

## Seminario Internacional para Editores y Libreros

# DISEÑO DE LIBRERÍAS

27 y 28 de abril, 2006, de las 9 a las 13 horas  
y de las 15 a las 18 horas

## Miguel Sal

*Arquitecto y consultor en estrategias de comunicación,  
profesor de la Escuela para Libreros Umberto  
y Elisabetta Mauri (Milán)*

## Patrocinadores



### Presentación

Las librerías son tiendas de venta al menudeo, pero por supuesto no son sólo eso: son una ventana a la diversidad cultural y un altavoz que difunde la creación y el pensamiento. Para lograr el equilibrio entre su naturaleza comercial y sus metas culturales, el librero debe echar mano de diversas herramientas, entre las que destacan el diseño y la comunicación, aunque sin duda el ingrediente medular de una librería es el tipo de obras y servicios que ofrece.

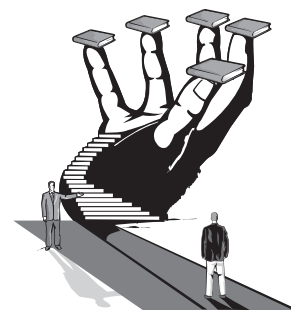
El diseño, tanto del espacio como de los dispositivos para exhibir ejemplares o transmitir mensajes, debe ocupar un lugar importante en la lista de prioridades de los libreros, sobre todo si éstos lo conciben como elemento orquestador de muchas de las funciones que debe atender la librería. Por su parte, la

comunicación es la vía para transmitir los mensajes propios o los que cada editor emite.

Este seminario es un espacio, teórico y práctico, para que los libreros evalúen el estado actual de sus estrategias comerciales que involucran diseño y comunicación, y para que establezcan nuevos modos de interactuar con su público y exhibir los productos. Para que los temas planteados sean de aplicación inmediata, cada día habrá primero una exposición de nociones generales que sirvan para la autoevaluación y el desarrollo de proyectos, y luego ejercicios colectivos en los que se pondrán en práctica tales principios. Así, los asistentes podrán no sólo reflexionar sobre estos asuntos sino echar a andar sus propios programas de diseño.

### Quién debe asistir

- Directores y gerentes generales de librerías
- Compradores y encargados de sección de librerías
- Arquitectos, diseñadores gráficos e industriales
- Directores y gerentes comerciales y de marketing de editoriales
- Y todo aquel interesado en el mundo del libro



### Programa

#### Jueves 27      Cómo se comunica la librería

Lo haga de manera consciente o no, la librería comunica cientos de mensajes. Ese complejo sistema influye en las decisiones de compra de quien visita el local, por lo que el librero debe valerse de diversos recursos de comunicación para lograr que las obras lleguen a los compradores adecuados. Mediante el análisis de abundantes casos en todo el mundo, en esta sesión se presentarán estrategias para proyectar al exterior la imagen de la librería mediante el diseño de fachadas y vitrinas; para hacer una efectiva señalización interna; para desarrollar materiales de promoción que funcionen; para comunicar estados de ánimo y generar experiencias; para enfrentar la tensa disyuntiva entre comunicar la propia imagen o dejar que las editoriales comuniquen a través de la librería; para lograr que el personal comprenda y comparta los mensajes que la empresa quiere transmitir.

#### Viernes 28      Cómo exhibe la librería

La librería exhibe mucho más que los ejemplares que están a la venta. El modo en que se dispongan las áreas de exhibición, almacenaje y administración, los muebles, las zonas de circulación y descanso, los letreros y planos, la decoración de muros, techo y piso, la iluminación, los colores, permite no sólo que los compradores encuentren el producto que buscan —o que descubran alguno que no conocían— sino que además construye la imagen de una librería y contribuye a que los clientes valoren las propuestas cultural y comercial de la tienda. En esta sesión se buscará concebir de manera congruente este intrincado sistema de exhibición para dar a los libreros pautas de acción que fortalezcan su efectividad pero que no requieran presupuestos estratosféricos para llevarse a cabo.

# Seminario Internacional para Editores y Libreros

## DISEÑO DE LIBRERÍAS

27 y 28 de abril, 2006, de las 9 a las 13 horas  
y de las 15 a las 18 horas

### Miguel Sal

Arquitecto y consultor en estrategias de comunicación,  
profesor de la Escuela para Libreros Umberto  
y Elisabetta Mauri (Milán)

#### Patrocinadores



#### Cuota de inscripción

\$4,500 por persona

- Descuento por inscripción anticipada (antes del 7 de abril): 15 por ciento
- Descuento por inscripción grupal (3 o más personas de la misma empresa): 10 por ciento
- Descuento a miembros de la Asociación de Libreros Mexicanos: 5 por ciento
- Los descuentos son acumulables
- Este precio no incluye IVA
- Comida (ambos días) y servicio de café
- Diploma de participación

Cupo limitado a 70 personas

#### Fechas y horario

27 y 28 de abril, 2006, de las 9 a las 13 horas  
y de las 15 a las 18 horas

#### Sede

Unidad Cultural Maestro Jesús Silva Herzog, del Fondo de Cultura Económica, Carretera Picacho-Ajusco 227, Bosques del Pedregal, Tlalpan, 14200, México, DF



#### Registro

1. Nombre \_\_\_\_\_ Puesto \_\_\_\_\_  
2. Nombre \_\_\_\_\_ Puesto \_\_\_\_\_  
3. Nombre \_\_\_\_\_ Puesto \_\_\_\_\_

Empresa o institución (si se aplica) \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_

La inscripción es transferible a otra persona, notificando a Librería antes del 24 de abril.

Datos fiscales, en caso de requerir factura (las facturas se entregarán el último día del seminario)

Razón social \_\_\_\_\_ RFC \_\_\_\_\_

Dirección fiscal \_\_\_\_\_

#### Inscripciones

Contactar a Jesús González, en los teléfonos (52 55) 5335 1213, 14, 42 y 43, o en el correo electrónico [seminario@librossobrelibros.com](mailto:seminario@librossobrelibros.com)

#### Formas de pago

Hasta antes del 27 de abril: haga su depósito en la cuenta BBVA Bancomer 0132220385, clabe 012 180 00132220385 8, plaza 001, a nombre de Librería, SA de CV, y envíe el comprobante por fax al (52 55) 5335 1213, 14, 42, 43. Durante el primer día del seminario: únicamente en efectivo. Si cancela antes del 14 de abril, se reembolsará el 80 por ciento; después de esa fecha no habrá reembolso