

Obras Financiadas por el autor

6.1 – Tipos de obra para autoedición

La función principal de este método es publicar, promocionar, y vender obras no muy masivas, o bien libros de nicho.

¿Qué es una obra no masiva?

Cabe aclarar antes que nada, que se define como masivo, a obras que venden más de 2.000 ejemplares en su primera impresión, en función de promedios, estadísticas y parámetros de varias cámaras del libro de diferentes países del mundo. Por lo que, los métodos de obras financiadas por los autores, atienden específicamente a las obras cuyas tiradas iniciales son inferiores a 2.000 ejemplares.

Esto abarca una inmensa lista de posibilidades entre las que podemos citar como casos típicos de autoedición:

- Cuentos de autores nuevos
- Novelas de autores nuevos
- Poesías de autores nuevos
- Biografías
- Historias de vida
- Libros de viajes
- Libro de fotografías
- Recetas de cocina
- Cuidado de la salud
- Libros de estética
- Deportes
- Literatura erótica
- Libros de arte
- Libros turísticos
- Libros de Política y opinión
- Libros de divulgación y ciencias
- Periodísticos e informativos
- Libros de enseñanza
- Religiosos
- Libros de catequesis
- Libros universitarios
- Libros de investigación
- Tesis, ensayos
- Libros escolares
- Libros institucionales

Que es un libro de nicho?

Esta terminología viene de términos de marketing, en nuestro campo de acción, se refiere a libros muy puntuales, exagerando podrían ser “La historia del pueblo de Clorinda” o bien “Derecho Procesal PENAL”, claramente en ambos casos el público al que está dirigido es muy acotado, es decir que apuntan a un porcentaje muy bajo del público en general, por lo que su comercialización deberá realizarse en canales específicos donde se concentre ese tipo de público, por ejemplo una universidad. También hay nichos no tan acotados, como un libro de tenis, o de catequesis.

¿Cómo es el proceso en la autoedición?

Digamos que, resumidamente, se divide el proceso en 5 etapas básicas:

- 1- Creación de la obra
- 2- Correcciones, Diseño, y retoques finales
- 3- Registro de la obra
- 4- Impresión de la obra
- 5- Distribución y comercialización

Creación de la Obra: Es el punto en el que interviene solo el autor, sería la etapa que culmina cuando se tiene el borrador de la obra.

Correcciones, Diseño y Retoques: Este punto comienza cuando se decide a imprimir o publicar la obra. Aquí se revisa mas exhaustivamente la obra para encontrar errores de tipeo, correcciones varias y se trabaja en el diseño de la tapa, el formato final del libro, las páginas, tamaño de letra, interlineado, etc (capítulo 2 de este libro)

Registro de la obra: Es el registro de obra inédita si fuera necesario, y luego el trámite del ISBN que es obligatorio y se puede hacer online en www.isbnargentina.org.ar (Capítulo 3 de este libro)

Impresión de la Obra: Cuando el autor contrata a una imprenta para imprimir el libro. La imprenta en un plazo de 20 a 30 días generalmente entregará los libros impresos. En el caso en que el autor contrate a una editorial en lugar de una imprenta, la editorial hará el trámite del ISBN y generalmente le hará firmar un contrato al autor donde se especificarán los derechos futuros y demás cuestiones, y luego la editorial contrata a la imprenta para la impresión del libro.

Distribución y comercialización: Finalmente, cuando los libros están impresos, generalmente el autor comienza a distribuirlos muy de a poco librería por librería o bien a través de redes sociales, internet, canales directos, y demás métodos de promoción que veremos en el capítulo 8. Como en las obras financiadas por los autores las tiradas son bajas (menos de 2.000 ejemplares) por lo general no sirve el método de distribuirlo en muchas librerías de golpe ya que no alcanza para más de un par de ejemplares por librería en el mejor de los casos. Por el contrario, con tiradas bajas, lo más conveniente es ir comercializándolo de a poco mediante canales más específicos y acotados e ir administrando la demanda para saber cuando conviene mandar a reimprimir. Esta etapa la exploraremos más en detalle en los capítulos siguientes.

6.2 - Detalles técnicos de la impresión

Nos enfocaremos aquí en la etapa 4 de este proceso, es decir en la impresión. Aclaremos que todo lo volcado aquí es desde nuestra experiencia de más de 12 años como imprenta y la de todo el equipo de La Imprenta Digital SRL.

- La prueba de galera: Lo más recomendable siempre es que antes de realizar la tirada con la imprenta, se realice la impresión de **un solo ejemplar de muestra** terminado tal como quedará la tirada final. Es decir impreso y encuadernado en las mismas máquinas. Esto nos da la seguridad que la tirada final sea tal cual lo queremos, o tal cual vemos ese ejemplar de muestra. Esto evitará muchos dolores de cabeza cuando algo sale mal ya que en el ejemplar de muestra estamos a tiempo de corregir lo que haya salido mal antes de toda la tirada cuando será demasiado tarde.
- La impresión del interior: Aquí hay que prestar atención a la calidad de impresión que tiene la imprenta. Como es un trabajo de mucho oficio, hay mucha variedad de calidad en cuanto al proveedor. En nuestro caso, La Imprenta Digital SRL cuenta con la más alta tecnología japonesa en materia de impresión, pero sabemos que no es así en cualquier imprenta, por eso recomendamos siempre hacer un ejemplar de prueba para corroborar esto antes, y obviamente solicitar a la imprenta que le muestre trabajos previos realizados antes de contratar sus servicios.
- La terminación de Tapa: Aquí podemos encontrar variantes de terminación en cuanto a los laminados y lacas de brillo. Lo más usual y económico y que no genera inconvenientes es la laca UV brillante, que protege la impresión de la tapa que tiene mucho desgaste. Existe también la alternativa del laminado mate o brillante, aunque es un poco más caro, su terminación es superior siempre que sea realizada con los mejores materiales. Hay que tener cuidado con esto ya que muchas imprentas para abaratar costos utilizan films de menor calidad que termina produciendo “globitos de aire” entre el laminado y la tapa o bien, se despegan en las puntas, o bien hace que la tapa se arquee demasiado por la presión del film de laminado. Aquí también recomendamos ver trabajos previos de la imprenta para corroborar esto.

- La Encuadernación: Este es un punto crítico en un libro. Lo más importante es que las hojas nunca jamás se despeguen. Hay muy pocas imprentas en el país que cuentan con la tecnología necesaria para garantizar que su encuadernado es perfecto y las hojas jamás se despegarán, más aún para pequeñas tiradas. Nosotros, en *La Imprenta Digital SRL* somos la única imprenta de bajas tiradas del país que brinda garantía de encuadernación de 1 año. Esta garantía se ofrece porque nuestras máquinas de encuadernación son de origen japonés de la más alta tecnología en encuadernación a nivel mundial, y son máquinas diseñadas para volúmenes muy grandes que solo pocas imprentas pueden alcanzar. Este tipo de maquinaria de encuadernado tiene todo absolutamente automatizado, desde el trazado de las solapas y el abastecimiento de tapas, hasta el aporte de pegamento de lomo y lateral y la regulación de temperaturas. Esta automatización garantiza que la encuadernación será perfecta.

Igualmente siempre insistimos en que lo mejor es que el autor pida un ejemplar encuadernado en la imprenta y verifique que tan resistente es el encuadernado con sus propios ojos. No hay que dejarse guiar por lo que dicen las imprentas sin corroborarlo, muchas imprentas ofrecen el sistema de cosido a las hojas y sin embargo la encuadernación es muy mala y las hojas terminan desprendiéndose una a una.

- Los Plazos de impresión: Otro punto central, son los plazos de impresión. Si bien muchas veces se cuenta con sobrado tiempo para este proceso, otras tantas no es así o mismo la ansiedad del autor por ver su libro impreso a veces juega su papel en este punto. Lo cierto es que por nuestra experiencia como imprenta, por haber escuchado a nuestros clientes cuando vienen de otras imprentas, la diversidad de casos que hay en este punto es increíble, lo normal es que el proceso de impresión y encuadernación demore alrededor de 15 a 30 días, según la cantidad de trabajo que tenga la imprenta, no mucho más que eso. Si se necesita menor plazo porque hay un evento ideal para vender el libro o una presentación o lo que fuera que apura el proceso, se puede lograr, aunque son muy pocas las imprentas que pueden garantizar menor plazo. Nosotros, en *La Imprenta Digital SRL* tenemos una propuesta con diferentes precios según la prioridad de entrega, siendo el precio estándar para 20 días de entrega, luego hay distintos precios hasta un mínimo de 4 días.

- Papeles de Interior: Hay mucha variedad de papeles, comencemos por los "tipos de papel"
 - **Papel Obra:** Es el papel blanco como el de las resmas de librería. El gramaje varía de 55 a 142g/m², lo típico para libros es 75 y 80 g/m²
 - **Papel Ahuesado:** O Bookcell, es amarillento y de mayor cuerpo. Hay de varios gramajes, pero para libros se usan de 65 u 80 g/m².
 - **Papel ilustración:** Es un papel satinado, brillante o mate, con componentes químicos que lo hacen más pesados, hay gramajes desde 90 hasta 350 g/m², pero para interiores de libros se usan de 115 o 130 gramos por lo general.

A mayor gramaje, mayor peso del libro y mayor costo. Ojo que muchas veces uno piensa que el lector preferirá mayores gramajes y **la mayoría de los lectores prefieren libros más livianos y manipulables** para su comodidad en la lectura (sobre todo cuando superan las 100 páginas)

- Papeles de Tapa: Aquí hay solo dos variantes, que son:
 - Cartulina Duplex o Triplex: Es un papel compuesto de varias capas de diferentes papeles, lo que le da mucho mayor cuerpo o rigidez, a contrapartida de que la cara interior de esta cartulina es más rústica ya que no contiene químicos como el papel ilustración.
 - Papel Ilustración Pesado: suele ser de 250 gramos, es un papel Premium de alta calidad, de menor cuerpo que la cartulina pero que queda muy bien estéticamente de ambos lados.

Ambos son muy recomendables y su elección es más que nada a gusto del autor.

- Formatos: Los tamaños que hay son muchos, a grandes rasgos se puede dividir el espectro en 4 grupos:
 - Libros Pocket: Ediciones de bolsillo tamaños hasta 12x18cm.
 - Formato Comercial: Es el formato más usado, desde 14x20 a 15x21 cm. Es el más recomendable en la mayoría de los libros, siempre que no superen las 400 páginas. Queda bien en cualquier estantería, por lo que tiene más probabilidad de ser leído, tanto en exposición en librerías como en las bibliotecas públicas o privadas.
 - Formatos Académicos: Son formatos grandes para libros de mucho contenido, van desde los 18x25 a los 20x30 cm. Son muy útiles estos formatos para libros de muchas páginas para darle mayor comodidad en el uso al lector ya que suelen contener mucha información.
 - Formatos especiales: Formatos cuadrados, apaisados, etc. Generalmente para libros de diseño o arte, son muy poco prácticos, no suelen tener buena exposición en estanterías y generalmente se utilizan para diferenciarlos del resto por cuestiones más artísticas que prácticas.

Papel obra vs Ahuesado

Merece especial discusión el tipo de papel, ya que hay dos tipos de papel muy usuales en impresión de libros. El obra que es el papel blanco que se ve en las resmas de librería. Y el papel ahuesado o bookcell que es un papel amarillento. Una de las mejores características de este papel amarillento es que descansa la vista al lector. Además, cabe destacar que es más voluminoso, es decir que para el mismo gramaje, el papel ahuesado tiene más espesor, aunque tiene la desventaja que es más traslucido, por más que sea de más espesor un papel ahuesado de 80 gramos es igual de traslucido que un obra de 70 gramos. Con lo cual, para lograr la misma legibilidad se tiene que ir a un gramaje mayor lo que hará que el libro sea más pesado, además de tener mayor lomo. Esto puede ser una ventaja en un librito de pocas páginas (digamos menos de 120 páginas) ya que le da más presencia, pero hay que decir que para libros de más de 300 páginas se hace realmente muy grueso y poco estético como libro además de que el peso del libro empieza a jugarle en contra respecto de su comodidad para el lector a la hora de manipularlo para su lectura.

Elección del gramaje

Hay muchos autores que creen que el lector valorará mejor un libro de mayor gramaje, cuando en realidad casi nunca sucede esto. En primer lugar porque el lector no se fijará mucho en detalles técnicos de la fabricación del libro, sino más bien buscará contenidos más que atributos. Y en segundo lugar dentro de los atributos que mirará seguramente estará el precio, y cuanto mejor costo tenga la fabricación, mejor precio se podrá ofrecer al lector, con lo cual el consejo general es no gastar de más en el gramaje de las hojas del interior. Por último debe tenerse en cuenta que el lector también valorará, aunque a lo mejor inconscientemente, la comodidad para leer el libro, con lo cual un menor gramaje ayudará en este punto.

Solapas ¿con o sin solapas?

Esta decisión va a darse respecto al costo, es bueno que el libro tenga solapas ya que el lector las suele usar de separadores, y además se suele incluir información relevante acerca del autor y sus obras para promocionar otros títulos del autor. Debe tenerse en cuenta que para libros muy pequeños puede rondar un 20% del costo del libro, y para libros y tiradas grandes, puede incidir en el 5% del costo aproximadamente.

Repasando entonces lo más usual serían libros en formatos cercanos a los 14x20cm, con papel interior obra de 70 gramos, con una tapa color en papel ilustración de 250 a 300 gramos, con terminación brillante o mate.

6.3 - Cómo es el negocio cuando se venden los libros

Veamos el gráfico de la “cadena de valor” en el caso de libros cuyo proceso de edición es financiado por el autor y comparémoslo con la cadena de valor del libro cuya edición es financiada por la editorial.

Modelo de autoedición

Imprenta

Costo de Impresión
En realidad se paga solo al imprimir



Autor

Derechos de Autor



15 %	85 %
Precio de venta al público	

Modelo Edición Tradicional

Autor
Derechos de Autor



Editorial
Costo de Edición



Imprenta
Costo de Impresión



Correo
Costo de Distribución



Librería
Costo de Comercialización



10 %	15 %	15 %	10 %	50 %
Precio de venta al público				

Es decir que cuando un autor se autopublica, el único costo es el de impresión de los libros, y como por regla general el costo de impresión suele rondar el 15% del precio de venta, digamos que un libro promedio que cuesta \$15 imprimirlo en la imprenta, costará \$100 al lector que lo vaya a comprar (mas allá de si es autopublicado o no). El punto es que en el caso de ser autopublicado, el autor se quedará con los \$100 de la venta del libro, que descontados los \$15 que gastó al principio en imprimirlo, se queda con \$85 por cada libro vendido neto, cuando si lo hubiese publicado por una editorial que financie la obra, se hubiese quedado con solo \$10 por libro. *Recordemos que el 15% de impresión solo se paga al principio cuando se obtiene la tirada inicial, luego en realidad el 100% de la venta es del autor.*

¿De qué tiradas se parte?

Si bien no hay nada preestablecido, ya que todo lo decide el autor, se suele partir para empezar a probar de los 100 ejemplares, o bien 200 ejemplares, y para aquellos que buscan un mejor costo o tienen una venta asegurada mayor pueden arriesgarse a partir de los 500 hasta 1000 ejemplares.

Ventajas de las tiradas iniciales más Bajas (100 a 300 Ejemplares)

- Da la posibilidad de hacer correcciones en una segunda reimpresión o reedición.
- No es necesario desembolsar tanto dinero al principio y permite al autor financiar una reimpresión con el dinero obtenido de la venta de esos primeros ejemplares.

Ventajas de las tiradas iniciales mayores (500 a 1000 ejemplares)

- Mucho mejor costo de impresión unitario que mejora el margen o porcentaje con que se queda el autor.
- Mayores tirajes permiten adicionales como las solapas sin tanta incidencia en el costo.

¿Cuáles son los tiempos que demora la impresión?

Se puede generalizar en un **promedio de 15 a 30 días**, según el trabajo de la imprenta, muchas imprentas tienen una demora de 15 días en un momento del año y 30 días en otro momento de mayor demanda. Como todos los negocios, el rubro de la impresión tiene sus meses de mayor trabajo, por lo que es saludable contar con tiempos de 30 días o incluso algunos días más para no estar apurados a último momento.

Como dijimos en otro punto, en el equipo de La Imprenta Digital SRL hemos tenido en nuestra experiencia numerosísimos casos en los que no se cuenta con esos tiempos, por lo que desarrollamos un modelo con diferentes recargo al precio de lista para poder dar prioridad a los pedidos urgentes y poder entregar pedidos **en plazos desde 3 o 4 días** en adelante.

Obviamente que para poder cumplir con plazos menores a los estándares en La Imprenta Digital SRL cobramos un precio diferencial que contempla todo lo necesario para poder cumplir con plazos reducidos, pero al menos ofrecemos la posibilidad de entregar en menores plazos cosa muy complejo de encontrar y asegurarse de su cumplimiento en otras imprentas.

6.4 - ¿Hay contratos con la editorial o imprenta?

Habría que diferenciar primero entre los que imprimen directamente en una imprenta y los que autopublican con una editorial.

Desde ya **que con las imprentas no hay contrato alguno**, ya que el autor solo contrata a la imprenta para la impresión de los libros por lo que no hace falta la firma de ningún contrato que los vincule. Por lo demás el autor cuando contrata a la imprenta para la impresión de su libro, es un independiente que fija todas sus reglas y derechos a futuro como así se encarga de todos los aspectos de promoción y distribución y venta por su cuenta. En definitiva **al contratar a una imprenta en lugar de una editorial, el autor conserva el 100% de sus derechos** ya sean derechos de autor, de su sello editorial o personal, y las explotación futura de la obra como así también el 100% de lo que obtenga por la venta de la tirada contratada.

Con las editoriales de autopublicación hay variantes, por lo general, como estas editoriales piden la financiación al autor, los derechos de venta futuros son para el autor, pero muchas veces los contratos no lo aclaran o dicen otra cosa y se presta a la confusión. También hay variantes en cuanto a la difusión de la obra, a la distribución y venta y en cuanto a los derechos de venta. Vamos a citar las cuestiones más relevantes que pueden surgir en caso de que el autor se autopublicue con una editorial en lugar de una imprenta y le hagan firmar un contrato

- Derechos de autor
Como recomendación general a los autores uno diría que si van a autopublicarse y financiar de su bolsillo su obra, no cedan ningún derecho futuro y si firman algún contrato que se especifique puntualmente que cualquier derecho futuro de explotación será 100% del autor ya sea por los libros impresos como por los derechos audiovisuales, de cine, teatro, ebook, etc. Hay editoriales que luego por realizar ventas de los ejemplares impresos y pagados y financiados inicialmente por el autor, luego cobran comisiones por las ventas realizadas (del 15% al 50% dependiendo la editorial), no decimos que sea malo, obviamente que el autor evaluará su conveniencia o no, pero aclaramos que estos temas deben estar bien explicitados en el contrato ya sea que se cobre una comisión como que no se cobre, así luego no hay sorpresas por este tema cuando se venden ejemplares.

- ISBN, Sello Editorial y explotación futura de la obra

Otro tema importante cuando se publica con una de estas editoriales, es que generalmente las editoriales usan su sello editorial en el registro del ISBN. Como consejo sugerimos registrar el ISBN directamente al autor y hacerlo como título o edición de autor a su nombre y no delegar este trámite a la editorial.

La razón es muy sencilla. Supongamos que un día viene un extranjero interesado en publicar la obra en su país y traducirla a su idioma porque le ve un potencial. En el caso que la editorial haya hecho el trámite del ISBN, lo hará bajo su sello editorial, por lo que el extranjero interesado irá a negociar con la editorial, y probablemente el autor no se entere, o en el mejor de los casos se entere y solo cobre lo que la editorial esté dispuesta a pagarle voluntariamente, independientemente de lo que negocie la editorial con nuestro supuesto extranjero, ya que en este caso, los derechos de edición son de la editorial, si bien se reconoce al autor, distinto es el reconocimiento como autor a las negociaciones económicas que a futuro haga la editorial con el título.

Quizá este es un tema un poco más complejo como para tratarlo sencillamente en algunos renglones de esta humilde guía, como consejo sugerimos consultar este tipo de temas con un abogado especialista para asegurarse de estar bien asesorados.

- Distribución

Cuando se promete una distribución de los libros, sugerimos que quede escrito en el contrato las condiciones de dicha distribución (cantidades distribuidas, librerías involucradas, plazos para dar cuenta de las ventas, condiciones de devolución en caso de pasar plazos y que no se reporten ventas, y lo más importante las acciones tomadas por la editorial para difundir el título antes de distribuirlo para que los libreros que lo reciben se interesen en exhibirlos)

Conocemos casos donde se prometió distribución en librerías y luego dicha distribución es muy mala, porque se reparten libros en librerías que no lo solicitan y por ende luego no exponen los libros y luego de varios meses cuando el autor averigua si se vendieron ejemplares dicen que no, y ni registran el título y para agravar la situación si el autor reclama que le devuelvan los libros que se les repartieron, muchas veces se pierden porque quedaron agolpados en un depósito o porque ni se sacaron de su caja, o en el mejor de los casos, se devuelven los ejemplares, pero les hacen pagar al autor el costo de reenvío y cuando llegan los ejemplares devueltos, las condiciones son pésimas.

6.5 - ¿Qué difusión hacen las editoriales o imprentas de mi obra?

Para ser honestos vamos a comenzar por el principio.

Un autor desconocido por el público en general es mucho más difícil de difundir y promocionar que uno conocido, por ende mucho más caro, y encima, los resultados económicos de explotar la obra de un autor desconocido en promedio serán mucho más bajos que los obtenidos por promocionar un libro de un autor conocido.

Como resultado inevitable de esta ecuación (más caro y menos beneficios) la situación no resulta rentable en promedio. Obviamente habrá casos excepcionales, pero para la gran mayoría de los casos, siguiendo los métodos tradicionales se debe invertir más dinero que lo que luego se recauda en las ventas, como consecuencia ningún editor correrá este riesgo. No porque no tenga buenas intenciones, seguramente los editores tendrán los mejores deseos de que las obras se vendan pero la realidad es que las ecuaciones económicas no dan para hacer gran promoción.

Igualmente no todo está perdido, obviamente que algún tipo de promoción se puede hacer a bajos costos, algunos ejemplos de este tipo de promoción suele ser:

- Espacio en la feria del libro para que el autor exponga su obra.
- Publicación de las obras editadas o impresas en la WEB y fanpage de facebook de la imprenta o editorial.
- Envío de newsletter por mail a suscriptores de la imprenta o editorial.
- Publicación en algún medio gráfico de unas líneas semanales o mensuales del sello donde se citan las novedades editadas.

Como consejo general solemos decir que cuando se evalúen estas posibilidades, se tenga en cuenta en primer lugar el alcance de estas medidas publicitarias, por ejemplo si se publica la novedad en una página web o en una página de facebook se verifique las visitas que tiene la página web por día o la cantidad de fans que tiene la página de facebook, lo que nos dará una idea aproximada de la incidencia de este tipo de promoción.

Por ejemplo para saber que tan visitada es una página web se puede visitar www.alexa.com que es una página norteamericana que muestra la posición en un ranking de cada página web del mundo, las páginas más visitadas del mundo tienen un ranking inferior a 100.000, son páginas super masivas, luego vienen páginas con ranking entre 100.000 y 3.000.000 que tienen un

tráfico medio y por último las páginas con un ranking mayor a 3.000.000 tienen una cantidad de visitantes relativamente baja. Páginas con ranking mayor a 10.000.000 tienen muy pocos o nulos visitantes por día.

En el caso de Facebook se puede decir que una página de Facebook con más de 50.000 fans es super masiva, con una cantidad de fans entre 10.000 y 50.000 es una página con una afluencia de público grande, entre 2.000 y 5.000 fans es mediana, menos de 2.000 fans es realmente poco visitada.

Estos dos parámetros son algunas de las medidas objetivas que podemos citar para saber que tanta incidencia puede tener que nos publiquen la obra en estos medios. Además están al alcance de la mano de cualquiera para saber al instante este dato.

¿Cuántos ejemplares se pueden vender de mi obra?

La realidad es que si el autor no se autopromociona y no busca una manera de concretar ventas de su libro, las ventas generadas por las promociones de las imprentas o editoriales son muy escasas (ya veremos en el capítulo de difusión de la obra cuales son los medios alternativos, económicos y que dan resultado para autopromocionarse)

Como veremos en detalle en el capítulo de difusión de las obras existen métodos alternativos y muy económicos de autopromocionarse y autopromocionar nuestras obras, es sencillo hacerlo aunque lleva su tiempo y paciencia, pero a grandes rasgos podemos nombrar a las redes sociales, los programas radiales, especialmente los culturales, las gacetillas de prensa, los ejemplares de cortesía a medios de comunicación semimasivos, las páginas web, foros, y espacios en internet, las bibliotecas, la vía pública, los eventos sociales, deportivos, culturales, etc. En fin, hay infinidad de ideas para autopromocionarse y la gran mayoría tiene sobrados ejemplos de éxito, pero como decimos desde un principio hay que darle dedicación, tiempo y paciencia.

Como experiencia como imprenta, tenemos autores que comienzan con tiradas de 100 ejemplares y ya llevan más de 10 reimpressiones llegando a tiradas de 500 ejemplares y en crecimiento, aunque esto no se da de un día para otro, pero hay sobrados ejemplos. También hay casos de autores nuevos que comienzan con tiradas de 500 a 1000 ejemplares y al cabo de un año realizan una reimpresión. Se puede decir que en promedio las ventas de los autores nuevos en su primer libro ronda los 350 libros.

6.6 - ¿Cómo empezar para publicar mi obra con este método?

Muchas veces la más difícil es dar el primer paso, y en realidad el primer paso para publicar tu obra es escribirla, con lo cual la buena noticia es que ya pasaste la parte más difícil. En realidad lo que sigue no es tan complicado, en primer lugar si se elige una imprenta en lugar de una editorial (además de ahorrar mucho dinero) los pasos son más sencillos y los plazos mucho más cortos, veamos..

- Paso 1: Registrá el ISBN de tu libro vos en la página **www.isbnargentina.org.ar** (estos pasos están mejor explicados en el capítulo 3 de este libro)
- Paso 2: Buscá presupuestos en imprentas que impriman tu obra y elegí la imprenta que más te convenza (La Imprenta Digital SRL es la única imprenta especializada en libros que tiene sus precios online en su página web todos los días publicada en www.laimprentadigital.com.ar)
- Paso 3: Aboná la seña o la tirada inicial que mandes a imprimir y esperá alrededor de 30 días a que la imprenta te de aviso de retirar el pedido
- Paso 4: Promocioná, distribuí y vendé tus ejemplares.

Sabemos que así dicho suena muy sencillo pero todo lleva su trabajo, pero podemos decirte que hoy en día con las herramientas que proporciona internet y las nuevas tecnologías, cada vez son más los autores que día a día deciden cumplir estos pasos y hacer realidad su sueño de ser autores publicados, nosotros como imprenta tenemos el orgullo de concretar este sueño para más de 1.500 autores que ya nos eligieron

Algunas de las trabas que suelen estancar a los autores son:

- Registro del ISBN.
- Diseño de Tapa
- Diagramación y Preparación del PDF
- Conseguir un presupuesto económico
- Pago de la tirada inicial

A continuación te contamos cuáles son nuestras propuestas para cada uno de estos ítems puntuales para simplificar el proceso.

Soluciones de La Imprenta Digital SRL a las trabas típicas para publicar

- **Registro del ISBN.**
Si bien muchas editoriales proponen hacer el trámite del ISBN, en realidad lo más recomendable es que lo haga el autor a su nombre, esta es la única manera de que sea indiscutible que a futuro los derechos de explotación de la obra serán del autor. En La Imprenta Digital incentivamos a que los autores realicen el trámite online en www.isbnargentina.org.ar y guiamos al autor ante cualquier duda que le surja.
- **Diseño de Tapa**
No es necesario contratar servicios de un diseñador ni que una editorial diseñe la tapa, también con la ayuda de nuestros diseñadores en La Imprenta Digital SRL logramos siempre completar los diseños de tapa en forma conjunta con los autores. Para aquellos autores más acostumbrados al uso de programas de PC tenemos instructivos con consejos y datos útiles para el diseño de tapa que juntamente con la infinidad de recursos que hay en internet hacen que hoy en día el diseño de tapa sea mucho más sencillo.
- **Diagramación y Preparación del PDF**
De la misma forma que con el diseño de tapa, en La Imprenta Digital SRL estamos acostumbrados a guiar a los autores para que a partir de su archivo de Word generen directamente el PDF listo para imprimir sin necesidad de contratar servicios de diagramación ni nada por el estilo.
- **Conseguir un presupuesto económico**
Lo más recomendable es que el autor busque en Google "imprentas de libros" o términos similares y pida presupuestos en todas las imprentas que pueda para poder comparar. Lo bueno de La Imprenta Digital SRL es que tenemos siempre los precios online en www.laimprentadigital.com.ar, esto le da más transparencia a nuestra política de precios.
- **Pago de la tirada inicial**
Siempre es un tema juntar el dinero para lanzarse a publicar el libro, por eso en La Imprenta Digital SRL tenemos la forma de financiación más sencilla al alcance de la mano del autor que es el pago con tarjetas de crédito en las cuotas que el autor necesite.

Por lo que creemos que no hay excusas, si un autor realmente está decidido a publicar su obra, le brindamos a su alcance todas las herramientas necesarias para que tome la decisión y convierta su proyecto y su sueño de publicar su libro en una realidad.

6.7 - ¿Qué factores inciden en el costo?

Los costos de impresión son un tema extenso, una páginas atrás vimos en el capítulo 6.2 Cuáles eran las variables típicas, ahora veremos un poco más en detalle cuales son las variaciones promedio que puede haber en el costo de un libro dependiendo de sus características.

Lógicamente siempre habrá variables que podemos modificar y otras que no, todo depende de que tan limitado esté nuestro presupuesto, aquí solo damos nuestros consejos suponiendo que el presupuesto es limitado y se quiere optimizar al máximo el costo de impresión.

Veamos los factores que determinan el precio de un libro ordenados por los más relevantes al principio, de más está decir que para reducir costos empecemos a ver los primeros ítems con mayor detenimiento.

- **Paginado**
Partiendo de la base de un libro de 100 páginas, si variara un determinado porcentaje la cantidad de páginas, el costo unitario de impresión variará cerca de la mitad de esa proporción aproximadamente.
Es decir que un libro de 120 páginas (20% más de páginas que uno de 100) tendrá un costo de impresión de alrededor de un 10% más que uno de 100 páginas. Un libro de 50 páginas (50% menos de páginas) tendrá un costo de impresión aproximado de un 25% menos que uno de 100 páginas.
- **Tirada**
Estas estimaciones dependen mucho de la seriedad de la imprenta para cotizar un trabajo, pero promediando los precios de varias imprentas, podríamos decir que el precio unitario para una tirada de 100 libros puede bajar un 10% si se hiciera una tirada de 200, bajaría un 18% si se hiciera una tirada de 300, bajaría un 28% si se hicieran 500 y bajaría cerca de un 40% si se hicieran 1.000, o bajaría el costo de impresión más de un 50% si se hicieran 2.000 ejemplares.
- **Inserción de páginas color**
La inserción de páginas color suele ser un costo importante sobre todo en pequeñas tiradas, para dar un aproximado podría decirse que para un libro típico de 200 páginas en blanco y negro, cada página color insertada podría aumentar el presupuesto entre un 2% y un 4% cada página color. Esta estimación se refiere a páginas del interior ya que las tapas siempre son en color.
Igualmente hay que tener en cuenta que muchas veces no es tan necesario que haya imágenes en color, de hecho una foto de buena calidad impresa en blanco y negro queda mucho mejor que una imagen en color de baja calidad, por lo que si se quiere ahorrar costos es mejor prestar más atención a la calidad de las imágenes que al hecho de imprimirlas a color.

- **Formato**
Hay que prestar atención a los formatos estándar que trabaja cada imprenta, esto depende mucho de las máquinas que tenga cada imprenta, por lo que siempre conviene preguntar cuál es el tamaño al que conviene adaptarse para reducir costos ya que a veces con reducir 1 o 2 centímetros se llegan a reducciones de costos de hasta el 30%
- **Papeles**
En función de las marcas, tipos y sobre todo gramajes de papel que se utilicen variarán los costos de impresión pero en forma acotada a un rango que oscila dentro del 25% del presupuesto. Es decir que pasar de un gramaje bajo a uno alto puede incrementar un 25% el costo. En marcas y gramajes intermedios podemos observar variaciones que oscilan entre el 10% y el 15% del costo generalmente.
- **Solapas**
Las solapas en los libros son algo muy buscado por muchos autores aunque a veces se desconoce que esta simple modificación puede incrementar los costos hasta un 20% en libros pequeños de muy baja tirada (por ejemplo en un libro de 80 páginas con una tirada de 100 ejemplares las solapas incrementan el costo de impresión cerca de un 20%)
En cambio en libros grandes la incidencia en el costo de las solapas es mucho menor (por ejemplo para un libro de 240 páginas con una tirada de 300 ejemplares, las solapas incrementan el costo unitario solo en un 7%)
Dicho esto es una obviedad que se justifica mas el adicional de solapas en libros de muchas páginas o tiradas mas grandes donde a lo mejor no incidirá mucho en el costo.
- **Terminaciones de tapa**
Las terminaciones de Laca UV brillante suelen estar incluidas en el precio estándar de las imprentas, mientras que terminaciones más delicadas como el laminado mate opaco suelen tener una incidencia en el costo que puede rondar el 10% al 15% en el costo dependiendo de las características del libro a imprimir.
- **Termosellado Individual**
Otra característica muy buscada a veces es el Termosellado individual, esto protege bastante a los libros del uso y desgaste por el manipuleo en los puntos de venta sobre todo, y en algunos casos es muy recomendable y en otros no tanto. Por ejemplo este tipo de adicional es muy pero muy útil y recomendado en un libro de arte y fotografía con hojas en papel satinado llenas de imágenes color porque el libro es muy caro y no quisiéramos que se manche ni se doblen mucho las hojas por el manipuleo. Además en los libros caros la incidencia del Termosellado es muy baja menor al 1% del costo, mientras que en los libros comunes de texto su incidencia es mucho mayor y a lo mejor no es tan recomendable.

6.8 – Costos de imprimir libros

Cabe aclarar que solicitamos presupuestos a más de 50 imprentas y otras tantas editoriales de autor que trabajan en el país para elaborar un estudio de mercado de precios de impresión. Esta encuesta se realizó vía email durante mayo de 2014. De dicho estudio de mercado podríamos resumir los siguientes ítems destacables

- Solo el 37% de las imprentas consultadas respondió nuestro presupuesto.
- Sólo el 58% de las editoriales de autor consultadas respondió nuestro presupuesto
- La validez del presupuesto informado en promedio rondó los 15 días de validez, es decir que se mantenía el precio informado solo por 15 días en promedio.
- Se consultó un mes después a las mismas imprentas y editoriales por el mismo trabajo con otro nombre y se obtuvieron en promedio valores diferentes a los primeros en un 83% de los casos.
- El plazo promedio en responder los presupuestos fue de aproximadamente 5 días corridos.
- El 86% de los consultados no acepta tarjetas de crédito/débito, o lo hace cobrando un adicional incluso en un solo pago.
- El 72% de los casos consultados nos informó un aumento del 21% en concepto de IVA cuando consultamos si entregaban factura.
- En promedio las editoriales de autor tienen un costo unitario por libro un 135% superior al de La Imprenta Digital SRL
- En promedio las imprentas tienen un costo unitario por libro un 29% superior al de La Imprenta digital SRL (Esto en promedio ya que algunas tienen casi el mismo costo y otras tienen un costo hasta un 60% mayor)

Obviamente que los invitamos a que hagan su experiencia, nosotros con este resumen simplemente les queremos brindar nuestra experiencia.

Dicho esto en las siguientes páginas les ahorraremos un trabajo considerable volcando los precios actuales (Abril de 2015) de La Imprenta Digital SRL.

Precios Unitarios para imprimir libros en Pesos, vigente hasta Junio 2015
 Para ver precios actuales ingrese a www.laimprentadigital.com.ar

Formato 12,5 cm x 18 cm

Páginas	100 libros	300 libros	600 libros	1000 libros	1500 libros
64.pag	18.3	15.05	13.01	11.39	10.17
72.pag	19.06	15.67	13.55	11.86	10.59
80.pag	19.82	16.3	14.09	12.33	11.01
88.pag	20.58	16.92	14.63	12.8	11.43
96.pag	21.34	17.54	15.17	13.28	11.85
104.pag	22.1	18.17	15.71	13.75	12.28
112.pag	22.86	18.79	16.25	14.22	12.7
120.pag	23.62	19.42	16.79	14.69	13.12
128.pag	24.37	20.04	17.33	15.17	13.54
136.pag	25.13	20.67	17.87	15.64	13.96
144.pag	25.89	21.29	18.41	16.11	14.39
152.pag	26.65	21.91	18.95	16.58	14.81
160.pag	27.41	22.54	19.49	17.06	15.23
168.pag	28.17	23.16	20.03	17.53	15.65
176.pag	28.93	23.79	20.57	18	16.07
184.pag	29.69	24.41	21.11	18.47	16.49
192.pag	30.45	25.04	21.65	18.95	16.92
200.pag	31.21	25.66	22.19	19.42	17.34

Por ejemplo, significa que para una tirada de 300 libros de 12,5x18cm de 96 páginas, cada libro costará \$17,54

Formato 14,5 cm x 20,5 cm

Páginas	100 libros	300 libros	600 libros	1000 libros	1500 libros
64.pag	20.73	17.04	14.74	12.9	11.52
72.pag	21.79	17.92	15.5	13.56	12.11
80.pag	22.86	18.79	16.25	14.22	12.7
88.pag	23.92	19.67	17.01	14.88	13.29
96.pag	24.98	20.54	17.77	15.54	13.88
104.pag	26.05	21.42	18.52	16.21	14.47
112.pag	27.11	22.29	19.28	16.87	15.06
120.pag	28.17	23.16	20.03	17.53	15.65
128.pag	29.23	24.04	20.79	18.19	16.24
136.pag	30.3	24.91	21.55	18.85	16.83
144.pag	31.36	25.79	22.3	19.51	17.42
152.pag	32.42	26.66	23.06	20.18	18.01
160.pag	33.49	27.53	23.81	20.84	18.6
168.pag	34.55	28.41	24.57	21.5	19.19
176.pag	35.61	29.28	25.33	22.16	19.79
184.pag	36.68	30.16	26.08	22.82	20.38
192.pag	37.74	31.03	26.84	23.48	20.97
200.pag	38.8	31.9	27.59	24.14	21.56

La tabla es similar a la anterior pero para libros de 14,5x20,5cm

Por ejemplo, significa que para una tirada de 300 libros de 14,5 x 20,5cm de 96 páginas, cada libro costará \$20,54



Lee este código QR con tu celu para ver precios actuales

Políticas de Precios

Más allá del precio que tenga una imprenta o editorial nos parece muy conveniente aclarar algunas cuestiones que nos parecen muy importantes respecto a lo que se denomina “política de precios” que tiene que ver con la forma en que se maneja cada empresa respecto a los temas referentes a precios.

Los plazos

En primer lugar un punto central a destacar es que el proceso de publicación de un libro es un proceso que demora su tiempo, no por la impresión en sí, sino por todo el proceso que pasa el autor desde que se le ocurre la idea de publicarse, ya que luego pasa por las correcciones finales de la obra, la averiguación de presupuestos, la averiguación de las diferentes calidades, juntar el dinero, etc, etc.

Este tipo de cosas, sumado a que en nuestro país es casi una costumbre lidiar con procesos inflacionarios en los que los precios de los insumos y servicios se mueven muy seguido, hace necesario que el autor cuente con presupuestos válidos para un horizonte de tiempo lógico, y creemos que un horizonte de 3 meses está más que bien ya que le alcanza de sobra al autor para organizarse en todo el proceso y terminar imprimiendo con el mismo precio que averiguó en un principio.

En este sentido La Imprenta Digital SRL valida sus precios cada trimestre publicando los mismos en su página web (www.laimprentadigital.com.ar)

Esta forma transparente de informar los precios en su página cada trimestre y volcando la validez de los mismos por 3 meses es una tranquilidad para el autor ya que tiene todo ese horizonte de tiempo para definir la impresión de sus libros sin tener modificaciones.

Para que este tipo de política funcione, tiene que respetarse a rajatabla, y podemos decir que hasta en los momentos más complejos del país, luego de bruscas devaluaciones de la moneda, La Imprenta Digital SRL conservó la calma y mantuvo los precios que se publican en la web siempre respetando el horizonte prometido de 3 meses por más que los costos se hayan movido mucho antes.

Obviamente que este aseguramiento del precio tiene un costo económico en esos casos, pero como contrapartida La Imprenta Digital SRL se sigue posicionando como la empresa del rubro con mejor política de precios para sus clientes, y los clientes saben valorar y mucho este tipo de cosas, por lo que no es casualidad que La Imprenta Digital SRL sea hoy en día, la imprenta que mayor cantidad de títulos de autores independientes imprime en el país.

La transparencia

Otro aspecto central de los precios en un rubro como la imprenta es la transparencia. Esto se ve a veces manchado por el hecho de que hay muchas variantes en los costos (papeles, gramajes, formatos, paginado, tirada, etc.) que hacen un poco engorroso el hecho de cotizar la impresión de un libro.

Sin embargo, existen papeles, formatos y gramajes que son considerados estándar o los más utilizados, y con ello se pueden elaborar cuadros de precios para cada cantidad de páginas según cada tirada, con lo cual se ahorra un tiempo importante para el autor en tener que solicitar presupuestos, y para el personal de la imprenta también ya que el tiempo que ahorra el personal de la imprenta en elaborar presupuestos lo puede volcar a atender mucho mejor a sus clientes y en forma más personalizada.

Pero lo más importante es el factor de "la transparencia". Lamentablemente hemos comprobado que muchas imprentas pasan diferentes presupuestos casi "caprichosamente".

El mismo día o la misma semana hemos hecho el ejercicio de solicitar el mismo presupuesto a la misma imprenta bajo nombres diferentes y lamentablemente comprobamos en muchos casos que los presupuestos informados varían. Esto nos lleva a pensar, en el mejor de los casos, que las imprentas que no informan sus precios en forma transparente, y cotizan a pedido de cada cliente, pueden variar sus precios según que empleado cotice o según el ánimo que tuvo al momento de cotizar.

Es por este tipo de cosas que nos parece esencial que el cliente sepa siempre cual es el precio de lista uniforme que tiene la imprenta, y a partir de allí, lógicamente, un cliente con historial o peso puede negociar algún descuento o beneficio extra, pero partiendo de la transparencia de los precios desde un principio.