



Mida su progreso

Por David Mehliis; traducción por Esther Alcántara

David Mehliis fue presidente de David C. Cook desde 1989 hasta 2005. Continuó involucrado con Cook International hasta que se jubiló en junio 2006. Este artículo fue publicado en InterLit en Diciembre de 2004.

La mayor parte de los últimos 500 años, las publicaciones involucraban cuatro tareas principales: escribir, editar, imprimir y distribuir.

Con la llegada de la era moderna, repentinamente el sector editorial ha tenido acceso a muchos más escritores. Así que, hace 100 años, los paradigmas de los editores cambiaron a tres funciones principales: editar, imprimir y distribuir. Debido al avance a un paso extraordinario de la tecnología de impresión, muchos editores descubrieron que sus equipos de impresión se habían vuelto obsoletos, de manera que compraron los servicios de impresión a una fuente externa a mayor costo y efectividad. Su paradigma cambió. Los editores ahora se centran en dos tareas principales: editar y distribuir.

Para administrar bien los recursos que Dios nos ha dado, debemos usarlos de maneras que le den el mejor servicio a nuestros clientes.

Los paradigmas cambian con el progreso. Los avances tecnológicos en las publicaciones electrónicas y en la calidad de los libros de impresión bajo demanda (también denominada impresión digital o por pedido) tienen un impacto significativo

en el sector editorial en los Estados Unidos. En 1999, fueron publicados 125.000 títulos. La revista *Publishers Weekly* reportó que en el año 2003 esta cantidad aumentó hasta alcanzar el récord de 178.000 nuevos libros para un incremento del 42 por ciento. Sin embargo, el nivel de unidades vendidas permaneció igual en la industria. Ahora, el número promedio de unidades vendidas por título es menor que 3.000, pero la competencia entre los títulos es mucho más grande que antes y más enfocada en el objetivo. ¿Qué impacto han tenido estos cambios en nuestra lista de publicaciones? *Los paradigmas en las publicaciones cambian, pero “Jesucristo es el mismo ayer, hoy y siempre.” Hebreos 13:8*

Considere los cambios que han ocurrido en los canales de distribución. Cuando comencé mi carrera editorial, visité una tienda cuyo dueño era el presidente la asociación de libreros cristianos, entonces denominada Christian Booksellers Association (ahora sólo se llama CBA). Su tienda cerró sus puertas el año pasado. Ciertamente, montones de librerías cristianas en los Estados Unidos han cerrado o quebrado en estos últimos años. Tanto editores como vendedores cristianos hemos tenido que hallar maneras de colaborar más eficazmente para ajustarnos a los cambios en nuestro mercado. Al mismo tiempo, los productos cristianos se venden ahora en

librerías, supermercados y en la Web, un canal que no existía hasta hace poco.

Avances tecnológicos

Vivimos en un mundo de paradigmas cambiantes, pero uno de los paradigmas que no cambia para los editores cristianos es este: Nuestros libros deben acercar a nuestros lectores hacia Jesús. Así que, mientras consideramos las miríadas de avances tecnológicos que están impactando las publicaciones en nuestros países en el día de hoy, ¿cómo deberíamos proceder? Primero, recordemos que lo que importa es la economía de Dios. Como editores cristianos, no sólo tomamos en cuenta las unidades vendidas y las ganancias netas, sino también las vidas cambiadas. ¿Cómo queremos ser juzgados? ¿Por los estándares del mundo? O, ¿por Dios? Por lo tanto, ante cualquier cambio de paradigma que enfrentemos en nuestra industria, la pregunta estratégica que debemos hacernos es: ¿Cómo podemos maximizar nuestras oportunidades para engrandecer el Reino de Dios?

Segundo, nuestros éxitos pasados no garantizan nuestro éxito futuro. El sector

editorial no es diferente de otros sectores. Nosotros también experimentamos cambios. Y los que tienen éxito en nuestro sector son los que se ajustan a esos cambios antes de sus competidores.

Tercero, los cambios en los paradigmas no son precisos y ordenados. Considera a Rumanía. Su sistema telefónico era ineficiente y lento. Las áreas rurales del país tenían un servicio muy deficiente. Pero, cuando la Cortina de Hierro cayó y el sistema telefónico del país fue mejorado, fueron capaces de ir más allá del anticuado sistema por tierra que aún está en uso en los Estados Unidos.

Mire más allá de los métodos comunes y corrientes y piense creativamente acerca de cómo su editorial puede usar la nueva tecnología para servir mejor a sus clientes. Piense en cómo puede cruzar la brecha entre los viejos métodos de edición y los métodos futuros. Entonces, dé el primer paso.

© 2008 [David C. Cook Global Mission](#). First printed in *Cook Partners*, March, 2008.

ChristianTrade Association International

PO Box 62187 • Colorado Springs, CO 80962-2187 USA

TEL +1 719 432 8428 • FAX +1 719 325 7001 • info@ChristianTrade.com • www.ChristianTrade.com