



Universidad Tecnológica de Panamá

Dirección de Editorial Universitaria



“Marketing” o Mercadeo Editorial

1. Introducción:

El “Marketing” es una forma de organizar toda una serie de acciones que ayuden a justificar la publicación de un libro y a crear valor de un libro al momento de buscar la visibilidad del mismo a nivel nacional e internacional. Es importante no confundir “marketing” y publicada, ya la mercadotecnia abarca a la publicidad.

2. Objetivos del Procedimiento:

Definir estrategias que permitan identificar necesidades de publicación, y dar a conocer las obras publicadas a nivel nacional e internacional, mediante puntos de ventas, visitas a colegios y universidades, catálogo, plataformas digitales u otros medios, feria de libros, visibilidad en web, agremiarse a redes editoriales para alcanzar las metas que la institución se plantea en cuanto a incrementar la producción, distribución y venta de libros.

3. Campo de Aplicación:

- 3.1 Dirección de Editorial Universitaria.
- 3.2 Vicerrectoría Académica.
- 3.3 DICOMES.
- 3.4 Servicios Generales.
- 3.5 Departamento de Infraestructura.
- 3.6 Departamento de Áreas Verdes.
- 3.7 Redes internacionales editoriales.

4. Definiciones:

- 4.1 UTP: Universidad Tecnológica de Panamá.
- 4.2 DEU: Dirección de Editorial Universitaria.
- 4.3 DICOMES: Dirección de Comunicación Estratégica.
- 4.4 DIPLAN: Dirección General Planificación Universitaria.
- 4.5 Coord. Calidad Inst.: Coordinadora de la Sección de Calidad Institucional.

5. Referencias:

- 5.1 Nota para separar salón.
- 5.2 Nota a DICOMES para solicitud impresión de tarjeta de invitación.
- 5.3 Formulario de DICOMES.
- 5.4 Formulario de Servicio, Mobiliario y Equipo para actividades.
- 5.5 Formulario de muestra.
- 5.6 Control para adopción de libros.
- 5.7 Nota al Departamento de Infraestructura.
- 5.8 Formulario “Solicitud de planta”.
- 5.9 Formulario de visita a punto de venta.

Código	Revisión:	Fecha:	Página	Documentado por	Documento No Controlado
PCUTP-DEU-013-15	0.1	01/09/2015	Página 1 de 4	Armando Pinillo	



Universidad Tecnológica de Panamá Dirección de Editorial Universitaria



“Marketing” o Mercadeo Editorial

6. Descripción metodología:

6.1 **Presentación o lanzamiento:** luego que la secretaria de la DEU, termine con la distribución de los ejemplares de una publicación, el personal encargado de mercadeo de la DEU, realizará el trabajo de dar a conocer los mismos.

- Para las nuevas publicaciones se evalúa la posibilidad de realizar eventos que nos permitan dar a conocer la obra, así como: lanzamiento, conversatorio u otra actividad.
- Independiente de la actividad a realizar, el(la) director(a) de la DEU, escoge la fecha y el lugar donde se quiere realizar el lanzamiento de la obra publicada.
- Donde se haya escogido el lugar del lanzamiento de la obra publicada, ya sea dentro o fuera de la Institución, la secretaria de la DEU, prepara la nota para separar el salón o establecimiento. (*Ver anexo 1: Nota de solicitud de salón*).
- Una vez se tenga la confirmación del lugar del lanzamiento, se solicita el equipo de sonido, el maestro de ceremonia, el centro de mesa y cobertura del evento a DICOMES mediante un formulario que el departamento tiene. Adicional, se le envía nota solicitando la impresión de las tarjetas de invitación, donde se detalla toda la información sobre el lanzamiento. (*Ver anexo 2: Nota a DICOMES para solicitar impresión de tarjeta de invitación*).
- A Servicios Generales mediante el formulario que ellos tienen, se solicitan las sillas, manteles, pódium, estandarte u otros implementos. Al departamento de Infraestructura se solicita, si el evento lo amerita, estructura de metal o tarimas mediante una nota y por última a Áreas Verdes, por medio del formulario “Solicitud de Plantas” se le solicitan las plantas para decorar el evento. (*Ver anexo 3: Nota al Departamento de Infraestructura*).

6.2 **Visitas a colegios y/o universidades:** una vez dado a conocer la obra publicada, se procede a promover los libros de la DEU a nivel nacional en: universidades, gremios, ferias, colegios y otras.

- En las universidades y colegios se habla con los coordinadores y profesores relacionados al tema académico o literario de la obra a promocionar. Se le da a conocer el contenido y si están interesados se les deja una muestra, llenado el “formulario de muestra” con los datos del profesor y el libro que se le está dejando para su evaluación, documento utilizado para control del inventario y a la vez de seguimiento al profesor. (*Ver anexo 4: Formulario de Muestra*).
- A los profesores a quienes se les deja muestras en las Universidades o Colegios se le da seguimiento a través de llamadas o correo electrónico. Si el docente confirma la utilización del texto, en el formulario “Control para adopción de libros” se llena los datos de la cantidad de ejemplares aproximada a utilizar, la fecha y dónde quiere que sean colocados para la venta. Esta información es enviada por correo electrónico al Centro de Distribución y Librería para que ellos procedan a

Código	Revisión:	Fecha:	Página	Documentado por	Documento No Controlado
PCUTP-DEU-013-15	0.1	01/09/2015	Página 2 de 4	Armando Pinillo	



“Marketing” o Mercadeo Editorial

- **6. Descripción metodología: continuación**
coordinar la venta con el docente o la institución. *(Ver anexo 5: Control para adopción de libros).*
- Si el libro no es aceptado en la Universidad o en el colegio, el mismo es retirado para ser promovido en otra institución.
- 6.3 **Librerías y otros:** otra de las actividades que se realiza para dar a conocer una obra publicada es visitar los puntos de ventas a nivel nacional.
 - Estos puntos de ventas pueden ser: librerías, supermercados, almacenes, gremios, ferias u otros puntos que defina el(la) director(a) de la DEU, tomando en cuenta, tengan oportunidad de ventas.
 - En los puntos de ventas se coordina cita con el encargado. En esta primera cita se hace reconocimiento para ver si es factible realizar negocio con el comercio, de ser positivo se reprograma una nueva cita con un personal del Centro de Distribución y Librería de la UTP para detallar los términos de la comercialización.
 - El Centro de Distribución y Librería es la encargada de surtir y velar por la rotación de inventario en el establecimiento comercial.
 - El departamento de mercadeo de la DEU, dará seguimiento oportuno a los puntos de ventas, con el objetivo de retroalimentar al Centro de Distribución y Librería y esta información se le provee mediante el “Formulario de visita a punto de venta”. *(Ver anexo 6: Formulario de visita a punto de venta).*
- 6.4 **Identificar necesidades de publicación:** identificar necesidades de textos, motivar a profesores a la escritura de libros y captar nuevos autores potenciales, principalmente de libros académicos para futuras publicaciones con la DEU:
 - Ofrecer seminarios (procedimiento de la DEU, Derecho de autor, plagio, herramientas tecnológicas, entre otros) y reuniones con los docentes internos o externos en las universidades, colegios e Instituciones.
 - Identificar en las universidades, colegios u otra institución donde se esté necesitando material didáctico, o utilizando folletos, mismos que puedan traducirse a libros.
 - Recopilar datos estadísticos como: cuántas universidades, colegios e instituciones que puedan requerir de una publicación, hay a nivel de país y carreras que imparten y el número de estudiantes. Esto datos nos define, para quiénes y para cuántos publicar. *(Ver anexo 7: Cuadro de Instituciones).*
 - Motivar a nuevos autores potenciales que estén interesados en escribir sus libros principalmente académicos. Esto se realizará en cada visita, seminario, reuniones internas o externa a las universidades, colegios e Instituciones y hacerles las invitaciones para que publiquen con la DEU y explicarles todo el procedimiento. Distribuir material didáctico.
 - Promover concursos de literaturas.

Código	Revisión:	Fecha:	Página	Documentado por	Documento No Controlado
PCUTP-DEU-013-15	0.1	01/09/2015	Página 3 de 4	Armando Pinillo	



Universidad Tecnológica de Panamá
Dirección de Editorial Universitaria



“Marketing” o Mercadeo Editorial

7. Manejo y archivo de procedimientos:

“Cada destinatario / área es responsable del correcto manejo y archivo de los procedimientos. Entiéndase por archivo, la acción de mantener los procedimientos en lugares seguros, apropiados y de fácil acceso para su consulta, revisión o puesta al día”.

8. Anexos:

Nº.	Documento	Código actual	Código anterior
1	Nota de solicitud de salón.	FCUTP-DEU-055-15	---0---
2	Nota a DICOMES para solicitar impresión de tarjeta de invitación.	FCUTP-DEU-056-15	---0---
3	Nota al Departamento de Infraestructura.	FCUTP-DEU-057-15	---0---
4	Formulario de muestra.	FCUTP-DEU-058-15	---0---
5	Control para adopción de libros.	FCUTP-DEU-059-15	
6	Formulario de visita a punto de venta.	FCUTP-DEU-060-15	---0---
7	Cuadro de Instituciones.	FCUTP-DEU-061-15	---0---

Actividad	Responsable	Nombre	Firma	Fecha
Documentado por:	Personal de la DEU.	Armando Pinillo		01/09/2015
	Coord. Calidad Inst.	Cecibel Torres		11/11/2014
Revisado por:	Directora de la DEU.	Libia Batista		19/02/2015
	Jefa del Dpto. de Evaluación y Calidad	Brenda Pinzón		14/09/2015
Aprobado por:	Directora de la DEU.	Libia Batista		05/10/2015
	Director de la DIPLAN	Angelino Harris		02/10/15

Código	Revisión:	Fecha:	Página	Documentado por	Documento No Controlado
PCUTP-DEU-013-15	0.1	01/09/2015	Página 4 de 4	Armando Pinillo	