

## GUIA DEL AUTOR

Los libros de LDC pretenden ser amenos y fáciles de leer, en tanto en cuanto van dirigidos en general a profesionales que están directa o indirectamente relacionados con el mundo de la empresa, y en especial a ejecutivos y empresarios, es decir, en general personas atareadas, que no disponen de tiempo.

Además, pretenden ser asequibles a personas de diferentes niveles educativos y culturales, por lo que se evitarán en lo posible los enfoques eruditos o académicos, huyendo de las anotaciones bibliográficas o las notas a pie de página, en la medida de lo posible. También se evitará el uso de fórmulas matemáticas en general, y en especial, el de fórmulas complejas.

Las dos primeras preguntas que ha de tratar de responderse a si mismo el autor son:

- 1) ¿Cuál es mensaje que pretendo transmitir con este libro? Debe plasmarlo en una frase; como máximo en un párrafo.
- 2) ¿A quien me dirijo? Debe concretar el perfil de las personas a las que cree que les puede interesar el mensaje que pretende transmitir con el libro.

La respuesta que se dé a las preguntas anteriores es muy importante porque le debe servir de guía a lo largo del proceso de redacción del libro. A menudo se encontrará con momentos de duda en relación con la inclusión o no de un tema, o en el modo de enfocar la redacción de un capítulo, por ejemplo; en esos casos, debe preguntarse de nuevo:

- 1) ¿Ayuda a comunicar el mensaje central del libro, o se aleja en exceso del mismo, y quizás despista o distrae al lector?
- 2) ¿Le interesará esto al lector a quien me dirijo?

Si la respuesta es negativa, o le surgen dudas, debe abstenerse de incluirlo en el libro. Es mejor un libro de 150 páginas claro, sencillo y concreto, que uno de 250 confuso y aburrido.

Si le quedan dudas, puede consultar con el editor de LDC.

En ese sentido, pretendemos que nuestros libros se sitúen entre las 150 páginas, como mínimo, y las 300 como máximo. Quizás la media óptima esté entre las 200 y las 250.

Desde el punto de vista de la redacción, recomendamos seguir las pautas siguientes:

- Plantearse un **índice** desde el principio, aunque éste varíe según se redacte.
- Tratar de hacer **capítulos** no muy largos, quizás de un máximo de 25 páginas, y un óptimo de 15-20.
- Para un libro de 200-250 páginas, ello implica no más de 10-15 capítulos.
- Hay que tratar de hacer **capítulos que se puedan leer por sí mismos**, sin referencias a otros capítulos, si es posible, para que se puedan vender de forma independiente en formato pdf por Internet.
- Tratar de que el capítulo de *Introducción* contenga en líneas generales el mensaje principal que se pretende transmitir, para que este capítulo lo puedan descargar los internautas interesados en el libro (sin coste), y se hagan una idea aproximada de lo que pretende el libro, y de cómo está estructurado.
- Usar la posibilidad de agrupar los capítulos en **partes**. Por ejemplo, tres partes, de 5 capítulos cada una. Quizás precedidas por un capítulo de introducción, y culminadas con uno de conclusiones.
- Usar un **esquema básico y claro de redacción**, aplicable a todo el libro, a sus partes, a los capítulos y a los apartados:
  - Planteamiento
  - Desarrollo
  - Conclusión
- Procurar escribir **frases cortas**, dentro de párrafos cortos, en los que no hayan más de 3 ó 4 frases.
- Siempre que sea posible, incluir **ejemplos** reales, o casos, que ilustren el mensaje y lo refuercen. Asegurarse de que los citados no tendrán inconveniente en aparecer en el libro.
- Siempre que el mensaje lo justifique, incluir algún **gráfico ilustrativo**.
- No excederse en el uso de **puntos** o **apartados**. El modo de referir dichos apartados debería seguir la pauta del modelo de documento Word que le entregará la editorial.
- Se evitará la inclusión de nombre o frases en **negrita** o en **cursiva**. Si se quiere destacar una frase, como el resumen o corolario de un apartado o capítulo, deberá destacarse completamente, incluso enmarcándola en una caja. El editor verá cómo tratarla en la impresión final.
- Hay algunos elementos de redacción que hay que restringir a lo imprescindible; por ejemplo: paréntesis, -bla, bla-, comillas, etc. Lo mejor es no usarlos.

# Libros de Cabecera

*Libros de empresa y economía*

- Incluir la posible **bibliografía** de referencia en un anexo final, sea ésta de referencia general, o específicamente citada en alguna página del libro. En este caso, se indicará un número de referencia.

El autor ha de pensar que no tiene delante 200 páginas en blanco, sino 20 capítulos de 10 páginas. Una vez planteado el índice, empezar por el primer capítulo es enfrentarse a sólo 10 páginas en blanco, lo cual se ve más fácil, ¿no?

Otros aspectos a destacar:

- El editor valorará la idoneidad de incluir al inicio del libro un “prólogo del editor”, explicando porqué se ha escogido al autor y el tema, y cómo encaja en la filosofía editorial, y dando consejos de lectura, si cabe.
- El editor y el autor procurarán conseguir un **prólogo**, de al menos 2 a 5 páginas, de un personaje conocido o de referencia en relación al tema que recoge el libro. En la portada del libro se mirará de mencionar “Prólogo de don Fulano de Tal”, con permiso del autor y del prologuista.
- El autor indicará en el libro la referencia a su **blog**, para que los lectores puedan exponerle preguntas o comentarios. El blog lo preparará la editorial, y lo mantendrá el autor (caso que no lo tuviera).
- El tipo de letra, interlineado, separación de párrafos, etc., está contenido en el Libro de Diseño de la editorial, y se concreta en la plantilla Word que se entrega a cada autor.
- La intención de la editorial es publicar libros impresos en tipos de letra suficientemente grandes como para que ningún lector de más de 50 años tenga dificultades de lectura; y hacerlo con amplio interlineado y amplios márgenes, para que sea fácil la introducción de anotaciones manuscritas.
- La editorial, una vez aprobada la redacción final del libro, preparará un resumen del mismo, que será revisado y aprobado por el autor. Dicho resumen se venderá por Internet en pdf.