

June 29, 1954

R. B. FULLER
BUILDING CONSTRUCTION

Qué hacer con tu libro

una vez lo has terminado



Fig. 2.

INVENTOR
RICHARD BUCKMINSTER FULLER
BY

Richard and Johnston
ATTORNEY

Adrián Naranjo

QUÉ HACER CON TU LIBRO UNA VEZ LO HAS TERMINADO

Adrián Naranjo

Editando desde hace más de diez años

www.adriannaranjo.com

- 2022 Adrián Naranjo
- 2022 Corrección, maquetación y diseño de cubierta:
Adrián Naranjo (www.adriannaranjo.com)

info@adriannaranjo.com



Adrián Naranjo es el autor de esta obra. Sujeta a licencia *Copyleft Creative Commons*, con las condiciones siguientes: El beneficiario de la licencia tiene el derecho de copiar, distribuir, exhibir y representar la obra para fines no comerciales siempre y cuando reconozca y cite la obra de la forma especificada por el autor o el licenciante. No tiene el derecho de producir obras derivadas.

INTRODUCCIÓN	7
QUÉ TIPO DE ESCRITOR (Y PERSONA) ERES	9
Asocial y con trabajo agotador — Tipo 1	10
Buen vendedor, pero internet no es lo tuyo — Tipo 2	10
No eres asocial, pero no puedes dedicarte a tu libro todo lo que te gustaría — Tipo 3	10
Mago de internet – Tipo 4	11
Tienes un nicho, pero no estás muerto – Tipo 5	11
VALE, YA SÉ QUIEN SOY, AHORA QUÉ HAGO	13
Posibilidad Uno — La editorial «tradicional»	14
Posibilidad Dos — Amazon	15
Posibilidad Tres — Pedir copias para el autor	16
Posibilidad Cuatro — Concursos literarios	18

DE CÓMO LA TEORÍA DE CONJUNTOS NOS AYUDA A ENLAZAR EL TIPO DE ESCRITOR QUE ERES CON EL CAMINO QUE TE CONVIENE	21
Comentarios respecto al Tipo 1, el asocial	24
Comentarios respecto al Tipo 2, el buen vendedor del mundo analógico	24
Comentarios respecto al Tipo 3, el muy ajetreado	25
Comentarios respecto al Tipo 4, el gurú de internet	26
Comentarios respecto al Tipo 5, el del nicho	27
CONCLUSIÓN	29

Introducción

He decidido hacer un nuevo regalo a mis suscriptores. Además de *Guía en cuatro pasos esenciales y que no se tienen en cuenta para triunfar con tu libro* también tenéis esta miniguía sobre *Qué hacer con tu libro una vez lo has terminado*.

Es mini porque es pequeña, pero a veces lo mejor va en frascos pequeños, al menos eso dicen los que han decidido hacer de su vida una gran y reconfortante mentira.

En este caso es mini porque mi intención es simple: esbozarte qué tipo de escritores hay y qué es lo que deberían buscar tras terminar de editar su libro según sus perfiles profesionales/personales/literarios.

Así de simple.

No voy a entrar en honduras, ni explicar pormenorizadamente qué debes hacer. Es mejor enseñar a alguien a pescar que darle un pescado. Muchas veces, los proverbios, albergan verdad.

Además, trazaré el perfil, *grosso modo*, de los tipos de escritores que hay, para que puedas ubicarte en uno de ellos, acorde a tus metas, a lo que quieres hacer con tu libro y sobre todo teniendo en cuenta lo que te conviene. Muchas veces tus deseos no son la mejor opción y mi deber como profesional es aconsejarte lo que para ti será óptimo. A veces, eso sí, la verdad duele. Y si andas un poco en las ramas,

incluso podrás odiarme, porque seré aquel que te corte las alas cuando antes era el viento que las impulsaba. Luego te darás cuenta de que no eras un pájaro y verás que la opción que te doy era en realidad la mejor.

Lo dicho, aquí tienes la miniguía.

Qué tipo de escritor (y persona) eres

La tipología del escritor es compleja y requeriría hacer una tesis doctoral de las que no regalan para poder desgranar la mente de alguien a quien le ha dado por escribir.

Más que un análisis psicologista del escritor, me ceñiré a los hechos.

¿Qué tipo de escritor eres?

Sé sincero contigo mismo antes de responder.

Y tranquilo que ahora concreto.

Me voy a centrar en dos puntos: tu carácter y tu perfil.

Si tu fin coincide con tu forma de entender el mundo y con tu perfil, entonces perfecto. Si no, eres libre de hacerme caso o de quemar esta miniguía.

Sobre el carácter: ¿Qué tipo de persona eres? ¿Hasta dónde estás dispuesto a llegar promocionando tu libro? ¿Eres tímido y asocial o para ti el mundo es el salón de tu casa?

Sobre el perfil: ¿Trabajas muchas horas y para ti escribir es una afición? ¿Llegas a casa muy cansado como para andar también haciendo de comercial de tu propio libro? ¿Las redes sociales e Internet son tu mundo? ¿Vives y respiras Internet y eres lo suficientemente conocido como para tener cierta influencia? ¿No tienes redes y no te conoce nadie,

pero quieres intentarlo? O, al contrario, ¿no las tienes ni quieres tenerlas?

Centrado el balón, vamos con el perfil de escritor.

ASOCIAL Y CON TRABAJO AGOTADOR — TIPO 1

No tienes tiempo de casi nada. Trabajas mucho y escribes en tus ratos libres. Además, tu círculo de amistades es limitado, o incluso nulo. Conoces al de Recursos Humanos de tu empresa porque una vez estuvo a punto de echarte.

BUEN VENDEDOR, PERO INTERNET NO ES LO TUYO — TIPO 2

Eres un comercial a la antigua usanza. No te acaba de llenar esto de las nuevas tecnologías. Siempre has creído que tu punto fuerte es el cara a cara. Además, usas colonia de la cara y tienes unos dientes que eclipsarían a los de un galán de Hollywood.

NO ERES ASOCIAL, PERO NO PUEDES DEDICARTE A TU LIBRO TODO LO QUE TE GUSTARÍA — TIPO 3

Fuiste delegado de clase y en las cenas de empresa eres el primero que pide los chupitos, conoces mucha gente que te comprará tu libro. Pero eres ambicioso y no es suficiente con esas ventas. Sin embargo, tu tiempo no da más de sí.

Tienes que sacar al perro, llevar a los niños al cole y, además, prepararte los tóperes para comer al día siguiente.

MAGO DE INTERNET – TIPO 4

En mi aventura como editor conocí a un tipo que tenía más de 300.000 seguidores en redes sociales. Era un gurú para mucha gente. En sus presentaciones hacían cola para la firma de libros, sobre todo mujeres que guardaban expectantes la firma y la sonrisa de su escritor favorito.

Es un caso «extremo» en cuanto su éxito era mucho, imprimía los lotes de sus libros por miles y los repartía de librería en librería de toda España, con su coche, haciendo presentaciones.

Pero no es necesario ser tan extremo para ser del Tipo 4, simplemente ser un tipo con influencia en Internet, con una web con suscriptores o unas redes sociales muy trabajadas. O, simplemente, estar dispuesto a ello.

TIENES UN NICHU, PERO NO ESTÁS MUERTO – TIPO 5

Tu profesión te hace ser muy conocido en cierto campo. Tienes un «nicho de mercado» en el que te mueves como pez en el agua. No eres conocido fuera. No eres un *influencer*. Pero sí tienes prestigio. Eres, por ejemplo, un médico ortopedista reconocido y has escrito una guía sobre tu ámbito.

Habría muchas más combinaciones y posibilidades, pero con estos retazos, creo que puedes ir ubicándote y saber en qué punto estás.

Vale, ya sé quien soy, ahora qué hago

Una cosa básica e imprescindible antes de seguir. Si no has trabajado tu libro, si no has sido capaz de sacarle lo mejor de sí, si nadie lo ha leído más allá de ti y algún primo, si un editor no ha posado sus sucias manos en tu manuscrito, olvídate.

Estos consejos no van para ti. Vender un producto de baja calidad te deja fuera de cualquier posibilidad de hacerte llamar «escritor».

Si solo quieres fotocopiar tu libro y regalarlo entre tus primos en Nochebuena, me parece muy bien, pero aquí no hablamos de eso.

O sea, trabaja tu libro. Que un editor lo lea y te diga lo mejor y lo peor del mismo. Y a partir de ahí analiza tu perfil y mira lo que más te conviene. ¿Entendido? Genial. Sigamos.

Existen, a bastas pinceladas, cuatro posibilidades de salida para el libro que has escrito y has editado en condiciones. Hay alguna más, pero no la voy a tener en cuenta aquí, porque no merece la pena.

POSIBILIDAD UNO — LA EDITORIAL «TRADICIONAL»

Os voy a contar antes tres secretos:

En España se venden pocos libros y se lee aún menos. Eso hace que se publique menos. Parece contradictorio, pero no lo es. Las novedades editoriales se suceden sin parar en la rueda editorial, con la esperanza de que alguna sea una bomba en ventas. Y mientras detona el explosivo, van tirando cables y cables. Eso hace que el escaparate de novedades sea muy volátil, poco duradero. Porque todo va muy rápido.

Otro secreto. Las editoriales «tradicionales» viven en una perpetua crisis de negocio que no tiene visos de mejorar. Eso hace que les cueste invertir en nada ni en nadie. Van muy a lo seguro y suelen optar por títulos que les aseguren, al menos, recuperar la inversión. Se arriesgan poco y esto hace que la calidad literaria muchas veces pase a un segundo plano.

Y el último: debido a que tienen que mirar muy mucho qué publican, es muy raro que hagan caso a un escritor que llega de nuevas y les manda su manuscrito. De hecho, cada vez son más las editoriales que directamente no aceptan manuscritos.

Les llegan muchos y no quieren procesar eso sin la criba previa de un agente literario, aparte de la que luego ellos harán, por supuesto.

Y es aquí donde entra esa figura imprescindible, y cada vez más, del agente literario.

El agente literario es un intermediador entre el escritor y la editorial. Una persona que vive de su agenda, de los editores que conoce. El editor se fía de su criterio y le escucha. Si mandas un manuscrito tú solo, es probable que ese correo ni sea abierto. Si lo manda un agente literario, ya tienes mucho ganado, te lo aseguro.

El agente literario va a comisión sobre las ventas que tengas. Por eso, no seleccionará cualquier manuscrito sino el que le vaya a ser rentable. Vive de ello. Es su pan.

Por tanto, contactar con un agente literario es tu opción si lo que quieres es publicar *tradicionalmente*. Las guerras ya no las hacen soldados solitarios.

Como editor, también ejerzo de agente literario de los libros que edito y trabajo en profundidad, moviendo estos entre editoriales una vez finalizado.

POSIBILIDAD DOS — AMAZON

Hay muchas opciones de autopublicación, pero la que recomendaría sí o sí es Amazon. Insisto, Amazon después de trabajar un libro. Y con un plan de promoción de algún tipo.

Amazon lo tiene todo el mundo, y como explico en mi *Guía en cuatro pasos esenciales y que no se tienen en cuenta para triunfar con tu libro*:

Como escritor que se autopublica si tienes tu libro en papel y en descarga digital en Amazon y encauzas a todos

tus clientes ahí, incluso organizas tarjetas de visita para tus presentaciones con el enlace a dicha librería, el lector sabrá dónde acudir. Es un sitio de confianza, está a mano, tendrá la cuenta, la dirección de envío y la tarjeta ya guardada en ella porque ya habrá comprado cientos de veces allí y solo, con un clic, tendrá ya tu libro. Será una compra prácticamente impulsiva. Además, Amazon te valdrá para poder controlar sin esfuerzo ni trabajo logístico, que es muy ingrato y bastante poco práctico, las ventas, los beneficios acumulados, las opiniones de tus lectores, etcétera.

Enviar a tus potenciales lectores a un maremágnum de lugares, a un «a la venta en todas las librerías» es confuso, es algo que solo está en tu imaginación y que no te vale para nada. Porque el que mucho abarca poco aprieta y las fantasías de tríos no valen de nada si a duras penas cumplimos con lo que es real.

Venta en papel, en descarga y servicio de «alquiler», una especie de biblioteca digital que te pueda dar interesantes ingresos.

POSIBILIDAD TRES — PEDIR COPIAS PARA EL AUTOR

Una de las cosas que más me gustan de Amazon a la hora de publicar es la posibilidad de imprimir a precio de coste copias para el autor. Un botón bastante descriptivo: «Pedir copias para el autor».

El precio de coste es bastante bajo, los costes de impresión de Amazon son muy asequibles. Y te da igual comprar uno que quinientos, los precios los mantienen.

Publicar en Amazon y al mismo tiempo tener tu propio *stock* en casa para vender en presentaciones, eventos, internet...

Es la manera donde más dinero se gana con diferencia, porque no hay intermediarios, y todo el beneficio del libro va para ti. Solo hay que descontar el coste de producción que como te digo en «pedir copias para el autor» es bastante económico.

La mejor opción para determinado perfil. Opción que nadie debería descartar de primeras.

Por ejemplo, el coste de un libro de 250 páginas, en tapa blanda, con el interior en blanco y negro, es de 3,60 € unidad.

Si lo vendes a 15,95 €, tu beneficio por ejemplar es 12,35 € netos. Lo cual es infinitamente más que lo que vas a ganar con la editorial «tradicional» o incluso mandando tu publicidad a Amazon para que lo compren allí.

El perfil que se permita que se lo compren directamente a él —no es incompatible con vender por otras vías, en cualquier caso—, hará un mejor negocio.

En el anterior caso, ganando 12,35 € y vendiendo quinientos ejemplares hablamos de un beneficio neto de 6.175 €. Lo cual no está nada mal, siendo una cifra de ventas razonable y muy asumible para algunos perfiles.

POSIBILIDAD CUATRO —CONCURSOS LITERARIOS

Hay muchos concursos literarios en España. Normalmente, centrados en la narrativa, en la novela al uso. Aunque también los hay de poesía y en menor número, de ensayo.

Hoy me ha salido la vena chismosa y os voy a contar otro secreto: la mayoría de los concursos están amañados. Están preconcedidos a autores de la propia editorial a los que quieren promocionar y a los que se premia para aprovechar ese tirón mediático y colocar más libros en librerías.

O incluso, libros por encargo. «Hazme este libro y en un año tienes el premio». El premio es su adelanto.

Uno de los premios más cuantiosos que hay en España incluso ha sido concedido a autores que no han escrito el libro, sino que de esto se ha ocupado un negro. En el argot editorial «negro» es aquel anónimo que escribe en nombre de otro quien normalmente es famoso y cuyo rostro ya de por sí vende libros. En realidad, estos autores son testaferros que solo han estampado su firma.

Aun así, hay concursos que sí merecen la pena. Porque no están amañados, los jurados miran las obras por igual sin ni siquiera saber el nombre o el sexo de la persona que la ha escrito.

En internet hay portales donde van actualizando la información de los certámenes, las bases de los mismos,

etcétera. Es importante que si te interesa concursar, tengas en cuenta estos portales y sus actualizaciones.

Normalmente, los certámenes tienen el requisito común de que el texto sea inédito, aunque tendrás que leer las bases de cada uno para ver los pormenores. Tranquilo, no es firmar una hipoteca, no hay letra pequeña.

El requisito se debe a que los certámenes son generalmente convocados por editoriales con el fin de publicar al ganador y algunas veces también a los finalistas. Quieren un texto inédito donde ellos puedan quedarse con los derechos de explotación y promocionarlo. El premio suele ser, si es dinero en metálico, una forma de adelanto para la posterior publicación.

También hay ayuntamientos, comunidades e incluso diputaciones que convocan certámenes. Tenlo en cuenta. Incluso hay certámenes estatales.

El mundo es tuyo, hay que lucharlo.

De cómo la teoría de conjuntos nos ayuda a enlazar el tipo de escritor que eres con el camino que te conviene

La teoría de conjuntos es una rama de la lógica matemática que estudia las propiedades y relaciones de los conjuntos.

Por supuesto, que no me voy a limitar aquí a haceros una serie de diagramas con las intersecciones de cada tipo de escritor con lo que más le conviene, pero me apetecía ponerme científicista. Siempre me han fascinado esas revistas universitarias que publican en español para un público castellanohablante sobre un filósofo alemán y el estudio lo encabezan con un resumen o «abstract» en inglés. Nunca he entendido muy bien a qué viene, pero es cosa seria y yo no voy a ser menos. Bueno, que no lo entienda no quiere decir que no sepa por qué se hace. Es una exigencia académica a los autores que publican en revistas del gremio porque luego pasa al ámbito internacional.

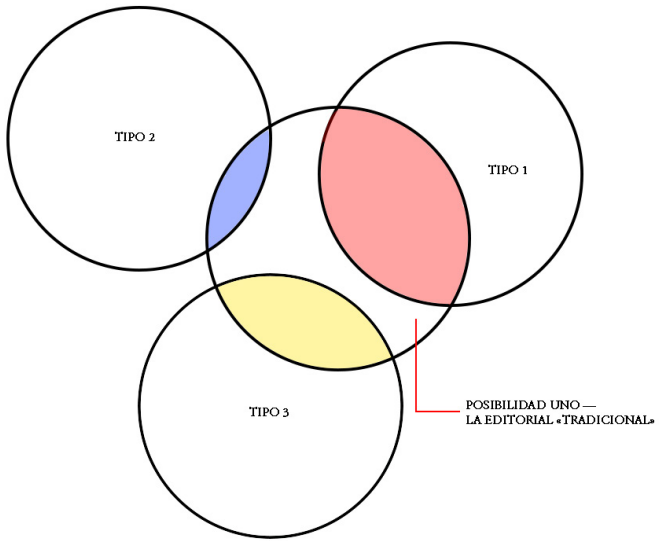


Imagen uno

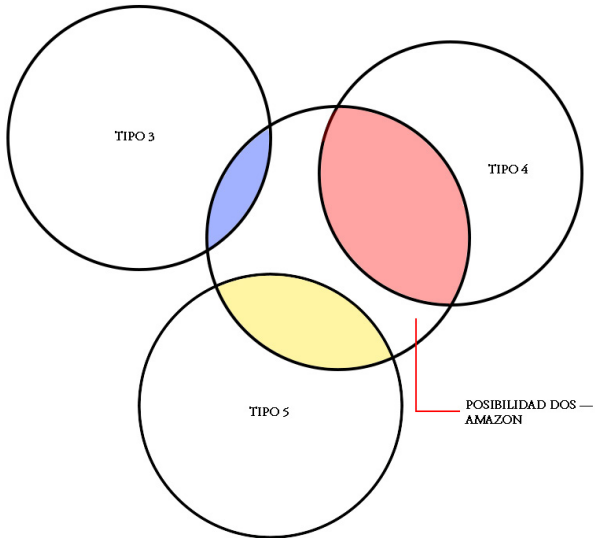


Imagen dos

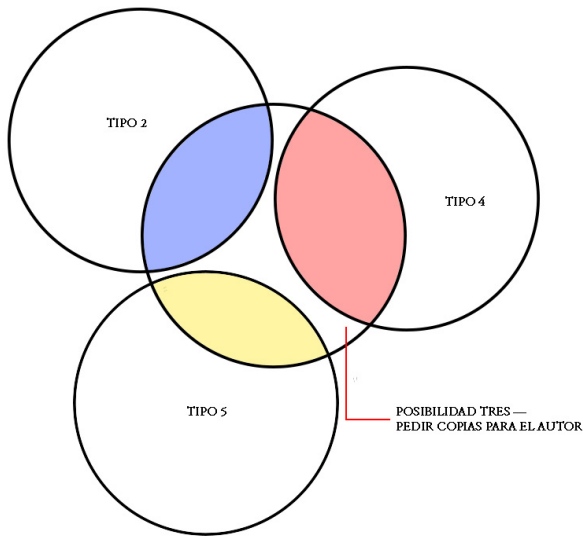


Imagen tres

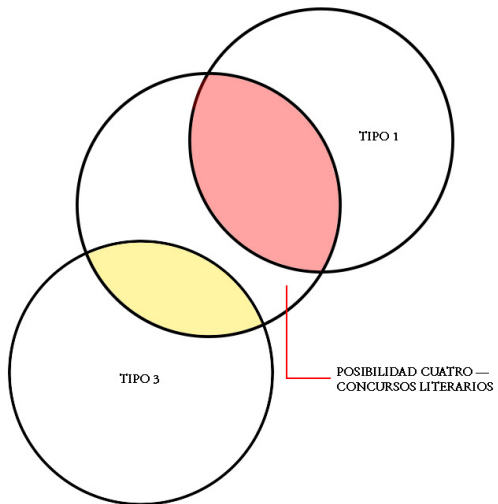


Imagen cuatro

COMENTARIOS RESPECTO AL TIPO 1, EL ASOCIAL

Como vemos en la Imagen uno, el Tipo 1, debería tener el enfoque correcto y buscar un agente literario que le ayude a encontrar una editorial tradicional. Nunca va a saber venderse lo suficiente para que su libro tenga éxito en la autoedición. Ni va a ser tan leído como le gustaría.

En la Imagen cuatro, también vemos cómo los certámenes son una buena salida para su texto. Debe respetar las bases, no tratar de darse a conocer.

Un apunte: ser un tipo poco social no te va a ayudar en prácticamente nada. Aunque la editorial tradicional confíe en ti, también te dirá que organices presentaciones, eventos, entrevistas y demás. O sea, tenlo en cuenta.

COMENTARIOS RESPECTO AL TIPO 2, EL BUEN VENDEDOR DEL MUNDO ANALÓGICO

El Tipo 2, que se mueve como pez en el agua fuera de las procelosas aguas de internet, tiene un pequeño bocado en el conjunto de venta por editorial tradicional, pero no es su mejor opción.

Donde mejor puede mostrar sus talentos, dar lo mejor de sí, es publicando en Amazon —si se le da mal internet siempre habrá editores o alguien que a su nombre le suba los libros a la plataforma—, y pedir copias para el autor (Imagen tres).

Comprar un buen *stock* de sus propios libros. No hace falta empezar de mil en mil. Lo bueno de Amazon es que los puedes comprar de uno en uno.

Compras unos cuantos ejemplares y organizas presentaciones de libros en establecimientos, librerías, etcétera. Le dices al de la tienda que es amigo tuyo y vende un poco de todo, que coloque tu libro en algún lugar visible, te mueves entre ferias de libros, ayuntamientos y diputaciones. Hablas con quien tengas que hablar para tener visibilidad. Es lo tuyo. Usa tu magia para vender tu libro sin necesidad de tener que adaptarte a medios y tecnologías que al no gustarte, quizás no te den partido.

COMENTARIOS RESPECTO AL TIPO 3, EL MUY AJETREADO

La opción de la editorial tradicional siempre te será importante. Tú «sueltas» tu libro al agente literario, o a la editorial directamente —aunque como ya hemos dicho esto es complicado—, y él hace ese trabajo por ti (Imagen uno).

Puedes seguir yendo al Mercadona y llevar al parque el crío, porque tu libro no depende de que todo tu tiempo lo enfoques a él.

Amazon también es una posibilidad. Aunque no demasiado grande (Imagen tres). Pero tienes amistades y conocidos. Y no eres asocial. Quizás puedas ir funcionando en tus ratos libres. Al fin y al cabo, una editorial tradicional te va a dar un 8 % de margen, nada más. Vives de otra

cosa, escribes por placer, y prefieres vender por tu cuenta y llevarte tú más beneficio. Siempre es bueno tener tiempo para uno mismo. O eso dicen en la tele.

Y, por supuesto, por prácticamente las mismas razones que te esgrimí para que publicases en la editorial tradicional como primera opción, también te recomiendo moverlo entre concursos literarios (Imagen cuatro).

COMENTARIOS RESPECTO AL TIPO 4, EL GURÚ DE INTERNET

Es obvio que lo tuyo es publicar en Amazon y pedir copias para el autor (Imagen dos e Imagen tres).

Las dos vías simultáneas. Y ganarás mucho dinero. Dirige tu tráfico y tus seguidores a tu propia página web y que allí puedan comprar tu libro. Tú se lo mandas, tu margen de beneficios por ejemplar será altísimo y el boca a boca te irá haciendo ganar más y más.

Mientras, tienes también el proyecto en paralelo en Amazon para aquellos de tus usuarios que te siguen más por redes sociales y/o prefieren comprar por Amazon por la costumbre. Allí te llevarás un poco menos, pero siempre más que en la editorial tradicional.

No tienes por qué perder el tiempo con la editorial ni agentes literarios porque tú te lo guisas y te lo comes mucho mejor. Sin intermediarios.

COMENTARIOS RESPECTO AL TIPO 5, EL DEL NICHOS

Su similitud con el Tipo 4 es evidente, pero es diferente. Por eso no ocupa tanto bocado en el conjunto (Imagen dos e Imagen tres), por el simple hecho de que él no tiene mucha audiencia, pero la que tiene es una audiencia fiel y de calidad, porque es un referente en un nicho de mercado.

Un médico, un psicólogo, una persona que trabaja con niños, un nutricionista, un culturista... Además, puedes enfocar tanto la venta en Amazon si eres un experto en tu nicho reconocido en internet, como si lo eres en la vida *offline*.

Pedir copias para presentaciones y eventos que organices en tu campo y venta en Internet si, por ejemplo, eres un entrenador personal muy seguido en YouTube y cuya web no tiene tanto seguidor.

Conclusión

Espero que hayas disfrutado con esta miniguía de *Qué hacer con tu libro una vez lo has terminado*.

Espero haberte aclarado conceptos y que te valga como aldabonazo para que pienses en qué punto estás y dónde puedes dar lo mejor de ti y de tu libro.

Que no te frustres porque las ventas no vayan como deseabas, porque, para empezar, solemos contarnos el cuento de lechera, aquella fábula donde su protagonista se hacía ilusiones que pronto se desvanecían por querer ser muy ambicioso y no haber tenido los pies en el suelo.

Sé realista, no busques culpables, ni te culpes a ti mismo. El mundo editorial es muy complejo. Todo el proceso del escritor es un vagar por el desierto. Desde la idea original hasta su cristalización y luego su promoción para que alguien lo compre. Es muy difícil.

Por eso es bueno que te centres, que tengas en cuenta qué quieres hacer con tu libro y qué puedes hacer tú por él. Ser realista, hacerme un poco de caso, e ir a por todas.

Y, por supuesto, trabaja tu libro. Toda esto que acabas de leer es inútil si lo que tratas de vender no es un buen trabajo. Ni agentes literarios, ni editoriales, ni lectores, ni concursos literarios tienen en cuenta los trabajos escolares ni las fotocopias. Un libro es otra cosa.

