

Spanish Evangelical Products Association (SEPA)

COMUNICADO DE PRENSA

Para difusión inmediata.

14 de septiembre 2009.

Sexta Cumbre Anual de SEPA planea fortificar la industria de productos cristianos hispanos, en medio de las dificultades económicas.

Animados por una fuerte y pujante industria de productos cristianos hispanos, que avanza en medio de la difícil situación económica actual, editoriales, distribuidores y librerías de todo los EE.UU. y América Latina se reunirán durante la 6ª Cumbre Anual de SEPA, en Miami, desde el 16 al 20 de noviembre.

Este año la Cumbre será organizada por Editorial Unilit, Editorial Patmos y Sociedades Bíblicas Unidas. Por primera vez SEPA (Spanish Evangelical Products Association) llevará a cabo el encuentro en un crucero, donde reunirá a líderes clave de la industria cristiana. El evento contará con cuatro sesiones de entrenamiento y seis presentaciones, además de los devocionales diarios y los informes de las comisiones.

"Hay muchos acontecimientos en los que las editoriales y los distribuidores pueden interactuar, pero por lo general en un nivel puramente comercial", dijo Vern Peterson, gerente general de Patmos. "Esta cumbre es acerca de los negocios, pero enfocando a la industria en su conjunto. Sin embargo, aun más importante, es la oportunidad para la interacción social, ya que permitirá a los participantes conocerse unos a otros a un nivel más personal".

Basado en sus conversaciones con las editoriales, el presidente de SEPA, Peter Cerra, comenta: "La industria parece sostenerse por sí sola. Muchos países se han acostumbrado a estar en crisis económica, por lo que pueden hacer cosas para estabilizar sus negocios. Hemos escuchado muchos informes positivos de las editoriales hispanas en este sentido. En los EE.UU., la mayoría están siendo golpeadas con muchas de las mismas cuestiones que enfrentan las editoriales en inglés —menos librerías y una contracción del mercado—, pero el mercado internacional está cubriendo algunas de esas deficiencias".

Jim Cook, vicepresidente de SEPA y vicepresidente de ventas internacionales de B&H Publishing Group, dijo que las cumbres han servido para unir a la industria. "Creo que han

ayudado a las editoriales, librerías y distribuidores a entenderse mejor, demostrando cómo estamos trabajando juntos”.

Cerra está de acuerdo y llama a las cumbres como muy beneficiosas para la industria. Dice: "Durante años hemos tendido a estar aislados y fragmentados; y ahora nosotros, como editoriales, distribuidores y proveedores nos hemos unido con un objetivo común, el de aumentar el impacto en el mercado. Hemos sido capaces de desarrollar materiales de entrenamiento para ayudar a los libreros a tener éxito, a ocuparse de temas como la piratería, la tecnología; y recientemente hemos puesto en marcha una campaña de lectura dirigida en especial a nuestro público español a nivel mundial".

La campaña de lectura de SEPA, lanzada en Expolit 2009, se llama "Si no leo me aburro", y utiliza un burro como su mascota.

Ebett Rivera-Kading, co-propietaria de Pan de Vida, dijo que la economía la ha obligado a consolidar sus tres librerías de Chicago en dos. Pero está entusiasmada acerca de cómo la cumbre puede alentar a los libreros a mejorar sus negocios y aumentar las ventas.

"Estamos intentando sobrevivir", dijo ella. "Muchos de mis clientes perdieron sus trabajos. Escucho este comentario a diario. La gente está siendo muy cuidadosa con sus compras. Sin embargo, las cumbres siempre han sido una bendición. Puedo aprender allí de colegas, y de las propias editoriales, como también de otras personas dentro de la industria. Siempre regreso actualizada, renovada y restaurada, casi abrumada con todas las nuevas ideas y la información".

Peterson añadió que las cumbres han ayudado a abrir puertas a las editoriales hispanas en el mercado en inglés. "En las librerías que visito —y visito todas— puedo ver que las secciones en español están aumentando de tamaño progresivamente", explicó.

"Muchos han sido los ajustes necesarios", continuó Peterson. "Por ejemplo, algunas editoriales han cambiado la forma en que distribuyen. Por otra parte, algunos distribuidores se han convertido en editoriales. Cuando SEPA hace unos años incluyó a los distribuidores junto con las editoriales, en esencia, era probablemente el reflejo de la realidad de los cambios que ya estaban teniendo lugar".

Para más información:

SEPA

Spanish Evangelical Products Association
1370 NW 88th Ave., Miami, FL 33172, EE.UU.
E-mail: info@sepaweb.org

Web: www.sepaweb.org
Teléfono: 305.503.1195
Fax: 786.331.7720



ChristianEditing

COMUNICADOS DE PRENSA / CHRISTIAN PRESS RELEASE SERVICES

Info@ChristianEditing.com / www.ChristianEditing.com