

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Cultura Física y Deporte.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

"EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:

SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE CULTURA FÍSICA Y DEPORTE.

ARTÍCULO ÚNICO.- Se REFORMAN los artículos 2, fracción VII; 142, fracción I; 152, fracción I; se modifica la denominación del Capítulo VII "De las Infracciones, Sanciones y Delitos"; y se ADICIONAN los artículos 5, con las fracciones XI, XII y XIII; 41, con una fracción VIII; 41 Bis; 98 Bis; 139 con los párrafos sexto y séptimo; 140, con las fracciones IX, X y XI, recorriéndose la actual IX para quedar como XII; 151, con una fracción V; 152, con una fracción V; 154 y 155 a la Ley General de Cultura Física y Deporte, para quedar como sigue:

Artículo 2. ...

I. a VI. ...

VII. Promover las medidas preventivas necesarias para erradicar la violencia, así como la implementación de sanciones a quienes la ejerzan, lo anterior sin perjuicio de las responsabilidades penales y civiles a que haya lugar, y reducir los riesgos de afectación en la práctica de actividades físicas, recreativas o deportivas, así como para prevenir y erradicar el uso de sustancias y métodos no reglamentarios que pudieran derivarse del dopaje;

VIII. a XII. ...

Artículo 5. ...

I. a VIII. ...

IX. Activación Física: Ejercicio o movimiento del cuerpo humano que se realiza para mejora de la aptitud y la salud física y mental de las personas;

X. Rehabilitación Física: Actividades para restablecer a una persona sus capacidades físicas, reeducando por medio de ellas a su cuerpo;

XI. Evento Deportivo: Cualquier encuentro entre deportistas afiliados a las asociaciones o sociedades deportivas, que se realice conforme a las normas establecidas por éstas y por los organismos rectores del deporte;

XII. Evento Deportivo Masivo: Sin importar el número de personas que se encuentren reunidas, será cualquier evento deportivo abierto al público, que se realice en instalaciones deportivas, estadios, recintos o edificios deportivos, que tenga una capacidad de aforo igual o superior al resultado de multiplicar por cien el número mínimo de competidores que, conforme al reglamento o normatividad de la disciplina que corresponda, deba estar activo dentro de un área de competencia; o bien, aquél que se realice en lugares abiertos, cuando el número de competidores sea igual o mayor a doscientos, y

XIII. Evento Deportivo con fines de espectáculo: Cualquier evento deportivo en el que se condicione el acceso de los aficionados o espectadores al pago de una tarifa para presenciarlo.

Artículo 41. ...

I. a V. ...

VI. Dar seguimiento y ejecutar las políticas y planes aprobados por el SINADE;

VII. Establecer procedimientos de promoción en materia de cultura física y deporte, y

VIII. Promover los mecanismos y acciones encaminados a prevenir la violencia en eventos deportivos y garantizar el desarrollo pacífico en los recintos donde se celebren eventos deportivos masivos y con fines de espectáculo y en sus inmediaciones, así como la seguridad y patrimonio de las personas, en coordinación con las autoridades de Seguridad Pública, Privada y de Protección Civil correspondientes.

Artículo 41 Bis. La coordinación y colaboración entre la Federación, el Distrito Federal, los Estados y los municipios, respecto a la seguridad y prevención en los eventos deportivos masivos o con fines de espectáculo, sin perjuicio de lo dispuesto por la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública, será subsidiaria y se sujetará a lo siguiente:

I. Los usuarios de las instalaciones deportivas, ya sea organizadores, participantes, asistentes, aficionados o espectadores en general, atenderán las disposiciones en materia de seguridad y protección civil, según corresponda y las indicaciones en la materia que emitan las autoridades competentes, para que los eventos deportivos se realicen de manera ordenada y se preserve la integridad de las personas y los bienes;

II. Para la seguridad en el interior de los recintos y sus anexos, los organizadores de los eventos deberán observar las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas correspondientes del municipio o el Distrito Federal en los órganos políticos administrativos en cada una de las demarcaciones territoriales en que se celebren los eventos.

La seguridad en la cancha o área de competencia, en los vestidores y baños para jugadores y en los corredores que los comuniquen, será responsabilidad exclusiva de las asociaciones o sociedades deportivas que avalen el evento y de los organizadores, y sólo a petición expresa de sus dirigentes, intervendrán las autoridades municipales, estatales o federales, según sea el caso, salvo que la intervención sea indispensable para salvaguardar la vida o la integridad de los jugadores, de las personas o de los bienes que se encuentren en dichos espacios;

III. La seguridad en los alrededores de los recintos deportivos corresponde a las autoridades municipales o autoridades del Distrito Federal en términos de lo que dispongan las leyes aplicables;

IV. A solicitud de las autoridades municipales o delegacionales y atendiendo a los acuerdos de colaboración o coordinación que al efecto se celebren, las autoridades estatales y el Distrito Federal intervendrán para garantizar la seguridad en las áreas que se especifiquen de acuerdo con la naturaleza del evento de que se trate;

V. A solicitud de las autoridades estatales o del Distrito Federal y atendiendo a los acuerdos de colaboración o coordinación que al efecto se celebren, las autoridades federales intervendrán para garantizar la seguridad en las áreas que se especifiquen de acuerdo con la naturaleza del evento de que se trate;

VI. En todo caso, para participar en la planeación previa y en el seguimiento durante el desarrollo del evento, los organizadores de los eventos y las autoridades deportivas podrán acreditar un representante y deberán atender las indicaciones y recomendaciones de las autoridades de seguridad o de la Comisión Especial.

Los representantes a que se refiere esta fracción podrán realizar sugerencias y recomendaciones o solicitudes a las autoridades de seguridad pública, pero por ningún motivo tendrán carácter de autoridad pública ni asumirán posiciones de mando.

Para los efectos de este artículo se considera que el evento deportivo, concluye hasta que el recinto se encuentre desalojado y los asistentes se hayan retirado de las inmediaciones;

VII. Los responsables de la seguridad en el interior de los recintos deportivos y sus instalaciones anexas designados por los organizadores de los eventos, deberán participar en las labores de planeación previa, atendiendo las recomendaciones e indicaciones de las autoridades de seguridad pública;

VIII. En la seguridad del interior de los recintos y sus instalaciones anexas, a solicitud de los organizadores, podrán participar autoridades de los tres órdenes de gobierno, atendiendo a lo dispuesto en este artículo y en las disposiciones legales y reglamentarias aplicables, en cuyo caso el mando de los elementos tanto oficiales, como los que aporten los responsables del evento, estará siempre a cargo de quien jerárquicamente corresponda dentro de la corporación, quien será el responsable de coordinar las acciones;

IX. Todas las autoridades contribuirán, en el ámbito de sus competencias, a la efectiva coordinación para garantizar la seguridad en las inmediaciones de las instalaciones deportivas y en el traslado de aficionados al lugar donde se realicen los eventos deportivos, así como en el auxilio eficaz y oportuno al interior de los recintos en caso de requerirse;

X. Las autoridades de los tres órdenes de gobierno, capacitarán a los cuerpos policiacos y demás autoridades encargadas de la seguridad, en el uso apropiado de sus atribuciones así como en técnicas y tácticas especiales para resolver conflictos y extinguir actos de violencia que puedan suscitarse en este sentido, y

XI. Las leyes de Seguridad Pública de las Entidades Federativas y del Distrito Federal, deberán establecer lo conducente para la más eficaz prestación del servicio de seguridad pública entre una entidad y sus municipios o el Distrito Federal en los órganos políticos administrativos en cada una de las demarcaciones territoriales, para garantizar el desarrollo pacífico de los eventos deportivos, que se realicen en la jurisdicción estatal, municipal o en el caso del Distrito Federal, Delegacional, atendiendo a lo previsto en este artículo.

Artículo 98 Bis. Para la celebración de eventos deportivos masivos o con fines de espectáculo, las instalaciones en que pretendan realizarse, independientemente del origen de los fondos con que hayan sido construidas, deberán contar con el equipamiento de seguridad y protección civil que establezcan las leyes y demás ordenamientos aplicables.

Las autoridades municipales, o las correspondientes del Distrito Federal, serán competentes para verificar el cumplimiento de la presente disposición.

Artículo 139. ...

...

...

...

...

Para la ejecución de los acuerdos, políticas y acciones que determine la Comisión Especial, en cada Estado de la República Mexicana y en el Distrito Federal funcionará una Comisión Local, encabezada por el titular del órgano estatal o del Distrito Federal en materia de cultura física y deporte. Su funcionamiento, integración y organización se establecerán en el Reglamento de la presente Ley.

Será obligación de las Comisiones Nacional y Estatales, la elaboración de un Programa Anual de Trabajo para la Prevención de la Violencia en Eventos Deportivos.

Artículo 140. ...

I. a VII. ...

VIII. Brindar asesoría a quien lo solicite, en materia de prevención de la violencia en el deporte, así como en las diversas modalidades de eventos deportivos previstos en esta Ley;

IX. Realizar estudios e informes sobre las causas y los efectos de la violencia en el deporte, así como en las diversas modalidades de eventos deportivos previstos en esta Ley;

X. Conformar y publicar la estadística nacional sobre la violencia en el deporte, así como en las diversas modalidades de eventos deportivos previstos en esta Ley;

XI. Informar a las autoridades competentes sobre los riesgos de los eventos deportivos y coadyuvar en la implementación de las medidas necesarias para la protección de personas, instalaciones o bienes, y

XII. Las demás que se establezcan en esta Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Artículo 142. ...

I. Acatar las disposiciones normativas relacionadas con la cultura física y la prevención y erradicación de la violencia en el deporte, así como de las diversas modalidades de los eventos deportivos contenidas en la presente Ley, su Reglamento y las que emita la Comisión Especial, así como las de la localidad en donde se lleven a cabo, y

II. ...

...

Capítulo VII

De las Infracciones, Sanciones y Delitos

Artículo 151. ...

I. y II. ...

III. El uso indebido de recursos públicos por parte de los sujetos destinatarios de los mismos;

IV. El incumplimiento o violación a los estatutos de las Asociaciones Deportivas Nacionales, por cuanto hace a la elección de sus cuerpos directivos, y

V. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en los artículos 41, 41 Bis y 98 Bis de la presente Ley.

Artículo 152. ...

I. A las Asociaciones y Sociedades Deportivas, Deportivas Nacionales, Recreativo-Deportivas, del Deporte en la Rehabilitación y de Cultura Física-Deportiva, así como a los organizadores de eventos deportivos con fines de espectáculo:

a) a d) ...

II. A directivos del deporte:

a) Amonestación privada o pública;

b) Suspensión temporal o definitiva de su inscripción al SINADE, y

c) Desconocimiento de su representatividad;

III. A deportista:

a) Amonestación privada o pública;

b) Limitación, reducción o cancelación de apoyos económicos, y

c) Suspensión temporal o definitiva de su inscripción al SINADE;

IV. A técnicos, árbitros y jueces:

a) Amonestación privada o pública, y

b) Suspensión temporal o definitiva de su inscripción al SINADE, y

V. A los aficionados, asistentes o espectadores en general, sin perjuicio de las sanciones penales, civiles o de cualquier naturaleza que pudieran generarse y considerando la gravedad de la conducta y en su caso, la reincidencia:

a) Expulsión inmediata de las instalaciones deportivas;

b) Amonestación privada o pública;

c) Multa de 10 a 90 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica que corresponda al momento de cometer la infracción, y

d) Suspensión de uno a cinco años del acceso a eventos deportivos masivos o con fines de espectáculo.

Artículo 154. Comete el delito de violencia en eventos deportivos, el espectador o cualquier otra persona que sin ser juez, jugador o parte del cuerpo técnico de los equipos contendientes en eventos deportivos masivos o de espectáculo y encontrándose en el interior de los recintos donde se celebre el evento, en sus instalaciones anexas, en sus inmediaciones o en los medios de transporte organizados para acudir a los mismos, realice por sí mismo o incitando a otros, cualquiera de las siguientes conductas:

I. Lance objetos contundentes que por sus características pongan en riesgo la salud o la integridad de las personas. En este supuesto, se impondrán de seis meses a dos años de prisión y de cinco a treinta días multa;

II. Ingrese sin autorización a los terrenos de juego y agrede a las personas o cause daños materiales. Quien incurra en esta hipótesis será sancionado con seis meses a tres años de prisión y de diez a cuarenta días multa;

III. Participe activamente en riñas, lo que se sancionará con seis meses a cuatro años de prisión y de diez a sesenta días multa;

IV. Incite o genere violencia, se considera incitador a quién dolosamente determine a otro u otros para que participen en riñas o agresiones físicas a las personas o los bienes;

V. Cause daños materiales en los bienes muebles o inmuebles que se encuentren en el propio recinto deportivo, en sus instalaciones anexas o en las inmediaciones, o

VI. Introduzca al recinto o a sus instalaciones anexas, armas de fuego, explosivos o cualquier arma prohibida en términos de las leyes aplicables.

Quien incurra en las conductas previstas en las fracciones IV, V y VI de este artículo, será sancionado con un año seis meses a cuatro años seis meses de prisión y de veinte a noventa días multa.

Para efectos de lo dispuesto en este artículo, un día multa equivale a un día de los ingresos que por cualquier concepto perciba el inculpado, y a falta de prueba a un día de salario mínimo general, vigente el día y en el lugar donde se haya cometido el delito.

A quien resulte responsable de los delitos previstos en este artículo, se le impondrá también la suspensión del derecho a asistir a eventos deportivos masivos o con fines de espectáculo, por un plazo equivalente a la pena de prisión que le resulte impuesta.

Cuando en la comisión de este delito no resulten dañados bienes de la nación o afectados servidores públicos federales en el ejercicio de sus funciones, conocerán las autoridades del fuero común.

No se castigará como delito la conducta de un asistente a un evento deportivo masivo o de espectáculo, cuando su naturaleza permita la interacción con los participantes.

Las personas que, directa o indirectamente, realicen las conductas previstas en este artículo serán puestas inmediatamente a disposición de las autoridades correspondientes, para que se investigue su probable responsabilidad y se garantice la reparación del daño.

En las conductas no sancionadas por esta Ley, se estará a lo que establece el Código Penal Federal y los Códigos Penales de los estados.

Artículo 155. Para los efectos señalados en este Capítulo, se instituye el padrón de personas sancionadas con suspensión del derecho de asistir a eventos deportivos, en el cual quedarán inscritas las personas a quienes se les imponga como sanción la prohibición o suspensión de asistencia a eventos deportivos masivos o con fines de espectáculo. Este padrón formará parte de las bases de datos del Sistema Nacional de Seguridad Pública, la información en él contenida será confidencial y su acceso estará disponible únicamente para las autoridades de la materia, quienes no podrán usarla para otro fin distinto a hacer efectivas las sanciones de prohibición de asistir a eventos deportivos masivos o con fines de espectáculo.

Su organización y funcionamiento se regirán por lo que disponga el Reglamento que al efecto se expida en términos de la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

La inscripción en este padrón será considerada información confidencial y únicamente tendrá vigencia por el tiempo de la sanción, transcurrido el cual, deberán ser eliminados totalmente los datos del interesado.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Las Legislaturas de los Estados y del Distrito Federal, las autoridades municipales y los órganos políticos administrativos en las demarcaciones territoriales del Distrito Federal, deberán adecuar sus disposiciones legales a lo previsto en esta reforma, en un plazo no mayor a 6 meses a partir de la entrada en vigor del presente Decreto.

TERCERO.- El Ejecutivo Federal deberá expedir las reformas necesarias al Reglamento de esta Ley, en un plazo no mayor a 6 meses a partir de la entrada en vigor del presente Decreto.

CUARTO.- Las comisiones locales a que alude el último párrafo del artículo 139 de esta Ley deberán quedar instaladas dentro de los 90 días posteriores a la publicación de las reformas al Reglamento.

México, D.F., a 1 de abril de 2014.- Dip. **José González Morfín**, Presidente.- Sen. **Raúl Cervantes Andrade**, Presidente.- Dip. **Angelina Carreño Mijares**, Secretaria.- Sen. **Lilia Guadalupe Merodio Reza**, Secretaria.- Rúbricas."

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a seis de mayo de dos mil catorce.- **Enrique Peña Nieto**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, **Miguel Ángel Osorio Chong**.- Rúbrica.

PROGRAMA Institucional del Instituto Mexicano de Cinematografía 2014-2018.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.- Instituto Mexicano de Cinematografía.

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 Instituto Mexicano de Cinematografía 2014-2018, mismo que fue autorizado por el Órgano de Gobierno del Instituto Mexicano de Cinematografía en su Segunda Sesión Extraordinaria, celebrada el 23 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 INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA 2014-2018**MARCO NORMATIVO**

El artículo 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala la obligación del Estado de organizar un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional. Por su parte, la Ley de Planeación establece, en su artículo 21, la obligatoriedad de elaborar, al inicio de cada Administración, un Plan Nacional de Desarrollo (PND) en el que se precisen los objetivos nacionales, estrategias y prioridades del desarrollo integral y sustentable del país. De éste, se derivarán los programas sectoriales, especiales, regionales e institucionales, que orientarán las políticas públicas de los diversos sectores.

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 aprobado por Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de mayo de 2013, establece cinco metas nacionales: México en Paz, México Incluyente, México con Educación de Calidad, México Próspero y México con Responsabilidad Global.

De conformidad con el artículo 24 de la Ley de Planeación, el Programa Institucional 2014-2018 del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) tiene como fundamento la meta nacional México con Educación de Calidad. En este sentido, sus objetivos, estrategias y líneas de acción se encuentran alineados con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y con el Programa Sectorial de Educación 2013-2018 (PSE).

El Programa Institucional 2014-2018 del Imcine tiene su fundamento en la Ley Federal de Cinematografía. El artículo 4 establece que "La industria cinematográfica nacional por su sentido social, es un vehículo de expresión artística y educativa, y constituye una actividad cultural primordial, sin menoscabo del aspecto comercial que le es característico. Corresponde al Poder Ejecutivo Federal la aplicación y vigilancia del cumplimiento de esta Ley y su Reglamento" y el artículo 14 del mismo ordenamiento menciona que "La producción cinematográfica nacional constituye una actividad de interés social, sin menoscabo de su carácter industrial y comercial, por expresar la cultura mexicana y contribuir a fortalecer los vínculos de identidad nacional entre los diferentes grupos que la conforman. Por tanto, el Estado fomentará su desarrollo para cumplir su función de fortalecer la composición pluricultural de la nación mexicana, mediante los apoyos e incentivos que la Ley señale."

Por otra parte, el artículo 41 de la Ley Federal de Cinematografía establece las atribuciones de la Secretaría de Educación Pública en esta materia; entre otras:

I. A través del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes:

a) Fomentar y promover la producción, distribución, exhibición y comercialización de películas y la producción fílmica experimental, tanto en el país como en el extranjero, así como la realización de eventos promocionales, concursos y la entrega de reconocimientos en numerario y diplomas.

b) Fortalecer, estimular y promover por medio de las actividades de cinematografía, la identidad y la cultura nacionales, considerando el carácter plural de la sociedad mexicana y el respeto irrestricto a la libre expresión y creatividad artística del quehacer cinematográfico.

c) Coordinar las actividades de las entidades paraestatales de la Administración Pública Federal, que tengan por objeto social promover, fomentar o prestar servicios y apoyo técnico a la producción y coproducción cinematográfica y audiovisual.

d) Coordinar las actividades del Instituto Mexicano de Cinematografía.

El Programa Institucional 2014-2018 del Imcine está acorde a lo dispuesto en el artículo 48, de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, en cuanto a la fijación de objetivos, definición de estrategias, líneas de acción e indicadores, como se observa en el Capítulo III "Objetivos" y Capítulo IV "Indicadores".

CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO

Cuando el Ejecutivo Federal creó el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), mediante decreto presidencial, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 25 de marzo de 1983, como organismo público descentralizado del Gobierno Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, el Estado contaba con 12 empresas dedicadas al cine. Con el paso de los años se incorporaron tres empresas más y dos se liquidaron. En resumen, aunque no en un mismo periodo, llegó a coordinar 15 entidades de todas las esferas de la industria: producción, distribución, comercialización, exhibición y capacitación, entre las que se encontraban COTSA, Conacine, Conacite I y II, Pemex, Estudios América y Dulcerías Oro.

En diciembre de 1988 se creó el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) y, en febrero de 1989, el Imcine pasó de la Secretaría de Gobernación a la estructura del recién creado Consejo, en respuesta a una afeja demanda de la comunidad cinematográfica.

Al aplicar el Estado, a principios de los años noventa, las políticas de adelgazamiento del sector público, se liquidaron o desincorporaron las entidades y empresas que el Imcine tenía bajo su adscripción, con excepción de Estudios Churubusco Azteca, S.A. y el Centro de Capacitación Cinematográfica, A. C. Además, en 1996, la Cineteca Nacional pasó a formar parte del subsector cinematográfico del Conaculta.

Con lo anterior, las actividades de producción, distribución y exhibición de cine mexicano, tanto de películas coproducidas por el Estado como del sector privado, se redujeron sustancialmente.

A saber, en 1991 se estrenaron 88 películas mexicanas, lo que representó 27% del total de la exhibición en el país, mientras que en 2001 se exhibieron sólo 19, es decir, 8% del total exhibido en ese año.

Ante la desaparición de las empresas públicas dedicadas al cine, en 1990 el Ejecutivo Federal transfirió al Imcine (cuya función original fue reordenar, modernizar y operar de manera integrada las empresas y entidades paraestatales propiedad del Estado) las atribuciones y los recursos para apoyar directamente la producción, distribución y promoción del cine mexicano de calidad, lo que implicó necesariamente una ampliación de sus funciones, crecimiento de su estructura orgánica y adecuación de su marco normativo y estatutario.

Esta nueva facultad del Imcine llevó al Estado a adoptar el papel de coproductor, compartiendo riesgos y beneficios con productores independientes y compañías productoras; esquema muy diferente al anterior, cuando contaba con empresas dedicadas a la producción.

Esta etapa fue de grandes beneficios para el cine mexicano de calidad, que nuevamente volvió a producir películas de buena factura técnica y narrativa, y acercó a más público al cine nacional. Sin embargo, en el aspecto industrial las condiciones no eran favorables para los productores mexicanos, ya que el esquema que prevalecía en el mercado dificultaba la recuperación de la inversión e impedía que los productores pudieran reinvertir en la realización de películas.

Por ello, en estos últimos años, al ser parte de su encomienda impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica del país, el Instituto ha buscado soluciones que respondan a las diversas problemáticas que presenta la actividad cinematográfica nacional, ya sea promoviendo cambios internos en su estructura o propiciando la creación de nuevas áreas y mecanismos que permitan articular los esfuerzos del Estado, a través del Imcine, en atención a las demandas de la comunidad cinematográfica y de la sociedad mexicana en su conjunto.

De esta forma, en 1997 se creó el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine), como un mecanismo de apoyo a la producción, ya que este sector había experimentado una baja alarmante, al grado de que estuvo a punto de desaparecer la realización de cine nacional.

Dentro de las modificaciones a la Ley Federal de Cinematografía, publicadas en 1992, se establecía la creación de un fondo de apoyo a la industria cinematográfica. Fue hasta 2002, diez años después, con la publicación del Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía, que entró en operaciones el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine).

En 2005, el Congreso de la Unión aprobó un estímulo fiscal a la producción de cine mexicano con la incorporación del artículo 226 (hoy artículo 189) de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) pero, debido a que su redacción motivaba diversas interpretaciones, y después de dos modificaciones, se implementó hasta 2007 con la integración del Comité Interinstitucional para la Aplicación del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional (Eficine) y la publicación de sus Reglas de Operación. Lo anterior marcó un hito en la historia de la cinematografía nacional, ya que significó, hasta 2013, contar con 500 millones de pesos anuales para impulsar la producción de cine mexicano; a partir de 2014, el monto dedicado a la producción de películas se incrementó a 650 millones de pesos y se destinaron 50 millones de pesos a la distribución. Cabe señalar que el Imcine forma parte de dicho Comité.

Actualmente el cine está inmerso en una serie de cambios de alcance mundial que transforman su carácter tecnológico, su economía y su repercusión social. Ante esta situación, los países que realizan actividad cinematográfica buscan implementar todo tipo de mecanismos para hacerles frente, tanto a nivel interno como externo, siendo uno de los más importantes conservar la posibilidad de creación de imágenes en movimiento, entendida ésta como una forma inalienable de expresión de la cultura.

En este proceso de transformación, donde la cinematografía tiende a formar parte fundamental de toda una industria audiovisual, el Estado mexicano fomenta el desarrollo de los artistas nacionales con el fin de que éstos materialicen sus obras y puedan ser puestas al disfrute de los ciudadanos.

Hoy el Imcine es un órgano articulador de esta política pública del gobierno mexicano, para lo cual realiza acciones conducentes a fin de lograr dichos objetivos, al tiempo de encaminar sus actividades a coadyuvar al desarrollo de la política de Estado en materia social y cultural, establecida en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y en el Programa Sectorial de Educación 2013-2018.

El Instituto Mexicano de Cinematografía enfrenta el reto de consolidar los avances de la administración en las áreas sustantivas de la entidad, ponderando tanto los logros alcanzados como estableciendo con objetividad las nuevas pautas, retos y ventanas de oportunidad que representan las diversas actividades en materia cinematográfica que lleva a cabo la Institución.

Por la dinámica misma de la actividad cinematográfica y las coyunturas que se presentan día a día, las tareas del Instituto se han modificado en diversas proporciones, resultado de las inercias establecidas por una industria que cambia a ritmos acelerados.

A. Promoción cultural cinematográfica

Con el transcurso del tiempo se ha ido incrementando el número de festivales cinematográficos en el país. En 2013 se registraron 77, en contraste, en el 2000 apenas se realizaban alrededor de 10. Algunos se han consolidado para llegar a ser puntos de referencia para la población de las entidades del país por las diferentes secciones que los conforman, las personalidades que acuden a ellos y los contactos que se dan entre profesionales: intercambio de experiencias sobre diversas temáticas del presente y el futuro cercano de la industria cinematográfica y audiovisual. Cabe señalar que los eventos más reconocidos se llevan a cabo en el interior del país, en ciudades como Guadalajara, Jalisco; Morelia, Michoacán; Guanajuato, Guanajuato; Los Cabos, Baja California Sur; y, Playa del Carmen, Quintana Roo. Sin embargo, un número importante de ellos se concentra en el Distrito Federal (19 eventos), lo que contrasta con entidades donde sólo existen uno o dos, o incluso ninguno.



NOTA: La referencia es de festivales realizados en 2013 en el país. Cabe señalar que esta cifra se modifica año con año, por lo que no hay un padrón con cifras permanentes.

Una de las principales problemáticas que se enfrenta en esta materia, es una cada vez mayor demanda de apoyos a la realización de festivales en el país. En este sentido, el Instituto ha puesto énfasis en brindar soporte a estos eventos a través de proporcionarles películas mexicanas de reciente producción y en el apoyo logístico a sus muestras y exposiciones. Sin embargo, la permanencia y continuidad de los festivales cinematográficos depende de contar con los recursos financieros para su realización.

Los festivales de cine son llevados a cabo por lo general en las grandes ciudades del país, por lo que buena parte de la población que habita en ciudades pequeñas no tiene acceso a este tipo de oferta cinematográfica. En este sentido, Imcine establece estrategias por medio del programa Cine en Tu Comunidad con el objetivo de cubrir el déficit que muestran algunas entidades federativas, como Aguascalientes, Coahuila, Campeche, Tlaxcala, Tabasco, Nayarit y Yucatán, en la realización de eventos cinematográficos.

B. Apoyo a la producción cinematográfica

Uno de los signos de recuperación del cine nacional es la producción de películas, que en los últimos dos años ha superado los 100 largometrajes anuales. En 2013, la producción de películas mexicanas alcanzó 126 largometrajes (la cifra más alta desde 1959), 67% con algún tipo de apoyo del Estado. Este alto número de producción de películas nacionales propicia que se revisen las reglas de operación de los instrumentos públicos de fomento a la cinematografía, con la finalidad de homologar procesos administrativos y de gestión que optimicen recursos y simplifique procedimientos para brindarles mayor eficacia, eficiencia y transparencia.

B.1 Apoyo de escritura de guiones y desarrollo de proyectos

La revitalización de la industria viene acompañada de un nutrido número de talentos, quienes necesitan el apoyo para complementar su formación en las diversas áreas del quehacer cinematográfico. Por ello, el Imcine promueve y fortalece la escritura de guiones, el desarrollo de proyectos cinematográficos y la profesionalización de las personas dedicadas al cine, a través de seminarios y talleres de temáticas diversas. Con este Programa se busca la materialización de guiones robustos que den cuenta de diversas temáticas estéticas y narrativas que posteriormente pueden ser usados como materia prima para lograr obras de calidad.

Año con año aumenta la demanda de solicitantes a este Programa. En 2013, se recibieron 301 proyectos, un incremento de 3.8% con respecto a 2012, y se apoyaron solo 56; es decir, el Instituto solo cubrió 19% de la demanda total. En los últimos siete años se recibieron 1,638 solicitudes de apoyo a la escritura de guión y desarrollo de proyectos, de los cuales solamente se apoyaron 290, lo que representa 18%.

Apoyo a la escritura de guiones y desarrollo de proyectos

Año	Número de apoyos otorgados	Solicitudes recibidas	Porcentaje atendido
2007	45	166	27%
2008	37	194	19%
2009	38	217	18%
2010	39	244	16%
2011	35	226	15%
2012	40	290	14%
2013	56	301	19%

B.2 Apoyo a cortometrajes

Uno de los primeros acercamientos profesionales al ejercicio cinematográfico de muchos noveles cineastas es el cortometraje, formato en el que los artistas experimentan, se enriquecen y descubren las posibilidades estéticas y narrativas de esta expresión visual. Sin embargo, existe una brecha importante entre el número de solicitudes y los apoyos otorgados. En 2013, el Imcine apoyó 23 cortometrajes de 179 solicitantes; es decir, solo cubrió 13% de una demanda que año tras año también se incrementa. En los últimos siete años se inscribieron 1,283 proyectos de cortometraje en las diversas categorías, de los cuales, solamente se apoyaron 161, lo que representa 13%.

Debido a las pocas oportunidades de explotación comercial de los cortometrajes, tanto en el ámbito nacional como internacional, las posibilidades de acceso al apoyo de la iniciativa privada para estas producciones prácticamente son nulas, ya que su nicho natural es el ámbito cultural, más que de mercado.

El hecho de que el cortometraje tenga menos posibilidades de recuperación económica debido a la falta de escenarios para su exhibición no ha implicado que el Imcine descuide esta área de la producción fílmica, ya que se trata de obras con alto nivel artístico y técnico, de gran valor cultural y, por ende, de relevancia institucional para garantizar la diversidad cultural. En este sentido, el cortometraje es una herramienta útil y cada vez más popular que tiene diversos usos, por su gran valor e impacto social, como promocionar campañas de concientización, por ejemplo.

Apoyo otorgados a la producción de cortometrajes

Año	Número de apoyos	Solicitudes recibidas	Porcentaje atendido
2007	20	222	9%
2008	20	180	11%
2009	30	175	17%
2010	26	181	14%
2011	20	184	11%
2012	22	162	14%
2013	23	179	13%

Debido a su importancia como medio de expresión audiovisual, hoy en día se llevan a cabo festivales y muestras, entre otras actividades, que atraen la participación de cortometrajes, donde México, a lo largo de una constante participación, ha logrado colocarse en un lugar preponderante como país generador de filmes de calidad. Los cortometrajes apoyados por el Imcine han ganado importantes premios nacionales, de los cuales destacan el premio Mayahuel (Festival de Cine Internacional de Guadalajara), la Diosa de Plata (Periodistas Cinematográficos de México) y el Ariel (Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas). En el ámbito internacional se han obtenido prestigiados galardones como la Palma de Oro y el Pequeño Riel de Oro, en el Festival Internacional de Cine de Cannes, Francia; el Gran Premio, en el Festival Internacional de Cine de Clermont Ferrand, Francia; y, el Danzante de Oro, en el Festival Internacional de Cine de Huesca, España, entre otros. Destaca que en los últimos siete años los cortometrajes apoyados por el Imcine han obtenido 222 premios nacionales y 72 premios internacionales.

Premios obtenidos por la participación de los cortometrajes apoyados en eventos nacionales e internacionales

Año	Nacionales	Internacionales
2007	21	9
2008	36	6
2009	41	14
2010	43	10
2011	35	15
2012	31	7
2013	15	11
TOTAL	222	72

El cortometraje también se exhibe a través de canales de difusión que sólo tienen la finalidad de generar espacios culturales y de entretenimiento, para darse a conocer a mayor público, como la plataforma digital. Otra aplicación del cortometraje es didáctica, como el uso que le ha dado la Secretaría de la Función Pública, dependencia que entre 2003 y 2007 y en 2009, en colaboración con Imcine, lanzó una convocatoria para realizar proyectos con temáticas específicas que buscan sensibilizar a la población para generar una cultura de valores.

B.3 Apoyo a la producción de largometrajes

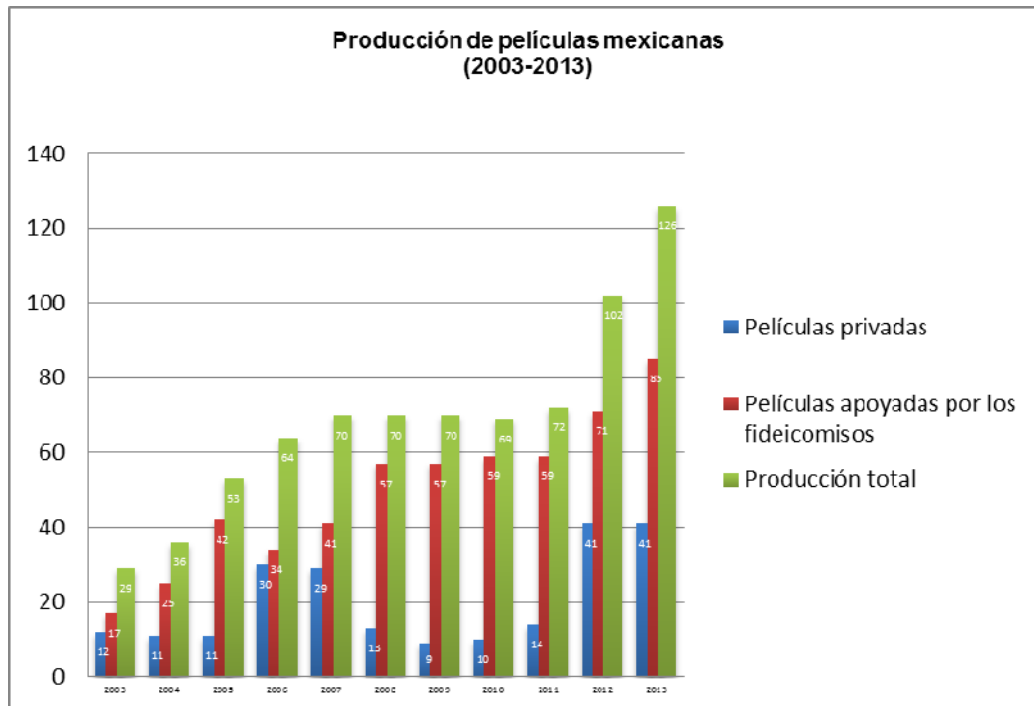
Las políticas públicas implementadas en los últimos años se han enfocado principalmente a reactivar la producción cinematográfica, en especial a partir de 1997, cuando se produjo el menor número de películas mexicanas, sólo 9.

En los últimos años la cinematografía mexicana ha alcanzado altos niveles de producción, lo cual ha generado beneficios culturales y económicos en diversos sectores de la población. Una herramienta que ha resultado fundamental en el desarrollo de la industria ha sido el fortalecimiento de los fideicomisos Foprocine, Fidecine y el Estímulo Fiscal a la Producción Cinematográfica Nacional (Eficine 189). Estos mecanismos, tan solo en 2013 apoyaron la producción de 85 películas del total de 126 realizadas.

En sus 31 años de existencia, el Imcine ha apoyado casi 60% de la producción de largometrajes nacionales.

Tanto el Fidecine como el Foprocine tienen reglas de operación, se aprueban recursos mediante un Comité Técnico y adquieren derechos sobre la película, es decir, se vuelven coproductores. Este mecanismo fue establecido con el fin de generar un retorno a los fondos para poder seguir apoyando la producción; sin embargo, debido a las condiciones del mercado, la recuperación no es significativa.

En casi todos los países que cuentan con una industria cinematográfica sólida, los recursos para apoyar la producción de cine nacional provienen de los ingresos que generan todos los sectores que componen la industria. En lugares como Francia, Brasil, Argentina y Colombia existen fondos de ayuda a la producción que se conforman de la recaudación de un impuesto a la exhibición en salas de cine y, en algunos casos, en televisión.



C. Distribución y exhibición de cine nacional

A pesar de la multiplicación de los medios de explotación audiovisual, las salas cinematográficas siguen siendo la mayor fuente de ingresos para el cine nacional y un importante medio donde se concentra el público. En los últimos años el porcentaje de exhibición que representa al cine nacional ha aumentado considerablemente, aun tomando en cuenta que se enfrenta a las producciones extranjeras, en especial estadounidenses, que año con año aumentan su presencia en las salas cinematográficas del país, con películas caracterizadas por sus altos costos de producción.

El importante fomento a la producción por parte del Estado, a través de sus diversos mecanismos, ha propiciado un mayor número de estrenos de cintas nacionales en las salas de cine comerciales, lo que permite ofrecer mayor diversidad de títulos mexicanos y una amplia oferta de entretenimiento que, afortunadamente, ha encontrado su repercusión en el público.

El aumento de la salida de muchas películas nacionales en salas de cine, se debe, entre otros factores, a la sinergia entre distribuidores y exhibidores de circuitos culturales. En los últimos años la Cineteca Nacional ha tenido un papel preponderante, pues ha facilitado el estreno de muchas obras cinematográficas que difícilmente hubieran podido encontrar su salida en salas de las cadenas comerciales.

Si bien en la actualidad es posible realizar estrenos en circuitos como Cineteca Nacional, aún no se ha construido una red de exhibición nacional que garantice que la mayoría de las películas mexicanas pueda presentarse en al menos una de las ciudades importantes en cada estado de la República. Por ello resulta fundamental seguir expandiendo la salida de los trabajos de corte autoral tanto en Cineteca Nacional como en otros circuitos de exhibición alternativos en todo el país.

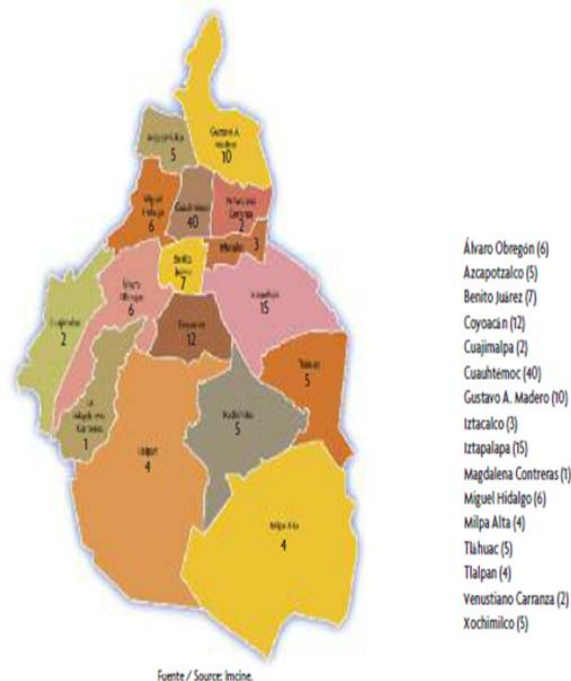
El reto para los estrenos mexicanos sigue siendo incrementar su presencia a nivel nacional, ya que la Ciudad de México concentra por mucho el estreno de películas. De los 101 títulos mexicanos estrenados en 2013, cien fueron en la capital del país. Por ello, Imcine debe estimular la salida de los estrenos nacionales y se ha dado a la tarea de localizar los diferentes cineclubes que existen en el país, información que se desconocía hasta ahora, censando aproximadamente 300. Este acercamiento puede establecer los cimientos para que estos circuitos alternativos sirvan como salida de las películas mexicanas, lo que abriría la oferta cinematográfica existente y dotaría a los pequeños exhibidores independientes y cine clubes de películas de estreno.

Estrenos del cine mexicano apoyado por el Estado en 2013

ESTADO	ESTRENOS
Aguascalientes	39
Baja California	37
Baja California Sur	27
Campeche	11
Chiapas	27
Chihuahua	32
Coahuila	49
Colima	18
Distrito Federal	100
Durango	16
Estado de México	67
Guanajuato	41
Guerrero	29
Hidalgo	56
Jalisco	58
Michoacán	38

ESTADO	ESTRENOS
Morelos	41
Nayarit	15
Nuevo León	56
Oaxaca	26
Puebla	58
Querétaro	43
Quintana Roo	31
San Luis Potosí	45
Sinaloa	35
Sonora	49
Tabasco	21
Tamaulipas	30
Tlaxcala	29
Veracruz	55
Yucatán	33
Zacatecas	17

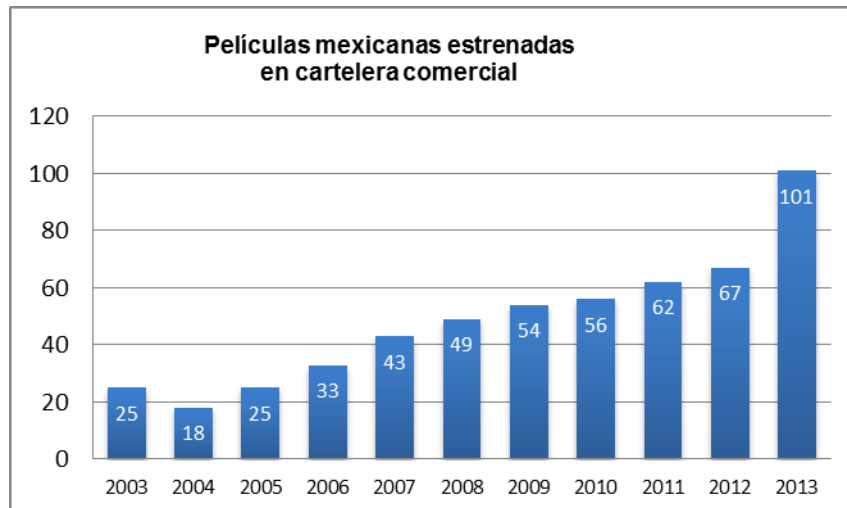
Cineclubes en la ciudad de México / Film Clubs in Mexico City





Otro factor fundamental para el desarrollo de la distribución de películas mexicanas es el Estímulo a la Promoción del Cine (Eprocine), que asignó, a través de una ampliación al rubro cultura, 280 millones de pesos establecidos en el Presupuesto de Egresos de la Federación en 2012. Para la distribución cinematográfica se asignaron 80 millones de pesos que se distribuyeron en 60 proyectos, siete en la categoría de circuito no cultural, y 53 proyectos en la categoría de circuito comercial. Con este mecanismo se apoyó a distribuidoras, productoras y gestores culturales. A lo largo de 2012 y 2013 las películas que habían recibido el apoyo tuvieron en conjunto una taquilla de alrededor de 130 millones de pesos, con más de tres millones de asistentes. En 2013 no se asignaron recursos económicos a esta iniciativa, pero para 2014 se estableció un monto de 50 millones de pesos a través del Estimulo Fiscal a Proyectos de Inversión a la Distribución Cinematográfica Nacional (Eficine Distribución), para destinarlos a la distribución del cine mexicano.

Estos estímulos económicos fomentan la creación de distribuidoras nacionales interesadas en cine mexicano, así como la distribución independiente por parte de los propios productores. También contribuyen a generar interés en los gestores culturales en la difusión de la cinematografía del país, al brindar un incentivo económico que redunde en mejores condiciones de proyección. Asimismo, se da impulso a cineclubes y circuitos de exhibición cultural que realizan presentaciones en comunidades de bajos recursos.



Porcentaje que representó el cine nacional en la cartelera comercial en el periodo 2003-2013

AÑO	%	AÑO	%
2003	8.9	2009	17.6
2004	6.5	2010	17.9
2005	9.0	2011	19.3
2006	11.1	2012	21
2007	14.1	2013	27
2008	15.0		

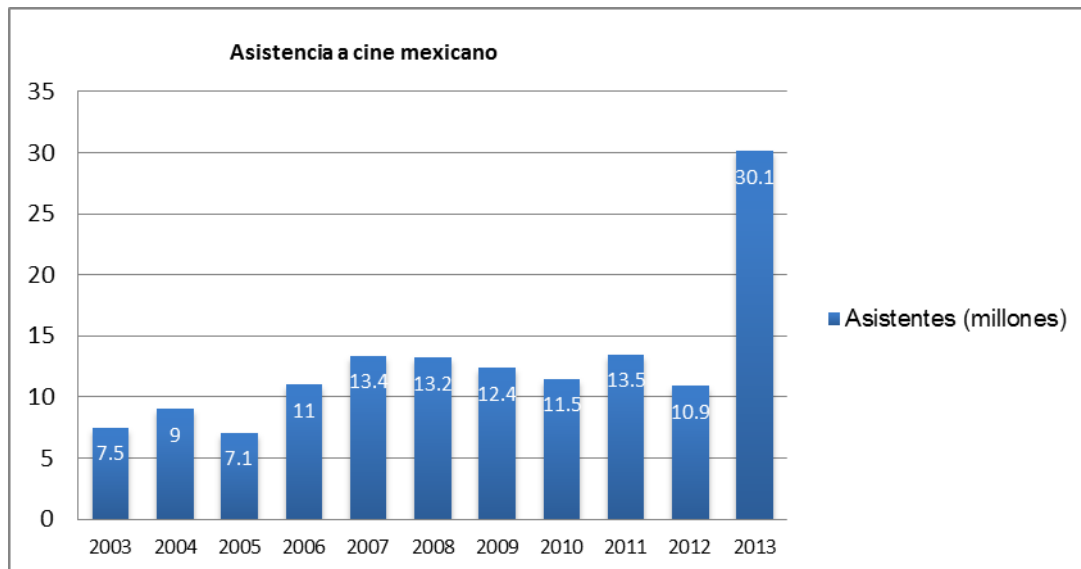
Un reto fundamental asumido por esta administración es que el cine nacional establezca una escala más amplia con las audiencias, en especial con la mexicana. Afortunadamente, gracias a la conjunción de sinergias, se está logrando concretar esta meta.

Por muchos años la asistencia a películas mexicanas se vio mermada, ya sea por la baja producción de cine nacional o por la hegemonía que representaban las grandes producciones de otras latitudes, inundando el mercado con un alto número de copias y estableciendo estrategias publicitarias a gran escala con las que el cine nacional no podía competir.

En 2013 asistieron a las salas cinematográficas comerciales 248 millones de espectadores, un incremento de más de 20 millones respecto a 2012. El cine nacional logró convocar a más de treinta millones de espectadores, y una película mexicana, No se aceptan devoluciones, logró ser la cinta con más asistencia, con 15 millones de espectadores. A su vez, la película Nosotros los Nobles logró ocupar el séptimo lugar de asistencia general con más de 7 millones de espectadores. Ambos filmes superaron el récord de asistencia a una película mexicana que hasta entonces sostenía El crimen del padre Amaro, desde el año 2002, con 5 millones de espectadores.

La cinematografía nacional enfrenta numerosos retos y complejidades inherentes a una industria en cambio permanente, que no da tregua a la pasividad en su organización, calidad de producción y difusión, con competencia visible en la gran oferta audiovisual proveniente de todo el mundo.

No obstante una asistencia histórica en el año 2013 para el cine nacional, más de 60 películas mexicanas estrenadas en el año no superaron los 10 mil asistentes. Esta problemática demanda establecer estrategias de diverso alcance para que el cine mexicano encuentre a su espectador por diversas vías, tanto por las salas de cine como por otras ventanas digitales.



A pesar de que los números reflejan una franca recuperación de la presencia del cine nacional en las carteleras comerciales, es importante ponderar que las salas cinematográficas, más de 5000 en todo el país, se concentran en las zonas y ciudades más pobladas, dejando relegados sitios que adolecen de infraestructura y acceso a este bien cultural. Se estima que más del 60% de la población no cuenta con una sala de cine dentro de su municipio en el país.

La incorporación de las nuevas tecnologías al consumo audiovisual es uno de los elementos que ha permitido elevar el número de espectadores en las cinematografías de todo el mundo. No obstante, México aún no cuenta con una plataforma que ofrezca contenidos de manufactura nacional, por lo que es impostergable la inserción del cine mexicano en estas ventanas de exhibición. El Imcine se encuentra desarrollando la plataforma digital Cinema México, instrumento de modalidad “bajo demanda” con el cual se pretende democratizar el acceso a nuestra expresión, dirigido a todo aquel interesado en conocer, por medio de un amplio catálogo de producciones nacionales, el devenir de la cinematografía de nuestro país. De la misma manera este soporte permitirá establecer puentes de encuentro con las audiencias tanto de México como de otras latitudes, permitiendo al Instituto conocer de primera mano las actitudes y puntos de vista que giran en torno a nuestra expresión.

En 2013, las tres películas nacionales más concurridas acumularon 85% de la asistencia total, por ello resulta importante robustecer las estrategias de difusión y comercialización que consideren la oferta total del cine mexicano. Desde el inicio de esta administración, Imcine implementa una campaña de difusión llamada “Cine mexicano rumbo a”, que busca fortalecer la percepción del público sobre la cinematografía nacional y con ello incrementar su consumo en taquilla.

Cine-secuenciaS es un mecanismo de divulgación que establece un diálogo permanente con el público en general, a través de programas de radio y televisión. Cine-secuenciaS Radio es un programa con entrevistas reportajes, cápsulas especiales, coberturas en festivales nacionales, invitados especiales y participación del público con la información actualizada del cine nacional.

Cine-secuenciaS TV ha alcanzado un considerable posicionamiento a lo largo de seis años de transmisión, aunque es importante replantear su formato a fin de que sea más dinámico y atractivo para los televidentes. Esto requiere de un proceso de investigación previo para analizar los guiones con el objeto de que sean más creativos, y que se diseñen programas que atraigan a públicos diversos gracias a la incorporación de temas de interés global en torno a la actividad cinematográfica y los medios audiovisuales. El Imcine seguirá trazando estrategias que coadyuven a que las poblaciones que no cuenten con la infraestructura cinematográfica puedan ser provistas de este bien cultural. El programa Cine en Tu Comunidad ha servido para este propósito, cosechando resultados importantes en la formación de público para el cine nacional y estimulando la cohesión social en los municipios y comunidades más desfavorecidos.

El cine nacional se encuentra inmerso en un momento de gran posibilidad para su consolidación. Las cifras son alentadoras: la producción va en aumento, se exhiben más películas que han cosechado innumerables premios tanto nacionales como internacionales y las asistencias son las más altas registradas en muchos años; sin embargo, en una actividad de transformaciones permanentes, el Imcine debe establecer y atender de forma objetiva las deficiencias y retos que enfrenta nuestra actividad y proyectar los nuevos desafíos que se plantean para el futuro.

CAPÍTULO II. ALINEACIÓN A LAS METAS NACIONALES

El Programa de Desarrollo Institucional del Imcine es congruente con el Plan Nacional de Desarrollo y con el Programa Sectorial de Educación, de conformidad con el artículo 24 de la Ley de Planeación. Su formulación tiene como base la meta nacional México con Educación de Calidad.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018				PSE	PROGRAMA INSTITUCIONAL DE IMCINE
META NACIONAL	OBJETIVO META NACIONAL	ESTRATEGIAS DE OBJETIVO META NACIONAL	LÍNEA DE ACCIÓN	OBJETIVO	OBJETIVOS
México con educación de calidad	Ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos	Fomentar el desarrollo cultural del país a través de los apoyos a industrias culturales y vinculando la inversión en cultura con otras actividades productivas	Impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional de producciones nacionales y extranjeras realizadas en territorio nacional	Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral	Apoyar la producción cinematográfica nacional.
					Promover el cine mexicano en el territorio nacional y en el extranjero.
					Difundir la actividad cinematográfica nacional por los medios de comunicación masiva y la tecnología digital de vanguardia.

CAPÍTULO III. OBJETIVOS**Objetivo 1. Apoyar la producción cinematográfica nacional.**

La industria cinematográfica nacional, por su sentido social, es un puente de expresión artística y educativa, que sin menoscabo de su carácter industrial y comercial, constituye una actividad cultural primordial y de interés público, por ende, y como lo establece la Ley Federal de Cinematografía, corresponde al Estado fomentar y promover la producción de contenidos fílmicos, a través del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine).

Estrategias

1.1 Apoyar la producción de películas de ficción, experimentales, óperas primas y documentales, así como cine comercial, de cortos y largometrajes.

Líneas de acción

1.1.1 Apoyar proyectos cinematográficos para su producción, por medio de Imcine, Foprocine, Fidecine y Eficine.

1.1.2 Apoyar proyectos cinematográficos para su postproducción, por medio de Imcine, Foprocine, Fidecine y Eficine.

1.1.3 Emitir convocatorias públicas para la selección de proyectos de cortometraje susceptibles de apoyo para producción o postproducción.

1.1.4 Conjuntar esfuerzos con instituciones de los sectores público, social y privado para apoyar la producción o postproducción de cortometrajes.

1.2. Promover la profesionalización y especialización en las diversas áreas que componen el quehacer cinematográfico.

1.2.1 Brindar apoyos económicos, asesorías personalizadas y respaldar la organización de talleres, entre otras acciones de ayuda a los escritores para la realización de guiones.

1.2.2 Brindar apoyos económicos, asesorías personalizadas y respaldar la organización de talleres, entre otras acciones de ayuda a los productores para el desarrollo de proyectos cinematográficos susceptibles de ser producidos.

1.2.3 Realizar seminarios y talleres de las diversas áreas que componen la industria cinematográfica.

Objetivo 2. Promover el cine mexicano en el territorio nacional y en el extranjero.

La Ley Federal Cinematográfica establece que se debe fortalecer, estimular y promover por medio de las actividades de cinematografía, la identidad y la cultura nacionales tanto en el país como en otras latitudes, cuyas atribuciones recaen en el Imcine.

Estrategias

2.1 Promover y difundir la cultura cinematográfica mexicana en el país.

Líneas de acción

2.1.1 Apoyar la realización de eventos cinematográficos culturales que permitan acercar esta manifestación artística a la población.

2.1.2 Promover la participación de las películas apoyadas por Imcine en eventos y festivales nacionales.

2.1.3 Llevar el Programa Cine en tu Comunidad en las zonas del país que adolecen de infraestructura de salas cinematográficas.

2.1.4 Aplicar el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Distribución Cinematográfica Nacional (Eficine-Distribución), en materia de distribución cinematográfica.

2.1.5 Promover la exhibición del cine nacional en cineclubes y circuitos alternativos.

2.2 Promover y difundir la cultura cinematográfica mexicana en el extranjero.

Líneas de acción

2.2.1 Participar en festivales y eventos cinematográficos en el extranjero.

2.2.2 Promover el material de acervo del cine mexicano en los mercados cinematográficos del mundo.

2.2.3 Ofrecer por medio de la Comisión Mexicana de Filmaciones información que requieren los productores extranjeros para filmar en nuestro país.

Objetivo 3. Difundir la actividad cinematográfica nacional por los medios de comunicación masiva y la tecnología digital de vanguardia.

Por su naturaleza, los medios audiovisuales se encuentran inmersos en una dinámica de cambios tecnológicos permanentes que no dan tregua a un estado de pasividad en su organización y difusión; por ello, es impostergable que las industrias culturales, en especial las audiovisuales, se inserten en las nuevas formas de consumo y difusión. Imcine, siguiendo la política pública del Ejecutivo Federal, establecida en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, en lo concerniente a posibilitar el acceso universal a la cultura mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, se suma a esta disposición de carácter rector.

Estrategias

3.1 Difundir y divulgar el trabajo de los creadores cinematográficos a través de la radio y la televisión.

Líneas de acción

3.1.1 Realizar programas radio con información actualizada del cine nacional.

3.1.2 Producir programas de televisión sobre la industria cinematográfica nacional para la formación de públicos.

3.2 Incorporar el uso de las nuevas tecnologías al consumo audiovisual.

Líneas de acción

3.2.1 Posibilitar el acceso a nuestra expresión cinematográfica a través de la plataforma digital Cinema México.

3.2.2 Brindar información relevante actualizada del cine nacional por medio de un observatorio del audiovisual mexicano.

CAPÍTULO IV. INDICADORES

Fichas Técnicas de los Indicadores

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	1.1 Apoyos aprobados a proyectos de largometraje.
Objetivo institucional	Objetivo 1. Apoyar la producción cinematográfica nacional.
Descripción general	El indicador evalúa la capacidad que tiene el Imcine para atender la demanda de apoyos a la producción de largometrajes, a través de Fidecine, Foprocine y Eficine. Se relaciona con la estrategia 1 del objetivo 1.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a los apoyos otorgados a la producción de largometrajes.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Los resultados de las convocatorias se publican en diarios de circulación nacional y se difunden en la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía. http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: SEP/Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
Línea base 2013	Meta 2018
101	110

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	1.2 Apoyos otorgados a la producción de cortometraje .
Objetivo institucional	Objetivo 1. Apoyar la producción cinematográfica nacional.
Descripción general	El indicador evalúa la capacidad que tiene el Imcine para atender la demanda de apoyos a la producción de cortometraje. Se relaciona con la estrategia 1 del objetivo 1.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a los apoyos otorgados a la producción de cortometrajes.
Periodicidad	Anual.
Fuente	Los resultados de las convocatorias se publican en diarios de circulación nacional y se difunden en la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía. http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: SEP / Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
Línea base 2013	Meta 2018
23	25

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	1.3 Apoyos otorgados a la escritura de guiones y desarrollo de proyectos cinematográficos
Objetivo institucional	Objetivo 1. Apoyar la producción cinematográfica nacional.
Descripción general	El indicador evalúa la capacidad que tiene el Imcine para atender la demanda de apoyos a la escritura de guiones y desarrollo de proyectos. Se relaciona con la estrategia 2 del objetivo 1.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a los apoyos otorgados a la escritura de guiones y desarrollo de proyectos por Imcine.
Periodicidad	Anual.
Fuente	Los resultados de las convocatorias se publican en diarios de circulación nacional y se difunden en la página web del Instituto Mexicano de Cinematografía. http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: SEP / Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
Línea base 2013	Meta 2018
56	56

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	2.1 Evento nacional participado.
Objetivo institucional	Objetivo 2. Promover el cine mexicano en el territorio nacional y en el extranjero.
Descripción general	El indicador evalúa el número de participaciones de las películas apoyadas en su producción por Imcine en eventos y festivales nacionales. Se relaciona con la estrategia 1 del objetivo 2.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a los eventos cinematográficos nacionales en los que participan las películas apoyados en su producción por Imcine.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Seguimiento de la Matriz de Indicadores de Resultados (SMIR) Informe anual de autoevaluación de la entidad, que se puede consultar en la página web de la entidad: http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: SEP / Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
Línea base 2013	Meta 2018
84	84

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	2.2 Evento internacional participado.
Objetivo institucional	Objetivo 2. Promover el cine mexicano en el territorio nacional y en el extranjero.
Descripción general	El indicador evalúa el número de participaciones de las películas apoyadas en su producción por Imcine en eventos y festivales internacionales. Se relaciona con la estrategia 2 del objetivo 2.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a los eventos cinematográficos internacionales en los que participan las películas apoyados en su producción por Imcine.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Seguimiento de la Matriz de Indicadores de Resultados (SMIR) Informe anual de autoevaluación de la entidad, que se puede consultar en la página web de la entidad: http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: SEP / Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
Línea base 2013	Meta 2018
280	320

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	3.1 Programa de radio producido
Objetivo institucional	Objetivo 3. Difundir la actividad cinematográfica nacional por los medios de comunicación masiva y la tecnología digital de vanguardia.
Descripción general	El indicador evalúa el número de programas de radio realizados en un año. Se relaciona con la estrategia 1 del objetivo 3.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a los programas de radio "Cine-secuenciaS" producidos por Imcine, en coordinación con IMER.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Seguimiento de la Matriz de Indicadores de Resultados (SMIR) Informe anual de autoevaluación de la entidad, que se puede consultar en la página web de la entidad: http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: SEP / Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
Línea base 2013	Meta 2018
52	52

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	3.2 Programa de televisión producido
Objetivo institucional	Objetivo 3. Difundir la actividad cinematográfica nacional por los medios de comunicación masiva y la tecnología digital de vanguardia.
Descripción general	El indicador evalúa el número de programas de televisión producidos en un año. Se relaciona con la estrategia 1 del objetivo 3.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a los programas de televisión "Cine-secuenciaS" coproducidos entre Imcine y Canal 22.
Periodicidad	Trimestral.
Fuente	Seguimiento de la Matriz de Indicadores de Resultados (SMIR) Informe anual de autoevaluación de la entidad, que se puede consultar en la página web de la entidad: http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: SEP / Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
Línea base 2013	Meta 2018
33	42

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	3.3 Plataforma digital implementada
Objetivo institucional	Objetivo 3. Difundir la actividad cinematográfica nacional por los medios de comunicación masiva y la tecnología digital de vanguardia.
Descripción general	El indicador evalúa la implementación de la plataforma digital del Imcine. Se relaciona con la estrategia 2 del objetivo 3.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a la plataforma diseñada e implementada por Imcine.
Periodicidad	Sexenal
Fuente	En la página web de la plataforma digital: testing.cinemamexico.com.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
Línea base 2013	Meta 2018
0	1

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Elemento	Características
Indicador	3.4 Observatorio del audiovisual nacional implementado
Objetivo institucional	Objetivo 3. Difundir la actividad cinematográfica nacional por los medios de comunicación masiva y la tecnología digital de vanguardia.
Descripción general	El indicador evalúa la implementación del observatorio del audiovisual nacional implementado por Imcine. Se relaciona con la estrategia 2 del objetivo 3.
Observaciones	El indicador es un valor que equivale a la plataforma diseñada e implementada por Imcine.
Periodicidad	Sexenal
Fuente	En la página web de la entidad: http://www.imcine.gob.mx/
Referencias adicionales	Dependencia responsable de medir el indicador: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
Línea base 2013	Meta 2018
0	1

GLOSARIO

Conacine. Corporación Nacional Cinematográfica.

Conacite. Corporación Nacional Cinematográfica de Trabajadores del Estado.

Cotsa. Compañía Operadora de Teatros.

Eficine. Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción (Eficine Producción) y en la Distribución (Eficine Distribución) Cinematográfica Nacional.

Eprocine. Estímulo a la Promoción del Cine.

Fidecine. Fondo de Inversión y Estímulo al Cine.

Foprocine. Fondo para la Producción de Calidad.

Imcine. Instituto Mexicano de Cinematografía.

LISR. Ley del Impuesto sobre la Renta.

Pelmex. Películas Mexicanas.

PSE. Programa Sectorial de Educación.

SMIR. Seguimiento de la Matriz de Indicadores de Resultados.

RECURSOS Y RESPONSABLES DE EJECUCIÓN

La estimación de los recursos para la ejecución del Programa Institucional 2014-2018 del Imcine estará determinada en los Proyectos de Presupuesto que anualmente sean presentados por la entidad y quedarán sujetos a la disponibilidad de recursos.

Los instrumentos y responsables de la ejecución del Programa se determinan conforme a las facultades y atribuciones del Imcine.

TRANSPARENCIA

El Programa de Desarrollo Institucional 2014-2018 del Imcine estará disponible a partir de su publicación en la página de Internet www.imcine.gob.mx y se publicará en el Diario Oficial de la Federación.

México, Distrito Federal, a 23 de abril de 2014.- El Director General del Instituto Mexicano de Cinematografía, **Jorge Gerardo Sánchez Sosa**.- Rúbrica.

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 ECONÓMICA 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 reimpresiones, 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 reimprimos, 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 nexo 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 con mayores índices de marginación y necesidad de fortalecimiento del tejido social.		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 las acciones de infraestructura cultural atiendan los requerimientos de las mujeres y hombres con discapacidad	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
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.	3.3.5. Posibilitar el acceso universal a la cultura mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y del 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. 3. Crear plataformas digitales que favorezcan la oferta más amplia posible de contenidos culturales, especialmente para niñas, niños, jovencitas y jóvenes.	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
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 libreros 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%	
(5,158,000/110,894,075*100)	
5.93%	

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

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.