

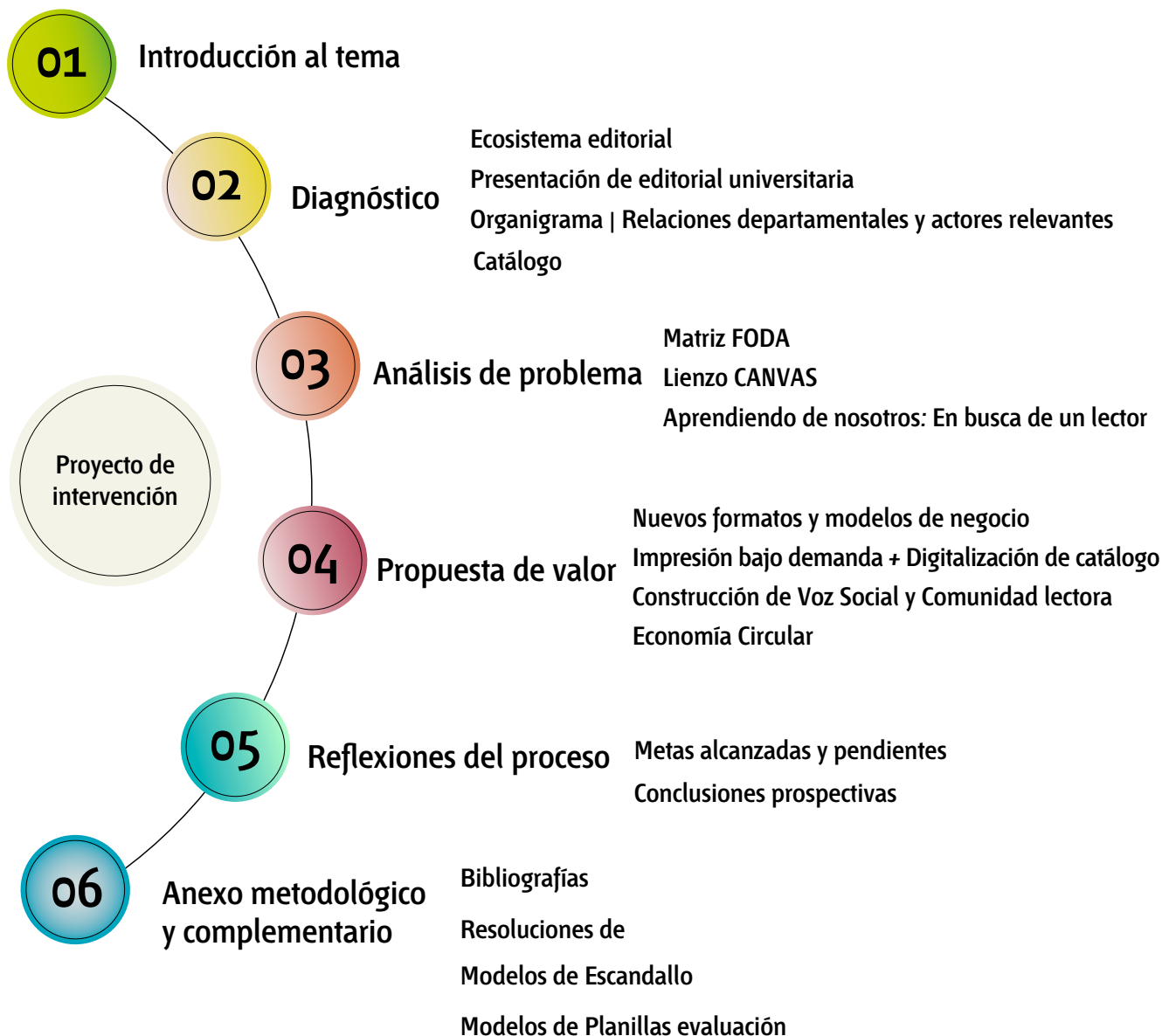


IMPACTO DE LA DIGITALIZACIÓN EN EL ECOSISTEMA EDITORIAL UNIVERSITARIO: pasado, presente y futuro de la editorial UCSF

Septiembre 2023

ESPECIALIZACIÓN EN DISEÑO ESTRATÉGICO PARA LA INNOVACIÓN
Universidad Nacional de Rosario - Cohorte 2020
Directora de Proyecto: Raquel Ariza | Autor: Carlos F. Borra







01 Introducción al tema

“Por el hecho de que el libro, objeto de doble faz, económica y simbólica, es a la vez mercancía y significación, el editor es también un personaje doble, que debe saber conciliar el arte y el dinero, el amor a la literatura y la búsqueda del beneficio, en estrategias que se sitúan de alguna manera entre los dos extremos. La competencia del editor está formada por dos partes antagónicas y la aptitud para asociarlas armoniosamente”.

Pierre Bourdieu. “Una revolución conservadora de la edición”.

El siguiente Trabajo Final se enmarca en la Carrera de Posgrado Especialización en Diseño Estratégico para la Innovación, ofrecida por la Universidad Nacional de Rosario. A principios de 2020, realicé la Especialización, simultáneamente con mi labor como jefe de sección en la Editorial de la Universidad Católica de Santa Fe (UCSF). En este proyecto, se busca abordar el crítico momento que atraviesa la industria editorial en general, y en particular, su papel como productor de sentido en una era donde los cambios en los consumos culturales y el acceso a la información están en constante evolución.

El objetivo de este trabajo es evaluar el impacto de la digitalización en el ecosistema editorial universitario, centrándonos en el caso de estudio de la Editorial UCSF. Se realizará un análisis exhaustivo desde los inicios de la editorial, cuando oficiaba de intermediario directo entre manuscritos de docentes y la publicación impresa, hasta su actual condición, donde se han implementado procesos de Impresión Bajo Demanda (POD) y Digitalización del Catálogo, lo que ha permitido un mayor alcance y distribución de los productos.

Para ello, utilizaremos diversas herramientas brindadas por el Posgrado, tales como matrices FODA y lienzo CANVAS, con el fin de explorar las fortalezas y debilidades internas del proyecto editorial, identificar posibles mercados y públicos meta, y construir un perfil de usuario medio que se ajuste a las necesidades actuales.

Es relevante destacar la importancia del Diseño Estratégico como una poderosa herramienta para proyectar y sistematizar prácticas proyectuales en la industria editorial, integrando disciplinas como tecnología, sustentabilidad y economía circular. Este enfoque permitirá trazar un curso de acción dentro de la Editorial, con la intención de ser un insumo de transferencia tecnológica para otros sellos editoriales que estén iniciando en la edición universitaria.

La digitalización no debe considerarse únicamente como una dinámica adicional al producto editorial, sino como un eje transversal de todo el emprendimiento, que construye una voz social y articula la comunidad. La evolución digital debe aplicarse en todas las áreas y sectores, abarcando tanto la producción como la promoción y venta.

Para validar el diagnóstico y la hipótesis del impacto de la digitalización, se utilizarán herramientas de evaluación institucional, aprendiendo de las prácticas exitosas y mejorando aquellas que necesiten revisión.

El objetivo es comprender cómo la digitalización ha transformado el ciclo de vida del libro y su impacto en los productos tangibles e intangibles que se comercializan, así como en las formas de acceso al conocimiento.

En este sentido, se reflexionará sobre la hibridación entre la impresión bajo demanda y la digitalización del catálogo como una propuesta de valor para adaptarse a los nuevos consumos culturales y mejorar la accesibilidad de los contenidos. Se analizarán nuevos formatos y modelos de negocio que puedan fortalecer el posicionamiento de la editorial en el mercado.

La propuesta de valor debe estar centrada en la construcción de una comunidad lectora activa y comprometida, donde la Editorial se posicione como un referente para estudiantes y docentes universitarios, fomentando el pensamiento crítico, habilidades comunicativas y responsabilidad social y ecológica.



01 Introducción al tema

En el proceso de profesionalización laboral, se evaluará el desarrollo y la incidencia de la tecnología como herramienta clave para adaptarse al cambiante escenario editorial.

Finalmente, se incluirá un anexo metodológico y complementario, detallando la metodología utilizada para la recopilación de datos, análisis de resultados de evaluación institucional.

Este trabajo final busca contribuir al conocimiento y proyección de la Editorial como objetivo específico, y aportar al desarrollo de la industria editorial universitaria como objetivo general, entendiendo que la digitalización, los nuevos nichos de mercado y la economía circular son factores clave para afrontar los desafíos del siglo XXI.

02 Diagnóstico

Ecosistema editorial

El ecosistema editorial en la era de la digitalización ha experimentado cambios significativos que han puesto en crisis la concepción clásica del libro. Para comprender esta transformación, es importante analizar las perspectivas de diversos autores que han abordado esta temática.

Roger Chartier y Robert Darton, desde una perspectiva histórica, nos brindan una mirada sobre cómo el libro ha evolucionado a lo largo del tiempo y cómo la digitalización ha acelerado este proceso. Pierre Bourdieu, desde la sociología, nos ayuda a entender cómo los cambios tecnológicos influyen en las prácticas culturales y en la relación entre los lectores y los libros.

Patricia Picollini y Leandro De Sagastizábal, editores argentinos, nos aportan una visión situada en los cambios paradigmáticos que atraviesa la industria editorial y cómo la digitalización ha impactado tanto en los procesos como en los productos editoriales.

La revolución digital ha buscado eliminar intermediarios, y las plataformas se han convertido en los nuevos intermediarios. Las redes sociales, con su esquema de gratuidad, han desarrollado un modelo de negocio en el cual habitamos gran parte de nuestro tiempo, dejando una huella digital que es aprovechada por diversas plataformas.

La digitalización ha permitido ampliar el acceso a herramientas que posibilitan la producción y distribución de contenidos, lo que ha llevado a

que publicar contenidos, en cualquier formato, sea cada vez más sencillo y económico. Esto ha dado lugar a la creación de comunidades lectoras y ha permitido que los lectores se comuniquen directamente con los autores, generando una experiencia de usuario más participativa y colaborativa.

La aparición de Wikipedia como una enciclopedia online, basada en software libre y con la idea de que el conocimiento se co-construye, ha revolucionado la generación de contenidos y ha sepultado las legendarias y voluminosas enciclopedias en formato papel. Los blogs también han tenido un papel fundamental en este proceso, permitiendo que cualquier persona pueda expresar sus ideas y compartir conocimientos de forma rápida y accesible. Redes sociales más recientes como Wadpads y TikTok, hablan de las nuevas formas que los usuarios interactúan escribiendo, compartiendo, leyendo, publicando e incluso vendiendo sus obras por cuenta propia.

Los Smartphones han transformado el concepto de acceso a la información, ya que el teléfono dejó de ser solo un teléfono para convertirse en una herramienta multiuso, una extensión del cuerpo humano que nos permite acceder a contenidos digitales en cualquier momento y lugar.

En este contexto de cambio y transformación, la industria editorial enfrenta múltiples y complejos desafíos. Es necesario adaptarse a un ecosistema de comercialización multiformato y multicanal, considerando diferentes formatos como el libro impreso, digital y audiolibro, así como distintos canales de distribución, tanto físicos como virtuales.

Comprendemos que la digitalización ha impactado de manera significativa en el ecosistema editorial, transformando tanto los procesos como los productos editoriales, y poniendo en crisis la concepción clásica del libro. La interacción directa entre los lectores y los autores, la creación de comunidades lectoras y la accesibilidad a contenidos en múltiples formatos y canales son aspectos clave de este nuevo escenario que requiere una constante adaptación y evolución por parte de la industria editorial.

02 Diagnóstico

Presentación de la editorial universitaria

La Editorial Universitaria es un proyecto académico y cultural que se ha consolidado a lo largo de más de veinte años de existencia. Desde sus inicios, la editorial ha tenido como propósito principal ser un intermediario directo entre los manuscritos de docentes y la publicación impresa, actuando como un puente para dar visibilidad a la producción académica y científica generada en la institución.

En su camino hacia la consolidación y profesionalización, la editorial tomó la decisión de crear el Consejo Editorial, conformado por destacados académicos y expertos en distintas disciplinas, quienes aportan su conocimiento y experiencia para garantizar la calidad y pertinencia de los contenidos publicados. Esta instancia de evaluación y selección de obras ha sido fundamental para asegurar el rigor académico y la relevancia de los títulos en el catálogo.

Además, la Editorial ha asumido un firme compromiso con la profesionalización de los contratos de edición, estableciendo relaciones contractuales claras y transparentes con los autores y garantizando el respeto a los derechos de autor. Esta postura ética y responsable contribuye a promover una relación de confianza y colaboración con los creadores intelectuales, fomentando la producción y divulgación del conocimiento.

Con el tiempo, la editorial ha evolucionado y se ha adaptado a los cambios en la industria editorial y a las demandas de los consumidores culturales.

En este proceso de transición, la digitalización ha desempeñado un papel fundamental en la transformación de los procesos y productos editoriales. La incorporación de tecnologías ha permitido ampliar el acceso a herramientas de producción y distribución de contenidos, lo que ha facilitado la publicación de contenidos en múltiples formatos y su difusión a nivel global.

Hay una búsqueda por posicionarse como motor intelectual en el ámbito universitario, estableciendo relaciones departamentales dentro de la universidad y proyectándose hacia una red externa que incluye otras universidades, centros de investigación, organismos gubernamentales y bibliotecas virtuales. Esta inserción en el ecosistema editorial le ha permitido enriquecer su catálogo y expandir su alcance a nivel nacional e internacional.

La participación y persistencia en ferias internacionales del libro, permite un intercambio con profesionales de todo el mundo del libro, donde se comercializan no solo libros físicos e ebooks, sino también derechos de autor.

02 Diagnóstico

Organigrama

Relaciones departamentales y actores relevantes

El siguiente apartado tiene como objetivo clarificar las relaciones jerárquicas y analizar la estructura organizativa de la Editorial dentro de la Institución. También se busca determinar las interacciones con otras dependencias y actores externos relevantes.

El gráfico N°1, muestra la estructura general de la Universidad y la ubicación de la Editorial en la Secretaría de Ciencia, Técnica y Extensión. La Editorial se vincula con cinco áreas: Docencia e Investigación, principales productores de manuscritos originales, insumo fundamental del trabajo editorial; Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED), Bibliotecas y Librería, áreas que contribuyen a la difusión de la producción académica y científica en distintos formatos.

Los títulos del fondo editorial son distribuidos a las bibliotecas de las Sedes de la Universidad y al SIED, donde estudiantes, docentes y no docentes tienen acceso gratuito. La Librería Pbro. Ernesto Leyendeckers, ubicada en el campus, comercializa los ejemplares a precios accesibles, brindando visibilidad a las publicaciones propias y expandiendo la presencia de los libros en otras librerías y redes comerciales.

En cuanto al análisis interno del organigrama, se destacan tres dimensiones estratégicas a desarrollar. En la dimensión editorial, se busca profesionalizar el trabajo, conformar un equipo interdisciplinario y seguir procesos

de edición y aprobación de originales mediante el Consejo Editorial, cuya función es asesorar en la política editorial, proponer los lineamientos de publicación y participar en ferias y eventos editoriales. Además, se atiende la gestión de contratos de derechos de autor, asegurando la transparencia en las relaciones y protegiendo los derechos de los autores.

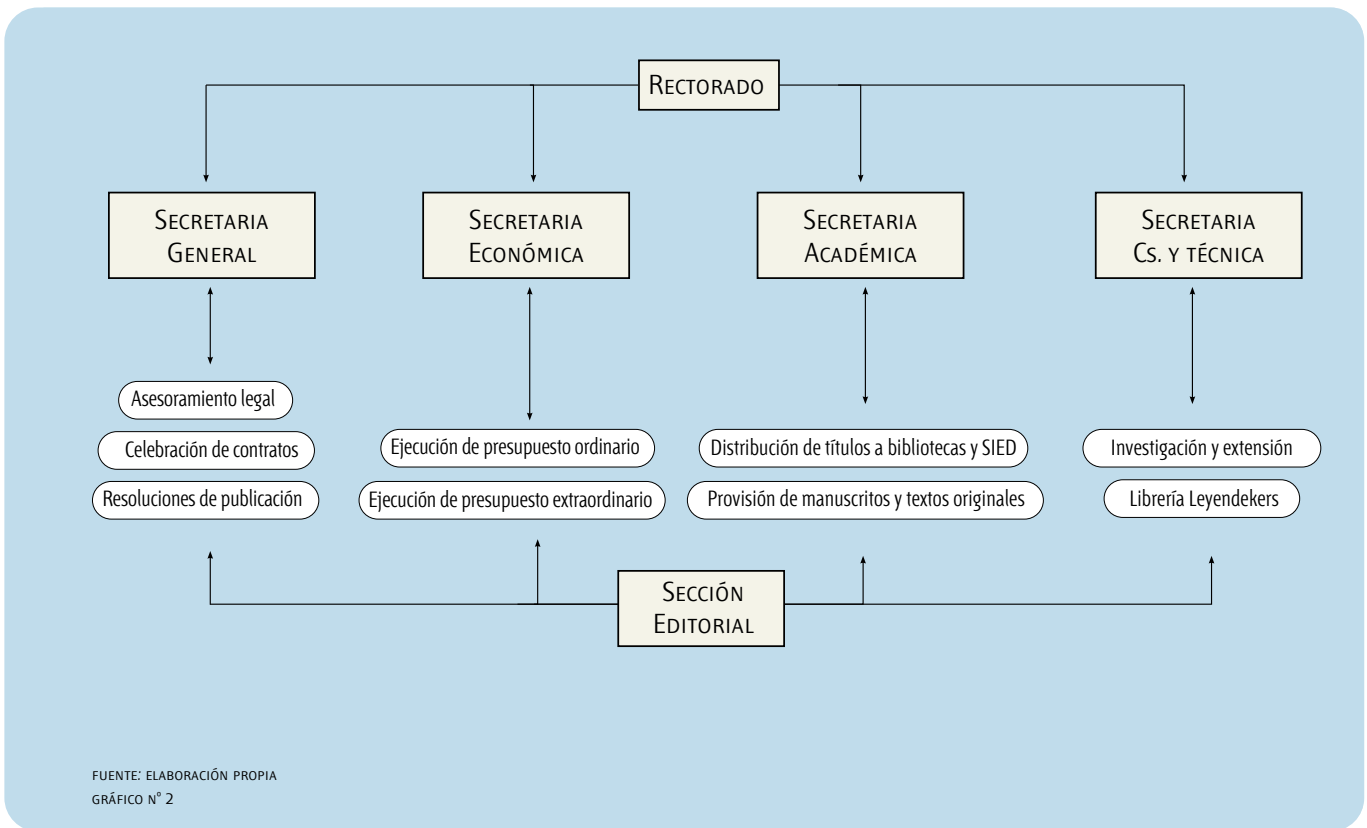
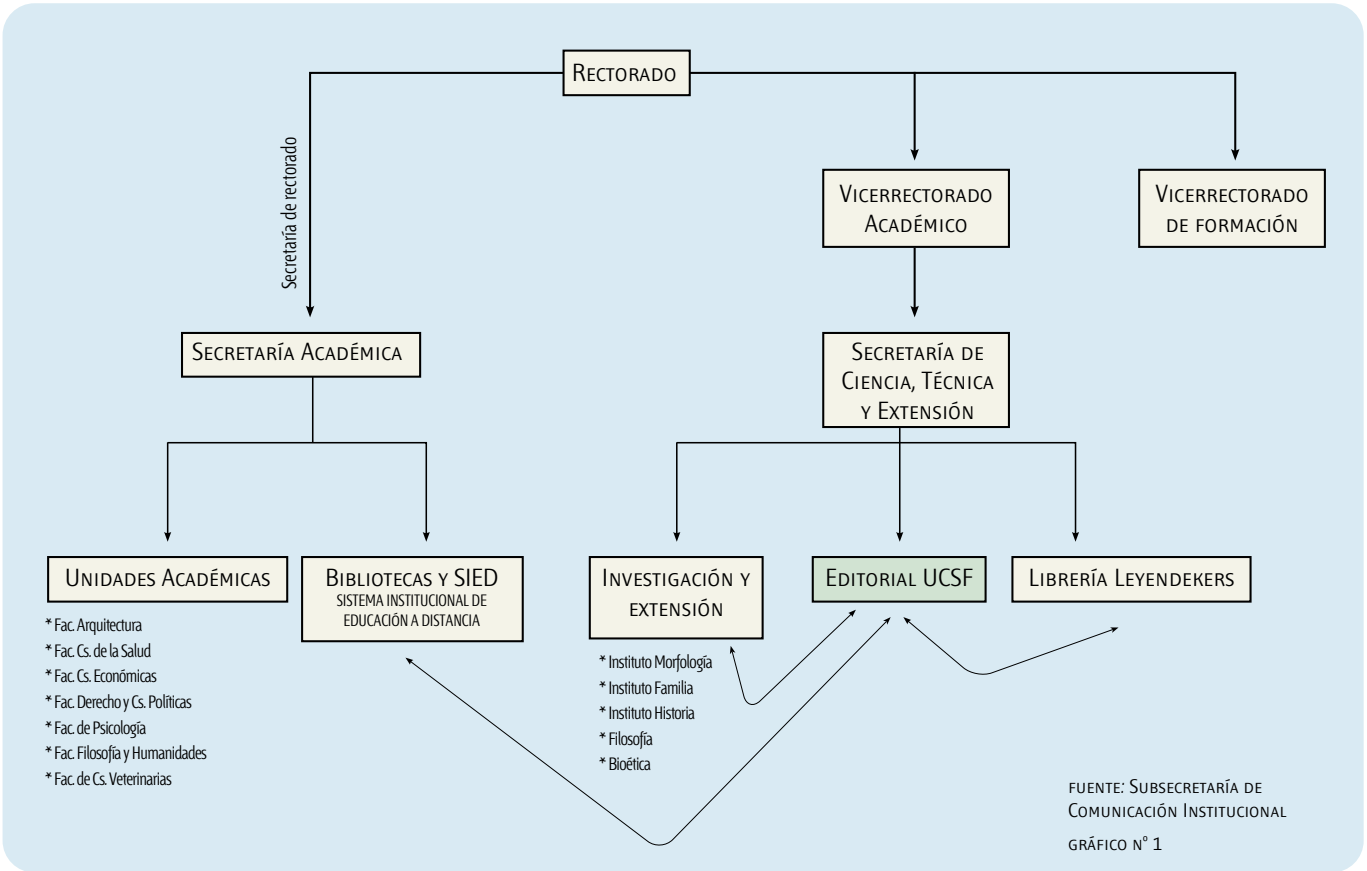
La dimensión administrativa incluye la gestión de recursos humanos y materiales, planificación operativa y administración de procesos. La editorial busca optimizar sus recursos y contar con una estructura permanente para garantizar la disponibilidad oportuna de los libros.

En cuanto a la dimensión económica, la editorial realiza una cuidadosa gestión de aspectos financieros, estableciendo un presupuesto anual que contempla aportes de la universidad y los ingresos generados por la venta de libros en distintos formatos y mercados. Se implementan herramientas como el escandallo de costos para establecer precios adecuados y gestionar la producción industrial de los libros y asegurar la sustentabilidad económica del proyecto.

En el gráfico N° 2, visualizamos las acciones específicas que se ejecutan con cada Secretaría dependiente del Rectorado. La Secretaría General facilita el aparato legal para la celebración de contratos, asesoramiento en derechos de autor, y propiedad intelectual, entre otras prácticas. La Secretaría Económica ejecuta el presupuesto anual previsto y el presupuesto extraordinario, producto de las ventas generadas por venta de títulos en distintos soportes y plataformas. La Secretaría Académica, cumple un rol central en la producción de originales y en la difusión de los mismos.

02

Diagnóstico



Dirección Editorial

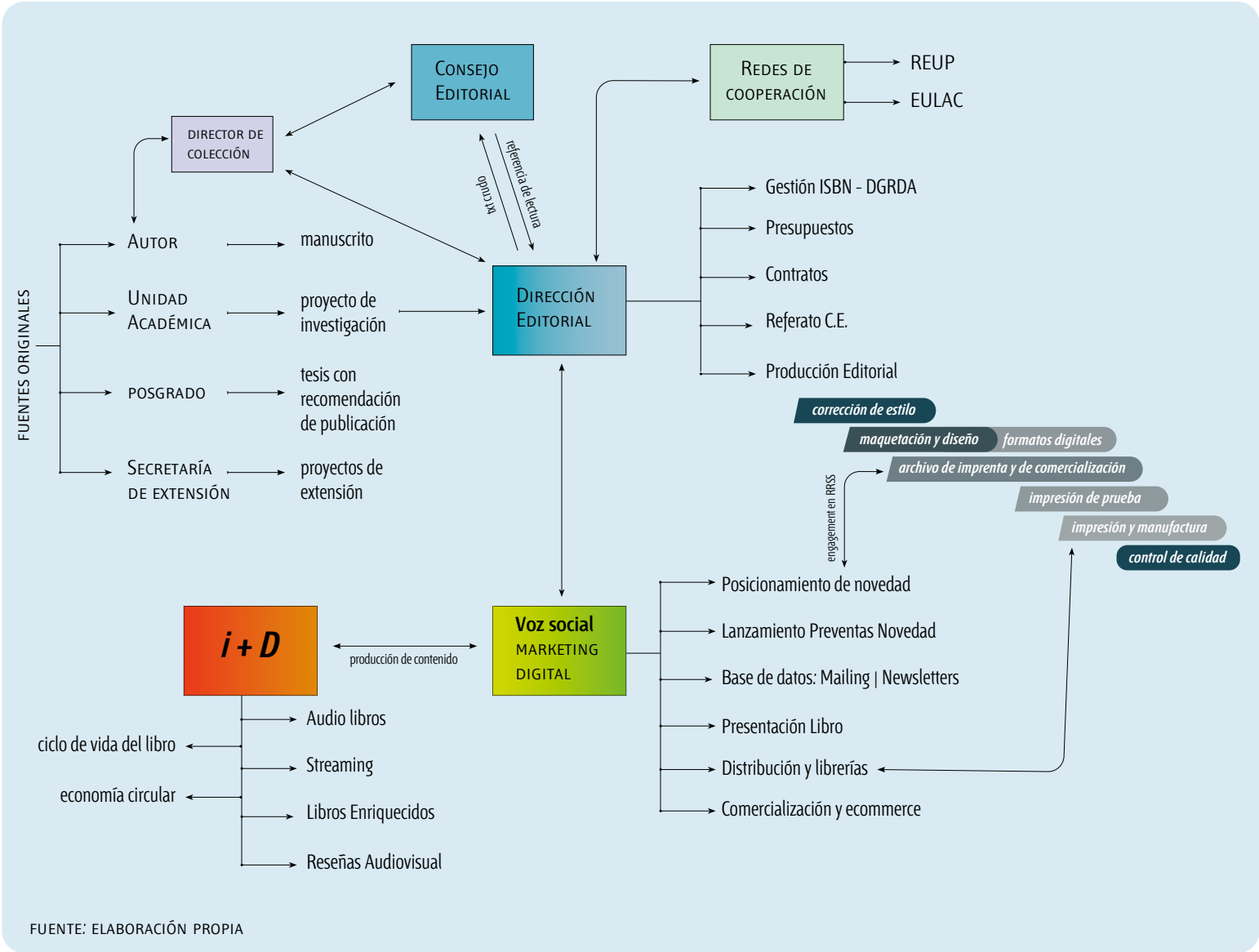
Dentro del apartado organigrama, creemos conveniente desglosar las tareas, actividades y conexiones que establece la dirección editorial con diversas áreas internas y externas. Como eje central, la consecución, revisión, corrección y perfilamiento de manuscritos originales provenientes de Unidades Académicas, Posgrado, y Sec. de extensión, insumos vitales para las posteriores acciones dentro de la cadena de valor que se le agrega para obtener un producto de calidad y estándar académico. La relación con el Consejo Editorial, da cuenta del cumplimiento de requisitos generales que el manuscrito debe cumplir, en cuanto a pertinencia y calidad de la obra, y los aportes significativos al conocimiento específico, etc. En esta fase, se define en qué colección será incorporada la publicación, dentro del Catálogo y cómo contribuye el nuevo título a la diversidad bibliográfica.

A su vez, tanto el Consejo, como la Dirección, mantienen un diálogo con aquellas colecciones que requieren de un director adicional, que es el encargado de comunicarse con el o los autores y transmitir las posibles correcciones que pueda sufrir la obra.

Otra actividad importante que la Dirección tiene, es la gestión de ISBN, y la confección conjunta de Contratos y Registro General de Derechos de Autor, pero sin dudas la actividad más importante que se lleva a cabo es la Producción Editorial. Es decir, todas las etapas que requiere un manuscrito para transformarse finalmente en una publicación tanto impresa como digital. La corrección de estilo, unifica los criterios del autor con el Manual de estilo que la Editorial posee, otorgando una voz unificada para las publicaciones de la UCSF. Una vez culminada la etapa de corrección, se procede a la maquetación y diseño, dentro de los parámetros que cada colección fija. De este eslabón se desprenden los archivos digitales listos para la distribución en redes digitales, y los archivos para la impresión, manufactura y posterior control de calidad.

02

Diagnóstico



Otro aspecto destacado es la relación que la Dirección tiene con las redes de cooperación tanto local como internacional, que permiten compartir, profundizar lazos de trabajo con editoriales de habla hispana de todo el mundo, pero también con otras universidades, ONG´s, instituciones de todo tipo.

En el gráfico podemos visualizar dos áreas centrales que se encuentran en fase de desarrollo. Una es la construcción de la Voz Social, que representa toda la comunicación con los posibles lectores, a través de estrategias de Marketing Digital y el andamiaje hacia una comunidad más amplia. Se encarga de la difusión de las novedades del fondo, de anticipar una preventa a través de mailing y newsletters, de distribuir ejemplares físicos, de la carga de archivos y metadatos en los distribuidores.

El otro área en construcción es la denominada I+D, que tiene por misión la producción de contenidos y productos como los audiolibros, los libros enriquecidos, y reseñas audiovisuales entre otras destacadas.

02 Diagnóstico

Catálogo UCSF

La construcción del catálogo de la Editorial UCSF ha sido un desafío significativo que ha llevado a conformar una amplia variedad de colecciones a lo largo del tiempo. En sus inicios, entre los años 2006 y 2012, la editorial presentaba una marcada informalidad y heterogeneidad en sus publicaciones. Para abordar esta situación, se decidió trabajar en un manual de pautas que buscó normalizar y tipificar el tratamiento general de la primera colección: Serie Académica. Esta serie se enfocó en la producción de docentes e investigadores de distintas Unidades académicas, abarcando disciplinas como Historia, Medicina, Economía y Finanzas, Arquitectura, entre otras.

El catálogo se conforma principalmente de dos tipos de obras: las novedades editoriales, que son obras recién publicadas, y los libros de fondo, que son títulos que han sido reimpresos o reeditados en versión corregida y aumentada. El objetivo principal es construir un perfil académico e institucional de amplio espectro, trabajando en la identidad de la marca a través de elementos gráficos distintivos en las colecciones.

La construcción del catálogo no se trata solo de una lista de libros, sino que busca establecer relaciones y diálogos entre las obras. Cada nuevo libro interactúa con sus predecesores y se ubica en un contexto de intertextualidad, donde una lectura lleva a otra y los autores dialogan con sus contemporáneos y precursores.

Durante mi colaboración con la editorial desde 2012 hasta 2018, el enfoque estuvo en consolidar la coherencia visual, estética y reconocimiento de marca. Se trabajó en definir el programa de diseño de las cubiertas, el formato, los materiales y los recursos tipográficos, conformando así una incipiente primera colección.

El tratamiento del catálogo editorial permitió establecer un claro ordenamiento con colecciones bien definidas, una estética cuidada en el diseño y una relación fructífera entre los libros de una misma colección. Se aplicó un tratamiento editorial minucioso en los textos e imágenes, y se definieron elementos gráficos y tipográficos característicos de cada colección.

Los criterios que guiaron la conformación de las distintas colecciones incluyeron atributos competitivos e innovadores para las series. Se consideraron criterios económicos, de extensión y temáticos para asegurar la coherencia y pertinencia de cada colección. Algunas de las colecciones que se han generado son:

Colección Arquitectura: Presenta fotografías, planimetrías y bocetos impresos a todo color, centrados en temáticas relacionadas con la arquitectura y el diseño. Especial valor agregado en los ejemplares impresos, con materias primas como papeles de alto gramaje, impresión digital con excelente resolución y terminaciones que incluyen lacas sectorizadas, gofrados, Hot Stamping y sobrecubiertas.

Colección Serie Cuadernos e Investigación: La colección persigue el objetivo de capitalizar el material intelectual que generan los docentes de las distintas asignaturas y Unidades Académicas de la UCSF.

La Serie Cuadernos y la Serie Investigación ponen a disposición de los alumnos material elaborado por los docentes que se corresponda a una Unidad del programa de asignatura, a un tema que por su entidad merezca un desarrollo particularizado, a guías de trabajos prácticos, etc.

02 Diagnóstico

Colección Pensar la pandemia: Aborda diversas perspectivas sobre la pandemia y sus impactos en la sociedad, la economía y la salud. La colección cuenta con su directora, especialista en derecho.

Colección Tesis: Recopila tesis de Posgrado de estudiantes e investigadores de la universidad, ofreciendo una plataforma para difundir sus investigaciones. Se trabaja en reconfigurar las tesis doctorales, buscando ampliar el espectro de público lector.

Colección Teatro y Obra abierta: Dedicada a obras teatrales y literatura dramática, promueve el arte escénico y la creatividad, como contracara del ámbito académico, acercando otras propuestas literarias que amplíen el catálogo de la Editorial. Se desarrolló con mucho éxito una colección destinada a personas ilustres del mundo del tango, que tiene especial interés en los mercados de libros digitales internacionales.

Además, se ha iniciado una colección Infantil, dirigida al público más joven, para fomentar el hábito de la lectura desde edades tempranas y acercar contenidos relevantes de manera amena y didáctica.

La construcción del catálogo y la generación de colecciones han sido fundamentales para acercar a la comunidad académica local su producción intelectual interna. Cada colección aporta un valor diferencial y contribuye a la difusión del conocimiento y la cultura, consolidando a la editorial como un referente en el ámbito académico y cultural.



CATÁLOGO EDITORIAL 2023

UCSF
Universidad Católica de Santa Fe

ESTADOS CONTABLES EN MONEDA HOMOGÉNEA

Un enfoque integral
Torres, Carlos Federico

La preparación de estados contables en moneda homogénea tiene en nuestro país una historia signada por la desconfianza y hasta la oposición por parte de muchos de los gobiernos e incluso de algunos estamentos de la profesión.

En este contexto, este libro procura con enfoques novedosos e integrales poner nuevamente en discusión la reimplantación de los ajustes destinados a preparar informes contables que contemplen esos efectos y solucionen esas distorsiones.

SERIE ACADÉMICA | ISBN: 978-950-844-117-1
Año: 2017
Formato: 22 x 15 cm
Cantidad de páginas: 256
Temática: Contabilidad / Economía.

UCSF | 47

NICOLÁS MAQUIAVELO

Cuestiones disputadas
Ballesteros, Juan Carlos Pablo

Maquiavelo trabajó en mínimos las prácticas habituales de su contemporáneo. Fue ágil y su brevedad siempre lo que con el tiempo le causó problemas. Fue un típico representante de su época, y en cuestiones prácticas las afirmaciones debían entenderse en su contexto, porque solamente se conocen cabalmente cuando se comprende a qué tradición intelectual pertenece quien la sostiene. Por eso ampliar una acción significa ampliar también el contexto en que se realiza. Consecuentemente a lo que sostienen muchos de sus críticos Maquiavelo se limitó a observar lo que ocurría y a explotarlo en sus obras. Lo que lo recomendaron algunos fue precisamente mostrar lo que todos ocultaban. En su época la primera condición del gobierno era alcanzar el poder mediante la habilidad, la astucia y la fuerza. Su único consuelo en adoptar los principios de sus acciones según sobaban los vientos. Fue una época de corrupción generalizada, en la que todo estaba permitido. El oportunismo político fue practicado en el siglo XVI por todos los gobiernos.

SERIE ACADÉMICA | ISBN: 978-950-844-234-5 (Impreso)
ISBN: 978-950-844-236-9 (ePub)
Año: 2022
Cantidad de páginas: 196
Temática: Filosofía.

UCSF | 7



PROTAGONISTAS DEL CAMBIO

Conjunto de viviendas de baja altura: Rosario, 1950-1970

Moliné, Anibal Julio; De Gaspari, Gina; Méndez, Candela

Partiendo de la premisa de que la formación y evolución urbana de Rosario (Argentina) se ha dado de manera sigilosa, se intenta descubrir y reflexionar a partir de 100 casos de estudio sobre los patrones que guían y marcan esta evolución, logrando así compilar un aporte crítico-histórico, analítico y proyectual de las obras que han sido "protagonistas del cambio". El libro, resultado de una redacción híbrida, donde el lector encontrará preguntas y respuestas, memorias y reflexiones, todas libradas a recabar aportes y variaciones a lo largo del tiempo y su contextualización, estructurándose también, como un archivo inactivo y activo de obras que silenciosamente construyeron la ciudad que conocemos y vivimos. Adquiere especial significación en este período, la emergencia progresiva de conjuntos de viviendas bajas financiadas a través de la gestión pública, de modo que, en todos los dominios aquí abordados, ha sido necesario articular las "luces y sombras" aportadas por ambos vertientes -la privada y la pública- en la conformación del paisaje urbano de Rosario.



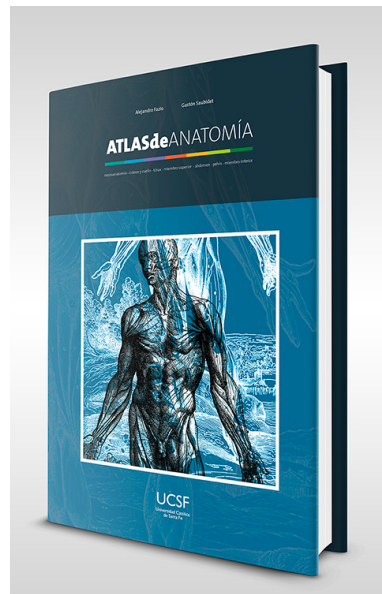
SERIE ACADÉMICA

ISBN: 978-950-844-238-3 (impreso)
 ISBN: 978-950-844-239-0 (ePUB)
 ISBN: 978-950-844-240-6 (PDF)
 Año: 2023
 Temática: Arquitectura.

UCSF | 11



Catálogo 2023



CATÁLOGO EDITORIAL
 2019

UCSF
 Universidad Católica
 de Santa Fe

CUADERNOS

- Departamento de Filosofía y Teología
- Facultad de Arquitectura,
- Facultad de Ciencias Económicas,
- Facultad de Humanidades,
- Facultad de Psicología,
- Facultad de Ciencias de la Salud,
- Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

La serie Cuadernos, creada a partir del año 2011, se ha transformado en una herramienta de uso habitual para los docentes y los alumnos en el dictado de las diferentes asignaturas de las distintas carreras que se dictan en el ámbito de la Universidad.



UCSF | 94

03 Análisis de problema

Matriz FODA - Lienzo CANVAS

Para el análisis de las problemáticas que desde la Dirección Editorial, en diálogo con el Consejo Editorial, y las distintas Unidades Académicas se detectaban, se realizaron múltiples encuentros presenciales y virtuales, con autoridades de rectorado, docentes y alumnos, investigadores, miembros del consejo, librerías entre otros actores, donde se trabajó a partir de dos herramientas claves estudiadas en profundidad durante el cursado del posgrado, la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y el lienzo CANVAS. Los resultados volcados aquí responden a un depurado de las ideas más significativas y consensuadas por la mayoría. Ambas son herramientas muy útiles para evaluar tanto el entorno interno como el externo de la Editorial.

El análisis de FODA permitirá identificar las Fortalezas y Debilidades internas de la editorial, es decir, qué aspectos o recursos tiene a su favor y cuáles son sus puntos débiles. Además, se evaluarán las Oportunidades y Amenazas externas, es decir, los factores del entorno que pueden generar oportunidades o representar desafíos y riesgos para la editorial.

Por otro lado, el análisis CANVAS es una herramienta que permitirá conocer en detalle los elementos clave de la editorial, como los recursos clave, las actividades clave, las propuestas de valor, los canales de distribución, la relación con los clientes, los segmentos de mercado y las fuentes de ingresos. Esto brindará una visión completa y detallada de cómo opera la editorial y cómo se posiciona en el mercado.

La combinación de ambas herramientas proporcionará una visión integral de la Editorial, permitiendo identificar sus fortalezas, aprovechar las



oportunidades, abordar sus debilidades y hacer frente a las amenazas para lograr un funcionamiento más eficiente y alcanzar sus objetivos de manera efectiva.

Fortalezas:

- * Trayectoria consolidada: La editorial cuenta con más de veinte años de existencia, lo que le otorga una sólida trayectoria en el ámbito editorial universitario.
- * Adaptación a la digitalización: La editorial ha evolucionado y se ha adaptado a los cambios en la industria editorial, incorporando herramientas tecnológicas para la producción y distribución de contenidos digitales.
- * Interdisciplinariedad: La diversidad de temas y géneros presentes en el catálogo refleja un enfoque interdisciplinario que amplía su alcance y atrae a una audiencia diversa.

03 Análisis de problema

* Relaciones departamentales: La editorial ha establecido relaciones departamentales dentro de la universidad, lo que le brinda acceso a una amplia gama de manuscritos y producción académica.

Oportunidades:

* Expansión global: La digitalización ha permitido a la editorial alcanzar una audiencia a nivel global, lo que abre oportunidades para llegar a nuevos mercados y lectores internacionales.

* Edición digital y audiolibros: La incursión en la edición digital y la producción de audiolibros atiende a las preferencias y hábitos de lectura de una sociedad cada vez más digitalizada, abriendo nuevas posibilidades de crecimiento.

* Redes de editoriales universitarias: La participación en redes nacionales e internacionales de editoriales universitarias facilita la colaboración, distribución y visibilidad de los contenidos de la editorial.

* Demanda de contenidos académicos: La creciente demanda de contenidos académicos y científicos ofrece oportunidades para la expansión y posicionamiento de la editorial en el mercado educativo.

Debilidades:

* Falta de voz social y escasa conexión con la comunidad lectora: La editorial carece de una presencia marcada y sostenida en redes sociales, que no ha logrado establecer una conexión sólida con sus lectores y la comunidad en general, lo que podría afectar su posicionamiento y alcance.

* Perfil del cliente poco definido: La falta de un perfil de cliente definido dificulta la comprensión de las necesidades y preferencias específicas de los lectores, lo que puede dificultar la satisfacción de sus expectativas.

* Estructura de personal: La actual estructura de personal es considerada una debilidad, ya que gran parte de la cadena de valor productivo se encuentra tercerizada a colaboradores externos, lo que podría afectar la agilidad y control sobre los procesos editoriales.

* Gestión de procesos: La gestión de procesos administrativos y operativos con la Secretaría Económica, debe ser optimizada para garantizar la disponibilidad oportuna de los libros y cumplimiento de plazos.

* Recursos limitados para la promoción y distribución de las publicaciones: La falta de recursos financieros y logísticos para promocionar y distribuir las publicaciones puede limitar la visibilidad y alcance de la editorial en el mercado.

Amenazas:

* Cambios en el mercado editorial: Los cambios en la industria editorial y las preferencias de los lectores pueden representar una amenaza para la editorial, requiriendo adaptación constante a las nuevas dinámicas.

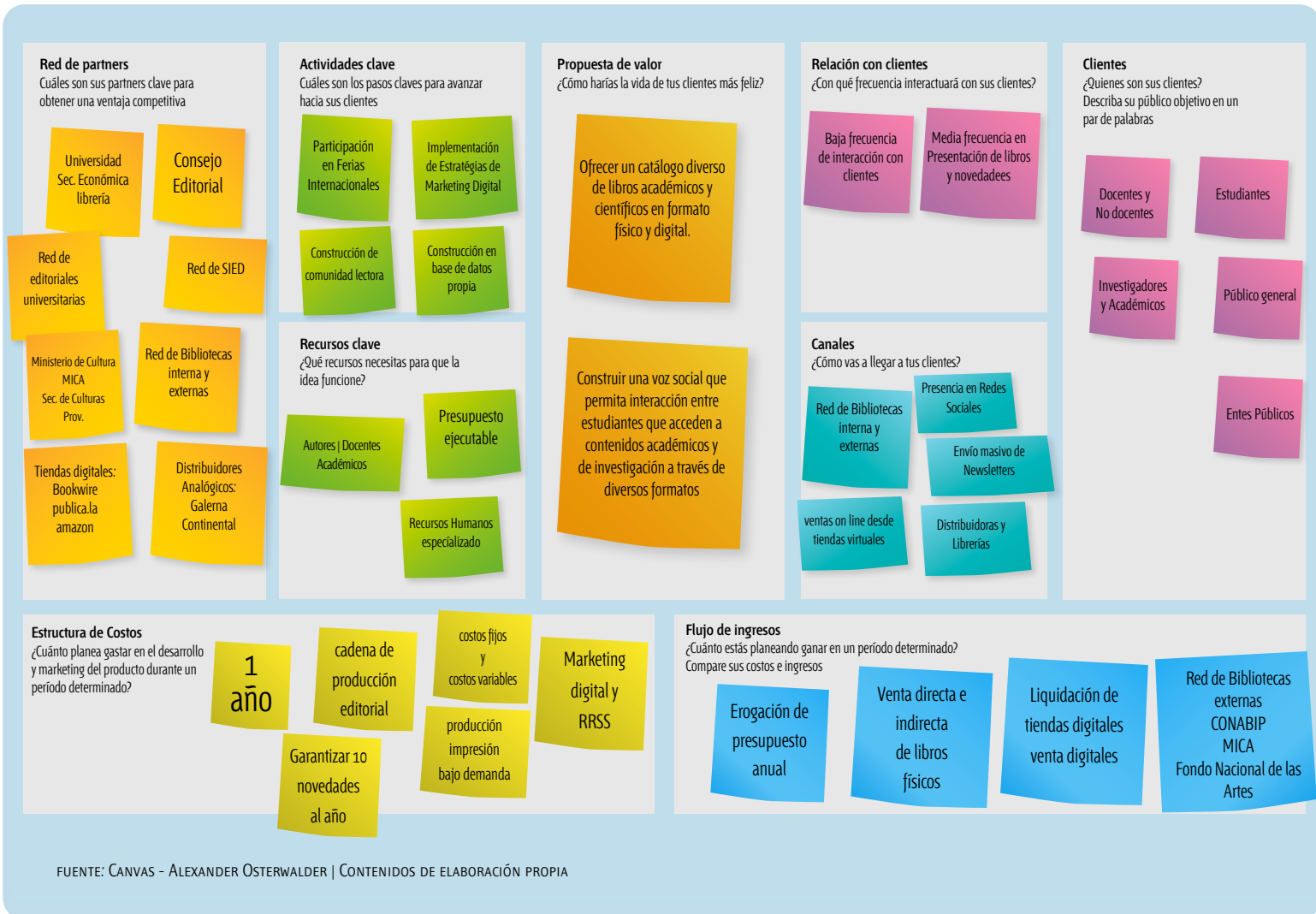
* Impacto de la piratería: La piratería de contenidos digitales puede afectar negativamente las ventas y la rentabilidad de la editorial.

* Presiones financieras: La gestión económica debe ser cuidadosa para garantizar la sostenibilidad financiera y evitar limitaciones presupuestarias que afecten la calidad de las publicaciones.

* Competidores consolidados: La presencia de editoriales consolidadas en el mercado puede representar un desafío para la captación de nuevos lectores y la promoción de los títulos de la editorial.

Este es un análisis general del FODA para la editorial. Ahora, podemos pasar al análisis CANVAS para tener una visión más detallada de cómo opera la editorial y qué elementos son fundamentales para su funcionamiento.

03 Análisis de problema



FUENTE: CANVAS - ALEXANDER OSTERWALDER | CONTENIDOS DE ELABORACIÓN PROPIA

Segmentos de Clientes:

- * Estudiantes universitarios.
- * Docentes e investigadores de la UCSF.
- * Otros profesionales y académicos interesados en publicar y acceder a contenidos académicos.
- * Lectores internacionales interesados en contenido académico y científico en español.

Propuesta de Valor:

- * Ofrecer un catálogo diverso de libros académicos y científicos en formato físico y digital.

- * Generar una voz social que permita a lectores y escritores tener una retroalimentación directa, y sin intermediarios.
- * Garantizar la calidad editorial y el rigor académico en todas las publicaciones.
- * Facilitar el acceso gratuito a los libros para estudiantes y docentes de la UCSF.
- * Promover la interdisciplinariedad y la difusión del conocimiento generado en la universidad.

Canales de Distribución:

- * Plataforma de venta en línea a través del sitio web de la editorial.
- * Librería Pbro. Ernesto Leyendeckers en el campus universitario.
- * Distribución Nacional a través de empresas distribuidoras.
- * Distribución en librerías asociadas y otras instituciones educativas.
- * Participación en ferias y eventos editoriales nacionales e internacionales.
- * Distribución y comercialización en Bookwire, Amazon, Ulibros, Publica.la

Relación con Clientes:

- * Se trabaja en la atención al cliente y servicio de entrega personalizado.
- * Baja interacción en redes sociales.
- * Encuestas periódicas para conocer las preferencias y necesidades de los lectores.

Fuentes de Ingresos:

- * Venta de libros en formato físico y digital.
- * Ingresos generados por la participación en ferias y eventos editoriales.
- * Presupuesto anual, garantizando el lanzamiento de 10 novedades.
- * Apoyo financiero de la universidad para proyectos editoriales generales y específicos.
- * Apoyo financiero de instituciones y organizaciones afines.

Recursos Clave:

- * Equipo editorial especializado en diversas áreas del conocimiento.
- * Tecnología para la producción y distribución de libros en formato digital.
- * Relaciones departamentales y acceso a la producción académica de la UCSF.
- * Infraestructura de la librería y puntos de venta.

03 Análisis de problema

Actividades Clave:

- * Selección y evaluación de manuscritos para conformar el catálogo.
- * Proceso de edición, diseño y maquetación de los libros.
- * Promoción y marketing de los títulos en diferentes medios.
- * Distribución y logística para garantizar la disponibilidad de los libros.

Aliados Clave:

- * Unidades Académicas, Institutos de Investigación: Apoyo institucional y Extensión, que facilite el acceso a la producción académica.
- * REUP y EULAC: Redes de editoriales universitarias de colaboración, distribución y visibilidad de los contenidos.
- * Proveedores de servicios editoriales: Diseño, impresión, distribución, etc.

Estructura de Costos:

- * Costos de producción editorial: edición, diseño, maquetación, impresión.
- * Gastos de marketing y promoción.
- * Logística y distribución de libros.
- * Sueldos y salarios del equipo editorial y administrativo.

Este análisis CANVAS nos brinda una visión más detallada de cómo la editorial opera y qué elementos y acciones son fundamentales para su funcionamiento y desarrollo. A partir de esta información, la editorial puede tomar decisiones estratégicas y enfocarse en las áreas clave para seguir creciendo y cumpliendo con los objetivos delineados y esperable por la comunidad y la conducción institucional.

03 Análisis de problema

Aprendiendo de nosotros: En busca de un lector

En el contexto de la Editorial hemos recorrido un camino en busca de mejorar nuestra labor cotidiana. Desde los inicios, hemos enfrentado desafíos y oportunidades que nos han permitido aprender y crecer en la construcción de un lector que encuentre en nuestras publicaciones un verdadero valor académico y científico. De los datos obtenidos con la matriz FODA y el lienzo CANVAS, en este proceso de aprendizaje, hemos realizado un profundo análisis de nuestra estructura, de las relaciones internas y externas, y de las oportunidades de mejora que se nos presentan. En este texto, compartiremos nuestros hallazgos y reflexiones en busca de un lector que sea el destinatario ideal de nuestras obras.

En el proceso de diagnóstico, hemos analizado minuciosamente nuestra organización y hemos identificado nuestras fortalezas y debilidades. Hemos reconocido que nuestra estructura de personal requiere de una optimización para mejorar la agilidad y control sobre los procesos editoriales. La heterogeneidad en nuestras publicaciones en el pasado nos ha enseñado la importancia de establecer criterios de colección y agregar valor editorial en cada una de ellas.

También hemos comprendido la necesidad de mejorar nuestra gestión de procesos administrativos y operativos para garantizar la disponibilidad oportuna de nuestros libros y cumplir con los plazos establecidos. Reconocemos la competencia en el mercado editorial y nos retamos a desarrollar estrategias efectivas que nos permitan destacarnos y captar la atención de los lectores.

Hemos identificado la falta de voz social y conexión con la comunidad lectora como una debilidad en nuestro trabajo editorial. Reconocemos la importancia de establecer un diálogo con nuestros lectores y escuchar sus necesidades para brindarles publicaciones de mayor relevancia.

Además, hemos comprendido que definir claramente el perfil de nuestro cliente es esencial para satisfacer sus necesidades específicas. Nos retamos a nosotros mismos a desarrollar estrategias que nos permitan conocer mejor a nuestros lectores y adaptar nuestras publicaciones a sus intereses.

Otro aspecto que hemos considerado es la limitación de recursos para la promoción y distribución de nuestras publicaciones. Nos desafiamos a buscar formas creativas de promover nuestras obras y ampliar nuestro alcance sin comprometer la calidad de nuestros productos.

A través de este proceso de análisis y reflexión, hemos aprendido que el camino hacia un lector ideal está en constante evolución. Reconocemos que cada publicación es una oportunidad para aprender y mejorar. Nuestra meta es construir un catálogo que hable por nosotros a lo largo del tiempo y que refleje nuestra identidad como editorial universitaria.

Destacamos la diversidad de nuestras colecciones, que van desde la Serie Académica, que recopila los aportes de docentes e investigadores en distintas disciplinas, hasta la Serie Cuadernos, que colabora con la secuencia didáctica de programas de estudios. También potenciamos la creación de la Colección Arquitectura, que se destaca por su impresionante calidad fotográfica y planimétrica.

Sabemos que siempre hay espacio para crecer y mejorar. Nos comprometemos a seguir trabajando en la construcción de un perfil académico e institucional que nos identifique como editorial. A través de la estandarización y tipificación del tratamiento de nuestras colecciones, buscamos fortalecer nuestra marca y conectar con nuestros lectores de una manera más profunda.

03 Análisis de problema

Conscientes de la importancia de establecer un diálogo con nuestros lectores, buscamos escuchar sus voces y conectar con sus necesidades. A través de la identificación clara del perfil de nuestro cliente, trabajamos para satisfacer sus intereses y brindarles publicaciones que les sean relevantes en sus disciplinas.

En busca de un lector, aprendemos de nosotros mismos y nos fortalecemos como editorial universitaria, siempre comprometidos con la excelencia y la calidad en cada una de nuestras publicaciones.

04 Propuesta de valor

Nuevos formatos y modelos de negocio

La industria editorial ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, impulsada por avances tecnológicos y cambios en los hábitos de lectura de los consumidores. En este contexto, la Editorial realiza esfuerzos de posicionamiento como una institución de mejora continua, adoptando nuevas estrategias para brindar propuestas de valor innovadoras y adaptadas a las necesidades de esa comunidad lectora que se planifica construir.

En busca de ofrecer una experiencia de lectura enriquecedora y relevante, trabajamos en la implementación de nuevos formatos que aprovechan las ventajas de la tecnología digital. La reciente incorporación de desarrollos de audiolibros, la producción de libros enriquecidos a través de QR, ebooks interactivos; realidad virtual y aumentada han abierto un mundo de posibilidades para los lectores, permitiéndoles acceder al conocimiento de manera más dinámica e interactiva. Estos formatos no solo enriquecen la comprensión de contenidos académicos y científicos, sino que también mejoran la accesibilidad y la experiencia de aprendizaje.

Asimismo, nos encontramos explorando diferentes modelos de negocios para fortalecer su posición en el mercado y establecer una relación más cercana con sus lectores. La preventa, el modelo de suscripción, el crowdfunding y las alianzas estratégicas han demostrado ser propuestas de valor efectivas para financiar proyectos, fidelizar la audiencia y expandir su alcance. Estos modelos no solo representan una fuente de ingresos,

sino que también fomentan la colaboración y la participación activa de la comunidad lectora.

A lo largo de esta sección, exploraremos en detalle los nuevos formatos que se ofrecen, así como los modelos de negocios que han sido detectados y se están desarrollando en distintos niveles de avance, lo que es muy positivo en el competitivo mundo editorial. A través de la combinación de estos elementos, la editorial continúa impactando en la difusión del conocimiento y enriqueciendo la experiencia de lectura de sus lectores, consolidándose como una institución comprometida con el aprendizaje y la excelencia editorial.

Nuevos formatos:

AUDIOLIBROS: Las infraestructuras del estudio Multimedia con el que cuenta la Universidad ha permitido implementar la producción de audiolibros para adaptarse a las preferencias y hábitos de lectura de una audiencia cada vez más ocupada. Los audiolibros permiten a los lectores disfrutar de contenidos académicos y científicos mientras realizan otras actividades, lo que optimiza su tiempo y facilita el acceso al conocimiento en cualquier momento y lugar. La narración cuidadosamente seleccionada y el uso de voces especializadas aseguran una experiencia auditiva atractiva y enriquecedora. Además, los audiolibros pueden llegar a personas con discapacidades visuales o dificultades para la lectura, ampliando así la accesibilidad de los contenidos.

LIBROS ENRIQUECIDOS: Se han dado los primeros pasos en incorporar libros enriquecidos con contenido multimedia para brindar una experiencia de lectura más dinámica e interactiva. Estos libros incluyen imágenes, gráficos, videos, animaciones y enlaces a recursos adicionales, lo que enriquece y complementa el contenido académico y científico. Los lectores pueden profundizar en temas específicos a través de material audiovisual y acceder a información complementaria en tiempo real. Esta propuesta

04 Propuesta de valor

de valor busca atraer a lectores de baja frecuencia, proporcionando una experiencia de aprendizaje más completa y atractiva.

EBOOKS INTERACTIVOS: Se ofrecen ebooks interactivos que aprovechan las ventajas de las tecnologías digitales para optimizar la hipervinculación en la lectura. Estos ebooks permiten a los lectores realizar anotaciones, resaltar texto, agregar marcadores y acceder a glosarios y referencias rápidas. La interactividad de estos libros permite a los lectores personalizar su experiencia de aprendizaje, facilitando la revisión de conceptos importantes y la colaboración en el estudio y la investigación. Además, los ebooks interactivos se actualizan fácilmente para reflejar los últimos avances y desarrollos en las distintas áreas del conocimiento.

REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA: Nos encontramos explorando el uso de la realidad virtual y aumentada para mejorar la comprensión y visualización de conceptos complejos. La incorporación de estas tecnologías permitirá a los lectores sumergirse en entornos virtuales y manipular modelos tridimensionales, lo que resulta especialmente útil en disciplinas como arquitectura, medicina y ciencias naturales.

Modelos de negocios:

PREVENTA: Se ha implementado la preventa como una estrategia para generar expectativa y compromiso por parte de los lectores antes del lanzamiento oficial de un libro. A través de la preventa, los lectores pueden adquirir el libro antes de su publicación, lo que les asegura recibirlo primero en cuanto esté disponible y con un Precio de Venta Público diferencial. Esta propuesta de valor no solo contribuye a la financiación anticipada del libro, sino que también permite ajustar la tirada de impresión según la demanda, evitando así excedentes de inventario y optimizando los recursos.

MODELO DE SUSCRIPCIÓN: Actualmente trabaja un modelo de suscripción que brinda a los lectores acceso a una amplia variedad de contenidos aca-

démicos y científicos por medio de una cuota mensual o anual. Mediante esta suscripción, los lectores tienen la posibilidad de explorar constantemente nuevos títulos y actualizaciones, lo que promueve la fidelización de la audiencia. La suscripción no solo es una fuente de ingresos recurrente para la editorial, sino que también fomenta la relación a largo plazo con los lectores y permite una mejor comprensión de sus preferencias y necesidades. Este modelo se desarrolla con la tienda Publica.la

CROWDFUNDING: La Editorial ha adoptado el crowdfunding como una forma de financiar proyectos editoriales que puedan tener un alto impacto, pero que requieran recursos adicionales. A través de plataformas de crowdfunding, la editorial presenta proyectos específicos y busca el apoyo de Instituciones educativas para su financiamiento. Esta propuesta de valor no solo permite desarrollar proyectos de alta calidad, sino que también involucra a otras universidades y afines en el proceso creativo y la cocreación de productos culturales con un amplio espectro de impacto.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS: Podemos concluir que se han establecido alianzas estratégicas con instituciones académicas, empresas de base tecnológicas, otras editoriales para fortalecer su presencia y ampliar su alcance y la vinculación digital. Estas alianzas de matriz digital permiten acceder a nuevos mercados y comercialización con México, EE. UU., Colombia, Chile, compartir recursos y conocimientos, y enriquecer el catálogo de publicaciones. La colaboración con otras entidades en la producción y distribución de contenidos académicos y científicos representa una oportunidad para ofrecer una propuesta de valor integral y diversificada, asegurando una mayor visibilidad y reconocimiento en el ámbito editorial.

04 Propuesta de valor

Impresión bajo demanda + Digitalización de catálogo

Consciente de la importancia de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, se implementó el modelo de Impresión Bajo Demanda (POD) como práctica inicial en su estrategia para avanzar hacia una economía sustentable en la industria editorial.

El POD se alinea perfectamente con los principios de la economía circular, ya que busca reducir al mínimo los residuos y el consumo innecesario de recursos. Al imprimir los libros solo cuando hay una demanda real por parte de los clientes, se evita la sobreproducción y se reduce el desperdicio de papel y otros materiales. Esto contribuye a una menor huella ambiental y al uso más eficiente de los recursos naturales.

Además, el modelo POD permite una mayor trazabilidad de los libros, ya que se evita la obsolescencia anticipada de los títulos y la necesidad de deshacerse de ejemplares no vendidos. Los libros siempre están disponibles y pueden ser impresos en cualquier momento, lo que prolonga su vida útil y reduce la generación de residuos.

La digitalización del catálogo a formato ebook también jugó un papel importante en los cambios hacia una economía circular. Al ofrecer los libros en formato digital, se elimina por completo la necesidad de utilizar papel y otros materiales en la producción. Los ebooks son intangibles y no generan residuos físicos, lo que contribuye a la reducción de la huella ambiental.

Además, la digitalización permite una distribución más eficiente y sin fronteras, llegando a lectores de todo el mundo. Por otra parte el uso de plataformas de distribución permite obtener datos precisos de las tiendas de compra, interés general de usuario, lugar del mundo, precios relativos y promociones aplicadas.

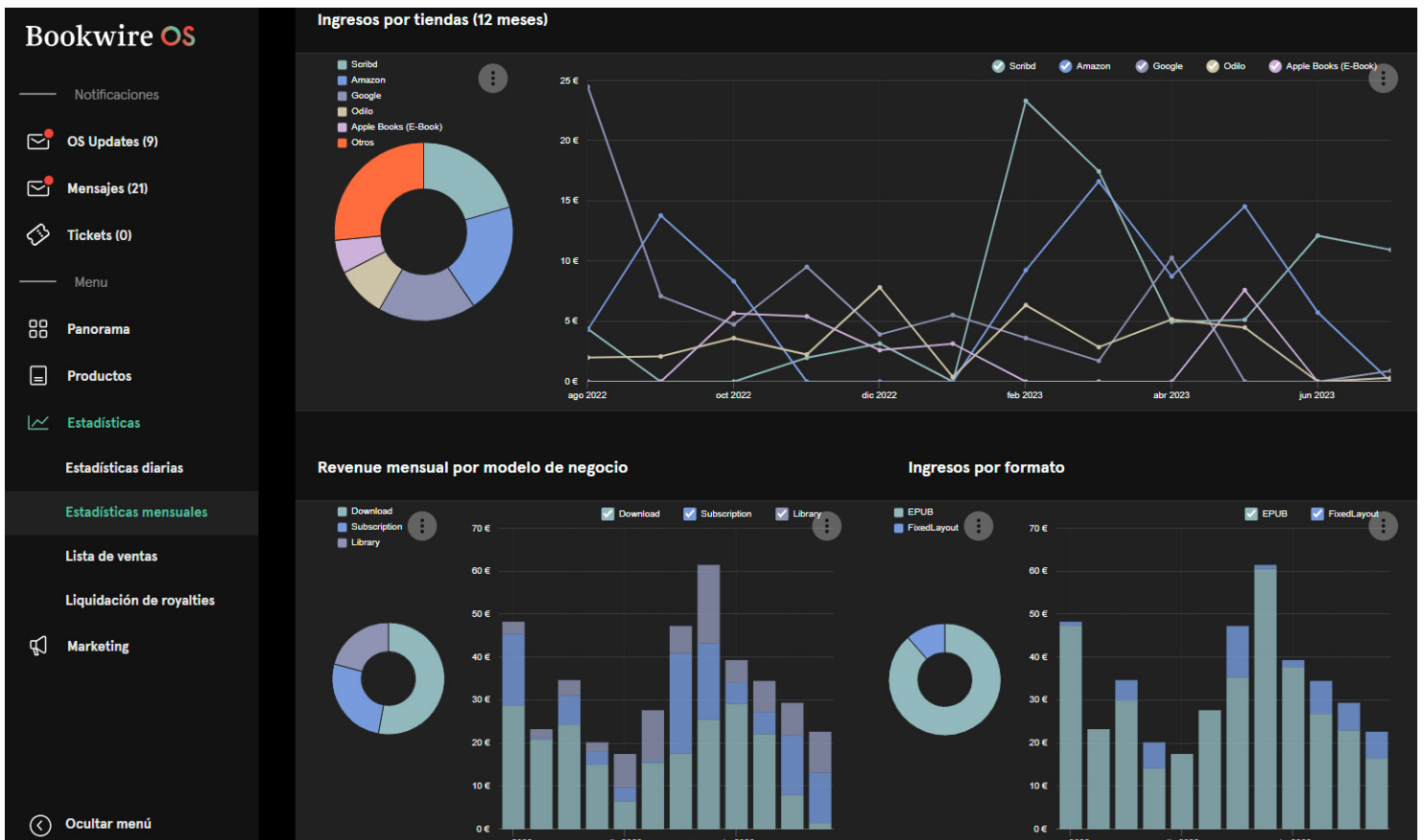
La combinación de los modelos de Impresión Bajo Demanda y digitalización de catálogo ha permitido una mejor proyección, determinando la cantidad de libros que serán impresos en función de estadísticas que visualizan el interés genuino de los lectores por determinado título.

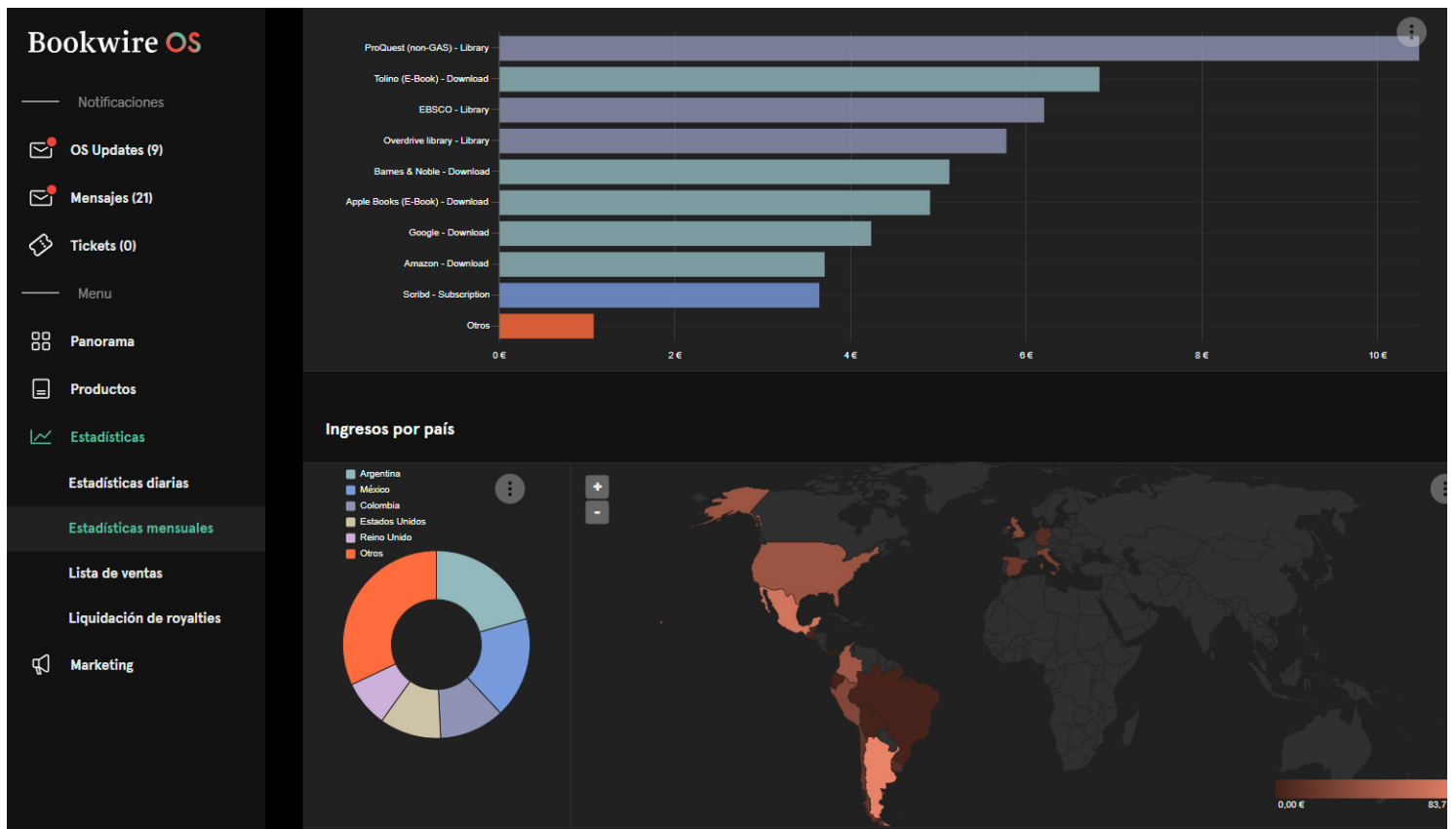
Estas estrategias no solo optimizan la producción y distribución de libros, sino que también contribuyen a la protección del medio ambiente y la utilización responsable de los recursos naturales. Al aprender de sí misma y avanzar hacia una economía circular, la Editorial demuestra su compromiso con un futuro más sostenible y consciente del entorno.

Información provista por distribuidora Bookwire

Estado	Portada	Título	Tipo de producto	Autor	Precio	Editorial
<input type="checkbox"/>		Acceso seguro al ecosistema digital en la pandemia COVID-19	Libro electrónico	Gelcich, Marcelo Germán	4,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		V Congreso iberoamericano de personalismo	Libro electrónico	González, Carmen Beatriz	4,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Gente de tango. Tomo 2	Libro electrónico	Torres, Carlos Federico	11,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Diálogo social para el desarrollo inclusivo en la Argentina pos-pandemia	Libro electrónico	Martino, María Guadalupe	4,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Arquitectura moderna en Misiones, Argentina (1940-1965)	Libro electrónico	Melgarejo, Mario Daniel	10,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Cuidemos la salud y la vida	Libro electrónico	Espinel, Juan Eduardo Guerrero	6,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Gente de tango. Tomo 3	Libro electrónico	Torres, Carlos Federico	11,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Migración y el derecho humano a la salud en tiempo de pandemia	Libro electrónico	Valle, Franco Alex	6,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe

	Portada	Título	Tipo de producto	Autor	Precio	Editorial
<input type="checkbox"/>		La legítima hereditaria	Libro electrónico	Gutiérrez Dalla Fontana, Esteban Matias	9,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Nicolás Maquiavelo	Libro electrónico	Ballesteros, Juan Carlos Pablo	9,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Umbral	Libro electrónico	Biagioni, Gabriel	3,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Tiempo y acontecimiento en la antropología de Ireneo de Lyon	Libro electrónico	Alby, Juan Carlos	10,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Principio de razonabilidad, derechos fundamentales y emergencia sanitaria	Libro electrónico	Didier, María Marta	8,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Claves para resignificar nuestro vínculo con la naturaleza	Libro electrónico	Orellano, Anabel Rocío	5,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Boomerangs de lo breve	Libro electrónico	Barisone, Ornela	8,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Planificar la esperanza con salud productiva en pandemia	Libro electrónico	Gagneten, Mercedes	6,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Realización de microformatos audiovisuales	Libro electrónico	Mettini, Danilo Gabriel	5,99 USD	Editorial Universidad Católica de Santa Fe
<input type="checkbox"/>		Procedimientos y etapas de la producción				Editorial Universidad





En los gráficos anteriores podemos visualizar, la forma en la que se muestran y comercializan los ebooks; la aplicación de metadatos y los valores expresados en moneda internacional. Por otro lado, vemos las tiendas en las que se produce la mayor interacción con los productos de nuestro catálogo, así también los lugares dónde se encuentran nuestros posibles lectores.

04 Propuesta de valor

Construcción de Voz Social y Comunidad

En la búsqueda constante de mejorar la experiencia de nuestros lectores y fortalecer nuestra presencia en el mundo editorial, se ha planteado un nuevo desafío: la creación de una propuesta de valor que se centre en dos pilares fundamentales: la Voz Social de la Editorial y la Construcción de Comunidad Lectora. En un entorno cada vez más digitalizado, es imperativo adaptarnos a las nuevas tendencias y aprovechar las oportunidades que ofrece el marketing digital para conectar de manera más efectiva con nuestro público objetivo.

La Voz Social se refiere a la capacidad de la Editorial para comunicar de manera auténtica, transparente y comprometida con los valores y principios que nos identifican. Nuestra voz debe reflejar la esencia de nuestra institución y ser coherente con nuestra misión y visión. Es importante que seamos capaces de transmitir la pasión por la generación y difusión del conocimiento académico y científico, así como nuestro compromiso con el desarrollo cultural y social.

Para lograrlo, es necesario establecer una estrategia de comunicación sólida, que incluya el uso adecuado de las redes sociales, el correo electrónico y otros canales de comunicación digital. Es fundamental escuchar a nuestra audiencia y responder a sus inquietudes y necesidades de manera oportuna y cercana. Además, debemos fomentar la participación activa de nuestra comunidad académica, brindándoles espacios para que compartan sus opiniones y contribuciones en temas relevantes.

La Construcción de Comunidad Lectora es otro aspecto crucial de nuestra propuesta de valor. Queremos que nuestros lectores no solo sean consumidores de nuestros libros, sino también parte activa de una comunidad que comparte intereses y pasiones comunes. Para lograrlo, es necesario implementar estrategias de marketing digital que promuevan la participación y el compromiso de nuestra comunidad.

Una de las estrategias clave es la utilización de redes digitales para la creación de clubes de lectura virtuales, donde los lectores puedan discutir y compartir sus impresiones sobre nuestras publicaciones. Además, debemos ofrecer contenido exclusivo y relevante a nuestra comunidad, como adelantos de nuevos lanzamientos, entrevistas con autores destacados y contenido relacionado con temas de interés académico y cultural.

La propuesta de valor de la Editorial de la UCSF se enfoca en la construcción de una Voz Social sólida y auténtica, así como en la creación de una Comunidad Lectora comprometida e involucrada. A través del marketing digital y la integración de nuevos formatos y modelos de negocios, buscamos fortalecer nuestra presencia en el mercado editorial y alcanzar un impacto positivo en la difusión del conocimiento académico y científico.

Estamos convencidos de que esta propuesta de valor nos permitirá conectar de manera más efectiva con nuestros lectores y generar un mayor valor para nuestra comunidad académica y el público en general. Trabajaremos en la implementación de estas estrategias y en la construcción de la comunidad lectora en un mediano plazo de unos 6 años aproximadamente.

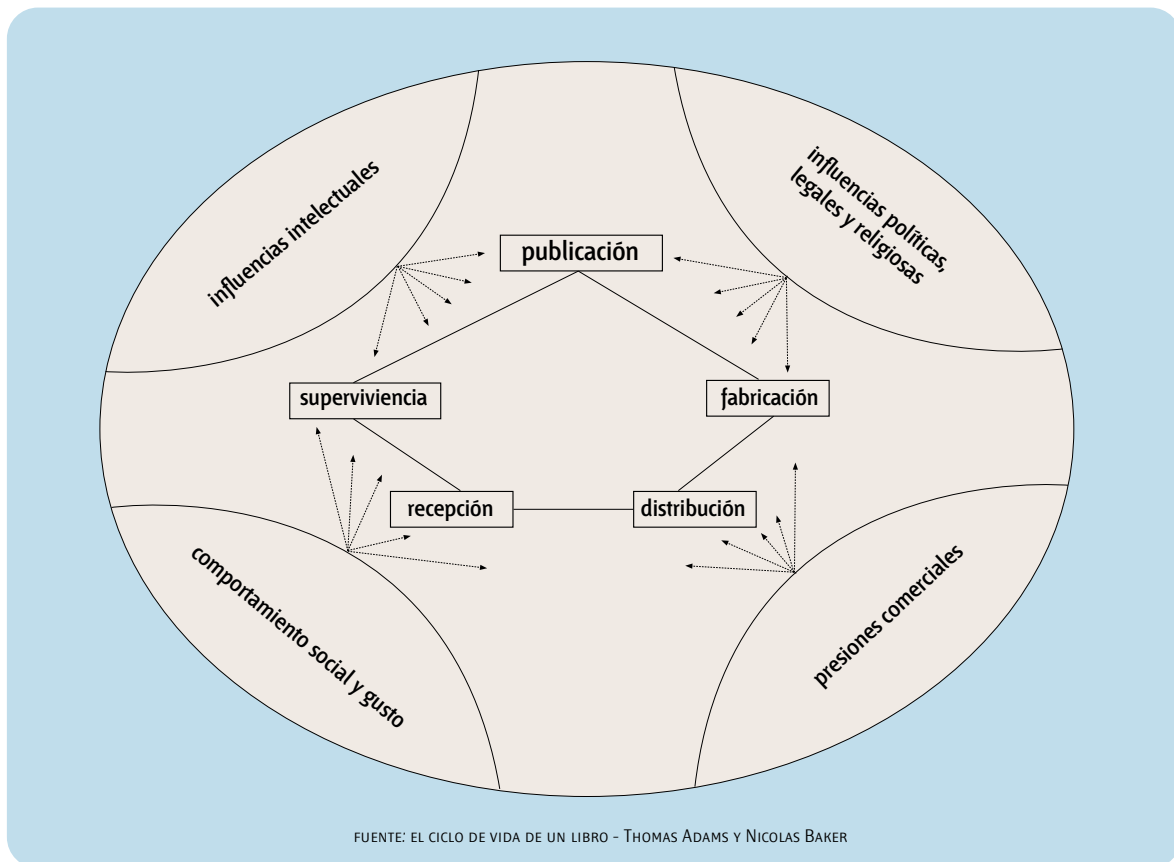
04 Propuesta de valor

Economía Circular

En el contexto de la Editorial, la implementación de la Economía Circular y la comprensión del Ciclo de Vida del Libro son fundamentales para desarrollar una propuesta de valor sostenible y responsable que promueva la difusión del conocimiento académico y científico de manera consciente y comprometida.

Tomando como partida la teoría de Thomas Adams y Nicolas Baker, el Ciclo de Vida del Libro comienza incluso antes de que el texto esté escrito, con la decisión de publicar. Esta decisión marca el inicio del ciclo, donde se deben considerar cuidadosamente aspectos como la elección de materiales y técnicas de impresión que minimicen el impacto ambiental y la huella de carbono. Aquí es donde las estrategias adoptadas, como la impresión bajo demanda y la digitalización del catálogo, evitando el desperdicio de papel y recursos al producir solo lo necesario y reduciendo el almacenamiento de libros físicos.

A medida que el libro entra en la etapa de “Supervivencia”, se enfoca en fomentar el uso responsable y consciente de los libros por parte de los lectores. Se promueve el préstamo y la donación de libros para extender su vida útil a través de bibliotecas solidarias, préstamos y obsequios institucionales, etc. Además, se busca concienciar a los lectores sobre la importancia de cuidar los libros y evitar daños innecesarios que puedan llevar a su pronta desaparición.



La Economía Circular también se refleja en la etapa de “Fin de Vida”, donde se considera el destino final de los libros al llegar al final de su vida útil. En lugar de desecharlos en un contenedor, se promueve el reciclaje y reutilización de materiales. A través de Proyectos de Extensión de la Sec. de Ciencia y Técnica, se establecen programas de reciclaje de libros, que se inscribe en las líneas de acción de la Responsabilidad Social Universitaria.

En esta búsqueda constante de mejorar la experiencia de los lectores y fortalecer la presencia en el mundo editorial, está presente el compromiso de construir una propuesta de valor que se base en la sostenibilidad y la responsabilidad. Integrando la Economía Circular y el Ciclo de Vida del Libro, se busca conectar de manera más efectiva con el público objetivo, contribuir a un futuro más sostenible y comprometido con la difusión del conocimiento académico y científico.

05 Reflexiones del proceso

Metas alcanzadas y Pendientes

A lo largo de su trayectoria, este proyecto editorial ha logrado importantes metas que han fortalecido su presencia en el ecosistema editorial con perspectiva global que la han posicionado como un referente en la difusión del conocimiento académico y científico en la región Litoral, con perspectiva nacional e internacional. La consolidación de autores destacados, la expansión del catálogo y la implementación de modelos de negocios innovadores, como la impresión bajo demanda y la digitalización del catálogo, son algunos de los logros alcanzados que han contribuido a la visibilidad y reconocimiento del sello.

Uno de los aspectos más destacados de la propuesta de valor es la construcción de espacios propios de comunicación y retroalimentación con la comunidad lectora. La creación de una Voz Social sólida y auténtica permitirá transmitir de manera efectiva los valores y principios de la institución, generando una conexión más profunda con los lectores y promoviendo el compromiso con la difusión del conocimiento académico y científico.

Además, la construcción de una comunidad lectora comprometida e involucrada ha sido un objetivo clave que se irá alcanzando con el tiempo. La implementación de estrategias de marketing digital está permitiendo fomentar la participación activa de la audiencia, creando espacios de interacción y participación en temas relevantes y compartiendo contenido exclusivo para la comunidad.

Sin embargo, hay aspectos pendientes que son fundamentales para seguir mejorando la propuesta de valor. La integración de nuevos formatos y modelos de negocios es una tarea en proceso que permitirá llegar a un público más amplio y diverso. La incorporación de audiolibros, libros enriquecidos y otras alternativas innovadoras ampliará el alcance de las publicaciones y brindará nuevas experiencias de lectura a los lectores.

La relación con actores claves, como las Redes de editoriales, la participación en Ferias internacionales, y en encuentros de profesionalización, son aspectos de vital importancia para destacar y seguir creciendo.

05 Reflexiones del proceso

Conclusiones prospectivas

La Editorial UCSF ha recorrido un camino significativo en su evolución como parte integral de la Universidad Católica de Santa Fe. A lo largo de los años, ha enfrentado diversos desafíos y ha logrado importantes avances que la han posicionado como un referente en la difusión del conocimiento académico y científico. Sin embargo, aún existen oportunidades y desafíos por delante que pueden llevarla a alcanzar un nivel aún mayor de excelencia y compromiso con su misión.

El impacto de la digitalización ha sido uno de los logros más destacados de la Editorial en lo que respecta a la consolidación de su catálogo y posterior digitalización; la visibilidad de su sello a través de sus nuevas redes de comercialización global. Gracias al trabajo constante de búsqueda y selección de autores, se ha logrado conformar una oferta editorial diversa y de calidad que refleja la riqueza académica de la institución. La integración de nuevos modelos de negocios, como la impresión bajo demanda y la digitalización del catálogo, ha permitido optimizar los recursos y llegar a un público más amplio de manera más eficiente.

La construcción de espacios propios de comunicación y retroalimentación con la comunidad lectora ha sido otro hito importante en la trayectoria de la Editorial UCSF. La creación de clubes de lectura virtuales y el uso activo de redes sociales están comenzando a fortalecer la relación con los lectores y han promovido la participación activa en la construcción de una comunidad comprometida con el conocimiento y la cultura.

Sin embargo, aún quedan metas por alcanzar y desafíos por enfrentar. Es necesario continuar trabajando en la profesionalización de la editorial, con la incorporación de personal capacitado y especializado que pueda abordar de manera efectiva y eficiente las tareas pendientes. La presencia de un equipo dedicado a la gestión editorial permitirá optimizar los procesos y garantizar la disponibilidad oportuna de los libros.

Además, es importante seguir explorando nuevos formatos y modelos de negocios que permitan ampliar la oferta editorial y llegar a diferentes audiencias. Los audiolibros, libros enriquecidos y otros formatos digitales son oportunidades interesantes para adaptarse a las preferencias de lectura de distintos públicos. La implementación de modelos de preventa, suscripciones y crowdfunding también puede ser una forma efectiva de financiar y promover la publicación de nuevos títulos.

En el marco de la Economía Circular, debemos seguir trabajando en la implementación de prácticas sostenibles en cada etapa del ciclo de vida del libro. La elección de materiales y técnicas de impresión que minimicen el impacto ambiental, la promoción del préstamo y la donación de libros, y el fomento del reciclaje y reutilización de materiales son acciones concretas que contribuirán a una editorial más responsable y comprometida con el medio ambiente.

Podemos concluir que el proyecto se encuentra en un momento clave de su desarrollo, con importantes logros alcanzados y desafíos por enfrentar. La consolidación de su catálogo, la construcción de comunidad lectora y la implementación de prácticas sostenibles son pilares fundamentales para impulsar su futuro y seguir siendo un referente en la difusión del conocimiento académico y científico. Con una visión clara y un enfoque en la excelencia y la innovación, la Editorial UCSF está lista para seguir construyendo un futuro prometedor y comprometido con el desarrollo cultural y social de la comunidad universitaria y la sociedad en general.



Anexo metodológico y complementario

Bibliografías

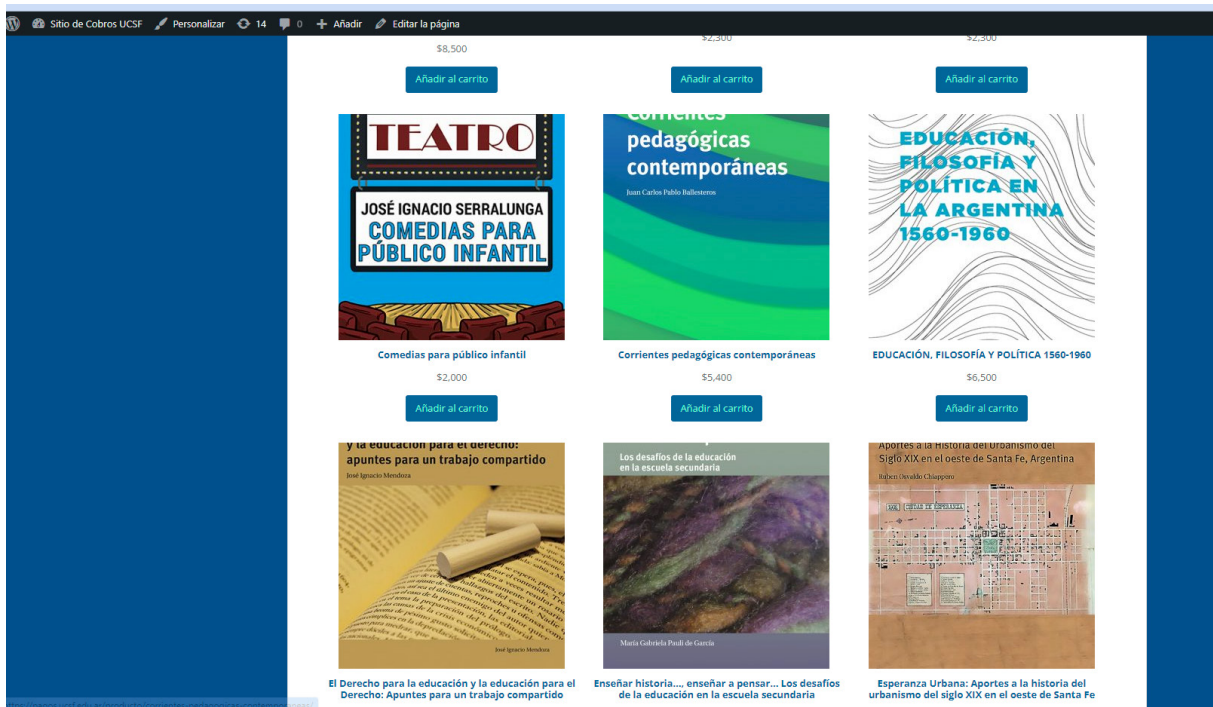
- * Analógico/Digital. Dos soportes, un futuro. Michael Tamblyn [Et Al.] Universidad de Guadalajara.
- * De libros, conocimientos y otras adiciones. La edición universitaria en América Latina. Sayri Karp [Et Al.] Universidad de Guadalajara.
- * Del la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editorial Patricia Piccolini. Fondo de Cultura Económica.
- * Diseño de Futuros. Para transformar el presente. Alejandro Repetto. Editorial Extendidos.
- *Diseñando la propuesta de valor. Alexander Osterwalder [Et Al.] Valleta Ediciones.
- * Diseño Estratégico - Guía Metodológica. Manuel Lecuona. Fundación Prodintec, Asturias
- * La labor del editor. El arte, el oficio y el negocio de la edición. Peter Ginna. Fondo de Cultura Económica.
- * Todo sobre la tesis. Del proyecto a la defensa. Eugenia Etkin [Et Al.] , La Crujía.
- * La edición de libros en tiempos de cambio. Fernando Esteves y Patricia Piccolini, Paidós.

Website consultados

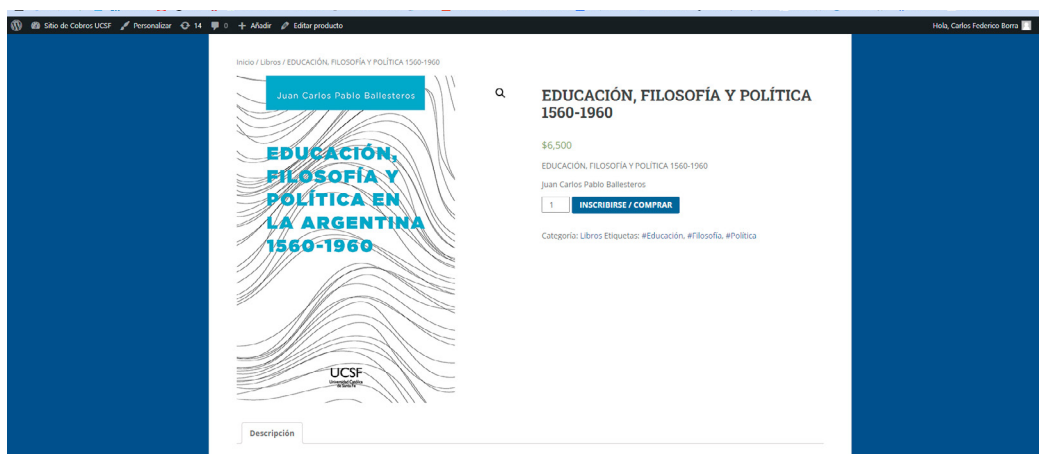
- * <https://eulac.org/>
- * <https://www.ucsf.edu.ar/la-ucsf/editorial/>
- * <https://ulibros.com/>
- * <https://pagos.ucsf.edu.ar/libros/>
- * <https://www.proyecto451.com/>
- * <https://www.proyecto451.com/>

06 Anexo metodológico y complementario

Sitio de ventas de libros físicos



Vista particular de libro



Vista particular de libro

Inicio / Libros / Platón. Acerca de la belleza



Platón. Acerca de la belleza

\$7,200

PLATÓN, ACERCA DE LA BELLEZA

Raúl A. Núñez Miñana

1 [INSCRIBIRSE / COMPRAR](#)

Categoría: Libros Etiqueta: #Platón; #Filosofía; #Belleza; #

Vista de Sinopsis de la Obra

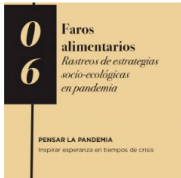


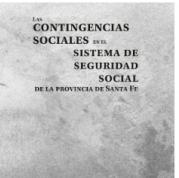
Sitio de Cobros UCSF Personalizar 14 Añadir Editar producto Hola, Carlos Federico Borra

Descripción

Pocos son los pensadores que han intentado indagar con rigor incondicionado toda la inteligibilidad de lo real: uno de ellos, sin duda ha sido Platón de Atenas. No es ocioso volver al creador de la dialéctica como método para ver a la luz de la inteligencia, el significado que ella puede brindar. Por ello, el escrito de quien ha recorrido una y otra vez con sentido crítico la magna obra de Platón, indagando en este caso sobre lo bello, como lo presenta el autor de este libro, resulta de incuestionable importancia, interés y actualidad.

Esta obra traza con rasgos precisos, líneas de entendimiento que algunas llegan hasta resultar sorprendentes, y posibilitan abrir una renovada interpretación de la belleza. La lectura de este libro también puede ser altamente provechosa para quienes dedican sus estudios a la arquitectura, la ingeniería y el diseño, en donde se repite insistentemente el primer interrogante: ¿porqué algo es agradable?

Productos relacionados

 <p>06 Faros alimentarios <i>Rastreo de estrategias socio-ecológicas en pandemia</i></p> <p>PENSAR LA PANDEMIA Inspirar esperanza en tiempos de crisis.</p> <p>Volumen 06: Faros alimentarios. Rastreo de estrategias socio-ecológicas en pandemia</p> <p>\$2,600</p> <p>INSCRIBIRSE / COMPRAR</p>	 <p>03 El sufrimiento en la pandemia <i>Una aproximación bioética</i></p> <p>PENSAR LA PANDEMIA Inspirar esperanza en tiempos de crisis.</p> <p>Volumen 03: El sufrimiento en la pandemia. Una aproximación bioética</p> <p>\$2,800</p> <p>INSCRIBIRSE / COMPRAR</p>	 <p>01 ¿Hay esperanza? <i>Interpelar la pandemia desde la Ecología Integral</i></p> <p>PENSAR LA PANDEMIA Inspirar esperanza en tiempos de crisis.</p> <p>Volumen 01: ¿Hay esperanza? Interpelar la pandemia desde la Ecología Integral</p> <p>\$2,600</p> <p>INSCRIBIRSE / COMPRAR</p>	 <p>LAS CONTINGENCIAS SOCIALES en el SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA FE</p> <p>Las contingencias sociales en el sistema de seguridad social de la provincia de Santa Fe</p> <p>\$6,500</p> <p>INSCRIBIRSE / COMPRAR</p>
--	--	---	---

Modelo de Escandallo para Costos de Producción

Todas las cifras son ficticias.

MODELO DE ESCANDALLO EDITORIAL				
Ejemplo de escandallo de libro impreso (los valores son ficticios y no deben tomarse como referencia)				
Detalle del proceso/acción	Unidades	Páginas	Precio	Total
Derechos de autor (anticipo)	1,00	-	3.000,00	3.000,00
Prólogo	1,00	-	0,00	0,00 (a)
Traducción	-	-	-	0,00 (b)
Árbitro o comité de referatos	2,00	-	400,00	800,00 (c)
Ilustración	1,00	-	750,00	750,00 (d)
Infografía	1,00	-	750,00	750,00 (d)
Fotografía	100,00	-	20,00	2.000,00 (e)
Corrección ortotipográfica y de estilo	-	170,00	3,00	510,00 (g)
Composición o maquetación	-	368,00	2,50	920,00 (f)
Corrección de galeradas	-	368,00	1,00	368,00
Diseño de cubierta	1,00	-	280,00	280,00 (f)
Total costes servicios editoriales				9.378,00
Costes variables producción 2500 ejemplares y pósters	1,00		2.500,00	3,75 (h)
Impresión en imprenta				10.755,00 (h)
Transporte desde Madrid a Barcelona (traslado de publicaciones)				300,00 (i)
Total costes de producción del libro				20.433,00
Proyección ventas - costes				
PVP				42,90 (j)
IVA 4%	4%			1,72
PVP (sin IVA)				41,18
Total 1º edición (sin IVA)	2.500,00			102.960,00
Precio final coste del libro (- costes de producción)	20.433,00			82.527,00
Marketing y publicidad	15%			12.379,05 (k)
Otros gastos/eventualidades	3%			371,37 (l)
Precio final coste del libro (- marketing y publicidad; - otros gastos)				69.776,58
Ejemplares para marketing y autor (110 + 40 ejemplares)	6%			4.186,59 (m)
Porcentaje de libros para preventa (900 ejemplares)	36%			25.119,57 (m)
Porcentaje de libros para instituciones (800 ejemplares)	32%			22.328,51 (m)
Porcentaje de libros para distribución tradicional (650 ejemplares)	26%			19.537,44 (m)
Porcentaje descuento para marketing y autor por 150 ejemplares	100%			4.186,59 (n)
Porcentaje descuento para preventa por 900 ejemplares	5%			502,39 (n)
Porcentaje descuento a instituciones por 800 ejemplares	30%			3.349,28 (n)
Porcentaje descuento distribución por 650 ejemplares	55%			10.745,59 (n)
Total de descuentos cedidos por la 1º edición				14.932,19 (o)
Total beneficio obtenido con los descuentos correspondientes efectuados				54.844,39
Estimado devolución 25% (1º edición)	25%			13.711,10 (p)
Total beneficio obtenido con los descuentos correspondientes efectuados				41.133,29 (q)
Cantidad de ejemplares a vender para cubrir el coste de producción				496,14 (r)
Cantidad de ejemplares a vender para cubrir coste de producción + marketing				796,72 (s)

Para comprender las cifras que contiene el escandallo es necesario tener en cuenta cómo se han obtenido algunas de ellas y en qué se basan:

- (a) El prólogo, en este caso, no se paga porque gentilmente lo cedería para su publicación un personaje reconocido del ámbito de la sostenibilidad, sin cargo alguno.
- (b) Como la obra fue escrita originalmente en castellano, no se requiere de traducción.
- (c) Para asegurar la calidad del contenido de la publicación se contratarán dos revisores de contenidos, uno proveniente del ámbito de la arquitectura y otro del urbanismo o la ingeniería civil, para que realicen un informe de lectura y evaluación técnica.
- (d) Tanto los ilustradores como el infografista son contratados con la modalidad "a mano alzada" para realizar una determinada cantidad de ilustraciones e infografías. Como se recibieron presupuestos conjuntos por la elaboración de ilustraciones e infografías, se coloca un 50% para cada tarea.
- (e) La cifra de las fotografías es estimada: se destinan 2.000 euros para la contratación de derechos de reproducción de fotografías.
- (f) Como se recibieron presupuestos conjuntos por la maquetación y el diseño de cubiertas e interiores, se colocan cifras prorrateadas que juntas suman 1.200 euros, precio total ofrecido por el estudio de diseño.
- (g) La corrección ortotipográfica y de estilo se calculó sobre la cantidad de página del archivo original, en Microsoft Word, en total 170 (en Times New Roman, cuerpo 12, espacio simple).
- (h) Se imprimirán 2.500 ejemplares:
- 900 destinados a preventa;
 - 800 destinados a distribución en colegios profesionales, universidades y empresas;
 - 650 destinados a distribución en librerías;
 - 110 para marketing y publicidad, y
 - 20 para el autor.

Modelo de contrato de Edición y derechos de autor



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA FE

Rectorado

CONTRATO DE EDICIÓN

COMPARECEN:

De una parte, la **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA FE**, en adelante el **EDITOR**, con sede en Canónigo Echagüe 7151 de la ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe, a través de su la **EDITORIAL** y en su nombre y representación el Magíster Eugenio Martín DE PALMA, DNI N° 21.410.991, CUIL 20-21410991-4, Rector de la citada Universidad, con poderes suficientes para la celebración de este acto; y de otra parte, el Dr. Gonzalo SOZZO, DNI N° 20.778.537, CUIT 20-20778537-8, con domicilio en calle San Jerónimo 1427, 2do. Piso, dpto. C, Santa Fe, provincia de Santa Fe, en adelante el **AUTOR**,

EXPONEN:

Que la **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA FE**, a través de su **EDITORIAL** tiene por finalidad promover la sociabilización del conocimiento y la visibilidad de las obras creadas por diversos autores realizando la impresión, publicación, distribución y venta de las mismas a través de distintos canales.

Por ello, las partes acuerdan celebrar el presente contrato de edición el que se ajustará a las cláusulas que a continuación se detallan y supletoriamente por las disposiciones de la Ley N° 11.723 y del Código Civil y Comercial Argentino.

CLÁUSULAS

PRIMERA: Objeto del Contrato

El **AUTOR**, en su carácter de titular exclusivo de todos los derechos de explotación de la **OBRA** denominada “**DERECHO PRIVADO PARA EL ANTROPOCENO. REDISEÑAR LOS MODOS DE VIDA**”, autoriza en exclusividad al **EDITOR**, con los alcances que se establecen más adelante y durante el plazo de vigencia establecido, a reproducir en cualquier tipo de soporte, distribuir y comercializar en cualquier medio y sin limitación territorial, la **OBRA** en los términos del presente contrato.

SEGUNDA: Modalidades de edición.

Los derechos de edición que han sido autorizados al **EDITOR** se entienden para todas las modalidades de edición conocidas, e incluso la obra podrá ser adaptada en soporte digital y descargada a través de medios físicos, electrónicos, magnéticos y/u ópticos y cualquier otro medio existente o a crearse en el futuro.

TERCERA: Entrega de la Obra.

El **AUTOR** entregará al **EDITOR** los originales de la obra completos, en soporte informático e impreso en papel, bajo su firma, los cuales formarán parte del ANEXO I del presente contrato de edición.

CUARTA: Exclusividad.

4.1.- La exclusividad pactada a favor del **EDITOR** en la cláusula PRIMERA, se otorga para todo el territorio, y en consecuencia el **AUTOR** se comprometen a no publicar, imprimir, reproducir, distribuir, ni comercializar la obra por ningún soporte en el territorio aludido durante todo el plazo de vigencia de este contrato. Asimismo, el **AUTOR** durante todo el plazo de vigencia de este contrato no editarán ni reproducirán en dicho territorio, por si bajo su nombre o seudónimo, por medio de

Modelo planillas evaluación de originales - Consejo Editorial

Fecha de recepción:

Fecha de revisión:

Título de la obra:

1. Cumplimiento de requisitos generales

Formato	Cumple	No cumple	No aplica	Observaciones
¿Cuenta con una tabla de contenidos clara?				
¿Los subtítulos ayudan a estructurar el orden y desarrollo del texto?				
¿El uso de símbolos, abreviaturas, siglas y/o acrónimos es adecuado?				
¿La selección, diseño e inclusión de figuras y/o tablas es apropiada?				
La escritura presenta las calidades esperadas para el nivel de formación (apropiada redacción, léxico, ortografía, claridad conceptual, etc.).				

2. Cumplimiento de requisitos de composición de la obra

Formato	Cumple	No cumple	No aplica	Observaciones
¿El título es claro y se ajusta al contenido?				
¿La introducción presenta de manera clara y precisa el objetivo del texto, el problema que se aborda, así como la descripción de la estrategia de investigación?				
¿Es clara y adecuada la presentación del método?				
¿Es clara y adecuada la presentación de los resultados?				
¿Las conclusiones están bien desarrolladas y son coherentes con el objetivo declarado en la introducción?				
¿Es adecuado el número de referencias? ¿Actualizadas?				
¿Considera que la obra se ha estructurado y escrito en forma adecuada para el área del conocimiento de que se trata?				

¿La extensión del texto es adecuada en función de la complejidad del tema, los objetivos y el público lector?				
¿La información indicada por el autor/autores es técnicamente precisa y confiable en cuanto a manejo de conceptos, teorías, procedimientos y aplicaciones?				
¿Este libro se puede considerar un aporte válido y significativo al conocimiento del área en cuestión?				

3. Otras observaciones respecto a pertinencia y calidad de la obra.

--

4. Teniendo en cuenta los aspectos evaluados anteriormente, se recomienda que:

La propuesta de libro sea publicada sin cambios.	
La propuesta de libro sea publicada incorporando los cambios sugeridos.	
La propuesta de libro será publicada siempre y cuando se constate que se ha realizado cambios significativos a la misma.	
La propuesta de libro no sea publicada.	

Evaluador Externo

Apellido y nombre	
ORCID	
Filiación institucional	
Correo electrónico	

Firma

Este trabajo se realizó con la inconmensurable ayuda y esfuerzo de los miembros del equipo editorial de la Universidad Católica de Santa Fe, aportes del Consejo Editorial, así como de las distintas autoridades de esta Casa de Estudios.

Agradezco también la tutela de Raquel Ariza, quien aportó elementos de análisis y contrapuntos que contribuyeron y enriquecieron la mirada de este pequeño proyecto que quiere convertirse en algo mucho más grande. Quiero agradecer a la autoridades y colaboradores de la Especialización, a sus docentes por trabajar incansablemente durante aquel fatídico período de “pandemia profunda”, dando clases sumamente interesantes y acordes a una virtualidad muy incipiente.

Finalmente no quiero dejar de agradecer a mi familia, mi mujer y compañera de vida, M. Eugenia (Tota), a mis hijos y a mis padres. Hermanos, amigos y cómplices que siempre estuvieron alentando para que este proyecto tuviera forma, contenido y un final. ¡Muchas Gracias!

Carlos F. Borra

Septiembre 2023