

ACTAS / CONCLUSIONES
CONGRESO INTERSECTORIAL DEL LIBRO

29-30/03/2017, MADRID



Contenido

Introducción	5
Grupo 1	11
Grupo 2	19
Grupo 3	31
Grupo 4	41
Grupo 5	53





EL PRIMER CONGRESO EN EL QUE SE ENCUENTRAN TODOS LOS SECTORES

En el mes de marzo del año 2017 se ha celebrado el I Congreso Intersectorial del Libro. Le han precedido, cómo no, muchos proyectos y esfuerzos compartidos por los distintos gremios y asociaciones profesionales que conforman el ecosistema editorial pero este Congreso pretendía elevar esa colaboración a norma y categoría esenciales, porque no parece que quepa afrontar el futuro con una mínima garantía de éxito si no se fundamenta en una nueva dinámica de cooperación transversal y permanente.

Tanto la Cámara del Libro de Madrid como el Gremio de Libreros de Madrid, la Asociación de Editores de Madrid y la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones han querido dar este paso -invitando al resto de los Gremios y Federaciones de todo el territorio nacional- para promover nuevas formas de organización y trabajo colabo-

rativo que generen y aprovechen las sinergias que puedan derivarse de ahí.

Durante dos días, el 28 y 29 de marzo, casi cien profesionales voluntariamente inscritos en el Congreso participaron generosamente en el diseño y desarrollo de ideas y soluciones en torno a cinco grandes temas que preocupaban de manera especial a los organizadores:

Repensando la cadena de valor

- ¿Cómo construir una nueva red de valor intersectorial?
- ¿Qué características debería tener la red de valor ante los retos a los que se enfrenta el sector del libro?
- ¿De qué manera aportar más valor, desde cada gremio, al trabajo de los demás? ¿Qué valor espera cada gremio que aporten los demás a su trabajo?

Herramientas para el estímulo de la cooperación y la coordinación:

- ¿Qué clase de herramientas podrían estimular la coordinación y la cooperación entre los sectores?
- ¿Qué nuevas funcionalidades y características deberían agregarse a alguna de las existentes?

Nuevas competencias profesionales: un nuevo perfil para un nuevo ecosistema

- ¿Qué nuevos conocimientos y habilidades deberían tener los profesionales del sector del siglo XXI?
- ¿Cómo fomentar una formación inicial para los futuros profesionales interesados?

- ¿De qué forma podemos asegurar una formación continua y de calidad en el tiempo?

¿Qué gremios queremos? Desarrollo de estrategias para la cooperación

- ¿Qué nuevas formas de organización convendría desarrollar para fomentar la cooperación entre los distintos gremios?
- ¿Qué nuevas modalidades de gestión de los problemas comunes podrían ponerse en funcionamiento?
- ¿Qué características deberían tener las entidades para enfrentarse a los retos del siglo XXI?

La alianza intergremial como instrumento de reivindicación del espacio público.

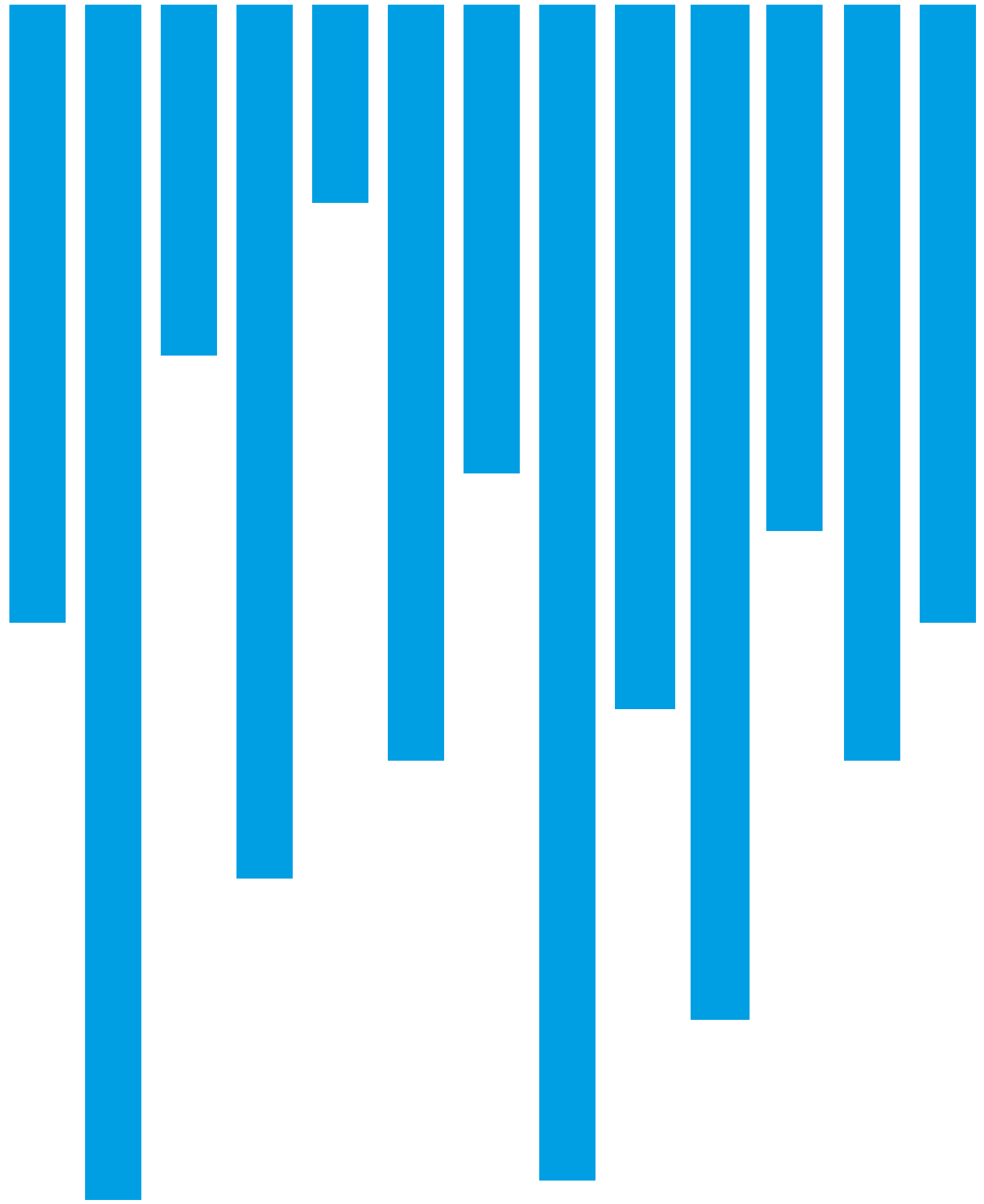
- ¿Qué iniciativas conjuntas deberíamos emprender para reivindicar el papel del libro y de las librerías en nuestra cultura?
- ¿Qué acciones podrían ponerse en marcha para reivindicar el espacio público?
- ¿Qué ideas cabría proponer a las autoridades públicas para incluir el libro en su agenda?

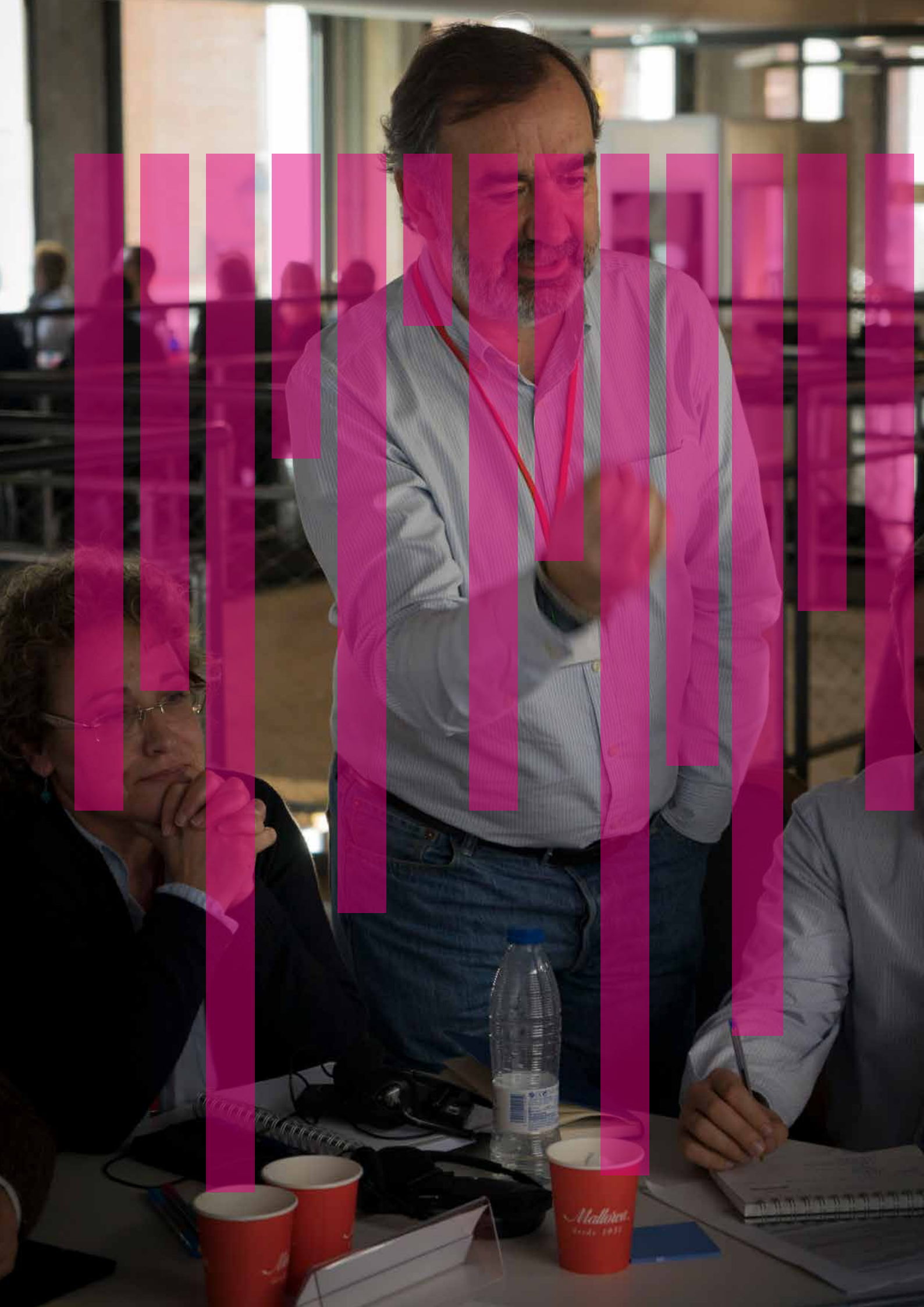
Las conclusiones iniciales de estas dos jornadas de reflexión y trabajo compartido pueden encontrarse en estas actas. Tienen el valor, sobre todo, de haber partido de las experiencias y de las necesidades expresadas y reconocidas por los profesionales de los distintos ámbitos del ecosistema editorial. Van de abajo hacia arriba, parten de la experiencia y apelan a

la compartición de puntos de vista, al debate constructivo y a la generación de soluciones consensuadas.

Cuatro grandes profesionales de cuatro países diferentes — Alemania, Estados Unidos, Francia y Reino Unido, Juergen Boos, Oren Teicher, Guillaume Husson y Tim Godfray, respectivamente—, intervinieron puntualmente para mostrarnos algunas experiencias en las que la colaboración ha resultado determinante, en las que, como diría Jürgen Boss (CEO de la Feria de Frankfurt) en su intervención, solamente cabe una opción: “cooperar o perecer”. En sus propias palabras, suscritas por el resto de los invitados en sus distintas intervenciones, «editores y libreros y resto de agentes del mundo del libro necesitan trabajar juntos». En estas actas y en la página web del congreso podrá encontrar la transcripción de esas conferencias y los videos de las intervenciones.

La última página de esta publicación no es sino la primera página del segundo capítulo de una obra que debe extenderse mucho más allá en el tiempo. No hemos sino sentado las primeras bases de un proyecto mucho más ambicioso y extenso en el tiempo en estos dos primeros días de encuentro. El desprendido compromiso de todos los participantes ha sido no solamente el de trabajar en la ideación, prototipado y diseño de un primer plan de acción en estas jornadas, sino el de comprometerse en su desarrollo futuro para presentar sus conclusiones en unas próximas jornadas en las que pueda apreciarse el fruto de su trabajo. Abrir, por tanto, nuevas vías a la colaboración transversal instituida entre los gremios a lo largo del tiempo para garantizar, en la medida de lo posible, un mejor futuro para todos.





GRUPO 1

¿QUÉ GREMIO QUEREMOS?

DÍA 1

Limitaciones / Intenciones / Aspiraciones

Las limitaciones encontradas por los diferentes gremios fueron:

- la falta de comunicación
- la escasa relación y cooperación entre los diferentes agentes del sector
- la falta de unidad
- el inmovilismo y verticalización

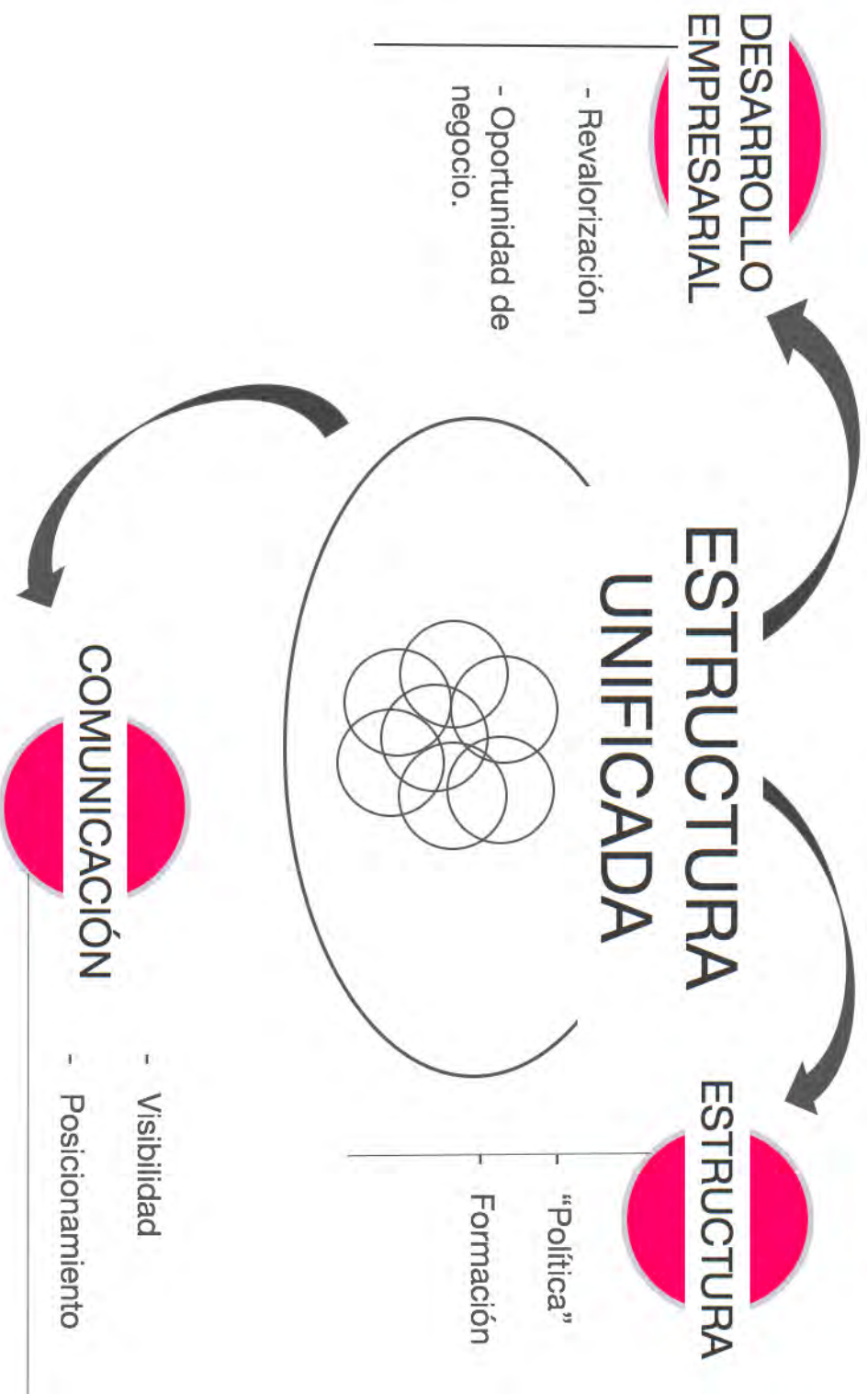
Viendo la situación de la que parte el equipo, se aspira a una unidad de acción para buscar el cambio y fortalecer los diferentes gremios para un mejor desarrollo de su actividad, con acciones como compartir conocimiento, potenciar la comunicación interna y externa del sector e implicar a las empresas en los proyectos.

Prototipo

Formación de una estructura unificada (aprovechando la existente), que atacará tres puntos clave para que cada gremio pueda disponer de más recursos para mejorar la situación del sector desde una visión empresarial. Aspiran a disponer de mayor visibilidad, capacidad de negociación y fuerza bajo la organización de un lobby específico que defienda los intereses conjuntos.

Descripción proyecto

El equipo opta por generar un prototipo visual que represente la idea de la estructura unificada (llamada "representación conjunta colaborativa intersectorial"), con tres pilares que la componen y las acciones que debe ejecutar cada uno de ellos. El objetivo es la generación de una estructura conjunta de producción y comercialización de la industria del libro que realice acciones de interlocución sectorial, comunicación y generación de proyectos (con ramificaciones autonómicas e internacionales). El primer paso es decidir quién forma parte de esta cámara, y buscar qué necesidades comunes existen para que se comporte como un solo gremio de cara a terceros, obtenga acuerdos propicios para todos y represente, en fin, a todos los sectores siguiendo en eso otros modelos intersectoriales. Además, la creación de esta organización representativa debería poder activar el resto de las iniciativas del Congreso. Esta iniciativa de la industria del libro que aspira a tener una mayor presencia social y peso de cara a las administraciones (autonómicas, estatales e internacionales) está formada por representaciones de los distintos gremios, que "se centran en lo común y empatizan con lo distinto", para



fomentar la formación y transparencia, la creación de un lobby, la revalorización del libro y el aumento de la visibilidad.

DÍA 2

Basándose en los tres bloques identificados, y en la breve proyección de plan de acción, el equipo se centra en identificar cómo dar forma a ese primer prototipo y poder así fechar acciones para que la "estructura unificada" se convierta en una organización funcional y dotada de contenido suficiente para que apoye a los gremios y genere capacidad de negocio a los diferentes agentes.

Plan de acción

EL ÉXITO del proyecto es alcanzar líneas de actuación (actualmente no desarrolladas) con el fin de vender libros, sostener empresas y fomentar la lectura.

Los OBJETIVOS establecidos por el equipo son la creación de la organización, dotarla de contenidos, generar proyectos que incluyan mejoras en el sector y desarrollo de planes específicos formación, crear una estructura ejecutiva y fomentar la confianza intersectorial para que el proyecto no sea rechazado por los diferentes agentes.

Las ACCIONES e INDICADORES que medirán la ejecución y éxito del proyecto para la creación de la organización son la firma de un acuerdo de los diferentes agentes y la redacción del proyecto. Para dotarla de contenido, habrá que divulgar (tanto a la sociedad como a la administración) las funciones que desarrollará, elaborar una agenda y poner en marcha una web. Soportar los proyectos se hará mediante la convo-

catoria de reuniones con los representantes del Congreso. Para generar una estructura, se establecerán niveles de delegación ejecutiva entre los colectivos presentes en la cámara teniendo en cuenta a las comunidades autónomas. El fomento de la confianza se basará en la mediación entre gremios, la convivencia entre los agentes y una comunicación interna transparente.

Finalmente, el EQUIPO. que ha diseñado el proyecto y su plan de acción ha decidido que para llevarlo a cabo es necesario un portavoz de cada gremio que lo presentará y dará a conocer en su círculo. Por otro lado, en una primera fase del proyecto, una comisión de seguimiento formada por dos miembros de cada gremio, con el soporte del resto, se encargará de que a un año vista esta estructura esté legalmente constituida.

Roadmap

La Red Profesional del Libro nace para revalorizar el sector y convertirse en el referente de ocio y cultura, ser un lobby, dar formación, tener una mayor visibilidad, y fomentar la transparencia, centrándose en aquellos aspectos que los diferentes gremios tienen en común y empatizando por lo distinto. Además, tiene el objetivo de dar voz a los diferentes proyectos generados durante el Congreso. A nivel estructural, esta representación intersectorial definirá los colectivos y agentes representados en esta cámara, establecerá los niveles de delegación ejecutiva y comenzará a funcionar con el fin de tener más fuerza como sector. Supliendo la necesidad de incrementar la colaboración entre los componentes del sec-

tor, se creará una asociación donde todos los estamentos del libro trabajen conjuntamente.

Los primeros pasos son la redacción del proyecto y la presentación del mismo a los gremios, con el fin de firmar un acuerdo (con fecha orientativa en noviembre). Justo entonces se empezará la redacción de los estatutos, que se someterán a varias correcciones y revisiones, para que en marzo de 2018 se constituya la Red Profesional del Libro de forma legal. Durante este año, también se empezará con la generación de contenidos web y de agenda.

En definitiva, el objetivo es que una organización creada por todos los agentes (a definir) del sector del libro actúe con el propósito por el que ésta ha sido creada: la representación intersectorial, la generación y compartición de contenidos, el soporte al resto de proyectos, y el fomento de la confianza.

ROADMAP ANUAL

	ABRIL 2017	MAYO 2017	JUNIO 2017	JULIO 2017
18 - inicio de la redacción	31 - redacción del proyecto Creación de la agenda de contenidos.	Reunión con los proyectos (definir planning). 30 - Tener proyecto presentado con fecha para la convocatoria (por parejas y com. autónoma)		
AGOSTO 2017	SEPTIEMBRE 2017	OCTUBRE 2017	NOVIEMBRE 2017	
		Convocatoria de los gremios para la presentación de la "cámara" durante LIBER. Web (diseño y breve creación de contenido). Definir colectivos y agebtes que aglutina la cámara.	Inicio del borrador de los estatutos. Establecer los niveles de delegación ejecutiva. Segunda reunión con proyectos para ver avances..	
DICIEMBRE 2017	ENERO 2018	FEBRERO 2018	MARZO 2018	
	Revisión de los estatutos.	Revisión de los estatutos. Tercera reunión con los proyectos.	Constitución de la estructura de manera oficial, con estatutos definitivos.	

Hitos Temporales

Entregables

Reuniones

Fases

Responsables

Indicadores



GRUPO 2

REPENSANDO LA CADENA DE VALOR

DÍA 1

Limitaciones, intenciones y aspiraciones

ASPIRACIONES

Las aspiraciones generales del equipo en cuanto al congreso fueron:

- conocer y entender cuál es la visión de la situación de la cadena de valor
- entender su funcionamiento global
- alcanzar un mínimo denominador común
- encontrar soluciones para mejorar el día a día de las librerías
- desarrollar soluciones para darle más valor al libro y atraer su venta
- crear un grupo de trabajo sobre el "Cluster del libro"

INTENCIONES

Las intenciones declaradas fueron las siguientes:

- lograr una mayor comunicación entre todo el sector
- diseñar un plan de acción en equipo para conseguir resultados a corto plazo
- implementar soluciones que ayuden a la transformación de la cadena de valor del libro
- escuchar los problemas de los otros sectores
- buscar objetivos que procuren el beneficio común
- generar interacciones en la cadena para dar soluciones comunes a problemas compartidos.

LIMITACIONES

Las limitaciones con las que declararon encontrarse fueron:

- el desconocimiento de la realidad de otros sectores
- los objetivos eventualmente incompatibles
- el miedo al cambio, las experiencias y perfiles diferenciados de cada uno de los integrantes de esa cadena de valor
- la falta de cooperación entre los distintos sectores
- la búsqueda de soluciones a corto plazo que olvida los objetivos, más estratégicos, a largo plazo
- el escaso tiempo disponible y las dificultades a la hora de conjugar diferentes intereses en un objetivo común
- el papel o perfil indefinido de muchos miembros de la cadena de valor tradicional en el nuevo ecosistema digital

Prototipo

La primera necesidad que se presentaba era entender la cadena de valor en su totalidad y abrir los diálogos pertinentes para llegar a comprender la situación y las necesidades de cada uno de los componentes. Se trataba de identificar los puntos de mejora y las necesidades o sinergias entre los distintos actores.

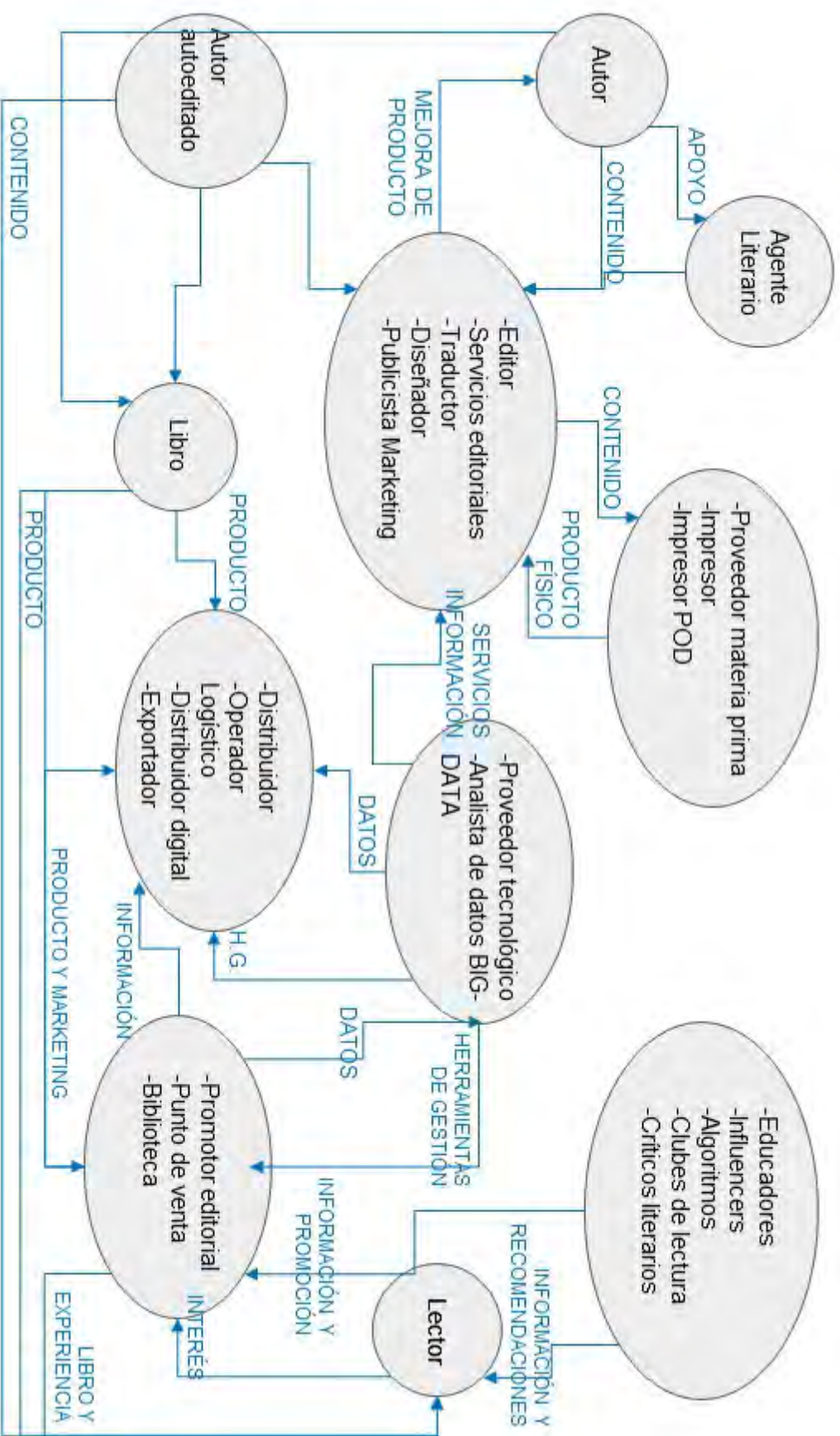
Descripción proyecto

En la primera imagen, podemos ver la cadena de valor tal y como está planteada en estos momentos, incluyendo algunos de los nuevos paradigmas como la autoedición y los influencers. Como podemos ver el mapeado no llega a completarse, ya que en muchas ocasiones no estaba claro qué aportaba cada sector al resto. También es cierto que faltan algunos actores, pero este es el mapa que se consideró suficiente para una primera aproximación a la cartografía de la cadena de valor.

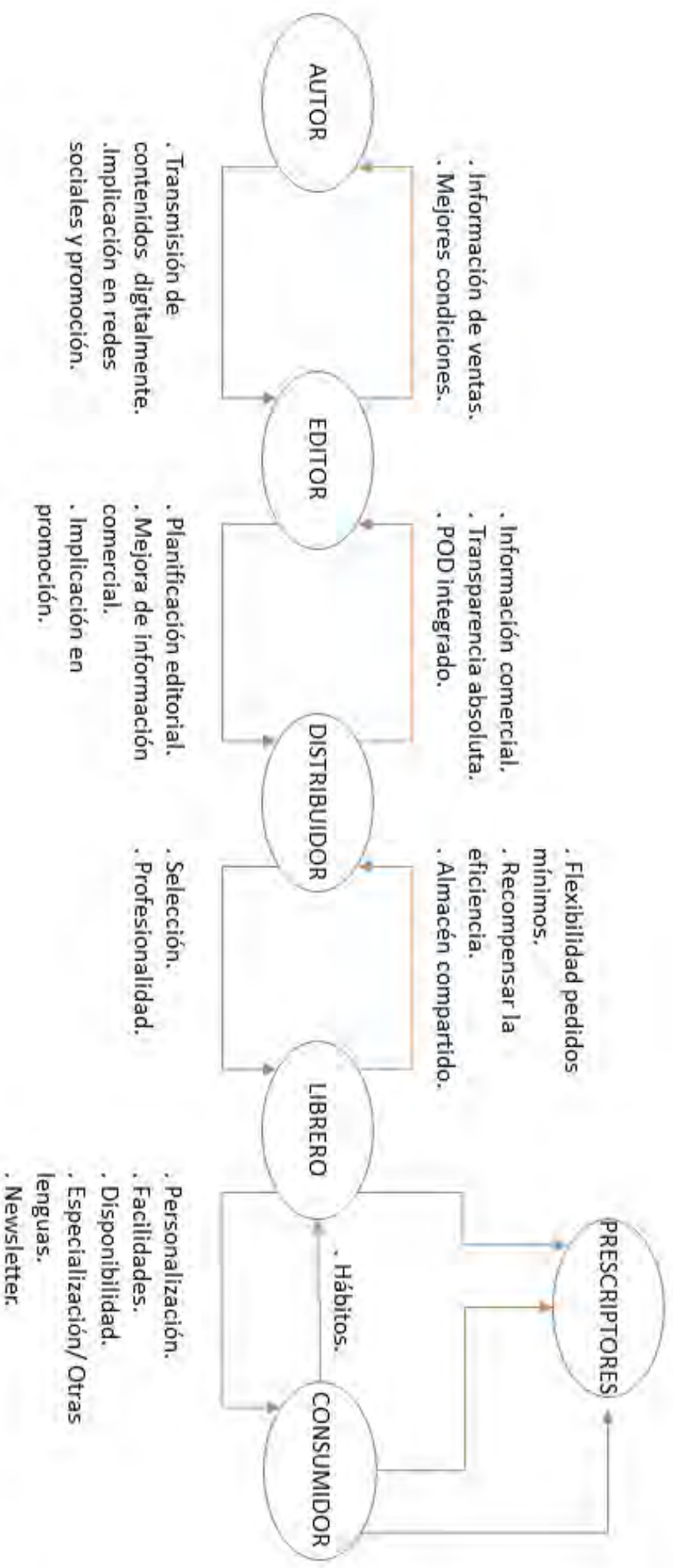
Con esta primera imagen finalizada, el equipo comenzó a dibujar el segundo mapa. En esta ocasión se simplificó el sistema y se plasmaron los actores más inmediatos, para poder comenzar, así, a proporcionar posibles soluciones a los problemas fundamentales antes de implementar nuevas estructuras. Se pueden ver en las flechas las necesidades y valores que se pretenden generar entre los distintos gremios y sectores.

Una vez observadas las necesidades en el mapa simplificado, el siguiente paso consistió en añadir los distintos actores iden-

Mapa actual



Mapa nuevo



tificados en el primer mapa (también los más nuevos), para añadirlos de forma que agregaran valor a todos los sectores.

DÍA 2

Una vez definido el valor aportado por cada sector en la cadena de valor, los miembros del equipo propusieron los objetivos que debían alcanzar y las acciones necesarias para llegar a ello. Bajo el lema “libro veo, libro leo”, estos son los pasos a seguir marcados por el grupo:

Plan de acción

Objetivos y caso de éxito:

- Optimizar el acceso al libro: al facilitar el acceso de los lectores a los libros y reducir esperas mejoramos la experiencia de usuario y por lo tanto aumenta la venta.
- Ganar espacios: en lugar de competir por los espacios, si logramos entre todos tener mayor visibilidad en redes y espacios físicos se puede lograr un mayor impacto.
- Mejorar la cadena de distribución: centrándonos en ello se consigue una mayor unión y comunicación entre los distintos sectores del libro.
- Profesionalizar a los libreros: generando un código de conducta profesional común que aporte valor al cliente se generará un mayor volumen de ventas.

Acciones:

- Para este primer objetivo se propusieron las siguientes acciones: reducir de los costes de fabricación, conocer mejor al cliente y construir audiencias, abrir el debate del marco normativo (ley del libro), generar campañas pu-

blicitarias en favor del libro y estudiar la redacción del reglamento del libro.

- Para generar una mayor presencia en espacios, las acciones propuestas fueron dos: reforzar el uso de “todos-tuslibros”, una web ya operativa, y buscar un mayor apoyo gubernamental.
- En cuanto a la cadena de distribución se proponen las siguientes acciones: crear canales para mejorar el acceso a la metadata, diseñar sistemas de producción y provisión del libro al lector, potenciar el “dropshipping” y, por último, mejorar y recompensar la eficiencia.
- Para esta última las acciones propuestas fueron: dotar a los libreros de herramientas tecnológicas, generar una jornada de escuela de libreros y potenciar la red colaborativa de libreros.

Equipo:

- También se definieron los roles de equipo necesarios y las cualidades que estos debían de tener:
- Responsable TIC: con conocimiento de las herramientas del sector y capaz de ver las sinergias entre sectores.
- Coordinador: Gran capacidad analítica de procesos.
- Librero con mucho interés en la experiencia de usuario.
- Enlace: relación con los distintos gremios y también con la administración.
- Planificador de eventos: tendrán que coordinar las reuniones y los eventos acordados por el equipo.
- Asesor de la cadena de valor: sería adecuado que esta función la desarrollara un distribuidor.

Roadmap

Una vez se describieron las acciones que habría que llevar a cabo, se decidió que sería mejor empezar a trabajar en uno de los objetivos, primero, y, progresivamente, ampliar el espectro. En este primer año se decidió empezar por optimizar el acceso al libro con la planificación de tareas e hitos que pueden verse en el próximo gráfico.

Lo primero que se hará será generar un cuestionario para los distintos gremios y así poder hacer un diagnóstico del sector. Para el mes de mayo dicho cuestionario estaría creado, lo mismo que un apéndice en el blog del congreso donde se podrán anunciar los progresos abiertamente.

En Junio se lanzará dicho cuestionario y se recogerán las respuestas hasta el mes de septiembre.

Los documentos se presentarán según las siguientes fechas convenidas:

- Septiembre el documento “propuesta de integración a la cadena”;
- Noviembre “medidas de mejora para la provisión de libros”;
- Diciembre el informe sobre “posibilidades de integración del libro digital en la cadena”.

Se espera que, a medida que vayan avanzando los meses, se vayan generando a la par una serie de eventos tanto para la presentación de documentos como para la generación de nuevas ideas y propuestas.

ROADMAP ANUAL

ABRIL 2017 Confección de cuestionario a los entes para diagnóstico del sector	MAYO 2017 Crear un apéndice en el blog del congreso para mostrar avances. Primer borrador de cuestionario listo	JUNIO 2017 Lanzamiento del cuestionario a los gremios del sector.	JULIO 2017
AGOSTO 2017	SEPTIEMBRE 2017 Finalizar recolección de datos generados con el cuestionario. Presentación de documento con la propuesta de integración a la cadena.	OCTUBRE 2017	NOVIEMBRE 2017 Documento con medidas de mejora para la provisión de libros generada.
DICIEMBRE 2017 Presentación de informe de posibilidad de integración del libro digital en la cadena.	ENERO 2018	FEBRERO 2018	MARZO 2018

■ Hitos/ indicadores de éxito

■ Acciones

POST MOTOROLA / EVALUACIÓN DEL TRABAJO EN EQUIPO

Bueno

- Compartir experiencias de trabajo en equipo.
- Identificar problemas del sector y buscar soluciones.
- Gestión del liderazgo.

Malo

- Poco conocimiento de la metodología de trabajo.
- Falta de identificación de un objetivo concreto..

Mejorar

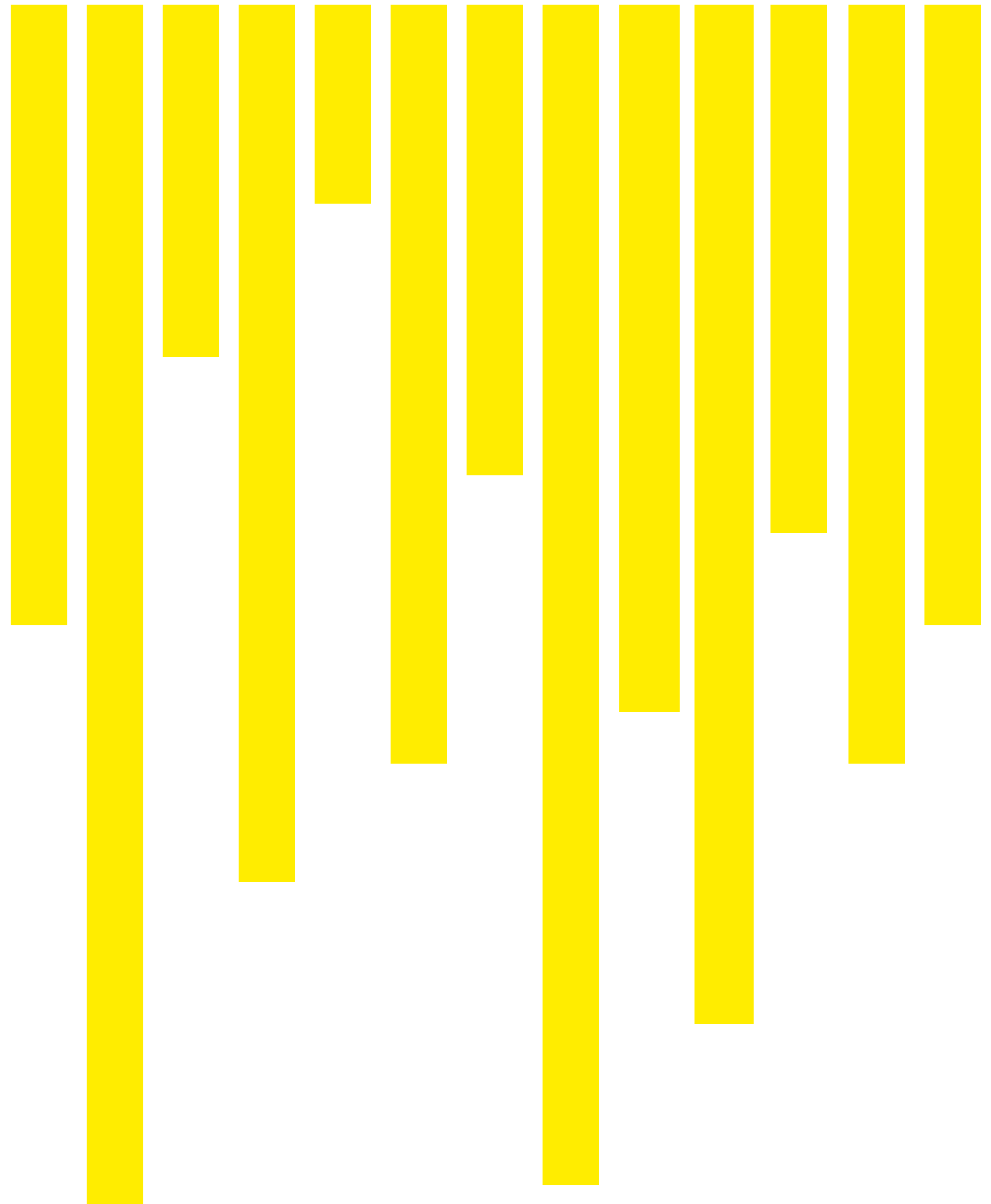
- Ampliar el tiempo de ejecución.
- La disciplina en los tiempos.
- Faltaban por incorporar los perfiles de lector y autor.

Siguientes pasos

- Presentar un plan de acción y objetivo al inicio de las jornadas.
- Diversificar el equipo.

Comentarios

- Intentaremos trabajar en la idea de «Cluster».



EDUCACION

EL ROL DE...

Handwritten notes on sticky notes in various colors (yellow, orange, red, purple) covering the upper middle section of the page.

ENFRENTE EN EL ESPACIO TECNICO
EN UN MUNDO DE PAISES DEL LIBRE...

PRINCIPAL

B. colectivo

integración / autonomía
atracción mundial / turismo
contacto internacional

EXPANSION

↑↑ más autonomía / lectura
↑↑ autoestima

BENEFICIOS DE LA LECTURA

significan la profesión

UMENTES





GRUPO 3

HERRAMIENTAS PARA EL ESTÍMULO DE LA COOPERACIÓN Y LA COORDINACIÓN

DÍA 1

Limitaciones / Intenciones / Aspiraciones

Las limitaciones que se encontraron fueron:

- los recursos limitados
- la escasa innovación en el sector por el ritmo de adaptación al cambio
- la mentalidad anticuada
- la diversidad de herramientas en la cadena de valor
- el desconocimiento de ellas por falta de información y comunicación
- la escasa transparencia en la relación entre los distintos agentes

Perseguían los objetivos siguientes:

- dar valor a libro
- crear mayor hábito a la lectura
- generar una suma de esfuerzos en una plataforma común en la que se conectara a todos los agentes del sector.

Prototipo

Tras desarrollar su idea, apostando por la creación de una nueva plataforma unitaria, crearon el “Proyecto Base”, en el que primero plasmaron las herramientas actuales y después la herramienta interna ideal que pretendían desarrollar.

Descripción proyecto

Dividieron el prototipo en dos mapas mentales:

El primero de ellos consistió en estructurar las herramientas internas actuales y la relación que hay entre ellas para que toda la mesa partiera del mismo conocimiento de las herramientas existentes. Tras ello, analizaron qué les ofrecía cada una de estas herramientas a los tres gremios y, después, reflexionaron acerca de las necesidades de cada uno de ellos para entender, por una parte, de qué manera podían utilizar las herramientas actuales en su propio provecho y, después, para poder desarrollar nuevas herramientas capaces de estimular la cooperación y la mejora del servicio a los usuarios.

De esta manera comenzaron a desarrollar la idea de un prototipo que recibió la denominación de “Proyecto Base”. El proyecto consistió en generar una base de datos única a la que tuvieran acceso los diferentes agentes, una base de datos



PROYECTO BASE



Filtros plataforma:

Fichas de libros
Ventas y disponibilidad
Administración y contabilidad
Logística y pedidos
Venta al público

Gratuita y obligatoria

en la que poder encontrar Información comercial completa y según perfiles, Información contable y administrativa unificada e Información logística fiable. Los filtros que se encontrarían en la plataforma serían las fichas de libros mucho más completas con información sobre ventas y disponibilidad de los libros, administración y contabilidad, logística y pedidos y venta al público. Además de ello, desarrollarán la parte de venta al público en todostuslibros.com, no sólo creando la opción de compra sino diseñando una experiencia de usuario y campañas de atracción al lector para que se convirtiera en la herramienta fundamental de cara al público lector.

DÍA 2

Tras desarrollar el diseño de la plataforma que querían crear, nos preguntamos a dónde queríamos llegar y cuáles serían los indicadores que cualificarían el éxito del proyecto. Para ello establecimos una serie de indicadores que se deberían ir cumpliendo para el éxito del proyecto y los perfiles necesarios para su realización.

Plan de Acción

EL ÉXITO del proyecto debía ser recoger la información comercial, logística y contable en un lugar único común. Si este objetivo se consiguiera, se planteaba la posibilidad de una factura única para el librero, servicio 24h al cliente final y a las librerías y liquidación única para el editor.

Los OBJETIVOS .establecidos por el equipo fueron generar mayor conocimiento de situación actual, comunicar al sector las herramientas existentes, detectar nuevas necesidades,

testearlas, analizar resultados y lanzar la creación de la plataforma unitaria.

Las ACCIONES e INDICADORES que medirán la ejecución y éxito del proyecto. fueron enviar una encuesta a todos los agremiados (Editores, distribuidores y libreros), comunicación de resultados a los Gremios y trabajo con responsables técnicos de cada gremio, elaborar diseño funcional y puesta en marcha de cambios, y hacer de todostuslibros.com la plataforma de venta y experiencia de usuario.

Finalmente, el EQUIPO constató que en el grupo de trabajo había perfiles muy interesantes para poder realizar el proyecto. Como agentes externos en una fase más avanzada reclamaron la necesidad de mantener contactos con la Administración Pública (Ministerio) y, en otro orden de cosas, profesionales con conocimientos técnicos de diseño y desarrollo web para generar la plataforma.

Roadmap

En el roadmap anual la primera acción a desarrollar es el diseño de la encuesta de necesidades de los diferentes gremios. Para ello eligieron tres miembros del equipo, cada uno de un gremio diferente para disponer de las tres perspectivas contrastadas y realizar una encuesta más completa. También se añadiría, finalmente, otro miembro adicional: un representante de las bibliotecas públicas.

Decidieron que la fecha del primer envío de la encuesta será el 15 de Mayo, mientras otros miembros del equipo se reunirían con el equipo de Todostuslibros.com para encontrar vías

de colaboración y poder desarrollar la plataforma de venta y experiencia de usuario.

En junio se haría el reenvío de la encuesta y se reuniría a dos o tres expertos por gremio para profundizar más en las necesidades de cada uno de ellos y tener en cuenta estas conclusiones en el análisis final. Tras ello, se recogerán los datos, se analizarán y se presentarían los resultados a los gremios, creándose una propuesta de herramienta interna.

+ Útil para la encuesta

- Necesidades de libreros:
- Reducción tiempos gestión
- Segmento distribución
- Seguimiento postventa libried
- Acciones promocionales comunes
- Venta on-line
- Información disponibilidad REAL
- Gestión eficiente de información y mercancías

Necesidades editores:

- Transmisión de información
- Visibilidad de productos
- Reportes de ventas en tiempo real (o 24h)
- Venta y stock del distribuidor

Necesidades distribuidores:

- Metadatos exactos, completos y a tiempo
- Sistemas de intercambio de información común y utilizado por todos

ROADMAP ANUAL

<p>ABRIL 2017</p> <p>Diseño cuerpo encuesta</p> <p>Arizcun Inés</p> <p>Clara Eva</p> <p>Reunión ministerio</p> <p>Ahinoa</p>	<p>MAYO 2017</p> <p>Envío encuesta</p> <p>15 - 22</p> <p>Recabar información situación actual gremios</p> <p>Inés</p> <p>Javier</p>	<p>JUNIO 2017</p> <p>Reenvío encuesta</p> <p>15 - 22</p> <p>Se reunirán 2/3 expertos por gremio para profundizar más en las necesidades de los gremios</p> <p>Javier</p>	<p>JULIO 2017</p> <p>Agrupar resultados y tablar</p> <p>Javier 2</p>
<p>AGOSTO 2017</p> <p>¡Congreso en Mallorca!</p>	<p>SEPTIEMBRE 2017</p> <p>Respuesta a conclusiones de encuesta y propuesta a los gremios</p> <p>Javier B</p>	<p>OCTUBRE 2017</p> <p>Propuestas a los gremios - Liber</p> <p>Javier B</p>	<p>NOVIEMBRE 2017</p> <p>Respuesta de los gremios</p>
<p>DICIEMBRE 2017</p> <p>¡LUZ VERDE!</p>	<p>ENERO 2018</p> <p>Formación e información a usuarios</p> <p>Todos</p>	<p>FEBRERO 2018</p> <p>Solicitar subvenciones culturales - primer trimestre</p>	<p>MARZO 2018</p> <p>Presentar en Congresos</p> <p>II Congreso en Madrid</p>

Encargados

Acciones

Reuniones

Deadlines

- Normas para los procesos
- Simplificación de los procesos administrativos y contables
- Plataformas comunes

Post Motorola

Bueno

- Trabajo en equipo (Por la variedad de perfiles, ha enriquecido el proceso, la voluntad de aportar, escucharse, esforzarse por entenderse y abrir su mente)
- La unión hace la fuerza, sentarse todos los agentes del sector en una mesa y haber sido capaces de encontrar un punto común
- Aprendizaje en el sector
- Método nuevo con nuevas metodología
- Ponentes muy interesantes y de gran nivel

Malo

- Acústica
- Parten de conocimientos distintos y desconocen las herramientas existentes
- Poco tiempo para debatir y profundizar
- Diversidad de interpretación con respecto a cuál debe ser el éxito final del proyecto
- Momentos de confusión y poca novedad en la solución





GRUPO4

NUEVAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

DÍA 1

Limitaciones, intenciones y aspiraciones

Las limitaciones que se encontraron fueron:

- el desconocimiento de nuevas tecnologías,
- el encontrarse en un sector conservador,
- la falta de apoyo de la administración,
- la escasa valoración de la formación por los miembros del sector,
- el exceso de trabajo
- los cambios continuos.

Perseguían los siguientes objetivos:

- generar sinergias constructivas mediante la formación,
- identificar nuevas competencias
- establecer unas pautas de formación

- generar una red de comunicación intersectorial nacional
- cambiar los certificados de profesionalidad
- poner el libro en el mapa “de moda” o llegar a ser competencia de Amazon.

Prototipo

¿Qué plataformas podríamos crear para obtener una formación continua de nuevas habilidades en el sector del libro? Después de un brainstorming en el que se analizaron las nuevas competencias profesionales y los distintos formatos para la formación, el equipo decidió crear una plataforma digital de formación: “Libro Lab”.

Descripción proyecto

Libro Lab es una plataforma de formación digital dirigida a la formación de libreros, editores y distribuidores. Se ofertan cursos de dos modalidades: generales y específicos.

Dentro de los **generales** (competencias comunes a todos los gremios) se dividen los cursos en:

1. Comunicación y marketing
2. Herramientas de gestión
3. Gestión cultural
4. Diseño y estética

Por otro lado también hay una oferta de cursos **específicos** para cada sector, entre ellos:

1. Editores (recursos digitales, nuevos formatos)
2. Libreros (gestión general de stock, modelos de negocio y financiación, tercer espacio)

Editores:

- Recursos digitales (PDF, Word, InCopy)
- Nuevos formatos (XML, libro digital, audiolibro)

Libreros:

- Gestión general de stock
- Modelos de negocio y financiación
- Tercer espacio

Distribuidores:

- Promoción
- Servicio
- Gestión de stock

- Dudas y respuestas
- Sinergias
- Ejemplos de buenas prácticas

LIBRO LAB

OFERTA DE CURSOS

GENERALES

- Redes sociales
- Metadatos
- Canales de venta
- Audiovisual
- Medios

Comunicación y marketing:

marketing:

Gestión cultural

- Asociacionismo
- Fomento de la lectura

Herramientas de gestión

- Stock
- Producción
- Logística
- Transporte
- Contabilidad

Diseño y estética

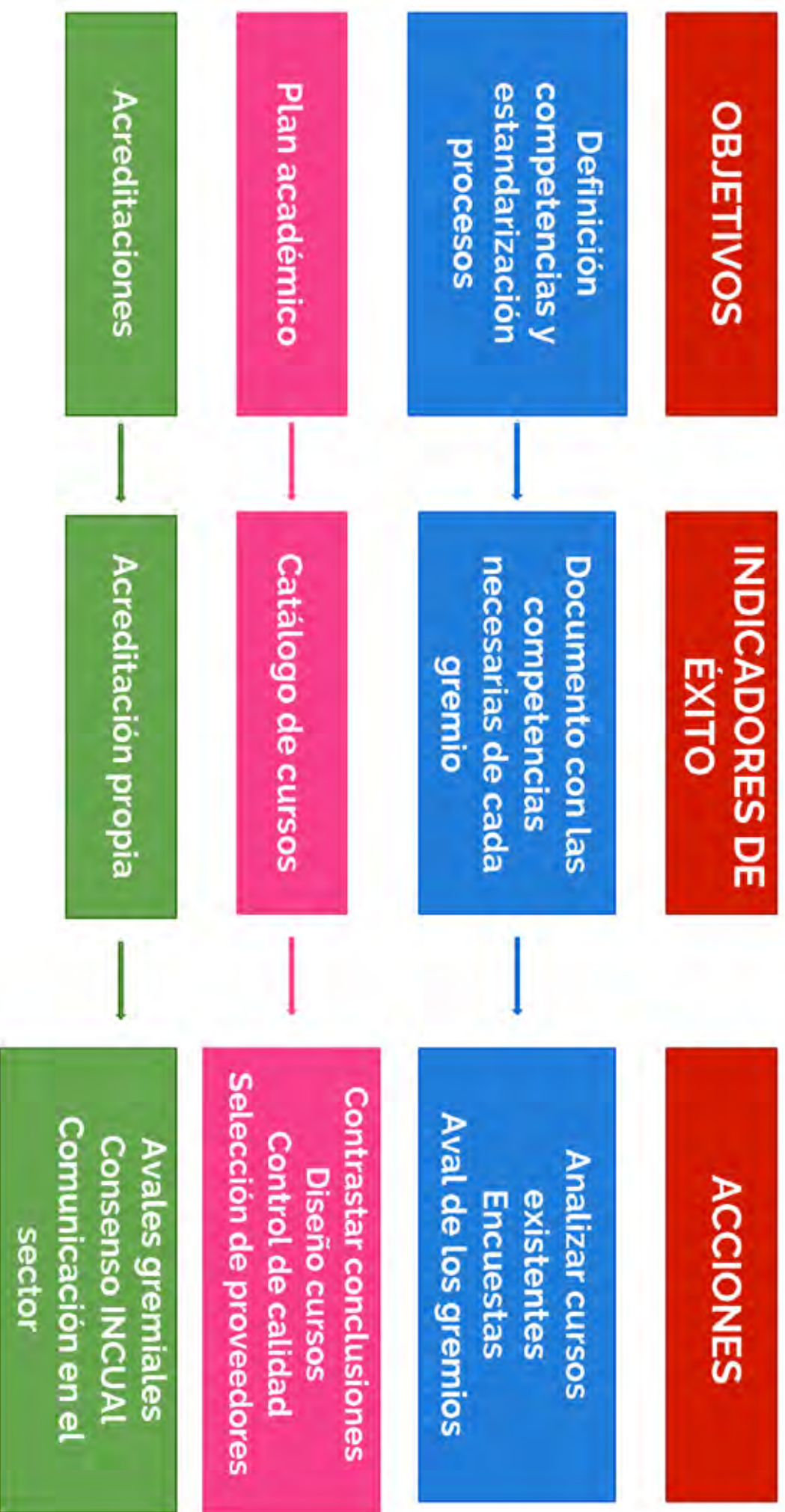
- Espacios y escaparates

RED PROFESIONAL DE CONTACTOS

- Tareas/áreas específicas
- Sinergias

FORO ABIERTO INTERSECTORIAL

- Dudas y respuestas
- Sinergias
- Ejemplos de buenas prácticas



3. Distribuidores (promoción y presentación, servicio, gestión de stock)

Además de la parte formativa, Libro Lab apostaría por la creación de un **foro abierto intersectorial** donde haya lugar para dudas y respuestas formativas, ejemplos de buenas prácticas y sinergias. También cuenta con una **red profesional de contactos**, donde podrían darse sinergias entre gremios y ofertas laborales en áreas específicas.

DÍA 2

Tras definir cuáles serían los tres objetivos más importantes y sus casos de éxito, el equipo desglosó para cada uno de ellos las acciones necesarias a un año vista para que estos planes se cumplieran. Así mismo analizaron qué personas del equipo estaban encargadas de cada acción y si necesitaban perfiles externos o financiación.

El lema de este equipo: «Formamos a los profesionales del libro de hoy y del mañana»

Plan de acción

EL ÉXITO del proyecto consiste en tres indicadores:

1. redactar un documento con todas las competencias necesarias para cada gremio
2. generar un catálogo de cursos desarrollado y publicado para marzo de 2018 (a lo que le seguirá a partir de esa fecha el desarrollo de una página web con la oferta formativa y un plan de marketing y comunicación para la plataforma.)
3. generar una acreditación propia.

Los OBJETIVOS, ligados a los indicadores de éxito, son:

- la definición de competencias y estandarización de procesos,
- el desarrollo de un plan académico
- las acreditaciones académicas.

Las ACCIONES e INDICADORES que medirán la ejecución y éxito del proyecto se dividieron en tres::

1. Para el primer reto se definieron las siguientes acciones por orden cronológico:
 - a. analizar los cursos ya existentes, tanto en España como en el exterior, para ver qué elementos funcionan y cuáles no;
 - b. pedir a los profesionales nuevas propuestas de formación a través de encuestas (previa elaboración), donde también se analizarán sus necesidades formativas. Tras un análisis de las encuestas, se extraerán y redactarán las conclusiones.
 - c. realizar una gestión de concienciación y se encontrará un aval por parte de los gremios.
2. Para el desarrollo del plan académico:
 - a. contrastar las conclusiones obtenidas en las encuestas del punto anterior;
 - b. diseñar los distintos cursos (temática y formato). Tras finalizar con el diseño se realizará un control de calidad de los cursos;
 - c. seleccionar posibles proveedores de formación;
 - d. publicar el catálogo con los cursos.
3. Para conseguir una acreditación propia:
 - a. búsqueda de avales gremiales como primer paso;

- b. discutir y consensuar con el Incual la relación de los perfiles profesionales y sus planes de formación;
- c. desarrollar una acción de comunicación dentro del sector.

Finalmente, el EQUIPO se consensuó contando con las personas integrantes del equipo de trabajo durante el Congreso, y se definió la necesidad de contar con perfiles externos como un profesional que se encargue de elaborar y analizar las encuestas (quizás un sociólogo). También se necesitarían diseñadores para el diseño de los cursos, colaboración, el apoyo de los gremios en las distintas fases del proyecto y un equipo de profesionales de desarrollo web y comunicación y marketing para el objetivo de la plataforma web a partir de marzo de 2018.

En este caso también contamos con un plan de financiación, por lo que contactarán con la siguiente lista de posibles sponsors para cubrir las inversiones del proyecto: Fundación Lara, BBVA, Santander, Mapfre, La Caixa, Cámara, Fundación Sánchez-Ruiz Pérez, Fundación Bertelsmann, Random House Mondadori, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Cultura, Samsung, Apple.

Roadmap

Libro Lab nace para dar respuesta a la necesidad de nuevas competencias profesionales de los tres gremios. Con tres objetivos, que crecen gradualmente en el tiempo, este equipo creará un plan académico acreditado para todos los profesionales del sector.

Las primeras acciones comienzan el próximo mes de abril, con una fase de análisis de la formación ya existente. De esta forma, se podrán observar los programas que se están realizando tanto en España como en el extranjero. En esta primera tarea, y como coordinadores de este objetivo se encuentran Alberto, Ricardo y Antonio. En este mismo mes, Reyes se encargará de conseguir el aval de los gremios, requisito fundamental para que el proyecto se desarrolle con éxito. También se comenzará con la elaboración de encuestas, para contar con la opinión y propuestas de los profesionales del sector.

A un año vista el objetivo sería disponer de un catálogo de cursos publicado (anteriormente acreditado y consensuado). A partir de marzo de 2018 realizarían una plataforma web y un plan de marketing y comunicación del programa formativo.

El plan detallado con responsables, fechas y reuniones más detallado se puede ver en el calendario adjunto.

POST MOTOROLA

Bueno

- Puesta en común de propuestas desde los diferentes sectores.
- Respeto en el diálogo y las ideas propuestas.
- Un proyecto definido.

ROADMAP ANUAL

	ABRIL 2017	MAYO 2017	JUNIO 2017	JULIO 2017
AGOSTO 2017	<p>Analizar los cursos existentes - 3 meses - Alberto, Ricardo y Antonio</p> <p>Gestión de concienciación - Reyes + aval de los gremios</p> <p>Elaboración de encuestas para nuevas propuestas formativas - profesional externo</p>	<p>Implicar a las instituciones y buscar financiación - Arantxa, Reyes y Ricardo</p>	<p>Entregable con el análisis de los cursos.</p> <p>Apoyo monetario conseguido.</p> <p>Skype (equipo)</p>	<p>Envío de las encuestas</p>
SEPTIEMBRE 2017		<p>Analizar datos de las encuestas - profesional externo</p> <p>Extraer y redactar conclusiones - Equipo, Fernanda coordinadora</p>	<p>Redactar documento tras las conclusiones - Maite</p> <p>Contrastar conclusiones con el estudio de mercado - equipo</p> <p>Skype (equipo)</p>	<p>Selección de proveedores - Equipo y gemios</p> <p>Elaborar control de calidad de los cursos - Equipo y gremios</p> <p>Diseño de los distintos cursos - Antonio, Alberto, Ana, Reyes</p> <p>Incul</p>
DICIEMBRE 2017		<p>ENERO 2018</p> <p>Skype (equipo) a partir del 20</p>	<p>FEBRERO 2018</p> <p>Consenso con el Incual - Antonio</p> <p>Buscar avales gremiales - Reyes</p> <p>Proveedores seleccionados</p> <p>Diseño de cursos terminado</p>	<p>MARZO 2018</p> <p>Catálogo de cursos publicado</p> <p>Comunicación dentro del sector - Arantxa y Reyes</p> <p>Marzo 2018: Desarrollo página web (Reyes y equipo externo)</p> <p>Plan de comunicación y marketing (Ana y equipo externo)</p>

Hitos Temporales

Entregables

Reuniones

Fases

Responsables

Indicadores

Malo

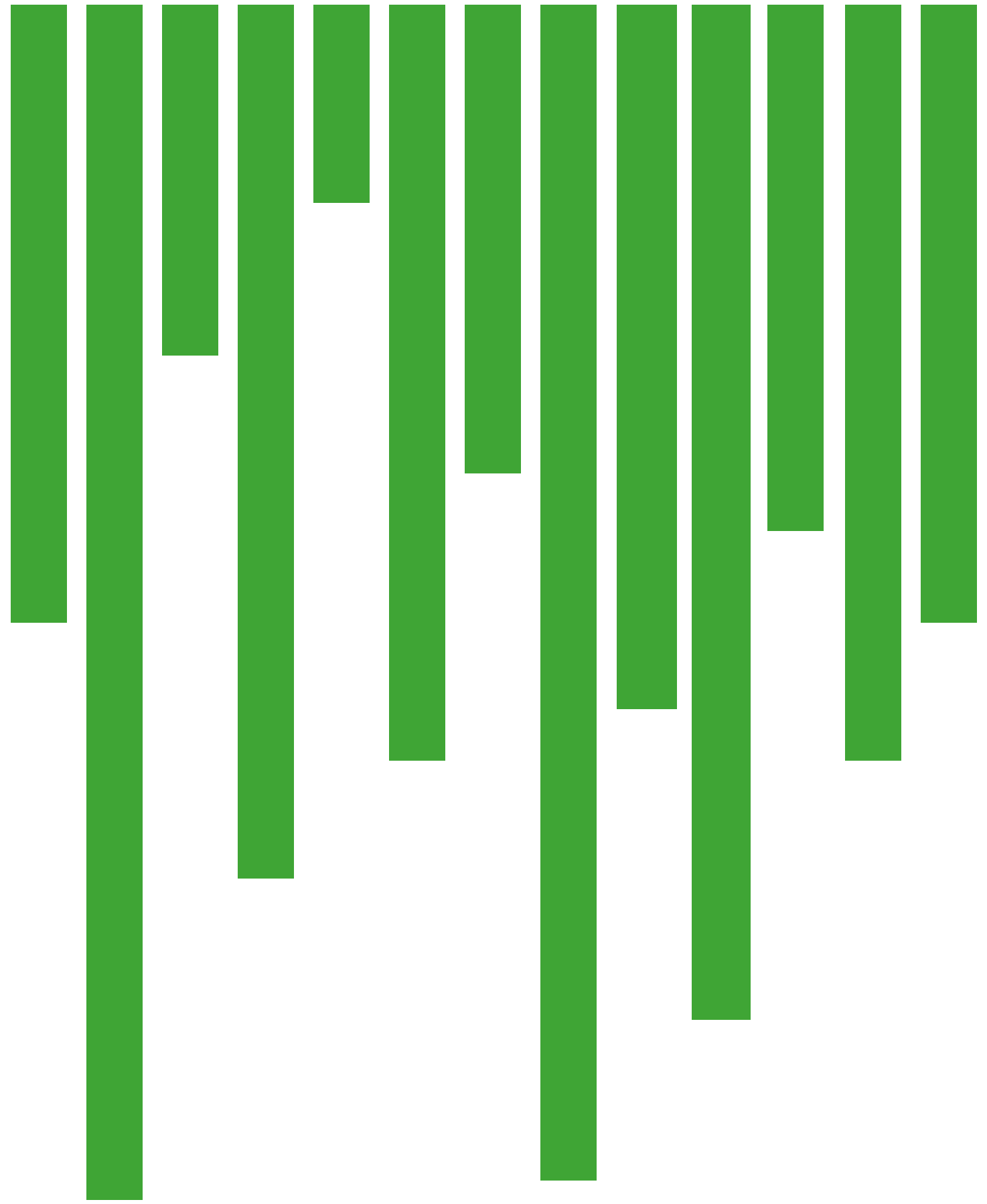
- Ritmo vertiginoso, precipitación.

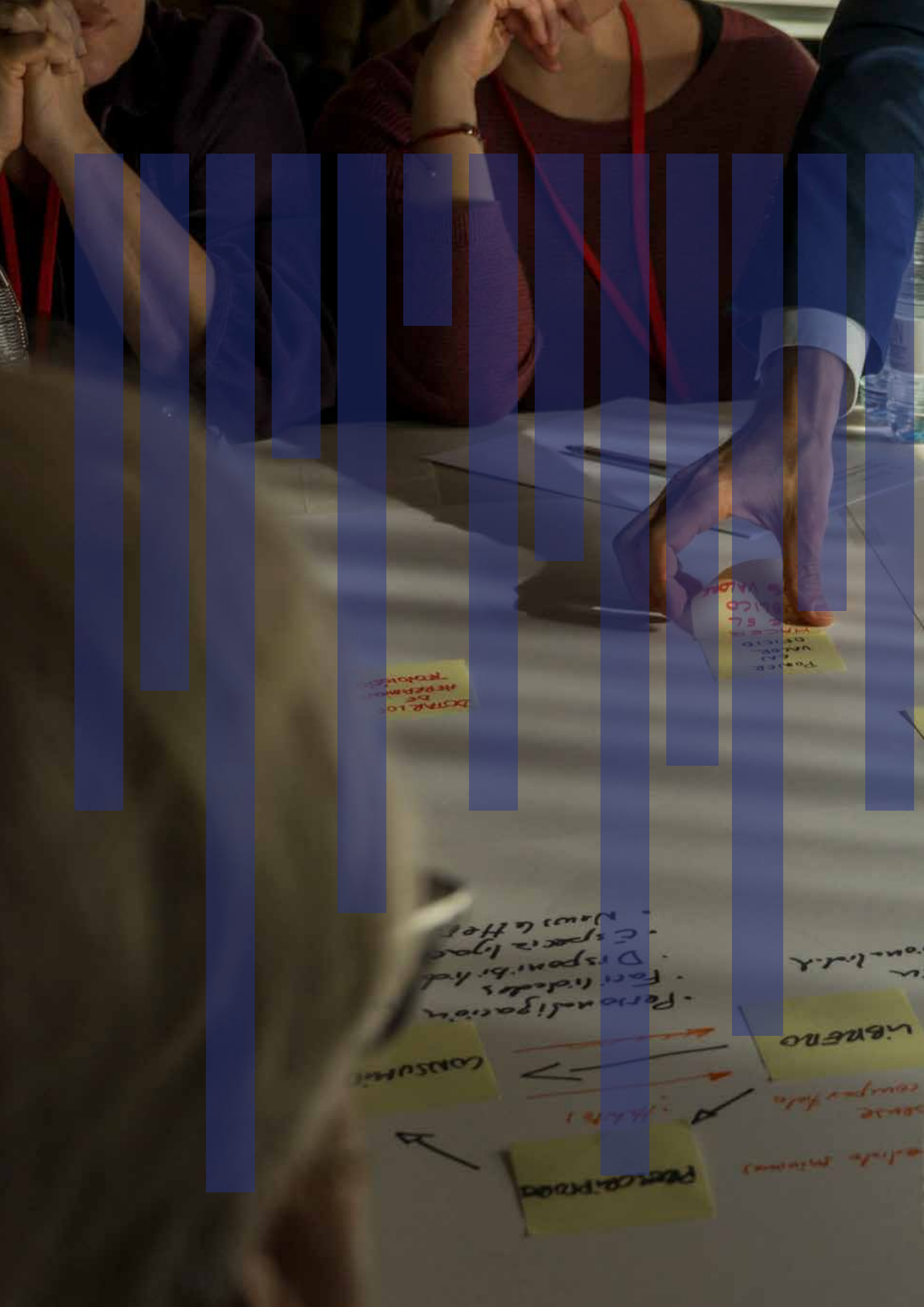
Mejorar

- Sintetizar y concretar

Siguientes pasos

- Seguir con el plan de acción definido en el Congreso.
- Organizar encuentros.





EXTRA LOS
DE
RESPONSABILIDAD

Posible
en
un
nivel
de
57
CO
VALOR

- Personalización
- Fortalezas del
- Disponibilidad
- Español
- News letter

CONSUMIDOR



PERCEPCIÓN

VALOR

base comparativa

entre personas

GRUPO 5

LA ALIANZA INTERGREMIAL COMO INSTRUMENTO DE REIVINDICACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

DÍA 1

Limitaciones / Intenciones / Aspiraciones

LIMITACIONES

Consideraron importante las siguientes circunstancias:

- falta de recursos económicos y humanos
- prejuicios y miedo al cambio
- competencia desleal
- falta de interés de las instituciones públicas,
- falta de cooperación sectorial
- competencia de otros formatos (internet, TV)

INTENCIONES

Persiguen los siguientes objetivos:

1. establecer nuevas formas de lectura acercando el libro al lector
2. aumentar proyectos en los que participen varios colectivos (interdisciplinariedad)
3. crear un manual de instrucciones para el uso del libro así como crear campañas de promoción del libro
4. dignificar los oficios del libro ante instituciones públicas
5. introducir al libro en los espacios de interés (no como alternativa, sino como complemento).

ASPIRACIONES

Es importante que el libro ocupe un espacio relevante en la sociedad, como herramienta de transformación individual y colectiva, que sea visto como un elemento cotidiano en el día a día y que se consiga un incremento de librerías y espacios dedicados al libro.

Prototipo

¿Qué acciones conjuntas se podrían realizar en el espacio público para fomentar la lectura y poner en valor el papel del libro?

1. Realizar un "LibroEspaña" (basado en PhotoEspaña)
2. Hacer del libro algo "cool" o algo que está de moda
3. Hacer un LIBER digno y abierto a todos
4. (Finalmente, las opciones 1 y 2 se fusionan y la 3 se aplaza)

Descripción proyecto

El equipo crea una red de promoción, interconexión y soporte de iniciativas (nuevas y existentes) en torno a la promoción

<<LIBROESPAÑA >>

BOOKSPAIN

ES UNA RED DE PROMOCIÓN, INTERCONEXIÓN Y SOPORTE DE TODAS LAS INICIATIVAS NUEVAS Y EXISTENTES ENTORNO A LA PROMOCIÓN DEL LIBRO Y LA LECTURA [CARTOGRAFÍA DE PROYECTOS "NODO" EXISTENTES]

AMBITOS DE ACTUACION

ACCIONES

CELEBRACION

01_ EDUCACION

- MANUAL DE USO DEL LIBRO
- VIDEOJUEGO "UN MUNDO SIN LIBROS"
- CARNET DEL LECTOR
- "MUNDO LIBRO" A LA ESCUELA: AUTORES Y LIBREROS

02_ EL BARRIO // LA CALLE

- SPEAKERS CORNERS
- PRESENCIA EN FIESTAS POPULARES
- CIRCUITO DE EXPOSICIONES
- AUTORES A LA CALLE
- FESTIVAL DE LA PALABRA

EVENTO DE DURACION
1 MES
FECHA: PRIMAVERA

03_ ESPACIO DIGITAL

- VIDEOJUEGO "UN MUNDO SIN LIBROS"
- PARTICIPACION DEL USUARIO / LECTOR A TRAVÉS DE CONVOCATORIAS ONLINE

04_ ESPACIOS ALTERNATIVOS
(CENTROS DE SALUD,
HOSPITALES)

- CAMPAÑA SOBRE LOS BENEFICIOS SALUDABLES DE LEER
- CLUBES DE LECTURA EN EMPRESAS
- ESTUDIOS (ESPACIOS Y SITUACIONES ALTERNATIVAS EN LAS QUE LEER)

05_ INSTITUCIONES /
ADMINISTRACIONES

- ESTUDIOS (¿POR QUÉ NO LEE UN 40% DE LA POBLACIÓN?)
- CHEQUE LIBRO

del libro y la lectura. Con ello pretenden generar un catálogo de recursos relacionados con el libro, una plataforma que ponga en valor los oficios del libro y un organismo que fomente campañas de publicidad sobre el fomento de la lectura. LibroEspaña se estructura anualmente, concluyendo dicha actividad anual en un evento-celebración de duración mensual en el que se realizarán conferencias, exposiciones, actividades y talleres entorno a las actividades que se han realizado bajo dicho paraguas-marca.

Los ámbitos de actuación son cinco:

1. Educación
2. El barrio/calle
3. Espacio digital
4. Espacios alternativos
5. Instituciones/Administraciones.

Cada ámbito de actuación engloba una serie de acciones que se apoyarán en los llamado "nodos" o en aquellas actividades ya existentes incluidas dentro de LibroEspaña que a su vez servirán de agentes difusores del proyecto. Por ello, es fundamental una acción global previa que documente las actividades ya existentes que quieran participar en dicho proyecto para, por un lado, detectar qué actividades nuevas cabría incluir y, por otro, para que dichos "nodos" funcionen como difusores en sus comunidades o barrios.

DÍA 2

Una vez definido el proyecto LibroEspaña, es necesario establecer una serie de indicadores que irán asociados a unas

actividades que nos ayuden a poner en marcha el proyecto y establecer un plan de acción a modo de declaración de intenciones que sirva de guía para seguir trabajando el resto del año.

Plan de acción

Para el equipo, "éxito" entraña lo siguiente:

1. aumentar el número de lectores y ventas
2. crear una marca única y sólida que haga visible el interés social por el lector
3. recuperar el protagonismo del libro en la difusión de la lectura
4. mejorar la experiencia del cliente.

Para ello, los indicadores propuestos son:

1. aumento nº préstamos en bibliotecas
2. conseguir 10.000 uds. carnet de lector y hacer seguimiento indicadores oficiales (para el éxito 1)
3. obtener repercusión en medios (TV, radio, prensa)
4. que los poderes públicos hablen de LibroEspaña
5. alcanzar 5.000 seguidores en RRSS (para el éxito 2),
6. conseguir 5 min. dedicado a la lectura en el telediario (para el éxito 3)
7. fidelización de los seguidores y los usuarios que repiten en actividades anuales y que el 90% de los comentarios en la web sean positivos (para el éxito 4).

Las acciones a realizar para conseguir dichos indicadores son:

1. crear Marca: (filosofía, contenidos, nombre, logo)
2. crear plan de comunicación y de marketing online y offline

3. crear un catálogo de servicios; contactar influencers / evangelistas
4. diseñar la página web; realizar acciones en youtube
5. realizar presentaciones en TV pública y ATRESMEDIA
6. diseñar, como apoyo a los "nodos", regalos en puntos de lectura
7. establecer canales de comunicación (control de calidad)
8. realizar seguimiento (captura de datos).

Otras acciones que consideraron importantes fueron:

mediación con instituciones

disposición de un paraguas legal, administrativo y comunicativo

creación y desarrollo de un pacto del lector

Analizando el equipo necesario para llevar LibroEspaña a cabo, resultaron los siguientes perfiles:

marketing online y offline

dinamizador de proyectos "nodo"

asesor jurídico

perfil comunicación

director financiero

coordinador del equipo

coordinador de nodos.

Opciones de financiación: Crowdfunding, Marca España, Empresas privadas, Ministerio de Industria y Cultura, Bussines Angels, Mecenazgo, UNESCO, UE, Benefactores, Venta propia (merchandising), Instituciones financieras

Agentes implicados: Organizaciones sectoriales, instituciones privadas, instituciones públicas, bibliotecarios.

Roadpmap

LibroEspaña es un proyecto muy ambicioso, y por tanto, cuesta aterrizar un roadmap real y eficaz, pues cada hito temporal requiere de mucho esfuerzo y trabajo por parte del equipo. Después de muchas conversaciones, el equipo decide ser menos ambicioso estratégicamente, extender el plan de acción en el tiempo y establecer hitos más abarcables y más concretos. Habrá dos presentaciones clave que serán el trampolín para el desarrollo del proyecto o su congelación, así como un primer diseño de prototipo.

En mayo de 2017 se realizará una presentación a todos los gremios para buscar su apoyo, algo que es fundamental y sin el cual la propuesta carece de sentido, Una vez se consiga dicho apoyo por parte de los gremios, se iniciarán los trabajos previos de cartografía de iniciativas, generación de contenidos o filosofía de marca y se iniciará la aparición en las RRSS.

En noviembre de 2017 se presentará el proyecto a todos los agentes implicados para buscar su apoyo y financiación. En este punto ya existirá una cartografía de iniciativas, un borrador de catálogo de servicios así como un proto-nombre de proyecto, landing page, etc... Este apoyo por parte de los agentes es clave para decidir si el proyecto está en condiciones de seguir o es mejor aparcarlo.

ROADMAP ANUAL

ABRIL 2017	MAYO 2017	JUNIO 2017	JULIO 2017
<p>AGOSTO 2017</p>	<p>SEPTIEMBRE 2017</p>	<p>OCTUBRE 2017</p>	<p>NOVIEMBRE 2017</p>
<p>DICIEMBRE 2017</p>	<p>ENERO 2018</p>	<p>FEBRERO 2018</p>	<p>MARZO 2018</p>

DOCUMENTO INICIAL "LIBROES-PAÑA" PARA PRESENTARLO A LOS GREMIOS

FIN DE "CATA" DE INICIATIVAS Y NODOS

REALUSTE Y DECISION SOBRE LA RED DE INICIATIVAS Y NODOS

**-LOGO
-NOMBRE
-LANDING WEB**

-BORRADOR CATALOGO DE SERVICIOS

-CREAR CONTENIDOS DE FILOSOFIA DE MARCA.

-CARTOGRAFÍAS INICIATIVAS.

-CARTOGRAFIA DE NODOS.

-PUBLICAR GRUPO DE TRABAJO EN RRSS

PRESENTACION PROYECTO A LOS AGENTES

**GO!!

NO GO!!**

CONTRATAR EMPRESA PUBLICIDAD

PLAN DE COMUNICACION

MARKETING ONLINE Y OFFLINE

CATALOGO DE SERVICIOS DEFINITIVO

ESTUDIO ESPANIOS ALTERNATIVOS DONDE LEER

CARNET LECTOR (CONTENIDO PERSONALIZADO)

REALIZACIÓN DE 14 MICRO-PILOTOS, EL 14 DE FEBRO

PLAN DE LANZAMIENTO

En caso de continuar con el proyecto, se iniciará una fase de generación de contenidos, plan de comunicación y marketing, etc... para culminar, el 14 de febrero de 2018, en la realización de 14 micro-pilotos, que validarán o no la pertinencia de LibroEspaña.

Si la validación es positiva, en marzo de 2018 se comenzará a definir el Plan de Lanzamiento del proyecto.

POST MOTOROLA

Bueno

- Interacción entre los miembros del equipo
- Se han generado nuevas voces e ideas
- Las metodologías utilizadas
- La estructura del congreso
- Los ponentes
- Las traducciones simultáneas.
- El catering fue muy bueno.

Malo

- La acústica del espacio
- El timing del congreso, muy ajustado, lo que genera presión en el equipo
- La estructura del congreso no ha facilitado “espacios” para compartir ideas.
- Desconocimiento del alcance de las dinámicas (tanto metodológica como a lo que se iba a llegar)

Aprendido

- El conocimiento cruzado entre diferentes perfiles profesionales
- Conocimiento de experiencias internacionales
- Formas de trabajar diferentes

