



## Reacciones del traductor

por Eduardo Nieto hijo

*Eduardo Nieto hijo es publicista con especialización en gerencia de diseño. Ha trabajado para la [Sociedad Bíblica Colombiana](#) como diseñador y para [CLC Colombia](#) como asistente editorial. En la actualidad es gerente general de Libros Edén.*

Sobre el artículo “Tendencias en el mercado editorial de habla hispana”, no puedo evitar dar mis propios puntos de vista.

Como crecí entre libros debido a la vinculación de mis padres con el medio de la literatura cristiana por más de veinte años, me atrevo a decir que el mercado y yo crecimos juntos.

A medida que he ido observando su desarrollo veo que sus alcances son muy amplios, más allá de los que podemos inicialmente imaginar, pero así como tiene grandes oportunidades de crecimiento y expansión, también tiene factores internos y externos que pueden afectar de manera negativa su “venturoso futuro”.

Laboralmente he estado vinculado directamente con el medio de la literatura cristiana en español por más de siete años, y he observado su rutina desde varios puntos de vista como: Diseñador, traductor, editorial, gerente, cliente, proveedor y librero entre otros.

Todos estos matices me han ofrecido diferentes fracciones de un cuadro bastante amplio y complejo que al unirlos lo que observo resulta interesante. Gran parte de lo que concluyo lo he visto reflejado en tu artículo.

Es muy interesante tener conocimiento de factores estadísticos tan dicientes respecto a la actualidad del mercado, es importante y

pertinente el tema abordado ya que toca aspectos que a largo plazo estarán afectando el desarrollo del mercado, pero que a corto y mediano plazo no se ven claramente. Resalto la labor investigativa y la información estadística ofrecida.

### *Impacto de los Estados Unidos*

Es preocupante ver lo dependiente que es este mercado de su presencia en Estados Unidos y por ende, de su economía.

Siempre me ha parecido irónico que hayan sido americanos y no latinos los que más desarrollo y crecimiento le hayan dado a este mercado.

La mayoría de la literatura que existe en este segmento es publicada por editoriales americanas. Además, la gran mayoría de títulos disponibles en español son traducciones.

¿Alguna vez hemos tenido un *bestseller* que haya sido escrito originalmente en español?

Me atrevo a decir que una gran mayoría de hispanos que están en Estados Unidos, y que nutren a tan alta escala el mercado, en cierto grado han cambiado su cosmovisión acoplándola a la cultura americana.

Esto desarrolla ciertas tendencias en el mercado local de Estados Unidos que no necesariamente son las mismas y las más

adecuadas para el mercado de América Latina, España, y el resto del mundo.

Estamos siendo afectados drásticamente por la “cosmovisión americana”. Mucha literatura está desarrollada y dirigida para un grupo objetivo que no es latino, y que a la larga termina traduciéndose y comercializándose, pero finalmente no es pertinente o tiene un bajo impacto en el mercado.

### *Atrasos en la tecnología*

Los avances tecnológicos han cambiado por completo nuestro mercado, pero hasta cierto punto el atraso de los países latinoamericanos los ha hecho estar rezagados frente a los cambios. La tecnología y los medios electrónicos son clave para el futuro del mercado.

Considero que la cosmovisión latina tiende a ser limitada y tiene una proyección de muy corto plazo. Esto impide una buena planeación y el buen desarrollo de las empresas vinculadas con el medio. Si por lo menos un porcentaje significativo de estas empresas tuvieran una cosmovisión más futurista, seguramente la realidad del mercado sería otra.

¿Qué uso le estamos dando a las nuevas tecnologías? ¿Las vemos como elementos favorables y útiles para nuestro desarrollo? ¿Realmente estamos explotando el sinnúmero de posibilidades abiertas para la expansión del mercado haciendo uso de las mismas?

Como la implementación de nuevas tecnologías en los procesos, tanto internos como externos del mercado no siempre muestra resultados inmediatos, se desecha como innecesaria. Cuando el uso de la misma llegue a hacerse necesario, la implementación va a ser más complicada y costosa.

Estos son aspectos que los latinos no tenemos presente.

### *Efectos de la globalización*

¿Cómo nos vemos dentro de un mundo que cada vez es “más pequeño”? ¿Cuál puede ser nuestro aporte?

En América Latina nos hacen falta medios logísticos de gran cobertura tanto local en cada país como a nivel internacional. Generalmente no hay medios para hacer envíos rápidos y directos entre países. Muchas veces los envíos van primero a Miami en vez de ir directamente al país de destino. Esto dice mucho del bajo desarrollo logístico de la región y de la dependencia de Estados Unidos.

En Libros Edén tenemos una [página web](#) que funciona como librería virtual, algo curioso ha sido que en promedio, una vez por semana recibimos un pedido desde países extranjeros. Nos han llegado solicitudes desde Australia, Chile, España, Ecuador, Venezuela, Brasil.

Eso me hace pensar que no hay muchos recursos como este disponibles localmente en cada país y mucho menos con capacidad de satisfacer las necesidades de un mercado.

Tristemente, por costos, sistemas de pago y logística, muchas veces estos pedidos no se han podido despachar. Es más costoso y en ocasiones más complicado enviar un libro a Chile o Brasil desde Colombia que enviar una caja a Estados Unidos.

### *Segmentación del mercado*

¿Se ve el mercado en términos globales y generales o por segmentos, según los diferentes subgrupos y públicos que lo componen?

No veo un proceso de desarrollo de producto. Veo en las editoriales un afán por tener más títulos nuevos, pero pocas veces están siendo sensibles a las necesidades puntuales de un mercado tanto regional (Latinoamérica), como local (cada país).

Si cada editorial se preocupara por tener material enfocado a necesidades puntuales que están presentes dentro de su mercado

objetivo, se podría tener una mejor perspectiva y proyección de crecimiento.

Debemos desarrollar productos enfocados en esas generaciones que están creciendo y cuya cosmovisión, gustos, nivel cultural y conocimiento es diferente al nuestro.

¿Estamos pensando en qué tipo de mercado debemos desarrollar para que llene sus expectativas?

Para terminar: ¿qué buscamos mantener vivo? ¿el mercado, las ventas o el evangelio?

Muchos identificamos nuestra labor como ministerio, pero ¿estamos cumpliendo con la tarea encomendada?

Me queda difícil no extenderme en este tema que me apasiona tanto. Que Dios los bendiga.

*[Libros Edén](#) es una empresa dedicada a la distribución y publicación de literatura cristiana en Colombia*

© 2007 [David C. Cook Global Mission](#). First printed in *Cook Partners*, December, 2007.

**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](mailto:info@ChristianTrade.com) • [www.ChristianTrade.com](http://www.ChristianTrade.com)