

4.1 –Los 2 Métodos de Publicación

Cuáles son las distintas formas para publicar mi Obra

Comencemos viendo las formas que tiene un autor de ver impresa su obra.

- Publicación **Gestionada y Financiada por la editorial**
- Publicación **Gestionada y Financiada por el autor**

La publicación Gestionada y Financiada por la editorial

Esta es la forma clásica de edición que tuvo un protagonismo casi absoluto hasta el siglo pasado, la idea básicamente es que las grandes editoriales seleccionen las obras que les parezcan más interesantes e inviertan en su impresión, distribución y promoción esperando reembolsar la inversión inicial con las ventas.

Por lo general, las editoriales firman un contrato con los autores de las obras que seleccionan, en donde a los autores les pagan el 10% (aproximadamente) de la recaudación de la editorial por la venta de sus libros, una vez que la editorial cobra esos libros vendidos, claro está. En algunos casos, más que nada con autores conocidos, los autores logran que las editoriales les den un adelanto fijo en concepto de futuras ventas.

Este tipo de edición tiene como característica distintiva que el autor solo se dedica a escribir y todo el resto lo hace el editor, de hecho el autor ni siquiera debe invertir un solo peso para la impresión de su libro.

Eso de que el autor solo participa en escribir la obra es literal, de hecho como el riesgo de la inversión corre por cuenta del editor, muchas veces surgen discusiones porque los editores son quienes eligen el nombre de la obra, el diseño de tapa, etc, siempre buscarán maximizar la venta sin importar si el autor prefiere uno u otro título o algún diseño de tapa, todo lo decide el editor.

Otra característica distintiva es que en la mayoría de las veces en realidad la editorial contrata al autor antes de que este escriba la obra, es decir, basados en el conocimiento de los autores, y basados en estudios de mercado que les permiten saber a las editoriales qué tipo de obra puede tener mayor o menor venta, entonces, con estos datos, los editores contratan a los autores para que escriban "obras a pedido", suena raro en literatura, y cada editor tiene sus matices para encarar estos temas, pero en

definitiva, es el mercado el que decide, es decir que si una temporada los editores ven que en general se está vendiendo mucho "ficción" entonces tendrán presupuestos para firmar contratos con autores que estén escribiendo o estén por escribir algo de ficción. En cambio, si ven que está teniendo más éxito el género "autoayuda" o "cocina" irán en busca de autores que escriban sobre esta temática y por más que aparezca un excelente escritor ofreciendo algo que no tienen planeado editar, generalmente lo descartarán sin siquiera leerlo.

Una de las realidades más crudas respecto a este tipo de método es que, dada la explosión de nuevas temáticas y autores, la posibilidad de financiamiento de obras literarias por parte de las grandes editoras está absolutamente desbordada, es decir, de cada 100 títulos, o propuestas de libros, que llegan a las editoriales, sólo tienen capacidad para financiar 1.

Esto hizo que los autores que quieren que una editorial financie su obra, en general se cansan de enviar sus originales durante años, varias veces a más de 50 editoriales y no consiguen que se publique su obra.

Esa es la realidad más común por lo que, si sos uno de esos autores que ya hace años que envió sus manuscritos a cientos de editoriales y nunca consiguieron que les publiquen su obra, no te preocupes que no es porque no les haya gustado, ni siquiera se podría decir que la hayan leído y evaluado, simplemente es porque las editoriales no tienen la capacidad financiera de solventar la inmensa cantidad de propuestas que les llegan diariamente.

Tienen suerte de ser publicados de este modo unos pocos, más que nada escritores con mucho talento que hayan ganado concursos, o escritores famosos por otras cuestiones o con presencia en los medios.

Esta realidad que se fue haciendo cada vez más notoria en las últimas décadas del siglo pasado, hizo que vayan surgiendo otro tipo de propuestas para cubrir todo el resto de necesidades que quedaban afuera de las posibilidades financieras de las grandes editoriales. Y las veremos a continuación.

Publicación Gestionada y Financiada por Editorial

Ventajas

- **COSTO 0.** La principal ventaja de este método es que el autor no debe invertir un solo peso al inicio.
- **NADA de Preocupaciones.** Otra ventaja muy importante es que el autor tampoco debe preocuparse ni de la tapa ni del diseño ni de las correcciones, ni de la distribución, de todo se encarga la editorial.

Desventajas

- **TIEMPO INDEFINIDO.** La principal desventaja es que en la mayoría de los casos, los autores nunca consiguen que las editoriales elijan su obra, no porque no valga la pena, sino porque las grandes editoriales tienen capitales limitados para invertir.
- **PODER DE DECISION.** Otra desventaja es que como el capital lo invierte la editorial, es la editorial quien decidirá el arte de tapa, el nombre de la obra, y todo lo que considere que le ayude a vender más libros, independientemente de si al autor le gusta o no la idea.
- **MUY POCA GANANCIA.** Por último no hay que olvidarse que si bien no hay que invertir al principio, como es de esperar, si el libro es un éxito rotundo, el autor apenas cobra el 10% de lo que cobra la editorial por cada libro (que suele rondar la mitad del precio de tapa) o sea que si el libro se vende en la librería a \$100, el autor cobra solo \$5 por libro vendido.
- **Otros Derechos Futuros.** Si la obra luego fuera llevada al teatro, cine, TV, radio, multimedia, etc, la editorial es dueña de los derechos de explotación, por lo cual el autor no cobra nada por estas ganancias extras a futuro.

Lógicamente que habrá editores y editores, como también habrá autores y autores. Es decir que lo que citamos aquí son las situaciones más frecuentes y promedio, pero por ejemplo puede haber editores que le den mejores márgenes a los autores o que les den más poder de decisión y habrá autores que consiguen que las grandes editoriales les publiquen sus obras en poco tiempo (Y no necesariamente porque sus obras sean geniales, sino porque al editor le pareció vendible) En fin, igualmente cada uno hará su experiencia y supongo que nadie tomará esta guía como verdad absoluta.

Publicación Gestionada y Financiada por el autor

Como el problema para conseguir que una obra sea publicada es un problema de financiamiento, es lógico que la solución sea que el autor financie el proceso.

Es así que surge esta modalidad de **Autoedición** que en principio es la financiación del proceso por parte del autor.

Esto comienza cuando el autor (una vez finalizado el proceso creativo, cuando la obra está ya escrita) envía a una imprenta a imprimir su obra y termina cuando encuentra la forma de comercializarla.

En principio el autor solo debe invertir el costo de impresión y tiene trato directo con la imprenta. Lógicamente el autor debe hacerse cargo de las cuestiones de diseño pero la verdad es que son muy sencillas y más hoy en día, con la ayuda que proporciona internet.

La principal característica de este método es su bajo costo, ya que lo único que debe pagar el autor es la impresión de la obra. Y en general al ser las tiradas mínimas muy bajas, los montos de inversión son realmente muy bajos para el autor y tiene una manera muy rápida de lograr publicar su obra por un costo muy bajo.

Este método es muy utilizado no solo por particulares que quieren ver publicada su obra, sino también por Instituciones, Universidades, Asociaciones, Clubes, Organizaciones, Empresas, y particulares, que tienen todo listo para imprimir y solo contratan a la imprenta directamente para imprimir los libros.

Asimismo es muy utilizado, no solo por los autores independientes que quieren publicar su primera obra, sino también por aquellos autores que ya han tenido una experiencia de edición de sus obras y siguen en este tipo de método por su cuenta, porque le encontraron la vuelta y les genera ganancias muchísimo mayores que si editaran con una editorial clásica.

Hay que decir que una de las grandes diferencias entre este tipo de publicación y el método en que las editoriales financian todo, es que aquí el autor se queda con el 100% de las ventas (contra el 10% del otro método), y como contrapartida, en este caso el costo de distribución a las librerías corre por cuenta del autor, quien debe encargarse de distribuir los libros en las librerías que le den mejores resultados de ventas.

Muchas veces pasa que el autor está dispuesto a financiar todo el proceso porque tiene el dinero para ello, pero no quiere encargarse de mucho más que de escribir el libro. Para ello surgieron editoriales independientes, también llamadas editoriales de autor, o editoriales de auto-publicación que ofrecen a los autores algunos servicios extras aparte de imprimir los libros (por una suma que es a veces el doble o el triple de lo que cobra la imprenta)

Los servicios que suelen incluir a veces las editoriales de autor son:

- Trámite del ISBN (también lo puede hacer el autor online)
- Diseño básico de tapa
- Prueba de galera (1 ejemplar de muestra antes de la tirada final)
- Publicidad en su sitio web
- Anuncio en el segmento cultural de algún periódico
- Espacio en la feria del libro para firmar ejemplares
- Algunos señaladores personalizados sin cargo

Luego si el autor quisiera un corrector profesional, o algún servicio de distribución se cotizan por lo general aparte y por lo general no se justifican para la gran mayoría de los casos.

Si el autor tiene muy claro que estas editoriales son simplemente intermediarias entre él y la imprenta, y que los servicios que le ofrecen son simplemente lo que son, entonces son una opción muy válida para muchos escritores que recién comienzan, pero no podemos dejar de decir lo siguiente:

1. Estas editoriales no invierten en difundir al autor ni a su obra puntualmente.
2. Estas editoriales NO se encargan de hacer una buena distribución a librerías (salvo alguna librería amiga o cercana)
3. La difusión de los sitios web de estas editoriales mas el espacio en la feria del libro no genera ventas de más de un puñado de ejemplares con suerte.

Enfatizamos en decir que estas editoriales que ofrecen este tipo de publicación no tienen una gran estructura publicitaria, de hecho, si la tuvieran, el costo de una estructura para promocionar a muchísimos autores absolutamente desconocidos, sería muy cara y elevaría los costos de la financiación de la obras a valores inaccesibles por autores independientes.

Por lo general sus estructuras publicitarias se basan en la exposición del libro en un sitio web, emails a sus suscriptores, algún local propio en el que tengan una aceptable exposición de las obras, alguna línea en un periódico por única vez en el lanzamiento, y no mucho más. Con lo cual no alcanza para casi nada tratándose de un autor desconocido. Aunque algo es algo, y al menos la obra adquiere alguna visibilidad, pero lo cierto es que **las ventas dependerán exclusivamente del esfuerzo y autopromoción que se haga el propio autor.**

Publicación Gestionada y Financiada por el autor

Ventajas

- **Publicación Garantizada.** La principal ventaja es que el autor que quiere publicar en lo inmediato su obra y no consigue que las grandes editoriales lo financien, puede hacer realidad su sueño solo con tomar la decisión.
- **100% de las utilidades y derechos para el autor.** Si bien el autor se debe encargar de promocionarse y difundirse solo. El 100% de las ventas son para él. Además el 100% de los derechos futuros, ya que no tiene que firmar contrato de edición con nadie y no cede ningún derecho futuro a nadie.
- **Inversión y Tiradas mínimas.** Si bien el autor debe invertir en el riesgo de la publicación de su obra, las tiradas son realmente mínimas, hablamos desde 50 ejemplares en algunos casos, y por ende lo que se debe invertir es accesible a cualquier bolsillo, más que nada si se contrata directamente a una imprenta y no se contrata a una editorial de autor que haga de intermediaria.

Desventajas

- **INVERSION.** Este método conlleva una inversión inicial inevitable, si bien es un valor accesible (sobre todo cuando se contrata directamente a una imprenta).
- **DIFUSION.** Este método no ofrece casi difusión. La exposición en las páginas web de los editores o imprentas no generan casi ventas por sí mismas; Las menciones en periódicos o segmentos culturales no aporta tampoco un impacto en ventas; Un espacio en la feria del libro puede ayudar a difundir pero muy poco probablemente se vendan más de un par de ejemplares de cada autor. Por lo tanto el autor debe promocionarse solo en su entorno y redes sociales, los medios de comunicación y/o recorrer las librerías o puntos de venta por su cuenta para vender su obra.
- **Más trabajo para el autor.** La principal desventaja de este método es que el autor debe lidiar con muchas cosas, del diseño, de las correcciones, de la distribución, en fin, mucho más trabajo.

4.2 – Cuadro Resumen

Item	Financiamiento por la Editorial	Financiamiento por el autor	
		Con Editorial de Auto-Publicación	Trato Directo Autor-Imprenta
Costo al autor x100 Libros	Ninguno	Desde \$ 9.000 (U\$S 1.000 aprox.)	Desde \$ 1.800 (U\$S 200 aprox.)
Ganancia Autor	10%	El 100%	
Difusión	Media	Baja	
Tirada Mínima	2,000 ejemplares	100 Ejemplares	50 Ejemplares
Probabilidad de Publicación	Muy baja (Menos del 1%)	100%	
Tiempo para ver el libro impreso.	Indefinido	2 meses	15 Días
Corrección Profesional	SI	No	
Diseño de Tapa	SI	Básico	NO
Registro de ISBN	SI	SI	NO
Distribución	SI	NO	
Participación del autor en las decisiones	La editorial decide arte de tapa, formatos, papeles, tiempos, etc.	Deciden en conjunto autor y editorial.	Decide todo el autor

Este es solo un resumen de las variables más relevantes, no se puede decir que un método es el mejor o el que sirve y el otro no, ya que en realidad cada uno cubre diferentes aspectos y necesidades y para determinadas obras y autores será mejor uno u otro método. Hay autores, incluso, que para diferentes obras y etapas de su vida van eligiendo uno u otro método.

Tipos de Obra TÍPICOS de cada método de publicación

En Obras Literarias (Novelas, Cuentos, Poesía)

Financiada por la Editorial	Financiadas por Autor (con Editorial de Autor)	Financiadas por Autor (Directo con imprenta)
<ul style="list-style-type: none"> • Obras de autores conocidos, consagrados • Obras de autores con mucho talento que hayan ganado varios concursos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autores desconocidos que no tienen tiempo o ganas para el diseño y trámites pero tienen un alto poder adquisitivo y pueden pagar un mayor precio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autores desconocidos que prefieren hacer los trámites y el diseño y ahorrarse mucho dinero extra para promocionar el libro o simplemente para abaratar el costo.

En Obras Comerciales (Turismo, cocina, regalos, oficios, deportes, arte, negocios, sociales, instituciones, etc.)

Financiada por la Editorial	Financiadas por Autor (con Editorial de Autor)	Financiadas por Autor (Directo con imprenta)
<ul style="list-style-type: none"> • Obras de autores muy conocidos y famosos por su actividad (Actores, periodistas, deportistas, políticos) que por su exposición pública o en los medios tienen una venta mínima asegurada de 2.000 ejemplares. <p>Por ejemplo un libro que cuente las vivencias y recuerdos de un actor muy famoso de su pueblo natal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obras muy interesantes pero muy poco masivas que cuentan con un presupuesto alto para publicarse y sin nadie que le ponga mucha energía al proyecto. <p>Por ejemplo un libro turístico de una ciudad financiado por su municipio o por los comerciantes principales del centro comercial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obras muy interesantes pero muy poco masivas y que cuentan con un presupuesto bajo pero que tiene gente dispuesta a colaborar mucho con el proyecto. <p>Por ejemplo un libro que cuenta la historia de un pueblo que está hecho "a pulmón" por sus habitantes más antiguos.</p>

Se puede ver que en los tres ejemplos se trata en principio de algo similar, que puede ser un libro con fotos y anécdotas de un pueblo, pero que por las circunstancias de su concepción son más típicos para un método que para otro. Con lo cual esto reafirma que no hay en sí un método mejor que otro, sino que conviven en el mismo sistema y cada uno ofrece sus ventajas que serán mejor explotadas según cada caso puntual.

4.3 – Mitos y verdades de la edición

Como en muchos otros temas, en los diferentes métodos de publicación de libros que hay, se fueron generando muchos “mitos”, y muchas “discusiones eternas”, vemos alguno de ellos.

¿Las Grandes Obras a la larga se venden mucho?

Algunos editores afirmarían que las “buenas obras” terminan siendo siempre un éxito de ventas, sin embargo, no siempre pasa esto.

En primer lugar una gran obra que no se promociona bien, difícilmente venda mucho en el mundo hipercompetitivo de hoy donde hay una sobreoferta inmensa de libros.

En segundo lugar, si el autor no logra hacerse conocido, por más promoción que tenga la obra, también es difícil lograr un éxito de ventas, por más que la obra sea indiscutiblemente una genialidad.

En tercer lugar, por más que se trate de un autor excepcional y una obra bien promocionada, tampoco está garantizado el éxito, por citar un caso: “Borges Oral” (Libro en su homenaje que transcribe cinco charlas magistrales del Maestro Jorge Luis Borges) que no solo cuesta mucho conseguir, sino que nunca se imprimió mayor cantidad. Aunque partiendo de la base de ser reflexiones de Borges, ya solo con el nombre del autor debería venderse terriblemente, ni que hablar por la genialidad de la obra en sí, sin embargo este es un caso de un libro genial de uno de los más grandes escritores del país, si no el mejor de todos, que apenas es recordado y apenas fue vendido (acabo de notar que no figura ni siquiera en su bibliografía en la Wikipedia)

¿Si un libro se vende mucho, es una gran obra?

Obviamente que cada uno tendrá sus contraejemplos y no quiero ser antipático mencionando los míos, claro está que la respuesta es “no”.

La explicación de que un libro se venda mucho, es que resulta atractivo para muchas personas. Y la verdad que esto puede pasar por muchas cuestiones que poco tienen que ver con la calidad de la obra, de hecho un libro puede transformarse en éxito de ventas antes de salir al mercado, es decir antes de ser leído (y esto sucedió muchísimas veces).

¿Las grandes editoriales promocionan mucho todo lo que editan?

Definitivamente NO. Muchos creen que una gran ventaja de editar con una gran editorial es que promocionan tu obra muchísimo.

Nada más alejado de la realidad, claro que hay obras muy promocionadas por las grandes editoriales, por ejemplo, cuántos de nosotros hemos tropezado con esas pilas gigantes de libros de "Dan Brown" que armaban con cada nuevo libro las librerías por todos lados. Lo cierto es que lo hacían porque apostaban a vender en proporción a ese despliegue y de hecho lo lograron. Pero lo cierto es que hacen ese tipo de cosas con un puñado de los muchos libros que editan y lo hacen cuando de por medio hay contratos millonarios.

Para la gran mayoría de los casos, no hacen más promoción que la que puede hacerse propiamente el autor.

¿Los libros que no son elegidos por grandes editoriales es porque son malos o poco vendibles?

Totalmente falso. De hecho hay muchísimos ejemplos de libros que fueron rechazados infinidad de veces por las grandes editoriales, y más allá del gusto de cada uno, fueron éxitos rotundos de ventas transformándose en los best sellers mundiales más resonantes del siglo, por ejemplo:

- J.K. Rowling fue rechazada por 12 editoriales por su primera saga de Harry Potter (saga que lleva vendidos más de 500 millones de copias)
- Paulo Coelho con su primer éxito "el alquimista" fue rechazado al comienzo por casi todos los grandes editores brasileños, sin embargo hoy vendió en total más de 150 millones de libros.
- Isaac Asimov sufrió el rechazo de muchas de sus historias hasta lograr ser publicado, de hecho muchas de esas primeras historias se terminaron perdiendo porque Asimov creyó que eran malas por ser rechazadas.
- Agatha Christie luchó 4 años para que editaran su primera novela

- Stephen King, sufrió el rechazo de casi todas las grandes editoras de sus dos primeras novelas que luego consiguió editar y vender millones de copias de cada una.

Y sigue la lista con grandes obras de la literatura rechazadas

- “La rebelión en la Granja” de George Orwell fue rechazada por razones tan inverosímiles como contradictorias, por ejemplo lo invendible de historias de animales, o por demasiado Trotskista o por demasiado crítico de la URSS.
- El “Ulises” de Joyce (novela basada en Homero) fue rechazado por decenas de editores por ser considerado “obsceno y oscuro”. Hoy es considerada una de las más grandes novelas en lengua inglesa.
- “El señor de las moscas” (Premio nobel de literatura 1983) de Goldwin fue rechazado por 20 editores

Y la lista se haría interminable, solo quise poner algún ejemplo muy resonante o alguno muy injusto.

¿Los libros que son editados por editoriales independientes tienen menos éxito o menos probabilidades de éxito?

En primer lugar habría que ver a que se denomina “éxito” por ejemplo si analizamos un caso “A”, típico de un libro editado por una editorial clásica que vende 6.000 ejemplares (de 10.000 impresos) en 2 años invirtiendo miles de pesos en promoción y distribución, y lo comparamos con el caso “B” que sería el mismo título editado independientemente sin realizar mayor gasto en promoción si se vendieran por este método los 200 ejemplares impresos en un mes agotando la edición, es casi seguro que es más exitoso el caso “B” aunque tenga menor cantidad de ejemplares vendidos. Veamos algunos motivos, por mencionar alguno:

- a) Si en un mes se vendieron 200 ejemplares sin promoción, luego seguramente se venderán más.
- b) Si no se invirtió nada en promocionarlo, seguramente dará mejor rentabilidad aun vendiendo mucho menor cantidad.
- c) Al hacer pequeñas tiradas, no hay sobrantes de libros, y nos permite hacer reediciones corrigiendo errores o mejorando el libro.

¿Editando en forma independiente es posible llegar a todas las librerías del país?

Totalmente posible, obviamente es un trabajo de hormiga, pero simplemente pensar que hay no más de 600 librerías, con lo cual llamando y coordinando con 10 por día en unos meses está todo distribuido en todo el país. Obviamente es un trabajo de locos y hay que ver si vale la pena semejante esfuerzo, pero es absolutamente viable.

¿La calidad de una edición tradicional es superior a la de una independiente?

No necesariamente. Es cierto que las grandes editoriales invierten bastante dinero en sus estructuras de personal y luego en sus ediciones, por lo cual es lógico que tendrán ciertos cuidados que a un autor independiente pueden no preocuparle, como por ejemplo contratar un corrector. Pero no siempre pasa, muchas veces hay editoriales que en el apuro de sacar títulos en fechas, saltean el paso de la corrección, también hay infinidad de casos de independientes que hacen pasar su obra por varios correctores amigos, con lo cual muchas veces estas cosas dependen más de la voluntad y esfuerzo que se ponga en el caso concreto, que en el tipo de método utilizado en la publicación.

¿Las grandes editoriales hacen mucha publicidad a sus autores?

Para nada. Hacen publicidad de lo que estiman les generará mayores ingresos como para justificar ese gasto. Por ejemplo, si una editorial consigue editar en castellano una trilogía de ficción que fue un rotundo éxito en Europa, probablemente espere recuperar unos cuantos millones de pesos rápidamente por lo cual seguramente no dude en hacerle mucha publicidad al lanzamiento. Pero si la misma editorial decide apostar a un nuevo escritor que es una promesa pero es desconocido, probablemente no espere recuperar mucho dinero rápidamente con este autor, por lo cual el presupuesto para publicitarlo será bajo. Y para los que en este momento están pensando algo así como "Pero debería ser justamente al revés, deberían publicitar mas a los desconocidos para hacerlos conocer, los otros ya son conocidos sin publicidad"... bueno, para ellos, les decimos que lamentablemente el negocio funciona de otra forma, la ley principal es el rápido retorno de la inversión.

¿Es importante que la editorial esté en la feria del libro?

Es muy poco relevante en términos concretos de venta. Veamos, (antes que nada aclaramos que redondeamos las cifras para simplificar) es cierto que a la feria del libro de Buenos Aires asisten en general poco más de 1.000.000 de personas, y que en promedio compran cerca de 2 libros por persona, por lo que en la feria se venden nada menos que 2.000.000 de libros!! Pero también es cierto que cerca del 60% de las personas que van a la feria compran libros de autores que conocían previamente y del resto el 60% compran libros recomendados o que conocían el título o temática. Por lo que hay cerca de 480.000 libros que se venden cuyo título y autor era desconocido previamente por los compradores, pero un poco más del 70% de esos 480.000 son libros de grandes lanzamientos por lo que quedan unos 144.000 libros de autores desconocidos, lo cual en este punto puede hacernos suponer que incluso con un bajo porcentaje de esos libros sería para nosotros un súper éxito, pero siendo fríos con los números debemos estudiar que en este segmento hay un piso de 25.000 novedades anuales, es decir, que si esos 144.000 libros se distribuyen en ventas de novedades de los últimos 3 años, da un promedio de apenas 1,92 libros vendidos por título de autores desconocidos. Es cierto que muchas de esas 25.000 novedades anuales no están en la feria del libro, no hay estadísticas al respecto pero incluso suponiendo que sea más de la mitad, bajo ningún concepto el promedio de libros vendidos de autores desconocidos va a superar los 4 o 5 ejemplares por título. Por lo cual, en estos casos, es una excelente cifra vender unos 10 ejemplares, sería el doble del promedio.

¿Es importante que mis libros estén en muchas librerías?

Analicemos primero esto. Hay en Argentina solamente, 30.000 novedades anuales, y uno encuentra en las librerías libros actuales, del año anterior, de hace algunos años y hasta de hace 10 años fácilmente. Pero supongamos que en la librería se consiguen ediciones de los últimos 5 años, esto supondría que cada librería tendría que tener en exposición cerca de 150.000 títulos diferentes. Haciendo una estimación con librerías de las grandes, no superan los 10.000 títulos, es decir que sólo están allí menos del 7% de los títulos editados los últimos 5 años. Conclusión, si las librerías no venden un título lo devuelven (lo guardan en el depósito, o ni lo traen) porque necesitan el espacio, por lo tanto es mucho más productivo concentrarse en promocionar y seguir de cerca la venta en pocas librerías que estar en muchas esperando que por esto venga el éxito.