

## Informe omniprom 2014 sobre el libro en México

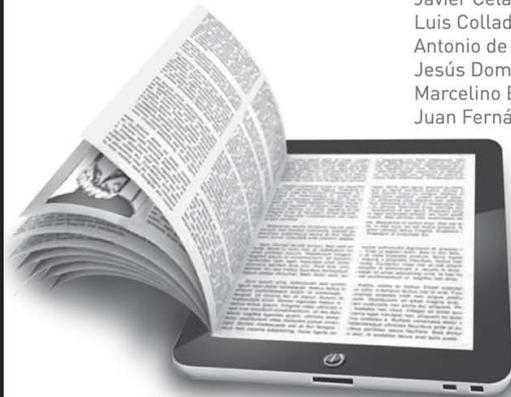
### MARCELINO ELOSUA

presenta en este volumen las reflexiones y perspectivas de especialistas sobre las nuevas plataformas digitales, los libros electrónicos y los nuevos retos editoriales.

#### Autores

Antonio Adsuar  
Víctor Hugo Bustamante  
Beatriz Celaya  
Javier Celaya  
Luis Collado  
Antonio de Marco  
Jesús Domene  
Marcelino Elosua  
Juan Fernández-Aceytuno

Manuel Gil  
Dina Guerrero  
Manuel Guzmán  
Bernardo Jaramillo  
Josefina Larragoiti  
Raúl López  
Cayetana Pablos  
Elena Sierra  
Noé Villaseñor



**Nombre:** Informe omniprom 2014 del libro en México

**Editorial:** LID Editorial Mexicana

**Colección:** Biblioteca omniprom

**Idioma:** Español

**Páginas:** 152

**Formato:** 17 X 23

**Encuadernación:** Rústica con solapas

**Impresión:** B/N

# Autores

## Coordinador de Obra:

### Marcelino Elosua

Es licenciado en Empresariales por la Universidad Comercial de Deusto, en Sociología por la Complutense de Madrid, y MBA y MA en Economía Internacional por la Universidad de Stanford. En 1983 inicia su trabajo como director de obra del Diccionario empresarial Stanford, que ve la luz en 1987. Once ediciones y 200,000 ejemplares vendidos acreditan su éxito, ahora con el nombre de Diccionario LID de Empresa y Economía. A partir de esta obra ha dirigido diccionarios especializados en diferentes sectores y funciones de empresa, y ha creado la mayor base de datos de términos de empresa definidos en veinte idiomas. En 1999 dirigió la obra Dirección de empresas pequeñas y medianas en el siglo XXI, una enciclopedia de la gestión. Ha escrito las biografías de Carlos Carbonell y Heraclio Fournier para las obras Cien empresarios andaluces y Cien empresarios vascos, respectivamente.

Colaboradores:

Antonio Adsuar

Víctor Hugo Bustamante Vallín

Javier Celeya

Beatriz Celaya

Luis Collado

Antonio de Marco

Jesús Domene

Juan Fernández-Aceytuno

Manuel Gil

Dina Guerrero Ríos

Manuel Guzmán

Bernardo Jaramillo

Josefina Larragoiti

Raúl López

Cayetana Pablos

Elena Sierra Aguirre

Noé Villaseñor

# Índice

Presentación

Introducción

## **01 México de cara al futuro**

1. Crecimiento apático
2. Se relaja la política monetaria
3. Mejora el perfil de la deuda doméstica
4. Otro punto de vista

## **02 Comparativo de precios de títulos españoles en México**

## **03 España y América Latina: el comercio exterior del libro. Una mirada a los años recientes**

1. Las exportaciones entre 2009 y 2013
2. Exportaciones a América Latina
3. Importaciones de libros entre 2009 y 2013
4. Importaciones desde América Latina.
5. Balanza comercial

## **04 Impacto de la autoedición en el mundo del libro**

1. La autoedición no es un fenómeno nuevo
2. Evolución de la autoedición en Estados Unidos
3. Evolución de la autoedición en Europa
4. El impacto de la autoedición en el precio de los libros
5. El PVP de los libros autoeditados
6. El papel del editor en la era de la abundancia
7. Conclusiones: Reflexiones sobre el impacto de la autoedición en el mundo del libro

## **05 El ebook en las editoriales independientes**

1. Introducción.
2. Alianza para entrar al mundo digital
3. La edición digital en México.
4. Algunos cambios que genera el ebook
5. La problemática específica de América Latina frente al ebook
6. Conclusiones

# Índice

## **06 Auge y ¿caída? del ebook**

1. Dispositivos
2. Plataformas de distribución
3. Contenidos/Formatos
4. Lectores
5. Modelo(s) de negocio/Precios

## **07 El bazar del préstamo digital: contenidos, plataformas y agregadores**

1. Introducción
2. ¿Qué es el préstamo digital?
3. Situación del préstamo digital en las bibliotecas públicas españolas
4. Actores tecnológicos
5. Agregadores de contenido
6. Las adquisiciones digitales
7. ¿Son justos los precios que se plantean?
8. Mercado iberoamericano del libro (papel o digital)

## **08 Nuevas oportunidades de negocio en el sector editorial: el editor prêt-à-porter**

1. El nuevo entorno informacional: ¿peligro de muerte por sobredosis?
2. Oportunidades frescas: el editor-prescriptor prêt-à-porter
3. El lector social: mi editorial es tu editorial
4. A modo de conclusión: el editor como conector .

## **09 La startup como alianza clave de la editorial para adaptarse a la disrupción digital**

1. El nuevo consumidor
2. Caso de éxito de bluebottlebiz, el partner para llegar a la audiencia profesional
3. En resumen

## **10 Los Premios Know Square**

1. Los principios de Know Square .
2. Estructura
3. ¿Por qué unos premios para libros de temática empresarial?

## **11 Una experiencia de promoción de la lectura en GE**

1. Identificación de promotores internos (llamados «Champions» al interior de la empresa)
2. Investigación.
3. Diseño del programa
4. Preparación de «Champions»
5. Recursos (libros y textos en diferentes formatos)
6. Lanzamiento y comunicación.
7. Registro de horas
8. Reconocimiento / Institucionalización

## **12 ¿Del libro a las tertulias o de las tertulias a los libros?**

1. El Club de lectura en un ambiente corporativo
2. Inicio
3. Dinámica.
4. Ambientación
5. Otras no reglas
6. Pretertulias, chat y Quiet Room
7. Promoción
8. ¿Del libro a las tertulias o de las tertulias a los libros?.
9. El futuro

## La obra

La industria editorial mundial vive momentos de profunda transformación y, en particular, los editores en español tienen ante sí los grandes desafíos que representan la crisis financiera y la revolución tecnológica. En muchos sentidos se trata de una refundación a partir de una nueva visión de su universo, impreso y digital, y el surgimiento de nuevas estrategias de creación, producción, comercialización, mercadeo, distribución, etcétera.

Frente a un reto de estas dimensiones, la necesidad inmediata es el mejor conocimiento y comprensión del entorno, de la realidad y las alternativas que el futuro inmediato nos propone. De eso se trata el *Informe Omniprom 2014 sobre el libro en México*.

Por sexto año consecutivo se presenta este informe que se ha convertido en una referencia obligada para quien pretenda conocer el mundo editorial iberoamericano. Con un variado cúmulo de ideas, datos y opiniones representa un panorama objetivo y propositivo de la situación y perspectivas del mercado editorial en nuestro continente, realizado por sus propios protagonistas, quienes, desde su particular perspectiva, analizan y avizoran el mercado en español presente y futuro.

En el *Informe Omniprom 2014* están presentes las voces de especialistas y protagonistas como autores, editores, distribuidores, librerías, promotores, periodistas con el fin de que sea un foro de información, respuestas y perspectivas prácticas para todos los que participan en la industria editorial.

A partir de una visión experta de la situación económica y financiera de México, en la que la industria editorial se encuentra inmersa, con toda su problemática, expectativas aún no cumplidas y perspectivas en el corto plazo, se procede a la revisión puntual de las principales circunstancias, temas, desafíos y proyecciones para el universo del libro.

Asuntos como la edición independiente, la autoedición, el impacto de los ebooks, la necesidad de los operadores logísticos, los nuevos modelos de negocio y precios, la generación y oferta de contenidos digitales, la función y futuro de las bibliotecas públicas, la nueva figura del editor como prescriptor de lectura, el surgimiento de comunidades lectoras, el papel de los librerías y las librerías, las plataformas de conocimiento, el urgente fomento a la lectura, etc., son algunos de los que se ocupan analistas iberoamericanos especializados.

Se plantea un panorama que va desde concepciones sociales y filosóficas sobre el papel, la función y la soledad del editor independiente, hasta la presentación de datos duros sobre precios, distribución, venta, promoción, etc. Uno de los grandes temas del Informe Omniprom 2014 es el del avance tecnológico y su continua transformación: la comunicación virtual, el libro digital, las librerías en la Red, las bibliotecas virtuales, las startups, el libro en las redes sociales, el marketing digital, la autoedición, etcétera.

En fin, es un estudio sobre la realidad del universo editorial en español, hecho por sus propios actores, especialistas que presentan e interpretan los principales datos e ideas que animan a la industria. Presentan las tendencias del sector y del mercado editorial, con el objetivo de convertir esta obra en un instrumento práctico para todos los participantes en el universo editorial y, un libro de consulta indispensable para todos los interesados en este sector. Una herramienta de suma utilidad y eficiencia para el conocimiento y la toma de mejores decisiones.

*El Informe omniprom 2014 sobre el libro en México*, retoma y actualiza los temas, las investigaciones y estudios de sus ediciones anteriores para ponerlos en perspectiva y darles vigencia en un momento crucial para la industria editorial.

**Para cualquier ampliación o adición de la información comunicarse con:**

Bertha Herrerías. [bertha.herrerias@lideditorial.com](mailto:bertha.herrerias@lideditorial.com).

Tel. 52 55 48 83.

LID Editorial Mexicana, Homero # 109-1405. Colonia Chapultepec Morales.

México D.F. CP 11570.