



# Networking editorial

## ¿Cómo publicar un libro científico?

**Javier Reyes**  
**Editor**

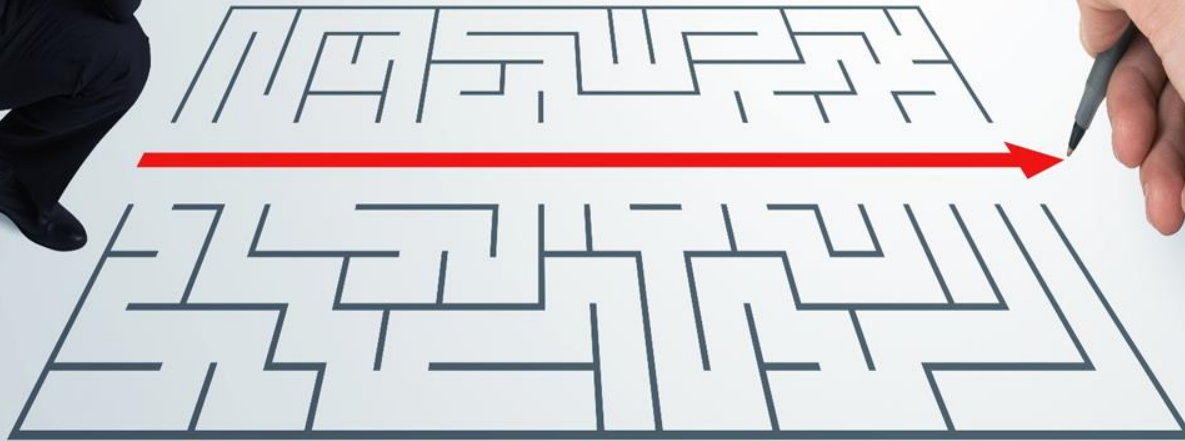


# La importancia actual de aprender, desaprender y reaprender



**La gran disyuntiva:  
¿impreso o digital?**

# La realidad se torna más compleja cuando sólo visualizamos disyuntivas



**La realidad se torna menos compleja  
cuando recurrimos a la complementariedad  
y al trabajo colaborativo**





# Contenido

---

- Parte I**      **Introducción**
- Parte II**     **Networking editorial**
- Parte III**   **Comités editoriales**
- Parte IV**    **Propuestas de proyectos**
- Parte V**     **Aplicación del modelo integral**
- Parte VI**    **Tendencias**



# Parte I

## Objetivos

- Revisar y aplicar un modelo integral de desarrollo de proyectos editoriales con enfoque estratégico y global.
- ¿En qué formato conviene publicar?  
Estrategia editorial ¿Impreso o digital?
- Cómo establecer el vínculo entre el desarrollo editorial y los criterios de citación-indización







# No hay que olvidar que...

En principio, todo proyecto editorial es un proyecto de inversión

- **Estudio de mercado** → **Identificar una necesidad**
- **Estudio técnico** → **Definición de criterios de edición-producción**
- **Estudio de factibilidad** → **Definición de metas de ingresos y rentabilidad**



# Por lo tanto...

---

- **Los procesos y estrategias editoriales básicas deben adaptarse a nuestros mercados y contextos.**
- **Hay que considerar que los proyectos de divulgación científica y profesionales operan en ciclos diferentes, con canales distintos.**
- **Es crucial contar con una estrategia de desarrollo digital.**



## ¿Cuáles son las metas de nuestro plan editorial?

- ¿Crecer en ingresos y presencia?
- ¿Cómo es el entorno económico, tecnológico y de competencia en nuestros mercados?
- ¿Cuál es nuestro enfoque editorial y estratégico?



## Parte II

# Networking editorial



# Networking editorial

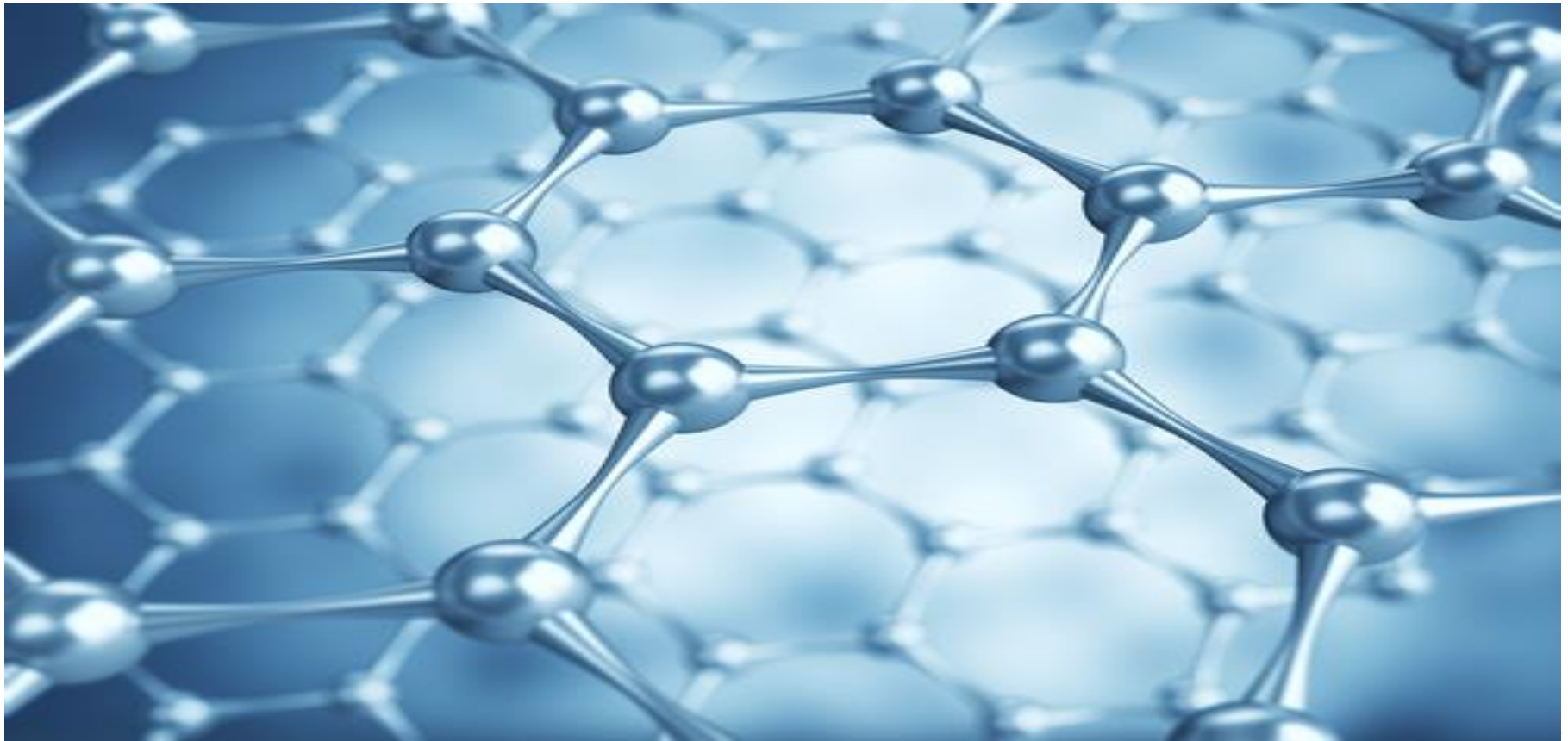
- ❑ Networking editorial significa crear redes de interacción.
- ❑ Es un recurso de gran valor cuando se aplica en el ámbito editorial.





# Networking editorial

## Caso práctico: Publicar un libro sobre Nanotecnología





# ¿Cómo lo haríamos con un enfoque tradicional?

## Escenario 1



Dr. Mauricio Terrones



**Instituto Potosino de Investigación Científica y Tecnológica (IPICT)**  
**Autoridad mundial en Nanociencia y Nanotecnología**



# ¿Cómo lo haríamos con un enfoque tradicional?

---

## Escenario 2



**Dra. Tessy López**



**Universidad Autónoma Metropolitana**  
**Pionera en Nanomedicina catalítica**  
**Potencial Premio Nobel**



# ¿Cómo lo haríamos con networking editorial?



**Dr. Mauricio Terrones**

Instituto Potosino de Investigación Científica y Tecnológica (IPICYT),  
Autoridad mundial en las áreas de Nanociencia y Nanotecnología



**Dra. Tessy López**

Universidad Autónoma Metropolitana  
Pionera en Nanomedicina catalítica  
Potencial Premio Nobel





# Networking editorial



Dr. Mauricio  
Terrones



Dra. Tessy López



**Efecto  
multiplicador**





# Networking editorial

---

## Resultados

- **Contenido acerca de Nanotecnología aplicada**
- **Contribuciones de autores de diferentes instituciones y nacionalidades**
- **Presentación multiformato: impreso, digital, customizado o en un esquema híbrido**
- **Potencial de mercado con crecimiento exponencial**



# Networking editorial

---

## Resultados

- **Acceso a segmentos y/o mercados no explorados**
- **Posibilidades de customización (contenidos a la medida)**
- **Adopción de criterios de citación-indización**



# Networking editorial

---

**Para lograr estos resultados es indispensable crear una relación simbiótica...**

**Autor → Editor → Institución**



## Parte III

# Comités editoriales



---

# ¿Cómo se conforma un comité editorial?

## Objetivo:

Tomar decisiones efectivas y generar una base de revisores, colaboradores y líderes de nuevos proyectos o productos con visión global.



# ¿Cómo se conforma un comité editorial?

## Proceso:

- Aplicar el método Delphi
- Inclusión de expertos internos o externos, referentes en su área (congresos especializados, instituciones líderes de opinion, etc.)
- Es clave internacionalizar el comité
- Aplicar una vez más el networking





# ¿Cómo se conforma un comité editorial?



Experto 1

Experto 2

Experto 3

Experto 1

Experto 2

Experto 3



# Proceso de dictaminación de proyectos editoriales

- ¿Por qué estamos publicando este proyecto?
- ¿Qué y cuándo lo debemos hacer para que tenga éxito?
- ¿Cuál es el retorno de la inversión?
- ¿Cual es el mapa de rutas de desarrollo del producto y administración del proyecto?



# Ejercicio

Identificar instituciones y expertos líderes con los que podríamos conformar una red de colaboración editorial





# Parte III

# Propuestas de proyectos editoriales



# Planeación de proyectos

---

- Es crucial proponer y administrar proyectos nuevos que aporten crecimiento.
- Incluye un análisis de:
  - Entorno del mercado y la competencia
  - Características y beneficios
  - Plan de desarrollo
  - Plan de marketing
  - Plan financiero/Pronóstico de ventas



# **Liberar el potencial del proyecto al aplicar las nuevas tecnologías**

- **Incorporar recursos digitales en los nuevos proyectos para incrementar el valor percibido.**
- **Diseñar una estrategia de desarrollo digital (considerar la publicación en formatos digitales como ebook, epub, entre otros).**
- **Investigar y aplicar criterios de citación-indización.**



# Ejercicio

---

- **¿Qué tanto se interesan nuestros mercados en los recursos digitales?**
- **¿Cuál es nuestra estrategia de desarrollo digital?**
- **¿Qué están haciendo nuestros competidores o industria en cuanto a desarrollo digital?**



# Parte V



## Modelo integral de desarrollo de proyectos editoriales







# Modelo integral de desarrollo de proyectos editoriales

## ¿Qué es? ¿Cómo funciona?

- Es una estrategia para incrementar la difusión y los ingresos
- Su enfoque se basa en necesidades de mercado
- **Es integral** – Porque requiere coordinar colaboraciones con Ventas / Marketing / Editorial / Nuevas tecnologías
- **Modelo de desarrollo de productos** – Considerar que podemos mejorar la calidad del producto
- **Modelo de desarrollo del mercado** – Es un sistema para crear ventaja competitiva



# ¿Por qué implementar un modelo así?

---

- **Porque provee una estrategia de desarrollo de productos que define quiénes somos/Identidad institucional o de marca.**
- **Proporciona una base de capacitación/uniformidad.**
- **Minimización del riesgo para la empresa o institución**



# Modelo de 12 pasos

- |               |   |                |   |
|---------------|---|----------------|---|
| <b>Paso 1</b> | Revisar antecedentes e información actual del proyecto                            | <b>Paso 7</b>  | Orientar al autor con base en la retroalimentación del mercado                  |
| <b>Paso 2</b> | Obtener información acerca de la competencia                                      | <b>Paso 8</b>  | Seleccionar a un segundo panel de revisores con expertise en desarrollo digital |
| <b>Paso 3</b> | Hacer recomendaciones, sugerencias de mejora e innovaciones iniciales al proyecto | <b>Paso 9</b>  | Incorporar criterios de citación-indización en las publicaciones                |
| <b>Paso 4</b> | Poner en marcha el proyecto con el equipo asignado                                | <b>Paso 10</b> | Transferir el manuscrito a producción y administrar el proceso de producción    |
| <b>Paso 5</b> | Proporcionar orientación inicial al autor   | <b>Paso 11</b> | Coordinar el desarrollo de complementos del contenido                           |
| <b>Paso 6</b> | Seleccionar el panel de expertos y revisores para el proyecto                     | <b>Paso 12</b> | Monitorear el plan de marketing y promoción                                     |



# ¿Cómo implementar el modelo en nuestro plan editorial?

---

- Su aplicación requiere buen juicio
- Decisiones con base en Necesidades/  
Potencial/Capacidades
- Ponderar los proyectos según sus  
perfiles y alcances



# Networking editorial

## Estrategia digital



**C**omplementar

**C**onectar

**C**rear



# Ejemplo de estrategia digital

---

- **Conversión de lo impreso: mediante soluciones, como websites**
- **Expansión de nuestros mercados – mediante nuevos tipos de productos**
- **Enfoque directo al consumidor/estudiante – Distribución mediante iChapters y nuevos modelos de negocio**



# Parte VI

## Tendencias



# BOTH BOOKS AND JOURNALS SERVE SPECIFIC RESEARCHER NEEDS

## BOOK CONTENT

### Breadth Connecting Disciplines

- A catalyst for discovery in new area
- Gives broader view of a topic
- More sustained arguments, differing opinions, nuance and complexity
- Offers expert opinion on most relevant topics
- Links to related (and often unexpected) fields, methods and materials

## ARTICLE CONTENT

### Depth in Growing Disciplines

- Specialized knowledge
- Narrow focus
- Extreme depth
- Latest research / new results
- Applying techniques

NEW DIRECTIONS FOR DISCOVERY

Esquema híbrido



# PILLARS OF RESEARCH

Invaluable and inseparable,  
books and journals make great research possible

Journals and books are both essential to research, each complementing and magnifying the benefits of the other.

Using the many cross-links embedded in publications on ScienceDirect, researchers can move seamlessly between books and journals, across topics and disciplines. Whether for a broad subject overview or a narrower in-depth analysis, books and journals on ScienceDirect work together to impart knowledge, nurture insight, and illuminate new paths for discovery.



## 6,307

The median number of books used together with journals on ScienceDirect every day.



## 3+ million

The total number of books and journals accessed during the same session in 2015 on ScienceDirect.





Reducir (Ctrl+1)

## WHERE ELSEVIER LINKS TAKE YOU

3,007

Each year, an average of 3,007 ScienceDirect journals are accessed from a single book in typical co-usage sessions.



5

the number of different books and journals accessed in an average co-usage session. Books and journals were co-used over four million times in 2015.



24

Mathematics is the most interdisciplinary subject, co-used with 24 different subject areas.



568,016

The subject area with the most co-usage with journals in the same subject is Agricultural, Biology and Food Sciences — 568,016 annual co-usage sessions.





---

# Gracias

## Javier Reyes

javier.reyes@cengage.com

