I.- Datos Generales

Código EC1302 **Título**

Cálculo editorial y precio de venta al público

Propósito del Estándar de Competencia

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que se desempeñan realizando la función del cálculo editorial para la determinación del precio de venta al público considerando todas las fases del proceso editorial, desde la gestión de derechos de autor, producción, difusión, promoción, distribución y comercialización, que comprende el desarrollo de cuatro funciones específicas: Identificar, calcular y presupuestar los costos fijos de una edición; Identificar, calcular y presupuestar los costos variables de una edición; establecer un factor para determinar el precio de venta; y generar la tabla de precios finales de acuerdo con las políticas institucionales de descuentos: Precio de Venta al Público (PVP), Precio al Distribuidor (PD) y Precio de Autor (PA).

Asimismo, puede ser referente para el desarrollo de programas de capacitación y de formación basados en Estándares de Competencia (EC).

El presente EC se refiere únicamente a funciones para cuya realización no se requiere por disposición legal, la posesión de un título profesional. Por lo que para certificarse en este EC no deberá ser requisito el poseer dicho documento académico.

Descripción general del Estándar de Competencia

El presente EC establece las competencias que una persona debe demostrar para certificar la determinación del precio de venta al público del libro basado en el cálculo editorial. Para lo cual, sus procesos en esta función van desde la identificación de todos los costos fijos y variables en la publicación de un libro; el establecimiento de un factor para la determinación de un (PVP), tomando en cuenta los criterios o lineamientos de la editorial en particular y, con base en lo anterior, generar un documento con las políticas institucionales de aplicación de descuentos.

El presente EC se fundamenta en criterios rectores de legalidad, competitividad, libre acceso, respeto, trabajo digno y responsabilidad social.

Nivel en el Sistema Nacional de Competencias: Cuatro

Desempeña diversas actividades tanto programadas poco rutinarias como impredecibles que suponen la aplicación de técnicas y principios básicos. Recibe lineamientos generales de un superior. Requiere emitir orientaciones generales e instrucciones específicas a personas y equipos de trabajo subordinados. Es responsable de los resultados de las actividades de sus subordinados y del suyo propio.

Comité de Gestión por Competencias que lo desarrolló

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, CANIEM.

Fecha de aprobación por el Comité Técnico del CONOCER:
25 de noviembre del 2020

Fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación:
28 de diciembre del 2020

Periodo sugerido de revisión /actualización del EC:
3 años

Ocupaciones relacionadas con este EC de acuerdo con el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO)
Grupo unitario

1421 Directores y productores artísticos de cine, teatro y afines

Ocupaciones asociadas

N/A

Ocupaciones no contenidas en el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones y reconocidas en el Sector para este EC
Editores

Clasificación según el sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)
Sector:
32 Industrias manufactureras
51 Información en medios masivos

Subsector:
323 Impresión e industrias conexas
511 Edición de periódicos, revistas, libros, software y otros materiales, y edición de estas publicaciones integrada con la impresión

Rama:
3231 Impresión e industrias conexas
5111 Edición de periódicos, revistas, libros y similares, y edición de estas publicaciones integrada con la impresión

Subrama:
32311 Impresión
51113 Edición de libros y edición de estas publicaciones integrada con la impresión

Clase:
323111 Impresión de libros, periódicos y revistas
511131 Edición de libros

El presente EC, una vez publicado en el Diario Oficial de la Federación, se integrará en el Registro Nacional de Estándares de Competencia que opera el CONOCER a fin de facilitar su uso y consulta gratuita.

Organizaciones participantes en el desarrollo del Estándar de Competencia

- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
- Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)
- El Colegio de la Frontera Norte
- El Colegio de la Frontera Sur
- Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora
- Julio Sanz Crespo y Asociados
- Universidad Nacional Autónoma de México
- Universidad Autónoma de Aguascalientes

Aspectos relevantes de la evaluación

Detalles de la práctica:	• El evaluador solicita al candidato que inicie su evaluación a partir de generar tablas de cálculo. El candidato deberá identificar, calcular y presupuestar los costos fijos, costos variables, establecer un Factor para el precio de venta, determinar el precio de venta y generar las hojas de cálculo correspondientes. Asimismo, se le pide al candidato que responda un cuestionario. La evaluación se puede llevar a cabo de forma presencial o a la distancia en tiempo real bajo supervisión de un experto.
Apoyos/Requerimientos:	• Un equipo de cómputo con micrófono, cámara web y con un programa de hoja de cálculo instalado. • Internet. • Calculadora.

Duración estimada de la evaluación

3:30 horas en gabinete y 0 horas en campo, totalizando 3:30 horas

Referencias de Información

Bibliografía

- Aguilar González, C. (1973). Matemática de la economía editorial. Madrid: Aguilar.
- Alatorre, S. E., Argüelles, J. D., Ayala Ochoa, C., García Castillo, J. E., Garone Gravier, M., Padilla Flores, R., Zenker, A. (2016). Quehacer editorial 13: Las resistencias a los futuros del libro, México: Ediciones del Ermitaño, Solar Ediciones.
- Ayala Ochoa, C. (2015). La cultura editorial universitaria. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Baverstock, A. (1993). Are books different?: marketing in the book trade. London: Kogan Page.
- Baverstock, A. (2015). How to market books. London; New York: Routledge.
- Berdugo Palma, L. (1994). Cálculo editorial. Bogotá: CERLALC.
- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. (2019). 1er Foro sobre políticas públicas de la red del libro. Problemas críticos y soluciones factibles. México: Cámara Nacional de la Industria Editorial.
- Castañón, A. (2005). Los mitos del editor: Paseos III. México: Lectorum.
- Cole, D. (2003). Marketing editorial: la guía. México: Fondo de Cultura Económica.
- De la Torre Villar, E. (2000). Elogio y defensa del libro: prólogo y notas al “Discurso” de Juan Bautista Valenzuela Velázquez. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- De la Torre Villar, E. (2015). Breve historia del libro en México. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- Eco, U., & Carrière, J.-C. (2010). Nadie acabará con los libros. México: Lumen.
- Eguaras Etchetto, M. R. (2017). Publicar con calidad editorial: cuatro pilares de la producción de un libro. Barcelona: Malaquita Ediciones.
- Epstein, J. (2002). Book business: publishing past, present and future. New York: W.W. Norton.
- Escolar Sobrino, H. (1996). Historia del libro. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Pirámide.
- Galán, M. (1986). Análisis estructural del sector editorial español. Salamanca, Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Galina Russell, I., & Priani Saisó, E. (2019). Una mirada al libro electrónico. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- Gil, M., & Gómez, M. (2017). Manual de edición: guía para estos tiempos revueltos. Buenos Aires: La marca editora. CERLALC.
- González Guerrero, F. (1947). Los libros de los otros (Recensiones). México: Ediciones Chapultepec.
- Herralde, J. (2004). El observatorio editorial (F. Lebenglik, ed.). Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Israel, A. (1985). Marketing creativo. Santiago de Chile: IDB Consultores de Publicidad y Comunicación.
- Jackson, H. E. (1966). Introducción a la práctica de las artes gráficas. México: Trillas
- Kloss, G. (2002). Entre el diseño y la edición: tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

- Lemus Olvera, R. (1989). Autores universitarios: el libro y las vocaciones. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Coordinación de Humanidades, Dirección General de Fomento Editorial.
- Mangada Sanz, A. (1988). Cálculo editorial: fundamentos económicos de la edición (2a ed.). Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Pirámide.
- Márquez González, M. del C. (2015). De las ideas al libro. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martín Vivaldi, G. (2018). Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo (34a ed.). Madrid: Paraninfo.
- Olaechea, J. B. (1986). El libro en el ecosistema de la comunicación cultural. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Paredes Alonso, J. (1989). Mercaderes de libros: cuatro siglos de historia de la Hermandad de San Gerónimo. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Parets, J. (2018). Originalidad creatividad y registro del Derecho de Autor. Editorial Sista.
- Piccolini, P. (2019). De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales. México: Fondo de Cultura Económica.
- Pol Arrojo, J. (1970). El libro y su comercialización. Madrid: Paraninfo.
- Renán, R. (1988). Los otros libros: distintas opciones en el trabajo editorial. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Coordinación de Humanidades, Dirección General de Fomento Editorial.
- Reyes Coria, B. (2015). Metalibro: manual del libro en la imprenta. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rodríguez Díaz, F. (1992). El mundo del libro en México: breve relación = The world of book in Mexico : brief relation. México: Diana.
- Smith, D. C. (1968). Guía para editores. Argentina: Boker Editores.
- Unesco & Book House Training Centre. (1992). Manual de administración editorial. Madrid, Bogotá: CERLALC, Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Woll, T. (2003). Editar para ganar: estrategias de administración editorial. México: Fondo de Cultura Económica.
- Zaid, G. (2010). Los demasiados libros. Barcelona: Debolsillo.
- Zenker, A. (2016). ¿Cómo se hace un libro? México: Ediciones del Ermitaño.

Leyes vigentes

- Ley Federal del Derecho de Autor y su Reglamento.
- Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos.
- Ley de Fomento para la Lectura y el Libro.

II.- Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia

Cálculo editorial y precio de venta al público

Elemento 1 de 4

Identificar, calcular y presupuestar costos fijos

Elemento 2 de 4

Identificar, calcular y presupuestar costos variables

Elemento 3 de 4

Establecer el factor

Elemento 4 de 4

Determinar el precio de venta al público (PVP)

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 4	E4098	Identificar, calcular y presupuestar costos fijos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La hoja de cálculo de costos fijos de la producción editorial elaborada comprende la estimación de:
   - El dictamen del texto por editar,
   - La corrección de estilo,
   - La corrección ortotipográfica,
   - La revisión final,
   - La adaptación,
   - La traducción,
   - El rubro de coordinación,
   - La compilación de los elementos de la obra.

2. La hoja de cálculo elaborada con los de costos fijos del diseño gráfico editorial comprende la estimación de:
   - El diseño editorial y gráfico,
   - La maquetación y/o dummy,
   - La formación de páginas,
   - El diseño de la portada del libro,
   - El texto de cuarta de forros,
   - Los textos de solapas,
   - La lectura y revisión final,
   - La edición del material gráfico, y
   - La edición de tablas y gráficas.

3. La hoja de cálculo elaborada con los de costos fijos del registro del libro, comprende la estimación de:
   - Los derechos de autor,
   - La obtención del ISBN,
   - El registro de la obra,
   - La traducción,
   - El contrato de derechos de traducción y publicación,
   - Los derechos de reproducción de material gráfico,
   - La participación por coedición,
   - El registro de contratos / convenios ante INDAUTOR, y
   - La asesoría legal en derechos de autor.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Proceso de producción editorial	Conocimiento
2. Derecho de Autor	Conocimiento

GLOSARIO

1.	Corrección ortotipográfica:	Se trata del proceso en el que se revisa y corrige el texto a nivel ortográfico y tipográfico, este último se refiere a que se vigila que no se haya ingresado una palabra por otra, o bien, que se haya tecleado algo de más o de menos.
2.	Cálculo editorial:	Es la obtención mediante presupuestos y cálculos de gastos directos e indirectos con la finalidad de determinar los costos de edición y producción de un libro.
3.	Maquetación:	Es el proceso en el que se planea o diagrama la disposición del texto en la caja tipográfica, es decir, el texto del original se traslada a la forma en que se imprimirá el libro, incluyendo imágenes, fotografías, gráficas, etcétera.
4.	Dummy	En el ámbito del diseño editorial, se le conoce como dummy al término que designa la muestra del libro en físico, es decir, ya impreso con todas las características que se requieren.
5.	ISBN (international standard book number) por sus siglas en ingles	Sigla de la expresión inglesa international standard book number, número estándar internacional de libro, número de identificación internacional asignado a los libros.
6.	Indautor	Es el acrónimo que designa al Instituto Nacional del Derecho de Autor, este es el encargado de proteger y fomentar los derechos de autor a través de sus diversos mecanismos entre los que se pueden encontrar: el Padrón Nacional de Editores, las agencias internacionales de ISBN, ISSN, el registro de obra, la asesoría jurídica, etcétera.

Referencia	Código	Título
2 de 4	E4099	Identificar, calcular y presupuestar costos variables

CRITERIOS DE EVALUACIÓN
La persona es competente cuando obtiene los siguientes:
PRODUCTOS

1. La hoja de cálculo elaborada con los costos variables para la producción editorial de un libro en soporte papel, comprende la estimación de:
   - El papel para interiores,
   - La cartulina de cubierta,
   - La encuadernación,
   - El papel sobre cubierta,
   - La impresión de interiores,
   - La impresión de la cubierta,
   - El barniz,
   - El plastificado,
   - El retractilado,
   - El empaque, y
   - El transporte.

2. La hoja de cálculo elaborada con los costos variables para la producción editorial de un libro en formato digital, comprende la estimación de:
   - La generación de los archivos a formato ePub,
   - La adaptación para impresión bajo demanda,

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Costos variables de la producción editorial	Conocimiento

GLOSARIO

1. Formato ePub:	Es un formato de archivo para e-book que permite que sea leído en cualquier lector o tableta compatible. Es una especificación de formato de archivo pensada para la distribución de contenido digital.
2. Impresión bajo demanda:	Se conoce también como POD (Print on demand, por sus siglas en inglés)
3. Retractilado:	Es el empaque con una película transparente que se retrae y ajusta al contorno del libro.

Referencia	Código	Título
3 de 4	E4100	Establecer el factor.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La hoja de cálculo para la obtención del factor contiene los porcentajes de:
   - El descuento,
   - Las comisiones,
   - La mercadotecnia,
   - La promoción,
   - La estructura, y
   - La obsolescencia.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Costos y gastos que forman parte del cálculo editorial.	Conocimiento
2. Calculo editorial para determinar el precio de venta al público (PVP) de un libro en distintos formatos.	Conocimiento

GLOSARIO

1. Mercadotecnia:	También conocido y usado como “marketing” (en inglés), es el conjunto de técnicas y estudios de mercado que derivan en la promoción y difusión de un libro o material editorial.
2. Estructura:	Se refiere al conjunto de gastos de una empresa editorial, tales como: sueldos y salarios, pago de luz, renta y otros.
3. Obsolescencia:	Se refiere al tiempo de vida de una obra. Es el término que se utiliza en el ámbito editorial para designar a la situación temporal que afecta a las casas editoras en sus almacenes, pues si un libro o título pierde vigencia y deja de comercializarse, este se alojará en el almacén ocupando espacio que bien podría aprovecharse para otros fines.

Referencia	Código	Título
4 de 4	E4101	Determinar el precio de venta al público (PVP)

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

PRODUCTOS

1. La hoja de cálculo del precio de venta al público (PVP) del libro en soporte papel:
   - Indica la relación entre el Factor y el costo unitario, y
   - Contiene el resultado final, redondeado.

2. La hoja de cálculo del precio de venta al público (PVP) del libro en soporte digital:
   - Indica la relación entre el Factor por el costo unitario, y
   - Contiene el resultado final, redondeado.

3. El precio de venta al público (PVP) del libro en soporte “impresión bajo demanda”:
   - Indica la relación entre el Factor y el costo unitario, y
   - Contiene el resultado final, redondeado.

GLOSARIO

1. Precio de venta al público (PVP):	Es el valor monetario que se le asigna a cada ejemplar. Dicho valor monetario se expresa en pesos y señala la cantidad que debe de cubrir el comprador o cliente para hacerse de un ejemplar. También se le conoce como “precio de tapa”.