



KONICA MINOLTA

# GUÍA DE EVALUACIÓN PRODUCCIÓN DE LIBROS



1234

**DIGITAL III**  
enabling your business

# ESTRATEGIA

Los proveedores de servicios de impresión que se planteen implementar el programa de desarrollo de negocio Digital 1234 de Konica Minolta deberían revisar esta “Guía de Evaluación”. Es un cuestionario con carácter corporativo que cubre una serie de temas fundamentales. Utilizando un sencillo sistema tipo “semáforo”, cada una de las preguntas podrá tener tres resultados:

**Verde** – Sin experiencia o con poca experiencia, muchas posibilidades de crecimiento.

**Amarillo** – Alguna experiencia, se puede mejorar.

**Rojo** – Amplia experiencia, en camino hacia la consecución total de los beneficios corporativos de esta área.

Esta evaluación le permitirá identificar rápidamente aquellas áreas de su empresa que podrían beneficiarse de un cambio, explorando cada oportunidad de negocio concreta. Konica Minolta puede convertirse en su socio ideal para implementar estas nuevas e interesantes oportunidades.



## SOBRE EL AUTOR

Andrew Pate es un veterano escritor de libros sobre nuevas tecnologías. En la actualidad es Director de Programas Digitales para Edwards Brothers Malloy, empresa líder en la publicación de libros y revistas. Siendo de los primeros en adherirse a la publicación de libros digitales, fue Senior VP de Desarrollo de Negocio de Impresión de Libros a Demanda, y Senior VP de Operaciones Globales para Lulu.com. Formó parte del primer equipo de trabajo en Lightning Source como VP Business Development. Antes de eso, fue VP ejecutivo y Chief Operating Officer en Rutledge Hill Press, llevando a cabo con éxito la transición de ser una editorial genérica a formar parte de

Thomas Nelson. Allí fue donde implementó por primera vez diversas capacidades de impresión de libros a demanda como parte de una solución de inventario. También ha sido un proponente clave de tecnologías que permiten la explotación de la auto-publicación y los mercados de publicación mediante la web. Ha dado numerosas charlas en todo el mundo sobre „Convergencia de la Tecnología y la Propiedad Intelectual“. Originario de Nashville, Tennessee, Andrew es Licenciado por la Universidad de Vanderbilt y tiene un MBA de la Xavier University.

Las preguntas que se formulan a continuación le ayudarán a evaluar hasta qué punto la publicación digital de libros representa una buena oportunidad para su empresa. Para que una editorial de libros tenga éxito, existen seis estrategias (o aspectos) que deberían implementarse. Por ese motivo, hemos desarrollado una serie de preguntas a fin de evaluar la viabilidad de cada una de esas estrategias:

Seis Estrategias para Ofrecer Servicios de Edición de Libros con Éxito

- 1 Ofrezca la Producción de Libros Digitales
  - a. Impresión de Tapas a Color
  - b. Producción de texto monocromo o a color
  - c. Acabado – encuadernado perfecto
2. Gestión de flujo de trabajo de contenidos
3. Automatice la gestión del flujo de trabajo de pedidos
4. Estandarice materiales para una mayor eficiencia
5. Cree e implemente un plan de marketing
6. Identifique oportunidades long tail

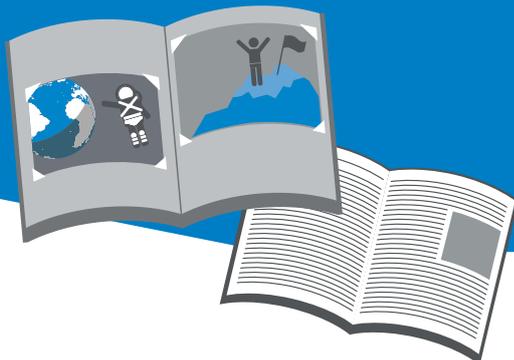
Para cada una de estas estrategias existen preguntas específicas a fin de averiguar sus posibilidades de éxito.

## 1. Ofrezca la producción de libros digitales

Los libros son productos complicados que exigen más a los profesionales de la impresión.

### ¿Tiene experiencia en la realización de libros o manuales?

- Sí, hemos producido material encuadernado, como libros y manuales.
- Alguna, hemos producido el texto y las cubiertas, pero hemos externalizado el encuadernado.
- No, no tenemos experiencia con ningún tipo de producto similar a los libros.



### ¿Tienen sus clientes productos como libros y manuales?

- Sí, para uso interno y para clientes finales.
- Algunos, pero para uso interno solamente.
- No, pero podrían desarrollar una línea propia en algún momento.

### ¿Qué nivel de experiencia tiene en impresiones a color en papel cuché y plastificado de película?

- Mucha, hemos realizado y plastificado trabajos completamente a color.
- Alguna, pero hemos externalizado este trabajo como parte de otro proyecto.
- Casi ninguna, no hemos recibido pedidos de este tipo de trabajos.

### ¿Es su grupo de ventas y de atención al cliente capaz de dar servicio al mercado de los libros?

- Sí, nuestro grupo es muy capaz de identificar y dar servicio a peticiones especiales.
- Quizá, pero necesitamos aprender más sobre algunas peticiones especiales.
- No creo, nuestros empleados son expertos sólo en lo que hacemos ahora.

## 2. Automatice la gestión del flujo de trabajo de contenidos

La automatización se traduce en menos acciones y mayores beneficios al procesar las cubiertas y el texto de un documento de impresión.



### ¿Tiene un software de verificación previa para documentos a imprimir?

- Sí, tenemos un software que también genera documentos listos para imprimir a partir de PDF mediante aplicación.
- Sí, damos este servicio, pero externalizado
- Casi nunca, hacemos el control de calidad sobre la propia impresión.

### ¿Tiene una base de datos y sistema de almacenaje adecuado para archivar contenido y metadatos?

- Sí, tenemos capacidad de almacenaje adecuado y una estructura de carpetas para archivar los documentos necesarios.
- Quizá, tenemos un sistema de archivos pero para un único trabajo.
- No, sólo utilizamos los sistemas de impresora.

### ¿Tiene algún flujo de trabajo automatizado ya implementado?

- Sí, con uno a más trabajos para clientes.
- Parcialmente, aceptamos pedidos e imprimimos en un ftp pero a partir de ahí funcionamos manualmente.
- No, tramitamos todos los pedidos manualmente.

### ¿Tiene recursos y experiencia en programación con un partner de intercambios automatizados de tipo XML?

- Sí, tenemos programadores y especialistas TIC disponibles.
- Quizá, pero necesitamos comprender mejor los requisitos.
- No, no tenemos ningún tipo de relación actual con programadores.

### 3. Automatice el flujo de trabajo de gestión de pedidos

El procesado automático de contenido derivará en mayores beneficios y menos errores.

#### ¿Es posible para usted recibir pedidos electrónicos?

- Sí, en nuestra página web y utilizando servicios en internet o protocolos de transferencia de archivos.
- Quizá, algunos clientes nos envían sus pedidos de forma relativamente estándar.
- No, sólo aceptamos pedidos físicos.

#### ¿Tiene un sistema de gestión de pedidos que envíe el trabajo a la impresora y prepare la factura?

- Sí, utilizamos un sistema de gestión de pedidos integral con nuestro software de impresión.
- Tenemos algunas partes del proceso automatizadas, pero otras son manuales, o nuestros sistemas no se actualizan mutuamente.
- No, cada operación es una actividad independiente.

### 4. Estandarice materiales y especificaciones

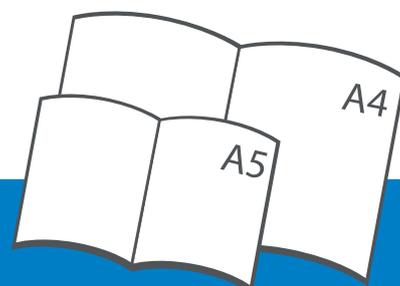
La mayoría de libros utilizan materiales similares, sobre todo los stocks de texto, y se producen en tamaños también similares.

#### ¿Tiene disponibilidad de acceso a papel blanco de 80 gsm, y de color crudo o crema?

- Sí, está disponible.
- Quizá, lo puedo pedir de Konica Minolta.
- No, tendría que pedirlo expresamente.

#### ¿Tiene acceso a papeles para cubiertas y podría forrarlos?

- Sí, tenemos plastificado o forrado UV propio.
- Tenemos capacidades limitadas.
- No, tendríamos que externalizar esta función.



#### En mi mercado ¿son la mayoría de libros de tamaño estándar y van encuadernados de la forma habitual en A4 o A5?

- Sí, estos tamaños son muy habituales.
- Algunos, pero también hay algunos mayores y otros muy pequeños.
- No, todos los libros en mi mercado son de tamaños poco habituales y llevan un encuadernado y decoración muy elaborados.

## 5. Cree e implemente un plan de marketing

Como sucede con cualquier proyecto nuevo, es fundamental tener un plan integral que dirija su actividad.

### ¿Tiene capacidad propia de crear un plan de marketing integral?

- Sí, hemos elaborado otros planes similares con indicadores.
- Quizá, tengo ideas pero necesito herramientas que me ayuden.
- No, este concepto es nuevo para mí.

Cuando se accede a un mercado nuevo suele haber una tendencia a ignorar el mercado a la vez que se desarrolla ese mismo mercado. ¿Está preparado para invertir tiempo, esfuerzo y dinero en un mercado nuevo?

- Sí, entiendo que es sostenible sólo con una inversión adecuada desde el principio.
- Sí, pero prefiero un enfoque pay-as-you para un nuevo negocio.
- No, tendré tiempos y recursos económicos limitados en un mercado nuevo.

¿Está dispuesta su empresa a tener un servicio de atención al cliente, calidad y precio competitivos en el mercado de los libros?

- Sí, entiendo que trabajar con libros en un proyecto a largo plazo.
- Quizá, pero no queremos cambiar nuestros procesos internos actuales.
- No, debemos operar de forma consistente en todas nuestras áreas de negocio.



#### 4. Identifique oportunidades “long tail”.

“Long tail” hace referencia a un concepto creado por Chris Anderson que muestra que, cuando todos los títulos son detectables esto dará lugar a ventas de títulos más antiguos y también nuevos.

**¿Podría usted identificar a clientes que tengan un gran número de títulos a la venta durante un período de tiempo extenso?**

- Sí, nuestros clientes tienen varios títulos a la venta que no se quedan obsoletos.
- Quizá, nuestros clientes han descatalogado productos pero podrían volver a editarlos, con algo de ayuda.
- No, nuestros clientes trabajan sólo con títulos recientes y nuevos.

**¿Son los títulos y contenidos fácilmente detectables?**

- Sí, los minoristas y motores de búsqueda incluyen todos los títulos.
- Hasta cierto punto, pero el contenido está disponible sólo para grupos especializados.
- No, el contenido es difícil de localizar y no se encuentra online.

**¿Son sus bibliotecas accesibles, tanto públicas como privadas?**

- Sí, hay bibliotecas abiertas a la venta online.
- Sí, pero no tienen una estrategia de venta de ediciones facsímil.
- No, las bibliotecas no cuentan con este tipo de planes.

**¿Hay colecciones amplias de contenido de libros disponibles?**

- Sí, tanto asociaciones comerciales, como organismos públicos y privados poseen mucho contenido.
- Sí, pero llevaría mucho esfuerzo preparar e imprimir el contenido.
- No, en mi mercado hay un número limitado de archivos de contenido de libros.



KONICA MINOLTA

Preparado para usted por:

1234

**DIGITALIII**  
enabling your business

[www.digital1234.biz](http://www.digital1234.biz)

**Konica Minolta**  
**Business Solutions Spain, S. A.**

Albasanz, 12  
28037 Madrid / Spain  
Tel.: 91 327 73 00  
[www.konicaminolta.es](http://www.konicaminolta.es)  
[www.ops-servicios.es](http://www.ops-servicios.es)