



Las mejores  
Escuelas de Negocios

revista  
**América**  
economia

| Inscríbete gratis | Mis datos | Publicidad | Contacto | [Suscribirse](#) | [Ir al inicio](#) |

**América**  
economia.com

BUSCAR



Nº Edición

339



| Quiénes Somos | Media Kit | Information in English |

ESPAÑOL | PORTUGUÉS

**REVISTA** **RANKINGS** **NOTICIAS** **I-BIZ** **MBA** **ENERGÍA** **NEGOCIOS** **FINANZAS** **LUK**

**MI CUENTA**

Usuario Activo.  
Categoría Inscrito.  
Para cerrar sesion  
Click Aquí

**Artículo Seleccionado**



Your MBA  
in Germany  
Meet esmt  
in Latin America

These corporations  
support esmt:

Allianz Group  
Axel Springer  
BMW Group  
BDI  
BDA  
Bosch  
DaimlerChrysler  
Deutsche Bank  
Deutsche Post  
World Net  
Deutsche Telekom  
EADS Deutschland  
E.ON  
E.ON Ruhrgas  
HVB Group  
KPMG  
Lufthansa  
MAN Group  
McKinsey  
& Company  
Munich Re Group  
RWE  
SAP  
Schering  
Siemens  
The Boston  
Consulting Group  
ThyssenKrupp



I-biz / Los negocios de la tecnología

## Buena lectura

**Arly Faundes Berkhoff**  
Santiago

El brasileño Mauricio Machado, de 35 años, siempre quiso combinar su pasión por la literatura con un buen negocio, y lo logró a través de internet. A mediados de 2005, y luego de la quiebra del brasileño Banco Santos, donde él trabajaba en el área internacional, Machado creó la empresa Integrare Editora, una editorial de libros que, como dice su nombre, integra en su cadena a autores, lectores y libreros, y que además se vincula con la responsabilidad social, todo sobre una plataforma virtual. "Es un sueño antiguo mío y de mi familia", dice Machado. "Pensamos en hacer una editorial distinta, con un plan de negocios que todavía no existía en Brasil".

Para esto resultó clave el uso de internet como plataforma de su modelo operativo. A través de su página web [www.integrareeditora.com.br](http://www.integrareeditora.com.br) los autores pueden hacer un seguimiento de las ventas de sus ejemplares (la información se renueva mensualmente), monitorear sus campañas de marketing e incluso saber en qué ciudades se han vendido más libros o qué segmento de edad los prefiere. Por su parte, los lectores que adquieren estas publicaciones pueden acceder a charlas digitales con los autores que duran 20 minutos en promedio, conocer sus trayectorias e incluso informarse de las agendas anuales de eventos y visitas dentro del país por si quieren hacer un seguimiento de ellos o acudir a sus charlas. En tanto, los libreros también pueden retroalimentarse de mayor información, con pequeños relatos en video digital en donde los autores explican el contenido de sus libros para que el librero pueda ofrecerlos con más certeza al público indicado. Además, los vendedores de ejemplares cuentan con un espacio en la página con links a sus sitios web para que los lectores vean precios o compren las publicaciones que se ofrecen en línea.

Para la vida diaria

De esta forma los autores consiguen una relación más transparente con la editorial, los lectores acceden a beneficios anexos a la compra del libro y los libreros cuentan con una información editorial más completa. En 2006, su primer año de operaciones, Integrare Editora facturó US\$ 1,4 millón con la venta de 10 títulos y un tiraje de 20.000 ejemplares por obra, recuperando con creces su inversión inicial de US\$ 600.000. "Somos una empresa chiquita que está recién comenzando", dice Machado. "Nuestra misión es tener libros muy buenos para toda la familia brasileña, que contribuyan a la vida cotidiana de las personas".

Precisamente Integrare Editora se enfoca en los temas de psicología familiar y educación, y trabaja sólo con autores de trayectoria, que ya son conocidos en este mercado y que son elegidos por un consejo asesor. Enfocada en este nicho, la editorial no busca ofrecer un sinnúmero de títulos distintos, sino apostar por pocas obras pero buenas y que tengan un tiraje importante que les permita abaratar costos por la economía de escala. "Las otras editoriales tienen una gran cantidad de títulos y una tirada pequeña, lo cual es menos efectivo", dice Wander Soares, consultor editorial, quien asesora a diferentes empresas y ayudó a la fundación de Integrare Editora.

Así mismo, para Machado el plan de negocios de su editora no tiene que ver con la cantidad de libros que ofrezcan, sino con la forma en que se vende cada libro. "Trabajamos de forma muy estrecha con el autor y les vendemos directamente a quienes tienen interés en este tipo de publicaciones", dice Machado, quien espera alcanzar los US\$ 2,4 millones de facturación para fines de 2007. Además de su aporte social a través de los títulos que ofrece, que se orientan al desarrollo personal, Integrare Editora dona parte de su facturación a diferentes ONG, como Instituto Ayrton Senna y Fundação Gol de Letra, entre otros, lo que para Machado también representa una motivación para los autores de la compañía y para los compradores de las obras.

Letras transparentes

Para los escritores que trabajan con Integrare Editora, la clave de esta editorial es la posibilidad de trabajar en constante conexión y que la empresa se hace cargo de la campaña de marketing, la relación con los medios y la organización de charlas en las que participan los autores, lo que les



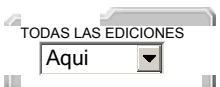
garantiza un mejor resultado de sus promociones. “Si un autor va a Manaos a dar una conferencia, por ejemplo, él nos da la información y el área de asesoría comercial de la empresa hace los contactos con las librerías y los medios de Manaos”, comenta Machado. “Agregamos inteligencia a su itinerario para generar un servicio que sea bueno para el autor, la editora y los lectores”.



Además, el acceso a la información vía internet provee a los autores de una mayor transparencia en sus operaciones, teniendo cada uno de ellos un acceso privado a sus resultados de ventas, campañas de marketing, además de material para publicar en medios de comunicación que prepara la agencia de medios que trabaja con Integrare Editora. “En Brasil, como en cualquier parte del mundo, las editoriales pueden hacer movimientos que el autor desconoce o declarar menos venta de la real”, dice Içami Tiba, psiquiatra que tiene más de 20 años de trayectoria y escribe libros en sociedad con Integrare Editora. “Son pocas las editoras confiables que como Integrare son transparentes con los autores”.



Uno de los libros para adolescentes más recientes de Tiba, Quien ama, educa, ha sido un éxito para su autor y la editorial con cerca de 200.000 ejemplares vendidos luego de su lanzamiento en 2005, llegando incluso a Italia y España, donde también ha llamado mucho la atención el modelo de negocio de Integrare Editora. “Nos han contactado editoriales de allá, porque quieren saber de nuestros planes”, dice Soares. Y aunque no hay nada concreto en la internacionalización de la editorial, con internet como plataforma y autores que sobrepasan fronteras, éste podría ser un paso seguro. “No es que tengamos una gran novedad en nuestra manera de funcionar”, dice Soares. “Es un modelo de relación abierta con los autores, quienes pueden saber todo lo que pasa con sus trabajos y eso no lo ofrece cualquier editorial”.



[| Revista](#) | [Noticias al Día](#) | [MBA \[Ed. Ejecutiva\]](#) | [I-biz \[Tecnología\]](#) | [Canal Financiero](#) | [LifeStyle](#) | [| Inscribase Gratis](#) | [Mis Datos](#) | [e-Newsletter](#) | [Quiénes Somos](#) | [Publicidad](#) | [Sala de Prensa](#) | [Contacto](#) | [Suscribase](#) | [Ir al Inicio](#) |   
 © AméricaEconomía 2001-2007 - Todos los derechos reservados  
 Este material no puede ser publicado, reescrito, redistribuido y/o reenviado sin la previa autorización de AméricaEconomía.  
 Resolución mínima de 800x600, optimizado para Internet Explorer en sus versiones 4.0 o superiores.

