificador de las estrategias y Enfoque integrador

Clasificación de las estrategias			Enfoque integrador: desarrollo del negocio	
Estrategias genéricas o competitivas	Liderazgo en costos		Ubicación del negocio en red de industrias	
	Diferenciación			
	Enfoque	Enfoque en costos Enfoque en diferenciación Enfoque en costos y diferenciación	Especialización del negocio en estrategias genéricas	
Estrategias corporativas	De ajuste	Adaptación al entorno		
	De extensión	Proactivas hacia el entorno		
	Convencionales	De crecimiento intensivo:	Penetración de mercados Desarrollo de mercados Desarrollo de productos	Estrategias de crecimiento y desarrollo: Penetración de mercados Desarrollo de mercados Desarrollo de productos
		De diversificación:	Relacionada o concéntrica No relacionada, inconexa o conglomerado	Extensión del negocio: diversificación relacionada o no relacionada
	De integración	Integración vertical	Hacia adelante Hacia atrás	Extensión del negocio: integración vertical u horizontal
		Integración horizontal		
	De posición o general	Crecimiento y desarrollo		
		Estabilidad		
		Defensa y contingencias		Reconsideración del negocio
		Combinadas	Crecimiento y desarrollo Estabilidad Defensa y contingencias	

Fuente: Huamán Pulgar-Vidal. Ríos Ramos, 2011, p. 68

Es fundamental considerar cada uno de los aspectos al abrir esta industria. En este contexto, resulta crucial analizar la Figura 30, la cual reviste una importancia significativa debido a que aborda puntos esenciales para atraer a clientes que busquen los servicios ofrecidos por la empresa.

Figura 31. Cimientos para la construcción de la empresa.



Elaboración propia.

Fuente: Huamán Pulgar-Vidal. Ríos Ramos, 2011, p. 84

La construcción de la metodología de nuestro proyecto se fundamentó en las directrices delineadas por Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos. En este contexto, se presenta la siguiente tabla, que de manera concisa resume la información expuesta en los capítulos anteriores.¹¹⁸

¹¹⁸ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011.

Tabla 2. Cimientos para la construcción de la editorial

a. Entorno demográfico	b. Entorno económico	c. Entorno sociocultural	d. Entorno político
Tlaxcala, estado	Conforme a lo obtenido en 2.2.3, “Sector Económico”, se entiende que la economía dentro del sector ha crecido. Lo mismo ocurrió durante la pandemia.	El estado tiene una fuerte historia, así como servicios básicos y educación en todos sus niveles. Hay un fuerte pluralismo cultural dentro del estado.	El gobernador del estado es Marco Mena, el cual está afiliado al Partido Revolucionario Institucional
e. Entorno legal	f. Entorno tecnológico	g. Entorno ecológico	
<p>Partiendo de lo dicho por Domenech, (2019), traemos a colación lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Propiedad intelectual 2. Acta constitutiva 3. Registro de obligaciones fiscales 4. Registro ante el IMSS 5. Contratos. 6. Registros para actividad por internet. <p>Elementos como estos son mencionados por Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, (2011, 88p.), los cuales dicen que “el entorno jurídico, constituido por normas que influyen directa o indirectamente en la organización, incide en una empresa, ya sea para protegerla o imponerle restricciones”.</p>	Esto dependerá del equipo con el que cuente la editorial, e incluye cosas tales como las computadoras que sean utilizadas o las máquinas necesarias para realizar su labor (lo cual incluye las herramientas necesarias para generar libros en sus diferentes medios).	La planificación de materiales bibliográficos hechos con papel reciclado puede ser un aspecto llamativo para el usuario si obtiene información del proceso que se realizó para su elaboración.	

Fuente: Elaboración propia

Considerando los elementos necesarios para el establecimiento de una industria con estas características específicas, los siguientes puntos, mencionados por Ortiz,¹¹⁹

¹¹⁹ Ortiz, J., 2020.

revisten una importancia considerable, ya que engloban aspectos esenciales para el rol que desempeñará la empresa. Estos son los puntos establecidos: Hacer una solicitud para una solicitud de uso de denominación o razón social; realizar la constitución legal referida a la Acta Constitutiva de la empresa; Declare el inicio de su negocio y esto puede ser gracias a darse a conocerse por medio de Internet o diferentes medios de difusión; Inscribirse al SAT, esto puede llevarse a cabo cuando esté autorizada el acta constitutiva conforme a la firma y sello; Obtenga el RFC, esto ayudará a que los procesos en los negocios comiencen para que sirva tanto en el banco, la facturación y los servicios que tendrá; Inscripción en el Registro de la Propiedad y el Comercio; Registro del IMSS, no importando el número de empleados laborando, esto es requisito indispensable; Inscripción en el Sistema de Información Empresarial Mexicano, este paso puede hacerse a la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana; Afiliarse a la Cámara; Inscribirse en la Agencia ISBN de México; ISBN por primera vez; Formatos requeridos para la solicitud; Plazos y, por último Editorial legal y con autorización para publicar.

En la tabla siguiente se demuestra la importancia de analizar los recursos requeridos dentro de la empresa, ya que, si estos poseen cualidades apropiadas para la editorial, pueden fortalecer y complementar la empresa que se planea establecer, en concordancia con los aspectos delineados por Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos.¹²⁰

¹²⁰ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 117.

Figura 32. Recursos necesarios

Recursos	Características
Financieros	La capacidad de endeudamiento y generación de recursos internos determina su capacidad de inversión y su capacidad de resistencia a los ciclos económicos.
Físicos «Conversión de los recursos en productos y servicios finales»	Tamaño, localización, técnica y flexibilidad de producción o de operaciones. Usos alternativos. Materias primas. Ventaja en costos y calidad.
Humanos «Generadores de capacidades»	Entrenamiento y experiencia del personal. Adaptación del personal. Mantenimiento de las ventajas competitivas.
Tecnología «Derechos de propiedad»	Protección de la tecnología. Patentes. Marcas. Innovación, investigación.
Reputación «Recursos que ponen a la organización en mejor predisposición que su competencia»	Ante: Clientes. Proveedores. Sociedad, otros.

Fuente: Huamán Pulgar-Vidal. Ríos Ramos, (2011), tomado de Hernán y Llagher, p. 117.

Para Hernán y Llagher, lo óptimo, tal como se evidencia en la tabla siguiente, radica en llevar a cabo estos puntos para cada uno de los profesionales que asumirán dichas funciones, lo cual implica que tanto los directivos como los empleados deben tomar en cuenta estos aspectos. El seguimiento de estos puntos promoverá una cohesión en el ambiente laboral. Además, se reconoce la posibilidad de que algunos empleados puedan desempeñar roles en dos puestos gracias a su experiencia laboral o académica.

Figura 33. La clasificación de capacidades

Área operativa	Capacidades
Dirección General	Control sobre el sistema financiero y económico. Implementación de la estrategia en la organización. Liderazgo en la empresa.
Recursos Humanos	Motivación y coordinación de las unidades de negocios, áreas de negocios, etcétera. Desarrollo de capacidades individuales orientadas a los objetivos de la empresa. Compromiso mutuo. Formación y desarrollo en las brechas que se generen.
Manejo de la Información	Las diferentes técnicas que faciliten la dirección y el conocimiento de lo que está sucediendo en todo momento, tanto interna como externamente.
Investigación y Desarrollo	Capacidad básica de investigación. Habilidad para el desarrollo de nuevos productos. Rapidez de respuesta en la creación de nuevos procesos y productos.
Operaciones	Eficiencia en la producción. Flexibilidad y capacidad de respuesta. Calidad.
Marketing	Desarrollo de diseño de productos. Dirección y promoción de marcas. Promoción y adecuada explotación de la marca. Conocimiento y capacidad de respuesta a las tendencias del mercado.
Ventas y Distribución	Eficiencia en las ventas. Eficiencia en la promoción de las ventas. Capacidad de velocidad en la distribución. Calidad del servicio de posventa y atención al cliente.

Fuente: Huamán Pulgar-Vidal. Ríos Ramos, (2011), tomado de Hernán y Llagher, p. 120.

Las etapas de la metodología que las autoras del material bibliográfico describen son fundamentales para llevar a cabo aspectos indispensables al establecer una industria editorial en el estado de Tlaxcala. Las etapas mencionadas por Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos son las siguientes:

1. Identificación de objetivos y actividades.
2. Análisis de actividades.
3. Formación de la estructura: a) Selección del modelo de agrupamiento.
b) Estructuración de las actividades. c) Identificación de la estructura actual (si ya existe un organigrama definido).
4. Representación gráfica del organigrama.
5. Definición del tamaño de la organización.

Las autoras complementan este enfoque con la siguiente información:

Esta estructura, que en el modelo representa una empresa de consultoría, agrupa a profesionales especializados en las áreas o departamentos de Evaluación de Proyectos, Marketing, Diseño Organizacional y Sistemas de Información. En cada área funcional los especialistas tienen un jefe que depende de la Gerencia General.¹²¹

Dentro del ámbito de la industria editorial, el producto central son los materiales bibliográficos, los cuales la editorial debe generar constantemente para su venta, incluyendo elementos como prólogos o traducciones adaptadas a la región donde serán publicados.

No obstante, la industria editorial también puede diversificar sus actividades al abordar proyectos de naturaleza multidisciplinaria y satisfacer demandas de distintas empresas o destinos turísticos que requieran folletos, guías turísticas y otros productos impresos en papel. En este contexto, la siguiente cita expone cómo estos servicios pueden ser ofrecidos, siguiendo el enfoque de Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, quienes subrayan la necesidad de que una editorial privada participe en estos trabajos:

Según los clientes lo soliciten, se desarrollan proyectos a medida en los que se puede desarrollar, por ejemplo, solo un trabajo como evaluación de proyectos para evaluar la rentabilidad de un negocio, o combinar una reingeniería y la adopción de un sistema de información para una empresa. En ambos casos, se nombra a un gerente o jefe responsable del proyecto, que tendrá a su mando y como equipo a los especialistas de alguna o algunas de las áreas.¹²²

¹²¹ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 183.

¹²² Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 211.

En este contexto, la editorial puede focalizarse en un único proyecto o, por el contrario, trabajar en múltiples iniciativas. Profundizando en la cuestión de la estructura y su relación con el enfoque de trabajo, Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos indican que “esta forma de agrupación con doble jerarquía (la funcional y la de proyectos) rompe el clásico principio de la unidad de mando, que significa que cada subordinado debe reportar a un solo jefe”.¹²³ En consecuencia, la editorial desempeña una función crucial en la transferencia concreta de información, abarcando sectores que comprenden lo público, lo privado y lo académico, operando como un respaldo en la sociedad tanto para el sector público como para el privado mediante la creación de materiales pertinentes.

3.3 Elementos para considerar

En este punto, se cimentará fuertemente en la metodología previamente presentada, aunque se enfocará en el ámbito comercial y en la producción de libros. Se considerarán los puntos cardinales delineados en la obra.

La Empresa Editorial S. A. se dedica a la edición de libros, tanto físicos como audibles y electrónicos. Ha fijado metas y vínculos para que las partes involucradas en estas funciones se desenvuelvan eficazmente, tanto en términos de ventas como en la estructura organizativa de la empresa. Se ha empleado el diseño en microestructura para lograr este cometido. Además, se examina la forma en que se designa al gerente de ventas. En muchas ocasiones, una editorial privada puede financiarse a través de donaciones o la adquisición de acciones por parte de actores externos al negocio.

Explicación:

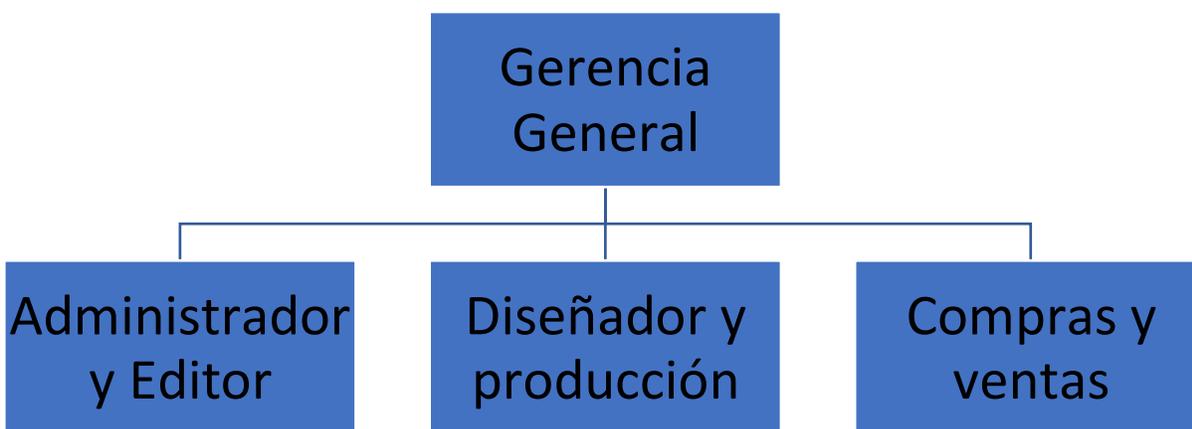
El área de Administración y Editorial se encarga de diseñar los productos con miras a su distribución. La función de Diseño y Producción reside en definir la producción de los artículos que serán lanzados al mercado. El departamento de Compras y Ventas asume

¹²³ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 211.

la responsabilidad de gestionar la distribución tanto a nivel nacional como internacional, además de la adquisición de insumos esenciales para la continuidad de la editorial.

En concordancia con lo planteado en la metodología y en los fragmentos de la entrevista, el experto en edición de libros comparte, desde su amplia experiencia, las perspectivas para el establecimiento de este negocio. A continuación, se presenta un organigrama que ha sido adaptado para reflejar fielmente las palabras del entrevistado, configurándose, así como un organigrama específico para una editorial.¹²⁴

Figura 34. Organigrama de la Empresa Editorial S. A.



Fuente: Adaptado de Huamán Pulgar-Vidal. Ríos Ramos, 2011, p. 240

La Tabla 3 expone la metodología operativa de una empresa dedicada a la venta de flores. No obstante, esta figura es empleada como un punto de referencia para contextualizar el enfoque aplicable a la editorial.

¹²⁴ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 240.

Tabla 3. Objetivos identificados

No	Referencia	Objetivo	Actividad
1	Promoción	Promocionar productos en el mercado nacional e internacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presupuesto de promoción. 2. Promocionar productos. 3. Hacer catálogo de productos. 4. Participar en ferias de libro nacional e internacional. 5. Hacer promociones especiales.
2	Aumentar ventas	Incrementar ventas de productos convencionales y de especialidades	<ol style="list-style-type: none"> 6. Hacer presupuesto de ventas. 7. Crear espacio en tiendas para nuevos productos. 8. Ampliar cartera de clientes. 9. Implementar ventas por teléfono, redes sociales. 10. Crear convenios con ventas tarjetas de créditos. 11. Hacer diseños institucionales y espaciales.
3	Productos nuevos	Innovar productos y distribución	<ol style="list-style-type: none"> 12. Investigar nuevas tendencias y presentaciones. 13. Implementar venta con distribuidores. 14. Implementar servicios <i>delivery</i>. 15. Crear presupuesto de ventas de exportación. 16. Implementar sistema de seguimiento.
4	Exportar	Proyectar exportación	<ol style="list-style-type: none"> 17. Realizar estudio de mercado. 18. Implementar estudio de usuario en la editorial.

Fuente: Adaptado Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 241

Cada uno de los materiales debe ser analizado de manera exhaustiva para determinar si es apropiado para la editorial o si es necesario descartarlo. El título del libro, sin duda, figura como una de las herramientas principales para atraer la atención del cliente. Además, eventos significativos como la pandemia pueden ser considerados por la editorial para influir en su enfoque.

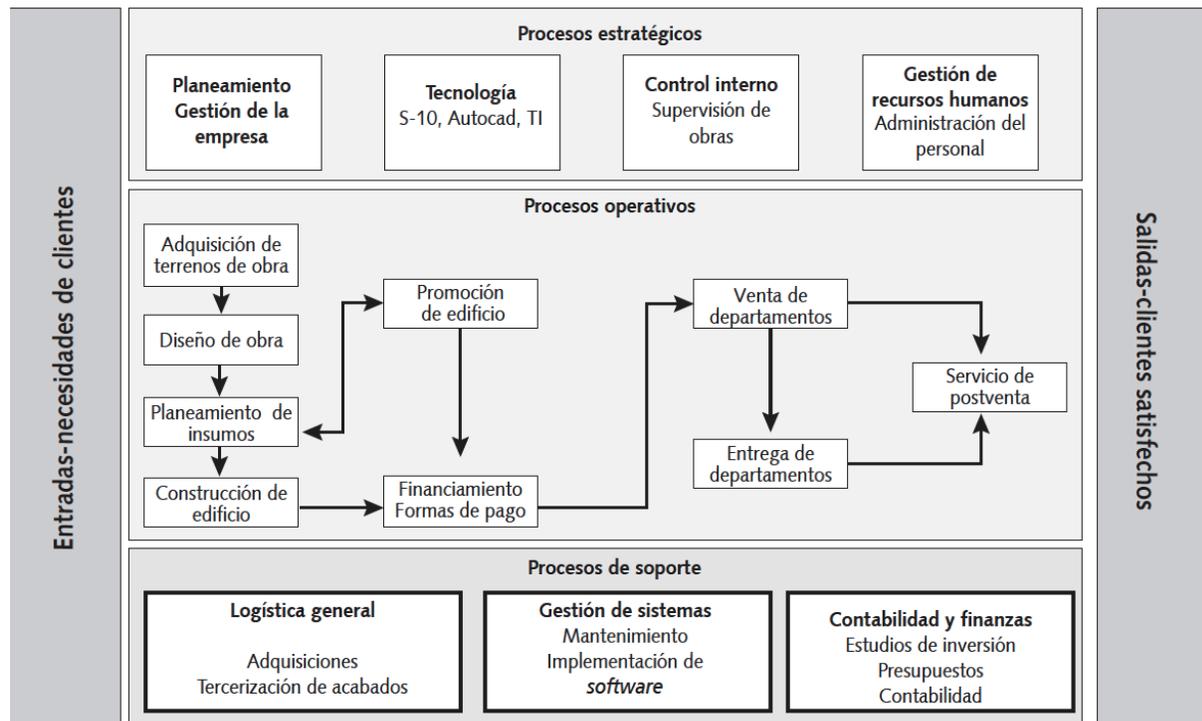
A continuación, se presenta un manual de organización que reviste importancia debido a que engloba dos elementos fundamentales: organización y funciones, ambos esenciales en su implementación. La información contenida tiene como propósito comunicar que los datos son de acceso público. Con frecuencia, estos datos se encuentran disponibles en el sitio web de la empresa, en este caso, en la página de la compañía editorial. Los siguientes puntos, detallados por Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, describen el contenido del manual, aunque es relevante señalar que no todos son considerados esenciales:

1. Introducción.
2. Índice.
3. Historia de la empresa: logros destacados (opcional).
4. Dirección estratégica de la empresa (4.1. Visión. 4.2. Misión. 4.3. Valores. 4.4. Objetivos estratégicos (opcional). 4.5. Políticas generales (opcional)).
5. Organización general de la empresa (5.1. Descripción de la estructura organizativa de la empresa. 5.2. Organigrama general. 5.3. Relación de los puestos (opcional)).¹²⁵

En la Figura 30, se ilustran los espacios físicos que una editorial requeriría. Esta representación contempla los espacios para los empleados, y se tiene en consideración que, dado que muchas actividades de distintos departamentos están interconectadas, sus áreas deberían estar cercanas para favorecer la colaboración en el trabajo editorial.

¹²⁵ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 279.

Figura 35. Procesos de construcción



Fuente: Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 436.

En relación con la metodología que debe llevarse a cabo para la planificación de cada uno de los elementos en la fundación, la tabla que sigue sintetiza los procesos y la información pertinente a cada uno. Se abordan los procesos de Planeación y Gestión, Tecnología de la Información y Control, Control de Obras, Recursos Humanos, Adquisición de Terrenos, Diseño de la Obra, Planeación de Insumos, Ejecución de la Obra, Venta de Departamentos, Logística, Gestión de Sistemas, y Contabilidad y Finanzas.¹²⁶ Como se puede ver en la Figura 36, teniendo en cuenta cada uno de los procesos que debe llevar la empresa y esta pueda tener un negocio en el que se pueda mantener como llevar conforme al día, como a los años.

¹²⁶ Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 436.

Figura 36. Diseño que los procesos que deben tenerse en cuenta para ir organizando un negocio

N°	Proceso	Tipo	Descripción	Dueño	Cliente
1	Planeación y gestión	Estratégico	Dirección y estrategia de la empresa	Gerente general	Toda la empresa
2	Tecnología de la Información y Control	Estratégico	Equipo de soporte tecnológico para control	Gerente general	La empresa
3	Control	Estratégico	Control de obras	Jefe de la obra	Clientes
4	Recursos Humanos	Estratégico	Recursos humanos	Encargado de Recursos Humanos	La empresa Clientes
5	Adquisición de terrenos	Operativo	Búsqueda y compra de terrenos	Gerencia General	La empresa Clientes
6	Diseño de la obra	Operativo	Proyecto de construcción	Arquitecto Ingenieros	Jefe de la obra Clientes
7	Planeamiento de insumos	Operativo	Programa de compras de insumos	Encargado de Logística	Jefe de la obra
8	Ejecución de la obra	Operativo	Programación, construcción y terminación Cronograma y presupuesto obra	Jefe de la obra	Clientes
8	Venta de departamentos	Operativo	Promoción y venta financiada Corretaje Diseño personalizado (acabados) Entrega y posventa	Corredor Jefe de la obra Finanzas	Cliente
9	Logística	Apoyo	Adquisiciones y contratos de terceros	Logística	Jefe de la obra
10	Gestión de sistemas	Apoyo	Mantenimiento, soporte de sistemas	Servicio externo	Toda la empresa
11	Contabilidad y finanzas	Apoyo	Estudios de inversión, presupuestos y contabilidad	Gerencia General Servicio externo	Toda la empresa

Fuente: Huamán Pulgar-Vidal y Ríos Ramos, 2011, p. 436-437

Conclusiones del tercer capítulo

Resulta fundamental contar con el respaldo de un profesional del ámbito de la edición, así como con la destreza en el manejo de las herramientas editoriales. Igualmente, es necesario tener un enfoque proactivo hacia la revisión minuciosa de los contenidos bibliográficos y su creación, junto con la evaluación exhaustiva de su calidad. En el contexto de este capítulo, se han analizado los elementos esenciales para establecer una editorial en sus diversas variantes, así como reflexiones sobre sus implicaciones. A partir de la metodología investigada, se ha esbozado de manera general la noción de la industria editorial, junto con los elementos y directrices necesarios para su establecimiento y correcto funcionamiento. Cabe mencionar que las ferias del libro representan un espacio destacado para dar a conocer una editorial al público en general.

Además, se ha abordado la cuestión de la pandemia que afectó al mundo durante los años 2020 y 2021. Esta situación no obstaculizó la venta de productos editoriales por internet ni la promoción a través de las redes sociales por parte de las editoriales. Estas plataformas se vuelven esenciales para aquellos que aspiran a fundar una industria editorial en el futuro, ya sea en Tlaxcala o en cualquier otra ubicación. También se han mencionado estrategias pertinentes en caso de que la editorial cuente con una librería anexa, como señaló el licenciado Edgar en la editorial Impronta. Esta colaboración puede ser un soporte valioso tanto en el ámbito comercial como en el componente bibliográfico, en relación con la metodología empleada.

A través de la información recopilada en los dos primeros capítulos, en conjunto con la metodología aplicada y los *insights* derivados de la entrevista, se adquiere una visión integral que revela la pertinencia del progreso de Tlaxcala de Xicohténcatl, cuya adecuación es ampliamente influenciada por su proximidad al estado de Puebla, así como por la presencia de relevantes centros gubernamentales en dicho territorio. Se perfilan aspectos fundamentales por los cuales un profesional en bibliotecología, que aspire a emprender en esta labor, puede incorporar estratégicamente métodos de

comercialización no solo para el libro impreso, sino también para otros formatos disponibles en su inventario. No se trata únicamente de la implementación de estrategias convencionales, sino que se abre la posibilidad de emplear enfoques alternativos, análogos a los que se adoptaron durante el período de la pandemia. Entre estos se encuentran la venta con la librería en funcionamiento, la promoción de nuevas publicaciones y la presentación de autores emergentes, mediante la oferta de su producción literaria. En paralelo, resulta imperativo incorporar personal especializado que abarque una variedad de segmentos poblacionales, con el propósito de abordar tanto a la audiencia infantil como juvenil, así como a aquellos que se hallan inmersos en sus ocupaciones profesionales.

CONCLUSIONES

Los autores, a través de los siglos, han escrito la información que hoy día es distribuida mediante libros. Actualmente, los materiales que se ponen a la venta en las librerías se complementan gracias a la tecnología en audiolibros o libros electrónicos, así como a la ardua revisión del editor y la labor de los diferentes integrantes del equipo, los cuales aportan tanto conocimientos como creatividad.

Los autores encontraron un mecanismo de distribución y edición de sus obras que han sido producto de su intelecto. Esto es de gran importancia para quien ponga en marcha la instalación de la industria editorial en cualquier lugar, aunque en mi estudio, abocado al estado de Tlaxcala, sirve que haya diferentes e importantes sectores con una estructura y formación fija que enriquece al Estado, lo cual permite que haya investigación. La deuda pública que tuvo Tlaxcala ya no existe a diferencia de los otros estados de la República. Los libros que los autores crearon son trabajados por las editoriales y acuñados en cientos de ejemplares para distribuirlos y dar a conocer las obras a las personas.

El aspecto económico reviste una significativa relevancia en la presente coyuntura de expansión que atraviesa la entidad federativa en cuestión. Este período de desarrollo económico constituye un marco propicio para la instauración de una industria editorial, destinada a ejercer sus funciones y responsabilidades en el ámbito estatal. De manera análoga, cabe destacar la posibilidad de que las bibliotecas puedan adquirir los pertinentes ejemplares literarios, dado que la sede de la mencionada casa editorial se encuentra precisamente en dicho territorio. No obstante, es imperativo resaltar que, pese a las diligentes búsquedas efectuadas, no se han logrado hallar registros concretos acerca de la efectiva fundación de una industria editorial en la región en cuestión.

La abundante reserva de información latente en este estado de la República, hasta el presente sin explorar minuciosamente, ostenta un potencial de envergadura para la

instauración de este tipo de emprendimiento, dado que se avizora como un motor capaz de enriquecer la esfera internacional del ente territorial. Paralelamente, su implementación podría proveer un invaluable recurso para los individuos en sus etapas educativas primarias y secundarias, permitiéndoles complementar su formación. Además, se vislumbra como un instrumento propicio para el estudio de las distintas lenguas en vigencia, lo cual auspiciaría la conservación de la rica diversidad cultural inherente a la región.

De igual manera, cabe señalar que el profesional dedicado al bibliotecólogo debe asumir el papel de catalizador en la creación de contenido pertinente para su clientela diversificada, incluyendo fábricas, empresas y establecimientos educativos como los previamente abordados en el segundo capítulo. En tal contexto, se postulan materiales como trípticos y breves expositivos sobre una multiplicidad de temáticas, entre otros productos concomitantes. En relación con la coyuntura estatal y sus notorias ventajas, es digno de mención que en años recientes ha alcanzado un destacado posicionamiento a nivel nacional. Emerge un reconocimiento histórico de un intento previo por promover una industria editorial, el cual, no obstante, se materializó como una imprenta, toda vez que una auténtica industria editorial no ha logrado cristalizarse en el entorno estatal. En vista de la consideración de que algunos libros revisten una función educativa, el gobierno ha divulgado ciertas publicaciones educativas abocadas a los niveles de educación básica y superior.

La pluralidad de industrias que gravitan en torno al enclave tlaxcalteca posibilita el florecimiento de perspectivas y empresas multidisciplinarias en el ámbito editorial. Por su naturaleza plural, tal espacio recibiría una diversidad de obras. Adicionalmente, la variabilidad de formatos de publicación representa un atributo a tener en cuenta. En caso de que la editorial logre establecer comunicación con instituciones educativas privadas, entidades públicas o el gobierno, cabe la posibilidad de formalizar acuerdos para la adquisición de material o incluso su producción, lo cual conllevaría a un crecimiento sostenido de la editorial.

La consideración del tema de la pandemia emerge como un aspecto que ostenta una trascendental relevancia, no susceptible de ser eludido, dado su imperativo en el entendimiento de cómo las librerías y las editoriales han sabido sobreponerse a las circunstancias impuestas por el entorno sanitario y el consiguiente confinamiento. Es pertinente, por tanto, indagar en las estrategias de comercialización empleadas durante este periodo, puesto que la coyuntura de salud no ha comprometido en su totalidad la viabilidad de estos establecimientos, de hecho, han encontrado ciertas ventajas en este contexto.

En la contemporaneidad, la concepción teórica de la editorial propuesta para el estado de Tlaxcala se configura como un ámbito destinado a la preservación y reactivación de la memoria colectiva de la comunidad. Se erige como un recinto que, en un sentido, habilita la remembranza histórica y, por otro, satisface la necesidad de conocimiento e información de la colectividad.

Al culminar el presente trabajo, se desprende la sugerencia de que esta investigación enriquecerá y orientará el ámbito de la bibliotecología, gracias a la contribución de datos extraídos del ámbito editorial, que a su vez se nutre con la información de colegas que han emprendido investigaciones en torno a esta materia. Adicionalmente, resulta relevante enfatizar la significativa importancia que las industrias editoriales ostentan, en virtud de las oportunidades que generan y los campos que propician gracias a su existencia, así como por la sólida y confiable información que brindan a sus usuarios. En tal sentido, la existencia de los libros no solo contribuye al mejoramiento de la educación mediante los diversos formatos literarios disponibles, sino también mediante la posibilidad de que los interesados puedan acceder a ellos. En esta perspectiva, la utilidad y relevancia de una editorial en el contexto de Tlaxcala radica en su capacidad para impulsar la consolidación y desarrollo de la labor teórica y cultural, así como para preservar y reactivar la memoria colectiva. La escritura de un libro, en virtud de su carácter perennizador de saberes, contribuye a la accesibilidad de dichos saberes en el futuro. La ejecución de esta iniciativa debe abordar las oportunidades, afrontar los

desafíos y honrar los compromisos, dado que en ella yace la responsabilidad de moldear el pensamiento en la región que abarca.

En el inicio de este análisis, se procede a delinear los rudimentos conceptuales subyacentes en la industria editorial, motivado por la necesidad imperativa de establecer un terreno conceptual compartido, así como de esclarecer las acepciones de términos específicos. A su vez, se contemplan aspectos inherentes a la industria editorial, como es el caso de la gestión interna de estos entes, los cuales ostentan un valor intrínseco al coadyuvar en la eficiente administración de un ente territorial. Esta faceta cobra una relevancia singular en la propuesta editorial delineada para Tlaxcala, atendiendo a la dimensión geográfica relativamente modesta que caracteriza al estado. En el acto de emprender una industria editorial, resalta como uno de los elementos de mayor atracción la multiplicidad de sectores que se beneficiarían de su puesta en marcha, abarcando desde esferas de mercadotecnia hasta entidades empresariales, sin omitir la esfera gubernamental que, ahora, podría adquirir material impreso en papel, como instruccionales, panfletos y regulaciones, para su empleo en las instituciones oficiales.

Las particularidades geográficas, sociales, industriales y educativas se erigen como elementos fundamentales en el entendimiento del contexto en el cual se pretende erigir la presente iniciativa. Como se subrayó previamente, si bien en el pasado se llevaron a cabo procesos de impresión dentro del ámbito estatal, no logró cristalizarse una verdadera industria editorial, con la empresa estancada en una fase incipiente. La presente investigación, más allá de proponer una industria editorial, abraza decididamente la aspiración de que esta sea de índole multidisciplinaria. En el caso de que una empresa semejante sea efectivamente instaurada, se antoja plausible la perspectiva de un crecimiento económico no solo dentro de los límites estatales, sino también en sus inmediaciones geográficas.

REFERENCIAS

Domenech, C. (2019). *6 aspectos legales para iniciar un negocio*. IZA BUSINESS CENTERS. <https://blog.izabc.com.mx/6-aspectos-legales-para-iniciar-un-negocio>

El Porvenir.mx. (2020). *La importancia de los metadatos en la industria editorial*. <https://elporvenir.mx/cultural/la-importancia-de-los-metadatos-en-la-industria-editorial/43006>

Garduño, J. (2018). *Industria editorial, ¿reto u oportunidad?*. La Silla Rota. <https://lasillarota.com/opinion/columnas/industria-editorial-reto-u-oportunidad/260114>

Huamán Pulgar-Vidal, L. Ríos Ramos, F. (2011). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

Ortiz, J. (2020). *Cómo Crear una editorial en México*. Writing Tips Oasis. <https://writingtipsoasis.com/es/como-crear-una-editorial-en-mexico/>

Secretaría de Cultura. (2015). *La industria editorial, pilar del desarrollo económico: Ernesto piedras*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-industria-editorial-pilar-del-desarrollo-economico-ernesto-piedras>