

Datos del Proyecto

1.- Denominación de la Idea o actividad (denominación comercial o actividad principal a desarrollar)

Nombre comercial: Escritoras Ajenas – Otras voces desde la periferia

Actividad principal: Venta de libros nuevos, especialmente escritos por mujeres, y promoción de la lectura a través de actividades culturales (talleres, clubes de lectura, presentaciones, etc.) en Encinarejo de Córdoba.

2.- Descripción de la Idea. Detalle cómo y por qué cree que podría convertirse en negocio: problema que se pretende resolver (necesidades que cubre), novedad de la solución propuesta.

La idea consiste en abrir una librería de proximidad en Encinarejo de Córdoba, una barriada periférica al norte de la capital cordobesa, que junto con Villarrubia, El Higuerón y La Golondrina conforman un conjunto de núcleos de población con una importante demanda de servicios. En esta zona —que puede alcanzar los 20.000 habitantes en verano— existen negocios básicos como supermercados, panaderías o academias, pero ninguna librería ni oferta cultural estable relacionada con el libro.

La propuesta busca cubrir esa carencia, ofreciendo un espacio cultural accesible que combine la venta de libros con actividades relacionadas con la lectura y la escritura. La librería no solo ofrecerá títulos generales, sino que se especializará en libros escritos por mujeres y en obras que exploren la experiencia de la “ajenitud”, es decir, el sentirse fuera de lugar o en los márgenes, una línea temática con un fuerte valor identitario y cultural.

Además de la venta de libros, la librería contará con una tienda online, lo que permitirá ampliar el alcance del proyecto y adaptarse a nuevos hábitos de consumo. También será un punto de encuentro literario, con clubes de lectura, talleres, presentaciones de libros y un espacio para autoras locales en consignación.

Se trata de una solución original, con enfoque de nicho, que responde a una necesidad real de la zona y que puede convertir una pasión personal por la lectura en un proyecto sostenible, con impacto social y cultural.

3.- Descripción de los productos/servicios/utilidades que genera la puesta en marcha de la Idea

Servicios:

Venta de libros con enfoque temático en autoras y literatura de la “ajenitud” (la experiencia de sentirse fuera de lugar).

Recogida y consignación de libros de escritoras locales, ofreciendo un canal de visibilidad y venta en el entorno cercano.

Utilidades:

Espacio para la realización de talleres literarios orientados a públicos diversos.

Sede de clubes de lectura, fomentando la participación cultural y el pensamiento crítico.

Lugar para presentaciones de libros, encuentros con autoras y actividades culturales periódicas.

Productos:

Merchandising propio relacionado con la línea editorial de la librería: tote bags, libretas, marcapáginas y otros artículos con mensajes o diseños inspirados en autoras o textos destacados.

4.- Descripción cronológica de los procesos y/o actividades que se han de realizar para llevar el producto / servicio al cliente final.

1. Análisis preliminar y contacto con proveedores (Mes 1):

Búsqueda de distribuidoras de libros, editoriales independientes y autoras que se ajusten al concepto, locales o no. Acuerdos de consignación o compra a bajo costo.

2. Acondicionamiento del local (Mes 2):

Acondicionamiento básico del espacio físico: estanterías, mobiliario, señalética, conexión a internet y zona de lectura.

3. Diseño de identidad y materiales promocionales (Mes 2–3):

Creación del logo, redes sociales, cartelera de actividades y primeros materiales de merchandising.

4. Adquisición de fondo editorial (Mes 3):

Selección y compra inicial del catálogo de libros. Enfoque en narrativa escrita por mujeres, literatura crítica, infantil diversa y títulos difíciles de encontrar en librerías convencionales.

5. Inauguración, apertura al público y tienda online (Mes 4):
Lanzamiento con evento de apertura y difusión local. Presentación de la librería y su propuesta cultural.
6. Inicio de actividades complementarias (Mes 5 en adelante):
- o Clubes de lectura mensuales.
 - o Talleres literarios o de escritura.
 - o Presentaciones de libros o encuentros con autoras.
 - o Venta de merchandising.
 - o Apertura de punto de recogida.

5.- Mercado al que se dirige. ¿Cuál es su principal clientela? ¿Dónde se encuentran localizados?

El proyecto se dirige principalmente a la población de Encinarejo de Córdoba y otras barriadas periféricas de Córdoba capital como Villarrubia, El Higuero y La Golondrina, que en conjunto superan los 10.000 habitantes y llegan a más de 20.000 durante el verano. Estas zonas carecen de una librería especializada, pese a contar con una comunidad activa y diversa.

La clientela potencial incluye:

- Personas interesadas en literatura escrita por mujeres, especialmente en obras que abordan temas de identidad, memoria y ajenidad.
- Lectores/as con interés en enfoques alternativos al canon literario dominante.
- Familias, jóvenes y adultos que buscan espacios culturales accesibles cerca de casa.
- Autoras locales, que podrán encontrar aquí un punto de visibilidad, presentación y consignación para sus obras.
- Colectivos culturales y educativos interesados en actividades literarias, clubes de lectura o talleres enfocados en literatura de mujeres.

La propuesta responde a una necesidad no cubierta: acceder a libros cuidadosamente seleccionados y disfrutar de espacios de encuentro literario en un entorno rural con limitado acceso a oferta cultural permanente.

6.- Con la idea desarrollada, ¿se ofrece algún servicio adicional que pudiera mejorar la experiencia de compra del cliente?

No

7.- Factores / motivos por los cuales la implantación de la Idea tendría éxito.

- Ausencia de competencia directa: Actualmente no existe ninguna librería en Encinarejo ni en su entorno inmediato (Villarrubia, La Golondrina, El Higuero), lo que convierte a esta propuesta en una oferta única en la zona.
- Demanda cultural insatisfecha: La biblioteca local no cubre las necesidades de lectura. La población muestra interés por actividades culturales, pero carece de un espacio específico para acceder a libros o participar en actividades literarias.
- Especialización y valor añadido: La librería se centra en literatura escrita por mujeres, una propuesta novedosa y de nicho que atrae a lectores interesados en enfoques diversos, feministas y alternativos a los discursos literarios tradicionales.
- Versatilidad del espacio: Además de la venta de libros, la librería funcionaría como centro cultural con talleres, presentaciones y clubes de lectura.
- Comercio local y cercanía: La tendencia actual de apoyo a los negocios locales favorece el éxito de iniciativas que conectan con lo local, la atención personalizada y el arraigo territorial.
- Complemento digital: La posibilidad de integrar un canal de venta online abre la oferta más allá del pueblo.

8.- Descripción y desglose de la inversión necesaria para iniciar la actividad generada por la Idea presentada

- Mobiliario básico - Estanterías, mostrador, mesa para talleres y sillas - 900 €
- Material promocional inicial - Rotulación exterior - 300 €
- Material técnico de trabajo - Caja registradora sencilla, lector de códigos de barra manual - 300 €
- Web (dominio, plantilla, configuración) - Web básica con catálogo, formulario de contacto y blog - 400 €
- Primer fondo editorial - Selección inicial de libros para la venta - 1.000 €
- Decoración básica del local Lámparas, plantas, elementos visuales - 100 €