

UF0248: Planificación del producto editorial

Elaborado por: Jordi Aubia i de Higes

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16492-73-2

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la unidad formativa

Bienvenido a la Unidad Formativa **UF0248: Planificación del producto editorial**. Esta Unidad Formativa pertenece a los **Módulos Formativos MF0204_3: Planificación de la producción editorial**, que forma parte del Certificado de Profesionalidad **ARGN0109: Producción Editorial**, que pertenece a la familia de **Artes Gráficas**.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta unidad formativa es enseñar al alumno a intervenir en la definición de los productos a realizar, teniendo en cuenta los planes editoriales, las partes del libro o producto editorial, y programar y planificar la obtención del producto editorial, de acuerdo con los requisitos establecidos para cumplir los plazos de entrega y utilizando aplicaciones informáticas.

Para ello, en primer lugar se analizará la dirección y gestión de la industria editorial, las herramientas del diseño gráfico y editorial y la arquitectura tipográfica y maquetación en procesos editoriales. También se estudiarán los fundamentos de la gestión del color, los procesos gráficos en la planificación del producto editorial y la planificación y seguimiento de proyectos editoriales. Por último, se profundizará en la distribución o logística de los productos editoriales.

Objetivos del módulo formativo

Al finalizar este módulo formativo aprenderás a:

- Definir las funciones y procesos implicados en el desarrollo de un producto editorial, a partir de los datos técnicos del sector editorial.
- Analizar y especificar las necesidades de un producto editorial en cuanto a textos, imágenes procesos de impresión, acabados y encuadernación.
- Elaborar programaciones para la ejecución de proyectos gráficos.
- Analizar los procesos y métodos empleados en las operaciones de aprovisionamiento y compra de un producto editorial definido.
- Planificar los diferentes procesos gráficos para la realización de un producto editorial de manera que se cumplan los plazos de entrega y las especificaciones de calidad.
- Determinar las necesidades de realización de la logística del producto una vez acabado.

Índice

UD1. Dirección y gestión de la industria editorial 9

- 1.1. La empresa, modelos de sociedades. Evolución histórica 11
- 1.2. Programas de control de los problemas 15
- 1.3. El sistema fiscal y laboral 17
- 1.4. Organización 40
- 1.5. Evolución del sector editorial 56
- 1.6. Oferta y demanda 63
- 1.7. Subcontratación de servicios 71
- 1.8. La contabilidad de costes y control presupuestario 73
- 1.9. Clasificación de productos de la industria gráfica 76

UD2. Herramientas del diseño gráfico y editorial 85

- 2.1. Diseño gráfico por ordenador 87
 - 2.1.1. Tratamiento de imágenes 88
 - 2.1.2. Maquetación 93
 - 2.1.3. Imposición 100
 - 2.1.4. Formatos de archivo digitales. Compatibilidades y problemas de transferencia 102

| | |
|--|-----|
| UD3. Arquitectura tipográfica y maquetación en procesos editoriales | 121 |
| 3.1. Definición y partes del tipo..... | 123 |
| 3.2. Familias tipográficas y campos de aplicación | 129 |
| 3.3. Aspectos a considerar para la selección de tipografías. | 131 |
| 3.4. Factores a considerar en la composición de textos | 137 |
| 3.5. Principales problemas relacionados con la maquetación y la selección de tipos. Arquitectura de la página..... | 141 |
| 3.6. Normas UNE, ISO, Libros de estilo | 146 |
| UD4. Fundamentos de la gestión del color | 165 |
| 4.1. El color, principios y bases | 167 |
| 4.2. La problemática de la reproducción del color | 178 |
| 4.3. Elementos de la gestión del color | 183 |
| 4.4. Recomendaciones para la especificación y la gestión del color..... | 185 |
| UD5. Procesos gráficos en la planificación del producto editorial | 203 |
| 5.1. Sistemas básicos de transferencia..... | 205 |
| 5.2. Imágenes continuadas y tramadas..... | 212 |
| 5.3. Tramas, lineaturas, resolución, niveles de gris..... | 214 |
| 5.4. Tecnologías analógicas y digitales..... | 215 |
| 5.5. Fases del proceso: diseño, preimpresión, impresión, encuadernación y acabados..... | 222 |
| 5.6. Maquinaria: tipologías, formatos, capacidades, precios y otras especificaciones..... | 224 |
| 5.7. Comparativa técnico - económica | 227 |
| 5.8. Caracterización de la imagen impresa..... | 233 |
| UD6. Planificación y seguimiento de proyectos editoriales..... | 245 |
| 6.1. Introducción a las herramientas de planificación y gestión de proyectos | 247 |

| | | |
|--|---|-----|
| 6.2. | Planificación de actividades de preimpresión (originales, textos e imágenes), impresión, encuadernación y acabados | 252 |
| 6.3. | Planificación de recursos de entrega de materia prima..... | 261 |
| 6.4. | Stocks de materias primas (máximo, mínimo) | 266 |
| 6.5. | Planificación de costes..... | 267 |
| 6.6. | Planificar según calidad y riesgos..... | 271 |
| 6.7. | Instrumentos de comunicación y seguimiento | 276 |
| 6.8. | Optimización del plan del proyecto para cumplimiento de objetivos..... | 282 |
| 6.9. | Variables de producción interna..... | 288 |
| UD7. Distribución / Logística de productos editoriales | | 301 |
| 7.1. | Definición del consumidor final..... | 303 |
| 7.2. | Tipos de venta..... | 309 |
| 7.3. | Puntos de venta..... | 311 |
| 7.4. | Estadísticas de las ventas | 316 |
| 7.5. | Los Almacenes..... | 325 |
| 7.6. | El stock de producto acabado..... | 333 |
| 7.7. | Unidades de Venta | 337 |
| 7.8. | Planificación de logística..... | 342 |
| 7.9. | Necesidades logísticas | 344 |
| 7.10. | Medios de transporte..... | 348 |
| 7.11. | Devoluciones y su tratamiento | 350 |
| 7.12. | Medio Ambiente y eliminación de stock obsoletos..... | 353 |
| Glosario | | 373 |
| Soluciones | | 375 |
| Anexo | | 377 |

Área: artes gráficas

UD1

Dirección y gestión de
la industria editorial

- 1.1. La empresa, modelos de sociedades. Evolución histórica
- 1.2. Programas de control de los problemas
- 1.3. El sistema fiscal y laboral
- 1.4. Organización
- 1.5. Evolución del sector editorial
- 1.6. Oferta y demanda
- 1.7. Subcontratación de servicios
- 1.8. La contabilidad de costes y control presupuestario
- 1.9. Clasificación de productos de la industria gráfica

1.1. La empresa, modelos de sociedades. Evolución histórica



La **industria de la edición** tiene como empresa más significativa los **editoriales**. Se trata de las empresas que gestionan **todos los procesos necesarios** y **ponen de acuerdo a todos los agentes participantes para llegar a publicar un libro**, u otro producto editorial, y distribuirlo a través de los **canales más apropiados**. En este sentido hay que subrayar que a día de hoy el formato de los productos editoriales ya no es necesariamente **papel o derivados**, sino que también se incluyen las **publicaciones digitales** dedicadas a los dispositivos de lectura de libros electrónicos.

Tipos de viejas imprentas

Aunque se puede hablar de un incipiente negocio editorial en la antigua Roma, no es hasta la invención de la imprenta por **Johanes Gutenberg** el **1440** que se puede empezar a hablar de la creación de **empresas editoriales**. En un inicio estas empresas se vincularon a instituciones universitarias y/o religiosas que tenían como objetivo difundir conocimiento. En realidad, **Cambridge University Press** y **Oxford University Press** són consideradas las dos editoriales más antiguos del mundo. El primero de ellos se creó en 1534 y publicó su primer libro en 1584. Desde entonces no ha dejado de publicar libros anualmente y entre sus obras se encuentran las primeras ediciones de autores tan reconocidos como John Milton, William Harvey, Isaac Newton, Brian J. Ford o Stephen Hawking.

En España el concepto de sello editorial se desarrolla de un modo diferente y previamente a la creación del considerado editorial más antiguo del mundo ya se puede hablar de instituciones que realizan labores de **sello editorial**. En concreto, la más antigua es el **sello editorial de la Universidad de Salamanca** y el segundo el perteneciente a la **Abadía de Montserrat**.

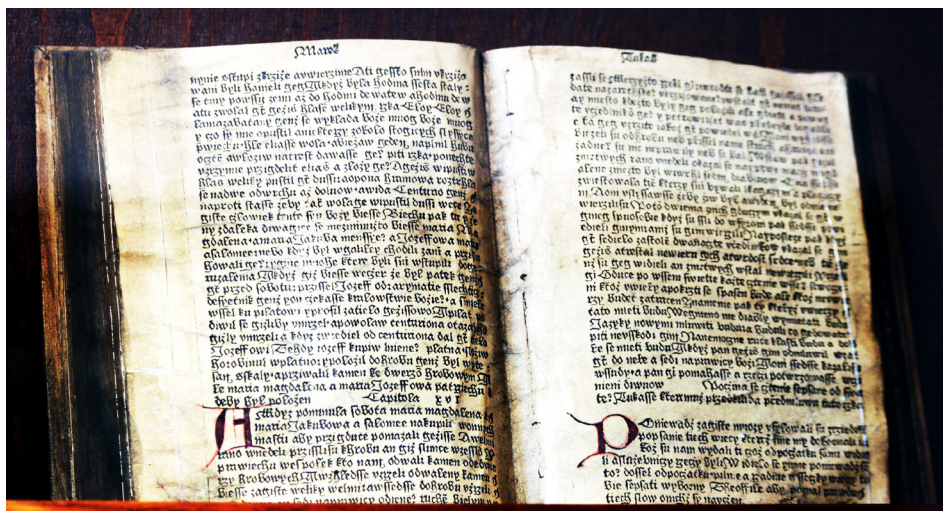
Estas dos instituciones con larga tradición en nuestro país son los dos primeros sellos editoriales que se dedican a la **publicación y difusión de la cultura escrita**. Tal y como sucede con los editoriales ingleses anteriormente destacados, las obras publicados por estos primeros sellos editoriales tenían un vocación de **difusión del conocimiento** o, en el caso de la Abadía de Montserrat, contenidos vinculados a la **religión**.

El **sector editorial español** presenta algunas particularidades que lo diferencian del resto industrias **editoriales europeas y mundiales**. Aunque en realidad se trata de una industria que funciona de un modo similar en todo el mundo existen algunos hechos diferenciales nacionales que han condicionado el desarrollo de la industria del libro en nuestro país y han creado el panorama actual del sector.

– Asociaciones gremiales.

Durante la **edad media** y la **edad moderna** los **gremios profesionales** lograron una gran fuerza y capacidad de influencia en los ámbitos públicos. Las asociaciones gremiales permitían a los diferentes profesionales independientes aunar fuerzas para lograr objetivos comunes que interesasen a su sector particular. En el caso del sector editorial, la primera organización gremial del libro nació en 1553, la **Cofradía de San Jerónimo de los Libreros**, casi de forma simultánea a asociaciones parecidas nacidas en **Venecia** y **Londres**, aunque en estos casos representaba tanto a **libreros** como a **impresores**. En el caso español, no fue hasta finales del siglo XVIII en la que libreros e impresores se unieron en la misma asociación gremial.

Durante los siguientes siglos siguieron surgiendo **asociaciones gremiales** relacionadas con el mundo editorial y las artes gráficas. Aún así, no fue hasta principios de siglo XX que se crearon las asociaciones gremiales que han ayudado a transformar el concepto de industria editorial de la edad moderna a la época contemporánea. Debido a las características del mercado dichas asociaciones gremiales controlaban solo pequeñas regiones y, poco a poco, fueron asociándose para influir de forma conjunta en el mercado español. Entre ellas destacan los diferentes **Institutos del Libro** de las **regiones históricas**, las **Cámaras del Libro de Barcelona** y **Madrid** (que se convertirían en el **Instituto del Libro Español**), los **Gremios de Editores**, o el **Centro de la Propiedad Intelectual**.



Antiguo libro

– Artes gráficas.

La industria editorial siempre ha estado muy ligada a las **artes gráficas**, y de forma tradicional se consideraba que cualquier **editorial** debía contar con **su propio taller de impresión**. De esta manera los grandes editoriales de finales de siglo XIX y principios del siglo XX, como **Espasa**, **Salvat**, **Bruguera** o **CALPE**, no solo realizaban tareas de **edición** sino también de **impresión**. Este modelo de negocio comenzó a cuestionarse durante la segunda mitad del siglo XX, cuando los empresarios empezaron a tener problemas de tesorería por culpa de dichos talleres. Fue **José M^a Lara**, propietario del **Grupo Planeta**, quien **prescindió** por primera vez de forma deliberada de los **talleres de impresión** para subcontratar dichas tareas a empresas especializadas.



Estante con libros antiguos

- **Capitalidad del sector del libro.**

A diferencia de la mayoría de industrias de carácter cultural que se ubican en Madrid o alrededores, el **centro de la edición española** ha sido tradicionalmente **Barcelona**. Como ya se ha apuntado, el segundo sello editorial del territorio nacional se creó en la Abadía de Montserrat, y durante el siglo XIX, en el que aparecieron la mayoría de sellos clásicos de la edición española, la industrialización de **Cataluña** con la creencia de que los editoriales debían contar con sus propios talleres, hicieron que proliferaran en la ciudad condal y alrededores.

Entre estos editoriales destacan nombres como **Espasa, Salvat, Sopena, Bruguera o Seix Barral**. Esta tradición hizo que posteriormente gigantes editoriales como **Planeta, Plaza & Janés** o surgieran en el entorno barcelonés. Aún así, es importante mencionar que dentro de los libros de texto, como veremos más adelante, los editoriales más importantes se encuentran en **Madrid**, siendo **Santillana** el más importante de ellos.

- **Contacto con Latinoamérica.**

Debido al uso de la misma lengua y a los tradicionales lazos comerciales, la industria editorial española ha mirado siempre al **otro lado del Atlántico**. Así pues la industria del libro española siempre ha tenido en mente el **mercado latinoamericano** para **exportar** su producto y así alcanzar el gran número de millones de potenciales lectores de **Suramérica y Centroamérica**.

A día de hoy existen muchas editoriales, pequeñas, medianas y grandes, **que** exportan una gran parte de su producción a países de habla hispana para las que, incluso, se ha convertido en la principal fuente de beneficios.

- **Dinastías familiares.**

La empresa editora clásica se ha vehiculizado a través de empresas que han ido pasando de padres a hijos creando **dinastías de editores con gran prestigio**. Entre ellos destaca la familia **Espasa**, los **Salvat** o los más actuales **Lara**. Se trata de grandes familias profesionales que han guiado la evolución de la industria editorial dándole un gran respeto y tradición.

- **Enciclopedia.**

Como ya se ha apuntado, el inicio del mundo editorial está íntimamente relacionado con la **difusión del conocimiento**. Por este motivo, los antiguos **editoriales de prestigio** debían contar con una **Enciclopedia propia** que se convirtiese, de algún modo, en su imagen de marca. En realidad, este modelo no es particular del Estado Español sino que es costumbre generalizada en toda **Europa**.

Las principales **enciclopedias** con los principales idiomas del viejo continente son las siguientes:

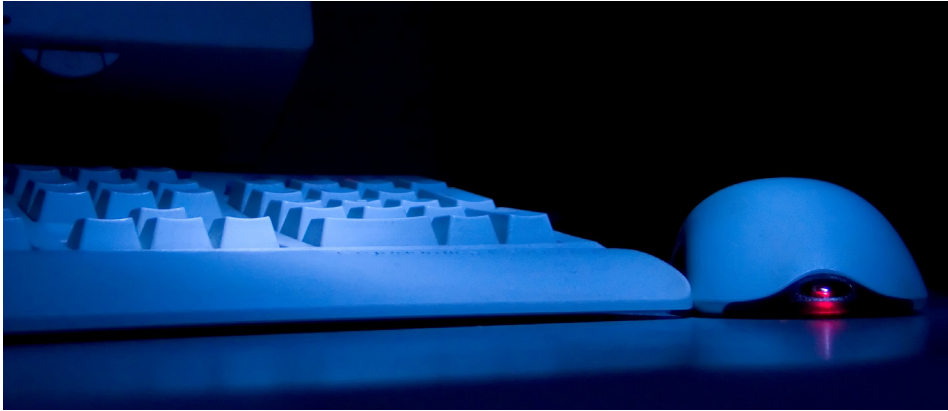
| | |
|------------------|--|
| Español | Enciclopedia Espasa y el Gran Diccionario Enciclopédico Universal. |
| Inglés | Enciclopedia Británica. |
| Francés | Grand Larousse y Encyclopédia Universalis. |
| Alemán | Brockhaus Encyclopädie. |
| Italiano | Enciclopedia Treccani. |
| Portugués | Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira. |

Hoy esta necesidad de imagen de los editoriales ligada a la publicación de una enciclopedia ya no existe, y se han consolidado las **históricas** (aunque algunas de ellas ya no se vayan a imprimir más en papel y se conserve solo su versión *online*). Aún así, el **prestigio** para un editorial que supone tener algunas de las enciclopedias anteriormente mencionados sigue vigente.

1.2. Programas de control de los problemas

Durante la fase de **planificación** de un **producto editorial** pueden surgir diferentes problemas a diferentes niveles. Desde problemáticas con distribuidores a incidencias que impidan realizar adecuadamente un trámite burocrático.

Por este motivo es imprescindible intentar **centralizar** e **informatizar** toda la **información relativa a los procesos editoriales**. A día de hoy existen una gran cantidad de *softwares* de **gestión editorial** que permiten realizar la mayoría de procesos editoriales de forma rápida y sencilla. Desde el programa se pueden gestionar la relación con los **distribuidores**, controlar el **stock**, realizar **albaranes**, gestionar los **pedidos**, etc.



Ordenador

Aunque existe una gran número de programas de este tipo que cada uno ofrece diferentes características, las funciones generales de los **softwares** de **gestión editorial** gestionan los siguientes aspectos:

- Gestión Editorial .
- Gestión Librerías.
- Gestión Distribución.
- Terminal Punto de Venta (TPV).
- Comunicación con clientes, prensa, proveedores, etc.
- Presupuestos de Compras.
- Facturación.
- Almacenes.
- Administración y finanzas.
- Devoluciones.
- Intercambio Electrónico de Datos (EDI).
- Suscripciones y Renovaciones Automáticas.
- Gestión para Comerciales.

- Edición y Producción.
- Traspaso de datos.

1.3. El sistema fiscal y laboral

Las empresas editoriales con sede en España están supeditadas al **sistema fiscal español**, válido para cualquier tipo de empresa. La principal particularidad en este sentido es la aplicación de un **IVA reducido** a las **publicaciones en papel**, al considerarse un bien cultural. Así pues, los libros a papel se graban con solo un **4% de IVA**. En este sentido hay que apuntar que el libro electrónico sí tiene una consideración de producto de consumo normal, por lo que está grabado con el **21% de IVA** como cualquier otro tipo de producto de ocio.

Respecto al sistema fiscal de las empresas editoriales hay que tener en cuenta que a día de hoy la **producción y distribución es global**, por lo que habrá que tener en cuenta el **sistema fiscal de las importaciones y exportaciones**. Es muy habitual que un libro editado en España se imprima en China y se distribuya en Suramérica o Centroamérica, por lo que habrá que conocer los regímenes fiscales y las políticas de exportación e importación de los diferentes países con los que vamos a exportar o importar productos editoriales o materias primas.

En este sentido se recomienda contar siempre con un agente de aduanas, que será quien nos informe y nos gestione todos los aspectos relacionados con la aduana y el transporte desde el punto de llegada a nuestro almacén.



Calculadora y lápiz

Por el otro lado, el **sistema laboral** de las empresas editoriales está regido por el **Convenio colectivo estatal de artes gráficas, manipulados de papel, manipulados de cartón, editoriales e industrias auxiliares**, aprobado el 1 de Agosto de 2013 y publicado en el BOE el 21 de Agosto del mismo año (2013).

Según el propio convenio, el ámbito de influencia del mismo son **todas las empresas con sede en territorio español** y que se dediquen a las actividades de **Artes Gráficas y sus Industrias Auxiliares, Manipulados de Papel y Cartón y Editoriales**:

A) *Se entiende por Industrias de Artes Gráficas y Auxiliares, en general, las que se dediquen, junta o separadamente, a las actividades de preimpresión, impresión o postimpresión, por cualquier procedimiento o sistema, sobre papel, cartón, tela, plástico, películas, soporte óptico o magnético o informático (CD-Rom, disquete...), o cualquier otra materia, de toda clase de caracteres, dibujos o imágenes en general, en uno o más colores.*

A título meramente ilustrativo y no limitativo, se entenderán incluidas en este ámbito funcional las actividades siguientes:

- a. *La composición y fotograbado de textos, ya sea manual, mecánica, digital, fotocomposición o cualquier otro sistema o procedimiento similar, existente en la actualidad o que pueda existir en el futuro.*
- b. *La reproducción de textos o imágenes por cualquiera de los distintos sistemas o procedimientos existentes en la actualidad o que puedan existir en el futuro: manual (dibujo), fotográfico, fotomecánico, electrónico, informático, digital, etc., sobre cualquier material sensible, incluidos los soportes de informática grabados.*
- c. *El grabado de textos o imágenes por cualquier sistema o procedimiento existente en la actualidad o que pueda existir en el futuro: manual (artístico o artesano), fotograbado, grabado electrónico, diseño gráfico, autoedición, etc.*
- d. *La impresión de textos o imágenes por cualquier sistema o procedimiento existente en la actualidad o que pueda existir en el futuro: tipografía, offset, huecograbado, litografía, serigrafía, tampografía, flexografía, calcografía, relieve, xerografía, impresión digital, impresión por láser, etc.*
- e. *La encuadernación, manual o mecanizada, en cualquiera de sus formas: rústica, cartoné, tela, plástico, pasta, etc.*

- f. *Las industrias auxiliares o complementarias, tales como: esterotipia, galvanotipia y galvanoplastia, fabricados de goma y caucho, fabricación de rodillos, vulcanizados, etc.*



Igualmente, y dado que la aplicación del presente Convenio es obligatoria en todas las funciones o actividades (totales o parciales) contempladas en su ámbito funcional y/o personal del mismo y dentro del territorial por él establecido, este Convenio es de aplicación inexcusable en toda unidad productiva en la que existan máquinas de impresión, duplicadoras, pequeño offset, multicopistas, fotocopiadoras, y cualquier otra máquina para producir impresos, etc., independientemente de su ubicación y del uso al que se destinen.

B) *Se entiende por Industrias de Manipulados:*

- a. *Los manipulados de papel de todas clases, tales como: material escolar y de oficina, sobres, bolsas, papel de fumar, papeles engomados, papeles pintados y para decoración, etc.*
- b. *Los manipulados de cartón de todas clases, impresos o no, tales como: cartoncillo, cartón ondulado, cartulina y otras materias auxiliares, así como la fabricación de envases, embalajes y otros transformados y complejos de las antedichas materias.*

C) *Se entiende por Empresas Editoriales:*

- a. *Las que, con o sin talleres gráficos, se dedican a la edición de libros, folletos, fascículos, «comics», y revistas, periódicas o no. Se excluyen las empresas que, únicamente y sin talleres gráficos, editan publicaciones de aparición periódica, diaria o no diaria, de información general, actualidad o especializadas, consideradas empresas editoras de prensa.*
- b. *Las editoras de discos y otros medios audiovisuales.*

c. *Las editoras de música e impresoras de bandas magnéticas.*

D) *Quedan comprendidos en este ámbito funcional aquellas empresas de Artes Gráficas que compaginen la producción de impresos o manipulados, de todo orden, con la impresión de publicaciones periódicas, de información general, actualidad o especializadas; así como las que impriman publicaciones periódicas exclusivamente religiosas, técnicas y profesionales.*

Se excluyen del ámbito funcional de este Convenio únicamente los talleres de Artes Gráficas, pertenecientes a las empresas editoras de publicaciones periódicas diarias de información general, actualidad o especializadas, dedicadas exclusivamente a la impresión de sus propias publicaciones editadas por ellas.

E) *También quedan incluidas las empresas, talleres e imprentas, escuelas de Artes Gráficas estatales, para-estatales, autonómicas, provinciales y municipales, las sindicales, las Corporaciones o Instituciones benéficas o religiosas y penitenciarias, en el caso de que sus productos sean de venta o encargo remunerado, cuyo personal no tenga la condición de funcionario público y realicen alguna de las actividades relacionadas con el ámbito funcional de este Convenio.*



Además, el propio convenio indica que dicha regulación afecta a todas las personas que trabajan en las empresas que acabamos de mencionar excepto:

- a. *Los cargos de alta dirección, alto gobierno o alto consejo excluidos en la valoración de puestos de trabajo en este Convenio.*
- b. *El personal técnico a quien se encomiende algún servicio determinado, sin continuidad en el trabajo ni sujeción a la jornada, que no figure en la plantilla de la empresa por ser su contratación civil o mercantil.*
- c. *Los agentes comerciales, sujetos a relación mercantil, y los representantes de comercio sometidos a relación laboral especial.*