

Proyecto editorial: grandes escritoras, grandes desconocidas.

Ana Escudero Canosa

Trabajo Fin de Máster

Dirección: Daniel Benchimol.

Máster de Edición Digital. UOC

Julio de 2019



Universitat Oberta
de Catalunya

Contenido

Resumen	6
Palabras claves	6
1. El porqué de esta colección	7
2. DAFO.....	7
2.1. Debilidades	7
2.2. Amenazas	7
2.3. Fortalezas	7
2.4. Oportunidades	8
3. Las autoras que forman parte de esta colección.	8
4. ¿Qué se incluirá en cada libro digital?	8
5. Público objetivo.....	9
5.1. Facebook Insights	10
5.1.1. Interés: feminismo	10
5.1.2. Interés: Emancipación de la mujer	12
5.1.3. Interés: Películas documentales	13
5.1.4. Interés: Educación superior	15
5.1.5. Interés: Publicación digital	16
5.1.6. Interés: audiolibro	17
5.2. Google Trends.	19
5.2.1. Feminismo	19
5.2.2. Libro digital	20
5.3. Google Trends por autora	21
6. El calendario de publicación de cada serie de libros.....	22
7. Precio de la colección.....	22
8. Calendario de descuentos.....	23
9. Los profesionales.....	24
9.1. Los historiadores	24
9.2. Las traducciones	25
9.3. Los ilustradores	25
10. Creación de aplicaciones complementarias.....	25
11. Los locutores y los efectos de sonido.....	26
12. Costes	26
12.1. Costes de edición	26
12.2. Costes de marketing y publicidad.	27

12.3.	Costes página web	27
12.4.	Costes audiolibro.	28
13.	La distribución	28
13.2.	El distribuidor	29
13.3.	Bookwire	29
13.3.1.	Producción	29
13.3.2.	Distribución	29
13.3.3.	Marketing	30
13.3.4.	Información	30
14.	Financiación.....	30
14.1.	El crowdfunding	30
15.	Marketing.....	33
15.1.	Redes sociales	33
15.1.1.	Instagram	33
15.1.2.	Facebook	34
15.1.3.	YouTube	34
	Referencias y páginas consultadas.....	36
	Anexo	38
A.	La selección de las escritoras. Las obras seleccionadas	38
B.	Google Trends por autora	45
C.	Estadística del precio medio de los libros digitales en España	71
D.	Estadística del precio medio de ventas en países latinos	71
E.	Estadística del precio medio por temática en ESPAÑA.	72
F.	Estadística del precio medio por temática en países latinos.	72
G.	Flujo de trabajo. Historiadores.	76
H.	Flujo de trabajo. Traductores	77
I.	Flujo de trabajo. Ilustrador/a.	78
J.	Flujo de trabajo. Locutores.	78
K.	Documentación. Memoria de la actividad	79
L.	Documentación. Propuesta de inversión	80
M.	Documentación. Presupuesto de explotación	83
N.	Documentación. Relación de libros del plan editorial	83
O.	Documentación. Plan de tesorería.	84

Resumen

Muchas mujeres, más de las que creemos, han sido relegadas al olvido; ocultas, apagadas en la historia de la humanidad. La historia ha sido escrita por los hombres y para el género masculino y en ella las mujeres han jugado un papel secundario, no porque sus acciones valiesen menos, pero sí porque el hombre las ha minusvalorado.

Esta colección se centra en escritoras, poetisas, historiadoras... que en la actualidad son desconocidas por la mayoría de la gente y así otorgarles su verdadero valor en la historia de la humanidad. Además, se dará a conocer algunas de las mejores obras literarias escritas de todas las épocas, desde antes del nacimiento de Jesucristo hasta la época de entreguerras.

Las obras escritas por mujeres no son solamente importantes a nivel literario. Ellas también fueron fundamentales en las ciencias, la economía, la física, las matemáticas, la política y en otras disciplinas. No solamente escribieron, también influyeron en la sociedad que les tocó vivir. Y esa influencia continua hoy día.

En esta colección se ha seleccionado a sesenta y cinco autoras desde Enheduanna (2285 - 2250 a.C.), considerada la primera escritora de la historia hasta Teresa Wilms Montt (1893 - 1921). Para hacer esta selección de sesenta y cinco autoras se ha elegido escritoras de cualquier nacionalidad de cualquier modalidad literaria: prosa y poesía son bienvenidas a esta colección.

La selección de las autoras que forman parte de esta colección se ha realizado tras un trabajo exhaustivo, eligiendo de cada época histórica, las autoras más representativas sea porque su obra fue un hito en su momento o porque la autora fue un personaje importante en vida, influyendo en la sociedad del momento e intentando abarcar el mayor número de géneros literarios y países de origen en esta colección.

Para aumentar el valor de esta edición especializada, cada libro irá acompañada de varias ilustraciones que servirán de complemento a la obra. Y como cada autora habrá influido en la historia e igualmente, la historia la ha influido, se incluye una pequeña biografía, un prólogo histórico y un calendario visual de los momentos históricos más importantes ocurridos en el mundo en los años de vida de la autora.

Por otro lado, para aumentar el valor de esta colección única en su mercado, se creará una colección de audiolibros paralela con la intención de explotar un mercado que en la actualidad no está siendo explotado, los audiolibros históricos, de manera que las personas con problemas visuales puedan acceder a estas obras únicas en su género, y es que son obras que normalmente no son accesibles por el público medio.

Tanto la colección en digital como los audiolibros será adquirible a través de las plataformas digitales, la página web de la editorial y por suscripción.

Palabras claves

Edición digital, escritoras, libro digital, obras desconocidas, audiolibro, historia

1. El porqué de esta colección

Se ha decidido crear esta serie de libros porque nunca ha existido una colección similar en el mercado, o al menos, nunca se ha reunido a estas escritoras en una misma colección.

Colecciones de libros hay muchos, pero ninguna tan especializada como la que aquí se trata. Jamás se ha creado una colección dedicada exclusivamente a mujeres que contribuyeron a la sociedad con sus obras literarias y personales.

Con esta colección se pretende cubrir una falta de conocimientos sobre la historia la mujer en la sociedad y a la vez, dar a conocer obras literarias desconocidas o poco conocidas en el siglo XXI.

2. DAFO

2.1. Debilidades

- La mayoría y de las obras seleccionadas son desconocidas para el público no especializado por lo que será necesario una fuerte inversión en promoción, ya que se tratan de mujeres cuyos nombres no son conocidos por el público medio y ese desconocimiento puede provocar el rechazo del posible lector.
- Se trata de una colección especializada.
- Las obras son desconocidas o poco conocidas por el público medio.
- Esta colección requiere un trabajo previo de investigación que puede ser arduo y retrasar la salida al mercado más de lo previsto.
- Se deberá hacer una fuerte inversión en la promoción, ya que el tratarse de autoras desconocidas, sus nombres no son conocidos por la mayoría y ese conocimiento puede provocar el rechazo del posible lector.
- Se requiere contar con buenos profesionales.

2.2. Amenazas

- El excesivo número de obras publicadas que hay en el mercado actualmente, lo que puede provocar que nuestra colección quede oculta entre toda la oferta.
- Al ser una colección digital, la posibilidad de ser pirateada es muy alta.
- Los lectores acostumbran a comprar obras de autores que conocen.
- Los lectores compran obras que les han recomendado.
- Muchos lectores prefieren leer en papel.
- El tiempo para amortizar esta colección puede ser alto, debido a la alta inversión inicial y su precio de venta por debajo al precio medio.

2.3. Fortalezas

- No existe una colección igual en el mercado.
- Son autoras cuyas obras nunca o casi nunca se han publicado.
- Se trata de un mercado que no ha sido explotado hasta este momento.
- La colección de audiolibros es un valor añadido poco explotado hasta el momento.

- Los lectores pueden querer conocer obras clásicas que hasta el momento no habían llegado a sus manos.
- Es una colección especializada.
- Su precio bajo puede animar a los lectores a comprar la colección.

2.4. Oportunidades

- El mercado de obras clásicas de autoras desconocidas no está explotado.
- En el momento actual, el movimiento feminista está en pleno auge.
- Las ventas de obras digitales están aumentando.
- Los audiolibros son un mercado en auge, que hasta el momento no ha sido explotado.
- Plataformas como Spotify necesitan nuevo material para alimentar la demanda de sus clientes.
- La opción de comprar la colección de los libros digitales por suscripción abre la posibilidad de desarrollar y explorar otros modelos de negocio con el mismo contenido base.
- La opción de comprar la colección de audiolibros por suscripción abre una nueva línea de negocio con poca competencia en la actualidad.

3. Las autoras que forman parte de esta colección.

Las claves para elegir a las escritoras que forman parte de esta colección han sido diversas. Se ha tenido en cuenta varios factores, de manera que la selección final fuese equilibrada y que abarcarse la mayor cantidad posible de épocas, países y culturas de manera que el posible adquiera el máximo de conocimientos y se reivindique el trabajo de las mujeres desde diferentes perspectivas.

- Se han seleccionado sesenta autoras no consideradas superventas por el público actual con el plan de para otorgarles su verdadero valor en la historia de la humanidad.
- Para crear una colección cultural, feminista, universal e integradora se ha seleccionado autoras de distintas nacionalidades.
- En la selección se ha elegido obras de difícil acceso porque no se encuentran descatalogadas o nunca ha sido traducidas al castellano,
- Para realizar toda esta selección se ha realizado una búsqueda exhaustiva para elegir a las autoras más representativas de cada época histórica o que destacan por alguna razón cultural, social, política o feminista.
- Algunas de las mujeres elegidas fueron silenciadas en vida y otras fueron famosas entre sus coetáneos, pero en pleno siglo XXI han sido olvidadas.
- Se ha elegido tan obras en prosa como poesía e incluso discursos o tratados, abarcando así la mayor cantidad de géneros posibles.
- Esta es una primera selección cerrada pero ampliable si las ventas así lo recomiendan y abierta a posibles demandas de los lectores.

VER ANEXO. LA SELECCIÓN DE LAS AUTORAS. SUS OBRAS.

4. ¿Qué se incluirá en cada libro digital?

Cada libro estará dedicado a una de las autoras. En el mismo se seguirá el siguiente patrón básico:

- Biografía de la escritora: se explicará la vida de cada autora, sus luchas por ser escuchadas en un mundo de hombres, sus anhelos, victorias y fracasos así como su final.
- Bibliografía: se detallará una lista completa de sus obras, especificando la fecha de su primera publicación (en el caso de que fuesen publicadas).
- Su obra en el contexto histórico: se hablará de su obra desde un punto de vista histórico, explicando el porqué de su importancia en la historia.
- El contexto histórico: se dedicará un espacio del libro a explicar el momento histórico en vida de la autora. Se detallará la historia de su país desde un punto de vista político, social y económico.
- Calendario histórico: con los acontecimientos más importantes ocurridos en el mundo durante la vida de la misma. En el mismo se indicarán los avances científicos, sociales, económicos, filosóficos...
- La obra seleccionada u obras seleccionadas traducidas a la lengua castellana.
- El porqué de la obra/s seleccionada/s y su importancia en la literatura y/o en la sociedad.
- Cada autora tendrá un espacio dedicado en la web que se creará para la colección: en este espacio se incluirá una biografía de la autora y el acceso gratuito a otra obra de la autora pero solamente accesible a los que hayan comprado el libro en formato digital como regalo.
- Se abrirá una ficha en Wikipedia por cada autora, siempre y cuando esa ficha no exista ya. En el caso de estar ya publicada se actualizará con la nueva información que se haya recogido para escribir la biografía de la escritora.
 - En la ficha se incluirá:
 - Fecha de nacimiento.
 - Lugar de nacimiento.
 - Un mínimo de una fotografía de la autora libre de derechos.
 - Un mínimo de una fotografía de sus obras en la versión original.
 - Ascendencia.
 - Historia personal.
 - Obras.
 - Enlaces de interés: otras obras, personas que influyeron en su vida, personas a las que influyó.
 - Enlace a la obra publicada en audiolibro.

5. Público objetivo

Para decidir la campaña de marketing y promoción de la colección se realiza un trabajo previo que consiste en determinar el público objetivo al que le puede interesar adquirir uno o varios ejemplares de esta colección.

Se decide utilizar dos herramientas que nos da detalles importantes de las corrientes de interés actuales en cuestiones como el feminismo. Estas dos herramientas son Facebook Insights y Google Trends y de esta manera se centrará el proceso de promoción de la colección en el lector que posiblemente adquirirá esta colección.

5.1. Facebook Insights

Se realiza un trabajo de selección del público objetivo con Facebook Insights filtrando por los siguientes parámetros básicos y filtrados por diferentes intereses.

- Hombres y mujeres de 25 a 44 años, de España y con el estado civil indiferente.
- Interés se realiza una lista de posibles intereses que pueden tener el público objetivo para evaluar su respuesta a esta colección.
 - Los dos intereses claves de esta colección es el feminismo y la emancipación de la mujer, siendo los demás secundarios en este estudio, pero a la vez importantes
 - 1) Feminismo: es el público principal de esa colección, ya que se trata de una serie de libros escritos por mujeres.
 - 2) Emancipación de la mujer: es el público principal de esa colección, ya que se trata de una serie de libros escritos por mujeres.
 - 3) Películas documentales: al tratarse de obras históricas es de suponer que los posibles lectores sean usuarios de documentales, especialmente los que traten sobre derechos sociales o femeninos.
 - 4) Educación superior: se ha filtrado por este interés, ya que es una colección altamente especializada y una persona con una educación superior es más fácil que la valore en su justa medida y se interese por adquirirla.
 - 5) Publicación digital: al ser una colección digital, sea filtrado por este interés ya que una persona que solamente compre en papel no la comprará.
 - 6) Audiolibros: se creará una colección en paralelo de audiolibros, por lo que es interesante conocer la demanda en este campo.

5.1.1. Interés: feminismo

Esta selección da un resultado de 300.000 a 350.000.¹ El perfil que podría comprar esta colección es mayoritariamente femenino, un 80% a diferencia del 20% de hombres. Por edad, el grueso se sitúa, a nivel femenino, en la franja entre los 25 y los 34 años. Es interesante destacar que de los 35 a los 44 años el interés masculino supera al femenino.

Y en el caso de los estudios, las personas con estudios superiores serán más propensos a comprar esta colección que una persona sin estudios o con estudios medios.

¹ Se debe tener en cuenta que esa cifra indica los usuarios de Facebook e Instagram que han indicado que les interesa el feminismo y no el total de lectores que tienen ese interés, por lo que el total de lectores posible será superior.

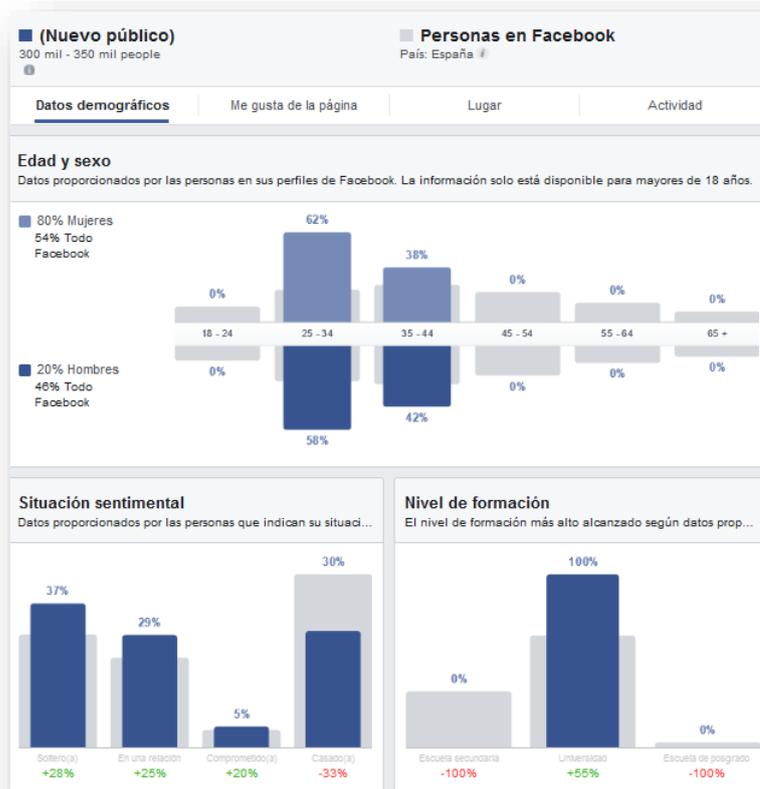


Ilustración 1. Facebook Insights

Se ha comprobado que páginas son las que más gustan según el interés feminismo. Destacan las páginas de magazines, empleo, educación, escritores o política.

Datos demográficos | **Me gusta de la página** | Lugar | Actividad

Principales categorías

Rango	Categoría	Ejemplos
1	Revista	Pikara Magazine • Revista Mongolia
2	Arte y ocio	Feminista ilustrada • Disney
3	Sitio web	Weloversize
4	Sitio web de referencia	Primer Empleo
5	Sitio web de educación	divulgación dinámica formación • Locos por las Becas
6	Escritor	Roy Galán • Ángel Sanchidrián - escritor • Lo que ellos no saben • Bebi
7	Tienda de regalos	Superbritánico • La Frikilería • Mr. Wonderful
8	Teatro de arte dramático	Matadero Madrid
9	Político	Manuela Carmena • Ada Colau Ballano • Alberto Garzón Espinosa
10	Producto/servicio	M-A-C Cosmetics

Tabla 1. Facebook Insight

Por otro lado, de cara a la promoción se busca cual es el canal de información más consultado para así preparar un anuncio personalizado-

14	Emisora de radio	Radio 3
----	------------------	---------

Tabla 2. Facebook Insight

5.1.2. Interés: Emancipación de la mujer

Esta selección da un resultado de 150.000 a 200.000.² El perfil que podría mostrar interés por esta colección es mayoritariamente femenino, un 92% a diferencia del 8% de hombres. Por edad, el grueso se sitúa, a nivel femenino, en la franja entre los 25 y los 34 años. Es interesante destacar que de los 35 a los 44 años el interés masculino supera al femenino.

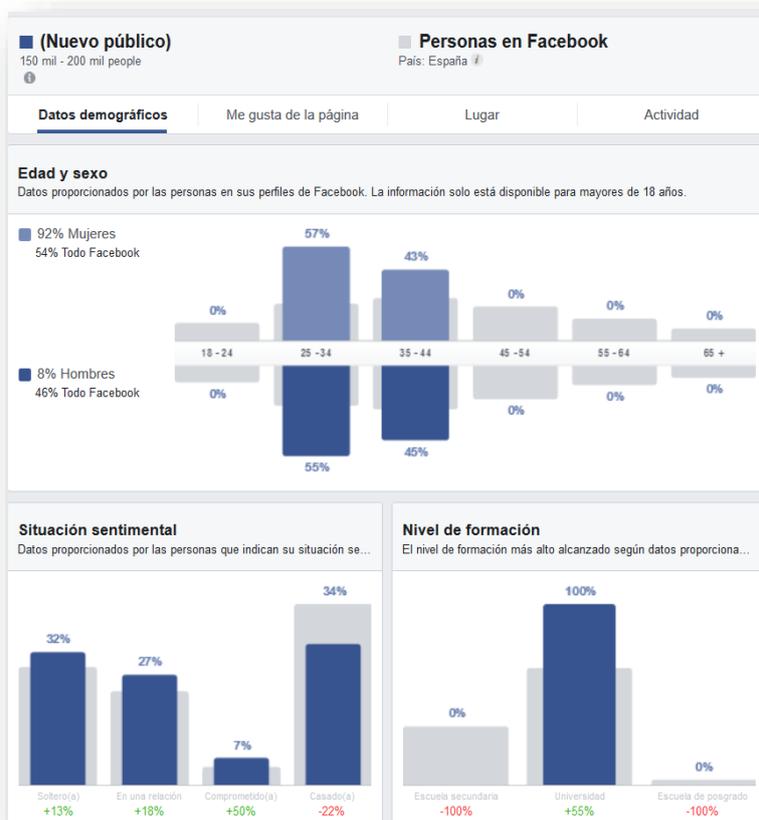


Ilustración 2. Facebook Insight

² Se debe tener en cuenta que esa cifra indica los usuarios de Facebook e Instagram que han indicado que les interesa la emancipación de la mujer y no el total de lectores que tienen ese interés, por lo que el total de lectores posible será superior.

Se ha comprobado que páginas son las que más gustan según el interés de la emancipación de la mujer, destacando las tiendas de regalo, las compras (zapaterías, cosméticos, muebles...), la educación y los artículos para niños y el hogar.

Principales categorías		
1	Tienda de regalos	Qué Way
2	Empresa	Deichmann • AliExpress
3	Zapatería	XTREM • MARYPAZ
4	Tienda de cosméticos	Douglas Cosmetics Spain • L'Oréal Professionnel • NYX Professional Makeup
5	Reparación de muebles y tapicería	Mi casa es diferente
6	Comunidad	Cursos & Empleo • Locas Del Coño • No tengo el chichi pa farolillos
7	Producto/servicio	Fabletics • M·A·C Cosmetics • Clinique • Toys "R" Us España • Pikolinos
8	Sitio web de educación	divulgación dinámica formación
9	Artículos para bebés/niños	Infantdeco Tienda On-Line • Tutete.com
10	Artículos para el hogar	Conforama España

Tabla 3. Facebook Insight

5.1.3. Interés: Películas documentales

Esta selección da un resultado alto, de 700.000 a 800.000.³ El perfil que podría mostrar interés está más equilibrado entre hombres y mujeres y entre los 25 y los 44 años.



³ Se debe tener en cuenta que esa cifra indica los usuarios de Facebook e Instagram que han indicado que les interesa las películas documentales y no el total de lectores que tienen ese interés, por lo que el total de lectores posible será superior.



Ilustración 3. Facebook Insights

Se ha comprobado que páginas son las que más gustan según el interés en películas documentales: destaca el interiorismo, los regalos, artículos para niños, los vinos, plataformas de TV y la educación.

Para este perfil sería interesante un anuncio en las plataformas HBO, Netflix, Amazon Prime...

Principales categorías	
1	Muebles Kenay Home
2	Decoración de interiores casika.es • Maisons du Monde • Banak Importa
3	Reparación de muebles y tapicería Mi casa es diferente
4	Tienda de regalos Superbritánico • La Frikilería • Mr. Wonderful
5	Artículos para bebés/niños Infantdeco Tienda On-Line • vertbaudet • Tutete.com
6	Vinos/licores Martini • Ron Brugal España
7	Estudio de cine y televisión Marvel • Paramount Pictures • Warner Bros. Pictures
8	Medio de comunicación/noticias HBO España • Netflix • National Geographic
9	Cadena de televisión FOX
10	Sitio web de educación divulgación dinámica formación

Tabla 4. Facebook Insight

5.1.4. Interés: Educación superior

Esta selección da un resultado de 150.000 a 200.000.⁴ El perfil que podría mostrar interés está más equilibrado hombres y mujeres, siendo el interés superior entre los 25 y los 34 años.

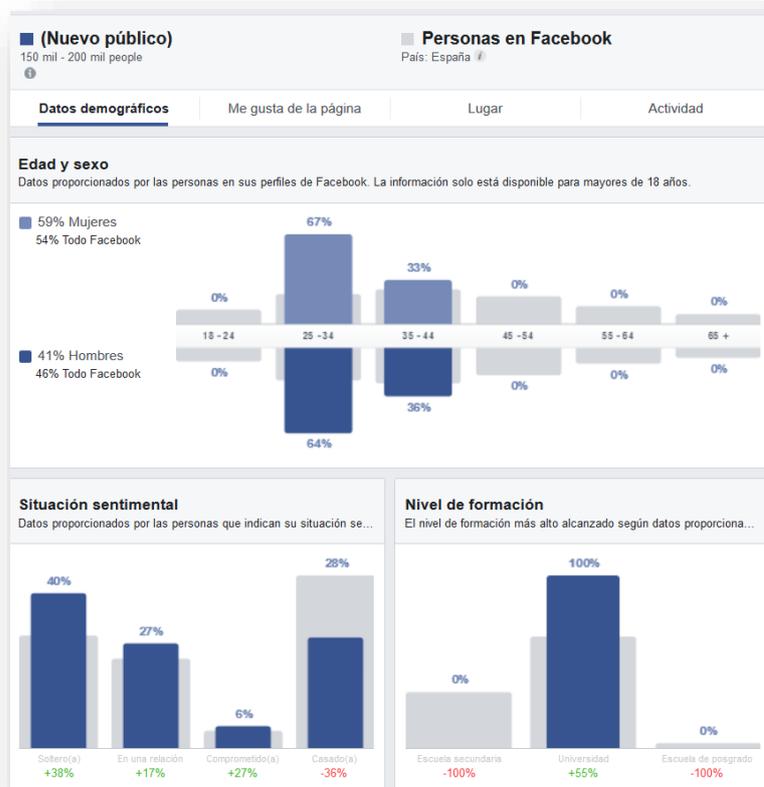


Ilustración 4. Facebook Insight

En referencia a las páginas favoritas, pocas sorpresas: la educación, el trabajo o los idiomas son las principales categorías en las que muestran interés.

Resulta interesante destacar que es un público que muestra interés por la app de Spotify, por lo que puede ser un público a tener en cuenta para los audiolibros:

29	Página de app	Spotify
----	---------------	---------

⁴ Se debe tener en cuenta que esa cifra indica los usuarios de Facebook e Instagram que han indicado que les interesa la educación superior y no el total de lectores que tienen ese interés, por lo que el total de lectores posible será superior.

Principales categorías		
1	Educación	SEAS, Estudios Superiores Abiertos • Cursos Outlet
2	Escuela especializada	ESAH, Estudios Superiores Abiertos de Hostelería
3	Universidad	UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia
4	Sitio web de referencia	Primer Empleo
5	Agencia consultora	Randstad España
6	Sitio web de educación	divulgación dinámica formación • Aprendemas.com • Locos por las Becas
7	Tienda de regalos	Superbritánico • Mr. Wonderful
8	Escuela de idiomas	EF España - Cursos de Idiomas en el Extranjero
9	Blog personal	Hablemos de Empleo • Martita de Graná
10	Aerolínea	LATAM Airlines • Iberia Express

Tabla 5. Facebook Insight

5.1.5. Interés: Publicación digital

Esta selección da un resultado de 200.000 a 250.000.⁵ Se puede ver que es un interés que se mantiene en la franja de edad elegida y se comparte equitativamente entre hombres y mujeres.



⁵ Se debe tener en cuenta que esa cifra indica los usuarios de Facebook e Instagram que han indicado que les interesa las publicaciones digitales y no el total de lectores que tienen ese interés, por lo que el total de lectores posible será superior.



Ilustración 5. Facebook Insight

Por otro lado, los gusta se centran en temas relacionados con el hogar y la belleza.

Principales categorías		
1	Tienda de regalos	Qué Way
2	Reparación de muebles y tapicería	Mi casa es diferente
3	Artículos para bebés/niños	Infantdeco Tienda On-Line • Tutete.com • Nenuco
4	Tienda de productos de belleza	La Roche-Posay
5	Juguetería	juguetos
6	Belleza, cosmética y cuidado personal	M·A·C Cosmetics • Max Factor
7	Figura pública	divinity.es • Vicky Martín Berrocal
8	Tienda de artículos de belleza	L'Oréal Professionnel
9	Sitio web de hogar y jardinería	habtissimo
10	Muebles	Kenay Home

Tabla 6. Facebook Insight

5.1.6. Interés: audiolibro

Esta selección da un resultado bajo, de 15.000 a 20.000.⁶ Por otro lado, el interés es superior a partir de los 35 años.

⁶ Se debe tener en cuenta que esa cifra indica los usuarios de Facebook e Instagram que han indicado que les interesa las publicaciones digitales y no el total de lectores que tienen ese interés, por lo que el total de lectores posible será superior.

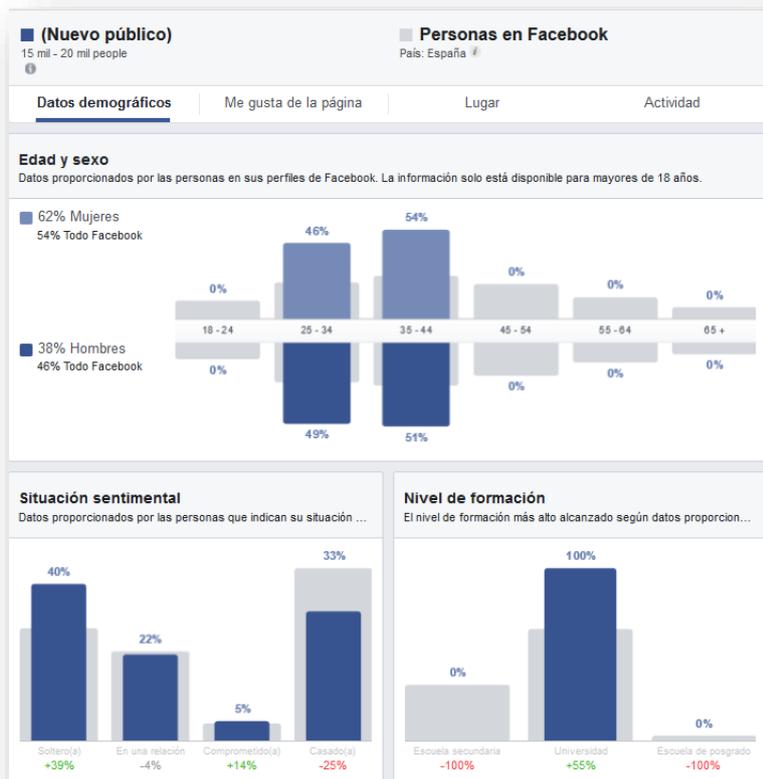


Ilustración 6. Facebook Insight

Por otro lado, los gusta se centran en temas relacionados con el hogar y la belleza.

Principales categorías		
1	Tienda de regalos	Qué Way
2	Reparación de muebles y tapicería	Mi casa es diferente
3	Artículos para bebés/niños	Infantdeco Tienda On-Line • Tutete.com • Nenuco
4	Tienda de productos de belleza	La Roche-Posay
5	Juguetería	juguetos
6	Belleza, cosmética y cuidado personal	M-A-C Cosmetics • Max Factor
7	Figura pública	divinity.es • Vicky Martín Berrocal
8	Tienda de artículos de belleza	L'Oréal Professionnel
9	Sitio web de hogar y jardinería	habitissimo
10	Muebles	Kenay Home

Tabla 7. Facebook Insight

En referencia a los me gusta, se centra en la psicología, la educación, los viajes y los idiomas. Sería interesante traducir los audiolibros a otros idiomas.

Principales categorías		
1	Agencia consultora	Rebeldes Marketing Online
2	Psicólogo	MundoPsicologos.com
3	Libro	Emocionario
4	Educación	Educar es Amar
5	Sitio web de educación	divulgación dinámica formación - Aprendemas.com - Locos por las Becas
6	Comunidad	Ingredientes que Suman ▪ Biológicamente ▪ Cursos & Empleo ▪ Happy Low Cost
7	Escritor	Elsa Punset
8	Viajes y transporte	Airbnb
9	Colegio universitario	Curso en Community Management Fundación UNED
10	Escuela de idiomas	EF España - Cursos de Idiomas en el Extranjero

Tabla 8. Facebook Insight.

5.2. Google Trends.

Para crear una campaña adecuada en las redes sociales se hace un estudio en Google Trends de posibles búsquedas de nuestra colección utilizando varios términos a lo largo de un año para tener una idea más global de las búsquedas que se realizan y su evolución en los últimos cinco años, centrandolo la consulta en España.

5.2.1. Feminismo

Es el público central de esta colección, por lo que es importante conocer si es un tema con una búsqueda en Google Trends.

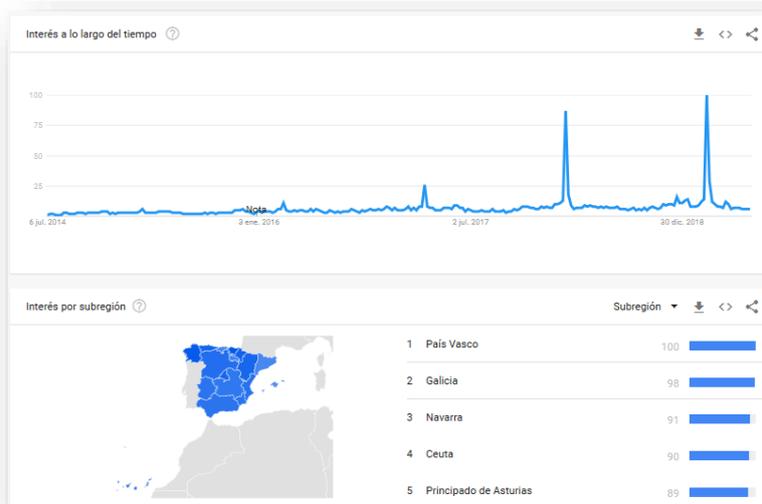
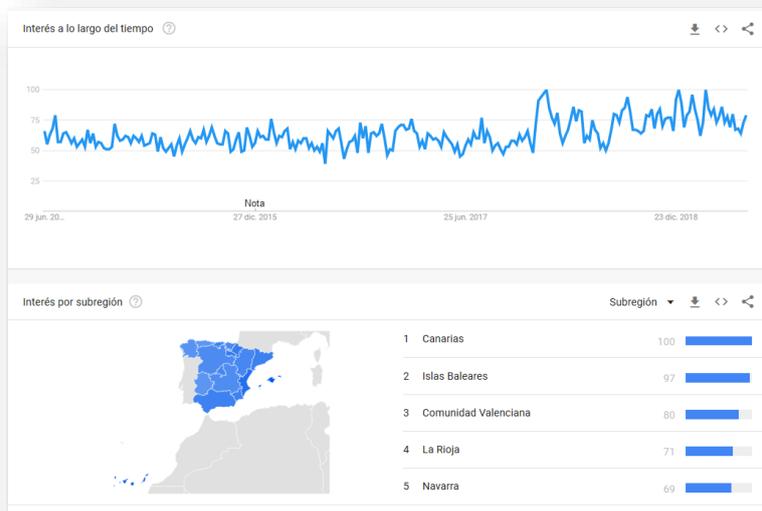


Ilustración 7. Google Trends. España.

Según se ve en el gráfico se trata de una búsqueda continua en el tiempo. Es importante destacar que el interés sobre el feminismo se mantiene alto a lo largo del año, pero sobre todo es de interés los dos picos que se pueden apreciar en la primera semana de marzo de 2017 y 2018. Se deberá tener en cuenta para reforzar la campaña de marketing en esa semana.

5.2.2. Libro digital

Se puede apreciar un aumento del interés a partir de 2018 que se ha mantenido hasta la actualidad.



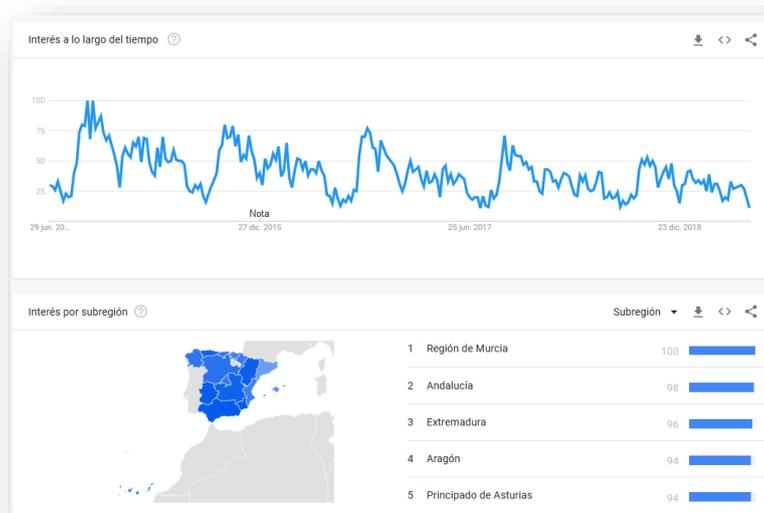


Ilustración 8. Google Trends. España

5.3. Google Trends por autora

Además de estos dos términos más genéricos se ha decidido hacer búsquedas por las autoras para conocer el interés que despiertan. Dicha búsqueda servirá para decidir el orden de publicación de los libros, preferenciando a las autoras más consultadas. Igualmente, se tendrán en cuenta las menos demandadas con la idea de intercalar su salida para no dejarlas a todas para el final de la colección.

Otra idea a tener en cuenta será lanzar los libros por parejas, uniendo una autora más demandada con otra menos.

También se utilizará esta consulta para decidir que autoras necesitan un refuerzo en la promoción y vigilar los picos de interés.

Se ha centralizado la consulta en estos países, los mismos que se utilizarán para decidir el precio de venta de cada libro.

España

Argentina

Chile

Colombia

México

Perú

(VER ANEXO. GOOGLE TRENDS POR AUTORA)

6. El calendario de publicación de cada serie de libros.

Enero 2020	Autoras antes Jesucristo
Junio 2020	Siglos I al IV
Enero 2021	Siglos V al VIII
Junio 2021	Siglos VIII al IX
Enero 2022	Siglos IX al XIII
Junio 2022	Siglos XIII al XVI
Enero 2023	Siglos XVI y XVII
Junio 2023	Siglo XVII y XVIII
Enero 2024	Siglo XVIII
Junio 2024	Siglo XVIII y XIX
Enero 2025	Siglo XIX
Junio 2025	Siglo XIX y XX

Como se puede ver en el cuadro superior, la colección se ha dividido en doce series, cada una estará compuesta por cinco libros independientes, cada uno dedicado a una escritora diferente. La colección completa será de sesenta libros.

Se ha decidido que cada serie de cinco libros salga publicada cada seis meses para no saturar al posible lector, igualmente se le dará la oportunidad de comprar la colección completa de una sola vez si así lo desea por suscripción privada.

Este calendario puede sufrir variaciones según sea la demanda, que se obtendrá con consultas actualizadas a Facebook Insight y Google Trends.

Se seguirá el mismo calendario para las fichas en Wikipedia, intentando que la entre la salida del libro a la venta y la ficha en Wikipedia no exceda de tres días.

7. Precio de la colección

Uno de los aspectos básicos es saber el precio idóneo para una colección de éstas características. Se basará la decisión en el precio medio de venta en libros del mismo sector, de manera que su precio no sea excesivo ni demasiado bajo.

Para tomar esa decisión se utiliza el último informe de Librandia⁷, del que se obtiene información actualizada sobre las ventas en digital.

Según se desprende de dicho informe, entre 2013 y 2018 el precio medio del libro digital ha sido de 6,4€ + 21%. Se debe tener en cuenta para el cálculo de cada libro digital la aprobación del cambio al 4% IVA para los productos digitales en los presupuestos del estado de 2019, según aprobación de la UE. (VER ANEXO. ESTADÍSTICA DEL PRECIO MEDIO DE LOS LIBROS DIGITALES EN ESPAÑA).

Por otro lado se debe tener en cuenta el precio medio en Sudamérica, ya que la colección se venderá en dicha zona. Según la información extraída de Librandia el precio medio de venta de audiolibros fluye entre el 5.7€ (México) y el 7,5€ (Chile) lo que obliga a adaptar el precio en cada uno de los países. (VER ANEXO. ESTADÍSTICA DEL PRECIO MEDIO DE VENTA EN PAÍSES LATINOS)

⁷ https://librandia.com/informe_anual_del_libro_digital_2018/

Otro aspecto a tener en cuenta es la temática de nuestra colección, pero, no existe una temática general para todas las obras, pues algunas son románticas, otras históricas, otras poesías... para unificar criterios se centrará el cálculo del precio en las novelas históricas. Según se desprende del informe de Librandia el precio medio para las novelas históricas en España es entre el 6,6€.

(VER ANEXO. ESTADÍSTICA DEL PRECIO MEDIO POR TEMÁTICA EN ESPAÑA)

Para finalizar, se tendrá en cuenta el precio medio en los países latinos para obras de ficción contemporánea, ya que en el informe no se refleja el precio de las novelas históricas.⁸

(VER ANEXO. ESTADÍSTICA DEL PRECIO MEDIO POR TEMÁTICA EN PAÍSES LATINOS)

México	6,03€
Argentina	6,75€
Colombia	7,70€
Chile	8,30€
Perú	7,46€
Otros países de Latinoamérica	8,11€

Una vez estudiado el precio medio de los libros digitales se determina el precio de venta, considerado reducir el precio un 5% del precio medio.

España	6,1€
México	5,7€
Argentina	6,4€
Colombia	7,3€
Chile	7,8€
Perú	7€
Otros países de Latinoamérica	7,70€

8. Calendario de descuentos

Para fomentar las ventas se eligen unos días en los que se ofrecerá el libro a 1,99€. Dichos días serán los siguientes:

Festividad	Día	Nota
Día de la madre	Primer domingo de mayo (España) Segundo domingo de mayo (Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador y Estados Unidos). 10 de mayo: México, El Salvador y Guatemala. 12 de mayo: Puerto Rico, Venezuela. 15 de mayo: Paraguay 27 de mayo: Bolivia 30 de mayo: Nicaragua	El descuento se realizará únicamente en el país que se celebre.

⁸ Todos los precios son sin IVA

	20 de octubre: Argentina 8 de diciembre: Panamá	
Día internacional de Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia	11 de febrero	
Día Internacional de la mujer	8 de marzo	
Día Mundial de la Poesía	21 marzo	Obras de poetisas
Día Mundial del Libro y de los derechos de autor	23 de abril	
Día Internacional de la Solidaridad con la lucha de la Mujer en Sudáfrica y Namibia	9 de agosto	
Día Internacional de la Niña	11 de octubre	
Día Internacional del Cáncer de Mama	19 de octubre	
Día de las librerías	16 de noviembre	

9. Los profesionales.

Esta colección necesita una serie de profesionales en diversas áreas que, con su trabajo, colaborarán en crear una colección con características única.

9.1. Los historiadores

Las autoras seleccionadas vivieron en distintas épocas históricas lo que obliga a centrar una parte muy importante de los esfuerzos a contratar historiadores profesionales que ayuden al lector a conocer mejor el contexto histórico en el que vivió la autora, como la historia la influyó a nivel personal y profesional. A la vez, se dará la oportunidad al lector de entender mejor a la autora y su entorno social e histórico.

Para realizar este proyecto adecuadamente se deberá a los historiadores según sea su especialización, entendiendo que, un historiador puede estar versado en una época concreta de la historia y no en toda la historia en general.

El historiador deberá recibir las indicaciones detalladas de lo que se espera de él. Estas indicaciones serán:

- Biografía detallada de la autora.
- Explicación detallada de los acontecimientos ocurridos en vida la autora, tanto a nivel local como mundial.
- Calendario en el que se detalle los descubrimientos, avances u otros puntos de interés durante los años de vida de la autora.

Además, debería contar con un buen estilo narrativo de manera que sea fácilmente entendible por los lectores, pero este aspecto será secundario, ya que su texto será revisado a nivel ortográfico y de estilo.

Para buscar a los historiadores se contactará con profesionales en asociaciones, museos o Universidades que tengan alguna experiencia escribiendo prólogos en obras literarias, sean de ficción o de no ficción.

Los pasos a seguir serán siguiendo los siguientes pasos:

(VER ANEXO. FLUJO DE TRABAJO. HISTORIADORES)

9.2. Los traductores

Las obras seleccionadas están escritas en diferentes lenguas: cuneiforme, latín, griego, pali, chino, tamil, francesa, ruso, árabe, italiana, inglesa o española por lo que es necesario contar con diferentes traductores ya que un único traductor es poco probable que tenga experiencia en traducir en todas las lenguas.

Se contratará al menos un traductor por cada lengua. En el caso del inglés, francés e italiano será más sencillo encontrar al profesional más adecuado teniendo en cuenta la calidad de la traducción y su coste.

En el caso de las lenguas minoritarias, la búsqueda del profesional será más complicada y obligará a ser más flexible a la hora de determinar el coste de la traducción ya que el menor número de traductores da pie a un precio mayor.

Para buscar a los traductores se contactará con traductores profesionales, tanto freelance como los que trabajen para terceros, siguiendo los siguientes pasos: (VER ANEXO. FLUJO DE TRABAJO. TRADUCTORES).

9.3. Los ilustradores

Cada obra estará acompañada por varias ilustraciones que servirán como complemento, creando así una obra dual.

Las ilustraciones tendrán la función de ayudar al lector a introducirse tanto en la trama como en la época en la que vivió la escritora.

Para mantener un mismo estilo, se contratará a un único ilustrador, quien deberá dibujar todas las ilustraciones que se consideren necesarias manteniendo una misma línea a lo largo de toda la colección.

Se buscará al ilustrador en agencias y asociaciones de profesionales.

(VER ANEXO. FLUJO DE TRABAJO. ILUSTRADOR/A)

10. Creación de aplicaciones complementarias.

Paralelamente a los libros digitales se creará una colección de audiolibros. Cada audiolibro estará dividido en cuatro secciones:

- Pequeña lección de historia para situar al oyente. Su duración no superará el 10% del total del audiolibro.
- Biografía de la escritora. Su duración no superará el 10% del total del audiolibro.
- La obra u obras a escuchar. Su duración será del 80% del total del audiolibro.
- La obra irá acompañada de una música de fondo y efectos de sonido.

Para la venta de estos audiolibros se estudia las plataformas más utilizadas, estudiando la más adecuada para nuestra colección y el precio de venta más adecuado a la vez que el plan a

seguir. Es interesante destacar que según un estudio realizado por Dosdoce entre las editoriales de España y Latinoamérica, las ventas en España se acercan a los 5 millones de euros, dando a entender que es un negocio al alza. Por otro lado, el precio medio de venta en España es de 7,2 y en América Latina de 6,92€. Además, se explica que

- El precio de venta: se decide un precio medio de venta en España de 7€ y de 6.8€ en Latinoamérica.
- Oferta por suscripción: no es el modo preferido de compra, pero en el 2017 se alcanzó el 6% de las ventas, subiendo un 1% desde 2016. La más conocida en España es Storytel.
- Se ofrecerá un capítulo gratis del libro o un 10%, según sea su extensión.

11. Los locutores y los efectos de sonido

Se contactará con una empresa experta en la creación de audiolibros. Dicha empresa deberá realizar un casting para encontrar al locutor (que se encargará de leer el prólogo) y a la locutora (que leerá la obra más adecuada para la colección).

Dicha empresa será la encargada de todo el proceso de producción de cada obra: adaptación del texto, grabación del texto y los efectos de sonido y copias en soporte físico (CD's)

Los pasos a seguir serán siguiendo los siguientes pasos.

(VER ANEXO. FLUJO DE TRABAJO. LOCUTORES)

12. Costes

12.1. Costes de edición

Derechos de autor	Las autoras seleccionadas murieron todas hace más de 50 años por lo que sus obras originales están libres de derechos.	
Prólogo	A cargo del historiador	Según contrato
Traducción	A cargo de varios traductores. Su coste se determina por la dificultad de la lengua y el número de traductores y la extensión de la obra a traducir.	Según contrato
Ilustraciones y diseño de portada	Se contrata un ilustrador	Según contrato
Maquetación	Precio estándar por libro	70€
Corrección ortográfica y de estilo	Según el número de palabras. Dependerá de la extensión de la obra a corregir.	0,015€ por palabra a 2€ por palabra.

12.2. Costes de marketing y publicidad.

Coste de personal	Se seleccionará a un trabajador con conocimientos en redes sociales y en SEO y SEM para que lleve a cabo este trabajo, compatibilizando con el resto de tareas que tenga asignadas.	En caso de deficiencia de conocimientos en algunos de los puntos, se le formará adecuadamente para ser un Community Manager
Campaña de marketing en redes sociales	Instagram y Facebook	Community Manager
Wikipedia	Publicación en la Wikipedia	Community Manager
Publicación de audios	Una 10% de cada audio se subirá a Spotify como promoción de cada obra	Community Manager
Podcast	Se creará un podcast en el que se subirá lecciones de historia que complementarán el prólogo de cada libro.	
Booktrailer	Se contratará una empresa externa para realizar un booktrailer de toda la colección	Según presupuesto
Periodistas	Se contactará con periodistas especializados en literatura clásica a los que se les enviará uno o más libros de la colección para que publiquen su opinión.	Community Manager
Blogs	Se contactará con blogueros, a los que se les invitará a reseñar uno o más libros de la colección.	Community Manager

12.3. Costes página web

Dominio		10 a 15€/ anual
Hosting		400€/anual
Maquetación	Se contratará a una empresa externa	Se contará con un presupuesto de 3.000€
Programación		
Mantenimiento y actualización de la información	Se actualizará con todas las novedades, booktrailers, información de cada obra, de manera que en un solo espacio el lector pueda conocer toda la colección.	

12.4. Costes audiolibro.

Estos son los puntos a tener en cuenta para el audiolibro:

Costes de edición y producción		
Derechos de autor	Las autoras seleccionadas murieron todas hace más de 50 años por lo que sus obras originales están libres de derechos.	
Prólogo	A cargo del locutor	Según contrato
Obra	A cargo de la locutora	Según contrato
Adaptación de la obra	Se contratará a un especialista que se encargará de adaptar el texto original, pero sin que pierda su esencia.	Según contrato
Música y efectos de sonido	Se buscará música libre de derechos	0€
Diseño gráfico	El ilustrador/a se encargará de diseñar una caratula para cada audiolibro	Según contrato
Proceso de revisión	Se revisará todos los aspectos de la creación de cada audilbro	Se realizará una revisión
Gastos de producción profesional	En este apartado se indica el presupuesto para la empresa profesional, que contará con un estudio de grabación.	1.500€
Grabación de CD's	Cada obra, además de su venta en web como audiolibro, será grabada en soporte físico (CD) para su venta.	
Costes de marketing y publicidad		
Redes sociales	Campaña de marketing en redes sociales: Instagram, Facebook e Spotify	Community Manager
Periodistas	Contactar con periodistas especializados en literatura clásica a los que se les enviará uno o más audiolibros de la colección para que publiquen su opinión.	Community Manager
Blogs	En la actualidad no existen blogs especializados en audiolibros.	

13. La distribución

13.1. La elección de países

Como primer paso, se seleccionarán países con la lengua hispana como oficial o como segunda lengua más utilizada.

Lengua oficial	Segunda lengua
----------------	----------------

Argentina	Andorra
Belice	Antigua y Barbuda
Bolivia	Aruba
Chile	Bahamas
Colombia	Barbados
Costa Rica	Bonaire
Cuba	Brasil
Ecuador	Estados Unidos
El Salvador	Granada
España	Guyana
Guatemala	Islas Malvinas
Guinea Ecuatorial	Islas Virgenes
Honduras	Jamaica
México	Paraguay
Nicaragua	Sahara occidental
Panamá	San Vicente y las Granadinas
Paraguay	Sint Maarten
Perú	Trinidad y Tobago
Puerto Rico	
República Dominicana	
Uruguay	
Venezuela	

Tras establecer los países con la lengua hispana como lengua vehicular propia se determinará en cuales de estos países es factible obtener lectores para la colección siguiendo los siguientes criterios:

- Acceso a Internet
- Facilidad de acceso a la cultura
- Nivel económico medio de la población.

13.2. El distribuidor

Para llegar al mayor número de lectores se utilizará un distribuidor que nos ayude a llegar al mayor número de lectores posibles. Como distribuidor se ha elegido Bookwire, Gracias a su uso se facilitará el trabajo de la editorial y de esta manera será posible llegar a más lectores.

13.3. Bookwire

13.3.1. Producción

- Internamente se transformará el archivo digital a los formatos comerciales:
Epub, Mobi...
- Estos archivos se facilitarán a Bookwire.

13.3.2. Distribución

- Bookwire se encargará de la distribución en todas las tiendas. Amazon Kindle, Apple Ibooks Store, Tolino, Google Play...
- También se distribuirá en bibliotecas.

Al tratarse de una obra que fomenta el conocimiento y el descubrimiento de nuevas autoras la posibilidad de llegar al lector a través de las bibliotecas es de mucho interés,

ya que es un espacio donde se puede contactar con lectores interesadas en este tipo de obras de ficción, pero que también contienen una parte de no ficción concentrada en la biografía y contexto histórico.

13.3.3. Marketing

- a) Campaña de marketing en los puntos de venta: un ejemplo es la posibilidad de incluir los títulos en las ofertas de Kindle Store.
- b) Consultorio para la estrategia digital, de manera que se seleccione el mejor día para ofrecer descuentos o la mejor elección de metadatos.
- c) Enlaces de descarga única y gratuita. Dicho enlace será utilizado para ofrecer el libro a bloggers, críticos y periodistas.

13.3.4. Información

- a) Informes unificados: de esta manera resulta más sencillo evaluar el progreso de las ventas, así como que obras tienen un mayor nivel de ventas y conocer las que tienen un menor rendimiento para poder solucionarlo invirtiendo en su promoción.
- b) Análisis y estadísticas: datos actualizados a diario y datos mensuales. Interesante que se cuenta con la opción de comprobar las ventas por tiendas o países, de esta manera se puede concentrar la promoción mediante ofertas en países en los que la demanda baja.
- c) Una única liquidación.

14. Financiación

Para obtener la financiación para poner en marcha este proyecto se decide utilizar dos vías de financiación: el crowdfunding y la financiación pública.

14.1. El crowdfunding

Se decide utilizar la opción del crowdfunding para poner en marcha este proyecto hasta obtener beneficios con las primeras ventas, de manera que las ventas de los primeros libros sirvan para la publicación de los siguientes ejemplares hasta completar toda la colección.

Para ello se realiza un estudio de las plataformas más utilizadas en España, especialmente con las más utilizadas con libros, destacando Verkami entre todas. Es la plataforma con el mayor número de proyectos en marcha.

Otras dos plataformas a tener en cuenta son Libros.com y Pentian, pero son editoriales que ofrecen publicar el libro en co-edición.

Se crea un documento con la información necesaria para rellenar los distintos apartados de la plataforma de crowdfunding adecuadamente.

- Presentación:
 - Presentación de la editorial: se hará un pequeño resumen de la editorial explicando cómo fue creada, quienes son sus miembros y cuál es su línea editorial.
 - Presentación de la colección: en este punto se hará un pequeño resumen de la colección explicando cómo surgió la idea, de cuántos libros se compone, que se espera conseguir con ella.
 - Cronología del proyecto: se detallará el calendario de publicación del proyecto.

- Presupuesto: se explicará con detalle la cantidad que se necesita para poner en marcha el proyecto.
- La razón por la que se tiene que invertir en este proyecto: en este punto se deberá encontrar la manera de vender el producto al posible inversor explicando que es un proyecto único en el mercado.
- Material para la presentación:
 - Creación de una imagen impactante que demuestre al posible inversor la importancia de este proyecto.
 - Creación de un video explicando la razón para invertir.
- Preparación de las recompensas.
 - Definición de las recompensas: en este tipo de inversiones se da una recompensa, de menor a mayor valor según sea la inversión. Se deberá crear una serie de recompensas, desde una cifra mínima de 5 euros a una máxima de 5.000 euros.
 - Inversión de 5 euros:
 - Correo electrónico agradeciendo la inversión.
 - 1 libros de la colección, de libre elección.
 - Inversión de 25 euros:
 - Correo electrónico agradeciendo la inversión.
 - 5 libros de la colección, de libre elección.
 - Inversión de 75 euros:
 - Correo electrónico agradeciendo la inversión.
 - 10 libros de la colección, de libre elección.
 - Dos entradas gratuitas en el museo egipcio de Barcelona.
 - El nombre aparecerá en cada uno de los libros como agradecimiento.
 - Inversión de 200 euros:
 - Correo electrónico agradeciendo la inversión.
 - 10 libros de la colección, de libre elección.
 - 10 libretas con las portadas de los libros seleccionados.
 - Audiolibros de los 10 libros seleccionados.
 - El nombre aparecerá en cada uno de los libros como agradecimiento.
 - Inversión de 500 euros:
 - Correo electrónico agradeciendo la inversión.
 - 15 libros de la colección, de libre elección.
 - 15 libretas con las portadas de los libros seleccionados.
 - Audiolibros de los 15 libros seleccionados.
 - Foto-montaje con las ilustraciones de las autoras de la colección en un tamaño de 30x45 cm.

- Dos entradas para el museo egipcio de Barcelona.
- Dos entradas para el museo del Prado de Madrid.
- El nombre aparecerá en cada uno de los libros como agradecimiento.
- Inversión de 1.000 euros:
 - Correo electrónico agradeciendo la inversión.
 - 15 libros de la colección, de libre elección.
 - 15 libretas con las portadas de los libros seleccionados.
 - Audiolibros de los 15 libros seleccionados.
 - Foto-montaje con las ilustraciones de las autoras de la colección en un tamaño de 30x45 cm.
 - Tres entradas para el museo egipcio de Barcelona.
 - Tres entradas para el museo del Prado de Madrid.
 - El nombre aparecerá en cada uno de los libros como agradecimiento.
- Inversión de 5.000 euros:
 - Correo electrónico agradeciendo la inversión.
 - Acceso gratuito a la colección completa.
 - 15 libretas con las portadas de los libros.
 - Audiolibros completos.
 - Foto-montaje con las ilustraciones de las autoras de la colección en un tamaño de 30x45 cm.
 - Cuatro entradas para el museo egipcio de Barcelona.
 - Cuatro entradas para el museo del Prado de Madrid.
 - Invitación a cenar para dos, restaurante a determinar.
 - El nombre aparecerá en cada uno de los libros como agradecimiento.
- Definir las fechas de entrega de las recompensas: el tiempo máximo para mandar las recompensas será de un mes.
- Envío: calcular los gastos de envío de cada recompensa.
- Definición de la financiación.
 - Elaborar una lista completa con todos los gastos posibles para conocer cuál es la inversión real que se necesita.
 - Calcular cuanta gente puede invertir en el proyecto, empezando por el círculo cercano.
 - Prever un margen de seguridad ya que la plataforma se lleva un 5% de los fondos recaudados.
 - Determinar el tiempo de financiamiento en 30 días, los proyectos con un tiempo corto tienen más alta probabilidad de conseguir el dinero.

14.2. La financiación pública

Se prepara la documentación necesaria para optar a la ayuda del departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña.

- a) Esta ayuda obliga a cumplir unos requisitos:
 - a. Tener solvencia económica técnica
 - b. Tener una antigüedad mínima en su actividad de dos años. Si es menor, tener experiencia.
 - c. Participar a riesgo en el proyecto.
 - d. Producir 5 libros en lengua catalana o de autores catalanes en un año.
- b) Requisitos de los proyectos de explotación:
 - a. El lanzamiento comercial se deberá hacer en el periodo comprendido entre el año anterior a la concesión de la ayuda y febrero del años posterior a la concesión.
 - b. Tener un plan de distribución y comercialización que prevea un importe efectivo de ingresos.
 - c. Conocer la fecha del lanzamiento.
 - d. Destinar un 12% de ejemplares de cada título para fines promocionales.

Para optar a esta ayuda es necesario rellenar unos documentos

VER ANEXO. MEMORIA DE LA ACTIVIDAD

VER ANEXO. PRESUPUESTO DE LA ACTIVIDAD

VER ANEXO. PRESUPUESTO DE EXPLOTACIÓN

VER ANEXO. RELACIÓN DE LIBROS DEL PLAN EDITORIAL

VER ANEXO. PLAN DE TESORERÍA

15. Marketing

15.1. Redes sociales

Es necesario crear una campaña adecuada para llegar al público adecuado a esta colección. Para ello se centrarán los esfuerzos en las siguientes redes sociales, por orden de prioridad.

15.1.1. Instagram

Instagram es la red social que más ha crecido en España por lo que se decide que sea la red social principal de nuestra campaña.

Se crea una campaña con los siguientes parámetros:

- Creación de cuatro publicaciones semanales, dos relacionadas directamente con la colección y dos sobre temas sociales, femeninos e históricos de interés para nuestros lectores.
- Se combinarán publicaciones de imagen y texto con publicaciones de video.

15.1.2. Facebook

Facebook es la red social con más crecimiento en España por lo que se decide que sea una segunda red social en nuestra campaña.

Se crea una campaña con los siguientes parámetros:

- Creación de cuatro publicaciones semanales, dos relacionadas directamente con la colección y dos sobre temas sociales, femeninos e históricos de interés para nuestros lectores.

15.1.3. YouTube

YouTube es la segunda red social con más crecimiento en España. Para esta red social se creará una campaña especial.

- Se creará un booktrailer por cada libro que se distribuirá a través de esta red social.
- Se crearán cortos videos sobre momentos históricos relacionados con los libros de nuestra colección.

16. Conclusiones

Este proyecto tiene varios puntos a destacar que puede hacer de él un éxito o un fracaso. Por un lado, se trata de una colección muy especializada dirigida especialmente a mujeres interesadas en la historia de la mujer y aficionada a la lectura digital y/o audiolibros. Al estar dirigido a un público tan concreto se corre el peligro de que otros perfiles no les interese esta colección. Para evitarlo, o al menos, disminuir el impacto negativo se deberá realizar una fuerte inversión previa tanto en la edición del libro como en la campaña de marketing, que deberá ser reforzada especialmente en aquellas autoras menos “vendibles”.

Para el tema económico se buscará una doble financiación: un crowdfunding y la financiación pública para obtener el dinero suficiente para editar los primeros libros de la colección y con las ganancias editar el resto.

Para todo este proceso es necesario decidir adecuadamente las autoras que primero saldrán a las ventas, ya que de una buena elección puede depender las ventas y el futuro de la colección. En este caso se obtendrá los datos de las plataformas de las redes sociales Facebook y Google, gracias a ellas podremos decidir nuestro plan de marketing así como la campaña en redes sociales más adecuada para cada una de las autoras.

En resumen, se trata de una colección que requiere un gran trabajo previo y una revisión constante, pero que puede ser muy atractiva para un sector importante de la sociedad si se sabe promocionar adecuadamente.

Referencias y páginas consultadas

- Albarrán, Alberto. *Asociaciones y agencias de ilustración*. 2019. <http://www.albertobarran.com/enlaces/asociaciones-y-agencias-ilustracion> (último acceso: 2019).
- Audio red*. s.f. <http://www.locucion.es/contratar-locutores-online/> (último acceso: 2019).
- Bookwire*. s.f. <https://www.bookwire.de/es> (último acceso: 06 de 2019).
- Calderón, Diego. *El periódico. ¿Cuándo es el día de la madre 2019? Fecha en todos los países*. 29 de 04 de 2019. <https://www.elperiodico.com/es/extra/20190429/cuando-dia-de-la-madre-2019-7375154> (último acceso: 2019).
- Calendario de días internacionales*. s.f. <https://www.diainternacionalde.com/>.
- D*. s.f. <https://escuela.marketingandweb.es/como-hacer-un-analisis-dafo/>.
- «Departamento de Cultura. Gencat. Ayudas.» s.f. <http://web.gencat.cat/es/tramits/tramits-temes/Ajuts-a-plans-editorials-00002>.
- Distribución geográfica del idioma español*. *Wikipedia*. 2016. https://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_geogr%C3%A1fica_del_idioma_espa%C3%B1ol (último acceso: 2019).
- Documentación Histórica*. s.f. <http://www.documentacionhistorica.es/index.html> (último acceso: 2019).
- Dosdoce*. 2019. <https://www.dosdoce.com/2019/03/20/los-consumidores-de-audiolibros-despuntan-como-lectores/> (último acceso: 2019).
- «Dosdoce.» 2018. <http://www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2018/03/Informe-Bookwire-sobre-la-evolucion-de-ebooks-y-audiolibros-2018.pdf>.
- Escuela Marketing and Web*. 01 de 03 de 2018. <https://escuela.marketingandweb.es/como-hacer-un-analisis-dafo/> (último acceso: 2019).
- Facebook*. s.f. <https://www.facebook.com/>.
- Facebook Audicence Insights*. s.f. <https://www.facebook.com/business/insights/tools/audience-insights> (último acceso: 2019).
- Ferrer, Sandra. *Mujeres en la historia*. 2010-2019. <https://www.mujeresenlahistoria.com> (último acceso: 2019).
- Google Trends*. s.f. <https://trends.google.es/trends/?geo=ES> (último acceso: 2019).
- Instagram*. s.f. <https://www.instagram.com/>.
- «Libranda. Informe Anual.» s.f. https://libranda.com/informe_anual_del_libro_digital_2018/.
- Libros.com*. s.f. <https://libros.com/> (último acceso: 2019).
- Marquina, Julian. *Julian Marquina*. 06 de 06 de 2016. <https://www.julianmarquina.es/17-sitios-para-escuchar-descargar-yo-comprar-audiolibros/> (último acceso: 2019).
- Pencil Ilustradores*. s.f. <http://www.pencil-ilustradores.com/>.
- Pentian*. s.f. <https://pentian.com/> (último acceso: 2019).

Redondo, María Luisa. *Primeras escritoras*. marzo de 2006.

<http://es.slideshare.net/atenearte/primeras-escritoras-12291103> (último acceso: 2019).

Storytel. s.f. <https://www.storytel.com/es/es/> (último acceso: 2019).

Verkami. s.f. <https://www.verkami.com/> (último acceso: 06 de 2019).

You Tube. s.f. <https://www.youtube.com/?gl=ES&hl=es>.

Anexo

A. La selección de las escritoras. Las obras seleccionadas

Serie I: Antes de Jesucristo.

- Enheduanna (2285-2250 a.C.). Autora acadia:
 - Mini biografía: Se cree que fue la primera escritora de la humanidad.
 - Obra seleccionada: *Nin-me-sara*, "La exaltación de Inanna", obra de 153 versos.
- Safo (Siglos VII-VI a.C.). Autora griega.
 - Mini biografía: Poetisa famosa en la Grecia clásica.
 - Obra seleccionada: Selección de odas.
- Theri (500 a.C.). Autoras budistas:
 - Mini biografía: considerada la primera antología universal de literatura femenina.
 - Obra seleccionada: Therigata (escritos por diferentes Theri)
- Ánite de Tegea (Siglo III a.C.). Autora griega.
 - Mini biografía: Escritora de epigramas, epitafios, celebraciones de guerras y poesía bucólica que inspiraría en futuro género pastoril.
 - Obra seleccionada: Selección de poemas.
- Hortensia (Siglo I a.C.). Autora romana.
 - Mini biografía: Primera oradora romana.
 - Obra seleccionada: Discurso pronunciado en el año 42 a.C. contra la tributación de las mujeres.

Serie 2: Siglo I al siglo IV

- Sulpicia Elegida (Siglo I.). Autora romana.
 - Mini biografía: La única autora latina de literatura romana cuyos textos se han conservado hasta nuestros días.
 - Obra seleccionada: Selección de poemas
- Ban Zhao (45-116). Autora china.
 - Mini biografía: La primera historiadora de China.
 - Obra seleccionada: Lecciones femeninas
- Avvaiyar (300 d.C). Autora india.
 - Mini biografía: Primera poeta famosa en lengua tamil, dicho nombre lo llevan tres poetisas en diferentes épocas y significa mujer respetable.
 - Obra seleccionada: Kurontokai, 15 monólogos.
- Faltonia Betitia Proba (322 - 370 d.C). Autora romana
 - Mini biografía: Escribió una epopeya sobre hechos del Antiguo y del Nuevo Testamento realizada con versos, pasajes y textos de Virgilio apenas retocados muy popular en la alta Edad Media.

- Obra seleccionada: Carmen Sacrum.
- Egeria (finales del siglo IV d.C) Autora romana.
 - Mini biografía: Primera mujer viajera y peregrina de la historia.
 - Obra seleccionada: Itinerario de Egeria

Serie 3: Siglo V al siglo VIII

- Eudocia (400 - 460 d.c). Autora bizantina
 - Mini biografía: emperatriz bizantina que favoreció la cultura, rodeándose de gramáticos y filósofos. Dedicó los últimos años de vida a la literatura.
 - Obra seleccionada: El martirio de San Cipriano de Antioquía.
- Radeconda (518 - 589 d.C). Autora franca.
 - Mini biografía: princesa franca, fundadora de la abadía de Sainte-Croix de Poitiers y canonizada en el siglo IX d. C.
 - Obra seleccionada: De excidio Thoringiae.
- Al-Khansa (575 - 645 d.C). Autora siriana.
 - Mini biografía: es la autora más conocida de poesía árabe.
 - Obra seleccionada: Diwan (poesía).
- Laila AlAkhyaliyya (¿ - 704 d.C). Autora árabe omeya.
 - Mini biografía: famosa poeta árabe omeya, de las pocas poetas árabes que se atrevieron a hablar de su amor en público.
 - Obra seleccionada: Diwan (poesía).
- Otomo No Sakanoue (principios del siglo VIII). Autora japonesa.
 - Mini biografía: La primera mujer poeta de Man'yōshū.
 - Obra seleccionada: Poemas.

Serie 4: Siglo VIII al siglo IX

- Xue Tao (768 - 831 d.c). Autora china.
 - Mini biografía: considerada una de las dos poetisas más delicadas de la Dinastía Tang.
 - Obra seleccionada: Poemas.
- Dhuoda de Septimania (806 - 843 d.C). Autora francesa.
 - Mini biografía: escribió el primer tratado pedagógico de la Edad Media.
 - Obra seleccionada: Liber manualis.
- Yu Xuanji (844 - 868 d.C). Autora china-
 - Mini biografía: considerada la primera poetisa china en romper la voz pasiva convencional de las mujeres en poesía y lírica.
 - Obra seleccionada: Poemas.
- Andal (siglo IX). autora india.
 - Mini biografía: es la única mujer Alvar entre los 12 santos Alvar del sur de la India.
 - Obra seleccionada: Tiruppavai.

- Ono no Komachi (siglo IX). Autora japonesa.
 - Mini biografía: una de los seis mejores poetas de Waka (conocidos como Rokkasen) de principios del período Heian.
 - Obra seleccionada: Poemas.

Serie 5: Siglo IX al siglo XIII

- Ise No myyasudokoro (875 - 938 d.C). Autora japonesa.
 - Mini biografía: poeta japonesa en la tradición waka de la corte imperial.
 - Obra seleccionada: Ise shu.
- Murasaki Shikibu (978 - 1014 d.C.) Autora japonesa.
 - Mini biografía: autora de una de las primeras novelas psicológicas.
 - Obra seleccionada: El relato de Genji.
- Ana Comneno (1083 - 1153 d.C). Autora bizantina.
 - Mini biografía: una de las primeras mujeres historiadoras occidentales.
 - Obra seleccionada: La Alexiada.
- Beatriz de día (1140 - 1175 d.C). Autora francesa.
 - Mini biografía: trovadora.
 - Obra seleccionada: A chantar m'er de so qu'eu no volria.
- Gormonda de Montpellier (siglo XIII). Autora francesa.
 - Mini biografía: trovadora política.
 - Obra seleccionada: Poemas.

Serie 6: Siglo XIII al siglo XVI

- Christine de Pizan (1364 - 1430 d.C). Autora italiana.
 - Mini biografía: la primera escritora que se ganó la vida con la literatura.
 - Obra seleccionada: La ciudad de las damas.
- Florencia del Pinar (siglo XV) Autora castellana.
 - Mini biografía: experta en el uso del lenguaje figurado, sus versos se consideran a veces ambiguos y con dobles sentidos.
 - Obra seleccionada: Poemas.
- Isotta Nogarola (1418 - 1466 d.C). Autora italiana.
 - Mini biografía: inteligente mujer que siguió la corriente humanista, rechazada por la sociedad por su sabiduría.
 - Obra seleccionada: De pauri aut impari Evae atque Adae peccato.
- Teresa de Cartagena (1425 - ¿). Autora española.
 - Mini biografía: Admiración de las Obras de Dios se convirtió en el primer texto escrito por una mujer en la Península Ibérica en favor de los derechos de las mujeres.
 - Obra seleccionada: Admiración de las Obras de Dios.

- Isabel de Villena (1430 - 1490). Autora valenciana.
 - Mini biografía: considerada una de las primeras escritoras en lengua valenciana.
 - Obra seleccionada: La vida de Cristo.

Serie 7: Siglo XVI al siglo XVII

- Vitoria Colonna (1490 - 1547 d.C). Autora italiana.
 - Mini biografía: aristócrata, culta, refinada, escribió poesía dedicada a su marido y prosa reflexiva sobre temas religiosos y espirituales.
 - Obra seleccionada: Poemas.
- Tullia d'Aragona (1510 - 1557) Autora italiana.
 - Mini biografía: filósofa y poeta.
 - Obra seleccionada: Dialogo della Infinità di Amore
- Oliva Sabuco de Nantes Barrera (1562 - 1622). Autora española.
 - Mini biografía: En su magna obra "Nueva filosofía de la naturaleza del hombre", aborda temas tan modernos como la medicina psicosomática, mientras no duda en cuestionar a los grandes hombres del pasado como Aristóteles o Galeno. Como pensadora fue también una adelantada a su tiempo al abordar cuestiones tan modernas como la libertad del individuo, la dignidad humana o el pacifismo.
 - Obra seleccionada: Nueva filosofía de la naturaleza del hombre.
- Marie Lejars de Gournay (1565 - 1645). Autora francesa.
 - Mini biografía: considerada una de las primeras feministas de la historia.
 - Obra seleccionada: Sobre la igualdad de hombres y mujeres.
- Lucrecia Marinelli (1571 - 1653). Autora italiana
 - Mini biografía: En muchas de ellas, la defensa de las mujeres fue el hilo argumental principal.
 - Obra seleccionada: De la nobleza y excelencia de las mueres.

Serie 8: Siglo XVII al siglo XVIII

- María de Zayas (1590 - 1661). Autora española.
 - Mini biografía: escritora feminista adelantada a su tiempo. Sus novelas cortas tuvieron gran éxito y se siguieron reimprimiendo hasta que en el siglo XVIII la Inquisición decidió prohibirlas.
 - Obra seleccionada: Novelas y saraos.
- Aphra Behn (1640 - 1689) Autora inglesa.
 - Mini biografía: considerada la primera escritora profesional en lengua inglesa.
 - Obra seleccionada: Oroonoko o El esclavo real.
- Madame d'Aulnoy (1651 - 1705). Autora francesa.
 - Mini biografía: escritora de cuentos.
 - Obra seleccionada: Cuentos de hadas.

- Mary Astell (1666 - 1731). Autora inglesa.
 - Mini biografía: escritora feminista ferviente defensora de la educación de las mujeres como principal vía de emancipación.
 - Obra seleccionada: A serious proposal to the Ladies.
- Mary Collier (1688 - 1762). Autora inglesa.
 - Mini biografía: la primera mujer de la clase trabajadora que vio publicados sus poemas.
 - Obra seleccionada: Poems on Several Occasions.

Serie 9: Siglo XVIII

- Louise Dupin (1706 - 1799). Autora francesa.
 - Mini biografía: escribió un texto en defensa de los derechos de las mujeres titulado “Sobre la igualdad de hombres y mujeres”. Nunca fue publicado.
 - Obra seleccionada: Sobre la igualdad de hombres y mujeres.
- Ann Radcliffe (1764 - 1823). Autora inglesa.
 - Mini biografía: considerada como una de las fundadoras del género gótico de terror, influyó en escritores como Sir Walter Scott o Edgar Alan Poe.
 - Obra seleccionada: The Romance of the Forest.
- Olympe de Gouges (1748 - 1793). Autora francesa.
 - Mini biografía: unas de las primeras activistas a favor de los derechos de la mujer y en contra de la esclavitud de los negros.
 - Obra seleccionada: La esclavitud de los negros.
- Josefa Amar y Borbón (1749 - 1833). Autora española.
 - Mini biografía: defensora de la educación de la mujer.
 - Obra seleccionada: Discurso sobre educación física y moral de las mujeres.
- Frances Burney (1752 - 1840). Autora inglesa.
 - Mini biografía: una de las primeras novelistas que consiguió una independencia económica gracias a sus novelas y comedias. Cultivó el género satírico.
 - Obra seleccionada: Evelina.

Serie 10: Siglo XVIII - XIX

- Madame de Staël (1766 - 1817). Autora francesa.
 - Mini biografía: autora de varias novelas que la convirtieron en todo un referente del romanticismo y ensayos políticos. Los enfrentamientos con Napoleón la llevó a ser expulsada de Francia.
 - Obra seleccionada: Delphine.
- Sarah Hale (1788 - 1879). Autora norteamericana.
 - Mini biografía: escribió “*Tale of New England*”, la primera novela americana escrita por una mujer.
 - Obra seleccionada: A Tale of New England.

- Condesa de Ségur (1799 - 1874). Autora rusa.
 - Mini biografía: escritora tardía de cuentos con altas dosis de realismo y mensajes moralistas.
 - Obra seleccionada: Selección de cuentos.
- Fredrika Bremer (1801 - 1865). Autora sueca.
 - Mini biografía: simboliza el inicio del feminismo y el sufragismo en Suecia.
 - Obra seleccionada: Hertha.
- Flora Tristan (1803 - 1844). Autora española.
 - Mini biografía: dedicó buena parte de su vida a la lucha en favor de los derechos de las mujeres.
 - Obra seleccionada: La emancipación de las mujeres.

Serie 11: Siglo XIX

- Gertrudis Gómez de Avellaneda (1814 - 1873). Autora española.
 - Mini biografía: considerada una de las principales escritoras del romanticismo y defensora de los derechos de la mujer.
 - Obra seleccionada: Adiós a la lira.
- Tahirih Qurratu'l-ayn (1817 - 1852). Autora iraní.
 - Mini biografía: defendió públicamente la emancipación de las mujeres con un gesto público en el que se despredió del velo delante de su comunidad en el Irán del siglo XIX. Fue condenada a muerte acusada de matar a su suegro.
 - Obra seleccionada: Poemas.
- Elizabeth Fries Lummies Ellet (1818 - 1877). Autora norteamericana.
 - Mini biografía: la primera historiadora norteamericana en rescatar del olvido el papel de las mujeres durante la Guerra de la Independencia de los Estados Unidos.
 - Obra seleccionada: Teresa Contarini.
- Julia Ward Howe (1819 - 1919). Autora norteamericana.
 - Mini biografía: pasó a la historia por sus reivindicaciones sociales.
 - Obra seleccionada: Flores de pasión.
- Marietta Holley (1836 - 1926). Autora norteamericana.
 - Mini biografía: reivindicó los derechos de las mujeres y criticó su sumisión al hombre.
 - Obra seleccionada: My opinions and Betsey Bobber's.

Serie 12: Siglo XIX - XX

- Rosario de Acuña (1850 - 1923). Autora española.
 - Mini biografía: mujer librepensadora, feminista, crítica con la iglesia y masónica.
 - Obra seleccionada: El padre Juan.

- Lou Andreas -Salomé (1861 - 1937). Autora rusa.
 - Mini biografía: escritora y psicoanalista.
 - Obra seleccionada: Lebensrückblick.
- Nellie Bly (1864 - 1922). Autora norteamericana.
 - Mini biografía: reportera pionera en la historia del periodismo norteamericano.
 - Obra seleccionada: La vuelta al mundo en 72 días. Y otros escritos.
- Carmen de Burgos (1867 - 1932). Autora española.
 - Mini biografía: la primera mujer española en ejercer como corresponsal de guerra en Marruecos y a trabajar en otros periódicos no sólo nacionales sino también internacionales.
 - Obra seleccionada: El último contrabandista.
- Elinore Pruitt (1876 - 1926). Autora norteamericana.
 - Mini biografía: una de las pioneras más famosas de la historia de los Estados Unidos.
 - Obra seleccionada: Cartas de una pionera.

B. Google Trends por autora

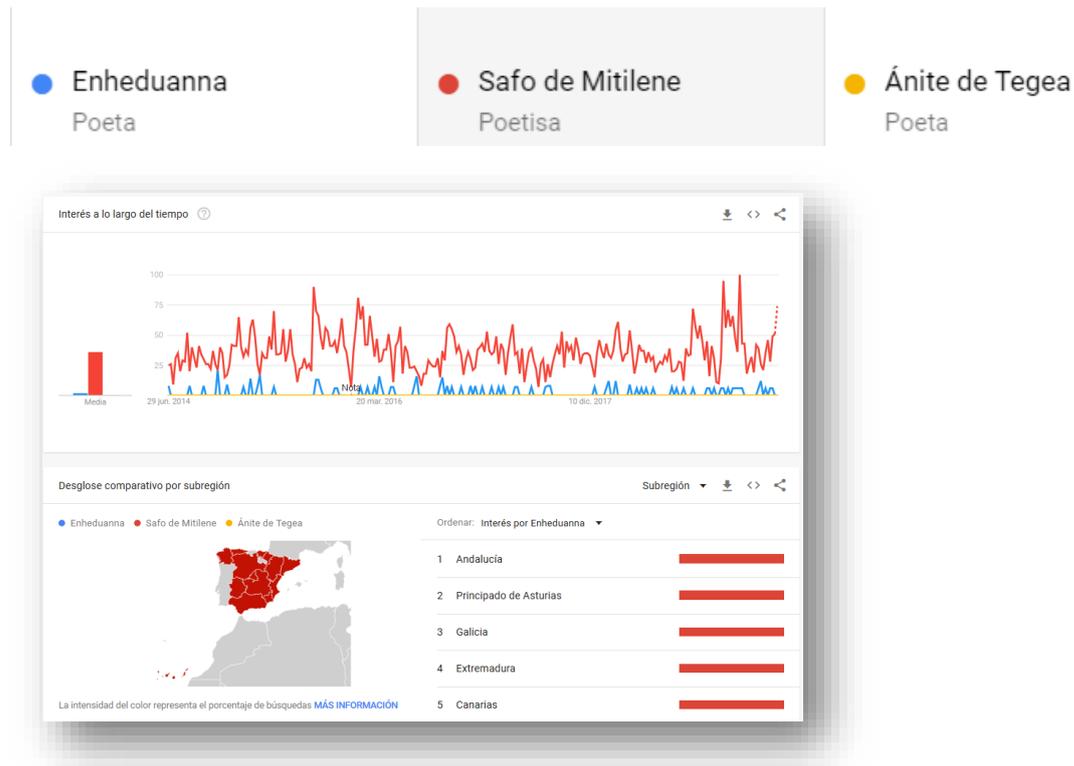


Ilustración 9. Google Trends. España.

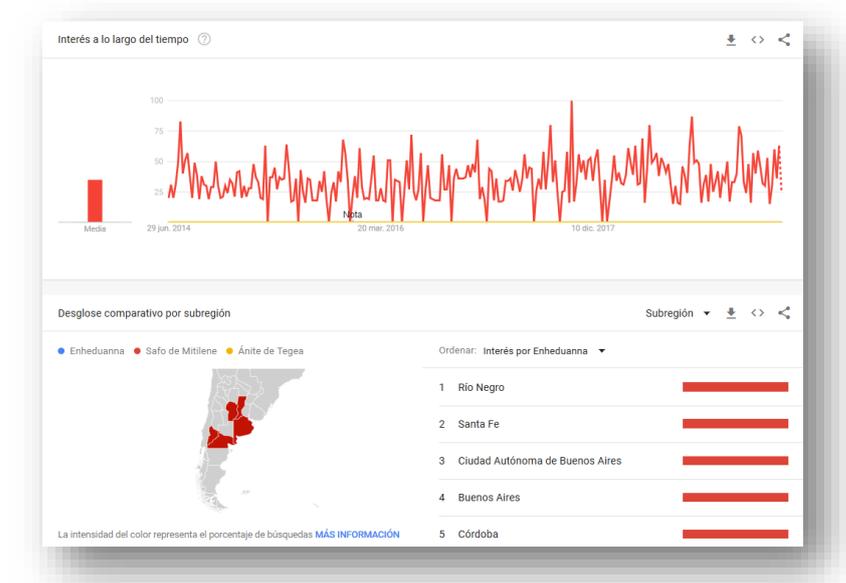


Ilustración 10. Google Trends. Argentina.

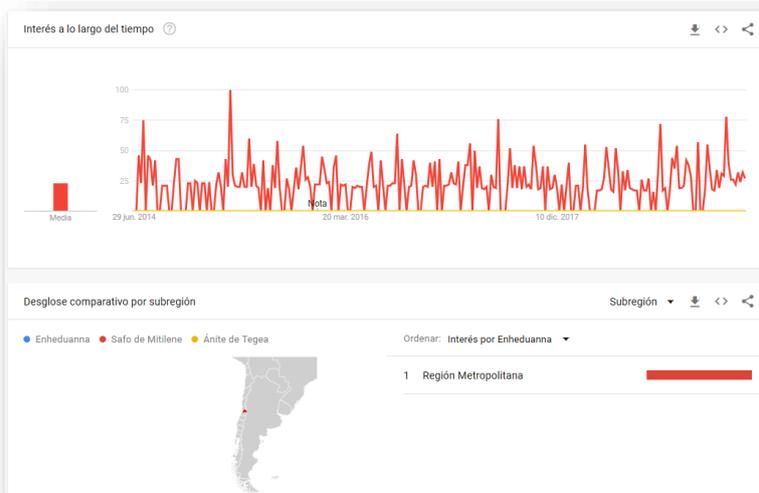


Ilustración 11. Google Trends. Chile.



Ilustración 12 Google Trends. Colombia.

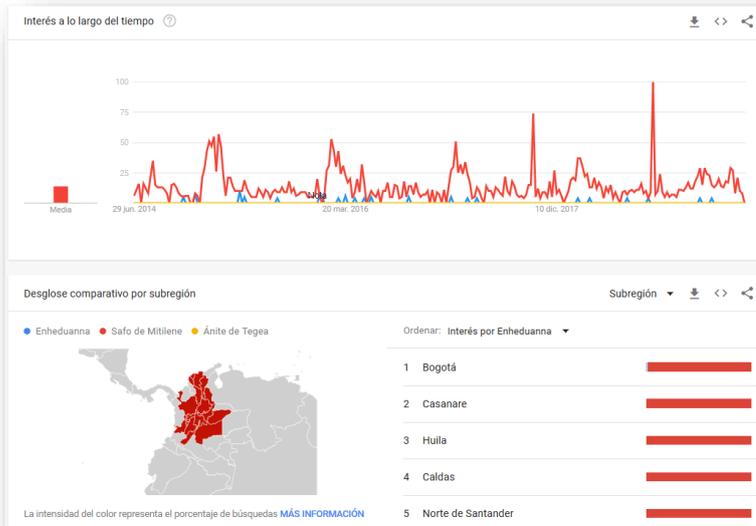


Ilustración 13. Google Trends. México.

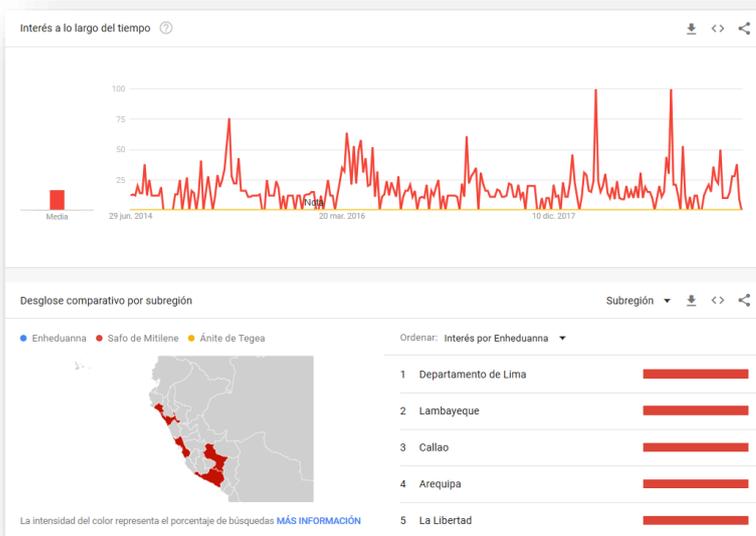


Ilustración 14. Google Trends. Perú.

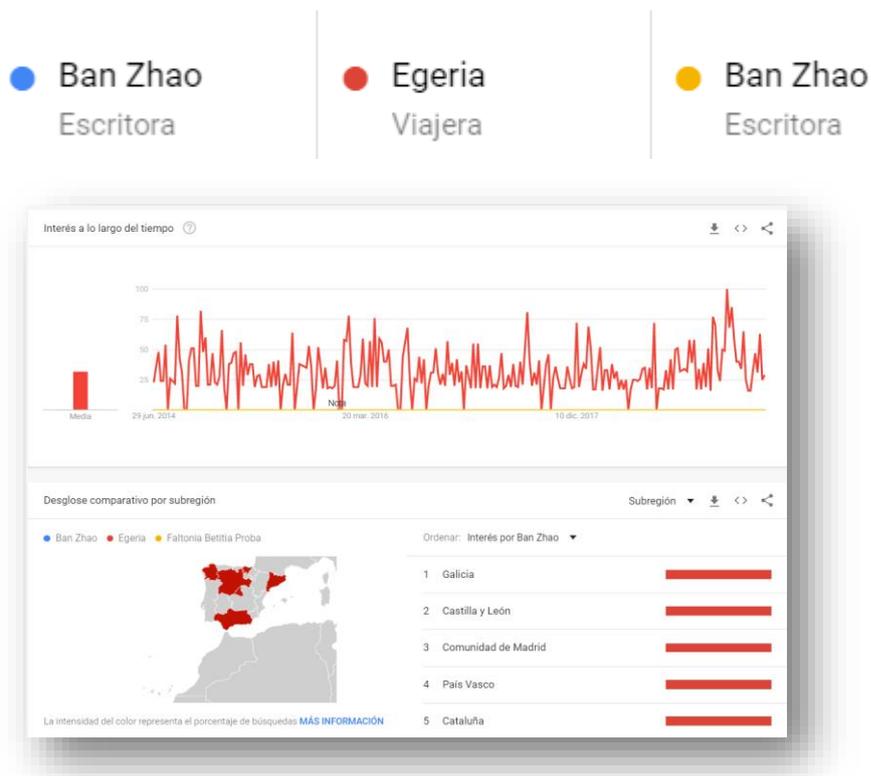


Ilustración 15. Google Trends. España.



Ilustración 16. Google Trends. Argentina.

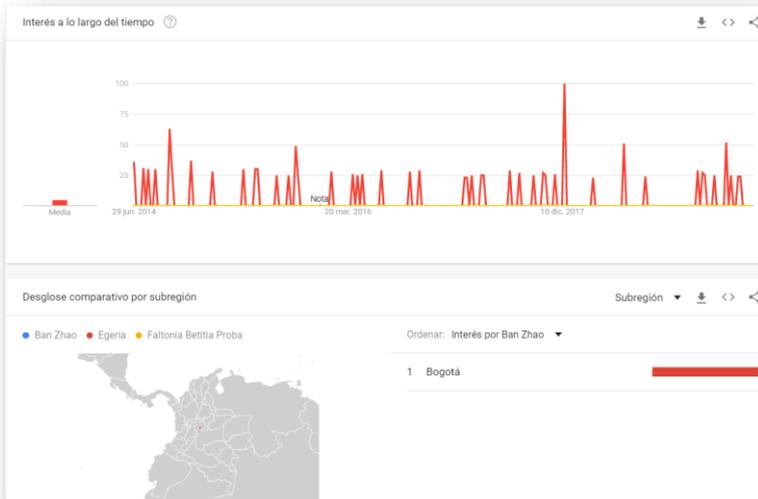


Ilustración 17. Google Trends. Colombia.



Ilustración 18. Google Trends. México.



● Elia Eudocia
Esposa de Teodosio II

● Radegunda
Santa

● Al-Khansa
Poetisa

● Layla al-Akhyaliyya
Poeta

● Ōtomo no Sakanou...
Poeta



Ilustración 19. Google Trends. España

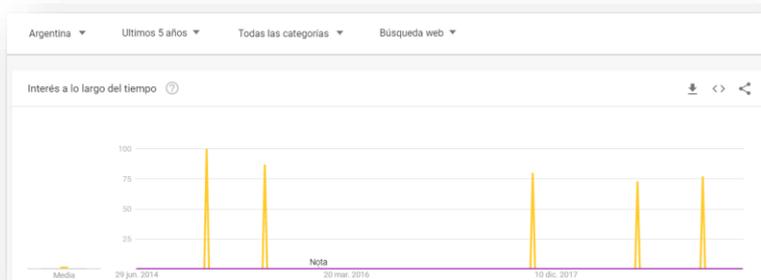


Ilustración 20. Google Trends. Argentina.

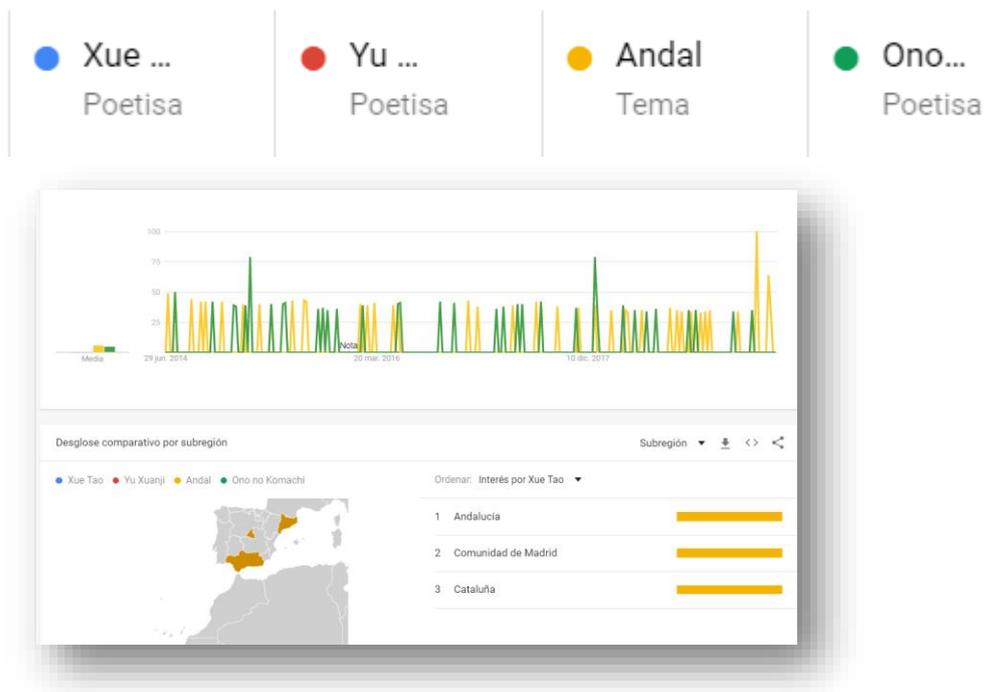


Ilustración 21. Google Trends. España.



Ilustración 22. Google Trends. Colombia.

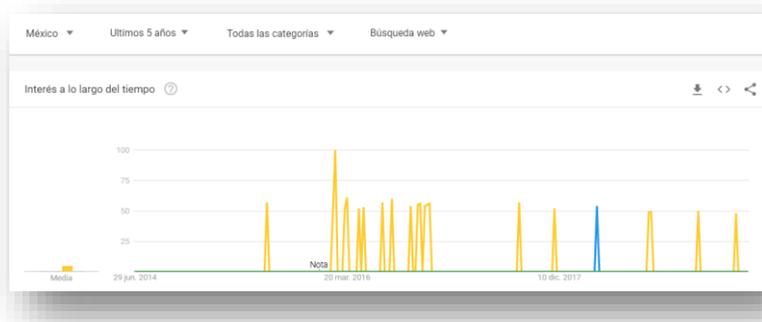


Ilustración 23. Google Trends. México.

- Ise
Poetisa
- Murasaki Shikibu
Escritora
- Ana Comneno
Autora
- Beatriz de Día
Tema

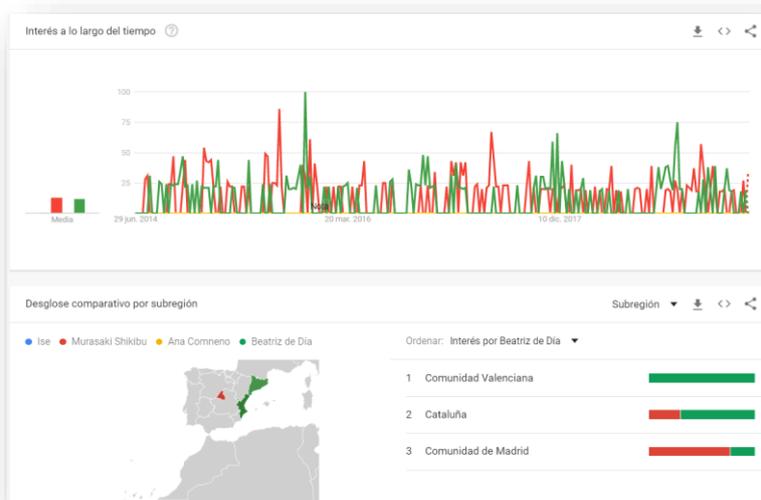


Ilustración 24. Google Trends, España,

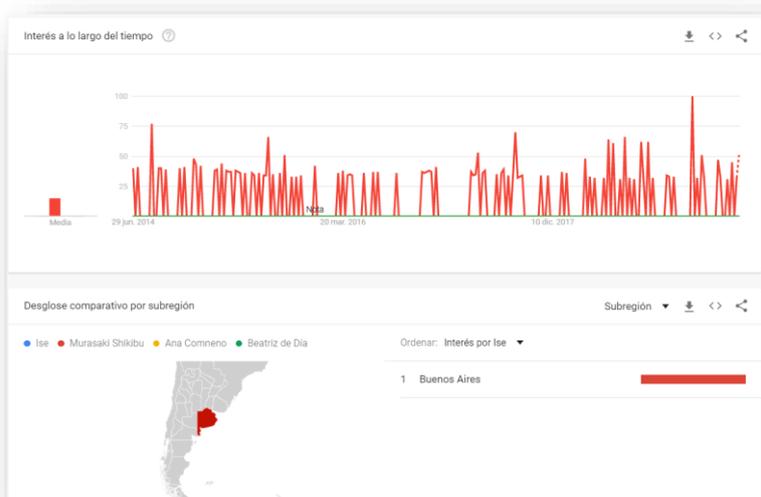


Ilustración 25. Google Trends. Argentina.

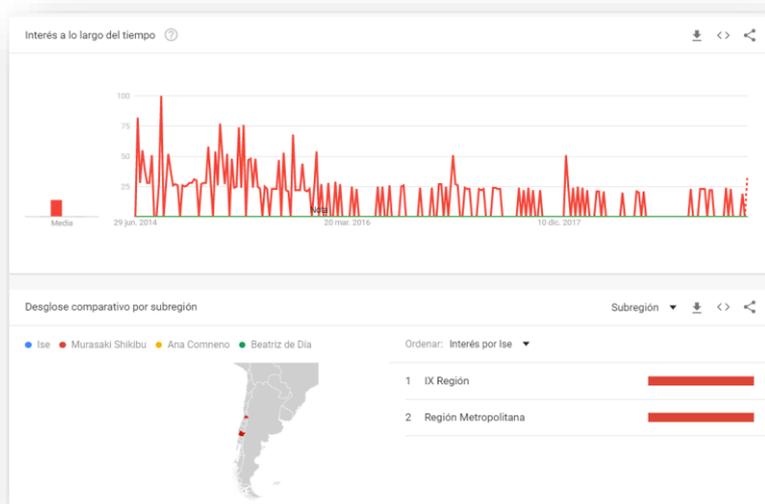


Ilustración 26. Google Trends. Chile.

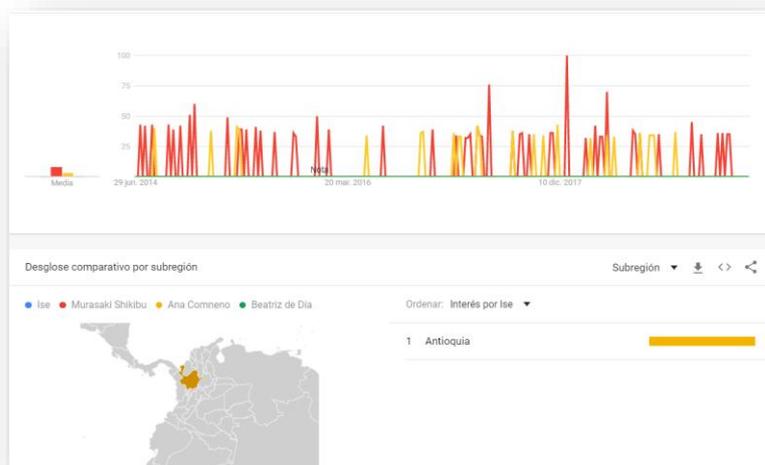


Ilustración 27. Google Trends. Colombia.

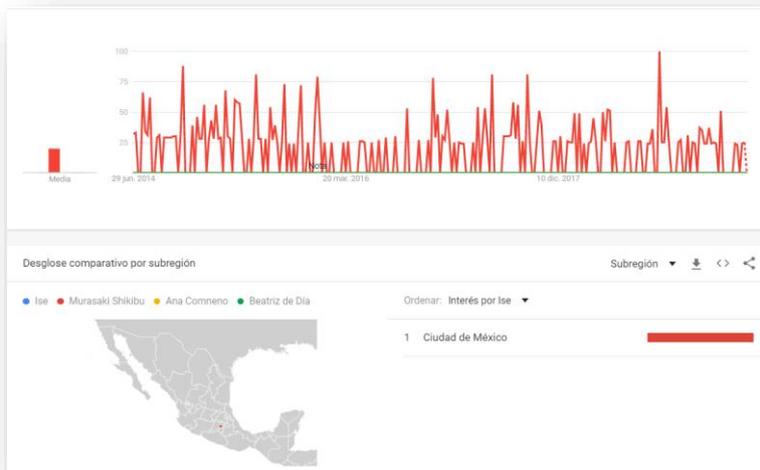


Ilustración 28. Google Trends. México.

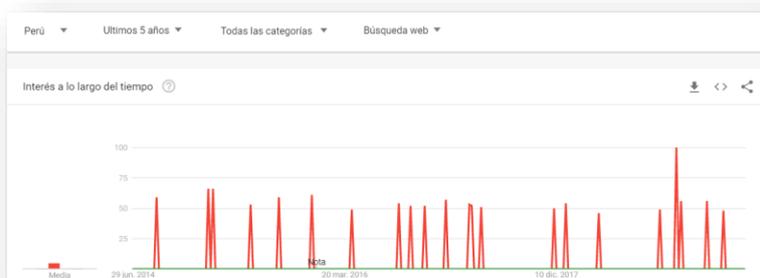


Ilustración 29. Google Trends. Perú.

- Christine de Pizan
Filósofa
- Florencia Pinar
Autora
- Isotta Nogarola
Autora
- Teresa de Cartagena
Escritora
- Isabel de Villena
Poeta

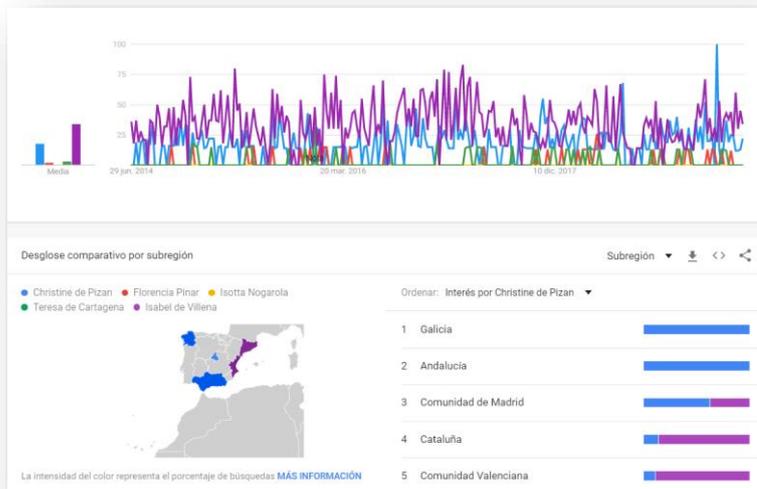


Ilustración 30. Google Trends. España.

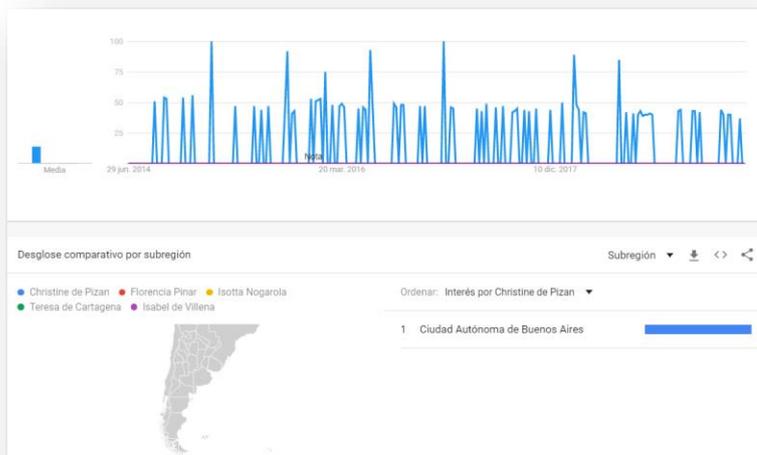


Ilustración 31. Google Trends. Argentina.

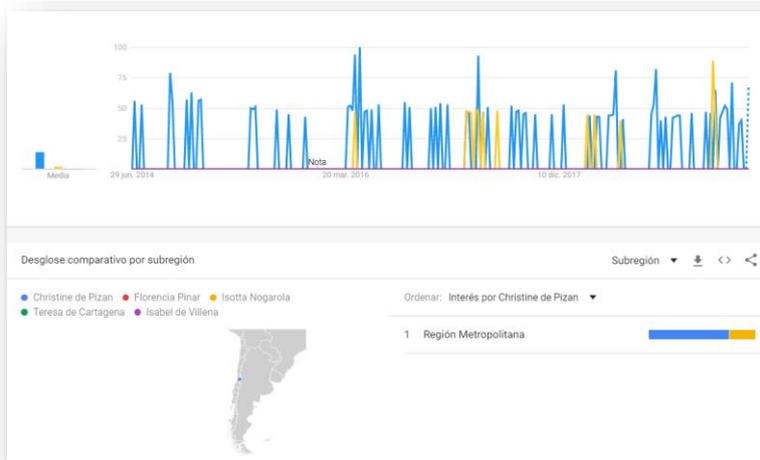


Ilustración 32. Google Trends. Chile.

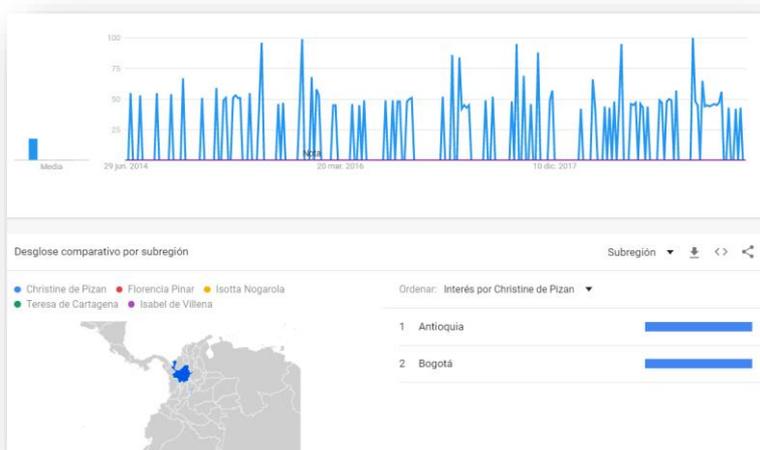


Ilustración 33. Google Trends. Colombia.

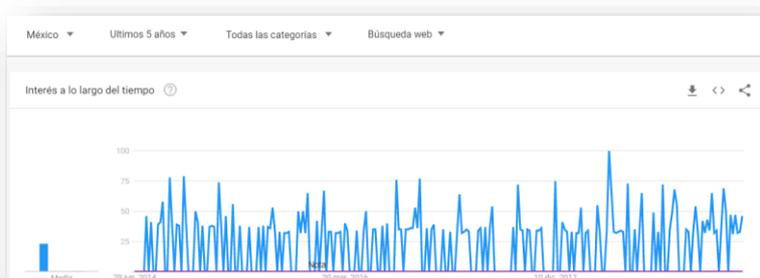


Ilustración 34. Google Trends. México.

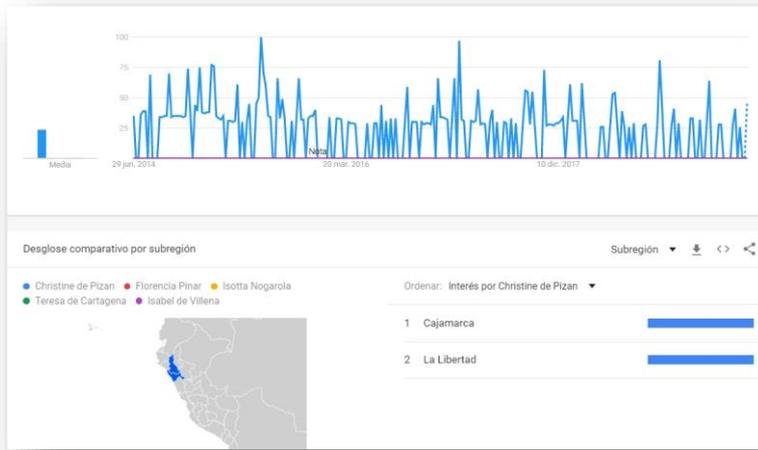


Ilustración 35. Google Trends. Perú

● Victoria Colonna
Poeta

● Tullia d'Aragona
Poetisa

● Oliva Sabuco
Filósofa

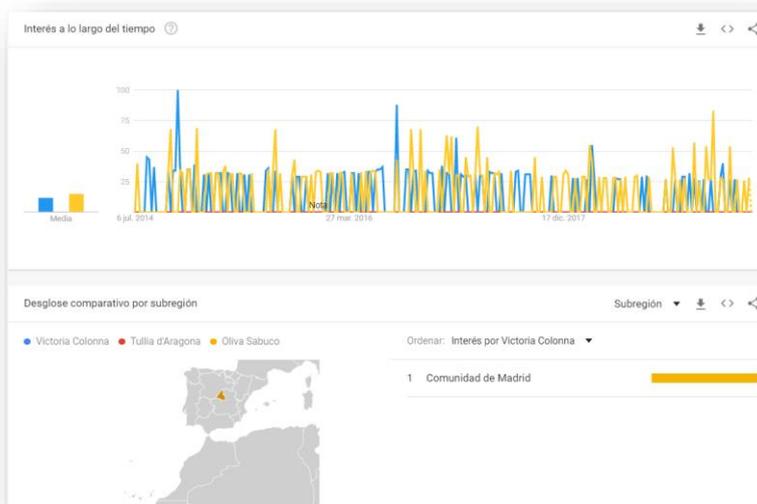


Ilustración 36. Google Trends. España.

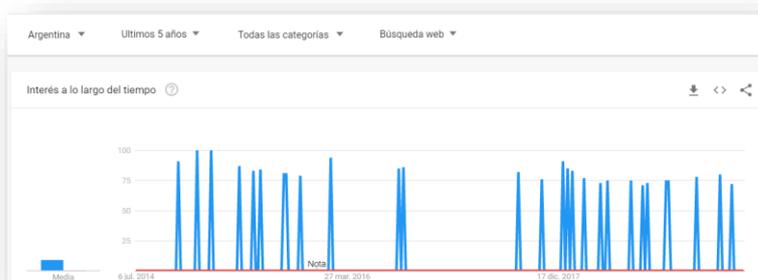


Ilustración 37. Google Trends. Argentina.

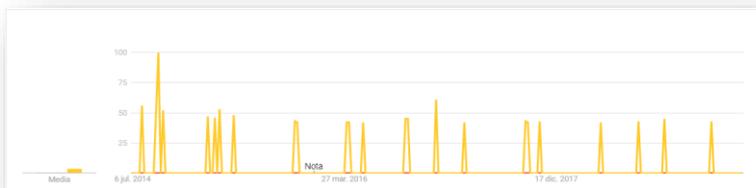


Ilustración 38. Google Trends. Colombia.

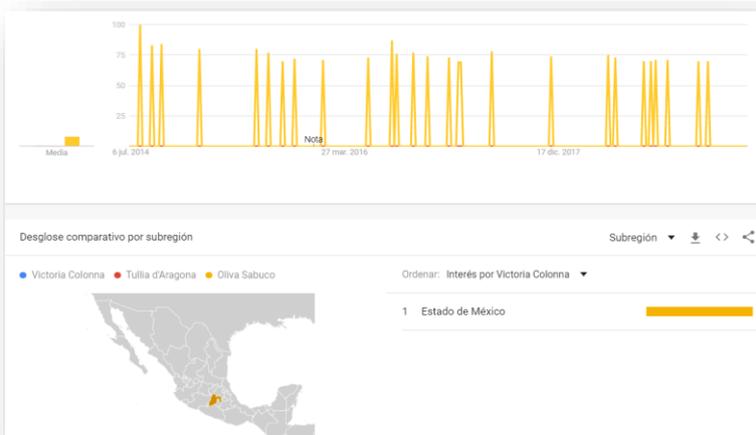


Ilustración 39. Google Trends. México

● **María de Zayas**
Escritora
 ● **Aphra Behn**
Escritora
 ● **Madame d'Aulnoy**
Escritora
 ● **Mary Astell**
Escritora
 ● **Mary Collier**
Poeta

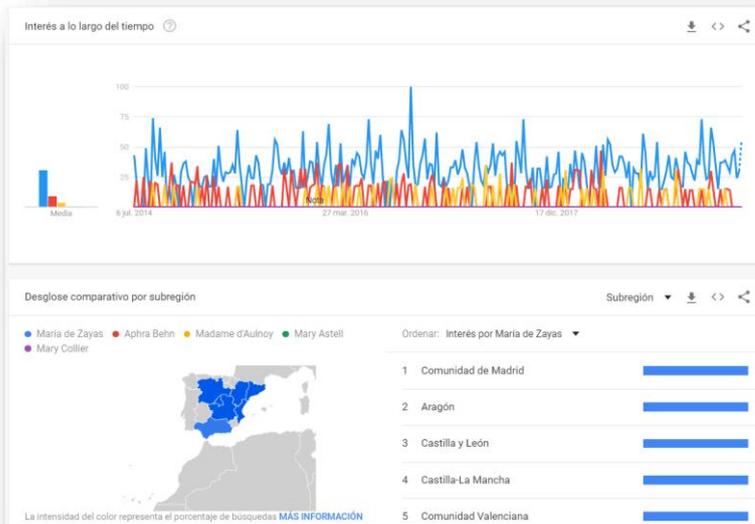


Ilustración 40. Google Trends. España.

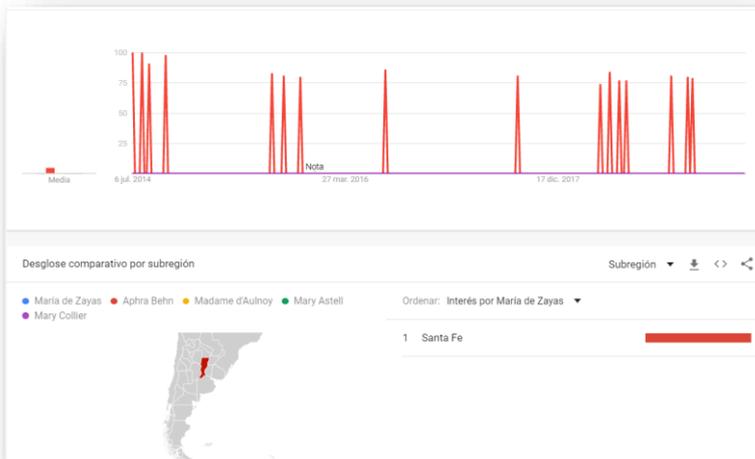


Ilustración 41. Google Trends. Argentina.



Ilustración 42. Google Trends. México.

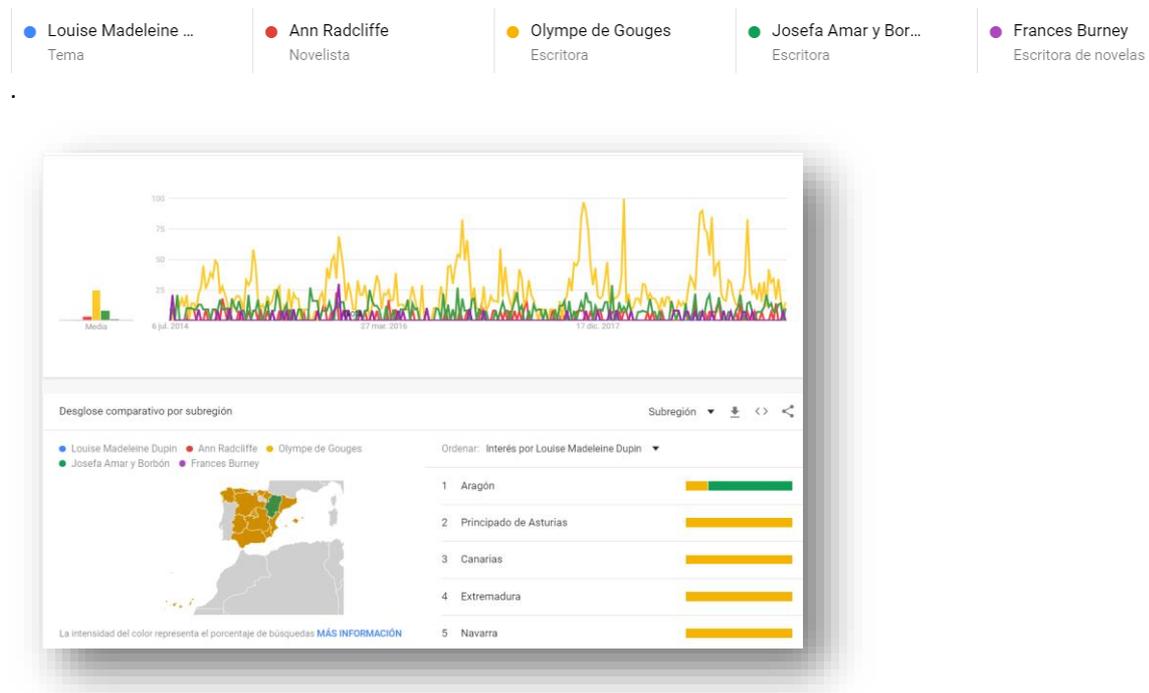


Ilustración 43. Google Trends. España.



Ilustración 44. Google Trends. Argentina.

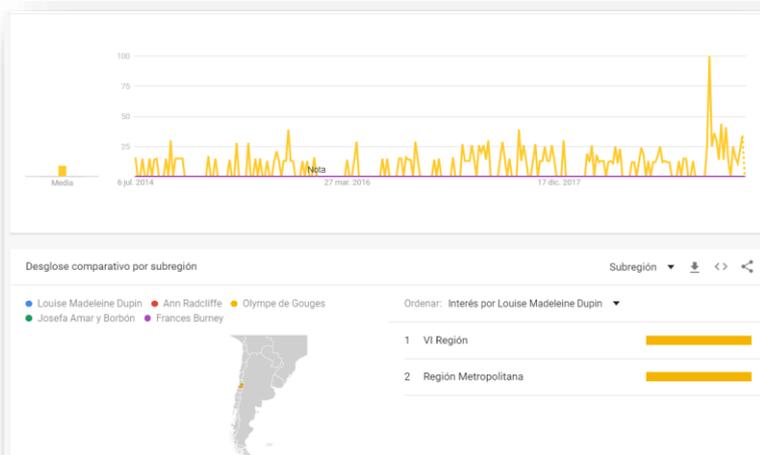


Ilustración 45. Google Trends. Chile.

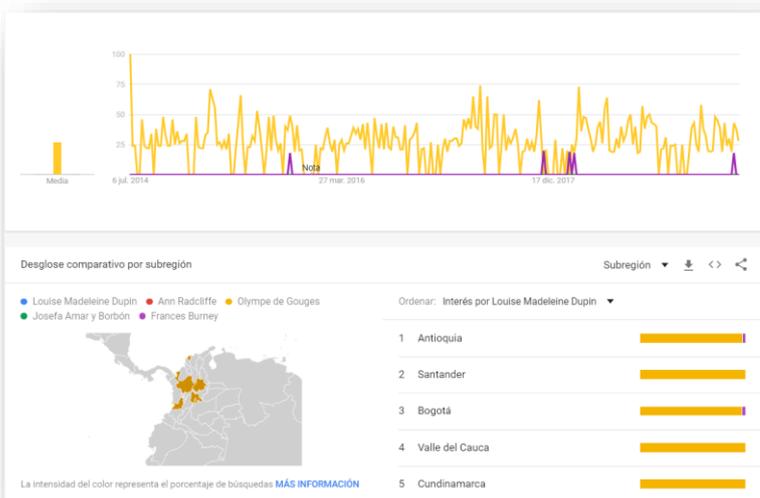


Ilustración 46. Google Trends. Colombia.

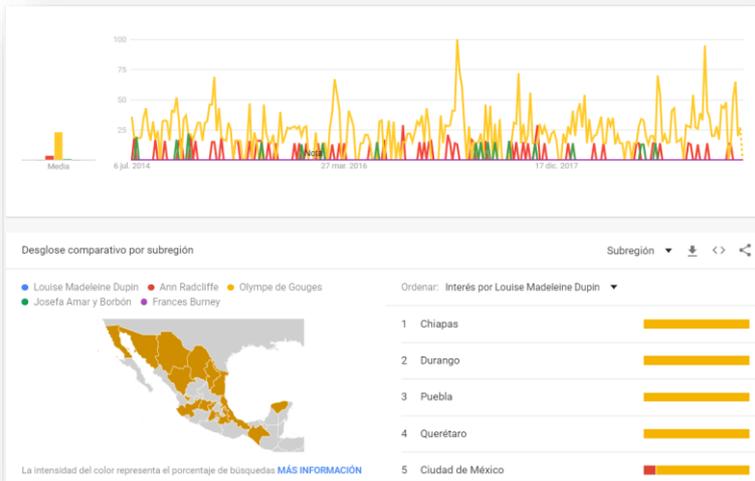


Ilustración 47. Google Trends. México



Ilustración 48. Google Trends. Perú

● Anne-Louise Germ...
Escritora

● Condesa de Ségur
Escritora

● Flora Tristán
Escritora

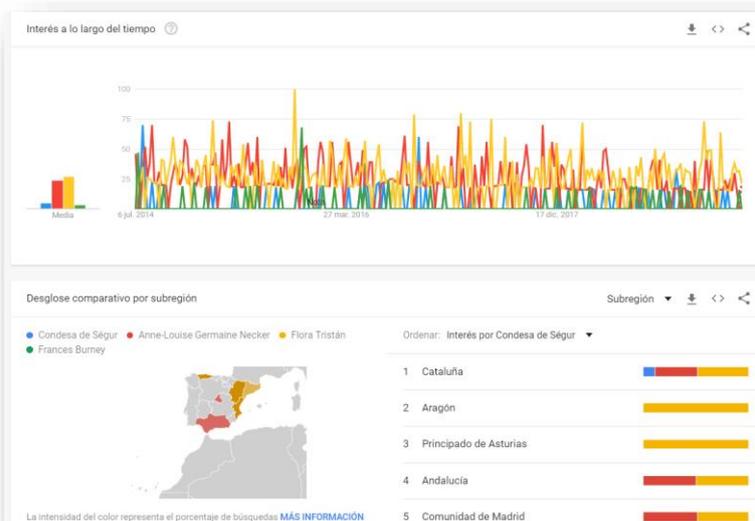


Ilustración 49. Google Trends. España.

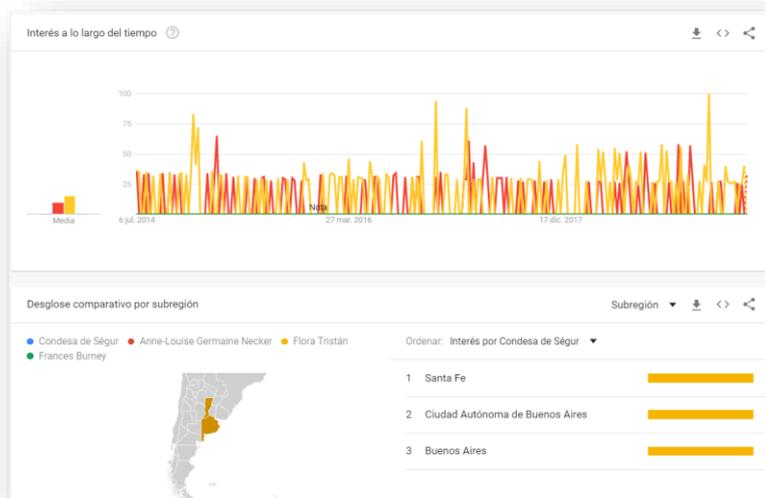


Ilustración 50. Google Trends. Argentina.

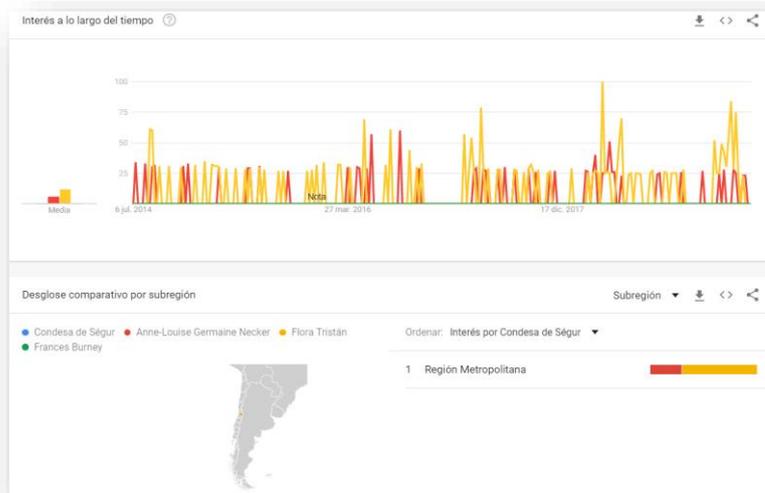


Ilustración 51. Google Trends. Chile.

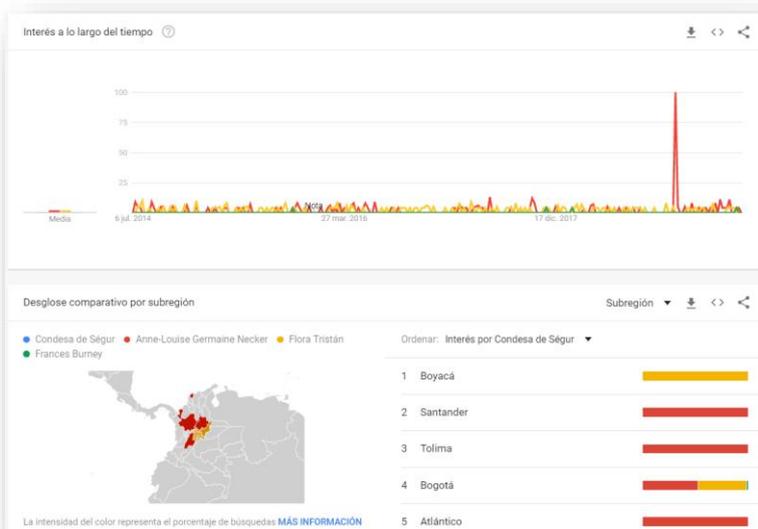


Ilustración 52. Google Trends. Colombia.

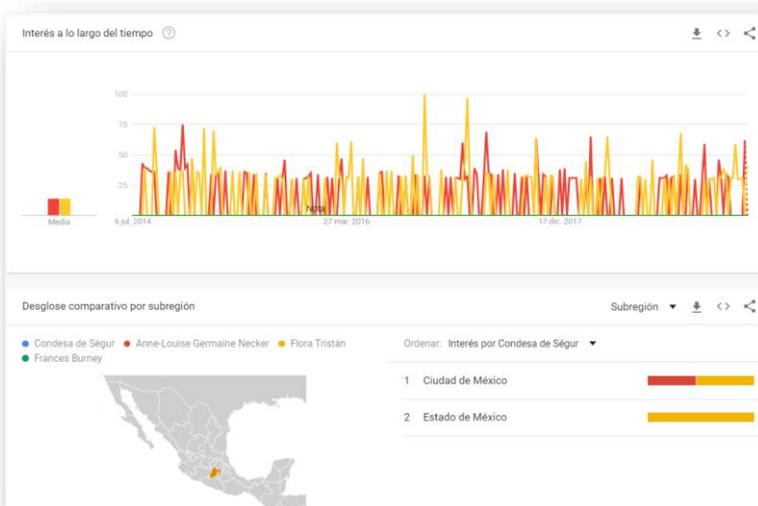


Ilustración 53. Google Trends. México.

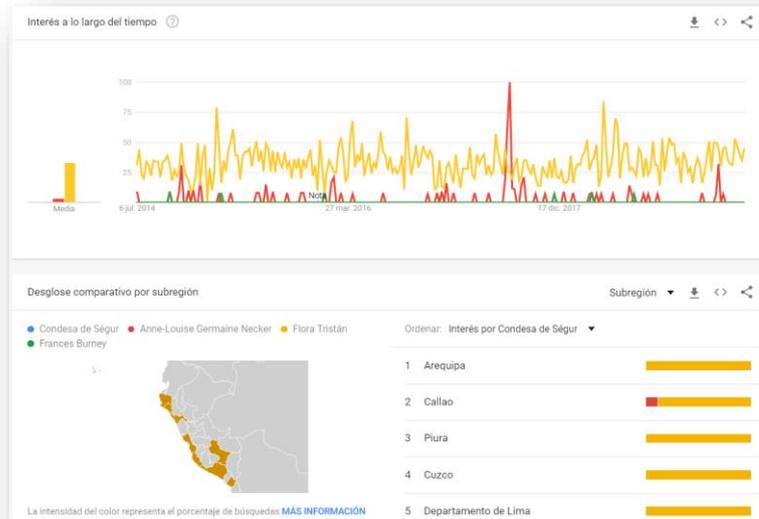


Ilustración 54. Google Trends. Perú.

- Gertrudis Gómez d...
Escritora
- Táhirih
Poeta
- Elizabeth Fries Lu...
Escritora
- Julia Ward Howe
Autora
- Marietta Holley
Autora

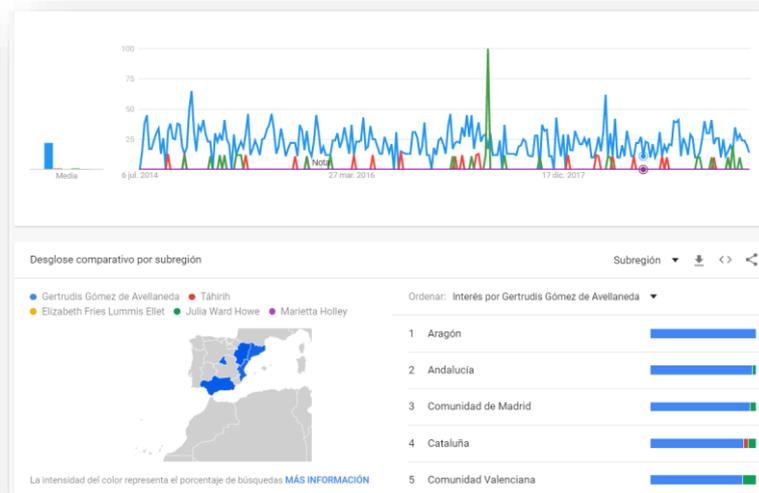


Ilustración 55. Google Trends. España.

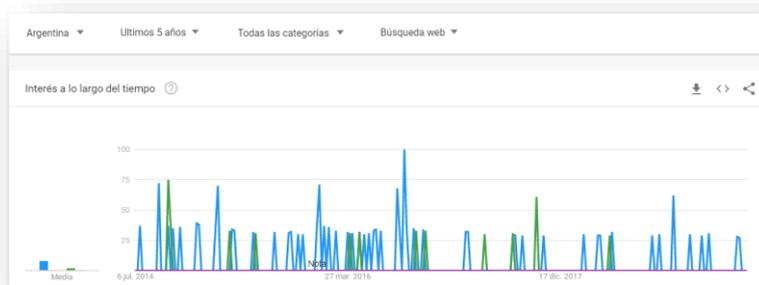


Ilustración 56. Google Trends. Argentina.

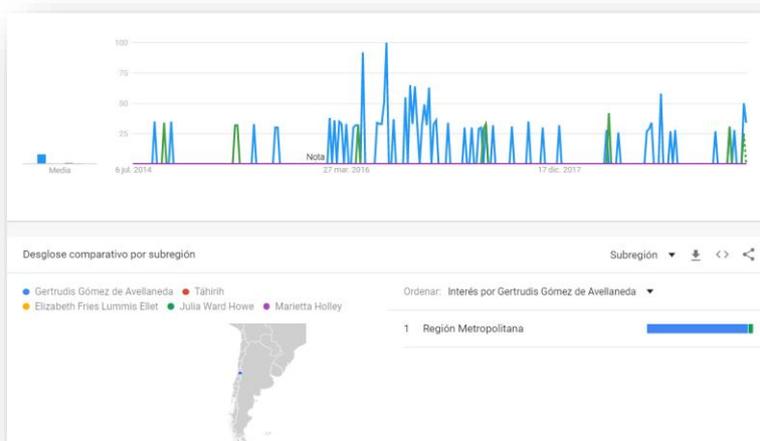


Ilustración 57. Google Trends. Chile.

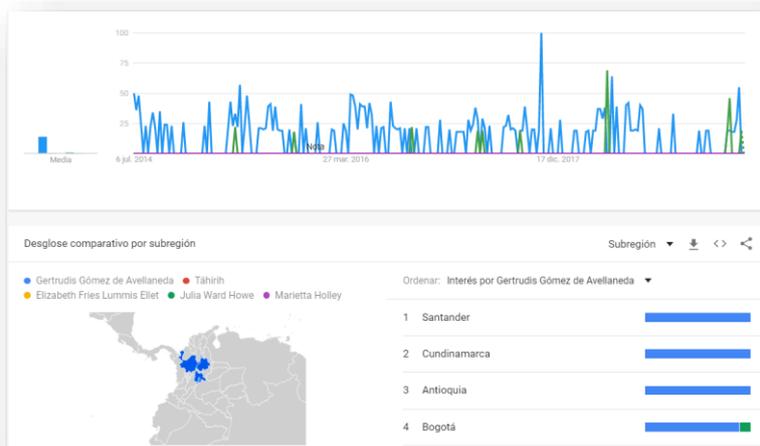


Ilustración 58. Google Trends. Colombia.

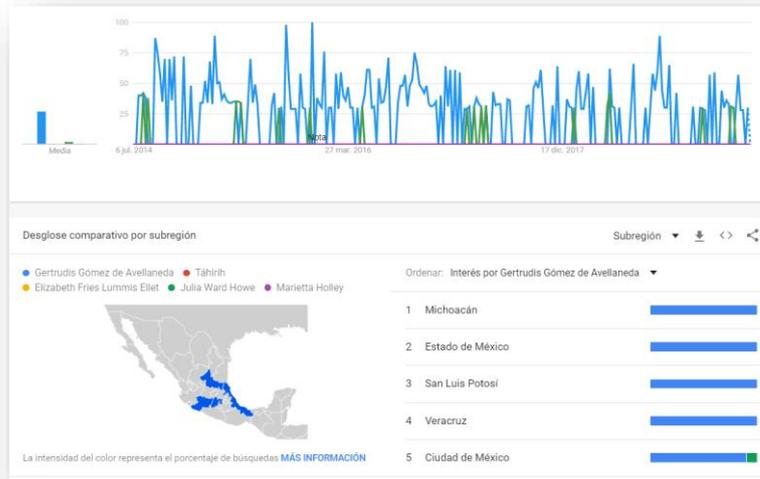


Ilustración 59. Google Trends. México.

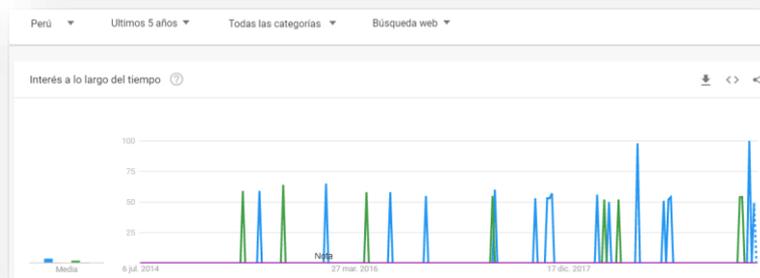


Ilustración 60. Google Trends. Perú.

- Rosario de Acuña
Escritora
- Lou Andreas-Salomé
Escritora
- Nellie Bly
Periodista
- Carmen de Burgos
Periodista
- Elinore Pruitt Stewart
Escritora

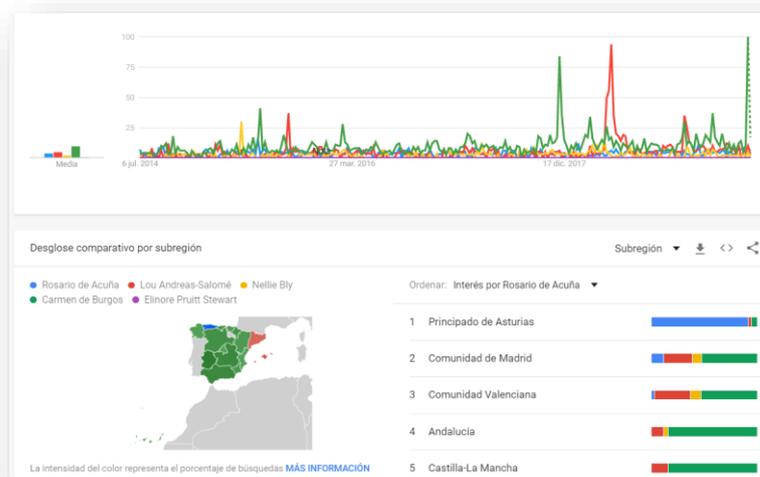


Ilustración 61. Google Trends. España.

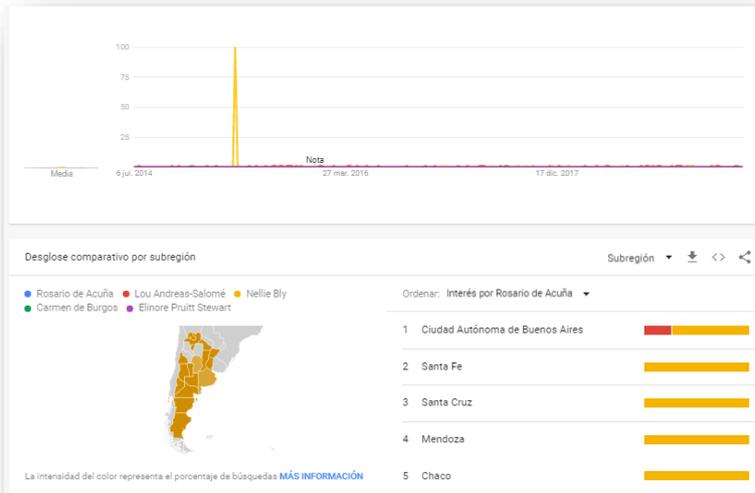


Ilustración 62. Google Trends. Argentina.

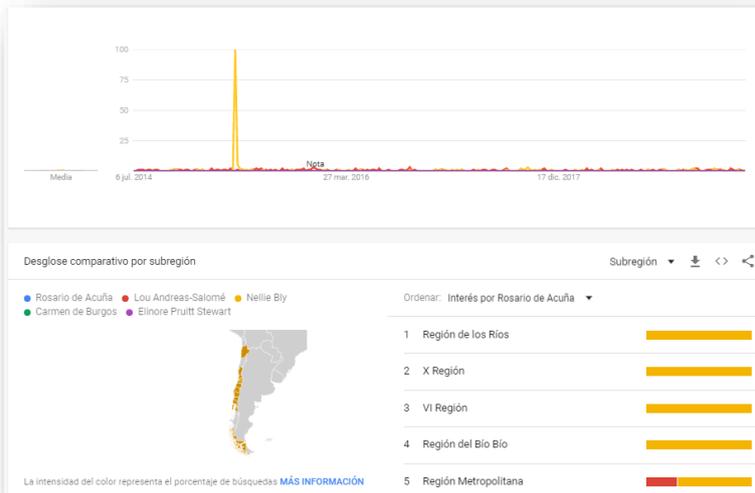


Ilustración 63. Google Trends. Chile,

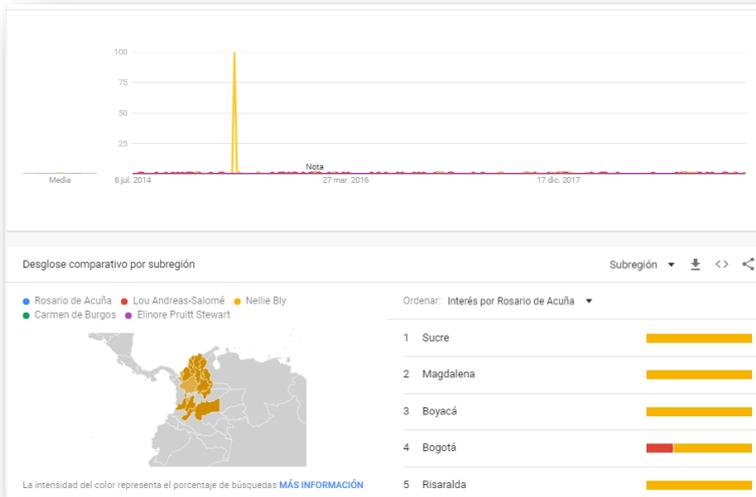


Ilustración 64. Google Trends Colombia.

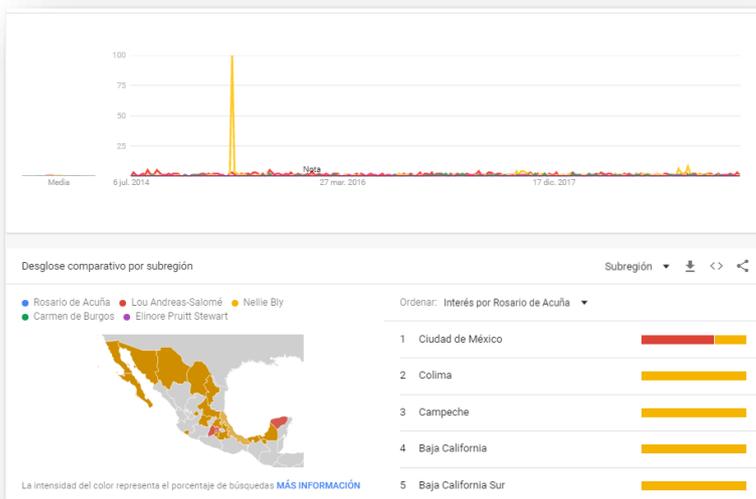


Ilustración 65. Google Trends. México

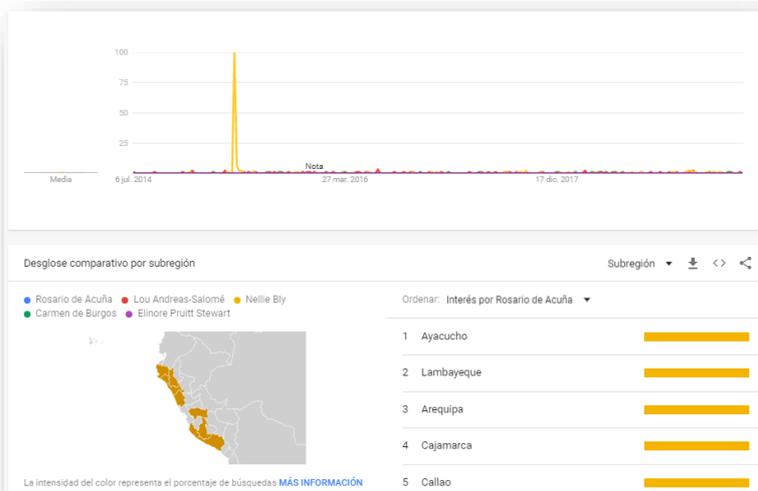


Ilustración 66. Google Trends. Perú,

C. Estadística del precio medio de los libros digitales en España

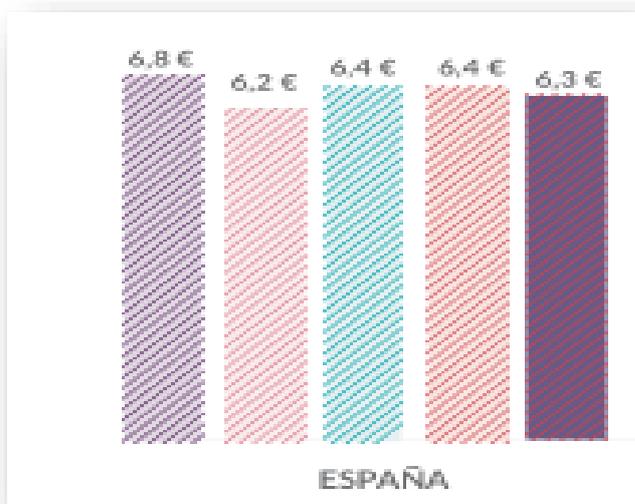


Ilustración 67. Informe anual del libro digital. 2018. Librandia.

D. Estadística del precio medio de ventas en países latinos

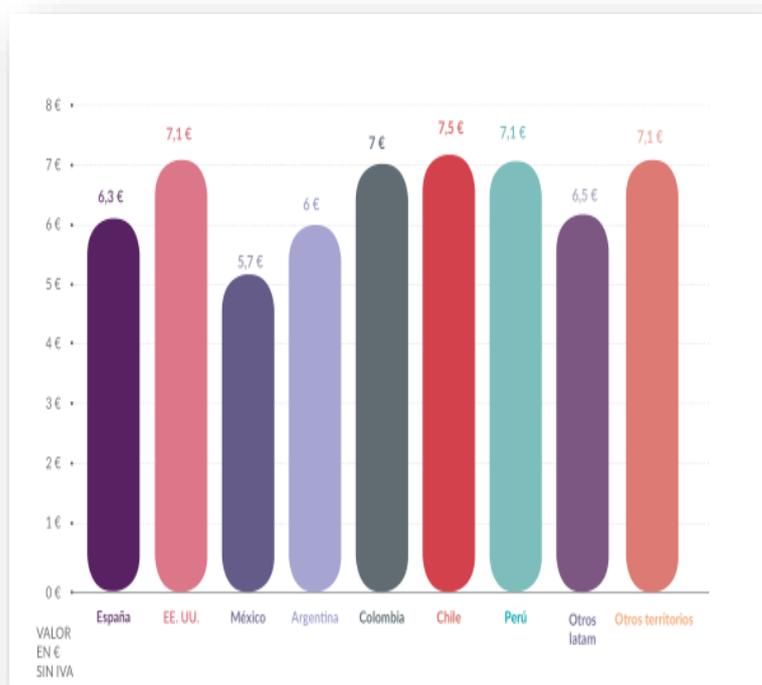


Ilustración 68. Informe anual del libro digital 2018. Librandia.

E. Estadística del precio medio por temática en ESPAÑA.

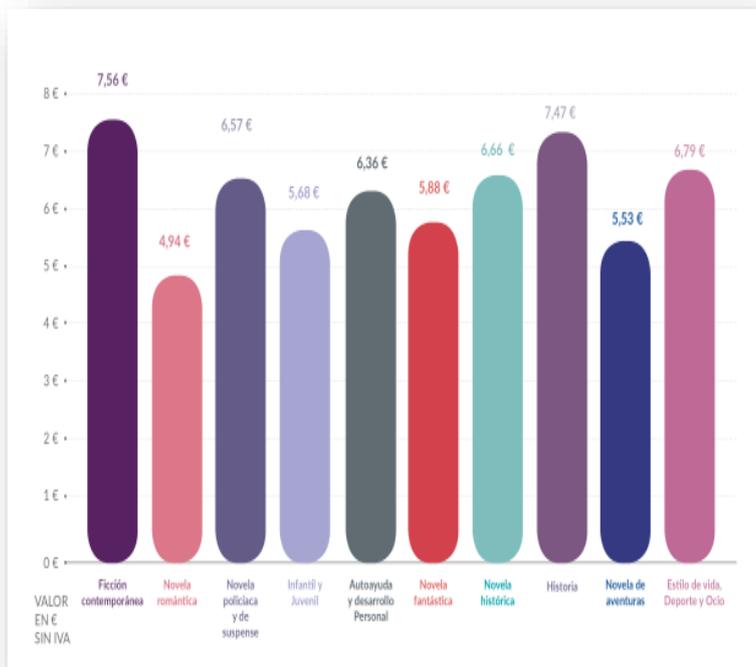


Ilustración 69. Informe Anual del libro digital. 2018. Librandia.

F. Estadística del precio medio por temática en países latinos.

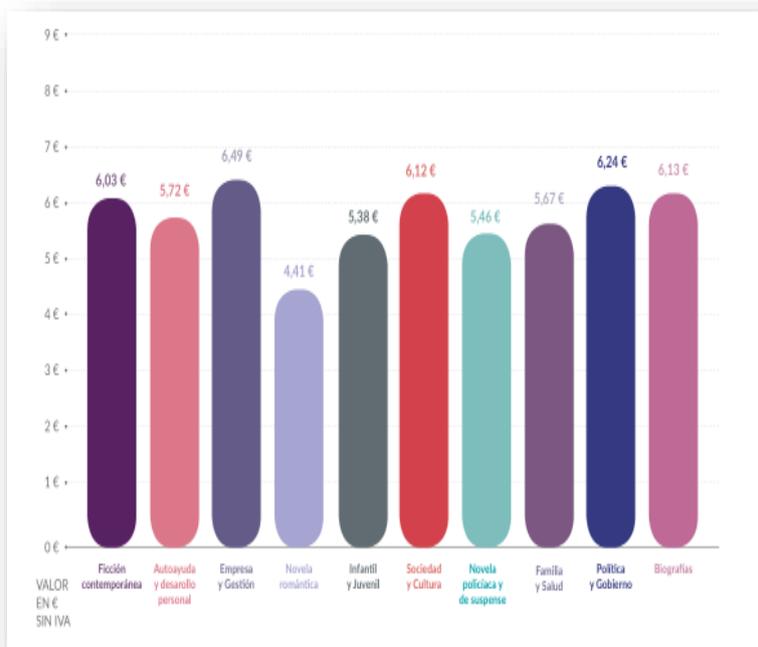


Ilustración 70. Informe Anual del libro digital. 2018. Librandia. México.

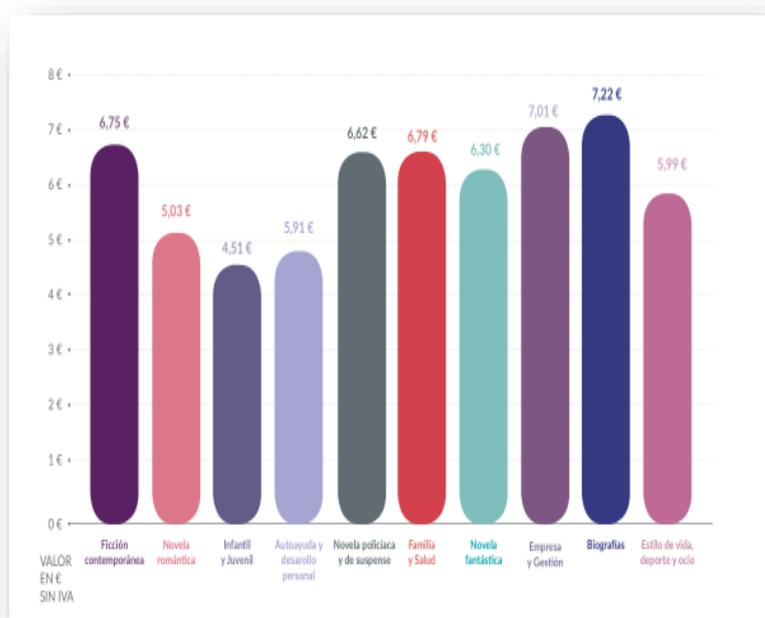


Ilustración 71. Informe Anual del libro digital. 2018. Librandia. Argentina.

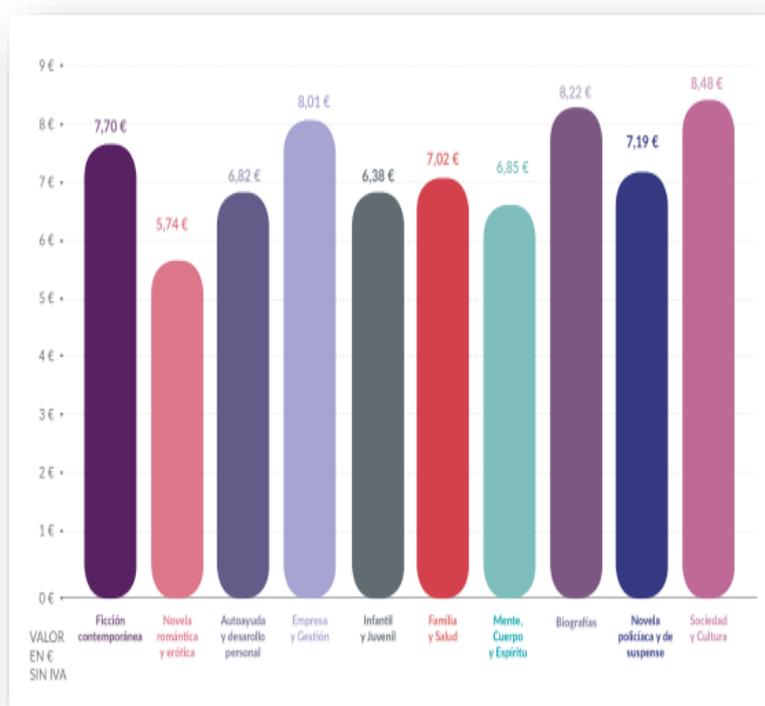


Ilustración 72. Informe Anual del libro digital. 2018. Librandia. Colombia.

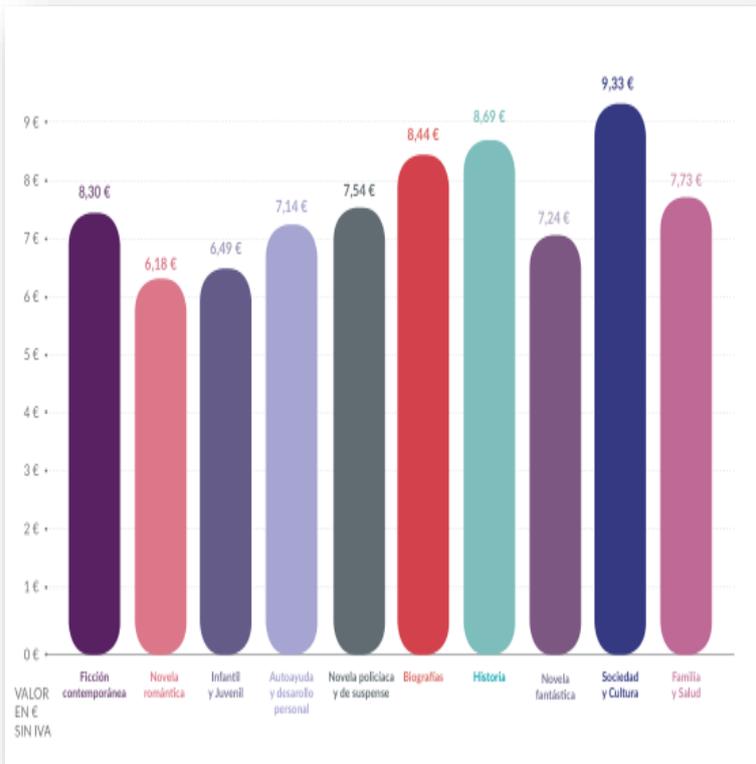


Ilustración 73. Informe Anual del libro digital. 2018. Librandia. Chile.

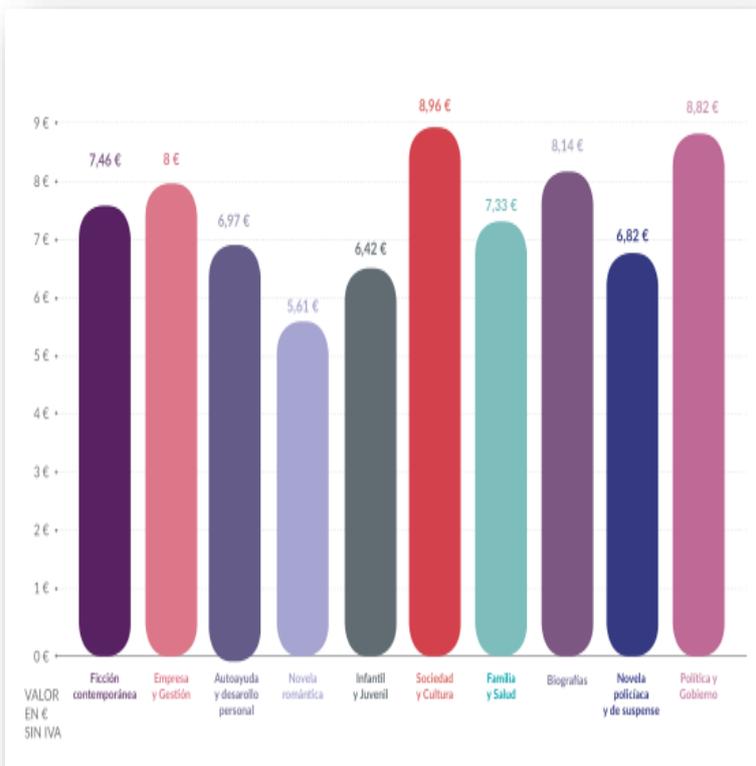


Ilustración 74. Informe Anual del libro digital. 2018. Librandia. Perú.

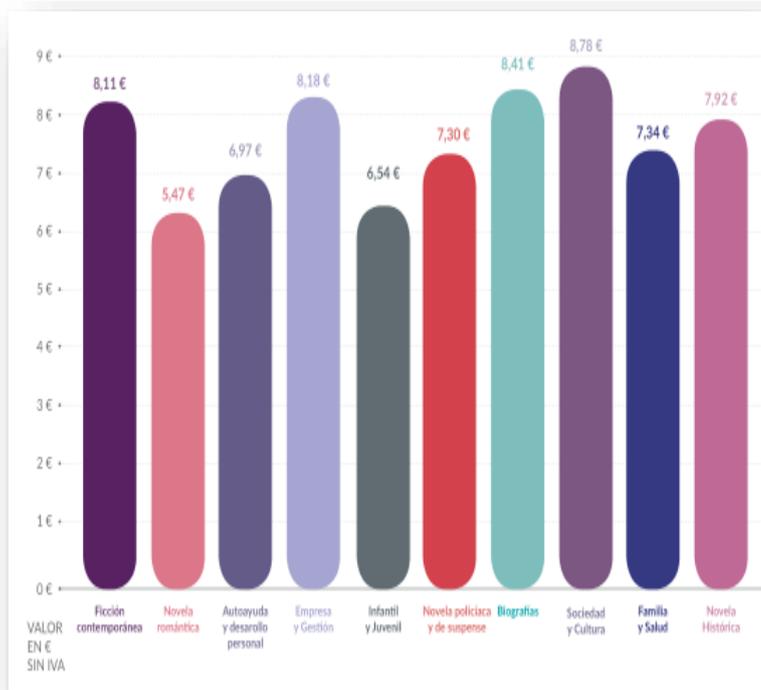
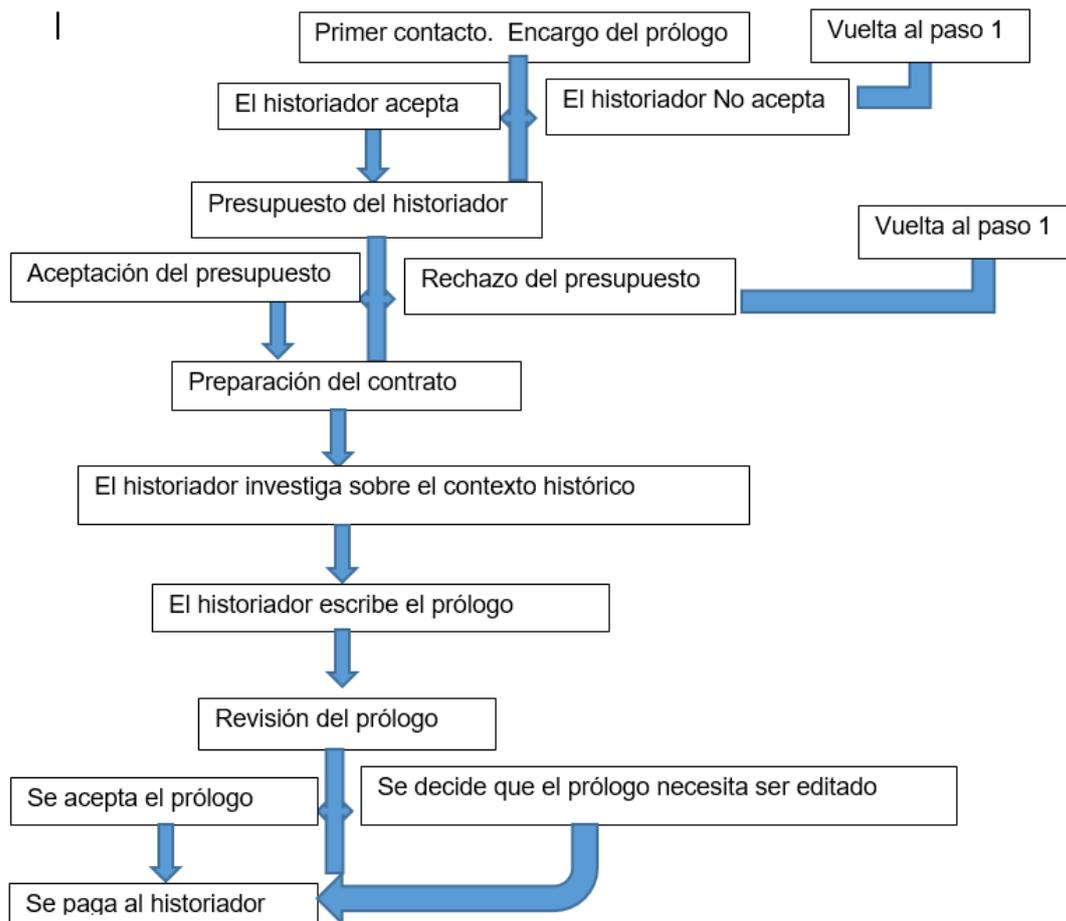
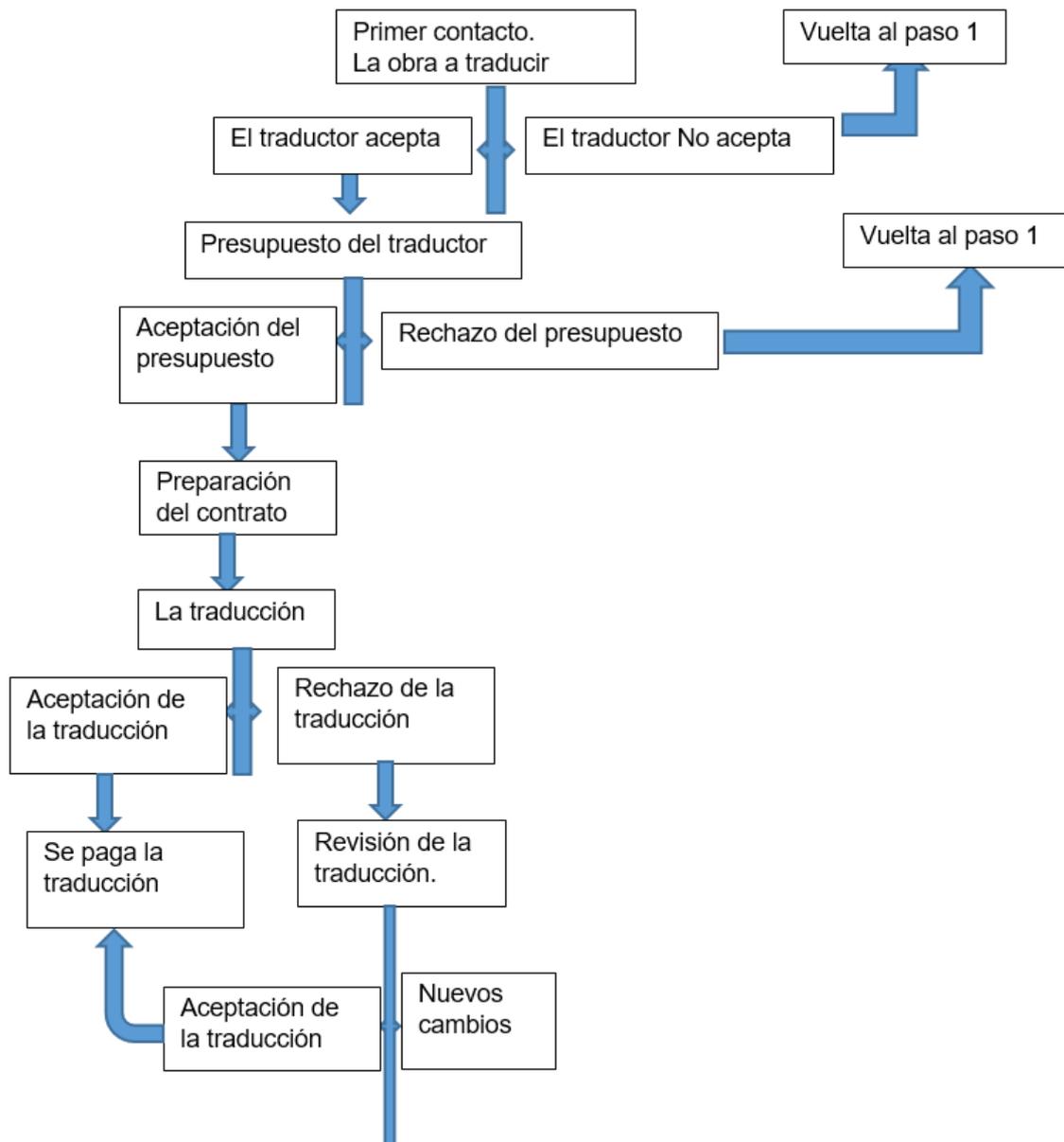


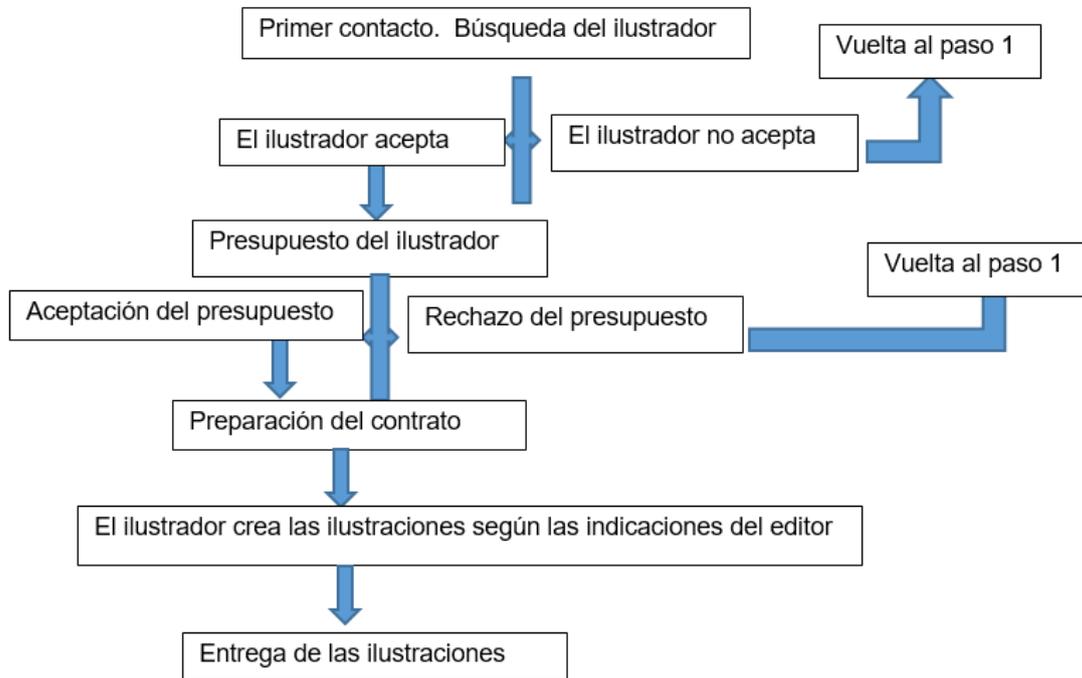
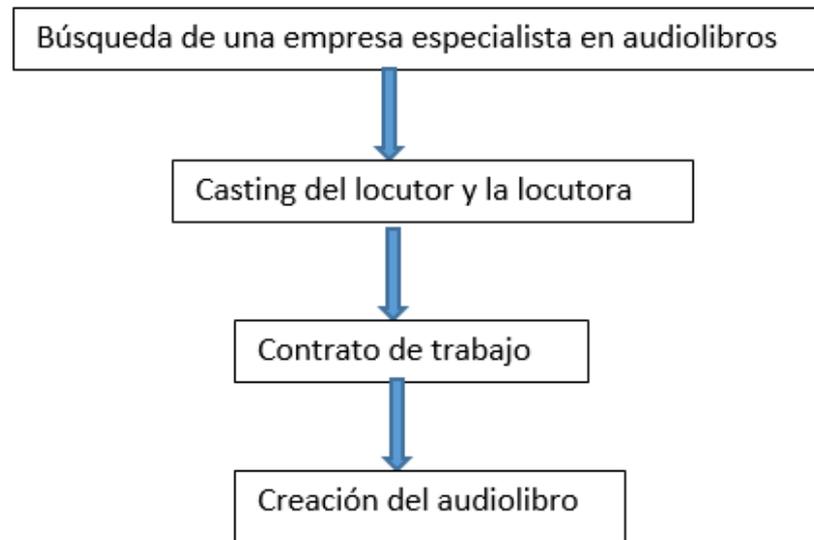
Ilustración 75. Informe Anual del libro digital. 2018. Librandia. Otros países.

G. Flujo de trabajo. Historiadores.



H. Flujo de trabajo. Traductores



I. Flujo de trabajo. Ilustrador/a.**J. Flujo de trabajo. Locutores.**

K. Documentación. Memoria de la actividad

Generalitat de Catalunya
Institut Català
de les Empreses Culturals

Ayudas a proyectos y planes editoriales**Memoria del proyecto**

Datos de identificación

Nombre de la empresa

Proyecto

Características del producto editorial

Explicación del contenido, equipo técnico y sinopsis

Definición del mercado objetivo:

Plan de distribución, comercialización o promoción:

Interés cultural del proyecto respecto de la oferta editorial disponible

Completar la oferta disponible

(Comercialización reducida o difícil, los libros con competencia de la versión simultánea en lengua castellana, los libros infantiles y juveniles en el ámbito de la poesía, el ensayo, la ciencia y la técnica, los manuales prácticos incluidas las guías y los libros adaptados con el sello oficial de la Asociación de Lectura Fácil)

Premios recibidos por los libros del plan editorial

Trayectoria de la empresa

Entre otros, se valora la competitividad y la apertura de mercados (Rellenar en el caso de se hayan llevado a cabo acciones no informadas en anteriores solicitudes o ser la primera vez que la empresa solicita una aportación reintegrable

Otros aspectos que se quieran destacar

L. Documentación. Propuesta de inversión

Nombre de la empresa	
Proyecto editorial	

Producción 2018

PRODUCCIÓN HASTA 25 TÍTULOS

Número TOTAL de títulos editados durante 2018	
--	--

Número de títulos editados en lengua catalana o de autoría catalana <i>(incluye como autor, los ilustradores y fotógrafos en caso de libro ·lustrado)</i>	
---	--

PRODUCCIÓN SUPERIOR A 25 TÍTULOS

Número TOTAL de títulos editados durante 2018	
--	--

Número de títulos editados en lengua catalana o de autoría catalana <i>(incluye como autor, los ilustradores y fotógrafos en caso de libro ilustrado)</i>	
---	--

(a presentar al solicitar la subvención)	Proveedores con sede permanente en Cataluña	Gasto interno de la empresa (nóminas)	(a presentar al justificar la ayuda otorgada)
Presupuesto previsto	(Es necesario indicar el importe en €)		Coste efectivo

GASTOS

Proyecto

Coordinación proyecto				
Diseño gráfico				
Esbozo y pre maqueta				
Páginas de prueba				

Corrección				
Compra de derechos de autor (anticipo)				
Traducción				
Total 1.1.		- €		- €
Proceso técnico				
Composición / compaginación /maqueta				
Ilustración				
Fotografías				
Cartografía y gráficos				
Escáner, pruebas y retoques				
Diseño de la cubierta				
Filmación y montaje (fotolitos)				
Impresión (solamente tiraje inicial)				
Papel (solamente tiraje inicial)				
Plastificado de la cubierta				
Encuadernación				
Elementos independientes (serigrafía, estuches, CD's..)				
Total 1.2.		- €		- €
Promoción				
Diseño campaña				
Realización material promocional				
Distribución material promocional				
Campaña publicitaria medios de comunicación				
1.3.5.1. Televisión				
1.3.5.2. Radio				
1.3.5.3. Prensa escrita				
1.3.5.4. Otros soportes				
Actividades promocionales				
Total 1.3.		- €		- €
Otros gastos				

Auditoria / certificados de hechos del proyecto				
Total 1.4.		- €		- €
A. 1. Total Gastos Directos		- €		- €
Gastos indirectos (<i>máximo 10% total gasto directo</i>)				
A. 2. Total Gastos Indirectos.		- €		- €
A. Total Gastos		- €		- €

Declaro que estos gastos indirectos son imputables al proyecto (Marcar, si es necesario, en el momento de **justificar**)

% Gasto interno del presupuesto	
--	--

FINANCIAMIENTO

B. Total Financiamiento	- €

(*) Intercambios comerciales o convenios de colaboración correspondientes al proyecto que no suponen gasto efectivo.	

M. Documentación. Presupuesto de explotación

Título	PVP	PVP sin IVA	Comisiones comerciales (...% sobre precio neto)	Descuentos (...% sobre precio neto)	Royalties (...% sobre precio neto)	Margen comercial unitario medio	Tiraje	Ventas reales hasta la fecha de solicitud	Previsión de ventas (ejemplares)	Ingresos netos previstos	Otras subvenciones recibidas	Anticipo	Gasto por libro (incluyendo anticipo)	Resultado
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
		0,00 €				0,00 €				0,00 €				- €
TOTALES							0	0,00 €	0	0,00 €		0,00 €	0,00 €	0,00 €

N. Documentación. Relación de libros del plan editorial

Título	Autor	Autoría catalana de la obra	ISBN	Colección	Género	Idioma	Lanzamiento	Encuadración	Páginas	Color -B/N	Mida (cms)
--------	-------	-----------------------------	------	-----------	--------	--------	-------------	--------------	---------	------------	------------

Saldo Inicial mensual	0 €								
Cobros:	0 €								
Clientes	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Pagos:	0 €								
Proveedores	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Flujo de Tesorería Mensual	0 €								
SALDO FINAL TESORERIA	0	0 €							