

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

PROGRAMA Institucional del Fondo de Cultura Económica 2014-2018.

Al margen un logotipo, que dice: Fondo de Cultura Económica.

Con fundamento en los artículos 47, 48 y 49 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 22, 24, 28 y 29 de la Ley de Planeación, y en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo Tercero del Decreto por el que se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y en el Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se publica el Programa Institucional del Fondo de Cultura Económica 2014-2018, mismo que fue autorizado por el Órgano de Gobierno del Fondo de Cultura Económica en su primera sesión extraordinaria, celebrada el 14 de abril de 2014 y aprobado por el C. Secretario de Educación Pública, en su calidad de Titular de la dependencia coordinadora de sector.

PROGRAMA INSTITUCIONAL DEL FONDO DE CULTURA ECONOMICA 2014-2018

MARCO NORMATIVO

De conformidad con la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el proceso de planeación de la Administración Pública Federal tiene su fundamento en los artículos 25 y 26, en los cuales se establece que corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional, por lo que organizará un sistema de planeación en la materia, a partir del cual se determinarán los objetivos de la planeación.

A su vez, la Ley de Planeación establece las disposiciones a partir de las cuales se llevarán a cabo las actividades de planeación, de acuerdo con lo establecido en los artículos 17 y 24 de dicha Ley.

En ese sentido, el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 2013, es un documento de planeación que rige los programas y presupuestos de toda la Administración Pública Federal. De acuerdo con la Ley de Planeación, todos los Programas Sectoriales, Especiales, Institucionales y Regionales que definen las acciones del Gobierno deberán elaborarse en congruencia con las metas nacionales y estrategias transversales que dicta el Plan.

De ahí que, de conformidad con el artículo 24 de la Ley de Planeación, la formulación del Programa Institucional del Fondo de Cultura Económica 2014-2018 se sujeta a las previsiones contenidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y en el Programa Sectorial de Educación 2013-2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de diciembre de 2013, y se apeg a lo establecido en los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de junio de 2013, así como a la guía prevista en las disposiciones finales de dichos lineamientos.

CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO

Introducción y visión general

Durante ocho décadas, el Fondo de Cultura Económica, editorial mexicana con la mirada puesta en el orbe hispanoamericano, sostenida parcialmente por el Estado y sin fines de lucro, ha publicado en lengua española obras que contribuyen a la educación media y superior, y a la investigación académica; que difunden el saber entre amplios sectores sociales; aportan información y argumentos especializados a la discusión de problemas y asuntos contemporáneos y difunden y preservan el patrimonio escrito y las diversas expresiones literarias en nuestro idioma, así como obras dirigidas al público infantil y juvenil.

En cada etapa de su historia, el FCE ha buscado construir vías para ofrecer al mundo de habla española la producción original, diversa y crítica, de creadores y académicos que se expresan en nuestro idioma, así como obras escritas en otras lenguas que respondan a su política editorial, para preservar el liderazgo editorial de México en Hispanoamérica.

Esta casa, creada en 1934 con la encomienda de integrar un fondo bibliográfico en castellano para los alumnos de la entonces Escuela de Economía, y que pronto incursionó en los más diversos campos del saber, fue desdibujando sus primigenias políticas editoriales en aras de la expansión. Hoy el Fondo, en el umbral de su novena década y, en un saludable ejercicio autocrítico, analiza sus múltiples fortalezas e inevitables debilidades y esboza un diagnóstico sobre el desempeño de cada una de sus áreas sustantivas para proponer, con base en él, un programa de trabajo que oriente y fortalezca su labor.

Parte esencial de este diagnóstico ha sido la convocatoria presencial y virtual ¿Qué esperar del FCE al inicio de su 9ª década?, abierta en diciembre de 2013 y en la que todo interesado ha propuesto y podrá proponer al Fondo estrategias hacia el futuro. Nunca antes se había creado un espacio tan específico y

sistemático para escuchar a lectores, autores, traductores y participantes de la cadena del libro, y muchas de sus propuestas han nutrido este programa.

La convocatoria es vital para esta casa, que aspira a conocer más y mejor a sus lectores para ofrecerles textos pulcros editados con rigor y belleza, y a estudiantes y académicos para brindarles obras clásicas y contemporáneas; que desea seguir aportando opiniones sólidas y de largo plazo sobre temas sociales clave, enriqueciendo y difundiendo las discusiones globales en países de habla hispana, y brindando a un amplio sector de lectores de espíritu autodidacta obras de divulgación, consulta e iniciación.

El Fondo también se propone perseverar en la identificación de obras literarias trascendentes en América Latina; en promover la creación, discusión y disfrute de la literatura; en estimular a los autores jóvenes, en ascenso o consagrados, y en publicar textos que resalten, difundan, estudien y preserven las más destacadas manifestaciones artísticas y culturales mexicanas, hispanoamericanas y universales.

Diagnóstico

Si bien los ejes históricos que guían nuestra actividad son claros, hoy conviene formular, como hemos dicho, un mínimo diagnóstico de los problemas que han contribuido a diluir la línea editorial del FCE.

En el pasado el Fondo buscó el balance entre tradición y novedad, entre técnica y reflexión, entre lo nacional y lo extranjero. Hoy, a estos desafíos se suman otros, novedosos y complejos, que le obligan a encontrar múltiples equilibrios entre quehacer cultural y educativo y criterio empresarial; entre objetivos nacionales y comerciales; entre metas de mediano y de largo plazo; entre hitos del pensamiento universal e iberoamericano; entre fomento a la lectura y difusión editorial; entre mercado interno e internacional; entre servicio académico y demanda inmediata, y entre el desarrollo sustentable del entorno y el de la propia entidad.

Quizá aquel sano afán “expansionista” del Fondo haya ido demasiado lejos, coadyuvando a desdibujar y a restar impacto a la política editorial. Por ejemplo: de las 40 colecciones activas, en varias aparecen sólo uno o dos títulos al año, que naturalmente no pueden constituirse en referencia para su potencial público.

Por el contrario, no se ha incursionado en temáticas de actualidad que debieran estar representadas en el catálogo; por ello en este Programa se propone, por ejemplo, la nueva colección de Comunicación.

Por lo anterior, urge trabajar en la redefinición de las funciones de los comités editoriales, que asesoran en las decisiones de política editorial, para fortalecerlos y hacerlos más operativos; fijar políticas para garantizar la selección imparcial de obras; unificar criterios y agilizar los procedimientos de evaluación de contenidos, formatos y potencial comercial de las propuestas editoriales que se reciben; revitalizar colecciones tradicionales, sostener un programa permanente de reimpressiones, y mantener los elevados estándares de calidad en edición, traducción y diseño gráfico en las obras impresas y electrónicas, característicos de esta casa.

El Fondo ha promovido la creación literaria dirigida a niños y jóvenes, más allá de tópicos narrativos y gráficos, para formar lectores autónomos y críticos mediante la publicación de textos e ilustraciones propuestos por creadores externos, o de proyectos propios, brindando a su público más joven el trabajo de los nuevos autores y evadiendo tendencias locales o globales. Cada año estimula la creación de obras de calidad con el Concurso de Álbum Ilustrado A la Orilla del Viento y el Premio Hispanoamericano de Poesía para Niños, o los bianuales Premio Internacional de Divulgación de la Ciencia Ruy Pérez Tamayo y el Concurso Leamos la Ciencia para Todos.

No obstante, se deben dar grandes pasos adelante para consolidar la oferta en el rubro y publicar más autores mexicanos, pues son pocos los que están en el catálogo, así como diseñar proyectos para pre-lectores y establecer un programa anual de fomento a la lectura para niños y jóvenes, que incluya la formación de mediadores de lectura que inicien a los pequeños en los medios digitales.

Y aunque la política editorial nunca ha dejado de apoyar las colecciones infantiles y juveniles, de bibliografía universitaria y de divulgación científica, el impulso debe ser más explícito y vigoroso, en consonancia con las exigencias de la Reforma Educativa puesta en marcha en este sexenio. Las estrategias y líneas de acción para enfrentar estos y otros desafíos, como la promoción de la producción intelectual de México e Iberoamérica en circuitos de compra-venta de derechos de autor, se abordan en el Objetivo 1: Publicar obras de temas de autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura.

Una de las líneas centrales de la política comercial del FCE debe ser la modernización y expansión de la red de librerías para obtener los recursos que le permitan materializar su vocación social y ofrecer mejores libros con precios competitivos para que más gente los adquiera, atendiendo con ello la demanda de distribución y consumo de libros propios y de otras editoriales.

Es claro que las librerías del FCE, algunas de ellas magníficas, son insuficientes para la población; están inequitativamente distribuidas en el territorio nacional y algunas carecen de espacios adecuados para desarrollar actividades académicas y culturales o cuentan con áreas limitadas de exhibición; de tal manera que en los años por venir el FCE deberá enriquecer y mejorar su infraestructura en la materia.

En los últimos años, el Fondo ha firmado convenios con gobiernos estatales y municipales e instituciones académicas bajo esquemas de colaboración que han resultado muy positivos para ampliar la red de librerías; se perseverará en esta modalidad para mejorar la cobertura nacional y la distribución y comercialización de su fondo editorial y el de otras casas editoras nacionales y extranjeras.

De similar relevancia es la estructuración de una estrategia paralela de actividades culturales y de promoción del libro y fomento de la lectura dirigida a los diferentes públicos considerados en nuestro catálogo. Existen nichos de mercado insuficientemente atendidos, como el sector académico, en el que hemos perdido presencia en las últimas décadas, o las tiendas departamentales y las ferias nacionales e internacionales, donde reforzaremos nuestra presencia.

Para abrir nuevas librerías, más atractivas para el lector, se buscará el equilibrio entre la accesibilidad económica y la identificación de los puntos de mercado con mayores perspectivas de crecimiento, o con más necesidades por satisfacer. Más allá de las consideraciones puramente mercantiles, es vital coadyuvar con otras instancias de gobierno en desarrollar hábitos de lectura y cultura digital en las comunidades donde está implantado el FCE.

Otros temas importantes son la calidad y diversidad de nuestra oferta, que requieren cuidado permanente y especializado. Para una política comercial moderna y competitiva también es importante consolidar y aumentar la cartera de clientes, mejorar la atención y el servicio y optimizar la distribución nacional e internacional de los libros, así como explorar el mercado de Internet y las nuevas formas de ofertar y leer contenidos electrónicos, aspectos que deberán formar parte esencial de nuestro trabajo en los años venideros.

La política de comunicación del Fondo se ha enfocado en consolidar la imagen institucional, a nivel nacional e internacional, lo cual se ha logrado con creces; sin embargo, difícilmente se difunden al público en general, con la intensidad requerida, las obras que a diario publica el Fondo, el conjunto de sus autores y su gran cantidad de actividades culturales en México y en el extranjero. Éste es otro de los grandes retos que enfrentamos.

Aunque sabemos que es fundamental difundir y promover con oportunidad en nuestra página web y en las redes sociales los títulos que editamos y reimprimimos, debemos reconocer que, actualmente, la presencia del Fondo en estas instancias es escasa, por lo que debe reforzarse.

El Fondo cuenta con una franja de lectores fieles, pero el desafío es atraer a lectores potenciales, así como mejorar cualitativamente nuestro nexos con los medios de difusión, combinando las modalidades tradicionales y nuevas, elevando el nivel de las presentaciones de títulos e incrementando la convocatoria a autores.

A proponer las estrategias y líneas de acción para superar estos y otros retos está destinado el Objetivo 2: Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas.

El FCE cuenta con una red de nueve filiales, distribuidas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, los Estados Unidos, Guatemala, Perú y Venezuela, cuya labor principal es comercializar y promover las obras y autores de su catálogo en los países donde se asientan y en los mercados vecinos: así es como llega a gran parte de Iberoamérica y los Estados Unidos la producción editorial propia y la de otros sellos.

Si bien es cierto que el Fondo fue pionero en la creación de filiales en Iberoamérica, y que en el medio editorial en español su presencia en el exterior es muy sólida, no podríamos soslayar nuestra ausencia en países que hoy son importantes mercados potenciales. Por ello debemos reforzar nuestra presencia en América Latina y los Estados Unidos mediante la apertura, ampliación o reorientación de algunas filiales y a través de su consolidación como auténticos puntos de encuentro y circulación de libros e ideas entre países y regiones, que trasciendan y sean algo más que eras representaciones comerciales.

Históricamente las filiales han mantenido un alto grado de rentabilidad cultural, y su impulso a la difusión del conocimiento y la cultura en el mundo de habla hispana es invaluable. Sin embargo, su creación se ha dado en momentos y contextos distintos, lo que ha contribuido a la heterogeneidad de sus mecanismos operativos. Es menester mejorar su funcionamiento y optimizar su seguimiento y evaluación desde casa matriz: a ello está orientado el Objetivo 3. Afianzar y acrecentar la presencia del FCE en las diferentes regiones de influencia de las filiales en Iberoamérica.

Finalmente, un tema crucial, relacionado con toda la cadena de producción del libro, es la inserción del FCE en el ecosistema digital, por ello figura en los tres objetivos de este Programa. Sin duda, el Fondo es el pionero mexicano en la edición electrónica; no obstante, su oferta aún resulta limitada, pues ronda los 700 títulos; se hace necesario entonces impulsar en el mediano plazo una política enérgica para contar con al menos 2 200 títulos en 2018. Para lograrlo, es preciso crear un Comité de Libros Electrónicos que establezca mecanismos y procedimientos para las políticas de edición, producción, promoción, comercialización y distribución de libros electrónicos, las cuales aún no existen de manera formal en la editorial.

También habrá que elaborar una estrategia de posicionamiento del Fondo en el ecosistema digital con la aportación de contenidos en apps, páginas interactivas y con formatos enriquecidos o de ePubs; en la actualización de la Librería virtual; en la generación de productos y servicios para nativos digitales; en reforzar la presencia del FCE en las redes sociales; en incorporar lo digital a las librerías físicas; en avanzar en la contratación de derechos de ediciones electrónicas; en la digitalización de nuestro rico acervo, y en la salida simultánea de los títulos en formato impreso y electrónico -cosa que tampoco ocurre hoy, y que nos hemos propuesto afrontar de manera inmediata.

CAPÍTULO II. ALINEACIÓN CON LAS METAS NACIONALES

Plan Nacional de Desarrollo (PND)				Programa Sectorial de Educación (PSE)			PI
Meta	Objetivo	Estrategia	Línea de Acción	Objetivo	Estrategia	Línea de Acción	Objetivo
Meta (Eje) 3: México con Educación de Calidad.	Objetivo 3.3. Ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de las y los ciudadanos.	3.3.1. Situar a la cultura entre los servicios básicos brindados a la población como forma de favorecer la cohesión social.	5. Diseñar un programa de acción que promueva la lectura.	Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.	5.1. Fomentar la educación artística y cultural y crear mayores oportunidades de acceso a la cultura, especialmente para el sector educativo.	5.1.3. Fomentar la lectura como habilidad básica en la superación de la desigualdad.	1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura
		3.3.2. Asegurar las condiciones para que la infraestructura cultural permita disponer de espacios adecuados para la difusión de la cultura en todo el país.	1. Realizar un trabajo intensivo de evaluación, mantenimiento y actualización de la infraestructura y los espacios culturales existentes en todo el territorio nacional. 2. Generar nuevas modalidades de espacios multifuncionales y comunitarios, para el desarrollo de actividades culturales en las zonas y municipios		5.2. Dotar a la infraestructura cultural de espacios y servicios dignos.	5.2.1. Desarrollar acciones de recuperación, rehabilitación, mantenimiento y equipamiento de la infraestructura cultural en apoyo al proceso educativo. 5.2.2. Desarrollar nuevos espacios para actividades culturales, multifuncionales y comunitarios, en zonas urbanas marginadas. 5.2.3. Prever que	2. Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad, que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas

Plan Nacional de Desarrollo (PND)				Programa Sectorial de Educación (PSE)			PI
Meta	Objetivo	Estrategia	Línea de Acción	Objetivo	Estrategia	Línea de Acción	Objetivo
			con mayores índices de marginación y necesidad de fortalecimiento del tejido social.			las acciones de infraestructura cultural atiendan los requerimientos de las mujeres y hombres con discapacidad	
	Objetivo 3.3. Ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de las y los ciudadanos.	3.3.5. Posibilitar el acceso universal a la cultura mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y el establecimiento de una Agenda Digital de Cultura en el marco de la Estrategia Digital Nacional.	1. Definir una política nacional de digitalización, preservación digital y accesibilidad en línea del patrimonio cultural de México, así como del empleo de los sistemas y dispositivos tecnológicos en la difusión del arte y la cultura.	Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.	5.5. Fortalecer el acceso de la población estudiantil y docente a la cultura, con el uso de las tecnologías digitales.	5.5.1. Generar contenidos culturales en formatos digitales multimedia para el apoyo de los programas educativos. 5.5.2. Publicitar, a través de plataformas tecnológicas, las actividades culturales y artísticas dirigidas a las y los estudiantes y a las y los docentes. 5.5.3. Crear plataformas y servicios digitales que favorezcan una oferta amplia de contenidos culturales, especialmente para niñas, niños, jovencitas y jóvenes.	1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura
			3. Crear plataformas digitales que favorezcan la oferta más amplia posible de contenidos culturales, especialmente para niñas, niños, jovencitas y jóvenes.				

Meta (Eje) 3: México con Educación de Calidad

Meta (Eje) 5: México con Responsabilidad Global

5.2. Promover el valor de México en el mundo mediante la difusión económica, turística y cultural.

5.2.2. Definir agendas en materia de diplomacia pública y cultural que permitan mejorar la imagen de México en el exterior, lo cual incrementará los flujos de comercio, inversión y turismo para elevar y democratizar la productividad a nivel regional y sectorial.

3. Emplear la cultura como instrumento para la proyección de México en el mundo, con base en las fortalezas del país.
4. Aprovechar los bienes culturales, entre ellos la lengua española y los productos de las industrias creativas, como instrumentos de intercambio diplomático, diálogo y cooperación.

Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.

5.3. Fortalecer la identidad nacional a través de la difusión del patrimonio cultural y el conocimiento de la diversidad cultural.

5.3.1. Incrementar las acciones para un mayor conocimiento y difusión del patrimonio cultural, en especial para estudiantes y docentes.

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

CAPÍTULO III. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

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

El FCE ha procurado desde su fundación ofrecer a los lectores una mezcla de autores clásicos y obras de vanguardia que contribuyan a difundir el saber contemporáneo y una gran variedad de expresiones culturales escritas. En todo momento, la búsqueda de voces nuevas y temas emergentes ha sido una prioridad de la casa editorial, que hoy desea ofrecer sus libros no sólo en los tradicionales formatos impresos, sino también en los más novedosos medios digitales. Para avanzar en la construcción de su catálogo, es deseable robustecer los mecanismos mediante los cuales se eligen los libros a publicar, de modo que, con ayuda de los órganos consultivos, la editorial pueda seguir filtrando los mejores materiales que le proponen o que detecta en los mercados de otras latitudes.

En tres áreas prioritarias se requiere redoblar esfuerzos para seguir ofreciendo a estudiantes, académicos, investigadores y analistas los libros que permitan la formación, discusión y disfrute del más alto nivel: la bibliografía universitaria, es decir todos los textos necesarios para la educación media superior y superior; la divulgación científica, cuyo impacto en el desarrollo del país, en el mediano y largo plazos, es incuestionable, y la literatura para niños y jóvenes, pues es en las primeras etapas de la vida cuando más fácil resultar crear prácticas de lectura sólidas y verdaderamente transformadoras. Una editorial como el FCE puede constituirse, además, en palanca para desarrollar materiales que contribuyan al mejor desempeño de los alumnos, desde los que comienzan a leer hasta los de posgrado.

Por otra parte, en el mundo actual es imprescindible preparar la oferta editorial para las futuras modalidades de lectura. Para ello, se requiere desarrollar estrategias para convertir el vasto patrimonio editorial del FCE al formato electrónico, ya sea como meras versiones digitales de las obras impresas, como productos enriquecidos o creados especialmente para el entorno virtual.

Tarea no menor es la promoción, más allá de las fronteras geográficas y lingüísticas, de la creatividad e inteligencia de nuestros escritores y pensadores. En un mundo en el que los bienes inmateriales adquieren cada vez más valor, es imprescindible colocar la producción intelectual de México e Iberoamérica en los circuitos de compra-venta de derechos de autor. Más que producir obras en idiomas distintos al español, es tiempo de propiciar que otras casas editoras, con firme presencia en los mercados nacionales o regionales en otras lenguas, adquieran licencias de traducción, tal como suele hacer el propio FCE con lo producido en inglés, francés o alemán, por mencionar las tres lenguas de las que más se ha traducido.

Estrategias

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

Líneas de acción

- 1.1.1. Someter las propuestas editoriales a criterios uniformes de evaluación respecto de su contenido, forma y potencial comercial.
- 1.1.2. Agilizar los procedimientos, internos y externos, de evaluación de obras.
- 1.1.3. Formular con precisión las funciones de los comités editoriales.
- 1.1.4. Establecer criterios y controles para mantener elevados niveles de calidad en la traducción, edición y diseño de las obras.

1.2. Fortalecer las colecciones de bibliografía universitaria.

Líneas de acción

- 1.2.1. Publicar obras de vanguardia que permitan el acceso del público a nuevos autores y campos del saber.
- 1.2.2. Incorporar al catálogo autores emergentes nacionales, cuyas obras puedan influir en la discusión de los asuntos públicos o en la formación de estudiantes.
- 1.2.3. Coadyuvar al propósito central y prioritario del Gobierno Federal de hacer de la educación un gran proyecto nacional.
- 1.2.4. Propiciar el esquema de publicación en coedición con instituciones académicas y casas editoriales de excelencia.
- 1.2.5. Dar continuidad, renovándolas, a las líneas fundadoras y tradicionales de la editorial.
- 1.2.6. Lanzar una nueva colección de libros sobre comunicación, de autores nacionales y extranjeros.

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

Líneas de acción

- 1.3.1. Reforzar los proyectos existentes mediante la publicación de nuevos escritores e ilustradores, buscando el equilibrio entre novedades y reimpresiones.
- 1.3.2. Diseñar proyectos para "pre-lectores", es decir, para quienes, por su edad, aún no están en condiciones de leer.
- 1.3.3. Ampliar y diversificar el catálogo de obras informativas.
- 1.3.4. Establecer actividades permanentes de fomento a la lectura para niños y jóvenes.
- 1.3.5. Consolidar la formación de mediadores de lectura, incluyendo las prácticas en medios digitales.
- 1.3.6. Expandir la oferta editorial con productos digitales que contribuyan a la formación de lectores.

1.4. Fortalecer las colecciones de divulgación científica.

Líneas de acción

- 1.4.1. Motivar la participación de científicos e investigadores iberoamericanos en la redacción de obras de divulgación de alto nivel.
- 1.4.2. Aumentar la circulación mediante la promoción académica en México y en el extranjero.
- 1.4.3. Llevar el Concurso Leamos La Ciencia para Todos y el Premio Internacional de Divulgación de la Ciencia a otras naciones de habla hispana.
- 1.4.4. Incrementar la participación de los jóvenes y niños en cada una de las ediciones del Concurso Leamos La Ciencia para Todos.

1.5. Desarrollar nuevos productos educativos.

Líneas de acción

- 1.5.1. Implementar proyectos que involucren nuevas tecnologías para el fomento de la lectura creando e impulsando la nueva generación de lectores "digitales".

1.5.2. Incorporar nuevas líneas editoriales y productos para los lectores en general y para los estudiantes con necesidades educativas especiales.

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

Líneas de acción

1.6.1. Incursionar en la creación de libros con formatos enriquecidos, y en el desarrollo de contenidos hipertextuales.

1.6.2. Constituir el Comité de Libros Electrónicos del FCE, para definir políticas y criterios para la selección de obras en formato electrónico.

1.6.3. Integrar un procedimiento para la elaboración de libros electrónicos, con el fin de estandarizar los procesos vinculados con esta modalidad de publicación.

1.6.4. Digitalizar el catálogo vivo del FCE con el fin de generar archivos digitales que sirvan para diversos propósitos.

1.6.5. Fortalecer las reimpresiones para mantener vivo el catálogo del FCE y satisfacer la demanda de los lectores.

1.6.6. Asegurar que las características de las obras sean adecuadas y los diseños resulten atractivos.

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

Líneas de acción

1.7.1. Desarrollar un catálogo de derechos disponibles para la venta al extranjero, ya sea que el FCE los controle, o que reciba la autorización correspondiente.

1.7.2. Asistir a las principales ferias del libro para interesar a editoriales extranjeras en las obras de los mejores autores de México e Iberoamérica.

1.7.3. Contribuir a la profesionalización de la industria editorial mexicana en materia de venta de derechos al extranjero.

1.7.4. Crear servicios en Internet dirigidos a las y los autores y a las agencias literarias, para agilizar la comunicación y el intercambio de información relacionada con sus obras.

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

Con 80 años de existencia, el Fondo de Cultura Económica enfrenta nuevos retos en la difusión, promoción y comercialización de libros impresos y electrónicos.

En la actualidad, la industria editorial se ha desarrollado para atender a públicos cada vez más específicos. Asimismo, las nuevas tecnologías permiten la producción no sólo del libro impreso, sino también del electrónico, lo que vuelve más ricas y complejas las tareas de promoción y comercialización.

El FCE cuenta con un catálogo histórico de más de 10 mil obras y un catálogo disponible de cerca de 5 500 títulos impresos. En formato electrónico ofrece hoy casi 700 obras.

Para el FCE, la comercialización de libros no sólo implica distribuir y exhibir dichos bienes culturales en distintos puntos de venta; se requiere una estrategia paralela de actividades culturales y de promoción del libro y la lectura, por lo que resulta indispensable contar con una infraestructura adecuada y con espacios idóneos que inviten a la reflexión y la lectura.

El FCE cuenta con una red de librerías y una librería virtual, aunque sus canales de distribución son mucho más amplios y abarcan un universo de puntos de venta que incluye librerías, ferias, tiendas departamentales y tiendas virtuales con presencia internacional.

En su origen, las publicaciones del FCE estaban dirigidas principalmente al sector universitario y académico, pero con los años se ha perdido presencia comercial en estos espacios y hoy resulta necesario fortalecer ese mercado.

Por ello, con la finalidad de que nuestra producción editorial esté al alcance de un mayor número de lectores, tanto nacionales como extranjeros, se buscará ampliar la distribución y comercialización de las obras, valiéndonos de los canales tradicionales y de los virtuales.

En años recientes, el FCE ha celebrado convenios de colaboración para ampliar su red de librerías, particularmente con gobiernos estatales y municipales e instituciones académicas, pero todavía resultan insuficientes, por lo que se buscará incrementar el número de librerías sustentadas en esquemas de colaboración, para garantizar una mayor presencia y cobertura a nivel nacional.

Por otro lado, y con respecto a la promoción y difusión de los autores, obras, colecciones y al posicionamiento mismo del FCE como marca, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, es indispensable promover con oportunidad los títulos que se editan y reimprimen todos los días, valiéndonos de los medios masivos de comunicación, de nuestra página web, de las redes sociales, de atractivos materiales publicitarios en envíos masivos y de la formulación de un amplio y creativo programa de actividades que rebase el tradicional formato de presentación de libros y contribuya a atraer nuevos públicos.

El reto es captar a posibles lectores que no conocen al FCE y aproximarlos a su universo editorial, especialmente a seguidores de las redes sociales ávidos de contenidos y dinámicas de interés, a los jóvenes estudiantes y a los más pequeños; desde luego, también se trata de conservar a nuestros lectores asiduos.

Para ello, y con el fin de conocer más sus intereses, gustos y opiniones, mantendremos abiertos canales de comunicación e intercambio de opiniones que alimenten y orienten nuestra labor.

Estrategias

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

Líneas de acción

- 2.1.1. Ampliar la distribución de los libros del FCE con nuevos clientes librerías y en otros puntos de venta.
 - 2.1.2. Incrementar y diversificar el número de los contratos de consignación.
 - 2.1.3. Acrecentar la presencia del catálogo del FCE en tiendas departamentales y de autoservicio.
-

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

Líneas de acción

- 2.2.1. Establecer convenios con los gobiernos federal, estatal y municipal, y con instituciones académicas, para abrir nuevas librerías y centros culturales.
 - 2.2.2. Renovar la presentación y la distribución de los espacios en las librerías que lo requieran.
-
- 2.3. Propiciar que las librerías del FCE constituyan centros culturales, espacios de generación de ideas, de encuentro y de creación artística.
-

Líneas de acción

- 2.3.1. Programar actividades culturales en las librerías, que atraigan a diferentes públicos.
 - 2.3.2. Generar promociones atractivas ofreciendo precios accesibles.
 - 2.3.3. Desarrollar con regularidad actividades de fomento a la lectura para niñas, niños y jóvenes.
-

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

Líneas de acción

- 2.4.1. Establecer o estrechar las relaciones comerciales con otras casas editoras nacionales y extranjeras, y con editores independientes.
- 2.4.2. Introducir en las librerías del FCE una oferta editorial de calidad, diferenciada y no sujeta a intereses puramente mercantiles.

- 2.4.3. Crear áreas interactivas digitales en nuestras librerías.
- 2.4.4. Proponer soluciones tecnológicas para mejorar las relaciones con los proveedores de nuestras librerías.

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

Líneas de acción

- 2.5.1. Ampliar la oferta editorial de la librería virtual con publicaciones electrónicas de instituciones académicas.
- 2.5.2. Establecer contratos para comercializar los libros electrónicos del FCE en diversos canales del mundo.
- 2.5.3. Transformar la página web que incluye la librería virtual del FCE, para ubicarla en los más altos estándares de fomento, distribución y venta de contenidos culturales y académicos.

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

Líneas de acción

- 2.6.1. Distribuir catálogos por temas y colecciones en formato digital, para promocionar el fondo editorial en universidades y centros de estudio.
- 2.6.2. Realizar actividades de promoción: ferias, presentaciones de libros y mesas de discusión y análisis en recintos universitarios.
- 2.6.3. Mejorar constantemente el nivel de servicio a los clientes de mayoreo, apoyándose en los avances tecnológicos.

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

Líneas de acción

- 2.7.1. Lanzar una convocatoria pública a los habitantes del mundo del libro en español para que expresen su opinión sobre las metas y retos de esta casa editorial en su novena década de existencia.
- 2.7.2. Estrechar la relación con todos los medios de comunicación y promover los libros que se publican.
- 2.7.3. Establecer vínculos entre las y los reporteros y comunicólogos con los autores de esta casa editorial.
- 2.7.4. Difundir las actividades culturales que apoyan las tareas fundamentales de fomento a la lectura, publicación y venta de libros.
- 2.7.5. Tener mayor cercanía con el público y los medios a través de nuestro portal "Prensa Fondo", buscando que éste establezca la agenda del día.
- 2.7.6. Ampliar el alcance de las campañas publicitarias a un mayor número de mercados y aprovechar los recursos de la web para difundir más material.
- 2.7.7. Incrementar la cantidad y calidad de presentaciones de libros y actividades especiales, para tener presencia en lugares poco frecuentados.
- 2.7.8. Establecer con instituciones afines un programa de actividades en ferias y librerías con presencia de los autores de nuestro catálogo, para acercarlos a los lectores.
- 2.7.9. Estrechar vínculos con escuelas y universidades para difundir las obras de temas académicos.
- 2.7.10. Reforzar la identidad corporativa del FCE como marca, a nivel nacional e internacional.

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

Las nueve filiales del Fondo de Cultura Económica en el extranjero (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, los Estados Unidos, Guatemala, Perú, Venezuela y, próximamente, Ecuador), constituyen una

representación de nuestro país en el exterior, cuyo objetivo fundamental es la difusión del pensamiento iberoamericano y universal por medio de la edición, promoción, distribución y venta de las obras que conforman nuestro catálogo.

Históricamente las filiales han tenido una amplia participación con sus actividades culturales en los países en donde actúan, y su impulso a la difusión del conocimiento y la cultura en el mundo de habla hispana es invaluable. Sin embargo, su creación se ha dado en distintos momentos y en diferentes condiciones, lo que ha contribuido a que cuenten con mecanismos de operación igualmente heterogéneos. Resulta necesario instrumentar medidas que promuevan una mayor madurez institucional y permitan un mejor seguimiento y evaluación desde casa matriz. Para ello se emitirán lineamientos generales de operación que serán el marco destinado a la mejora del funcionamiento de cada una de las filiales y de su relación con el FCE México. Esta visión integral puede convertirse en una de las principales fortalezas del Fondo.

Las filiales deben fortalecerse y ampliar su radio de acción bajo esquemas competitivos y de rentabilidad social, cultural y económica, sin perder su vocación latinoamericana y su compromiso de difundir lo mejor del idioma español en el mundo.

Estrategias

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

Líneas de acción

- 3.1.1. Expandir las exportaciones de libros, a fin de incidir decisivamente en el tránsito de ideas, conocimientos y bienes culturales.
- 3.1.2. Complementar la difusión de las principales obras de la literatura con un programa editorial de largo alcance.
- 3.1.3. Ampliar las actividades culturales y las orientadas a la creación de nuevos públicos promovidas por las filiales, así como incrementar su presencia en el ámbito cultural, a través de Internet y redes sociales.
- 3.1.4. Ampliar la presencia del FCE en los países de habla hispana para, en colaboración con los gobiernos respectivos y las embajadas de México, promover la apertura de nuevas filiales o mejorar las existentes.
- 3.1.5. Mejorar el desempeño de las filiales, estrechando su relación con casa matriz, para establecer mecanismos de operación y transparencia que les permitan ser más competitivas.

CAPÍTULO IV. INDICADORES

Fichas técnicas de los indicadores

FICHA DE INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador 1	Porcentaje de oferta editorial en libros, materiales educativos y culturales puestos al alcance de la población.
Objetivo sectorial o transversal	Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral. Objetivo institucional 1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura.
Descripción general	Mide la relación porcentual del total de libros, materiales educativos y culturales puestos a disposición de la población objetivo (promedio de población mayor de 2 años para apoyar la política educativa y cultural del Gobierno Federal, mediante la publicación y comercialización, en México y en otros países, de obras de primera calidad, dirigida a la población hispano hablante.

Observaciones	(Total de ejemplares distribuidos en el año N / Población objetivo para el año N) X 100	
	1. Ejemplares distribuidos es la suma de los ejemplares de fondo editorial propio y otros fondos editoriales distribuidos en librerías propias, y de los ejemplares de fondo editorial propio distribuidos en librerías de terceros 2. Promedio de población mayor a 2 años	
Periodicidad	Anual	
Fuente	http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&idDependencia=11249 Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno, la Gerencia de Comercialización es el área responsable del tema del indicador. Interna, Informe de movimiento de inventarios del Sistema de Administración de Librerías y del ERP del FCE. La cifra del promedio de población mayor a 2 años está basada en la cifra que se emite en las proyecciones de población de CONAPO. http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones	
Referencias adicionales	Fondo de Cultura Económica	
	Línea base 2013	Meta 2018
	4.65%	5.93%
	(5,158,000/110,894,075*100)	

Descripción	Estrategias
Conjunto de acciones que se reflejan de manera integral para el logro de un objetivo.	Incrementar la oferta editorial. Producción del Programa Editorial.
FICHA DE INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador 1a	Porcentaje de avance en la producción del Programa Editorial respecto de lo programado.
Objetivo sectorial o transversal	Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral. Objetivo institucional 1. Publicar obras de temas y autores novedosos, en formatos tradicionales y electrónicos, que sirvan de acceso al conocimiento y la cultura.
Descripción general	Mide el avance en la producción programada del programa editorial.
Observaciones	(Ejemplares del fondo editorial propio producidos durante el trimestre / ejemplares del fondo editorial propio programados en el año N) x 100
	1. Ejemplares del fondo editorial propio (FEP) producidos: los que se reciben de la imprenta; 2. Ejemplares del fondo editorial propio programados: los que se determinan en el Programa Editorial
Periodicidad	Trimestral
Fuente:	http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&idDependencia=11249 Interno: Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno, la Gerencia de

	Producción es el área responsable del tema del indicador.	
Referencias adicionales	Fondo de Cultura Económica	
	Línea base 2013	Meta 2018
	100% (1,500,000)	100% (1,738,911)

Descripción	Estrategias	
Conjunto de acciones que se reflejan de manera integral para el logro de un objetivo.	Incrementar la oferta editorial. Apertura o mejoramiento de librerías.	
FICHA DE INDICADOR		
Elemento	Características	
Indicador 3	Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas respecto de lo programado.	
Objetivo sectorial o transversal	<p>Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.</p> <p>Objetivo institucional 2. Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas.</p> <p>Objetivo institucional 3. Afianzar y acrecentar la presencia del FCE en las diferentes regiones de influencia de las filiales en Iberoamérica.</p>	
Descripción general	Porcentaje de librerías abiertas y/o renovadas.	
Observaciones	(Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N / Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N) X 100	
	1. Total de librerías abiertas y/o renovadas en el año N. 2. Total de librerías programadas a ser abiertas y/o renovadas en el año N.	
Periodicidad	Anual	
Fuente	http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search& idDependencia=11249 Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno, la Gerencia de Comercialización es el área responsable del tema del indicador.	
Referencias adicionales	Fondo de Cultura Económica	
	Línea base 2013	Meta 2018
	100% (2)	100% (2)

Descripción	Estrategias	
Conjunto de acciones que se reflejan de manera integral para el logro de un objetivo.	Incrementar la oferta editorial. Venta de ejemplares.	
FICHA DE INDICADOR		
Elemento	Características	

Indicador 2	Porcentaje de ejemplares vendidos respecto de lo programado.	
Objetivo sectorial o transversal	Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral. Objetivo institucional 2. Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas.	
Descripción general	Mide el avance de la venta en ejemplares de acuerdo a lo programado.	
Observaciones	(Ejemplares vendidos por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre/ejemplares programados a vender en el año N)x100 1. Ejemplares vendidos es la suma de los ejemplares vendidos en el trimestre 2. Ejemplares programados a vender en el año N.	
Periodicidad	Trimestral	
Fuente:	http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249 Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno, la Gerencia de Comercialización es el área responsable del tema del indicador. Interna: Informes de ventas trimestrales del Sistema de Administración de Librerías y de facturación (ERP).	
Referencias adicionales	Fondo de Cultura Económica	
	Línea base 2013	Meta 2018
	100% (2,507,197)	100% (2,832,947)

Descripción	Estrategias
Conjunto de acciones que se reflejan de manera integral para el logro de un objetivo.	Incrementar la oferta editorial. Venta en valores.
FICHA DE INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador 2	Porcentaje de ejemplares vendidos valores respecto de lo programado.
Objetivo sectorial o transversal	Objetivo 5. Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral. Objetivo institucional 2. Distribuir, promover y comercializar las publicaciones del FCE y otros bienes culturales de calidad que contribuyan a la reflexión y transmisión de ideas.
Descripción general	Mide el avance de la venta en valores de acuerdo a lo programado.
Observaciones	(Venta en valores por el Fondo de Cultura Económica durante el trimestre/Venta en valores programada en el año N)x100. 1. Venta en valores es la suma de los valores de los ejemplares vendidos en el trimestre 2. Venta en valores programada en el año N.
Periodicidad	Trimestral
Fuente:	http://portaltransparencia.gob.mx/pot/informe/fraccionXV.do?method=search&_idDependencia=11249 Informes trimestrales del FCE para Órgano de Gobierno, la Gerencia de

	Comercialización es el área responsable del tema del indicador. Interna: Informes de ventas trimestrales del Sistema de Administración de Librerías y de facturación (ERP).	
Referencias adicionales	Fondo de Cultura Económica	
	Línea base 2013	Meta 2018
	100% (215,691,625)	100% (275,283,244)

GLOSARIO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ERP (Enterprise Resource Planning): Sistema informático de planificación de recursos empresariales, destinado a la administración de recursos en una organización. Agrupa las mejores prácticas a nivel mundial.

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

Hipertextos: piezas de información, interrelacionadas con otras, que permiten una lectura no secuencial.

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

Lectores precarios: Lectores que no tiene los medios o recursos suficientes para tener acceso a la lectura.

Líneas editoriales: Orientaciones generales que señalan los objetivos de la editorial.

Líneas temáticas: Temas sobre los que tratan las diferentes colecciones de la editorial.

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

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

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

Pre-lectores: Quienes, por su edad o carencia de otro tipo, no saben leer o están en vías de aprender a hacerlo.

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

Principales siglas y acrónimos

Conapo Consejo Nacional de Población.

ePub electronic publication.

ERP	Enterprise Resource Planning.
FCE	Fondo de Cultura Económica.
FEP	fondo editorial propio.
OFE	otros fondos editoriales.
PND	Plan Nacional de Desarrollo.
PSE	Programa Sectorial de Educación.
PI	Programa Institucional.

RECURSOS Y RESPONSABLES DE EJECUCIÓN

La estimación de los recursos para la ejecución del Programa Institucional del Fondo de Cultura Económica 2014-2018 estará determinada en el proyecto de presupuesto que anualmente se presente a la Secretaría de Educación Pública y quedará sujeto a la disponibilidad de recursos.

Los instrumentos y responsables de la ejecución del programa se determinan conforme a las facultades y atribuciones del Estatuto Orgánico del FCE.

TRANSPARENCIA

El Programa Institucional del Fondo de Cultura Económica 2014-2018 estará disponible para su consulta en la dirección electrónica:

<http://www.fondodeculturaeconomica.com/Institucional/PND.asp>

al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. En la misma dirección se publicarán los logros obtenidos, de conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en el presente documento.

México, Distrito Federal, a 14 de abril de 2014.- En ausencia del Director General del Fondo de Cultura Económica, Lic. José Ramón Carreño Carlón, de conformidad con lo que indica el Artículo 53 del Estatuto Orgánico del Fondo de Cultura Económica.- El Gerente de Administración y Finanzas del FCE, **José Alejandro Villaseñor Valerio**.- Rúbrica.