



Coordinador de obra: **Marcelino Elosua**

Editorial: **LID Editorial Mexicana**

Colección: **Biblioteca omniprom**

EAN-ISBN: **978-607-7610-588**

Precio: **\$292**

Formato: **17 X 23 cms**

Páginas: **141**

Encuadernación: **Rústica**

AUTORES

Carlos Aliaga

Socio y director de Back Logis, empresa de tercerización de logística. Conferencista y columnista en varios medios especializado en temas de empresa.

Rogelio Blanco

Consejero técnico en los ministerios de Cultura y Educación en España. Ha presidido el CERLAC. Ha sido editor de varias revistas. Autor de numerosos libros.

Javier Celaya

Socio fundador de Dosdoce.com portal especializado en analizar el impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación cultural. Vicepresidente de la Asociación de Revistas Digitales de España (ARDE)

Azucena Galindo

Directora General de IBBY México/A leer. Consultora para diversas organizaciones en temas de promoción a la lectura. Ponente internacional, conferenciante y docente.

Marcelino Elosua

MBA y MA en Economía Internacional por la Universidad de Stanford. Director de obra y editor del *Diccionario LID de Empresa y Economía* con 11 ediciones y 200,000 ejemplares vendidos.

Manuel Guzmán

Licenciado en Economía, columnista y comentarista en diversos medios. Es Director ejecutivo de Administración de activos y Análisis y Estrategia económica de Grupo Financiero Ve por Más.

Bertha Herrerías

Licenciada en Comunicación. Gerente de Relaciones Públicas y Comunicación en LID Editorial. Ha publicado textos sobre literatura, arte e historia. Tiene experiencia profesional en medios masivos.

Raúl López

Director de la empresa Consejeros Empresariales Españoles. Cuenta con amplia experiencia en el mercado editorial en España. Ha desarrollado software de gestión, administración y finanzas.

Cayetana Pablos

Licenciada en Derecho y en Dirección y Administración de Empresas. Se centra en crear nuevos modelos de valor en internet, el desarrollo de negocio y ventas y el marketing digital.

David Sánchez

Responsable de las ventas y la relación con editores en 24symbols. Desarrollador, jefe de proyecto, director de ingeniería y Senior VP para Iberia&Latam

Juan Triviño

Director y Socio Fundador de Ediciones Noufront y la plataforma www.produccioneditorial.com. Asesor editorial para varias entidades públicas y privadas. Así como de varias revistas especializadas.

Noé Villaseñor

Licenciado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Cuenta con 27 años de experiencia en el medio editorial. Actualmente es Director General de omniprom, distribuidora de libros.

Fernando Zapata

De carrera abogado. Ahora es Director del Centro Regional para el Fomento del libro en América Latina y el Caribe. (CERLALC). Autor de numerosos artículos sobre derecho de autor.



Introducción

01 El camino hacia un nuevo futuro

Entre dos choques
Perspectiva Internacional: 2013
Precios
Política Monetaria
Estados Unidos. Y sin embargo, se mueve
México: En la antesala de un mejor futuro
«El requisito del éxito es la prontitud en las decisiones» Sir Francis Bacon

02 Apuntes sobre el hoy y el mañana de las librerías en México

03 Los precios de los libros españoles en México

04 Logística editorial: ¿se debe recurrir a la tercerización?

El catálogo
El esquema comercial

05 La promoción de la lectura ¿forma lectores? Sí y casi siempre sí, cuando hay mediación

06 Programa Nacional Salas de Lectura

Datos de interés y numeraría

07 Leer o no leer

08 Libro y lectura en América Latina: grandes transformaciones, grandes retos

Los lectores en el centro
Un sector editorial sintonizado con las nuevas tendencias
Una oferta editorial más visible
La creación: la gran fortaleza de la región
Un epílogo optimista

09 ¿Autores antidigitales?

Nos estamos cargando el Planeta Internet
La industria del compartir ¿Es necesario compartir tanto?

10 Efectos secundarios del acceso al *ebook*

Objetivo: sobrevivir a la coyuntura económica
El camino a la supervivencia: la transformación de los modelos de producción, distribución, promoción y venta
Beneficios secundarios

11 Claroscuros del libro digital: ¿cómo se distribuirá?

Breve historia de la distribución del libro digital
El futuro inmediato de la distribución digital

12 El proceloso e incuestionable futuro de los modelos de lectura por suscripción

La encantadora perversidad de los suscriptores
Contra la piratería, solo el servicio
¿Qué es 24symbols?
Bienvenidas las liquidaciones imaginativas
Variedades para todos los gustos
Freemium o no *Freemium*
¿Debo de apoyar estos modelos con mi catálogo?
La visión
¿Qué me deparará el futuro como editor?
No hay miedo, toca moverse
Tendremos futuro, todos

13 El valor de las plataformas especializadas en la industria editorial

El valor de los contenidos especializados para el cliente- empresa
Los siete retos de las plataformas de contenidos especializados
bluebottlebiz, la visión de una plataforma de conocimiento especializada en el mundo de la empresa
En resumen

La obra

El *Informe omniprom 2012 sobre el libro en México* es un análisis especializado y profesional sobre el estado actual del libro en México y sus perspectivas inmediatas. Un texto indispensable para tener una visión panorámica de la industria editorial mexicana y su futuro. Por cuarto año consecutivo se publica este estudio en cuya elaboración participan diversos especialistas, quienes comparten sus experiencias y puntos de vista sobre los asuntos esenciales del mundo editorial mexicano. Es una herramienta útil y práctica, de consulta y referencia para los miembros del sector editorial y todos aquéllos que de alguna manera están inmersos en esta fascinante industria o para los que desean saber más y actualizarse en estos temas.

El camino hacia un nuevo futuro

Como en años anteriores, en esta entrega del informe se cuenta con la colaboración del reconocido economista **Manuel Guzmán** quien ofrece un atinado análisis de la economía mexicana durante los últimos meses, para ofrecer a los miembros de la industria editorial un marco certero a la toma de decisiones de negocio. “La estabilidad macroeconómica que ha caracterizado a la economía mexicana ha permitido mantener el ritmo de crecimiento económico a pesar de un entorno global adverso, así como enfrentar sin mayores sobresaltos la incertidumbre y volatilidad de los mercados financieros internacionales”, comenta Guzmán.

Apuntes sobre el hoy y el mañana de las librerías en México

En el capítulo sobre las librerías en México de **Bertha Herrerías y Noé Villaseñor** se presenta un análisis sobre el número de librerías en México con respecto al número de habitantes. En todo el país (México) hay 1,441 librerías, de las cuales 574 son casas matrices y 867 sucursales. Si somos 112,336,538 habitantes en la República Mexicana podemos deducir que hay una librería por cada 77,957 habitantes, mientras que, por ejemplo, en Argentina hay una librería por cada 15 mil habitantes y en España una por cada 12 mil habitantes.

En México, el gasto anual en libros *per capita* es de ocho dólares (poco más de cien pesos) incluyendo los libros escolares; según un estudio, las familias mexicanas destinan el 0.2% de sus gastos a la compra de libros. Sin embargo, es una cifra que, al ser promedio, se desvirtúa, ya que no todos los mexicanos compran libros; otro estudio la complementa: dice que la población lectora mexicana adquiere un promedio de seis o siete libros al año. En el *Espacio iberoamericano del libro 2008* se dice que de esa población lectora, el 69.4% compra sus libros en librerías y que el 17.1% acostumbra acudir a librerías de viejo; pero según la *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales* sólo el 4% de la población mexicana acostumbra acudir a librerías.

Los precios de los libros españoles en México

Raúl López, como los años anteriores, incluye un capítulo sobre los precios de los libros españoles en México. Este año se aumentó el tamaño de la muestra de los títulos y los sellos analizados con el fin de tener un mayor espectro de comparación.

Se destaca que el precio de venta al público es un factor importante en la decisión de compra de los lectores por lo que los editores españoles deben de seleccionar a su distribuidor en México sabiendo de antemano a qué precio van a poner sus títulos a la venta.

La barrera principal para la expansión de la venta de los libros españoles en México es que, a pesar de que el poder adquisitivo de los mexicanos es menor que el de los peninsulares, el precio de los libros es entre 5% y 11% más alto en México que en España. También en este capítulo se concluye que la distribución por un operador logístico es la más eficaz con una reducción de los precios de 20% y con un más de 80% de los títulos rebajando su precio sobre España.

Un buen ejercicio para los editores es hacer un análisis sobre qué está pasando con sus títulos en México y qué pasa con otros sellos del distribuidor con el que están trabajando y preguntar sobre las diferencias.

Logística editorial: ¿se debe recurrir a la tercerización?

Carlos Aliaga, experto en manejo logístico de libros, recomienda evaluar las condiciones de servicio de los diferentes operadores logísticos. Conocer exactamente a qué se compromete el operador logístico en cuestión de tiempos, información, procedimientos, recursos y materiales involucrados. Al hablar sobre logística en la industria editorial comenta que el mercado editorial en México está muy polarizado; solo 10% de las editoriales vende 73% de los libros. Hay 22 grandes monstruos dentro de la industria. Habla también de lo caro que resulta el transporte y el manejo de los libros para su distribución. También comenta que el catálogo promedio de una editorial en México tiene 733 referencias vivas. De los títulos distribuidos 6,039 son novedades, lo cual indica que la editorial promedio lanza dos nuevos libros cada mes.

Una editorial pequeña puede tener tantas transacciones unitarias de inventario al año como una gran planta refresquera, con las evidentes diferencias de recursos monetarios que ambas empresas tienen. Esto encarece el almacenaje de libros o, en su defecto, si no queremos gastar, esto hace que nuestros inventarios editoriales sean una pesadilla.

La promoción de la lectura ¿forma lectores? Sí y casi siempre sí cuando hay mediación.

Sobre la promoción de la lectura en esta entrega del Informe omniprom, **Azucena Galindo** de Ibbey México, comparte que la inversión en la capacitación de mediadores (quienes articulan los recursos implicados en la promoción de la lectura –sean padres, bibliotecarios, maestros o promotores-) será la oportunidad para formar comunidades lectoras.

En México ha habido, y hay, una gran cantidad de acciones que buscan incrementar el número de personas que se reconozcan como lectores ¿por qué las cifras aún son poco alentadoras? Entre otras razones, dice Galindo, es porque a veces se concibe como lector a quien lee libros, sólo libros; y si bien el leer literatura tiene efectos más profundos en el desarrollo de quien se convierte en usuario de la cultura escrita, quien lee revistas, el periódico o se aproxima a otro tipo de textos, también es lector.

Programa Nacional Salas de Lectura

Este capítulo, aportación de la **Dirección General de Publicaciones de CONACULTA**, habla de la trayectoria de 17 años de la creación del Programa Nacional Salas de Lectura, que ha cosechado importantes reconocimientos por la combinación virtuosa de sus ingredientes: una sociedad civil organizada, generosa y apasionada, y un Estado con una política cultural que ha combinado recursos federales y estatales.

“En 2012 es posible decir que hay una política nacional de fomento a la lectura incluyente y accesible, en estrecha articulación con la sociedad civil, que ya benefició a 508% más ciudadanos a partir de 2009 en Salas de Lectura, Paralibros, Librobicis y Centros de Lectura en todo el país. Se incrementó la infraestructura del Programa Nacional Salas de Lectura con 1,600 más salas a partir de ese mismo año. Al cierre del 2012 se alcanzarán 4,855 espacios de fomento a la lectura en el país”.

Leer o no leer

Rogelio Blanco nos ofrece interesantes reflexiones sobre la acción de leer. Nos recuerda que el libro es una unidad creativa o ensayística de contenidos, realizados por uno o varios autores independientemente del soporte en el que se difundan. Escribe que “la lectura ayuda a diseminar los saberes..., es la cuestión, el escenario donde nos jugamos el progreso y el futuro. La «lectura» es de algún modo una obligación humana, un deber, pues inexcusablemente estamos «obligados» a ser culturales, dado que la cultura y sus logros van en la condición de humanos; gracias a ser humanos y despegarnos de numerosos mandatos genéticos, somos inevitablemente culturales”.

“Desde el compromiso y desde la cordura, todo sistema democrático, si de tal se precia, debe apostar necesariamente por la lectura. Esta apuesta, será un indicador *sine qua non* de calidad o salud democrática de un sistema que así se defina”.

Libro y lectura en América Latina: grandes transformaciones, grandes retos

Fernando Zapata, director del CERLALC, parte de la situación actual de incertidumbre en la que viven los actores tradicionales del mundo del libro y la lectura para hacer un análisis integral de este momento y el horizonte inmediato para la industria editorial de México, y en general, de toda la América Latina.

No solamente hace un estudio puntual sino que traza los grandes vectores de futuro: priorizar a los lectores, ponerlos en el centro del interés y la atención de planes y programas; un sector editorial sintonizado con las nuevas tendencias; hacer una oferta editorial más visible; reafirmar a la creatividad, la capacidad de creación, como una de las fortalezas principales de la región.

“El libro no ha sido más que un vehículo para la transmisión de las ideas y del conocimiento. Si la piedra, la arcilla y el papel han sido, sucesivamente, exitosos vehículos para ese transporte, bienvenidos sean los medios por los que hoy transitan y bienvenidas sean todas las innovaciones que el ingenio humano pueda idear para garantizar que todos, en todas partes, podamos crear y disfrutar lo que otros han creado”.

¿Autores antidigitales?

Javier Celaya, uno de los más reconocidos especialistas en nuevas tecnologías y comunicación cultural, divide a los analistas de los efectos del Internet en la sociedad, en dos grupos: la Escuela del Optimismo Digital y la Escuela del Pensamiento Crítico Digital.

“Si observamos con un espíritu crítico el impacto que está teniendo la irrupción de las tecnologías sociales en la forma en que acceden a la información en Internet y en cómo gestionan el conocimiento, en los hábitos de lectura y escritura de los ciudadanos, en la cantidad de información personal que compartimos sin sentido, en el desconocimiento general que tienen los usuarios sobre las herramientas que utilizan, etc., podemos deducir que la sociedad que estamos construyendo no sólo no mejora las deficiencias del anterior mundo analógico sino que en algunos aspectos incluso las empeora”, afirma Celaya, y a lo largo de este capítulo explica por qué.

Efectos secundarios del acceso al ebook

El autor, **Juan Triviño**, dice que a poco más de una década de que se hayan publicado las primeras cifras del *ebook* frente al libro impreso, “ya no hay discusión en cuanto a si el *ebook* debe o no debe ser, sino que el debate se centra en los modelos de comercialización, en las regalías para autores y editoriales, los contratos con geolocalización y en si debemos montar una sección de *ebooks* en nuestra tienda online o en cambio depender de las grandes plataformas de venta. Lo que no podemos negar es que en los últimos años la mayoría de editoriales ya están poniendo en marcha en mayor o menor medida sus proyectos digitales”.

Plantea que el primer objetivo de los empresarios de la industria editorial es sobrevivir a la coyuntura económica. Por un lado, resolver los problemas que plantea el complejo entorno financiero que, con mucho, excede a la mera industria del libro y, por otro, dentro del propio universo editorial, encontrar las formas de subsistencia que le permitan proyectar un futuro.

Para ello propone un camino: la transformación de los modelos de producción, distribución, promoción y venta, con los beneficios secundarios que se desprenden de ello, como tener una información veraz de la situación, evaluar sus procesos de producción editorial, conocimiento y reconocimiento del mundo editorial y sus nuevas fronteras, o una presencia significativa en las redes sociales.

Claroscuros del libro digital: ¿cómo se distribuirá?

Marcelino Elosua, coordinador de esta obra así como de las tres entregas anteriores del Informe omniprom, apunta: “No tengo duda de que el libro digital se impondrá y el de papel en diez o veinte años tendrá una cuota pequeña”.

A partir de este presupuesto, analiza el presente y el futuro del *ebook*, en particular los aspectos que tienen que ver con la distribución. Hace un recorrido por la breve, pero rica y compleja, historia de la distribución del libro digital, para trazar el futuro inmediato de la distribución digital y hace un alto para analizar particularmente las experiencias del préstamo digital y los clubes de lectura.

Si algo se quiere saber de la distribución digital actual y sus perspectivas, seguramente aquí encuentra sus referencias.

El proceloso e incuestionable futuro de los modelos de lectura por suscripción

David Sánchez, expone los pros y contras de un modelo innovador en un mundo innovador: los modelos de lectura por suscripción. “El concepto de suscripción resulta maravillosamente perverso: al usuario se le facilita la vida atándole a un consumo continuado, porque mentalmente hay una única decisión de compra. Si integra la cuota en sus hábitos de consumo la recurrencia hace el resto. En otras palabras, «sé que pago una cantidad todos los meses, pero si es pequeña y el servicio es de calidad lo olvido». Unos meses leo más, otros meses leo menos” y explicita: “En media, el consumo estará bien remunerado por una población convencida que se ha comprometido a consumir recurrentemente; una bendición para cualquier productor en cualquier mercado”.

En este camino presenta la propuesta de 24symbols; expone que el antídoto contra la piratería es el servicio, explica cómo hay variedades para cubrir todas las necesidades y expectativas, habla de las problemáticas inmediatas, del *freemium*, de la parálisis que provoca el temor al cambio y propone un futuro alentador para la industria. En suma, una aportación provocadora.

El valor de las plataformas especializadas en la industria editorial

Cayetana Pablos nos plantea, de forma clara y organizada, el apabullante mundo de las plataformas digitales, hasta referirlas al mundo editorial: “el mundo editorial no es ajeno a esta tendencia de mercado. La prueba está en los clubes de lectura o plataformas especializadas que en los últimos años han surgido, como www.allromanceebooks.com, para lectoras de novelas románticas o www.bluebottlebiz.com, para empresas”. Nos habla del cliente-empresa y plantea los siete retos de las plataformas de contenidos especializados. Finalmente, presenta la alternativa que significa bluebottlebiz.

Explica que “nace en 2010 como una iniciativa de las propias editoriales para crear una plataforma alternativa y sostenible que favorezca el acceso a las empresas. bluebottlebiz entiende la dificultad de competir contra las grandes plataformas de distribución, que día a día, van mermando la rentabilidad de la industria, y la importancia de acceder a los hábitos de consumo para adaptar la estrategia de contenidos a sus necesidades”.

Por todo lo anterior el Informe omniprom 2012 sobre el libro en México es el panorama más completo sobre la industria editorial mexicana, un sector clave para el desarrollo, no sólo del ámbito empresarial, sino del educativo y cultural de nuestro país.

Para más información y contacto con el autor, comunicarse con:

Bertha Inés Herrerías Franco.

bertha.herrerias@lideditorial.com

52 55 4883

Lid Editorial Mexicana, Homero 109#1405.

Col. Chapultepec Morales, México D. F. 11570.