

## Boletín

# “IDEAS PARA PUBLICAR Y DISTRIBUIR LIBROS”

De: DirectLibros - Mercadeo Editorial S.A.

ISSN 1409-4614

Fecha: 28 de febrero de 2010

Para: Suscriptor

Boletín “Ideas para Publicar y Distribuir Libros” No. 71

Editor: Jorge Alfonso Sierra Q. – Entrenador y Consultor en Marketing Editorial

Director de DirectLibros-Mercadeo Editorial S.A.

[www.MercadeoEditorial.com](http://www.MercadeoEditorial.com)

Este boletín ha sido declarado de interés cultural por el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes y la Presidencia de la República de Costa Rica

Esta es una Publicación Electrónica mensual de DirectLibros – Mercadeo Editorial S.A., destinada a la difusión e intercambio de ideas que permitan a escritores, libreros, editores y distribuidores de libros, que sus obras lleguen a los lectores en forma eficiente, eficaz y precisa.

Se distribuye **GRATUITAMENTE**, vía e-mail, a todo aquel que lo solicite.

Instrucciones para **SUSCRIBIRSE O DESAFILIARSE**, al final de este boletín.

### Evítese penosos rechazos editoriales, Corrija su Libro

**Un buen libro** no solo debe tener algo que decir. Debe, además, estar bien dicho, lo que significa: **bien redactado**. Eso hará que sea de fácil lectura y comprensión para su Editor y, luego, para su futuro lector. Consulte **sin cargo** a la Prof. **Hilda Lucci**, Correctora Literaria y de Estilo, y Redactora.

Visite su página [www.hildalucci.com.ar](http://www.hildalucci.com.ar)

[correctora.hilda.lucci@gmail.com](mailto:correctora.hilda.lucci@gmail.com)

[hildalucci@fibertel.com.ar](mailto:hildalucci@fibertel.com.ar)

### Mercadeo Editorial en el año 2010: ¿Quo Vadis?

Por: Jorge Alfonso Sierra Q.

Visto desde fuera, el marketing editorial parece algo compacto ya que, siendo el libro un único producto, no deberían existir mayores complicaciones para su distribución y comercialización.

Pero sucede que no.

El libro es un elemento tan complejo en su misma conformación y contenido, que entre unos y otros

-dependiendo del área del conocimiento que abarquen o los fines que persigan- existen tantas diferencias como las que observamos entre distintos medios de transporte de pasajeros, digamos, entre el avión y el resto de los vehículos.

Cuando en el mundo editorial estas no tan sutiles diferencias las ignoramos, empezamos a dar tropezones, a confundirnos y a ver que los lectores, investigadores o estudiantes –esos clientes que pretendemos- son tan inasibles

como peces en el agua; o tan invisibles como un unicornio azul.

En el imaginario colectivo –y mucho entre la colectividad más afín al libro como los promotores de lectura, los docentes y hasta los lectores consuetudinarios– se cree que el mundo editorial se mueve en su gran mayoría en la literatura y, por ende, en las librerías. La sorpresa surge cuando se sabe que si de números se trata, de lejos existen otros ámbitos del libro que facturan muchísimo más en dinero o abarcan a públicos mayores.

Sin hablar de muestras ni de botones, existe por ejemplo el mundo del libro de texto, que inicia desde preescolar, pasa por primaria, secundaria y llega a la Universidad. Por ahí se cuelan sigilosos el libro técnico y el de ampliación del conocimiento. Y este es un mundo tan descomunal en obras impresas y adquiridas, que las cifras en millones de dólares por regiones, superan los 3 dígitos.

Si se le sigue la huella a ese libro de texto, llegamos al de actualización, que es el dirigido a profesionales y técnicos de todas las áreas. Y allí predominan, de lejos, los libros orientados a abogados, contadores, médicos, administradores de empresas, economistas y gerentes. Siendo un poco más perspicaces, notamos que muchos libros que bailotean entre “autoayuda y dirección” se mueven en estos segmentos de mercado. Casos como “Quién se ha llevado mi queso”, todas las obras de Steven Covey y hasta las del ya legendario Og Mandino, son prototípicas de este modelo de obras.

No incluimos aquí los libros dirigidos a maestros que, como el caso de España y Colombia, con Cooperativa Editorial Magisterio, se ha demostrado ser un segmento de mercado sumamente atractivo y necesitado de obras que les aporten y les den, aparte de un reconocimiento implícito a su labor, nuevas visiones y perspectivas. Igualmente hay una editorial argentina que se ha dedicado a publicar libros especializados exclusivamente para el gremio de los bibliotecarios.

Para cada una de este tipo de obras se esgrimen y aplican diferentes tácticas y estrategias buscando que su comercialización arroje los resultados esperados.

Veamos por último –y sin que esto quiera decir que se agota aquí el análisis– al que fuera hasta hace pocos días el eslabón más productivo y rentable, desde el punto de vista económico, del mundo editorial: las enciclopedias.

Vendidas con el sistema conocido como “puerta a puerta”, “placismo” o “cambaceo”, se ha venido desmoronando, poco a poco, hasta llegar al día de hoy a tener todos los semáforos en rojo.

En efecto, desde la explosión del Internet en todos los ámbitos de la sociedad –más o menos hacia finales del año 2000– y luego del advenimiento de Wikipedia y su agigantado posicionamiento como “*la enciclopedia a consultar*”, sin olvidarnos ni un ápice de Google y de Webs como “El rincón del vago” y “Magister”, la venta de Enciclopedias y su negocio como tal, si no modifica drásticamente su *modus operandi* que hasta ayer le dio tan buenos resultados a sus editores y comercializadores, tienen sus días no solo contados, sino contadísimos.

¿Qué existe entonces en el fondo de todo esto? El que cada libro es un ancho mundo aparte, que merece y necesita mecanismos de difusión novedosos y disímiles, y que estaremos perdidos, muy perdidos, si seguimos dando pábulo a la idea de que leer es solo leer literatura, y que solamente el sistema de venta de Enciclopedias es que el tiende a quedar ya como un vago recuerdo.

Por ahí asoman sus dientes, filosos y brillantes, el Kindle, el Sony Readers, el iPod de Apple, así como los trabajos que ya realizan Dell Computer y Google por diseñar y comercializar sus propios lectores de libros electrónicos. Un disparo de “*misil teledirigido*” directo al mundo del libro de la literatura, aunque muchos aún, como pasó con los editores de Enciclopedias en el reciente pasado, no lo quieran ver ni admitir.

Un análisis que haremos en nuestro próximo boletín.

Por ahora invocamos al viejo Diógenes, para que con su lámpara nos ayude a encontrar el camino en estos días aún de sol para el mundo editorial.

Comentarios a este artículo: [jasierra@mercadeoeditorial.com](mailto:jasierra@mercadeoeditorial.com)

---

### ¿CREE QUE LE APORTAMOS ALGO A SU VIDA PROFESIONAL?

Si Usted encuentra que este boletín le hace algún aporte a su vida profesional, recomiéndelo a un amigo, o hágale un regalo sorpresa: suscribalo enviando el “asunto” “suscripción al boletín” y la dirección del mismo a: [MercadeoEditorial-alta@eListas.net](mailto:MercadeoEditorial-alta@eListas.net)

---

El libro que le significará evitarse miles de dolores de cabeza y cientos de dólares de ahorro en la Publicación y Distribución de SU libro.

## “Escribe, Publica y Difunde Tu Propio Libro: La Guía Esencial” - Con DVD incluido-

Búsquelo aquí: [www.EscribeyPublicaYa.com](http://www.EscribeyPublicaYa.com)

Entregamos en todo el mundo.

---

### Técnicas de Escritura en Video

¿Quieres conocer técnicas novedosas de Escritura en video?

Haz clic aquí: [http://www.escribeypublicaya.com/tecnicas\\_escribir.swf](http://www.escribeypublicaya.com/tecnicas_escribir.swf)

---

### DOS FRASES PARA REFLEXIONAR

*“Es fácil hacerse admirar cuando se permanece inaccesible”.*

-André Maurois-

*“Si te curan de la locura, te joden”.*

- Gabriel García Márquez -

---

### ESCRIBEN NUESTROS LECTORES

Jorge, lendo este teu texto, me pergunto: -Quanta cultura devo adquirir para escrever assim, de maneira tão elegante e inteligente?

A leitura sempre foi meu melhor passaporte para conhecer lugares e descobrir pessoas. Leio sempre e me dou o direito de separar leitura de literatura e meus autores favoritos são simplesmente magníficos - Kurt Vonnegut e John Steinbeck no estrangeiro e aqui, Machado de Assis.

Agora, graças à você vou me tornar uma escritora, e quando receber meu primeiro Prêmio Nobel de Literatura, vou citá-lo como meu professor. Prometo. Desejo à você, muito sucesso nesta linda missão de despertar talentos e acordar personagens imaginados. Aguardando minha primeira aula, agradeço.

Miriam Márcia Bonetti - São Paulo – Brasil - e-mail: [iria0ii@gmail.com](mailto:iria0ii@gmail.com)

---

Nos interesan sus opiniones. Si Usted quiere enviarnos la suya, puede escribirnos a: [editor@MercadeoEditorial.com](mailto:editor@MercadeoEditorial.com)

¿Quiere aprender sobre Marketing Editorial desde la comodidad de su casa u oficina?  
**“Cursos Prácticos en línea sobre Mercadeo Editorial” en**  
**[www.MercadeoEditorial.com](http://www.MercadeoEditorial.com)**

---

#### Testimonio sobre Curso de Mercadeo Editorial

“Mil gracias por la maravillosa atención recibida a lo largo de este curso que ha dejado en mí una gran satisfacción, superando las expectativas que tenía al iniciarlo.

Hoy llego a mi última lección y te envió las respuestas para optar a mi certificado. Sin embargo, estoy segura que no dudaré en iniciar otro curso que ofrezca Mercado Editorial. Al profesor Jorge Sierra mi más sincero agradecimiento, porque los conocimientos adquiridos, han sido muy provechosos para el desarrollo de mi trabajo y para la promoción de los libros que editamos en nuestro pequeño fondo editorial.”

Mil gracias

Ana María Contreras

de Guayana

Puerto Ordaz – Edo.

Bolívar

Universidad Nacional Experimental

Venezuela

---

**CURSO GRATIS PARA NUESTROS LECTORES**

**¿Quieres Escribir Un Libro? Consejos Prácticos para hacerlo en 6 pasos.  
Envíanos un correo a [Editor@EscribeyPublicaYa.com](mailto:Editor@EscribeyPublicaYa.com) con el Subject: "Curso gratuito" y de inmediato te mandamos la primera lección.**

---

#### **ANÉCDOTAS FAMOSAS:**

Wolfgang Amadeus Mozart, autor de tantas obras inmortales, fue niño prodigio que, aparte de tener un extraordinario sentido del humor, poseía una protuberante nariz capaz de competir, decían, con la del mismísimo Cyrano de Bergerac. A Mozart esto no le importaba, y bromeaba a menudo sobre su apéndice nasal.

Con el fin de gastar una broma al compositor Franz Joseph Haydn, le hizo una vez una apuesta. Que no sería capaz de tocar al piano unas notas que él había compuesto. Haydn se sentó y empezó a tocar los compases. Pero en un momento determinado se puso de pie exclamando: “No puedo continuar porque has puesto aquí en medio una nota para la que me faltan dedos, pues tengo ambas manos ocupadas”.

Riendo complacido Mozart se sentó al piano diciendo: “Dejadme a mí”. Se sentó, tocó y cuando llegó a la nota que no pudo tocar Haydn por tener ambas manos ocupadas, agachó la cabeza y la tocó con su nariz.

Todos rieron con la ocurrencia y dijo Haydn: “Verdaderamente tocáis con toda el alma, pero también con todo el cuerpo, sin olvidar la nariz”.

---

¡Hasta el próximo **boletín!**

Si Dios nos da permiso...