



Maestría en Diseño
Mención Gestión del diseño

Propuesta estratégica para la mejora en la gestión editorial.
Análisis de caso: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Autor:

Lcdo. José Adriano Márquez Rodríguez

Proyecto de Investigación presentado como requisito para la obtención del título de
Magister en Diseño Mención Gestión del Diseño

Director:

Dr. Claudio Marcelo Arcos. PhD.

Portoviejo, julio del 2020



Universidad San Gregorio de Portoviejo
Dirección de Postgrados

HOJA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Propuesta estratégica para la mejora en la gestión editorial.

Análisis de caso: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Lcdo. José Adriano Márquez Rodríguez

Director de proyecto de Investigación

Claudio Marcelo Arcos. PhD.

Miembros de Comité de Titulación

Directora de programa de Maestría

Ing. Mariela Coral López. Msc.

Portoviejo, julio del 2020



Derechos de Autor

Yo, José Adriano Márquez Rodríguez, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado previamente para grado o calificación profesional, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Según lo establecido por la Secretaria Nacional de Derechos Intelectuales entrego el presente trabajo de investigación a la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Lcdo. José Márquez Rodríguez

CERTIFICACIÓN INICIAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del/la estudiante José Adriano Márquez Rodríguez, que cursa estudios en el programa de cuarto nivel: Maestría en Diseño, Mención Gestión del Diseño, dictado en la Facultad de Postgrado de la USGP.

CERTIFICO:

Que he analizado el informe del trabajo científico con el título: “Propuesta estratégica para la mejora en la gestión editorial. Análisis de caso: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, presentado por el estudiante de postgrado José Adriano Márquez Rodríguez, con cédula de ciudadanía No.1309623393, como requisito previo para optar por el Grado Académico de Magíster en Maestría en Diseño, Mención Gestión del Diseño y considero que dicho trabajo investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes necesarios de carácter académico y científico, por lo que lo apruebo.

Tutor: Claudio Marcelo Arcos. Phd.

Portoviejo, mayo del 2020

Dedicatoria

A Adriana y Natalia

Este proyecto de investigación está dedicado a mi familia, mi madre y a mi esposa quienes han sido fuente de inspiración y empuje durante las jornadas de estudios y me dieron el valor para seguir y dar lo mejor de mí durante esta etapa de mi vida.

Agradecimiento

A la Universidad San Gregorio y la coordinación de maestría, Mariela, Norma y Evelyn por proveernos las herramientas y guía necesarias en esta etapa educativa.

A mis compañeros de clases quienes hicieron ligero el camino y me apoyaron cuando lo necesitaba.

A los docentes por compartir tanto conocimiento y experiencias.

Resumen

El estudio analiza la gestión editorial en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para lo cual se aplican los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa, mediante los cuales se mide en estudiantes, docentes y otros especialistas del ramo, el comportamiento de lectura y la experiencia en los sistemas de gestión de publicaciones.

Se obtuvieron datos que permiten conocer la realidad de la gestión editorial y cómo influyen las nuevas tecnologías de la comunicación en ese campo.

Al final de la investigación se evidenció que los índices de lectura se encuentran dentro de unos parámetros aceptables de acuerdo a los parámetros establecidos en el estudio y, que las tecnologías de la comunicación y el uso de modelos de negocio pueden ayudar a mejorar en el campo de la gestión editorial, el cual tiene oportunidades de progreso en sus procesos, diversificación de productos en cuanto a publicaciones educativas y literarias, y generación de valor agregado mediante elementos de diseño aplicados en la gestión editorial.

Palabras clave: Diseño editorial, libro electrónico, comportamientos de lectura, libro impreso.

Abstract

The study analyzes editorial management at the Eloy Alfaro University of Manabí University for which qualitative and quantitative research methods are applied, through which students, teachers and other specialists in the field, reading behavior and experience in Publication management systems.

Data were obtained that allow us to know the reality of editorial management and how new communication technologies influence in that field.

At the end of the investigation it was shown that the reading indexes are within acceptable parameters according to the parameters established in the study and that communication technologies and the use of business models can help improve in the field of editorial management, which has opportunities for progress in its processes, diversification of products in terms of educational and literary publications, and generation of added value through design elements applied in editorial management.

Keywords: Editorial Design, E-books, Reading Behavior, Print book

Tabla de contenidos

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Introducción | 10 |
| 2. Metodología | 12 |
| 2.1. Metodología cualitativa | 13 |
| 2.2. Metodología cuantitativa | 13 |
| Diseño de la muestra..... | 13 |
| 3. Marco Teórico | 14 |
| 4. Desarrollo de la Investigación | 16 |
| 4.1. Hábitos de lectura | 20 |
| 4.2. Tecnologías de la comunicación..... | 23 |
| 5. Propuesta estratégica para el mejoramiento de la gestión editorial en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. | 28 |
| 5.1. Modelo Canvas del sistema de gestión editorial..... | 29 |
| 1. Mercado Meta..... | 29 |
| 2. Propuesta de Valor..... | 38 |
| 3. Canales de distribución..... | 42 |
| 4. Relaciones con usuarios..... | 43 |
| 5. Análisis de recursos requeridos | 44 |
| 6. Actividades clave..... | 46 |
| 7. Propuesta de Gestión editorial aplicando nuevas tecnologías | 47 |
| 8. Recursos clave | 50 |
| 9. Estructura de costos | 50 |
| 6. Conclusiones..... | 51 |
| 7. Recomendaciones | 52 |
| Referencias Bibliográficas..... | 54 |
| ANEXO | 57 |

| | |
|----------------------------------------------------------|----|
| Anexo 1..... | 57 |
| Opinión de expertos en los campos de investigación | 57 |
| Experto 1..... | 57 |
| Experto 2..... | 59 |
| Experto 3..... | 61 |
| Experto 4..... | 64 |

Índice de figuras

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Impacto de publicaciones digitales plataforma munayi e inlector..... | 17 |
| Figura 2. Usuarios registrados en segup e inlector..... | 18 |
| Figura 3. Publicaciones enviadas por docentes a segup e inlector | 18 |
| Figura 4. Publicaciones enviadas a revisión de par ciego a segup e inlector | 18 |
| Figura 5. Sistema gráfico de revista yaku e imagotipo elaborado por José Márquez | 19 |
| Figura 6. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 21 |
| Figura 7. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 22 |
| Figura 8. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 22 |
| Figura 9. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 23 |
| Figura 10. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 24 |
| Figura 11. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 24 |
| Figura 12. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 25 |
| Figura 13. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 26 |
| Figura 14. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 27 |
| Figura 15. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM. | 27 |
| Figura 16. Cámara Ecuatoriana del Libro 2018. Número de publicaciones por temática..... | 32 |
| Figura 17. Esquema de cuestionario a expertos en el campo de estudio: diseño editorial.. | 35 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 18. Esquema de cuestionario a expertos en el campo de estudio: hábitos de lectura | 36 |
| Figura 19. Esquema de cuestionario a expertos en el campo de estudio: tecnologías de la comunicación..... | 37 |
| Figura 20. Esquema de propuesta de valor de propuesta estratégica de gestión de publicaciones de la uleam..... | 42 |
| Figura 21. Estrategia de comunicación de editorial universitaria | 43 |
| Figura 22. Producción editorial de universidades públicas. | 44 |
| Figura 23. Flujo de procesos para publicaciones académicas del sistema editorial de gestión universitaria de publicaciones (segup), (2019). | 46 |
| figura 24. Propuesta de proceso para la producción de libros impresos y digitales. | 49 |

Índice de tablas

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Consultas al sistema de Bibliotecas en formato impreso. | 31 |
| Tabla 2. Consultas al sistema de Bibliotecas en formato digital. | 31 |
| Tabla 3. Número de consultas realizadas en sistema KOHA ULEAM..... | 31 |
| Tabla 4. Numero de ejemplares por año consultados en formato digital. | 32 |
| Tabla 5. Preguntas de cuestionario a expertos en los campos de estudio: Diseño editorial, Gestión de biblioteca y Gestión Editorial..... | 33 |
| Tabla 6. Características principales de usuarios meta (primarios y secundarios) | 37 |
| Tabla 7. Egresos anuales de propuesta de gestión editorial | 51 |
| Tabla 8. Ingresos anuales estimados de propuesta de gestión editorial..... | 51 |

1. Introducción

La gestión se conoce como la acción de administrar o gestionar actividades, procesos y recursos con el fin de alcanzar los objetivos propuestos; en el presente estudio se analiza la gestión en el campo editorial universitario, considerando que la gestión por procesos es una herramienta de valor para las instituciones y organizaciones; al respecto, García Azcuaga (2013), indica que: “ (...) las editoriales también necesitan ser gestionadas para cumplir óptimamente sus objetivos y lograr satisfacer las crecientes y variadas expectativas de sus clientes (...)” (p.174).

Los sistemas de gestión editorial ofrecen a los usuarios que desean publicar, plataformas y herramientas que dan las facilidades para difundir y publicar sus textos hacia el público deseado. En el caso de esta investigación se analiza como la tecnología permite que estos procesos se lleven a cabo de una manera sistematizada; estos sistemas o programas se pueden utilizar tanto para publicaciones de libros o artículos científicos. Como indican Jiménez, Giménez & Salvador (2008): “Un sistema de gestión editorial es un programa que ayuda a controlar, agilizar y hacer más eficiente el ciclo que tiene lugar entre que un autor envía un artículo a una revista y se publica (o no)” (p. 281).

Los procesos de gestión editorial modernos son influenciados por la llegada de las TICS (Tecnologías de la Información y Comunicación). Estos se realizan desde las IES (Instituciones de Educación Superior), en algunos casos, mediante plataformas digitales donde la gestión administrativa del talento humano pretende mejorar los trámites necesarios para cumplir con objetivos institucionales e indicadores de gestión para su acreditación periódica.

En la presente investigación, cuyo estudio se aplica a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) en su matriz ubicada en la ciudad de Manta, se busca analizar la gestión editorial como el proceso de dotar de valor agregado a un objeto de consumo como es el libro desde que llega a las manos del editor hasta el diseñador editorial, imprenta y portal digital, haciendo énfasis en los campos: gráfico, manejo de contenidos, gestión de diseño, edición, estética y funcionalidad. Cabe mencionar que el trabajo en estas áreas implica tener criterios y técnicas basadas en la experiencia y educación de los profesionales del área de gestión editorial, como por ejemplo para maquetar textos de acuerdo a tamaño y formato final, manipular y retocar tablas e imágenes que aporten a la funcionalidad sin interferir en el mensaje, para esto es importante es conocer sobre diseño editorial aplicado en la gestión de diseño.

Según Eguaras (2018) el diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se dedica a la composición de publicaciones como revistas, periódicos y libros. De igual manera:

los contenidos editoriales forman parte de nuestro día a día en todos sus géneros, estos contenidos nos educan, nos entretienen y nos informan de nuestra historia, quiénes somos y hacia dónde vamos, por eso es importante que los mismos sean gestados por profesionales de cada área, desde comunicadores, editores, escritores y finalmente los diseñadores gráficos especializados que den un orden y estética visual y funcional para que estos sean accesibles y fáciles de comprender. (Eguaras, 2018)

La profesión del diseño editorial en Manabí no es tarea fácil, la falta de especialización en la provincia y la baja producción anual de libros merma el campo de acción profesional. Editoriales como Tinta Ácida y la extinta Mar Abierto en la ciudad de Manta, por ejemplo, han permitido a diferentes autores mostrar sus obras a nivel nacional. En la actualidad muchos escritores optan por la auto publicación en portales digitales, sin contar con asesoría profesional, la que es vista como gasto más que inversión, la forma que se presenta un texto al usuario puede influir en sus hábitos de lectura.

Sobre el hábito lector, Larrañaga, Yubero & Cerrillo (2008) aseguran que: “(...) En la medida en que la lectura constituye también un fenómeno social, el estudio de las imágenes construidas socialmente del libro y del lector se convierten en elementos de máxima relevancia”. (p.4)

Analizando el comportamiento de los usuarios y su consumo de libros y productos editoriales, se obtiene un espectro más amplio de conocimientos para mejorar procesos de gestión editorial y diseño aplicables a este entorno y publicaciones que se puedan distribuir y socializar a mayor parte de la población en una forma equitativa y de calidad.

Las editoriales universitarias han sido baluartes de la difusión de conocimiento, creando libros desde la academia hacia la comunidad como afirma Arias (2010) “(...) Sus objetivos siguen siendo un factor clave para la investigación, docencia y difusión de la cultura” (p.42), por otro lado Castillo (2010) apunta hacia la abundancia de oferta de las editoriales por la obligación de docentes a publicar en mercados saturados de textos que no son seleccionados adecuadamente y se compromete su calidad final (p.93). Matute (2016) comenta sobre este aspecto que el conocimiento publicado en editoriales universitarias intenta cumplir el objetivo de servir a la educación, pero muchas veces factores ajenos a los contenidos lo evitan (p.6).

Se explora las tecnologías de la comunicación que incurren en el desarrollo de libros tanto en formato impreso y digital y, como el diseño editorial influye en la elaboración de los mismos.

Con la llegada del internet y la masificación de dispositivos digitales, estos contenidos se han vuelto más accesibles y populares, esto ha cambiado el panorama del mundo editorial, y en algunos casos divide a los lectores entre tradicionalistas (que prefieren el formato en papel) y quienes adoptan la lectura en dispositivos electrónicos.

La era moderna ha traído innovaciones importantes al entorno lector, el libro electrónico y los formatos digitales cambian la manera en que se consume contenidos. Alonso y Cordón (2010) afirman que: “estos avances tecnológicos tienen relación con la parte más importante del dispositivo que es la pantalla, y en concreto con el desarrollo de la tinta electrónica (e-ink) que proporciona un efecto de lectura muy cercano al papel, debido a la ausencia de iluminación propia, alto contraste y bajo consumo energético”. (p.2)

Ahora bien, el presente estudio busca responder las siguientes preguntas de investigación:

¿Con qué frecuencia están leyendo los estudiantes en la ULEAM? ¿Cuál es el estado actual de la gestión editorial en la ULEAM? ¿Cómo mejorar los procesos de gestión editorial utilizando tecnologías de la comunicación para aumentar la calidad, cantidad y variedad de publicaciones que se publican en esta institución educativa?

En este sentido, el objetivo de la presente investigación consiste en elaborar una propuesta estratégica para la mejora de la gestión editorial de la ULEAM, específicamente se busca analizar los procesos de gestión editorial de la ULEAM, los datos sobre hábitos de consumo, y proponer mejoras en el sistema de gestión editorial basados en tecnologías de la comunicación.

2. Metodología

Se tabulan datos para obtener un marco de referencia que permita un análisis cuantitativo y cualitativo de cómo están leyendo tanto textos académicos y libros en el grupo objetivo. Se explora bibliografía disponible en motores de búsqueda de artículos científicos, libros y páginas especializadas en diseño y gestión editorial; estos datos bibliográficos darán luces sobre el contexto de entorno la gestión y las tecnologías de la comunicación utilizadas

en la creación de libros, de la misma manera, se explora la producción literaria y académica en la ULEAM.

Se busca también analizar las tecnologías implícitas en el desarrollo de los libros electrónicos (*e-books*) y cómo este formato de publicación ha afectado el panorama editorial, sus ventajas, desventajas y qué oportunidades presenta para el sector.

Se analiza de una manera cualitativa y cuantitativa los hábitos de lectura en estudiantes universitarios y docentes.

2.1. Metodología cualitativa

Analizar y tabular datos enfocados en la opinión de las personas (especialistas), permite obtener un enfoque sistémico que ayuda a obtener respuestas sobre la influencia de hábitos de lectura y como una adecuada gestión editorial puede generar mejores productos editoriales para fines educativos. Se crea además un esquema Canvas (herramienta para crear modelos de gestión en instituciones) que permite sistematizar y analizar los procesos de la gestión editorial y proponer mejoras en el mismo.

Para adaptarse a las tendencias que asumen los consumidores frente a la tecnología y nuevas formas de consumir y compartir contenidos son importantes los datos que revelan las encuestas e información bibliográfica consultada.

2.2. Metodología cuantitativa

Se realizaron encuestas digitales a estudiantes y docentes de la ULEAM, estos datos dieron luces sobre sus tendencias de lectura y preferencias al consumir y usar tanto dispositivos electrónicos y libros impresos, se indica a continuación el diseño de la muestra.

Diseño de la muestra

Para el desarrollo de la investigación se aplicaron encuestas digitales a:

Grupo objetivo: El universo de estudiantes de la Uleam es 15.421.

- i. El nivel de confianza utilizado es de $NC=95\%$, lo cual da como resultado una $z = 1,96$
- ii. El margen de error es de $e = \pm 5$
- iii. El tamaño poblacional se ha obtenido identificando el número de estudiantes de la Uleam matriculados en la matriz de Manta, así como docentes de planta.
- iv. En el estudio se contabiliza la muestra solo con encuestas efectivas del grupo

objetivo, eliminando así el riesgo de tener menos respuestas efectivas por el efecto de la aleatoriedad, y se establecen los valores $p=0,5$ y $q=0,5$.

v. Se realizó el cálculo del tamaño muestral con las condiciones que se han detallado, como se muestra a continuación:

$$n = \frac{z^2 NPQ}{e^2 N + z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 15421 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * 15421 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 374,8 \cong 375$$

Previo a estos dos métodos (cualitativo y cuantitativo) se realizó un estudio sobre los sistemas de gestión editorial y de bibliotecas, se llevó a cabo la búsqueda de fuentes bibliográficas las cuales han sido indagadas desde Google Académico, *Research Gate*, *Scielo*, resultados de búsquedas en navegador y literatura relativa a los temas, este estudio nos llevó a los métodos antes mencionados.

Se ha consultado la base de datos de la Biblioteca General de la ULEAM, la Editorial Universitaria y los sistemas de gestión editorial como el SEGUP (Sistema Editorial de Gestión de Publicaciones) y la página de Fundación Munayi, como indicadores de la producción de textos académicos; se analiza su nivel de impacto en el consumo y producción para cotejar, analizar e interpretar resultados, elaborar recomendaciones, conocer las consecuencias de cómo afectan la labor de las editoriales en su manera de elaborarlos y publicarlos y realizar preguntas pertinentes que permitan al lector emitir criterios sobre la lectura de este artículo.

Esto permitió conocer cómo y cuánto se está leyendo, la influencia de la tecnología en la lectura y formatos disponibles y sugerencias de mejora para el entorno del diseño editorial y su gestión

3. Marco Teórico

Las fuentes bibliográficas utilizadas en la presente investigación se localizan en tres campos diferenciados: la gestión editorial, los hábitos y comportamientos de lectura y las tecnologías de la comunicación.

3.1. La gestión editorial

Importante el aporte de Matute (2016), quien analiza la producción de la editorial Mar Abierto de la ULEAM y sus índices de producción; como ente regulatorio de la producción y registro de libros en Ecuador, la Cámara Ecuatoriana del Libro (2018) sirve de apoyo para conocer el estado actual de la industria del libro en el país.

La gestión editorial es el hilo conductor de este trabajo de investigación. Así, desde la perspectiva editorial Castilho (2010) y Árias (2010) comentan sus experiencias en el campo durante sus ponencias en el I Encuentro de Editoriales Universitarias. Una lectura obligada y recomendada para diseñadores editoriales es *Publicar con calidad editorial: Cuatro pilares de la producción de un libro*, obra de Eguaras (2018), que cuenta sus experiencias en este campo y provee información pertinente a la temática en cuestión.

Sobre los procesos en este ámbito, sustancial el texto de Jiménez.S., Giménez, E. & Javier Salvador J. (2008), sobre los sistemas de gestión editorial aplicados en revistas científicas que dan conceptos necesarios para tener un mejor marco de referencia en este tema, de la misma manera García Azcuaga, A. (2013), indica la importancia de aplicar gestión por procesos en los sistemas editoriales para satisfacer las necesidades del usuario.

Acerca del modelo Canvas, Osterwander & Pigneur (2012), nos describen en su libro *Generación de modelos de negocio*, conceptos sobre esta herramienta y sus componentes básicos con lo cual explican cómo aplicar dichas técnicas para lograr un mejor aprovechamiento del esquema.

3.2. Los hábitos y comportamientos de lectura

Arquelles (2017) y Guerrero (2012), exploran lo que se necesita para ser un asiduo lector. Mientras, en el panorama nacional, el INEC (2012), da cifras e información relevante para sustentar la argumentación. Así mismo, el artículo *¿Cuánto se lee en Ecuador?* de Matamoros (2019) habla sobre índices de lectura en Ecuador y otros países de la región.

En el contexto local, la Biblioteca de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (2019), provee datos estadísticos concernientes al consumo de libros y textos académicos en su misma Institución; siguiendo esta línea, se ha consultado las publicaciones de Galicia & Villuendas (2011), Guerrero (2012) & Larrañaga, Yubero & Cerrillo (2008) sobre la relación entre la lectura y como se complementan con la formación de estudiantes universitarios.

3.3. Tecnologías de la comunicación

El libro electrónico puede ser visto como evolución lógica, un aliado o un rival de los libros impresos, se explorará lo concerniente a las tecnologías implícitas en su desarrollo y funcionamiento, para aprender más sobre este formato y los dispositivos que permiten la interacción con los consumidores. Córdon (2018), Alonso & Rodero (2010) analizan estos cambios en revolución digital y de que se trata la tercera ola de la revolución digital; en el sector de la pedagogía, Sarela & Torres (2015) describen el desarrollo de libros electrónicos aplicado a la educación.

Las plataformas creadas con fines de distribución y gestión de libros electrónicos y repositorios utilizan servidores y licencias especializadas, se puede encontrar información pertinente en eLibro (2018) y *Free Software Foundation* (2018). Una plataforma utilizada por revistas electrónicas indexadas es *Open Journal*, Osorio (2015) da una definición y su funcionamiento.

American Scientist presenta un artículo interesante sobre la ciencia detrás del papel versus pantallas electrónicos, en *The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens* redactado por Jabr (2013).

Cabe mencionar que los sistemas bibliotecarios dan cabida a publicaciones de consulta para estudiantes universitarios. Universo Abierto (2018) define y explica de que se trata el sistema KOHA y como ayuda a la integración de estos procedimientos.

Por último, la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, ARCOTEL (s.f.) tiene a disposición una amplia base de datos sobre uso e impacto del internet en Ecuador, para conocer el impacto de conectividad en el entorno.

4. Desarrollo de la Investigación

Para empezar a indagar sobre la gestión editorial, se debe hablar de las publicaciones en la ULEAM, esta tiene como referente a la Editorial Mar Abierto, fundada en el año 2000 por Ubaldo Gil Flores (Manta, 1965 – Guayaquil, 2013) y de la cual surgieron 130 títulos tanto literarios como académicos (este catálogo se encuentra disponible en ISSUU).

La editorial tenía como su caballo de batalla a la publicación periódica Cyberalfaro (que llegó hasta el número 26), el cual albergaba temas diversos en cada capítulo y contaba con aceptación entre docentes de la ULEAM, posteriormente Mar Abierto fue convertido a departamento institucional como relata Matute (2016) “(...) Gil, por su gestión de crear y

sostener el proyecto editorial Mar Abierto, fue nombrado director del Departamento de Edición y Publicación Universitaria (DEPU) que acogería al sello editorial (...)”. (p.5)

En el año 2018 el DEPU pasó a denominarse Ediciones ULEAM y bajo una nueva directriz se publicaron bajo este sello sesenta y siete libros académicos (la mayoría con lectoría par) en diferentes colecciones (Dossier Académico, Pachamama y Congresos), este departamento cuenta con un catálogo digital para descarga (Fundación MUNAYI), administrativamente cuenta con dos diseñadores, que diagraman y maquetan los libros, crean marcas y artes gráficas de difusión de actividades, dos editores que hacen las veces de correctores de estilo, dos secretarías, un comunicador y director departamental, la sección de imprenta recibe los textos diseñador y editados y los imprime, para gestionar las publicaciones se ha creado el Sistema Editorial de Gestión Universitaria de Publicaciones (SEGUP).

En la actualidad los docentes tanto externos como internos, usan el SEGUP, que permite a los usuarios registrarse y postular sus publicaciones. luego de la aprobación del director editorial son trasladadas a los lectores pares designados, finalizado este proceso son remitidos al editor, quien una vez trabajado lo deriva al área de diseño.

La Cámara Ecuatoriana del libro (2019), desde su web, evidencia que en la ULEAM de noviembre de 2018 a noviembre de 2019 se han registrado y publicado 75 libros, 62 digitales y 13 en formato físico

Analizando a los datos de uso de las plataformas digitales se puede ver en la figura 1 el impacto que han tenido tanto en la plataforma Munayi como en la aplicación InLector las publicaciones que se emiten.

| Impacto de publicaciones digitales (lectura y descarga) en Munayi e Inlector Año 2019 | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MESES | MUNAYI | | InLector | |
| | Lectura | Descarga | Lectura | Descarga |
| Enero | 134 | 68 | 0 | 0 |
| Febrero | 156 | 73 | 0 | 0 |
| Marzo | 145 | 65 | 0 | 0 |
| Abril | 123 | 66 | 0 | 0 |
| Mayo | 165 | 52 | 0 | 0 |
| Junio | 144 | 89 | 0 | 0 |
| Julio | 133 | 77 | 0 | 0 |
| Agosto | 153 | 69 | 10 | 8 |
| Septiembre | 166 | 88 | 23 | 10 |
| Octubre | 132 | 67 | 28 | 13 |
| Noviembre | 140 | 93 | 26 | 12 |
| TOTALES | 1591 | 807 | 87 | 43 |

Figura 1. Impacto de publicaciones digitales plataforma Munayi e Inlector.

Fuente: Enrique Zambrano

La aplicación InLector fue creada por estudiantes de la Facultad de Informática en agosto de 2019 para la plataforma Android, en la figura 2 se muestra la cantidad de usuarios registrados a la fecha tanto en el sistema SEGUP, Munayi como InLector, estas plataformas tecnológicas cuentan con una base de datos que se enlaza automáticamente tanto en usuarios como en publicaciones, la figura 3 muestra el número de publicaciones aprobadas y rechazadas, mientras que la figura 4, las que han sido enviadas a revisores pares.

| Usuarios Registrados en SEGUP e InLector | |
|-------------------------------------------------|------------|
| Docentes | 96 |
| Estudiantes | 78 |
| Editores | 3 |
| Administrador | 1 |
| TOTAL | 178 |

Figura 2. Usuarios registrados en SEGUP e InLector

Fuente: Enrique Zambrano, desarrollador de aplicación InLector y Sistema SEGUP

| Publicaciones enviadas por docentes a revisión en SEGUP | |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| Aprobadas | 12 |
| Rechazadas | 3 |
| TOTAL | 15 |

Figura 3. Publicaciones enviadas por docentes a SEGUP e InLector

Fuente: Enrique Zambrano, desarrollador de aplicación InLector y Sistema SEGUP

| Publicaciones enviadas a revisión en SEGUP | |
|---------------------------------------------------|-----------|
| Aprobadas | 15 |
| Rechazadas | 7 |
| TOTAL | 22 |

Figura 4. Publicaciones enviadas a revisión de par ciego a SEGUP e InLector

Fuente: Enrique Zambrano, desarrollador de aplicación InLector y Sistema SEGUP

Se crearon dos revistas científicas dentro de la oferta de contenidos que ofrece el departamento, analizando el estado de indexación de publicaciones periódicas se observa que ambas cuentan con el ISSN que fue asignado desde la SENESCYT para las revistas de Ciencias Agropecuarias "ALLPA" y Ciencias del Mar "YAKU", los textos no pasan por un proceso de diseño editorial, se revisa por el editor de la revista y se suben a la plataforma.

Para poder acceder a la indexación de Latindex, la SENESCYT debe validar que la Revista cumpla con 35 requisitos, entre ellos que periódicamente se haya publicado un número mínimo de tres (cuentan con su primer número).

La publicación de las revistas científicas del Departamento Editorial se realizó con 5 artículos para cada revista, los cuales fueron editados a partir de tesis de investigación de la Uleam, así como de otras universidades. Cabe indicar que las revistas se publican vía electrónica en la plataforma de la Editorial Universitaria Uleam (Munayi.uleam.edu.ec)



Figura 5. Sistema gráfico de Revista YAKU e Imagotipo elaborado por José Márquez

Fuente: Editorial Universitaria

LINK DE LA REVISTA: <http://www.munayi.uleam.edu.ec/revista-yaku-ciencias-del-mar-acuicultura-volumen-1-2019/>

Volviendo a la gestión de libros, una vez aprobado el contenido de los artículos o libros, estos son dirigidos a la sección de diseño editorial donde estos textos son adaptados a formato PDF con su respectiva portada de acuerdo a la colección, cabe recalcar que algunos de estos textos se escogen desde la dirección de acuerdo a su pertinencia para ser diagramados en un formato impreso.

La biblioteca de la ULEAM cuenta con una variada cantidad de servicios disponibles para acceder a tesis de grado, artículos y libros en general. Un 20% de los encuestados afirma que de esta manera accede a estos textos.

Según datos facilitados por la Dirección de Servicios Bibliotecarios (2019) ellos poseen tres tipos de sistemas para permitir el acceso a los contenidos, el KOHA para acceso a textos impresos a modo de préstamo, este es un sistema integrado de Gestión de Bibliotecas basado en la web bajo licencia GPL, según Universo Abierto (2018) es el término que se

refiere a *General Public License* o Licencia Pública General basado en sistemas Linux (Free Software Foundation, 2018).

Por otra parte, también se utiliza el sistema de libros digitales E- Libro, basado en *ProQuest Ebook Central* una interfaz creada por la empresa elibro Corp en 1999 que brinda opciones de suscripción o compra a bibliotecas públicas, según su página web, cuentan con una amplia variedad de textos, actualmente cuentan con casi 120.000 títulos hospedados (www.elibro.com).

También acceden de una manera significativa a las bibliotecas virtuales (Bibliotechnia) para obtener información relacionada con su campo de estudio, de 2017 a 2019 se han consultado alrededor de 9 488 017 libros tanto en formato físico como digital, (Dirección de Servicios Bibliotecarios, 2019), cabe resaltar el amplio margen entre consultas físicas (337.994) y digitales (3 376017).

Por lo tanto, en lo referente a la importancia que ha tenido la gestión editorial de la Uleam, primero con su sello Mar Abierto y ahora con Ediciones Uleam, denotan el crecimiento dentro del espectro editorial, que no solo han dotado de un ritmo acelerado en su producción, sino que han dejado asentado que existen políticas editoriales internas con un enfoque en la evidencia de la producción científica, tanto de docentes internos como externos.

Estos procesos tienen su fuerte desde el apoyo tecnológico, así la creación del Sistema de Publicaciones, refuerza el ritmo de la producción y da la posibilidad de que los canales de envío y recepción de textos (cuyo objetivo es que se conviertan en libros) puedan cumplir su propósito de visibilizarse dentro de sus áreas y líneas de investigación.

Así, de acuerdo a estos hallazgos, se establecieron encuestas y entrevistas sobre las temáticas de hábitos de lectura y tecnologías de la comunicación y gestión editorial con el objetivo de profundizar en la investigación, responder a las preguntas planteadas, cumplir los objetivos y poder diseñar una propuesta estratégica.

4.1. Hábitos de lectura

La recolección de datos en esta investigación reveló información interesante sobre las preguntas planteadas. La encuesta digital llegó a 415 personas dentro del campus de la ULEAM, en su mayoría de sexo femenino (57.9%) frente a un 42.1% de respuestas de sexo masculino.

Las preguntas están trazadas desde los campos de hábitos de lectura y tecnologías de la comunicación las cuales fueron analizadas e interpretadas con el objetivo de responder algunas de las preguntas de esta investigación y conocer el estado actual del entorno lector en la universidad.

- ¿Cuántos libros o textos académicos ha leído usted en este año?

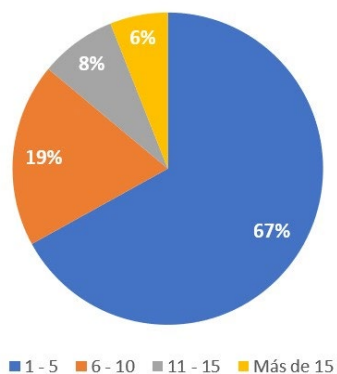


Figura 6. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

La mayoría de encuestados (67%) respondieron que leen de 1 a 5 libros en el año, según datos del informe *Hábitos de lectura en Ecuador* publicado en 2012 por el INEC donde se indica que la principal razón para no consumir literatura es la falta de tiempo (56,8%) y de interés (31.7%) (INEC, 2012).

En efecto, estas cifras pueden orientar ciertas reflexiones, ¿es correcto determinar que cierta cantidad de lecturas define el nivel de cultura? Arguelles (2017) indica que “(...) leer no nos hace consustancialmente mejores, y el cuanto no es lo importante” (p.9), seguidamente se consultó la frecuencia de lectura de este grupo objetivo.

- ¿Con qué frecuencia lee? (1 poco y 5 mucho)

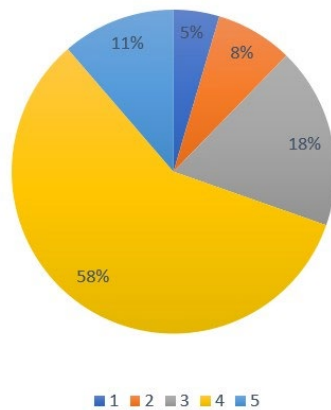


Figura 7. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

Se estableció una puntuación como medida de frecuencia de lectura, revelando que el 58% lee en un nivel de 4, lo que se puede interpretar como lector frecuente, en contraste, un 5% no lee frecuentemente, estos datos revelan cosas positivas sobre la investigación, los estudiantes leen más de lo que se cree, cabe recalcar que no se especificó en esta pregunta sobre el contenido de lectura. Galicia & Villuendas (2011) afirman en su estudio sobre los hábitos de comportamientos de estudiantes mexicanos “La mayoría de los alumnos perciben que leen mucho durante la carrera, pero este fenómeno no se puede considerar muy favorable porque sólo un tercio de los participantes reportó este promedio de libros leídos al año”. Matamoros (2019) indica que “en Ecuador leemos tres libros por año, en Argentina el número sube a casi cinco, y en México a seis”.

- ¿Cuáles son sus motivos principales para leer?



Figura 8. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

Siguiendo con el campo de los hábitos de lectura, se consultó la motivación que tenían para leer y un 68% contestó que su principal razón es realizar tareas de investigación académica, seguido de un 20% que lo hace por ocio o entretenimiento. Al pertenecer a una institución de Educación Superior y en pos de comprender algunos textos académicos o artículos científicos, es importante que se sepa leer y entender, para eso es importante el consumo de literatura. Como indican Larrañaga & Yubero: “Debemos entender que es ser lector. No es lo mismo que saber leer para pasar de un concepto al otro, es imprescindible un proceso de aprendizaje en el que la socialización juega un papel relevante”. (2008, p.4).

4.2. Tecnologías de la comunicación

¿Utiliza dispositivos de lectura electrónica para acceder a libros y artículos?

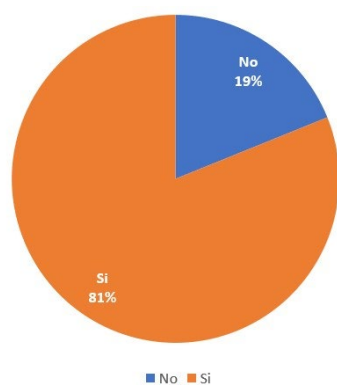


Figura 9. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

Un gran porcentaje (81%) admite que utiliza estos dispositivos para acceder a libros y revistas, en contraste con un 19% que prefiere el libro en papel. Se podría interpretar que son factores económicos los que llevan a consumir textos en una pantalla, los costos de producción son inferiores y esto presenta ventajas para el consumidor y la industria, en la perspectiva de Cordón (2018) “(...) esta tecnología tiene ventajas como la interactividad, rápido acceso a contenidos, toma de apuntes, poder organizar librerías, capacidad de almacenamiento, integración de contenidos multimedia, adaptabilidad al usuario” (p.4).

¿Qué dispositivos utiliza para acceder a libros electrónicos?

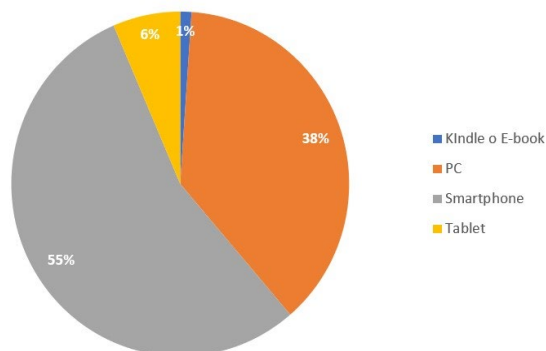


Figura 10. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

Los teléfonos inteligentes o *smartphones* son la opción preferida por los usuarios consultados (55%), un artefacto muy utilizado, según datos de la Agencia de Regulación y Control de las telecomunicaciones (ARCOTEL), en Ecuador existen 8.1 millones de cuentas de internet móvil y un 46,4% de usuarios posee un *smartphone*, el computador de escritorio o laptop sigue siendo una opción viable para leer, un 38% de usuarios prefiere esta vía, por muchos años antes de la llegada de dispositivos móviles, era el medio preferido para leer periódicos digitales o documentos de texto.

¿Qué ventajas Ud. considera que tienen los dispositivos electrónicos en la lectura y uso?

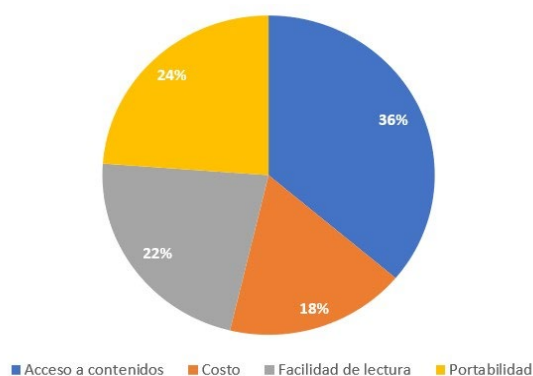


Figura 11. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

El acceso a contenidos con un 36% se impone como ventaja más importante para los usuarios del objeto de estudio, portales como Amazon han permitido que se facilite el acceso a millones de libros a precios módicos; cuando se habla de contenidos se puede referir también

a archivos en PDF o documentos de textos como Word, los cuales pueden visualizarse y editarse en algunos casos en el mismo dispositivo.

La portabilidad (24%) es esencial como característica de un *gadget*, poder trasladarlo facilita su uso y con el avance de la tecnología en materiales de construcción y baterías de litio cada vez se reduce su tamaño y autonomía, de forma similar la facilidad de lectura (22%) es denotada como ventaja por el grupo objetivo, a diferencia del papel, la lectura se da en pantallas, las cuales difieren de cada dispositivo, en algunos casos con tecnologías *Led*, *Amoled* o *E-ink* (tinta electrónica) la cual “mediante una combinación de bolas microscópicas blanca y negras que se ordenan según impulsos eléctricos, proporcionan observar el texto e imágenes” (Díaz, 2018, p.2). Esta última es la utilizada en los *e-readers* como los *Kindle* o *Nook*.

¿Qué ventajas considera Ud. que tienen los libros impresos en la lectura y uso?

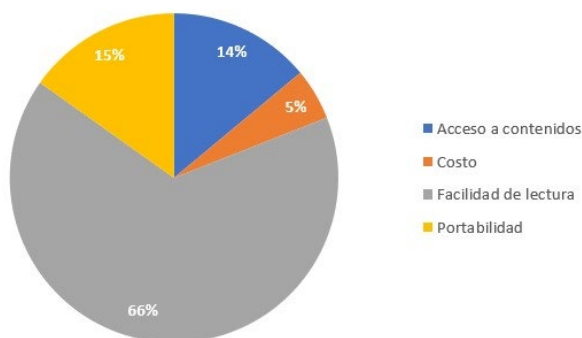


Figura 12. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

La encuesta evidencia que la facilidad de lectura (66%), ha sido elegida como la ventaja más significativa, leer en papel es una experiencia diferente y sensorialmente gratificante. Jabr (2013) afirma que: “(...) that modern screens and e-readers fail to adequately recreate certain tactile experiences of reading on paper that many people miss and, more importantly, prevent people from navigating long texts in an intuitive and satisfying way”.

La portabilidad (15%) es otro factor indicado como preferido, los libros son sinónimo de desconexión, solo se necesita luz natural o artificial y la acción del lector al manipular las páginas.

¿De qué manera accede a libros y textos académicos?

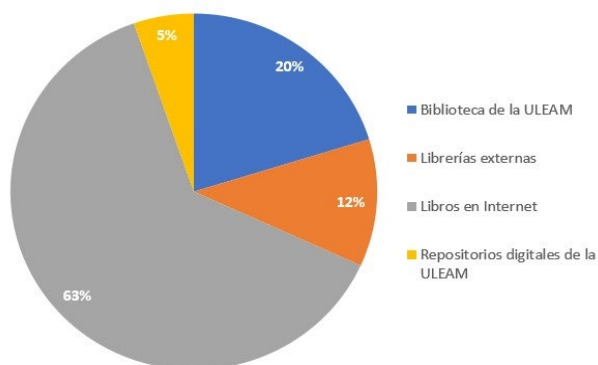


Figura 13. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

Conseguir libros en internet (63%) es la forma preferida de acceso a los productos literarios, esto se relaciona con el aumento de integración de internet a los hogares ecuatorianos, según datos recopilados en 2017 desde el *Internet World Stats*, Ecuador cuenta con más de 13 millones de usuarios y un alto índice de penetración (81%) (Internet World Stats, 2017).

Existen una extensa variedad de fuentes en línea para conseguir textos académicos (*Google Scholar*, *SciELO*, *Academia.eu*, entre otros) algunos en modalidad *Open Journal* o código abierto, término que Osorio (2015) define como el acceso inmediato, sin registro, suscripción o pago, a material educativo y académico con revisión por pares.

De igual manera es posible adquirir libros en línea en tiendas como Amazon a nivel mundial. En Ecuador librerías virtuales como Abya Yala cuentan con un amplio catálogo de títulos académicos a la venta en formato PDF. Existen portales de descarga de libros electrónicos en formato *Epub* (Electronic Publication) el cual es de código abierto; *Mobi*, un formato creado por la compañía de libros electrónicos francesa *Mobipocket* (de ahí su nombre) el cual fue comprado por Amazon en 2005, esta compañía tiene formatos propios para sus dispositivos como el AZW.

Páginas como *epubgratis*, *lectulandia*, *ebookelo*, son una popular forma de conseguir gratuitamente libros clásicos y en algunos casos ediciones recientes de autores reconocidos.

¿Qué tipo de formato se utiliza con mayor frecuencia como apoyo en su carrera / cátedra?

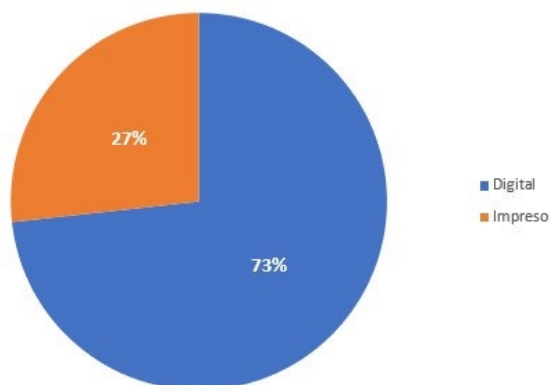


Figura 14. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

Esta pregunta, dirigida tanto a docentes como estudiantes, da a conocer que el formato digital (73%) es el preferido en la práctica docente. Los tiempos han cambiado junto con las tecnologías, respecto a esto Sarela, Contreras & Torres (2015) afirman que “(...) Al existir un cambio evidente en las formas de lectura de las nuevas generaciones y ser altamente audiovisuales, el libro multimedia apunta a una forma de lectura más hipertextual e icónica, más mediática y contextualizada (...)”. (p.131)

¿En qué temáticas le gustaría que se publicaran más contenidos bibliográficos en la Universidad?

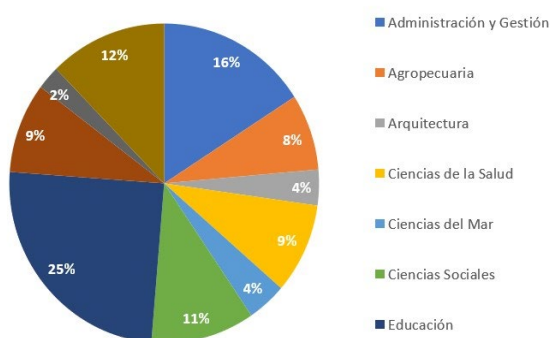


Figura 15. Encuesta a estudiantes y docentes universitarios de la ULEAM.

Fuente: Investigación Directa.

La temática educativa (25%) es la preferida por los estudiantes, muy seguido de administración y gestión (16%), se puede contrastar esta información en el anexo 2 con los

datos de la Cámara Ecuatoriana del Libro (2018) donde una amplia mayoría de ejemplares publicados entre 2017 y 2018 pertenecen a la temática de Ciencias Sociales.

El diseño editorial es la arquitectura de los contenidos en una publicación, por eso se consideró importante consultar su relevancia para el público encuestado.

Conclusiones de la investigación

Las encuestas y entrevistas sobre hábitos de lectura y gestión editorial indicaron que:

- Se prefiere, para el tema de lectura de contenidos, el uso de dispositivos electrónicos (sobre todo el smartphone), a impresos.
- El acceso a contenidos es visto como una ventaja mediante el uso de estos aparatos tecnológicos.
- La tasa de lectura es baja pero frecuente.
- Se accede a libros online mediante internet antes que la biblioteca universitaria o repositorios institucionales.
- A los especialistas en el área les preocupa el exceso de publicaciones y tienen como anhelo la mejora en calidad del libro como producto, esto se explica más adelante en el apartado 5.1. sobre Modelo Canvas del sistema de gestión editorial en concreto la parte de entrevistas a especialistas.
- Se desea que se potencie el uso de redes sociales y tecnologías de la comunicación tanto para difusión y docencia.
- Existe una preocupación por hacer que las publicaciones no solo cuenten con contenido de calidad, sino que el diseño logre destacar y con ello atraer a nuevos lectores.

5. Propuesta estratégica para el mejoramiento de la gestión editorial en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Para entender mejor la propuesta estratégica de gestión editorial, se creó un modelo de gestión basado en la metodología Canvas. Bajo este modelo se identificarán los aspectos cruciales de los procesos de gestión editorial.

5.1. Modelo Canvas del sistema de gestión editorial

El Canvas es una herramienta para crear proyectos con visión de gestión de recursos y capacidades, y permite trazar claramente una hoja de ruta mediante el análisis de lo que existe y lo que se propone, esta se puede usar para aplicar modelos de negocios en cualquier tipo de organización.

Osterwalder & Pigneur (2012) afirman que: “Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (p.14). Por su parte, Ferreira – Herrera (2015), señalan que “el modelo Canvas fue creado con el fin de establecer una relación lógica entre cada uno de los componentes de la organización y todos los factores que influyen para que tenga o no tenga éxito” (p.2).

Esta herramienta cuenta varios componentes, los cuales, aplicados al análisis del entorno actual del SEGUP se clasifican de la siguiente manera:

1. Mercado Meta.
2. Propuesta de Valor.
3. Canales de distribución.
4. Relaciones con usuarios.
5. Análisis de recursos requeridos.
6. Actividades clave.
7. Propuesta de Gestión de diseño editorial aplicando nuevas tecnologías.
8. Recursos clave.
9. Estructura de costos

1. Mercado Meta

Llamado también segmento de clientes, ayuda a determinar para quien se va a crear la propuesta estratégica y para quien se va a crear valor, para lo cual se debe conocer sus características, comportamiento y necesidades, Osterwalder & Pigneur (2012).

El mercado meta, se compone de usuarios primarios y secundarios, siendo los usuarios primarios quienes publican y los secundarios quienes proveen información de cómo se consume estos contenidos que se gestionan en el sistema de gestión editorial, ambos son igual de importantes siendo que se debe atender las necesidades de uno (primario) para satisfacer al otro (secundario).

Los indicadores de la encuesta realizada nos dicen que de las 415 personas que respondieron al cuestionario, un 57.9% pertenecen al sexo femenino y un 42.1% al

masculino, las edades oscilan entre 16 a 50 años, obteniendo más impacto, quizás al ser una encuesta digital, personas de 18 a 24 años (31%).

En la investigación realizada sobre hábitos de lectura se detallan que tanto alumnos como docentes prefieren usar libros digitales para sus tareas diarias (71%), la mayor motivación para leer en el grupo objetivo es realizar tareas de investigación académica (68%), en contraste con su tipo de lectura preferida, siendo la literatura y narrativa (42%) la opción elegida. Al ser estas áreas (actividades académicas y entretenimiento) las favoritas por el público al momento de leer, se presenta la oportunidad para potenciar estos campos en los repositorios institucionales y la producción de libros y textos académicos desde las editoriales apostadas en la universidad.

La frecuencia de lectura es alta, el 58% indica que lee en una escala de cuatro (con la ponderación de uno como frecuencia baja y cinco como la más alta), las nuevas tecnologías y formatos diversos de libros pueden ser la oportunidad para alentar comportamientos que mantengan y de ser posible eleven estas cifras.

El mercado meta indica, que leen de a 1 a 5 libros al año (67%), el valor máximo era 15 libros lo cual devela una tendencia a la baja, este dato revela que se pueden presentar oportunidades como realizar campañas de lectura y motivación a estudiantes en pos de elevar la cantidad de textos que se consumen al año en la Uleam además, las personas encuestadas revelaron que prefieren usar el smartphone (55%).

Sobre el uso de dispositivos de lectura electrónica, el 81% admite que los prefiere para acceder a libros y revistas, en contraste con un 19% que prefiere el libro en papel, los archivos digitales en los cuales se publica son PDF (*Portable Document Format*).

Los *smartphones* son la opción preferida por los usuarios consultados (55%), las aplicaciones móviles pueden ser una gran herramienta para captar más lectores, complementadas con beneficios que se puedan agregar al utilizar las mismas dentro del campus de una forma colaborativa entre docentes y alumnos universitarios para aprovechar las ventajas que pueden tener estos dispositivos ante su contraparte impresa.

Como diferencias entre formatos de libros, se percibe que el acceso a contenidos (36%) y en segundo lugar (24%) la portabilidad son las ventajas más relevantes que se perciben en los dispositivos electrónicos, mientras que, en el libro impreso, la facilidad de lectura (66%) es observada como un factor diferencial

Sobre la forma de acceder a publicaciones, la mayoría afirma que los consigue por internet (63%), a modo de contraste, un 20% consulta la biblioteca de la Universidad tanto

para libros físicos o digitales y solo un 5% de los encuestados afirma que consigue estos textos mediante los repositorios digitales de la ULEAM, se presenta la oportunidad para potenciar el sistema de consultas por internet en textos educativos y libros electrónicos tanto en el sistema de bibliotecas como desde aplicaciones y plataforma de la editorial universitaria ya que, según los datos proporcionados por la Biblioteca tiene un movimiento considerable de consultas en especial en formato digital, se puede apreciar esta información en la tabla 1 y 2.

Tabla 1. Consultas al sistema de Bibliotecas en formato impreso.

| COSULTAS | MOV. BIBLIOGRAFICOS |
|----------|---------------------|
| ENERO | 17384 |
| FEBRERO | 4850 |
| MARZO | 40 |
| ABRIL | 13419 |
| MAYO | 13229 |
| JUNIO | 13882 |
| JULIO | 13391 |
| AGOSTO | 1640 |

Fuente: <http://departamentos.uleam.edu.ec/biblioteca-general/>

Tabla 2. Consultas al sistema de Bibliotecas en formato digital.

| BIBLIOTECA VIRTUAL | C. E-LIBRO |
|--------------------|------------|
| ENERO | 469440 |
| FEBRERO | 110387 |
| MARZO | 30529 |
| ABRIL | 676328 |
| MAYO | 811923 |
| JUNIO | 649810 |
| JULIO | 492191 |
| AGOSTO | 135409 |

Fuente: <http://departamentos.uleam.edu.ec/biblioteca-general/>

A continuación, se muestra la información de los últimos 3 años en consultas realizadas en la Biblioteca de la ULEAM.

Sistema KOHA ULEAM, Ejemplares en formato físico

Tabla 3. Número de consultas realizadas en sistema KOHA ULEAM

| Año | Número de consultas |
|-------|---------------------|
| 2017 | 98929 |
| 2018 | 161230 |
| 2019* | 77835 |
| Total | 337994 |

Nota: se ha recopilado información hasta agosto de 2019.

Fuente: Estadísticas de usos de recursos Bibliotecarios de la ULEAM, 2019.
www.departamentos.uleam.edu.ec/biblioteca-general/

Sistema E-Libro, ejemplares consultados en formato digital

Tabla 4. Numero de ejemplares por año consultados en formato digital.

| Año | Número de consultas |
|-------|---------------------|
| 2017 | 1 619 389 |
| 2018 | 4 155 406 |
| 2019 | 3 376 017 |
| Total | 9 150 812 |

Nota: se ha recopilado información hasta agosto de 2019.

Fuente: Estadísticas de usos de recursos Bibliotecarios de la ULEAM. 2019.
<http://departamentos.uleam.edu.ec/biblioteca-general/>

Sobre las materias y temáticas que preferían los estudiantes, las Ciencias de la Educación (25%) es la preferida muy seguido de Administración y Gestión (16%), se puede contrastar esta información en la figura 16 que muestra los datos de la Cámara Ecuatoriana del Libro (2018) donde una amplia mayoría de ejemplares publicados entre 2017 y 2018 pertenecen a la temática de Ciencias Sociales, las cuales incluyen la temática de Educación.

| Tema General | 2017 | | 2018 | |
|--------------------------------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|
| | Títulos | Ejemplares | Títulos | Ejemplares |
| 0 - Generalidades | 155 | 77.846 | 243 | 340.359 |
| 100 - Filosofía y Psicología | 148 | 141.626 | 131 | 94.448 |
| 200 - Religión | 86 | 142.107 | 94 | 132.717 |
| 300 - Ciencias Sociales | 2.452 | 3.370.122 | 2.494 | 5.238.196 |
| 400 - Lenguas | 120 | 53.645 | 106 | 100.653 |
| 500 - Ciencias Naturales y Matemáticas | 266 | 179.165 | 241 | 163.422 |
| 600 - Tecnología (Ciencias aplicadas) | 684 | 505.520 | 557 | 191.845 |
| 700 - Las Artes Bellas y Artes Decorativas | 172 | 116.564 | 198 | 138.275 |
| 800 - Literatura y Retórica | 998 | 1.999.330 | 1.026 | 2.359.182 |
| 900 - Geografía e Historia | 165 | 118.306 | 163 | 141.858 |
| Total | 5.246 | 6.704.231 | 5.253 | 8.900.955 |

Figura 16. Cámara Ecuatoriana del Libro 2018. Número de publicaciones por temática.

Fuente: Cámara Ecuatoriana del Libro, Estadísticas de ISBN.

En la ULEAM, la Facultad de Ciencias de la Educación, cuenta con el mayor número de carreras disponibles, son seis en total y esto puede influir en los resultados, además de su alta cantidad de alumnos matriculados, según Secretaría General de la ULEAM, cuenta con 1286 en el presente año.

Bajo estos resultados se recomienda potenciar las publicaciones en estas áreas de estudio, Ciencias de la Educación y Ciencias Administrativas, además fomentar que las docentes de las carreras que no obtuvieron resultados favorables, publiquen artículos y libros en las plataformas institucionales.

Entrevista a especialistas en campos de investigación

Se incluye en la investigación entrevistas a especialistas sobre la temática que del estudio. Para el efecto, se aplicó criterios de selección de los mismos basados en su experiencia en los campos de acción de diseño editorial, gestión de biblioteca y gestión editorial; se tomó en cuenta su trayectoria, conocimiento del tema, funciones y labores dentro y fuera de la ULEAM. El script de las entrevistas se encuentra en el anexo N°1.

A continuación, se esquematizan las respuestas de cada pregunta realizada a los entrevistados.

Tabla 5. Preguntas de cuestionario a especialistas en los campos de estudio: Diseño editorial, Gestión de biblioteca y Gestión Editorial.

| Preguntas | Especialista #1 Analista de Biblioteca | Especialista #2 Diseñador Gráfico | Especialista #3 Director de Editorial Universitaria | Especialista #4 Editor de Editorial Universitaria |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ¿Qué cree usted que debe cambiar o mejorar en el campo de la edición o producción de textos y libros? | Mejor control de Calidad de la información en libros y artículos. | - Mejorar los costos de materiales de producción, - Incentivos de gobierno para esta industria. | - Diversidad de producción científica, - Creación de nuevos espacios para promoción científica. | - Mejorar los costos de producción - Invertir en promoción y difusión. |
| 2. ¿Cuáles serían las fortalezas y debilidades de este campo? | Fortalezas: el acceso a la información. Debilidades: El exceso de información sin garantía académica. | Debilidades: Falta de más profesionales en la labor editorial. Fortalezas: Las iniciativas del sector para fomentar buenas prácticas en diseño. | Fortaleza: Talento humano capacitándose en esta área. Debilidades: Carencia de oportunidades en la edición académica científica. | Debilidades: Poco impacto de publicaciones y exceso de las mismas. Fortalezas: Presencia de editores capacitados para ser un nexo entre autor y lector. |

| | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3. ¿Qué recomendaciones tiene usted para potenciar el desarrollo del sector editorial?</p> | <p>Cumplir con políticas y normativas de producción de contenidos mediante la revisión de lectoría de pares.</p> | <p>- Aprovechar las plataformas tecnológicas - Fomentar el uso de software libre para diseñadores.</p> | <p>- La organización editorial debe estar de acuerdo a estándares actuales. - Uso de Tecnologías de la comunicación - Talleres de lectura a estudiantes para fomentar lectura y escritura</p> | <p>- Falta de criterios de calidad en la producción de libros dirigidos al sector comercial. - Exceso de publicaciones con fórmulas y estilos repetidos producen una desvaloración de estos contenidos.</p> |
| <p>4. ¿De qué manera influye el diseño en la creación y producción de contenidos en su área de trabajo?</p> | <p>Permite diseñar sistemas de gestión para los catálogos de todo el material educativo tanto en formato físico como en digital.</p> | <p>Tiene un valor estético y funcional que permite organizar la información de una manera amigable con los lectores.</p> | <p>Influye como valor agregado simbólico de la gestión editorial para cautivar al público.</p> | <p>Es un elemento clave para la presentación de un libro y le da su identidad.</p> |
| <p>5. ¿De qué manera impactan las nuevas tecnologías en la manera que se producen y utilizan los contenidos literarios?</p> | <p>El impacto es positivo siempre y cuando se acceda por organismos avalados académicamente</p> | <p>La tecnología influye en el diseño de estos contenidos siempre y cuando se adapten a el formato final ya sea digital o impreso.</p> | <p>Desde la producción científica, las TICS permiten difundir masivamente la producción de contenidos, así mismo proveen el acceso a investigadores de información relevante para sus textos.</p> | <p>Las redes sociales y los espacios digitales permiten acceder a información relevante. Se debe crear contenidos exclusivos para cada plataforma de acuerdo a su uso.</p> |
| <p>6. ¿Cómo motivar la lectura en especial en los estudiantes universitarios?</p> | <p>Incentivar tanto a la lectura técnica como a obras literarias para crear debates.</p> | <p>Realizar talleres de lectura y escritura</p> | <p>-Motivar al debate desde la docencia con una capacidad multidisciplinaria -Mejorar políticas educativas desde las áreas de epistemología, tecnologías y experticias laborales</p> | <p>Reforzar planes de lectura desde la educación primaria y secundaria.</p> |
| <p>7. ¿El sector editorial tiene perspectivas de</p> | <p>- Si porque la lectura es una manera de</p> | <p>- Si, desde la perspectiva de las nuevas tecnologías el</p> | <p>- Se necesitan desarrollar aun mecanismos de</p> | <p>- Ecuador crece en dos sectores, autores y editores con</p> |

| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| crecimiento en la ciudad, provincia, país 7.1.¿Cómo influye el conocimiento de propiedad intelectual en este sector? | aprender y generar conocimientos. - Es importante conocer de propiedad intelectual para tener un registro de autores y editoriales y respaldo de calidad de textos. | mundo editorial gana en accesibilidad. - Toda creación literaria debería estar respaldada por la propiedad intelectual y más aún ahora que los costos son accesibles y realizados de una manera virtual. | mejora continua, innovación e inversión en el área editorial. - Si el conocimiento generado no es patentado y registrado, no tendrá la misma eficacia. | nuevas propuestas que van encontrando lectores. - No todas las editoriales pagan derechos de autor, sin embargo, usan otros mecanismos para apoyar a los escritores. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Investigación propia.

Esto permitió recabar datos importantes sobre sus necesidades y que aspectos son importantes para mejorar el sector editorial (figura 17), los especialistas indicaron que les preocupan los altos costos de producción de libros, el exceso de publicaciones sin rigor académico y su falta de variedad, de promoción y apoyo para los mismos y aplicación de las leyes de propiedad intelectual en las publicaciones universitarias.

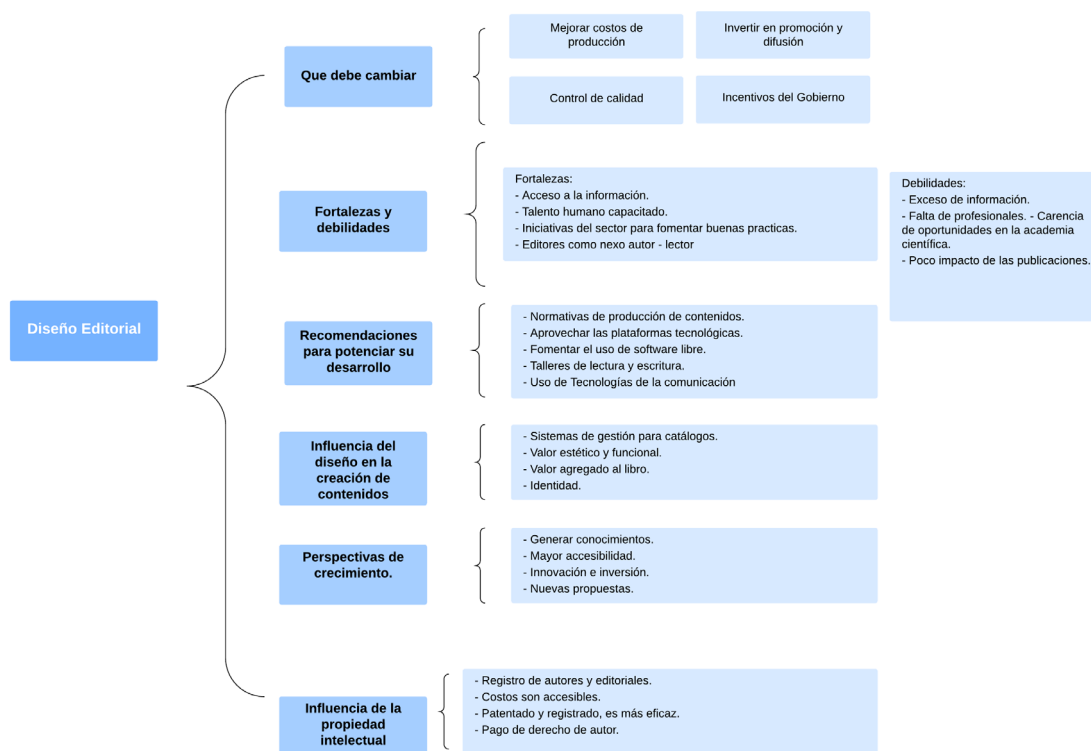


Figura 17. Esquema de cuestionario a expertos en el campo de estudio: diseño editorial

Fuente: Investigación propia.

Sobre los hábitos de lectura (figura 18), respondieron que se puede motivar la lectura mediante talleres de escritura y lectura, tanto técnica como literaria; mejorar el debate desde la docencia; motivar el debate en los alumnos para promover la lectura como herramienta de conocimiento y cultura. Así mismo, el conocimiento, como influencia los planes nacionales de lectura.

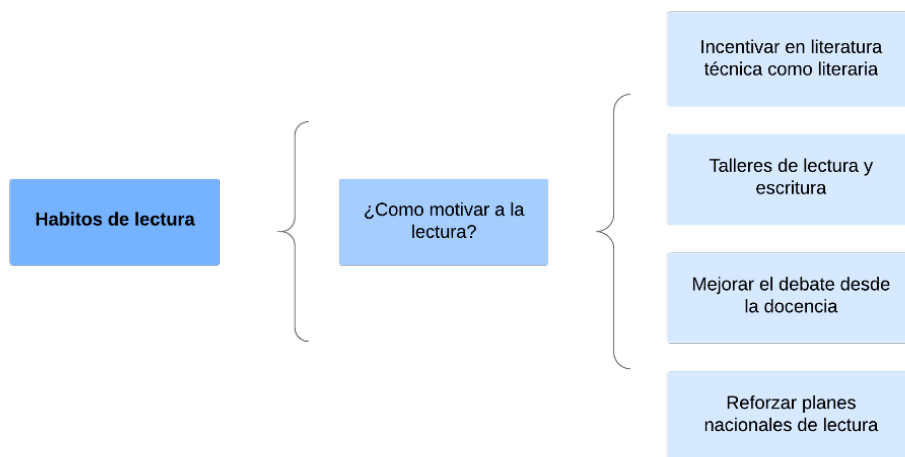


Figura 18. Esquema de cuestionario a expertos en el campo de estudio: hábitos de lectura
Fuente: Investigación propia.

Se consultó sobre las tecnologías de la comunicación (figura 19) y su impacto en los contenidos literarios, lo consideran como algo positivo siempre que se acceda por organismos avalados académicamente, también permite una difusión masiva de la producción científica, y que los contenidos deben adaptarse de acuerdo a su formato final y uso.

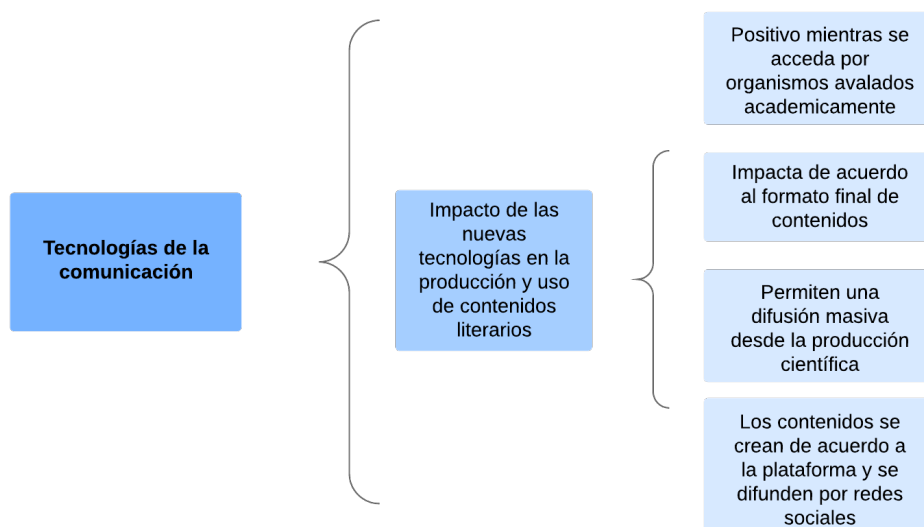


Figura 19. Esquema de cuestionario a expertos en el campo de estudio: Tecnologías de la comunicación
Fuente: Investigación propia.

La realización de las entrevistas como método de investigación cualitativa permitió robustecer los resultados del estudio debido a que se obtuvo de primera mano información relevante sobre el tema de investigación de la mano de especialistas en varios campos.

En el siguiente esquema se resumen las características principales de cada tipo de usuario meta, los primarios (quienes publican los textos) y los secundarios, quienes consumen y proveen información sobre el sistema de gestión y consumo de contenidos.

Tabla 6. Características principales de usuarios meta (primarios y secundarios)

| Tipos de usuarios sistema de gestión | Características principales |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Primarios | <ul style="list-style-type: none"> • Proven textos para publicaciones. • Prefieren dar catedra en medios digitales. • Se conforman en investigadores y docentes. • Valoran el diseño editorial como factor de identidad y valor agregado. • Requieren más rigor y variedad en la selección de publicaciones. • Solicitan más oportunidades para ser publicados en la editorial. |
| Secundario | <ul style="list-style-type: none"> • Tienen un bajo índice en tasas de lectura, pero una mediana frecuencia. • Prefieren usar libros digitales para las tareas académicas. • Elijen la lectura de literatura en ratos de ocio. • Utilizan smartphone para acceder a contenidos. • Prefieren obtener libros por internet antes que los medios institucionales. |

| | |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Perciben como importante la labor de diseño editorial al momento de elegir sus lecturas. |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: Elaboración propia.

2. Propuesta de Valor

Ayuda a conocer qué tipo de valor se está generando para los clientes, que necesidades se están atacando, que soluciones se están creando y que tipo de problemas de mercado se resuelven.

Osterwalder & Pigneur (2012) indican que esta: “(...) crea valor para un segmento de mercado gracias a una mezcla básica de elementos adecuados a las necesidades de dicho segmento (...)” y que estos valores pueden ser: “(...) cuantitativos (precio, velocidad del servicio, etc) o cualitativos (diseño, experiencia del cliente, etc) (...)” (p.23).

El informe del Banco Mundial (2016) sobre el número de publicaciones científicas y técnicas indica que en Ecuador se publicaron 1.096, en Colombia 6.120 mientras que en Perú fueron 1.007, nuestro país se encuentra rezagado frente al vecino del norte, nos falta mucho camino para llegar a los números de Estados Unidos (408.985).

Frente a estos datos se sugiere renovar los procesos de publicación mediante el correcto uso de las tecnologías de la Información y la comunicación usando plataformas Open Journal y lanzar un renovado sistema de gestión editorial con un diseño responsivo, inclusivo y funcional, se sugiere hacer uso de redes sociales como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Goodreads* y también difusión por medio de *Podcasts* y *Youtube* así mismo dentro de estas redes aplicando asistentes virtuales (*bots*) que respondan preguntas comunes a los usuarios mediante una base de datos automatizada, habilitar funcionalidades que permitan visualizar las páginas en diferentes idiomas (español – inglés), permitir a los usuarios observar métricas y cifras bibliométricas que indiquen el impacto de sus publicaciones y compararlas con otros investigadores.

Un libro universitario puede proveer muchos elementos para trabajar desde la identidad de cada institución. la función del diseñador editorial no debe ser solo estética sino funcional, esta labor debe surgir de la suma de las necesidades que tenga cada texto, la elección de tipografía adecuada, espaciado, interlineado, el formato áureo que le brinde legibilidad, el uso de los espacios, márgenes, criterios de composición, la forma de distribuir los bloques de texto, etc., esto permitiría un ritmo de visión agradable para el usuario final.

La propuesta de valor que se está creando es la renovación o mejoramiento de la Gestión de publicaciones y procesos editoriales de la ULEAM, para el propósito de gestionarlos, la universidad cuenta con el SEGUP.

Se cuenta con dos tipos de usuarios en esta plataforma, el usuario – publicador (primario) , que es quien provee el insumo primario para trabajar en proyectos editoriales y que generalmente son docentes e investigadores internos y externos, cabe recalcar que el Consejo de Evaluación Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) evalúa periódicamente a los docentes de las IES (Institutos de Educación Superior) mediante el número y calidad de publicaciones, en la publicación de esta institución titulado “Modelo de evaluación externa de Universidades y Escuelas Politécnicas 2018” se establece que: “(...) Las publicaciones de libros de la IES son el resultado de procesos editoriales rigurosos que incluyen mecanismos de revisión por pares (...)” (p.19), se propone fortalecer el sistema modificando la forma en que se envían los manuscritos a evaluadores pares, quienes se eligen de la base de datos del CEAACES, actualmente este proceso implica que mediante el sistema el texto ingresa y se dirige mediante dirección al evaluador designado, se propone que antes sea revisado por un editor que aplique criterios de estilo.

Se sugiere reformar normativas internas y externas (normas de publicación) y difundirlas mediante los canales adecuados a la planta docente, esto incluye los manuales de estilo y manuales de diseño y formatos adecuados, el CEAACES indica que “(...) En el caso de poseer editoriales propias, ellas cumplen con procedimientos de revisión por pares rigurosos y criterios editoriales formalmente establecidos (...)” (p.19), las obras deben difundirse adecuadamente, importante es socializar las actividades de la editorial mediante el uso de las redes sociales e implementar asistentes virtuales que ayuden al usuario en horas no laborales integrado a un plan de comunicación que se proyecte tanto a estudiantes como docentes, sobre esto se refiere la publicación: (...) La IES aplica mecanismos de difusión de obras y estas constituyen un insumo en la formación de sus estudiantes (...)” (CEAACES, 2019, p.19).

En el campo de la gestión editorial, la entrevista a expertos reveló que se debería tener un mejor control de calidad en las publicaciones, que causen impacto a nivel académico y sean innovadoras, para esto se necesita una revisión del comité editorial interno y externo, los expertos opinan que se invierta más en promoción y difusión, para eso la estrategia de comunicación aplicada a redes sociales y socialización de actividades, además de promover

talleres de apreciación de la lectura y escritura y que se den más oportunidades a docentes e investigadores.

El usuario – lector (secundario) por otro lado es quien consume el producto literario – académico, según la encuesta lo utiliza para tareas de investigación o estudios en su carrera en el caso de los estudiantes, estos prefieren visualizarlos en dispositivos electrónicos, los cuales permiten muchas funcionalidades subutilizadas cuando solo se le archivos de texto plano.

Se propone la creación de una colección de libros interactivos que incluyan contenido multimedia, no solamente basarlos en hipervínculos sino, adherir al flujo de lectura videos y sonido de una manera lúdica y entretenida que permita ampliar y mostrar lo que la palabra sola muchas veces no puede, esto basado en lo que se conoce como *Ed Tech* o las tecnologías de la Educación que es definida por Torres & Cobo (2017):

(...) la UNESCO (1984) define la Tecnología Educativa como el “(...) modo sistemático de concebir, aplicar y evaluar el conjunto de procesos de enseñanza y aprendizaje teniendo en cuenta los recursos técnicos y humanos y las interacciones entre ellos, como forma de obtener una más efectiva educación (...)”. (pp.43-44)

Los libros subidos al portal en su gran mayoría son textos realizados en procesadores de texto como Microsoft Word y revisados por el editor designado, estos no cuentan con un proceso de diagramación y maquetación de diseño editorial, ante esto dentro de las propuestas clave se esquematizan los procesos de diseño editorial para integrar la diagramación dirigida a imprenta a los diseños que se publiquen en la web.

En adición se puede mejorar los procesos de gestión editorial aplicando conocimientos de comercio electrónico en la venta y distribución de libros, el cual presenta oportunidades de generar ingresos para las instituciones educativas. Analizando la situación en Ecuador, Gonzales, (et al., 2019) indica que “(...) en el año 2013 se generaron alrededor de 800 millones de dólares en compras en línea a través de tarjetas de crédito en Ecuador (...)”. (p.5)

Los nuevos formatos disponibles para leer han evolucionado la forma de consumir libros, de lo impreso a lo digital, los dispositivos electrónicos aportan nuevas funcionalidades, Córdón, Alonso & Gómez (2013) dicen que frente a un libro antes estático se encuentran “(...) formas dinámicas de escritura y lectura sujetas a la interacción de autor y lector con unas posibilidades de crecimiento sin solución de continuidad (...)” (73).

Actualmente solo se exportan a PDF, pero la gama disponible es amplia, entre los principales están el *Epub*, *Mobi* y *Azw* (formatos abiertos) los cuales son compatibles con *smartphones*, *tablets* y *e-readers* como el *Kindle*, (formatos cerrados) un sistema de la empresa Amazon.

También dentro de los formatos responsivos se encuentran los libros interactivos, que se pueden adaptar para aportar otras experiencias sensoriales a obras literarias, revistas, folletos y guías informativas, integrando multimedia a la experiencia lectora haciéndola inmersiva.

Para crear estos contenidos dinámicos e interactivos es conocer importante sobre el UX (*User experience*) la experiencia de usuario se conoce como un proceso de diseño que resuelve las necesidades de los usuarios brindándole una experiencia amigable y clara.

Este proceso cuenta con cuatro etapas que son; descubrimiento, conocer quiénes son los usuarios y cuáles son sus necesidades; definición, en esta etapa se define en base a los datos obtenidos que problema se puede resolver; prototipado, se prueban las posibles soluciones con usuarios reales en un grupo de control; entrega, se analiza cuál de las soluciones que se prueban funciona mejor y se pasa a la etapa de desarrollo (Laboratoria, 2018).

El grupo encuestado indicó que prefiere conseguir libros por internet, seguido de consultas en la Biblioteca de la ULEAM, un bajo porcentaje utiliza los repositorios de libros de la ULEAM, entre estos repositorios está el de Fundación Munayi e InLector.

Respecto al uso de dispositivos para lectura se podría potenciar las plataformas y aplicaciones ya existentes (MUNAYI, SEGUP e INLECTOR) tanto en infraestructura como diseño y funcionalidad basado en el uso del modelo Canvas e investigar a fondo que necesitan los usuarios y como resolver sus necesidades para mejorar la experiencia.

La propuesta de valor propuesta se esquematiza en cuatro ejes principales: valor cualitativo, valor cuantitativo, gestión de procesos y tecnologías de la comunicación como se puede apreciar en la siguiente figura:



Figura 20. Esquema de propuesta de valor de propuesta estratégica de gestión de publicaciones de la ULEAM
Fuente: Elaboración propia

3. Canales de distribución

Permite conocer mediante que canales una empresa comunica sobre los servicios brindados a sus clientes, en este caso los canales de difusión de información para el usuario receptor.

Estos canales permiten hacer llegar las propuestas de valor a los segmentos de mercado, mediante estos los usuarios conocen los beneficios a obtener, evaluar la propuesta, compren o utilicen el servicio o producto.

Esta plataforma será usada por estudiantes y profesionales de la ULEAM, para conseguir los siguientes objetivos: mejorar la experiencia de uso y agilizar los procesos de publicación, lectura y distribución de libros impresos y digitales, renovar estos procesos permitirá ampliar la gama de productos que ofrece la editorial tanto para público interno como externo.

La Editorial Universitaria como órgano emisor de información tanto en estadísticas publicaciones, y noticias publicará periódicamente notas informativas sobre nuevos libros y ediciones de revistas científicas, convocatorias a publicar, eventos organizados por el departamento y noticias de interés público, usará canales como el correo electrónico institucional y particular para tener contacto directo con autores respecto a los avances del proceso de publicación, las noticias se difundirán por redes sociales oficiales las cuales se enlazarán con la página web oficial mediante la dirección de comunicación de la ULEAM, los medios de comunicación tradicionales servirán para difundir información pertinente al acontecer institucional dirigida hacia el usuario – receptor, dentro de este modelo se puede

incluir en redes sociales o el sistema de MUNAYI, un servicio de asistente virtual que, mediante una base de datos responda inquietudes de los usuarios.

Mediante los canales institucionales se puede promover mediante campañas informativas la adquisición de los libros disponibles en el catálogo editorial para su venta y consulta.

Esta estrategia de comunicación se esquematiza en la siguiente figura:

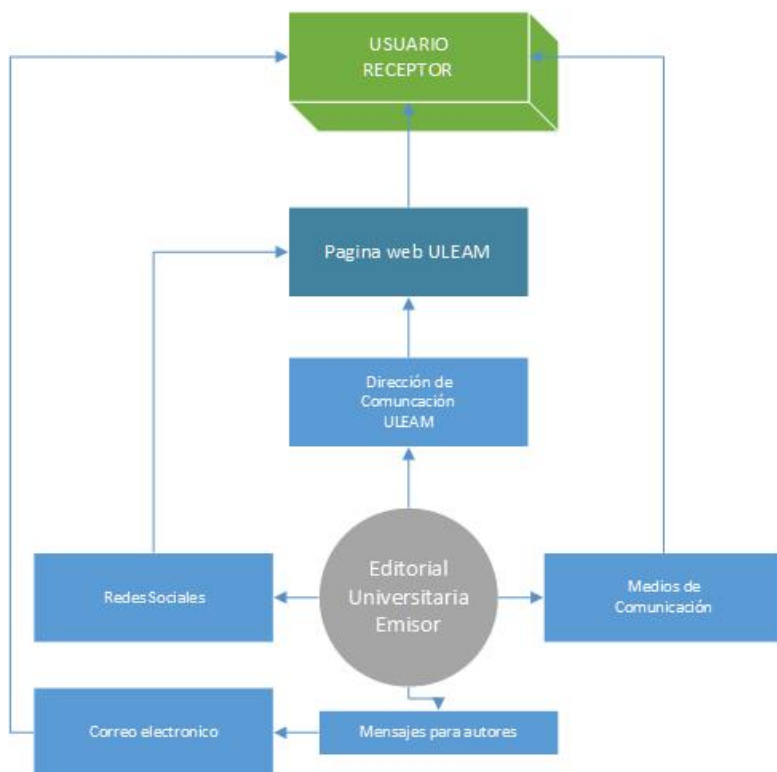


Figura 21. Estrategia de comunicación de Editorial Universitaria

Fuente: Elaboración propia.

4. Relaciones con usuarios

Aquí se analiza que tipo de relación tiene la institución con sus clientes a corto, mediano y largo plazo y como se integran a un modelo de negocio, fundamentalmente se desea obtener una mayor captación de clientes, fidelización y estimulación de ventas o uso del servicio, según Osterwalder & Pigneur (2012), estas relaciones pueden ser tanto con asistencia personal, automatizada, comunidades de clientes o usuarios y de creación colectiva (colaboración de clientes para generar valor) (p.29).

Se busca mejorar la experiencia mediante una interacción automatizada y humana con los usuarios, evitar el exceso de tramitología y tiempo de espera en recibir la publicación

final, aumentar su valor agregado mediante las mejoras en procesos de diseño y gestión editorial y ampliar la gama de productos editoriales.

Se espera mejoras cualitativas y cuantitativas en el proceso. sustantivamente el plazo de entrega, calidad, variedad y porcentaje de publicaciones que se publiquen al año, actualmente se tiene como meta publicar sesenta libros, no se establece cuántos de ellos sean en formato impreso o digital, sin embargo la Cámara Ecuatoriana del Libro mide cada año la cantidad de publicaciones que emiten las universidades del Estado mediante número de ejemplares y cantidad de títulos, se espera a mediano plazo aumentar el número de publicaciones, equiparando los números que brinda la figura 22 donde se ubica a la Universidad Andina Simón Bolívar como líder de publicaciones en el ranking nacional de universidades públicas a setenta títulos por año, con esto subir en el ranking nacional. asignando un porcentaje de 70% para publicaciones digitales y 30% para material impreso.

| PRODUCCIÓN EDITORIAL UNIVERSIDADES PÚBLICAS | | | | | |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------|------------|---------|------------|
| Universidades | | 2017 | | 2018 | |
| | | Títulos | Ejemplares | Títulos | Ejemplares |
| 1 | UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR SEDE ECUADOR | 56 | 13.200 | 78 | 27.335 |
| 2 | UNIVERSIDAD DEL AZUAY | 42 | 6.400 | 65 | 10.400 |
| 3 | UNIVERSIDAD DE CUENCA | 26 | 14.250 | 44 | 17.060 |
| 4 | UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA | 3 | 200 | 44 | 100 |
| 5 | UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ | 40 | 1.800 | 38 | 2.200 |

Figura 22. Producción Editorial de Universidades Públicas.

Fuente: Cámara Ecuatoriana del Libro

5. Análisis de recursos requeridos

Al ser la publicación de libros una propuesta social de la ULEAM con distribución gratuita tanto en formato impreso como digital, no se obtienen recursos de ingreso por su producción en cuestión de egresos se cuenta con una inversión anual en salarios de personal de \$127.032 más costos de materiales de producción de libros impresos valorados como promedio en tres dólares la unidad según datos recabados de la imprenta universitaria que son quienes proveen la mano de obra y equipos para elaborar artes gráficas impresas, para los libros se utilizan materiales como resmas de papel A4, tintas y goma para unir las fojas del libro final a reproducir, este costo de producción anual se estima en \$28.000 (Imprenta universitaria, 2019) bajo el esquema actual los autores corren con los gastos de elaboración de portadas las cuales varían de acuerdo a imprenta externa elegia y material.

Se puede convertir la venta de los textos en una fuente de ingresos mediante los canales adecuados dentro y fuera del campus como método de expandir conocimiento y servir como material de estudio para docentes y estudiantes internos y externos

Esto beneficia a la producción de contenidos literarios académicos en el territorio, así como generar un acervo cultural y académico más amplio.

El costo estimado de implementación de esta propuesta ronda los \$155.032, sumando la inversión actual en personal y agregando personal de diseño editorial especializado tanto en contenidos multimedia como en libros impresos agregando en la propuesta de actualización de plataformas tecnológicas, equipos de computación, adquisición de licencias de software de diseño y materiales de oficina.

Sobre los potenciales ingresos que tendría la venta de libros en el sector educativo, un autor o autores de una publicación académica de investigación invierten una considerable cantidad de tiempo y dinero en redactar estos textos, cuando se dispone que estos sean llevados a un formato impreso mediante la editorial universitaria, esta asume el costo de edición y diseño editorial la labor del personal administrativo en estas áreas, el cual puede variar dependiendo de la complejidad de los contenidos, pero en el mercado comercial privado puede ir de uno a cinco dólares por página, valor que si fuera asumido por los autores elevaría el costo de producción.

Asumiendo que el costo de producción promedio de un libro terminado con portada de 180 páginas sea de 4 dólares la unidad y multiplicando por una cantidad promedio de ejemplares (ejemplo 200), al precio de producción se le agregarían los registros legales y de distribución (estimado de cien dólares) daría un total de \$900.00 dólares de inversión, este libro podría venderse comercialmente a diez dólares, lo que resultaría en un ingreso de \$2.000, restándole la inversión inicial realizada por el autor (\$900), resultaría en una ganancia neta de \$1.100 para la institución educativa por libro.

Multiplicando cada libro con una cantidad de páginas promedio de doscientas páginas, siendo que muchas veces se llega a elaborar contenidos que sobrepasan en demasía esa cantidad, se podría estimar ingresos superiores a los \$82.500 dólares anuales solo en venta de libros impresos sin contar con la posibilidad de habilitar canales de comercio electrónico para libros digitales los cuales no tienen costo de producción impresa y se utilizaría los servidores de la universidad para su almacenamiento.

Estimando un precio de venta por unidad de cada libro electrónico de \$6.99 (cuyo costo puede variar de acuerdo a la cantidad de páginas y complejidad de ejemplar) y tomando como referencia el universo de personas encuestadas (15.421) como posible mercado consumidor de libros, tenemos que en caso que cada una de estas personas adquiriera un libro al precio ofrecido nos daría un estimado anual de \$107.729 de ingresos para la institución.

6. Actividades clave

Se las define para crear y aplicar la propuesta de valor y conocer la situación actual de la institución, y qué productos o servicios genera. Al igual que los recursos clave, son necesarias para generar la propuesta de valor. Como ejemplo Osterwalder & Pigneur (2012), dicen que una empresa como *Microsoft* tiene como actividad clave el desarrollo de software mientras que en *Dell* es la gestión de cadenas de suministro de equipos informáticos.

Para poder proponer un renovado modelo de gestión de diseño editorial, debemos analizar cómo se compone el sistema actual, para lo cual se elaboró un diagrama de procesos que involucra a las áreas que componen actualmente la Editorial Universitaria y como estas realizan el flujo de procesos que conlleva a publicar un libro desde que el usuario ingresa al sistema hasta su producto final.

En el siguiente gráfico se puede apreciar el flujo de procesos correspondiente al modelo actual, (figura 23).

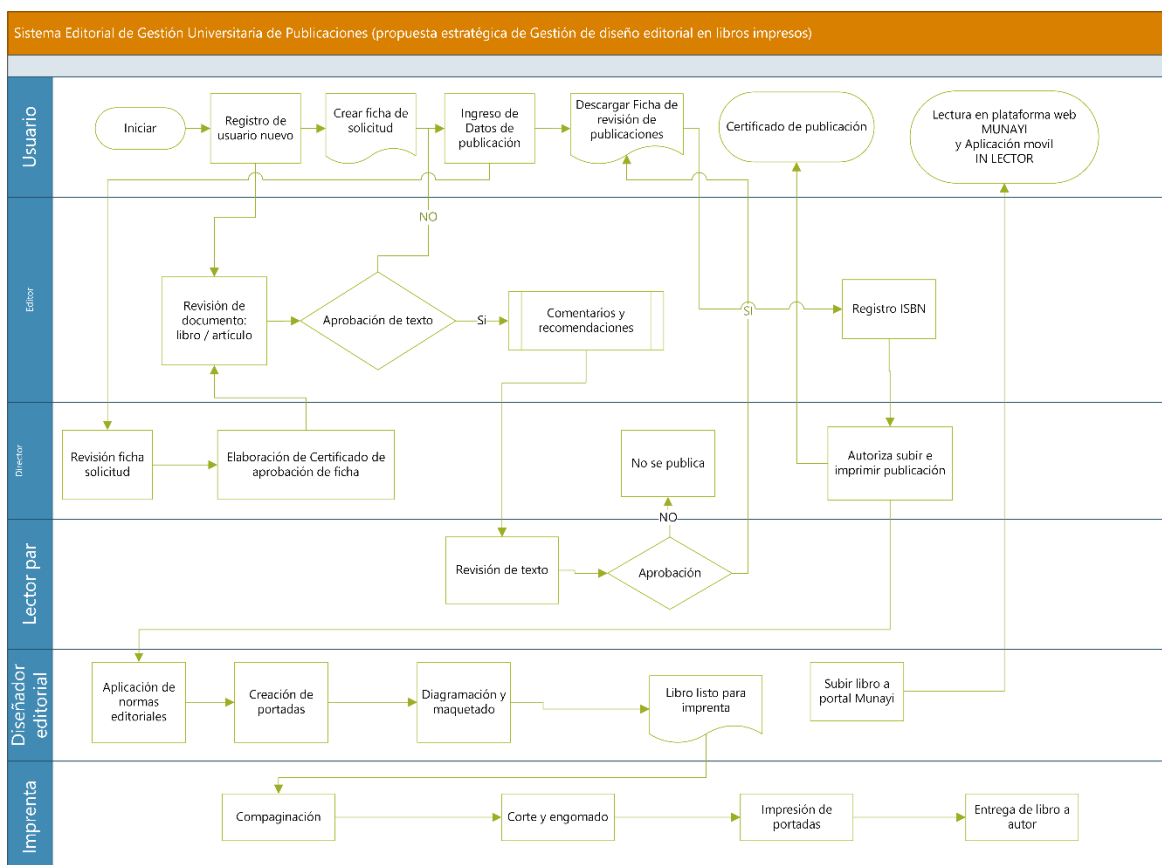


Figura 23. Flujo de procesos para publicaciones académicas del Sistema Editorial de Gestión Universitaria de Publicaciones (SEGUP), (2019).

Fuente: Elaboración propia

El sistema permite que el usuario cuente a su disposición flujos de procesos que evita un exceso de trámites y poder publicar sus textos digitales de una manera ágil y de fácil uso, recibiendo un certificado de haber aprobado el proceso de registro y posteriormente de publicación de la obra, la misma que se incorpora al catálogo de publicaciones de acuerdo a su área de conocimiento en la plataforma Munayi y automáticamente en la aplicación móvil INLECTOR, estos libros pueden ser visualizados o descargados gratuitamente (actualmente no se encuentra habilitada la descarga en InLector).

Otros actores involucrados son el área de edición, que revisa y realiza indicaciones y comentarios sobre los documentos recibidos, una vez aprobado, el director envía a la correspondiente revisión de pares ciegos, que son designados de acuerdo al área de conocimiento y seleccionados de la base de datos con que cuenta la institución.

La dirección por su parte revisa y autoriza la publicación de los manuscritos una vez que se cuente con la aprobación de editor, par ciego y diseñador encargado.

En el área de diseño, se recibe el documento, se analiza el formato adecuado para su publicación digital (hoja de créditos e índice de contenidos) se realiza la portada correspondiente y, una vez aprobada la publicación por el área de edición, se sube a la plataforma para su distribución digital.

Cabe recalcar que, en el modelo actual, los libros impresos ingresan al flujo de trabajo mediante la plataforma y obtienen el certificado de publicación, sin embargo, no existe una opción desde la misma que indique desde su ingreso en que formato desean los autores publicar su libro, este puede ser digital, impreso o ambos, en digital se sube a la plataforma en su formato nativo (.doc) con revisión de editor y sin pasar por las manos del diseñador para su maquetación.

7. Propuesta de Gestión editorial aplicando nuevas tecnologías

Se detalla aquí en que consiste y como se va a aplicar la propuesta de valor, en este caso, bajo que términos se pondrá en efecto la estrategia, bajo que escenarios ideales y proponiendo nuevos productos y servicios.

Conformar grupos de trabajo en los proyectos de publicación, estos grupos estarían conformados por equipo multidisciplinarios, editores, corrector de estilo, y un área de diseño donde se distribuyan los proyectos de acuerdo a sus características ya sean los formatos digitales, impreso o ambos, los profesionales involucrados en estos proyectos participarían

desde el inicio del mismo mediante mesas de trabajo semanales, pudiendo aportar ideas para creación de portadas, inclusión en colecciones y títulos acordes al mercado meta, este grupo será asesorado externamente por especialistas de contenidos multimedia y técnicos de impresión.

Se plantea la mejora del sitio web anfitrión (Fundación Munay) tanto en factores de navegabilidad y facilidad de uso como en aplicar un diseño amigable para usuarios, así mismo la página de SEGUP contaría con opciones para seleccionar en las fichas de solicitud el formato en el cual se desea publicar, para esto se amplía y rediseña las fichas de solicitud de ingreso para que el usuario pueda redactar un resumen de su obra y cuál es su mercado objetivo, siendo esta ficha una orden de trabajo con número de serie que se asignará al editor para que siga los procesos pertinentes,

Renovar los sitios webs de las revistas científicas de la institución, estos deben contar su propia página, esta estaría integrada al SEGUP, pero contaría con un diseño distinto al de publicaciones de libros.

Como indicador de inclusión y vinculación se plantea también, realizar talleres de capacitación para escritura, socialización de actividades y beneficios del sistema en instituciones educativas superiores de la provincia, y estudios bibliométricos de la producción científica y hábitos de lectura y escritura de los docentes de la institución.

Se optó por realizar un gráfico en forma de diagrama de flujo que muestre el proceso ideal de la gestión de diseño editorial desde la perspectiva y funciones del diseñador o gestor de diseño, en este gráfico (figura 24) se observa que, tanto para libros impresos o digitales se diseñan de una manera sistemática, esto permite que se agilite y maximice el proceso de creación de estos contenidos.

El flujograma muestra cómo se podría optimizar la labor de diseño editorial, contando con equipos de trabajo en este campo y designando tareas de acuerdo a su complejidad y producto final.

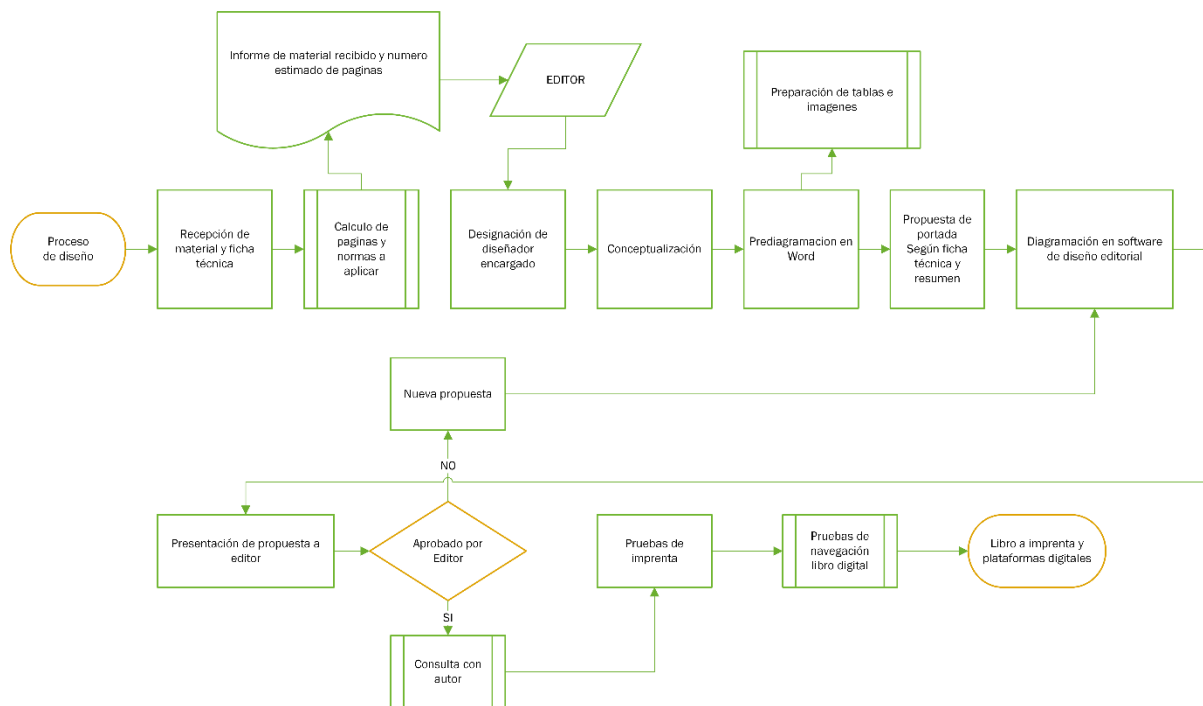


Figura 24. Propuesta de proceso para la producción de libros impresos y digitales.

Fuente: Elaboración propia

En el apartado de libros digitales se propone crear una experiencia de usuario más completa en la que el individuo no solo pueda leer el texto, sino que, aprovechando las herramientas multimedia como video y sonido, puede interactuar con el mismo.

Este formato se utiliza en libros que necesiten aprovechar contenidos adicionales, por ejemplo, un libro cuya temática sea la historia de una ciudad puede incluir comentarios en audio, fotografías animadas con *motion graphics* o videos integrados. De esta manera se enriquece la experiencia lectora, sobretodo en contenidos educativos, folletos, guías para estudiantes, tutoriales, y libros infantiles.

Uno de los usos más interesantes en los que se puede aplicar este formato interactivo es en señalética, mediante tecnología GPS y utilizando las redes WIFI dentro del campus; creando croquis y guías para visitantes y nuevos alumnos sobre la ubicación de edificios y facultades, insertando en los PDF interactivos información relevante que permita conocer la historia y datos importantes de la institución, además del calendario académico.

Así mismo, integrar al flujo editorial los audiolibros como una herramienta inclusiva que presenta oportunidades comerciales, siendo una tendencia en el mercado actual. El País (2018) indica sobre esta tendencia que: “(...) la principal ventaja de este formato es que

permite al lector efectuar "actividades paralelas" y así, un 56% de los abonados que llevan a cabo otras actividades disfrutan del servicio mientras hacen deporte”.

8. Recursos clave

Por último, se detalla que recursos o activos se necesitan para aplicar la propuesta de valor, tanto en canales de distribución, relaciones con los clientes y flujos de ingresos, estos recursos pueden ser físicos (maquinarias, oficinas y puntos de venta), intelectuales (marcas, datos, patentes, derechos de autor y software), humanos (niveles de conocimiento, experiencia y motivación laboral) y económicos (presupuesto).

En este caso para una gestión editorial más eficiente se conforma de materiales de oficina, software, hardware, utilitarios de diseño y talento humano.

Para crear esta propuesta se utiliza software de diseño como la suite Adobe, Microsoft Word, Excel y Visio, equipos de computación de alta gama que soporten el manejo de vectores y edición de texto e imagen, implementos de oficina como (papel, impresora láser A3, bolígrafos, lápices, goma de borrar, resaltadores de texto) correo electrónico, internet, diccionarios, tablas de colores Pantone, *tablets*, *e- readers*, guillotina A3, cámara fotográfica.

Aparte de los recursos materiales, se necesita presupuesto para adquirir acceso a sitios web de contenido clip arts como fotografías de stock e imágenes licenciadas para elaborar portadas e integrar gráficos en textos que lo requieran, parte del presupuesto asignado servirá para registrar estos artes como propiedad intelectual de la institución y difusión de productos literarios en redes sociales.

Clave es contar con personal capacitado en crear experiencias de usuario con conocimiento en contenidos multimedia, edición de video y audio y retoque fotográfico.

9. Estructura de costos

Según Osterwalder & Pigneur (2012), en este apartado nos debemos preguntar cuales son los costos mas importantes a nuestro modelo de negocio y en que actividades se manejan los mismos tanto desde la creación hasta su distribución.

En el punto 5 del canvas respecto de analisis de recursos requeridos, ampliados previamente, se detallan los costos e ingresos anuales que podría tener esta propuesta, los cuales se detalla a continuación:

Tabla 7. Egresos anuales de propuesta de gestión editorial

| Detalle | Cantidad |
|------------------------|-----------------|
| Sueldo de personal | 127.032 |
| Material de impresión | 28.000 |
| Total inversión | 155.032 |

Fuente: Investigación propia

Tabla 8. Ingresos anuales estimados de propuesta de gestión editorial

| Detalle | Cantidad |
|---------------------------------|-----------------|
| Venta de libros impresos | 82.500 |
| Venta de libros digitales | 107.729 |
| Total Ingresos estimados | 190.229 |

Fuente: Investigación propia

Como se observa en las tablas, son amplios los ingresos estimados por venta de libros impresos y digitales siendo que, estos valores pueden variar de acuerdo a la complejidad de los textos a ofertar y su proceso de diseño y edición, los costos en impresión varían de acuerdo a material de utilizado (cartulinas, papel, resolución, etc) mientras que en versiones digitales se puede agregar valores agregados como contenido multimedia e interactividad.

6. Conclusiones

En la presente investigación se han analizado los resultados de las encuestas, que permiten conocer la realidad de los consumidores, sus costumbres y hábitos de lectura, además se exploró la bibliografía disponible sobre los campos de estudio, se analizó el estado actual del Sistema Editorial de Gestión de Publicaciones, el impacto los contenidos en los usuarios y se propuso mediante un modelo Canvas mejorar la gestión de diseño editorial y organizacional así como maneras de ampliar la gama de productos que se ofrece actualmente para el mercado meta.

Ante las preguntas de investigación planteadas ¿Con qué frecuencia están leyendo los estudiantes en la ULEAM? ¿Cuál es el estado actual de la gestión editorial en la ULEAM? y ¿Cómo mejorar los procesos de gestión utilizando tecnologías de la comunicación para aumentar la calidad, cantidad y variedad de publicaciones que se publican en esta institución educativa? basado en datos recopilados se puede concluir que:

Es promedio el índice de lectura en los estudiantes de la Uleam, se da en los ratos de ocio donde se prefiere la lectura de literatura y narrativa, sin embargo, lo que más motiva es explorar documentos que faciliten las tareas académicas.

El uso de dispositivos electrónicos es elevado; el favorito es el smartphone seguido de los computadores personales. Como principal ventaja de los dispositivos digitales es el acceso a contenidos; la facilidad de lectura es la principal motivación al elegir libros impresos sobre los dispositivos.

El acceso a libros y contenidos en internet es el medio preferido para conseguir bibliografía de consulta, seguido del uso de la Biblioteca y muy por debajo los repositorios de publicaciones de la universidad, por otro lado, se evidencia la baja del número de consultas de libros impresos en la biblioteca universitaria frente a los libros virtuales.

Analizando el estado actual del sistema de publicaciones, una vez examinado, se demostró que en el ámbito de publicaciones digitales cumple con las metas institucionales y las publicaciones tienen mediano impacto en los usuarios, a pesar del resultado de las encuestas.

Sobre cómo mejorar los procesos, el diseño editorial es visto como un factor importante para el desarrollo de textos académicos, las recomendaciones de expertos en esta coinciden en que se debe potenciar áreas como promoción y difusión, calidad de textos y aprovechar las nuevas tecnologías.

Así mismo, en el área del diseño editorial, se percibe al diseño como un valor agregado que provee identidad a los textos publicados. Un elemento clave dentro del posicionamiento de las publicaciones.

La creación de canales de venta para libros impresos y digitales puede crear condiciones favorables de ingresos para la universidad.

7. Recomendaciones

Como recomendaciones finales se apunta las siguientes:

Se recomienda promover campañas y talleres de lectura desde la universidad hacia la comunidad, potenciar y difundir los repositorios de contenidos educativos para la formación del alumno universitario, de la misma manera la producción de textos académicos desde las editoriales universitarias. Asimismo, apoyar la publicación de libros de carácter literario mediante la inclusión de juicios críticos argumentados por especialistas en el área.

Renovar las aplicaciones móviles de lectura y descarga de documentos educativos en multiformato mediante altos estándares de funcionalidad y diseño amigable con el usuario.

Motivar a los estudiantes a utilizar dispositivos como *tablets* o *e-readers* en su labor cotidiana, bajando así la tasa de uso de papel en beneficio del medio ambiente.

Las entrevistas a expertos en los campos de investigación revelaron datos que pueden ayudar a crear otras recomendaciones como el aprovechamiento de las plataformas tecnológicas, utilizar los incentivos gubernamentales en el área de la cultura, en concreto el sector de impresión y elaboración de libros en cuanto a exoneración de aranceles a costos de materiales y mano de obra experta. Invertir más en promoción y difusión de las obras, aprovechar la experticia del talento humano disponible en el sector editorial para compartir experiencias con la industria local y provincial.

En lo referente al diseño y su influencia en la producción de contenidos, los expertos indican la necesidad de darle un valor agregado a los textos, es decir trabajar desde la estética, puesto que el producto libro debe destacar no solo por elementos claves como el autor o tema, sino por la presencia que pueda denotar dentro de su área o mercado. Sin importar que la publicación se encuentre en soporte físico o digital.

Otra recomendación referente a las Tecnologías de la Comunicación (TIC) es aprovechar el poder de las redes sociales para difundir los repositorios con las publicaciones. La mayor cantidad de la información que se consume en la actualidad proviene desde estos canales, solo es cuestión de volcarse en el desarrollo y aplicación de campañas comunicacionales con un enfoque editorial, donde no solo se logre destacar los productos sino a sus responsables, es decir a autores e investigadores. Asimismo, esto hará que los estudiantes puedan acceder al conocimiento que publican y difunden las editoriales universitarias, logrando con el objetivo de consumo.

Se recomienda solicitar la colaboración de otros departamentos universitarios, así como pasantes para crear canales de distribución de libros impresos y digitales como portales de comercio electrónico y librerías en facultades que ofrezcan los libros a docentes, estudiantes y público en general con envíos a nivel nacional e internacional.

Finalmente se recomienda que se concientice entre los autores el uso de la propiedad intelectual para respaldar sus textos y creaciones e implementar esta propuesta de gestión editorial en la editorial universitaria de la ULEAM.

Con esta investigación se ha logrado conocer los hábitos de lectura de los estudiantes y docentes universitarios, así como la opinión de expertos en el área, sobre temas como la gestión editorial, tecnologías de la comunicación y diseño editorial.

Quedan aún otras líneas de investigación que pueden ser profundizadas en nuevos estudios como puede ser los hábitos de escritura para académicos, los campos de acción profesional y estado del arte de la profesión del diseño gráfico en la provincia y temáticas propias de esta profesión como tipografía, cromática y el uso del imaginario visual de los territorios de la costa en el diseño contemporáneo.

Referencias Bibliográficas

- Agencia de Regulación y Control de las telecomunicaciones (ARCOTEL) (s.f). *46,4% de usuarios del Servicio Móvil Avanzado poseen un smartphone*. Recuperado de <http://www.arcotel.gob.ec/464-de-usuarios-del-servicio-movil-avanzado-poseen-un-smartphone/>
- Arguelles, J.D. (2017). *¿Qué leen los que no leen? El poder inmaterial de la lectura, tradición literaria y el hábito de leer*. Barcelona: Océano Travesía.
- Arias, R. (agosto, 2010). El trabajo editorial en el Ecuador, *Cyberalfaro*, 20, 41-49.
- Biblioteca de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (2019). *Estadísticas de usos de recursos Bibliotecarios de la ULEAM*.
- Banco Mundial (2016). *Artículos en publicaciones científicas y técnicas - Ecuador, Colombia, Peru*. Recuperado de https://datos.bancomundial.org/indicador/IP.JRN.ARTC.SC?locations=EC-CO-PE&name_desc=false
- Castilho, J. (2010). La editorial universitaria y los desafíos del presente: el libro digital y la difusión del conocimiento, *Cyberalfaro*, 20, 95-106.
- Cámara Ecuatoriana del Libro (2018). *El libro en Ecuador 2018. Estadísticas y datos ISBN*.
- Córdon García, J. A. (2018). Libros electrónicos y lectura digital: los escenarios del cambio. *Palabra Clave (La Plata)*, 7(2), e044. Recuperado de <https://doi.org/10.24215/18539912e044>
- Cordón, J., Alonso, J. & Rodero, H. (2010). Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital. *Anales de Documentación*, 13, 53-80.
- Cordón, J., Alonso, J. & Gómez, R. (2013). Nuevas herramientas digitales y participación de los usuarios: el papel de las bibliotecas en la dinamización de los contenidos. *Grupo E. lectra*. Universidad de Salamanca, en línea: <http://eprints.rclis.org/18660/1/GOMEZ.pdf>
- CEAACES (2018). Modelo de evaluación institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas 2018. Recuperado de: <https://www.ucsg.edu.ec/wp->

content/uploads/transparencia/Modelo-evaluacion-preliminar-universidades-escuelas-politecnicas2018.pdf

- Díaz- Noci, J. (2018) *¿Diarios en dispositivos móviles? Libro electrónico, tinta electrónica y convergencia de la prensa impresa y digital*. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2009.may.07/21376>
- Eguaras, M. (2018). *Publicar con calidad editorial: cuatro pilares de la producción de un libro Versión Kindle*. Malaquitas Ediciones.
- El Pais (2018). *Alternativas “tecnológicas” para leer un libro*. Recuperado de https://elpais.com/tecnologia/2018/04/12/actualidad/1523529886_584975.html
- eLibro.com (2018). *Nuevos productos*. Recuperado de <http://www.e-libro.com/elibroproquest/>
- Ferreira- Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107), xx-xx. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>
- Free Software Foundation (2018). *El sistema operativo GNU*. Recuperado de <https://www.gnu.org/licenses/licenses.es.html>
- Galicia J. C., & Villuendas, E. (2011). Relación entre hábitos lectores, el uso de la biblioteca y el rendimiento académico en una muestra de estudiantes de psicología. *Revista de la educación superior*, 40(157), 55-73. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602011000100003&lng=es&tlng=es
- García Azcuaga, A. (2013) *La gestión por procesos en la Editorial Universitaria Félix Varela*. Bib.An.Invest. Vol. 8-9 (ene.2012-dic.2013): 174-188 ISSN: 0006-176X
- González J., Guerrero S., Coello K. & Macías L.F. (2019): *El comercio electrónico como herramienta incremental del consumo: caso Ecuador*, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (junio 2019). En línea <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/comercio-electronico-ecuador.html>
- Guerrero, M. (2012). *Fomento a la lectura y habilidad lectora. Fundamentos de investigación pedagógica I*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- INEC (2012). Hábitos de Lectura en Ecuador. Octubre 2012. Recuperado de <http://www.celibro.org.ec/web/img/cms/ESTUDIO%20HABITOS%20DE%20LECTURA%20INEC.pdf>
- Internet World Stats (2017). *Ecuador, Internet Usage and market report*. Recuperado de <https://www.internetworldstats.com/sa/ec.htm>

- Jabr, F. (2013). The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens. *Scientific American*. Recuperado de <https://www.scientificamerican.com/article/reading-paper-screens/>
- Jiménez, S., Giménez, E. & Javier Salvador J. (2008). Los sistemas de gestión editorial como medio de mejora de la calidad y la visibilidad de las revistas científicas. *El profesional de la información*, v.17, n. 3, mayo-junio 2008
- Larrañaga, E., Yubero, S. & Cerrillo, P (2008). Estudio sobre los hábitos de lectura de los universitarios españoles. *Research Gate*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/286756246_Estudio_sobre_los_habitos_de_lectura_de_los_universitarios_espanoles
- Laboratoria. (2018, enero 3.). User Experience. [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wmmVhVixW-A>
- Matute, C. (2016). Producción y divulgación de las editoriales universitarias del Ecuador. Estudio de caso: Mar Abierto de la ULEAM. *Revista San Gregorio*, [S.l.], 15, 128-135. Recuperado de <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/281>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio (2019). *Gobierno Nacional presentará 'Ecuador Creativo': un programa de incentivos a la economía naranja*. Recuperado de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/gobierno-nacional-presentara-ecuador-creativo-un-programa-de-incentivos-a-la-economia-cultural/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (2012). Indicadores UNESCO de cultura para del desarrollo. Recuperado de https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis/resumen_analitico_ecuador_0_1.pdf
- Osorio, N. (2015). ¿Qué es Open Journal System?. *Revista Electrónica Dr. Zoilo E. Marianello Vidaurreta*, Universidad de Ciencias Médicas de las Tunas. Recuperado de <http://revzoilomarinellosldcu.com/index.php/zmv/article/view/595>
- Senplades (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, Toda Una Vida*. Recuperado de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- Sarela, C., Contreras, B. & Torres, C. (2015). Desarrollo de libros electrónicos: “Taller Pedagógico”. *Revista Colombiana de Tecnologías de Avanzada*. DOI: <https://doi.org/10.24054/16927257.v27.n27.2016.2548>
- Universidad de Sevilla (S.F). La Biblia de Gutenberg. Biblioteca Rector Machado y Núñez. Recuperado de https://bib.us.es/machado/fondo_antiguo/biblia

Universo Abierto (2018). Koha: sistema integrado de gestión de bibliotecas. Recuperado de <https://universoabierto.org/2018/04/17/koha-sistema-integrado-de-gestion-de-bibliotecas/>

Matamoros, I. (9 de mayo de 2019). ¿Cuánto se lee en Ecuador?. *Vistazo*. Recuperado de <https://www.vistazo.com/seccion/ciencia-y-tecnologia/ciencia/cuanto-se-lee-en-ecuador>

(Osterwalder & Pigneur, 2012). Generación de modelos de negocio. Barcelona. Grupo Planeta.

ANEXO

Anexo 1.

Opinión de expertos en los campos de investigación

Campos de estudio: Diseño editorial, Gestión de biblioteca,
Gestión Editorial

Experto 1

Nombres y apellidos: José Luis Mieles Palma

Nivel académico: Superior

Cargo que ocupa: Analista de Biblioteca

Años en el cargo: 9

1. ¿Qué cree usted que debe cambiar o mejorar en el campo de la edición o producción de textos y libros?

Creo que debe mejorar el control de la calidad de la información tanto en libros como en artículos; para ello debe haber un Consejo Editorial avalado por una instancia superior que garantice el producto y con ello evitar la infoxicación que hay en la actualidad.

2. ¿Cuáles serían las fortalezas y debilidades de este campo?

Entre las fortalezas me inclino por el acceso a la información y las debilidades, exceso de información (confiables, sin garantía académica)

3. ¿Qué recomendaciones tiene usted para potenciar el desarrollo del sector?

Cumplir con las políticas y normativas de la edición y/o producción de contenidos con pares internacionales.

4. ¿De qué manera influye el diseño en la creación y producción de contenidos en su área de trabajo?

Se diseñan sistemas de gestión para los catálogos de todo el material educativo tanto en formato físico como en digital, estos sistemas informáticos se formulan pensando en el usuario y como acceden al mismo tanto docentes como investigadores.

5. ¿De qué manera impactan las nuevas tecnologías en la manera que se producen y utilizan los contenidos literarios?

Impactan positivamente, siempre y cuando accedan a recursos digitales avalados por organismos e instituciones académicas.

6. ¿Cómo motivar la lectura en especial en los estudiantes universitarios?

Que en cada módulo o materia, a más de la lectura técnica se lo incentive a la lectura de una obra literaria o de superación con la respectiva socialización al grupo y maestro para el respectivo debate.

7. ¿El sector editorial tiene perspectivas de crecimiento en la ciudad, provincia, país?

Si tiene perspectivas de crecimiento porque la lectura es una manera de aprender y generar conocimiento y cada vez más personas optan por publicar sus obras.

Conocer de propiedad intelectual ayuda para conocer cómo y donde se puede publicar, tener registro de autores y editoriales y es un respaldo para evitar plagios y réplicas de textos sin autorización.

En el futuro se potenciará más el uso de consultas de libros y artículos en el formato digital a nivel mundial, el uso de textos impresos no caerá en desuso, pero se verá mermado, en Ecuador se puede integrar estas tecnologías de una forma más agresiva e inclusiva para ampliar el acceso.

Experto 2

Nombre y apellido: Juan Carlos Loor García

Nivel académico: Licenciado en Comunicación especialidad publicidad

Cargo que ocupa: Diseñador Gráfico Diario La Marea

Años en el cargo: 10 años

1. ¿Qué cree usted que debe cambiar o mejorar en el campo de la edición o producción de textos y libros?

Podrían mejorar los costos de imprimir libros y periódicos, al momento los materiales y equipos no se encuentran al alcance de todos, se debería también fomentar incentivos arancelarios tanto para estos bienes como para la adquisición y de software original y capacitación en el área, esto hará que más profesionales puedan crear contenidos de calidad.

Los libros deben contar con apoyo estatal para su difusión y distribución, a diferencia de los periódicos que son de consumo masivo, la literatura tanto en narrativa como academia se hayan en un nicho diferente que puede ser distribuida de una mejor manera.

2. ¿Cuáles serían las fortalezas y debilidades de este campo?

Entre las debilidades, faltan más profesionales en materia de edición de textos, la mayoría vienen desde el campo del periodismo y no se especializan en crítica y labor literaria específicamente, de la misma manera en Manta no existe una cultura amplia de diseño editorial, mas bien los autores hacen las veces de diseñador y editor, lo cual lleva a libros y textos que no son de óptima calidad.

Las fortalezas del campo del diseño es que cada vez más personas optan por aplicar buenas practicas al elaborar publicaciones, además que surgen nuevos autores e instituciones que desean invertir en el diseño local.

3. ¿Qué recomendaciones tiene usted para potenciar el desarrollo del sector editorial?

Usar plataformas tecnológicas, tanto portales web como aplicaciones que permitan facilitar el acceso a los usuarios, además de diseñar y editar pensando que los libros se pueden publicar tanto en formato impreso como digital.

Esto crea oportunidades para comercializar y difundir información más ágilmente, en lo que a producción se refiere, se debería capacitar en el uso de software libre para diseño, así como socializar sus beneficios para la creación de estos materiales de lectura.

4. ¿De qué manera influye el diseño en la creación y producción de contenidos en su área de trabajo?

El diseño es lo que da forma, estética y funcionalidad a los textos, es el valor agregado que se le asigna a cada producto editorial, influye de manera positiva y permite organizar y presentar la información de manera estética y amigable para el lector.

Se podría mejorar mediante la innovación continua, debe adaptarse a los tiempos y junto a las tendencias actuales, tanto en sistemas cromáticos, tipografías y transmedia.

5. ¿De qué manera impactan las nuevas tecnologías en la manera que se producen y utilizan los contenidos literarios?

Actualmente somos muy dependientes de las redes sociales, todo está interconectado y al lector le gusta la información más reciente al instante y masivamente, esto influye en el diseño de los productos editoriales, se necesita más agilidad y versatilidad.

Se puede aprovechar las tecnologías para crear contenidos que se adapten al medio, que sean hechos tanto para redes sociales como impreso

6. ¿Cómo motivar la lectura en especial en los estudiantes universitarios?

Se pueden aplicar talleres de escritura y lectura para jóvenes, donde se aprecie el arte de leer, y se deje de ver al libro como objeto de apreciación para una elite cultural.

Se ve a el acto de leer un libro como una obligación en vez de un placer, se debe fomentar como práctica común la escritura creativa para estimular la imaginación tanto en jóvenes como adultos mayores.

7. ¿El sector editorial tiene perspectivas de crecimiento en la ciudad, provincia, país?

Creo que si, las nuevas tecnologías permiten proyectarse al mundo editorial de una manera mas accesible que antes, claro que se debe contar con asesoría profesional en la elaboración de libros y periódicos, desde crear un blog para compartir información y opiniones a autopublicarse en plataformas web.

Toda creación literaria debería estar respaldada por la propiedad intelectual, tanto literaria como académica, los registros de códigos de ISBN e ISSN están al alcance del bolsillo y se puede realizar de manera virtual.

A futuro veo con beneplácito las políticas de gobierno que se están aplicando para beneficio del sector, la baja de aranceles para producir libros y otros bienes culturales, a nivel mundial creo se va a promulgar mas las publicaciones digitales y Ecuador se puede insertar muy bien en ese mercado por su alto uso de internet y redes sociales.

Experto 3

Nombre y apellido: Fidel Chiriboga Mendoza

Nivel académico: Doctorado en Comunicación y Marketing

Cargo que ocupa: Director de Editorial Universitaria

Años en el cargo: 2 años

1. ¿Qué cree usted que debe cambiar o mejorar en el campo de la edición o producción de textos y libros?

Lo que debe de cambiar es que exista mayor diversidad en la producción científica a partir de editoriales universitarias y privadas, esto va a permitir el libre mercado de acuerdo a los niveles de competitividad y las necesidades sectoriales.

En otros países el tema de la edición se plantea con diversos escenarios que permiten optar por la libre oferta de acuerdo a las necesidades que tiene el demandante, las oportunidades serían la creación de nuevos espacios multidisciplinarios para la promoción de nuevos servicios editoriales y promocionar la producción y divulgación científica endógena y exógena.

2. ¿Cuáles serían las fortalezas y debilidades de este campo?

La fortaleza es el talento humano capacitado con experticia y preparación de posgrado, la debilidad es la carencia de oportunidades en el ámbito de la edición académica por instituciones permitentes que ayuden a fomentar los escenarios en la temática de la producción científica.

Eso se debe al déficit de políticas de producción científica que promuevan los espacios académicos para el contexto local y de esta manera enlazar la producción nacional e internacional, las responsabilidades desde el ámbito académico son desarrollar publicaciones periódicas que permita un conocimiento propositivo y generador de acuerdo a la problemática del entorno del siglo 21 desde el enfoque territorial y la internacionalización.

3. ¿Qué recomendaciones tiene usted para potenciar el desarrollo del sector editorial?

Planificar una organización editorial diseñada de acuerdo a los criterios y estándares de la ciencia de hoy, de esta manera, el rol que ocupe cada una de estas personas aportarían significativamente a la producción científica. El uso de las plataformas tecnológicas, las tecnologías de la información y comunicación adaptadas al uso de mecanismo de compilaciones que permitan sistematizar la investigación con enfoque cualitativo y

cuantitativo a través de estas tecnologías potencian el desarrollo de este sector de la economía, cabe recalcar que las investigaciones aportadas a través de la investigación y científica deben permitir resolver las problemáticas que se deben de enfrentar las organizaciones de hoy.

Los talleres de lectura desde la academia en el plano docente articulado al estudiantado que permita crear y desarrollar escenarios que propongan respuestas para determinar los casos sectoriales que se necesiten potencializar, es importante que la lectura tenga un enfoque critico desde el contexto epistemológico hacia la generación y construcción del conocimiento.

4. ¿De qué manera influye el diseño en la creación y producción de contenidos en su área de trabajo?

El valor agregado que tiene la imagen corporativa en la gestión editorial de textos, es de suma importancia porque permite cautivar al público objetivo de una manera que se articula entre el contenido y la expresión que representa de manera simbólica cada producto editorial.

Se deben de crear estructuras solidad en el contexto de diseño para la creación de marca que permita difundir la producción científica, la gestión de diseño y el valor agregado que puede brindarse a través de expertos en el área.

5. ¿De qué manera impactan las nuevas tecnologías en la manera que se producen y utilizan los contenidos literarios?

El impacto que tiene el uso de las TICS en la reproducción científica de los textos académicos ayudan a difundir de forma masiva la producción en las diferentes plataformas que permiten a los investigadores conocer en cualquier parte del mundo, sin límites geográficos conocer que se está haciendo y de qué manera se mejora, de la misma manera contrastar los diferentes escenario en temáticas iguales bajo condiciones totalmente indistintas y de esta forma llegar a un consenso que permita solucionar las nuevas formas de pensamiento creando una forma de discutir resultados de impacto.

Es de vital importancia que se generen programas educativos en los diferentes escenarios para difundir el uso de la tecnología con el enfoque científico desde la academia a la ciudadanía para de esta manera se puedan utilizar las tics con un propósito generador, hay que tomar en cuenta que la organización de hoy necesita que las herramientas tecnológicas potencialicen la masificación industrial desde el contexto de ciencia.

6. ¿Cómo motivar la lectura en especial en los estudiantes universitarios?

El profesor universitario debe de estar capacitado y formado de manera multidisciplinaria de acuerdo al área de conocimiento para poder crear escenarios de debate Inter aula, de esta manera se unifica el contexto de la creación de conocimiento entre la academia, sociedad y los estudiantes, si existe esta trilogía y el poder del debate entre profesor y estudiantes, se puede motivar verdaderamente el enfoque cognitivo para proponer resultados que habiliten el verdadero conocimiento.

Las políticas educativas empobrecidas no están de acuerdo a las necesidades de los territorios creadas por expertos que desconocen cuales son las necesidades del sector, esto hace que el conocimiento sea global pero no especializado, por lo tanto el tipo de lectura que se tiene es simplemente de acuerdo a necesidades básicas, no universales, se debe mejorar en tres áreas, epistemológica, tecnologías y experticia en su área laboral.

Los temas más buscados dependan de la articulación que exista entre las necesidades que se deben de cubrir en un conocimiento para hoy

7. ¿El sector editorial tiene perspectivas de crecimiento en la ciudad, provincia, país?

Se necesitan desarrollar aun mecanismos de mejora continua, innovación en el área editorial, es decir que existan investigadores y expertos que puedan promover esta industria.

La propiedad intelectual juega un papel trascendental, si el conocimiento generado en las investigaciones no es patentado y registrado, no tendrá la eficacia de la inversión realizada por el investigador a lo que se denomina transferencia de conocimiento.

Se necesita que cada organización pública o privada registre y patente todo aquello que produzca para la industria, de esta manera se podrían crear nuevos escenarios para desarrollar el conocimiento científico y resolver los problemas que las empresas tienen para mejorar sus estándares y niveles de competitividad.

La visión del microentorno editorial se focaliza aun a corto plazo en un bajo porcentaje, existe poca articulación en la transferencia de conocimiento, lo cual debilita el desarrollo de esta industria, por lo tanto es importante que las políticas gubernamentales y propuestas de la empresa privada puedan potencializar y financia este campo para que se puedan crear, contratar y desarrollar estos espacios en la industria editorial, esto quiere decir que aun estamos en un terreno con poco abono y Ecuador no puede aun competir con el mercado internacional de acuerdo a los estándares de calidad que la industria internacional en el mundo posee.

Experto 4

Nombre y apellido: Alexis Cuzme

Nivel académico: Magister en Comunicación

Cargo que ocupa: Editor de Editorial Universitaria

Años en el cargo: 10

1. ¿Qué cree usted que debe cambiar o mejorar en el campo de la edición o producción de textos y libros?

Los costos de producción deben ser más económicos, porque esto repercute en el proceso de adquisición, específicamente en el lector. A mayor costo de la materia prima para elaboración de libros (estoy refiriéndome a los libros en soporte físico) mayor será su valor, lo que tiene como consecuencia la escasa comercialización del producto.

Pero más allá de lo anterior, se debe invertir en promoción y difusión; sucede que muchos libros no logran conectar con los lectores porque no han llegado a librerías y menos a los segmentos de cultura o a manos de especialistas que puedan escribir en torno a ellos. Si no se existe una promoción y difusión adecuada, lo más probable es que este libro no exista dentro de la siempre renovada cadena de libros publicados.

2. ¿Cuáles serían las fortalezas y debilidades de este campo?

Los editores, no solo tienen la responsabilidad de ser un filtro entre el autor y el lector, sino que cargan sobre ellos el intentar llenar nichos, es decir, reconocer lo que los lectores desean consumir y tratar de llenar esos vacíos con autores y obras de calidad.

No basta tener un catálogo con cientos de publicaciones si estas no logran un mínimo impacto en los lectores. No se trata de publicar por publicar, sino editar, publicar, difundir y, sobre todo, posicionar a cada uno de los títulos. No es tarea fácil, menos si no se cuenta

con los canales de promoción y/o comercialización, además de personal especializado, que pueda desarrollarlo.

3. ¿Qué recomendaciones tiene usted para potenciar el desarrollo del sector editorial?

Se ha instaurado la idea de que todos los libros deben semejarse entre sí en cuanto a su acabado, creo que se puede publicar una obra sin necesidad de que se alcance el estándar exigido por las librerías. Afirmo esto porque he visto, mediante la experiencia, que los libros, si cuentan con elementos sobresalientes como autor, género y promoción, el lector obviará, en cierta medida, la calidad de la forma, y llegará motivado más por la importancia que representa la obra en sí.

Cada editor conoce las temáticas y áreas que quiere abordar, de eso se trata la identidad de un sello editorial: de apostarle a obras que otros no quieren arriesgar.

El exceso de libros digitales. El exceso de publicaciones de las editoriales universitarias. El exceso de autores repitiendo fórmulas e intentando copiar estilos de escritura...ha devenido en una desvalorización del libro en digital. Como lector, antes que editor, preferiría apostarle al libro literario en físico; con el libro académico en digital creo necesario su aporte en el espectro digital, desde luego que siempre habrá que buscar en medio de la maleza alguna que otra flor que aporte desde su área del conocimiento.

4. ¿De qué manera influye el diseño en la creación y producción de contenidos en su área de trabajo?

Es clave que todos los libros tengan una excelente presentación. No soy de la idea de los libros con portadas similares, creo que cada publicación debe tener su propia identidad.

5. ¿De qué manera impactan las nuevas tecnologías en la manera que se producen y utilizan los contenidos literarios?

En una era interconectada donde el consumo informativo es limitado y breve creo que es necesaria la utilización de las redes sociales, espacios digitales donde el lector encuentra mucha de la información respecto a sus autores y obras preferidas.

Creo que se debe pensar en contenidos exclusivos para dispositivos móviles, porque sucede que en muchos de los hogares ecuatorianos puede que no haya computadoras, pero en su reemplazo es fácil reconocer teléfonos celulares y a los usuarios pegados a ellos. Este segmento de la población (que me aventuraría a decir que es una mayoría) es preciso de abarcar.

**6. ¿Cómo motivar la lectura en especial en los estudiantes universitarios?
¿Por qué es insuficiente?**

Sinceramente si los estudiantes universitarios no tienen interés en la lectura de obras literarias o de su área del conocimiento, es posible que poco o nada se pueda hacer, y digo esto porque la mayoría de lectores conectan con los libros desde su niñez y adolescencia, son raros los casos de lectores que empiezan y siguen en la vida adulta.

Así, sino se refuerzan verdaderos planes de lectura desde las escuelas y colegios continuará la población de personas que ven al libro como ese bien raro y desabrido, pensado solo para una minoría aburrida.

7. ¿El sector editorial tiene perspectivas de crecimiento en la ciudad, provincia, país?

Ecuador cada año crece en dos sectores: autores y editores. Es decir, cada año van apareciendo nuevas propuestas editoriales interesantes desde los nichos que van abarcando. Títulos y diseños llamativos que van encontrando lectores, quizás no todos los que necesiten para vivir de ello, pero que me da la impresión de que sí para continuar en el “negocio”.

No sé si todas las editoriales jóvenes en el país paguen derechos de autor, sin embargo, hay otros mecanismos para que no se sientan afectados tanto autores como editores, dígame pagar con parte del tiraje del libro los derechos de autor o el sistema de pago por regalías con cortes que van desde los 3 a 5 meses.

El futuro no solo depende de editar, publicar y vender, porque así no funciona el ámbito editorial. Se necesita incluir procesos como la difusión y promoción, y no solo para llegar a librerías, porque el mejor nexo entre autores y lectores siempre será a través de lecturas o conversatorios.