

**EDUCAL, S.A. DE C.V.**

EDUCAL, S.A. de C.V. es una empresa de participación estatal mayoritaria, constituida el 29 de enero de 1982. En Asamblea General Extraordinaria de Accionistas, celebrada el 25 de abril de 2001, se modificó el estatuto social, siendo su principal objeto social, a partir de esta fecha, el siguiente:

- a) Realizar, nacional e internacionalmente, las actividades de comercialización y distribución de bienes y servicios culturales, producidos por las unidades administrativas e instituciones públicas agrupadas por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), así como de ediciones y productos de otras instituciones públicas o privadas, preferentemente de carácter educativo y cultural.
- b) Asesorar y participar, con las unidades administrativas e instituciones públicas coordinadas por el CONACULTA, en el desarrollo y comercialización de los bienes y servicios culturales que producen y prestan, respectivamente, así como en la contratación del uso y aprovechamiento de espacios comerciales, en los términos que se acuerde.
- c) Realizar la producción, edición, reimpresión y distribución de las publicaciones o bienes culturales relacionados con sus fines.

La entidad tiene una doble función, por una parte, es una empresa con fines de lucro sujeta a las disposiciones y lineamientos propios de las sociedades anónimas de carácter mercantil, y por la otra, es un ente público que tiene la responsabilidad social de coadyuvar en el ámbito de su especialidad con el CONACULTA en la promoción y difusión de la cultura y las artes, actividad que evidentemente no tiene fines de lucro.

Su actividad empresarial tiene como objetivo principal, realizar fines de lucro, por lo tanto está sujeta a las reglas del mercado y busca la máxima eficiencia, competitividad y redituabilidad en su operación, para lo cual resulta imprescindible que alcance la mayor efectividad en su función, pues se trata esencialmente de una comercializadora, que conforme a los usos y costumbres, en buena medida utiliza la estrategia de “recibir los productos que vende a consignación”, es decir, que los adquiere hasta que los vende y tiene como principal canal de distribución la venta directa al consumidor a través de librerías, sin omitir que en el caso de otros libros, principalmente de texto, lo hacen a través de mayoristas.

Independientemente de que es necesario que las actividades de comercialización –mercadotecnia, ventas, logística de suministro y distribución, control de inventario e inteligencia de mercados– estén sujetas a una organización y estrategia de operación propias de un mercado complejo como lo son los de este siglo, también es necesario que cuente con una alta flexibilidad (sujeta a normas bien definidas) para adoptar estrategias y tácticas que le permitan responder de manera dinámica y oportuna a los cambios que el mercado demanda.

---

En cuanto a su función social de promoción y fomento a la cultura y las artes que no implica fines de lucro, sino que su redituabilidad está dada por el impacto en el bienestar social de la población, y cuyos costos y gastos son la contraprestación de carácter general de los impuestos que dicha población paga, los objetivos a lograr son de otra naturaleza.

Si bien debe tratarse de una operación sin fines de lucro, eso no debe ser óbice para que se realice con la máxima eficiencia, pertinencia e impacto, aun cuando por su propia naturaleza conviene caracterizar y segmentar de las operaciones con fines de lucro y sujetarla a las reglas de las actividades públicas.

Para lo cual se refleja en nuestra misión y visión:

**Misión:** Promover y apoyar la cultura a través de la comercialización de libros y productos culturales del CONACULTA y otras instituciones públicas y privadas, por medio del fortalecimiento de los canales de distribución en México y el extranjero.

**Visión:** Ser la mayor comercializadora de libros y productos culturales, mejorando permanentemente nuestro desempeño, con una arraigada cultura de servicio.

---