

Las Editoriales y el Cambio de Paradigma.

En mis reuniones con las editoriales y sus responsables me estoy dando cuenta de cuánto trabajo les cuesta adaptarse al cambio que se está produciendo. Se les hace difícil tomar decisiones sencillas que les ahorraría gastos que a su vez podrían invertir en la transición al nuevo modelo de negocio editorial. Un ejemplo sería ir convirtiendo sus acciones de marketing tradicional en acciones de marketing online. Por otro lado aquellos que se deciden a tomar alguna acción esperan resultados espectaculares al momento. El desarrollo del nuevo modelo de negocio es un proceso que lleva tiempo, hay que investigar y adentrarse en caminos aún desconocidos. Los ejemplos de la industria de la música, del juego, de la prensa, del juego etc. nos pueden indicar pautas a seguir.

Es el momento de tomar decisiones para integrarse en el nuevo paradigma editorial, las editoriales que lo hagan liderarán la industria en los años venideros.

Otoño.09

Jose Luis Delgado Guitart