

La Gaceta

CLUB DE EDITORES

PRIMER TRIMESTRE
DEL AÑO 2026

INVITADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2026

ENERO

Desayuno con Gustavo Prado

FEBRERO

Comida con Jorge Suárez-Vélez

MARZO

*Evento cultural (visita guiada con
Alberto Gómez Alcalá)*

CASO DE ÉXITO

Grupo Papelerero Gabor

30 años de evolución,
liderazgo y visión de futuro

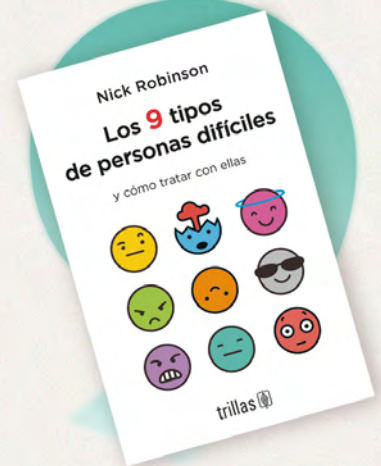
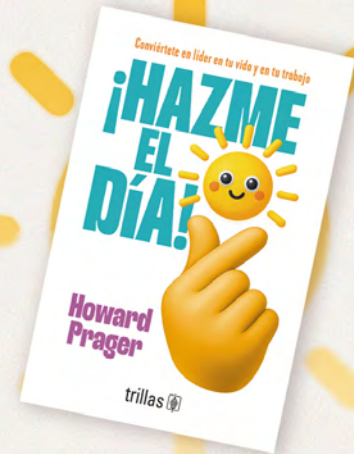
RINCÓN CULTURAL

FIEBRE MUNDIALISTA

El torneo más esperado



Libros que *forman líderes*



Contacto

Presidente	Fernando Revilla Gabari
Vicepresidente	Angélica Méndez Mendoza
Secretario	Antonio Reus Rocha
Tesorero	Arturo García Pérez
Vocal	Enrique Espinosa Hernández
Vocal	Francisco Flores Suari
Vocal	Hugo Alejandro Cejas Rodríguez Lagares
Vocal	Sergio Sánchez Flores

SÍGUENOS EN:

FB: @clubdeeditores

X: @ClubEditores

IG: @clubdeeditoresmx

LN: Club de Editores

WEB: www.clubeditores.org

CONTACTO:

contacto@clubeditores.org

Índice

ENFOQUE PRESIDENCIAL

Primer trimestre 2026: Lo que nos reúne	4
Nota editorial	5
Agradecimiento: Nueva gaceta	6
Patrocinadores anuales	7

CASO DE ÉXITO

Grupo Papelero Gabor: 30 años de evolución, liderazgo y visión de futuro	8
--	---

TENDENCIAS

La piratería se vence con datos, no con candados	10
---	----

CASO DE ÉXITO

Grupo Espinosa en la 45a. edición de los Premios Nacionales de Artes Gráficas	12
---	----



INVITADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2026

ENERO

Desayuno con Gustavo Prado _____ 13

FEBRERO

Comida con Jorge Suárez-Vélez _____ 15

MARZO

Evento cultural (visita guiada con Alberto Gómez Alcalá) _____ 17

CLUB DE EDITORES

Calendario de eventos 2026 _____ 20

Reseña
LVIII Asamblea Anual de Socios
y Panel Intergeneracional _____ 22

Semblanzas _____ 23

RINCÓN CULTURAL

Fiebre mundialista _____ 27

SOCIALES _____ 29





Primer trimestre 2026: Lo que nos reúne

Enero abrió con una conversación que, más que seguir tendencias, las puso en duda. Con la presencia de Gustavo Prado, la mesa se convirtió en un espacio para cuestionar hacia dónde va la industria, pero también cómo llegamos hasta aquí. No fue una charla para tomar nota y repetir, sino para incomodarse un poco, que suele ser el inicio de cualquier cambio real.

En febrero, el enfoque se movió del pulso cultural al económico. Jorge Suárez-Vélez nos obligó a mirar el contexto global sin filtros. Habló de riesgos, sí, pero también de oportunidades, de esos momentos en los que entender el entorno deja de ser un lujo y se vuelve una necesidad. La economía dejó de ser un tema lejano para convertirse en algo que atraviesa, de forma directa, lo que hacemos todos los días.

Marzo llegó con una doble conversación. Por un lado, la LVIII Asamblea Anual de Socios, que no es solo un acto institucional, sino un recordatorio de que este Club sigue en movimiento porque sus socios participan, deciden y construyen. Se eligió un nuevo Consejo Directivo, pero, más allá de eso, se renovó un compromiso que lleva décadas sosteniéndose: el de ser un punto de encuentro para toda la cadena del libro.

“Hay momentos en los que un calendario deja de ser una agenda y se vuelve una historia. El primer trimestre del año en el Club de Editores fue uno de esos.”

Ese mismo día, el panel intergeneracional cambió el ritmo. Escuchar a quienes han estado al frente del Club en distintos momentos fue, más que un ejercicio de memoria, una conversación sobre lo que permanece y lo que tiene que evolucionar. Se habló del origen, del presente y, sobre todo, de hacia dónde queremos ir. No hubo respuestas únicas, pero sí una idea compartida: el Club no es un lugar fijo, es algo que se construye cada vez que nos sentamos a dialogar.

Y en medio de todo, marzo también nos regaló una pausa distinta. El desayuno y la visita guiada al Foro Valparaíso, de la mano de Alberto Gómez Alcalá, nos recordaron que la cultura también se vive desde la experiencia. Caminar por un espacio histórico, con el museo abierto exclusivamente para el Club, fue una forma distinta de encontrarnos: menos formal, igual de significativa.

Si algo deja claro este inicio de año es que el valor del Club no está solo en los temas que se abordan, sino en la manera en que se viven. En la conversación que sigue después, en las ideas que se cruzan, en las relaciones que se fortalecen.

Porque al final, más allá de los nombres o los eventos, lo que realmente importa es esto: seguir generando espacios donde valga la pena estar. Donde valga la pena escuchar. Y, sobre todo, donde valga la pena participar.



Nota editorial

■ 57º Aniversario del Club de Editores

Historia, legado y futuro de una comunidad que articula a la industria editorial mexicana

En 1968, un grupo de líderes de la industria editorial mexicana entendió que el crecimiento del sector no podía darse en aislamiento. Era necesario construir un espacio de diálogo, intercambio y visión compartida. Así nació el Club de Editores de México: como un punto de encuentro entre editores, impresores, distribuidores y profesionales del libro, unidos por una convicción común, fortalecer, de manera colectiva, el rumbo de la industria.

A 57 años de su fundación, el Club se mantiene como un referente de cohesión gremial, conversación estratégica y construcción de comunidad en torno al libro.

MÁS DE MEDIO SIGLO DE VIDA INSTITUCIONAL

A lo largo de estas décadas, el Club de Editores no solo ha acompañado la evolución del sector: ha sido parte activa de sus momentos clave. Desde etapas de expansión del mercado editorial, hasta los procesos de transformación tecnológica y digital, el Club ha funcionado como un espacio de reflexión y articulación.

Por sus mesas han pasado voces relevantes del ámbito cultural, empresarial y público: escritores, artistas, académicos, líderes de opinión, empresarios y representantes institucionales que han contribuido a enriquecer la mirada del gremio.

Cada encuentro, comidas, desayunos, conferencias y paneles ha consolidado un ecosistema de diálogo que conecta trayectorias, genera ideas y fortalece vínculos.

UNA CELEBRACIÓN QUE REAFIRMA LA COMUNIDAD

La conmemoración del 57º aniversario, realizada en el Club de Industriales, congregó a más de 150 asistentes provenientes de editoriales,

industria gráfica, organismos aliados, cámaras y asociaciones vinculadas al sector.

La Gala fue, ante todo, un ejercicio de reconocimiento colectivo: al camino recorrido, a las relaciones construidas y al valor de la colaboración como motor de desarrollo. La convivencia, la tradicional rifa de obsequios aportados por socios y empresas, así como los mensajes de unidad entre organizaciones, reflejaron el espíritu que ha dado identidad al Club a lo largo del tiempo.

Más allá del protocolo, se trató de una reunión que reafirmó la vigencia de la comunidad editorial como un tejido activo y en constante renovación.

MIRAR HACIA ADELANTE

En un entorno marcado por la transformación de los hábitos de consumo cultural, la digitalización de contenidos y la reconfiguración de los modelos de negocio, el papel del Club de Editores adquiere una nueva relevancia.

Hoy, más que nunca, se posiciona como un espacio para la profesionalización, la generación de alianzas y la construcción de una agenda común para el futuro del libro en México.

A 57 años de distancia, el Club sigue respondiendo a la visión de sus fundadores: ser un lugar donde la conversación construye industria, donde las ideas encuentran cauce y donde la unidad fortalece al sector.

Felicidades al Club de Editores de México por este 57º aniversario.

El reto ahora es claro: seguir escribiendo, juntos, los próximos capítulos de la industria editorial y gráfica de México.





Agradecimiento: Nueva gaceta

Una gaceta, un punto de partida

Toda nueva etapa comienza con una decisión. Y, en ocasiones, con una suma de voluntades que la hacen posible.

La nueva gaceta del Club de Editores no es únicamente una publicación. Es una declaración de intención. Una forma de afirmar que la evolución también se construye desde los formatos, desde los procesos y desde la manera en que una comunidad decide representarse.

DETRÁS DE CADA PÁGINA HAY ALGO MÁS QUE CONTENIDO: HAY COLABORACIÓN.

A Grupo Papelero Gabor, por la donación del papel; a Grupo Espinosa, por hacer la impresión; y a Editorial Trillas, por la edición y el diseño que no solo articulan la forma, sino que definen la identidad de esta nueva etapa.

Lo que hoy se presenta como una gaceta es, en el fondo, el resultado de una articulación precisa entre capacidades, experiencia y compromiso.

Cada elemento del soporte material a la propuesta gráfica refleja a una industria que entiende el valor de construir en conjunto.

En un contexto marcado por la inmediatez y la digitalización, apostar por un objeto editorial tangible, cuidado y deliberado es también una toma de postura.

No se trata solo de comunicar. Se trata de cómo se elige hacerlo.

Y en esa decisión, el Club de Editores no solo inicia una nueva etapa: la define.





Agradecimiento a patrocinadores anuales

Sostener lo que no siempre se ve

HAY APOYOS QUE NO HACEN RUIDO, PERO SIN ELLOS, NADA SUCEDE.

A lo largo del año, el Club de Editores no se construye únicamente desde las ideas, las conversaciones o los encuentros. También se sostiene en una red de aliados que comprenden sin necesidad de explicaciones el valor de fortalecer a una industria desde sus cimientos.

Este agradecimiento no responde a una formalidad. Responde a una convicción.

A Heidelberg México, Grupo Papelero Gabor, Grupo Espinosa y Coltómex, patrocinadores anuales del Club, les corresponde un reconocimiento que va más allá de la presencia: es un reconocimiento a la continuidad que hacen posible.

Porque con el tiempo se vuelve evidente que ninguna industria se sostiene solo con visión. Requiere compromiso. Y el compromiso, cuando es auténtico, no busca visibilidad: genera estructura.

En cada evento, en cada publicación, en cada espacio que se abre para el diálogo, existe una base que rara vez se nombra, pero que resulta indispensable. Una suma de voluntades que, desde la discreción, permite que todo lo demás ocurra.

Acompañar no es únicamente estar. Es respaldar, confiar y apostar por el largo plazo.

Y en ese gesto silencioso y constante se construye mucho más de lo que se ve.



GABOR
GRUPO PAPELERO



Grupo Espinosa
Tradición e innovación





Grupo Papelero Gabor: 30 años de evolución, liderazgo y visión de futuro



La historia de una empresa que ha sabido crecer junto con la industria, bajo el liderazgo de Arturo García Pérez



hablar de Grupo Papelero Gabor es hablar de una empresa que, a lo largo de tres décadas, ha construido una trayectoria sólida basada en la constancia, la visión estratégica y una relación cercana con sus clientes. En el marco de su 30 aniversario, Gabor se posiciona como un caso de éxito dentro del sector papelerero, no solo por su permanencia en el mercado, sino por su capacidad de evolucionar en una industria que exige adaptación continua.



La historia de la empresa comenzó formalmente el 12 de abril de 1996, con la apertura de sus primeras oficinas. Desde entonces, inició un proceso de crecimiento sostenido, guiado por una visión clara: generar valor, impulsar el desarrollo de la industria y ofrecer soluciones reales a un mercado cada vez más especializado.

A lo largo de los años, este crecimiento ha estado respaldado por decisiones estratégicas que han fortalecido su operación y ampliado su presencia. La expansión de sucursales, almacenes y espacios clave ha permitido consolidar una infraestructura sólida, acompañada de inversión constante en maquinaria especializada. La apertura de sedes en Ciudad de México, Querétaro, Guadalajara y Monterrey, así como su corporativo en Centeno 198, son reflejo de una organización que ha sabido evolucionar sin perder dirección.

Detrás de esta trayectoria se encuentra el liderazgo de Arturo García Pérez, fundador y figura clave en la consolidación de la empresa. Su estilo se ha distinguido por una combinación de visión estratégica, cercanía humana y un profundo entendimiento del sector. Desde sus inicios, comprendió que el papel no debía verse únicamente como un insumo, sino como un elemento fundamental dentro de una cadena de valor más amplia.

Esta forma de entender el mercado le permitió identificar oportunidades donde otros veían procesos operativos. Al reconocer las necesidades de editoriales y otros actores del sector que debían producir, imprimir y comercializar, Gabor se posicionó como un aliado estratégico, ofreciendo respaldo más allá del suministro, con soluciones alineadas a los procesos y objetivos de sus clientes.

Con el paso del tiempo, esta visión se ha traducido en relaciones de largo plazo, basadas en la confianza, la consistencia y la capacidad de respuesta. La empresa ha logrado crecer manteniendo una identidad cercana, donde cada cliente, aliado y colaborador forma parte activa de su desarrollo.

Hoy, a 30 años de su fundación, Grupo Papelero Gabor no solo mira hacia adelante, sino que apuesta por hacer las cosas de manera distinta en el mercado. Su evolución se sostiene en una visión centrada en la mejora continua, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, bajo la filosofía

de Total Quality Management (TQM), donde la calidad no es un área, sino un principio que atraviesa toda la organización.

Este enfoque ha permitido fortalecer procesos, optimizar recursos y fomentar una cultura interna orientada a la excelencia, en la que cada integrante del equipo contribuye al cumplimiento de objetivos comunes y a la generación de valor.

De forma paralela, la empresa ha reforzado su compromiso con la sustentabilidad como parte esencial de su modelo de negocio. Este compromiso se encuentra respaldado por certificaciones como FSC® y EcoVadis, así como por su certificación en proceso PEFC, que garantizan prácticas responsables en términos ambientales, sociales y éticos.

Más allá del cumplimiento, estas acciones reflejan una forma de entender el crecimiento empresarial: no solo como expansión, sino como evolución consciente dentro de una industria que demanda responsabilidad y visión de largo plazo.

A tres décadas de su fundación, Grupo Papelero Gabor se consolida como una empresa que ha sabido adaptarse, crecer y generar valor en un entorno dinámico. Su historia no solo habla de permanencia, sino de transformación constante, de decisiones estratégicas bien ejecutadas y de una visión que sigue proyectándose hacia el futuro.

Hoy, más que celebrar el pasado, Gabor reafirma su compromiso con lo que está por venir: seguir evolucionando, fortaleciendo su operación y manteniéndose como un aliado estratégico para una industria que continúa cambiando.





La piratería se vence con datos, no con candados

Del papel al dato: cómo la industria puede vencer a la piratería y ganar con la impresión digital bajo demanda

En el mundo editorial avanza poco a poco un enemigo, que año tras año erosiona las ganancias: la piratería. Desde las grandes casas editoriales hasta los autores independientes, nadie está exento de sus efectos.

Según el Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CeMPro), al inicio del sexenio de Andrés Manuel López Obrador, cuatro de cada diez libros que se leían en México eran piratas. Hoy, al cierre de este periodo, la cifra es aún más alarmante: la piratería en libros impresos aumentó un 10% y en libros digitales un 12%, lo que significa que cinco de cada diez ejemplares consumidos en el país son ilegales. Este problema se traduce en pérdidas millonarias y en una grave pérdida de confianza hacia autores y editoriales.

Pero la piratería ya no solo habita en los puestos ambulantes. Su verdadero centro de operaciones está en el manejo inadecuado del dato editorial: archivos PDF que se filtran antes de publicarse, metadatos sin protección y catálogos descargables en los servidores vulnerables. Si el libro nace del dato, este debe convertirse en la primera línea de defensa. Aquí es donde la industria debe adoptar un cambio de paradigma. No se trata solo de imprimir, sino de gestionar los datos de forma segura desde el manuscrito original hasta la entrega final al lector. El uso de tecnologías de cifrado, trazabilidad y plataformas de control puede blindar el contenido y reducir filtraciones.

La impresión 100% digital bajo demanda es una de las mayores oportunidades actuales. Este proceso reduce inventarios, elimina devoluciones y cierra la ventana de vulnerabilidad, ya que cada libro se imprime únicamente cuando ha sido vendido. Además, los archivos se mantienen protegidos en tiempo real y la personalización dificulta la copia masiva ilegal.

En mercados como Estados Unidos y España, este esquema crece a un ritmo del 17% anual, permitiendo a las editoriales reducir en más del 50% sus pérdidas por piratería, optimizar su operación y almacenamiento.

En este nuevo ecosistema, el libro sigue siendo rey, pero el dato es el verdadero trono. Si como editores, CEOs o líderes de la industria queremos honrar nuestra misión de “amigos por el libro”, debemos abrazar esta transformación: proteger el contenido, optimizar la producción y aprovechar lo que la impresión digital bajo demanda ofrece, porque la piratería no se combate con candados en las librerías, sino con inteligencia en el manejo del dato, eficiencia y acceso seguro para el lector.



Piratería editorial en México: línea de tiempo 2020–2025



2020

Consumo de libros:
41% de los libros impresos
y **48%** de los libros
digitales son piratas.

10 millones de libros
pirateados al año.

4 de **10**

2021

4 de cada **10** libros
consumidos **son pirata**.

Tirajes de manera ilícita
documentados:
20,000–30,000
ejemplares para novedades.



2022

Acuerdo CANIEM–CeMPro–Mercado Libre: desindexar
y **retirar ofertas de libros piratas**.



2023

Acciones de *notice & takedown* con marketplaces.

Seguimiento gremial a
oferta ilícita impresa y digital.

5 de **10**

2024

+10% en piratería de papel
y +12% en digital.

5 de cada **10** libros
son pirata.

Picos en temporada
escolar.

Crimen organizado en
cadenas de distribución.



2025

Sin nuevas cifras
nacionales consolidadas.

Se mantiene el nivel 2024
como referencia de riesgo.

FUENTES:

| Milenio (01-oct-2020): “Delincuencia invierte en piratería de libros” (41% impreso; 48% digital). | Gobierno de México / CECUT (05-abr-2021): charla con Quetzalli de la Concha: “4 de cada 10 libros que se consumen... son piratas”. | Yahoo/El Universal (22-feb-2021): nota sobre tirajes ilícitos de 20–30 mil ejemplares. | CANIEM + CeMPro + Mercado Libre (02–03-mar-2022): convenio para combatir la piratería de libros en la plataforma. | El Universal (18-jun-2024): “Crece piratería de libros... pasa de 4 a 5 de cada 10; +10% en papel, +12% en digital”. | Publishnews / Uvejota / Yucatán (jun-2024): coberturas que confirman el aumento reportado por CeMPro.



Grupo Espinosa en la 45^a Edición de los Premios Nacionales de Artes Gráficas

Un año destacado para una empresa que eleva el estándar del impreso en México



Grupo Espinosa

Tradición e innovación

La histórica ciudad de Puebla fue sede de la 45a. edición de los Premios Nacionales de Artes Gráficas, organizados por la Unión de Empresarios de la Comunicación Gráfica (UILMAC). El encuentro reunió a impresores, creativos y especialistas de todo el país para reconocer los proyectos que sobresalen por su calidad, innovación y dominio técnico.

En esta edición, Grupo Espinosa no solo participó: se consolidó como uno de los grandes referentes de la industria, al obtener siete primeros lugares y diversas menciones honoríficas en categorías que abarcan publicaciones educativas, literatura, gastronomía y productos editoriales.

SIETE PROYECTOS PREMIADOS QUE REFLEJAN EXCELENCIA

Los títulos reconocidos fueron:

- *Life Skills for Teens*
– Libros Académicos / Técnicos
- *La Sinfonía de los Animales*
– Libros Infantiles
- *Karen Kein (Otoño–Invierno 2024)*
– Catálogo de Productos
- *Cocina Más con Vegetales*
– Recetario de Cocina
- *Diario de Lecturas* – Agenda
- *Novia* – Libros Literarios
- *MOI 109* – Revista

Cada una de estas obras demuestra la capacidad de Grupo Espinosa para combinar técnica, creatividad y precisión en productos editoriales de alto impacto.

INNOVACIÓN, CALIDAD Y LIDERAZGO EN LA INDUSTRIA GRÁFICA.

La destacada participación de Grupo Espinosa en esta edición confirma su compromiso con el desarrollo de soluciones gráficas de alto nivel, su apuesta por la innovación y su papel clave en el fortalecimiento de la industria editorial mexicana.

Su presencia en los Premios Nacionales de Artes Gráficas reafirma un mensaje claro: la excelencia sigue siendo su sello y su contribución marca el rumbo del futuro impreso en México.



INVITADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2026

Reseña Enero

DESAYUNO EDITORIAL
JUEVES 22 DE ENERO 2026

GUSTAVO PRADO

“*Tendencias que marcarán el 2026:
consumo, cultura, industria y nuevos
comportamientos sociales*”

LEER EL PRESENTE PARA EDITAR EL FUTURO

El año no comenzó con proyecciones ni diagnósticos estáticos, sino con una conversación. De esas que incomodan lo suficiente como para afinar la mirada.

El pasado 22 de enero de 2026, el Club de Editores inauguró su calendario con un desayuno empresarial que hizo algo más que abrir actividades: planteó una ruta. Entender el momento antes de intentar explicarlo. Porque hoy, en la industria editorial y gráfica, leer ya no se limita a los textos; implica descifrar conductas, anticipar desplazamientos y reconocer señales en tiempo real.

El invitado fue Gustavo Prado, especialista en análisis de tendencias y referente en México en el cruce de consumo, cultura e industria. Su ponencia, “Tendencias que marcarán el 2026: consumo, cultura, industria y nuevos comportamientos sociales”, evitó el terreno de la predicción para situarse en uno más exigente: la interpretación.

Lo que se expuso no fueron modas ni ejercicios especulativos, sino indicios. Transformaciones,

algunas visibles, otras apenas perceptibles que ya están modificando la manera en que las personas consumen contenidos, se relacionan con los formatos y construyen sus decisiones. La premisa fue clara: el futuro no se adivina; se reconoce en lo que ya empezó a cambiar.

En ese contexto, el libro deja de competir exclusivamente dentro de su propio circuito. Hoy disputa atención en un ecosistema expandido, donde cualquier estímulo puede convertirse en alternativa. Por ello, la pregunta estratégica ya no es únicamente qué publicar, sino cómo generar conexión en medio de la saturación.

Ahí radica la relevancia del análisis de tendencias: no como un complemento, sino como una herramienta estructural para la toma de decisiones.

El valor del encuentro no estuvo solo en el contenido, sino en el espacio que lo hizo posible. Una mesa compartida, interlocutores diversos y una industria que, desde distintas posiciones, reconoce un mismo desafío: no perder capacidad de lectura del entorno. Porque anticiparse ha dejado de ser

una ventaja; es, cada vez más, una condición para sostenerse.

El desayuno también operó como punto de reencuentro. Editores, impresores, estrategas, responsables de marketing y perfiles directivos intercambiaron perspectivas desde sus propias realidades, pero con una certeza común: el ecosistema de nuestra industria se está reconfigurando, y comprenderlo ya no es opcional.

Lejos de ofrecer respuestas concluyentes, Gustavo Prado aportó algo más útil: contexto. Y en un escenario marcado por la sobreabundancia de información, el contexto es una forma de precisión.

Así inició el año en el Club de Editores. No con certezas absolutas, sino con preguntas mejor formuladas. Y con la convicción de que la industria no se transforma por inercia: se analiza, se discute y se construye colectivamente en espacios como este.

SEMBLANZA GUSTAVO PRADO

Gustavo Prado es una de las voces más importantes del mundo del diseño, la moda, el análisis de tendencias y el consumo en México. Es profesor, curador, conferencista, investigador y analista de tendencias, conocido por ser el fundador y director de la agencia de tendencias Trendo.mx. Ha estudiado en la Universidad del Claustro de Sor Juana, la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado "La Esmeralda" y la Universidad Iberoamericana. Es autor del libro "*Mextilo: Memoria de la moda mexicana*", que narra la historia del diseño de moda en el país desde la época prehispánica al mundo actual. A lo largo de su carrera, ha trabajado para importantes empresas en México y ha sido curador en diversas exposiciones de arte, fotografía y moda. Ha participado como conferencista y experto en temas de innovación, consumo y emprendimiento.





Reseña Febrero

COMIDA
JUEVES 5 DE FEBRERO 2026

JORGE SUÁREZ-VÉLEZ

*“Riesgos geopolíticos globales
y posibles efectos en México”*

CUANDO EL MUNDO SE MUEVE, LA INDUSTRIA OBSERVA

Hay momentos en los que mirar hacia afuera deja de ser una opción para convertirse en una necesidad.

El pasado 5 de febrero de 2026, el Club de Editores reunió a su comunidad en torno a una conversación que partía de una pregunta inevitable: ¿Cómo impactan los movimientos del tablero global en las decisiones que se toman desde México? En un entorno donde lo internacional y lo local se entrelazan de manera cada vez más estrecha, la reflexión adquirió una dimensión estratégica.

El invitado fue Jorge Suárez-Vélez, economista, analista internacional y columnista de *Reforma*, quien aportó una lectura informada y matizada sobre el escenario actual. Su ponencia, “Riesgos geopolíticos globales y posibles efectos en México”, no se planteó como un ejercicio de predicción, sino como una interpretación rigurosa de un presente en transformación.

Más que enumerar crisis, la charla delineó un mapa. Un mapa en tensión, marcado por conflictos, reconfiguraciones de poder y decisiones estratégicas entre naciones que, aunque se gestan a miles de kilómetros, terminan incidiendo en variables concretas: inversión, mercados, cadenas productivas y certidumbre económica.

Lo que quedó claro es que México no observa desde la periferia. Forma parte activa de ese entramado. Y eso implica asumir que los ajustes en el orden global tienen efectos directos en el entorno de negocios y en las industrias que dependen de la estabilidad para proyectarse.

La conversación fue, en ese sentido, un ejercicio de anticipación. No para ofrecer certezas inexistentes en el terreno geopolítico, sino para identificar escenarios posibles, dimensionar riesgos y reconocer oportunidades. Entender el contexto, más que prever el futuro, se posicionó como la primera condición para tomar decisiones informadas.

Para una industria como la nuestra, acostumbrada a interpretar la realidad a través de contenidos, enfrentarse a un contexto global en constante reconfiguración implica algo más que adaptarse. Supone cuestionar sus propios marcos de referencia y asumir que el entorno ya no es un telón de fondo, sino una variable activa.

La presencia de Jorge Suárez-Vélez no ofreció respuestas cerradas, pero sí algo más valioso: perspectiva. Y en un momento marcado por la sobreabundancia de información, la perspectiva se vuelve un recurso escaso y, por lo mismo, estratégico.

Así, la comida de febrero no fue únicamente un punto más en el calendario del Club de Editores. Fue una pausa deliberada para mirar el mapa completo. Porque entender el mundo incluso en su incertidumbre sigue siendo una de las formas más precisas de prepararse para lo que viene.

SEMBLANZA: JORGE SUÁREZ – VÉLEZ

Economista por el Instituto Tecnológico Autónomo de México, Jorge Suárez-Vélez ha construido una trayectoria que cruza con naturalidad entre el análisis económico, los mercados financieros globales y la conversación pública.

Con base en Nueva York desde hace más de tres décadas, su carrera se ha desarrollado en algunos de los espacios más relevantes de la banca privada y la gestión patrimonial internacional. A lo largo de los años ha ocupado posiciones clave en instituciones como ING Private Wealth Management y Allen & Company Investment Advisors, además de ser socio fundador de SP Family Office.

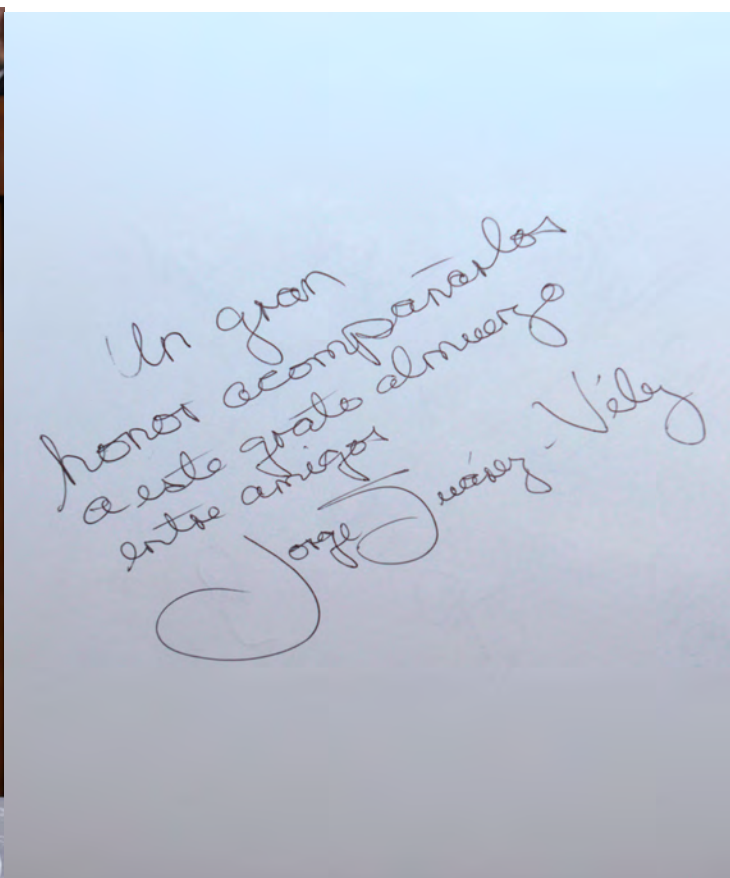
En 2024, asumió la dirección general de Americana Partners International, desde donde trabaja con familias de alto patrimonio en América

Latina, enfocándose en la preservación y crecimiento de capital en entornos globales cada vez más complejos.

Paralelamente, su voz se ha consolidado como una referencia en el análisis económico y geopolítico. Colaborador habitual en medios internacionales como CNN, Bloomberg y CNBC, así como en prensa mexicana, su capacidad para traducir la complejidad de los mercados en ideas claras lo ha convertido en un interlocutor frecuente en momentos de incertidumbre global.

Autor de títulos como *La próxima gran caída de la economía mundial* y *Ahora o nunca*, su trabajo editorial ha estado marcado por una constante: anticipar riesgos, cuestionar inercias y abrir conversación sobre el futuro económico de México en el contexto internacional.

Más allá de los cargos y las credenciales, su perfil se distingue por una mirada que conecta economía, política y geopolítica como partes de un mismo sistema. Una mirada que no solo interpreta el presente, sino que invita a pensar con rigor y sentido crítico el mundo que viene.

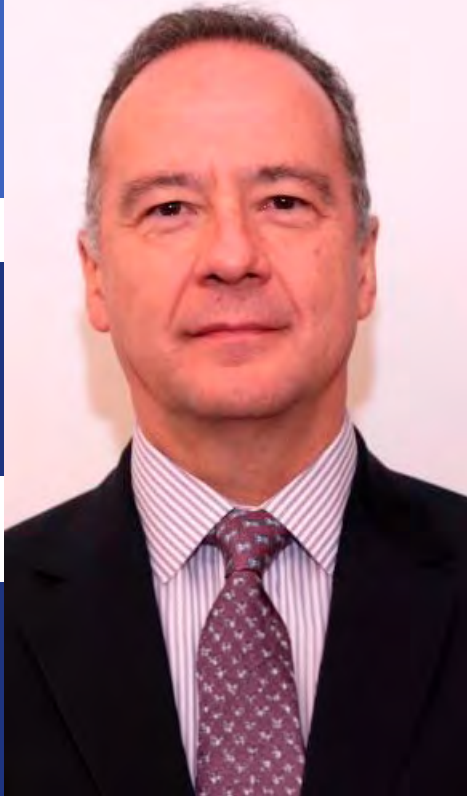




Reseña Marzo

EVENTO CULTURAL
VIERNES 6 DE MARZO 2026

*DESAYUNO
Y VISITA GUIADA
POR EL FORO V VALPARAÍSO,
ESPACIO CULTURAL CITIBANAMEX*



ALBERTO GÓMEZ-ALCALÁ

“Hay espacios que no suelen abrirse. Y cuando lo hacen, no solo se recorren: se habitan.”

UNA MAÑANA DENTRO DE LA HISTORIA

La mañana del 6 de marzo de 2026 comenzó temprano, en un Centro Histórico que todavía se dejaba mirar sin prisa. En ese ritmo contenido, lejos del vértigo habitual de la ciudad, el Club de Editores convocó a un encuentro distinto: un desayuno que no solo reunió a su comunidad, sino que la condujo hacia una experiencia donde la historia, la arquitectura y la conversación se entrelazaron de manera natural.

El punto de partida fue el Club de Banqueros de México, un recinto que, por sí mismo, impone una atmósfera de tradición y continuidad. Ahí, entre café, saludos y primeras conversaciones, el encuentro tomó forma sin necesidad de protocolo rígido, como ocurre cuando el valor está en la interlocución.

La bienvenida estuvo a cargo de Alberto Gómez Alcalá, Director Corporativo de Asuntos Institucionales de Banamex, cuya presencia aportó contexto y sentido al encuentro. No se trató de una intervención formal, sino de una participación que acompañó el espíritu de la jornada: cercana, sobria y alineada con el entorno.

Más tarde, el grupo se trasladó hacia un espacio que rara vez forma parte de los recorridos habituales: el Foro Valparaíso, Espacio Cultural de

Citibanamex. El acceso, dispuesto de manera exclusiva para los asistentes, marcó desde el inicio el carácter de la experiencia.

Atravesar sus puertas implica cambiar de escala. El antiguo Palacio de los Condes de San Mateo de Valparaíso no solo conserva su arquitectura, sino también una forma de entender el tiempo. La cantera, los muros elevados y la luz que se filtra con precisión construyen una atmósfera que invita a la observación. En el centro, la escalera helicoidal se impone no solo como elemento estructural, sino también como una pieza de narrativa visual.

El recorrido guiado permitió ir más allá de la contemplación. Fue una lectura del espacio: de su historia como sede del Banco Nacional de México desde el siglo XIX, y de su resignificación actual como Foro Valparaíso, un punto de convergencia entre arte, patrimonio e identidad.

En sus salas, el diálogo entre obras de arte vi-reinal, pinturas del siglo XIX y expresiones contemporáneas no solo construye una colección, sino una narrativa que articula distintas capas de la historia cultural mexicana. Cada pieza, en su contexto, funciona como un fragmento de memoria cuidadosamente preservado.

La visita, más que un recorrido, fue una pausa deliberada. Un momento para detenerse en los

detalles, para observar sin la urgencia de lo inmediato. Entre los asistentes, la percepción fue compartida: no todos los días se accede a un espacio así, y menos bajo condiciones que privilegian la experiencia sobre la formalidad.

Para una comunidad como la del Club de Editores, cuya labor cotidiana está vinculada a la construcción y circulación de contenidos, habitar un espacio de estas características adquiere una resonancia particular. Porque también ahí en la arquitectura, en el arte, en la curaduría hay una forma de edición: una selección consciente de lo que se preserva, se organiza y se transmite.

Al final del recorrido, te llevas una sensación que no necesita explicación: la de haber sido parte de un momento que, sin estridencias, permanece.

Hay encuentros que informan. Otros que conectan. Y algunos, los menos, que dejan huella. Este fue uno de ellos.

SEMBLANZA: ALBERTO GÓMEZ ALACALÁ

Alberto Gómez es Director Corporativo de Asuntos Institucionales, Estudios Económicos y Comunicación de Grupo Financiero Citibanamex (Citi México). Como tal, es responsable de: asuntos

públicos y gubernamentales; de la investigación económica, política y social; de las actividades de compromiso social, lo cual incluye a Fomento Cultural, Fomento Social y Fomento Ecológico, así como los programas de Educación Financiera, Sustentabilidad y Voluntariado; y de la comunicación del grupo en México

Tiene una trayectoria de más de 30 años en Citibanamex, en la que por más de 15 años fue Economista en Jefe, y ha participado activamente en la planeación estratégica del grupo. Durante un tiempo fue también Economista en Jefe de Citi para América Latina.

Ha seguido de cerca la transformación del sistema financiero mexicano y participado, tanto desde Citibanamex y como a nivel gremial, en los esfuerzos que afectan su desarrollo. De abril 2013 a abril de 2019 fungió como Presidente Ejecutivo de la Asociación de Bancos de México (ABM), donde jugó un papel muy activo en la negociación e implementación de la reforma financiera en México.

Alberto es candidato a Doctor en Economía por la Universidad de Pennsylvania (1986), y cuenta con una Maestría en Economía por la misma Universidad (1984).





CLUB DE EDITORES
AMIGOS POR EL LIBRO

====
Club de Editores



Calendario de eventos 2026

FECHA	EVENTO	HORA
JUEVES 22 DE ENERO	DESAYUNO	08:00 H
JUEVES 5 DE FEBRERO	COMIDA	14:00 H
VIERNES 6 DE MARZO	EVENTO CULTURAL	08:00 H
JUEVES 12 DE MARZO	LVIII ASAMBLEA Y COMIDA	13:00 H
MARTES 14 DE ABRIL	COMIDA	14:00 H
MARTES 12 DE MAYO	COMIDA	14:00 H
MARTES 2 DE JUNIO	COMIDA	14:00 H
MARTES 21 DE JULIO	COMIDA	14:00 H
MARTES 18 DE AGOSTO	COMIDA	14:00 H
JUEVES 10 DE SEPTIEMBRE	NOCHE MEXICANA	19:00 H
MARTES 13 DE OCTUBRE	COMIDA	14:00 H
MIÉRCOLES 28 DE OCTUBRE	DESAYUNO	08:30 H
VIERNES 6 DE NOVIEMBRE	CENA DE GALA	20:00 H
MARTES 8 DE DICIEMBRE	COMIDA "AMIGOS POR EL LIBRO"	14:00 H



CONÉCTATE, ENTÉRATE Y SÉ PARTE ACTIVA DEL CLUB DE EDITORES

Únete a nuestro grupo de WhatsApp, un espacio pensado para mantenerte cerca de lo que sucede en nuestro gremio. Aquí compartimos información de interés general, novedades relevantes y todo lo que necesitas saber sobre nuestros próximos eventos e invitados.

Además, cada mes celebramos a nuestra comunidad publicando los cumpleaños de nuestros socios, porque en el Club también construimos relaciones.

Escanea el código y forma parte de esta conversación.

¡Te estamos esperando!





Reseña: LVIII Asamblea Anual de Socios y Panel Intergeneracional

*LVIII Asamblea Anual de Socios del Club de Editores
Panel Intergeneracional: la historia del Club de Editores, su presente,
futuro y hacia dónde queremos seguir construyendo esta comunidad*

JUEVES 12 DE MARZO

PENSARSE PARA PERMANECER: ASAMBLEA Y MEMORIA EN MOVIMIENTO

Hay momentos en los que una institución deja de mirar hacia afuera y se detiene a observarse. No por introspección gratuita, sino por necesidad.

El pasado 12 de marzo de 2026, el Club de Editores celebró su LVIII Asamblea Anual de Socios, un ejercicio que, más allá de su carácter estatutario, volvió a confirmar algo esencial: una comunidad solo existe en la medida en que participa. No hubo estridencias ni discursos grandilocuentes. Hubo presencia. Y en esa presencia, una forma de compromiso.

Durante casi seis décadas, el Club ha funcionado como un punto de convergencia para quienes integran la cadena productiva del libro: editores, distribuidores, impresores, estrategas. Un entramado diverso que encuentra en este espacio no solo coincidencia profesional, sino una voluntad compartida de construcción.

En ese contexto, la elección del Consejo Directivo para el periodo 2026-2027 adquirió un significado que trasciende el relevo institucional. Fue, en esencia, una afirmación de continuidad: el Club avanza porque sus integrantes deciden involucrarse. Porque entienden que pertenecer no es solo formar parte, sino asumir responsabilidad.

Entre votaciones, intervenciones y acuerdos, lo que se hizo visible fue algo más profundo: la necesidad de preservar espacios donde la industria pueda pensarse a sí misma. Donde no solo se atiende lo inmediato, sino donde también se proyecte lo que está por venir.

La Asamblea cerró sin artificios, pero con una certeza compartida: el Club no es un legado estático. Es una construcción en proceso. Y, como toda construcción colectiva, depende de quienes deciden sostenerla.

Más tarde, la jornada se extendió hacia otro registro. La formalidad dio paso a una conversación que puso en perspectiva el tiempo: un panel





intergeneracional que reunió a expresidentes del Club: Francisco Flores Suari, Mireya Cuentas Montejo, Alejandro Espinosa Jiménez y Lander Trillas Mayo, bajo la moderación del actual presidente, Fernando Revilla Gabari.

El título “La historia del Club de Editores, su presente, futuro y hacia dónde queremos seguir construyendo esta comunidad” no fue una consigna, sino un punto de partida.

Lo que siguió no fue un recuento protocolario, sino una conversación atravesada por la experiencia. Se habló de los orígenes, de las decisiones que han dado forma al Club, de los momentos que han definido su identidad. Pero también del presente: de lo que implica hoy sostener un espacio que articula a toda una industria en un entorno marcado por la transformación constante.

Y, sobre todo, se habló del futuro. No como una abstracción, sino como una responsabilidad compartida. Las preguntas fueron directas: ¿hacia dónde debe avanzar el Club?, ¿cómo mantener su relevancia?, ¿qué tipo de comunidad se quiere seguir construyendo?

Las respuestas no buscaron ser definitivas. Coincidieron, sin embargo, en una idea central: el Club de Editores no es una estructura fija, sino una conversación en curso. Su vigencia ha estado y seguirá estando en su capacidad de convocar, de generar diálogo y de adaptarse sin perder aquello que le da sentido.

Entre anécdotas y reflexiones, lo que emergió no fue nostalgia, sino perspectiva. Entender el pasado como una herramienta, no como ancla. Reconocer el presente con claridad. Y asumir que el futuro no se hereda: se construye.

Así, la jornada del 12 de marzo no fue solo un ejercicio institucional ni un espacio de memoria. Fue, sobre todo, un momento de definición. Porque hay conversaciones que no cierran temas, sino que los abren.

Y en esa apertura, en esa disposición a seguir pensando es donde una comunidad encuentra su verdadera continuidad.



Semblanzas



ALEJANDRO ESPINOSA JIMÉNEZ

Licenciado en Administración por la Universidad Panamericana, ha construido una trayectoria sólida y profundamente vinculada a la evolución de la industria gráfica en México.

Con más de tres décadas dentro de Grupo Espinosa, empresa con más de 70 años de historia, su recorrido profesional es reflejo de constancia, conocimiento operativo y visión estratégica. Ingresó en 1993 como asesor funcional y, a lo largo de los años, ha ocupado posiciones clave como subgerente de Recursos Humanos, gerente de producción y gerente general, consolidando una comprensión integral del negocio desde sus distintas áreas.

En 2023 asumió la Dirección Comercial, responsabilidad que desempeña actualmente, liderando una etapa enfocada en el fortalecimiento y expansión de la empresa.

Junto con sus hermanos, Enrique Espinosa y Gabriel Espinosa, ha sido parte fundamental en la consolidación del crecimiento de Grupo Espinosa, integrando hoy a la cuarta generación de la familia en la operación, en un equilibrio entre tradición e innovación que define el presente y futuro de la organización.





FRANCISCO FLORES SUARI

Nació en la Ciudad de México el 28 de julio de 1954.

L.A.E. por la Universidad Iberoamericana y un posgrado en mercadotecnia por el Tecnológico de Monterrey.

Se ha dedicado a las artes gráficas y al mundo editorial desde los 20 años; fue director de una de las empresas de encuadernación más antiguas de México.

Fundador de dos editoriales y varios negocios de distribución de libros.

Ha sido vicepresidente de la Cámara Nacional de las Artes Gráficas, presidente del Club de Editores A.C. y de la Asociación Nacional del Libro A.C., además de consejero de la Asociación Nacional de Proveedores de las Artes Gráficas.

Es actualmente consultor y socio fundador de Ubuntu Consultores S.C., empresa especializada en cultura organizacional orientada a resultados y desarrollo humano, lo que le ha permitido trabajar con más de 200 empresas a nivel nacional e internacional.

Socio fundador de la cadena de clubes de fitness C+.

Es esposo, padre y abuelo.

LANDER TRILLAS MAYO

Originario de la Ciudad de México.

Es Licenciado en Ingeniería Industrial por la Universidad Iberoamericana tiene un Posgrado en Alta Dirección por el IPADE. Hoy cuenta con más de 25 años de experiencia en la industria editorial mexicana.

Es Presidente del Consejo de Administración de Editorial Trillas, Director de Operaciones en Trisa Distribuidores, S. A. de C. V., y Director General de Auto E Motion Coyoacán, S. A. P. I. de C. V.

A lo largo de su trayectoria profesional, Lander Trillas ha participado como consejero y tesorero del Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (CeMPro), como vicepresidente de Grupo 2000 Editores, A. C., y como presidente del Club de Editores, A. C.

Entre sus grandes pasiones se encuentran el estudio de la naturaleza, la arquitectura y el comportamiento humano. Se considera de pensamiento darwinista y cree firmemente en que la adaptación es el único camino a la supervivencia.

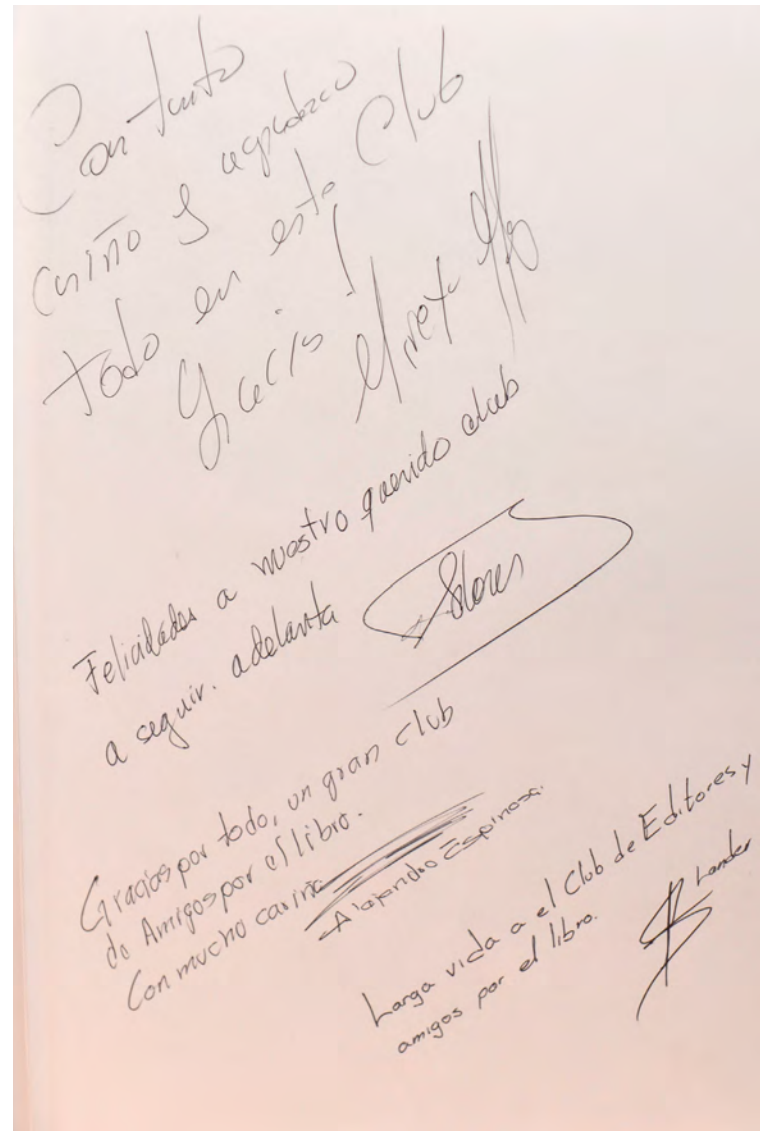
MIREYA CUENTAS MONTEJO

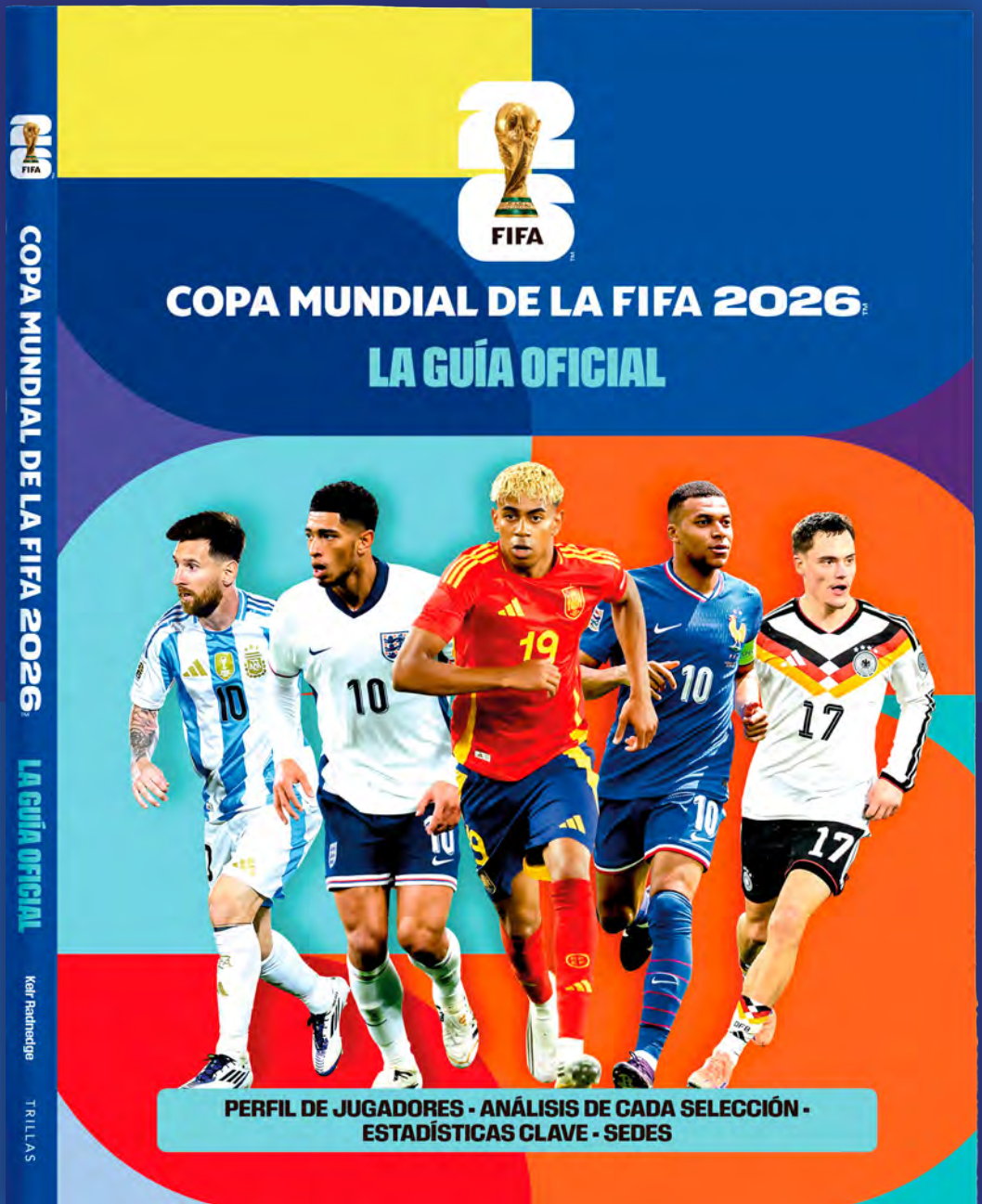
Originaria de la Ciudad de México, egresada como licenciada de la Facultad de Contaduría de la UNAM y del IPADE. Fue jugadora de básquetbol en Pumas y es madre de dos hermosas hijas.

Inició su formación laboral en distintos despachos de auditoría y en empresas privadas. Posteriormente comenzó su trayectoria en el sector editorial en Time Life, empresa especializada en venta directa.

Actualmente dirige un grupo conformado por dos editoriales: una dedicada a libros y revistas, Selecciones de Reader's Digest, y otra enfocada en la venta directa de libros y material educativo, Time University. Además, participa en otros negocios dentro del sector inmobiliario y en un grupo de hoteles.

Fue presidenta del Club de Editores y también se desempeñó como vicepresidenta de la CANIEM.





LA GUÍA OFICIAL DE LA COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026™



Fiebre mundialista

EL TORNEO MÁS ESPERADO

Cada cuatro años, el mundo literalmente se paraliza para ver jugar a los grandes astros del fútbol, y en todos los rincones del planeta las personas se reúnen para comentar los partidos, las jugadas, dar su mejor pronóstico y disfrutar de una fiesta global, que celebra la historia, la identidad cultural y el *jogo bonito*.

UNA COMPETENCIA ADAPTADA AL SIGLO XXI

Desde luego, no es ninguna sorpresa que los aficionados ya estén contando los días para vivir el evento más importante del deporte rey, el cual en este 2026, promete marcar la diferencia y dar pie a una nueva forma de organización ya que, por primera vez, la fiesta se extenderá a 39 días (con un total de 104 partidos) y contará con la participación de 48 selecciones (en lugar de 32); en palabras del presidente de la FIFA, Gianni Infantino, “El mundo entero merece tener un lugar en la Copa Mundial”.

Además, este torneo tendrá por primera vez tres países sede: México, Canadá y Estados Unidos, los cuales unieron fuerzas para organizar este gran espectáculo y consolidar a la región de Norteamérica como un referente de crecimiento del fútbol en términos de afición y ligas, aunado a los increíbles estadios que albergarán a grandes estrellas como Messi, Mbappé, Haaland o Cristiano Ronaldo, quienes prometen grabar su nombre en los anales del fútbol.

En esta edición del Mundial, la tecnología también tendrá un papel clave, pues contará con la detección automática de goles, el sistema de videoarbitraje (VAR) y cámaras corporales para la detección del fuera de lugar, algo que era impensable en 1930, cuando esta competencia se disputó por primera vez en Uruguay.

MÉXICO, TIERRA DE MUNDIALES

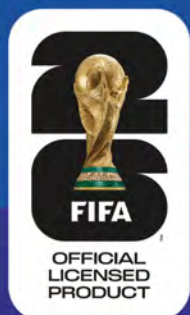
Por si no fuera poco, nuestro país hará historia al convertirse en el único en recibir, en tres ocasiones distintas, a la gran familia del fútbol. En 2026, el emblemático Estadio Ciudad de México tendrá su tercera inauguración de un Mundial después de las ediciones de 1970 y 1986, lo que lo convierte en un sitio sumamente simbólico para los aficionados por su gran tradición futbolera. ¡Algo único en el mundo! Trillas sacó los manteles largos para sumarse a la fiebre mundialista y a este gran fenómeno global con la publicación de *Copa Mundial de la FIFA 2026™*. *La guía oficial*, un libro coleccionable con datos avalados por la FIFA sobre la historia del torneo, las eliminatorias, las sedes, los estadios, las mascotas, el balón, las selecciones, los jugadores que harán historia en este 2026, entre otras estadísticas de gran valor para que todos los aficionados disfruten y rememoren este excepcional torneo.

La bella edición de la editorial mexicana destaca por su atractiva identidad visual con los colores oficiales del Mundial, inigualables fotografías de los jugadores, un *sticker* que avala su autenticidad, récords y datos curiosos que no dejarán indiferente a ningún amante de este deporte, pero al que también se pueden acercar los lectores curiosos, poco especializados en el tema y que no quieran quedarse atrás en la conversación.

Así que ya lo sabes: en este 2026, Editorial Trillas tiene algo muy especial para ti. Busca tu ejemplar coleccionable y ¡vive la fiebre mundialista!



¡COLECCIONALA YA!



LA GUÍA OFICIAL DE LA COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026™

DE VENTA AQUÍ





====
Sociales



ENERO

Desayuno con Gustavo Prado







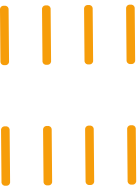


FEBRERO

Comida con Jorge Suárez-Vélez









MARZO

*Evento cultural
(visita guiada con Alberto Gómez Alcalá)*



**La suerte
no se espera**

Se crea

TRANSFORMACIÓN

CHRISTIAN BUSCH



OPORTUNIDADES

**CREA TU
BUENA
SUERTE**

CREACIÓN

SUERTE

trillas



Grupo Espinosa

Tradición e innovación



Nos enorgullece compartir que hemos recibido el **Premio a la Innovación Tecnológica "Francisco Valdivieso Briz"** (ExpoPrint Latin America).



Este reconocimiento refleja nuestro compromiso de transformar a la industria con soluciones que realmente importan. La impresión bajo demanda es solo un ejemplo: menos inventario, menos riesgo, más agilidad para tu negocio.



Contáctanos y descubre el futuro de la impresión.



www.grupoespinoza.com