

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2024-2025

**Elaboración de estrategias de comunicación para el
lanzamiento y maximización de ventas de una obra
literaria propia.**

PROYECTO PERSONAL.

PAULA CASTAÑO MARTÍNEZ

Tutora académica: ANA BELÉN SEBASTIÁN MORILLAS

SEGOVIA, junio de 2025

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Motivación, justificación y delimitación del objeto de estudio
- 1.2. Objetivos de la investigación
- 1.3. Metodología utilizada

2. BRIEFING

- 2.1. Antecedentes
- 2.2. Problemas/barreras
- 2.3. Objetivos
- 2.4. El producto (Libro)
- 2.5. Público objetivo
- 2.6. Competencia
- 2.7. Mensaje/tono
- 2.8. Información adicional de interés

3. INVESTIGACIÓN

- 3.1. Situación actual del mercado editorial
- 3.2. Estado del género de la novela
- 3.3. Editoriales potenciales para *Proyecto Cápsula*
- 3.4. Imagen proyectada por las editoriales
- 3.5. Objetivos y estrategias editoriales
- 3.6. Análisis de mercado y posicionamiento
- 3.7. DAFO de Proyecto Cápsula
- 3.8. Análisis de público objetivo (Buyer persona)
- 3.9 Resultados de la investigación

4. FASE EXPLORATORIA: APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO PILOTO

- 4.1. Cuestionario piloto
- 4.2 Resultados del cuestionario.
- 4.3. Análisis de las preguntas de forma individual
- 4.4. Conclusiones de los resultados del cuestionario.

5. PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL LIBRO

PROYECTO CÁPSULA

5.1 Objetivos de la propuesta de comunicación, estrategias y acciones.

5.1.1. Objetivos

5.1.2. Estrategias

5.1.3. Acciones

5.2 Análisis de la situación editorial.

5.3 Propuesta de portada del libro.

5.4 Importancia de la Sinopsis

5.5 Calendario

6. CONCLUSIONES FINALES

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGRADECIMIENTOS.

A mi abuela Isabel, quien me ha cuidado desde niña.

A mi madre, que me lo ha dado todo siempre.

A mi pareja, que cada día me impulsa a ser mejor.

A mi tutora, por ayudarme constantemente.

Y a mi padre, que, aunque ya no está, nunca dejó de creer en mí y me enseñó que podía lograr todo lo que me propusiera.

Gracias.

RESUMEN

El Trabajo de Fin de Grado tiene como principal objetivo diseñar un plan estratégico de comunicación para el lanzamiento y la maximización de ventas de *Proyecto Cápsula*, una obra literaria creada por Paula Castaño, que también es la autora de este trabajo. Se trata de un libro de carácter distópico, con elementos románticos y eróticos.

A través de una metodología que combina una revisión exhaustiva de la bibliografía y un trabajo de campo mediante un cuestionario piloto, se analizan las características del mercado editorial, las oportunidades de posicionamiento existentes y datos relevantes sobre el público objetivo.

El trabajo incluye un análisis DAFO, la creación de un buyer persona y una propuesta de comunicación adaptada a un bajo presupuesto, con ideas que permitan conectar con el público y generar una pequeña comunidad inicial alrededor de la historia.

ABSTRACT

This Final Degree Project aims to design a strategic communication plan for the launch and sales maximization of *Proyecto Cápsula*, a literary work created by Paula Castaño, who is also the author of this study. It is a dystopian novel that includes romantic and erotic elements.

Through a methodology that combines an in-depth bibliographic review and fieldwork based on a pilot questionnaire, the project analyzes the characteristics of the publishing market, current positioning opportunities, and relevant data about the target audience.

The work includes a SWOT analysis, the development of a buyer persona, and a communication proposal adapted to a limited budget, with ideas aimed at connecting with the audience and creating a small initial community around the story.

PALABRAS CLAVE

Libro, Proyecto Cápsula, mercado editorial, marketing influencer, novela distópica, promoción.

KEY WORDS

Book, Proyecto Cápsula, editorial market, marketing influencer, dystopian novel, promotion.

1. INTRODUCCIÓN

"Lo que escribimos, lo hacemos no solo por nosotros, sino por aquellos que, aunque no nos conocen, leerán nuestras palabras." – Isabel Allende

1.1 MOTIVACIÓN, JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Mi deseo de compartir con el mundo el resultado de un proceso que ha significado tanto para mí como la creación de mi propio libro, es el que ha inspirado este Trabajo de Fin de Grado titulado: "Elaboración de estrategias de comunicación para el lanzamiento y maximización de ventas de una obra literaria propia".

Tras meses de trabajo y dedicación, me encuentro en la etapa final de mi primer proyecto literario titulado *Proyecto Cápsula*, en la que descubro que es fundamental pensar más allá de la escritura y centrarme en cómo este libro puede llegar a sus futuros lectores.

Y es que, desde que empecé a escribir la primera página, soñé con el momento en el que mi libro pudiera ser leído, y ahora que estoy en ese punto, quiero dar un paso más. Por eso, este proyecto nace de la necesidad de crear una estrategia de comunicación que haga posible que mi obra se conozca y llegue a quienes puedan resonar con ella.

Estoy convencida de que, al explorar herramientas y estrategias, puedo marcar la diferencia y conseguir los objetivos a los que quiero llegar con mi obra, ya que, considero que este proyecto es una oportunidad única para unir dos pasiones: mi amor por la literatura y mi interés por la comunicación, y es por eso que he elegido este tema.

Este trabajo se centra en la promoción de mi libro, el cual a día de hoy se encuentra en un borrador que, a pesar de hallarse en una etapa avanzada, aún requiere de revisiones finales.

En cuanto al alcance geográfico, me gustaría dirigirlo a un público hispanohablante, principalmente en España y Latinoamérica, donde creo que mi obra puede tener una gran acogida.

Soy consciente de que el presupuesto económico es bastante limitado, por lo que las estrategias que acabe utilizando deberán ser creativas y estar optimizadas para maximizar los recursos disponibles. Me centraré especialmente en herramientas digitales, como las redes sociales.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Cómo hemos mencionado anteriormente, el objetivo principal del Trabajo de Fin de Grado es diseñar un plan estratégico de comunicación que sirva para lanzar y posicionar el libro: *Proyecto Cápsula*, en el mercado literario.

Objetivo general: Crear un plan de comunicación que permita dar a conocer y maximizar la venta de la obra literaria.

Objetivos específicos:

El libro aún está en proceso de creación, por lo que no está publicado. La intención principal es trabajar sobre unos objetivos específicos que se enumeran a continuación:

- Identificar al público objetivo: queremos saber a quién va dirigida la obra, analizando sus intereses, preferencias literarias y otros datos de interés.
- Encontrar la editorial adecuada para poder publicar la obra.
- Buscar una estrategia para poder promocionar el libro de forma digital: ya sea a través de redes sociales, campañas publicitarias online u otros métodos. Aun así no descartamos explorar estrategias de promoción tradicionales.
- Optimizar los recursos disponibles, es decir desarrollar acciones de bajo coste pero que a la vez, tengan un impacto elevado con la audiencia.
- Una vez cumplidos los diferentes objetivos, poder evaluar el éxito, y reflexionar sobre el proceso y los resultados obtenidos.

1.3 METODOLOGÍA UTILIZADA

Para llevar a cabo este proyecto hemos decidido aplicar una metodología que combina dos enfoques complementarios: una revisión bibliográfica y un estudio de campo mediante encuestas.

A través de esto, la intención es recopilar información clave sobre el mercado editorial y, de manera específica, sobre el público objetivo al que queremos dirigir la obra.

En primer lugar, queremos realizar una exhaustiva revisión bibliográfica con el objetivo de analizar libros que se parezcan a la obra en términos de género, estilo y público potencial. Esto nos permitirá identificar tendencias en el mercado literario, ver qué estrategias emplean los autores y qué editoriales trabajan con este tipo de obras. A través de esta revisión, nuestra idea es comprender el entorno en el que se desarrollan y venden estas obras. A la misma vez que elegir una editorial para poder publicar el libro.

Por último, una vez definido un perfil preliminar del público objetivo, procederemos a realizar un estudio de campo mediante un cuestionario piloto que únicamente van a responder personas que formen parte de él, es decir personas interesadas en la lectura, con el fin de obtener datos más específicos sobre sus preferencias literarias, hábitos de compra y medios por los cuales se informan sobre nuevos lanzamientos. Ha sido respondido por un total de 73 personas y está dividido en dos partes: Una primera parte orientada a conocer los hábitos de lectura, tramas preferidas, formatos utilizados y nivel de afinidad con ciertos temas narrativos y una segunda parte en la que se identifican los factores que influyen en las decisiones de compra y el tipo de contenido que se consume en redes sociales. Esta parte servirá para entender qué estrategias de comunicación debemos utilizar para dar a conocer el libro de la autora Paula Castaño y será clave para perfilar al lector ideal de la obra.

2. BRIEFING

Este apartado trata sobre el briefing del *Proyecto Cápsula*, escrito por la autora Paula Castaño, una herramienta clave para organizar y estructurar la información sobre la obra antes de poder lanzarla al mercado. Queremos asegurarnos de que tenemos claro no solo de qué trata la historia, sino también cómo va a ser presentada al mundo, a quién va dirigida y qué mensaje se pretende transmitir con ella.

Desde el momento en que se empezó a escribir *Proyecto Cápsula*, se hizo con la intención de poder expresar la creatividad de la autora, a la misma vez que, compartirla con el público en un futuro. Sin embargo, para lograr que llegue a ese público, necesitamos definir qué es lo que estamos ofreciendo.

En definitiva, elaborar este briefing nos permite convertir este libro en un producto con identidad propia y prepararlo para su lanzamiento. El briefing es un documento que proporciona detalles esenciales sobre el proyecto y es clave para poder comprender las necesidades, objetivos y restricciones del proyecto para realizar la investigación. De esta manera, nos facilita la información más importante para realizar la investigación y después realizar la propuesta del plan de comunicación.

2.1 ANTECEDENTES

El libro se titula *Proyecto Cápsula*, y es el resultado de un proceso creativo que combina la pasión por escribir de la autora (Paula Castaño) con su interés de explorar sobre las relaciones humanas. Paula empezó a escribir porque tenía la necesidad de contar una historia diferente, una que reflexionara sobre la importancia del amor, las decisiones y la libertad en un contexto controlado.

La idea surgió como una mezcla de inspiración personal en el que se juntaron sus vivencias propias y la observación del mundo actual: ¿qué pasa cuando nuestra capacidad de amar está limitada a un experimento? ¿Es posible que tengamos que cumplir con unas expectativas hacia la sociedad?

Este concepto permitió a la autora crear un mundo distópico donde la humanidad se ve obligada a encontrar su alma gemela bajo condiciones estrictas, desafiando la autonomía emocional. La historia está llena de emociones, desafíos, drama, erotismo y preguntas que invitan al lector a reflexionar sobre cómo vive y cómo decide amar.

2.2 MISIÓN

La misión no es solo contar una historia, sino generar una experiencia emocional que lleve a los lectores a cuestionar aspectos de su vida.

La intención es que encuentren paralelismos con sus propias experiencias y que, en algún momento, tengan ese instante de "¡guau!", en el que algo haga clic en su mente y les haga replantearse su manera de entender el amor y la libertad.

2.3 VISIÓN

La autora quiere que *Proyecto Cápsula* sea una historia que ayude a que quienes lo lean se hagan preguntas sobre las elecciones que toman, la forma en la que viven el amor y la libertad emocional de la que disponen. La visión de la obra es que la historia de Gina y Leo, los protagonistas, invite a reflexionar sobre la vida, las relaciones, la toxicidad y el control.

2.4 VALORES

Autenticidad: La historia refleja emociones humanas con las que cualquier persona puede identificarse.

Empatía: Se busca conectar con los lectores a un nivel profundo, hacer que se sientan comprendidos y que, de alguna manera, encuentren en las palabras del texto algo que resuene con su propia vida.

Dilemas éticos: En *Proyecto Capsula* se explora la fina línea que existe entre el bien y el mal, entre lo correcto e incorrecto, y esta reflexión sucede a través de las vivencias que tienen los protagonistas dentro del proyecto.

2.5 PÚBLICO OBJETIVO

El público al que está dirigida la obra es juvenil, se considera que el punto fuerte puede situarse entre 18 y 20 años, aunque podría englobar hasta adultos de 35. Lo importante es que los lectores disfruten de la ficción romántica, de la distopía y sobre todo de lecturas que hagan una combinación entre erotismo, emociones intensas y dilemas existenciales.

Hemos elegido a un público mayor de edad, porque a pesar de que el libro trata sobre un amor juvenil, aparecen escenas con contenido erótico.

Es el mismo perfil de lectores que podrían consumir obras como *Divergente* de Verónica Roth. Además, el libro, al estar escrito en español, está dirigido a una audiencia hispanohablante, es decir, principalmente en España y, como mucho, Latinoamérica.

2.6 POSICIONAMIENTO

Paula Castaño es una autora emergente, por lo que actualmente, parte desde cero en cuanto a posicionamiento. No posee una base de lectores consolidada. Nuestro objetivo principal es posicionar a la autora como una escritora cercana, que hace que el público conecte con las mismas emociones que ha querido reflejar mientras ha elaborado la obra. Al final, estas emociones e inquietudes han tenido que ser experimentadas por la escritora antes de poder crear el libro.

Aspira a poder ubicarse como una opción relevante para los lectores que buscan algo diferente pero intenso.

2.7 MENSAJE Y TONO

La historia está inspirada en hechos reales, es decir, a pesar de que el universo en el que se desarrollan los personajes y acontecimientos es ficticio, las dinámicas que existen entre ellos reflejan situaciones que ocurren en la vida real.

A través del libro se pretenden transmitir varios mensajes.

Con el primero, que los lectores se cuestionen si realmente son libres en sus decisiones emocionales y cómo sus elecciones afectan a su vida y a la de los demás.

El siguiente mensaje trata sobre la toxicidad que existe entre ciertas relaciones y la inseguridad que pueden generar las terceras personas dentro de estas.

El tono del libro como autora es reflexivo y emocional. A pesar de que está narrado en primera persona a través de Gina, el personaje principal, le interesa conectar con los lectores haciéndoles sentir parte del universo que ha creado.

2.8 DATOS DE INTERÉS

Título: *Proyecto Cápsula*.

Tiempo de creación: Más de un año, aún no está terminado.

Ubicación de la historia: Un mundo distópico dividido en dos espacios principales: “La Burbuja” que es un entorno simulado donde los personajes deben buscar a su alma gemela, y el mundo exterior, donde la libertad emocional está restringida.

Lo ideal es encontrar a la persona adecuada, por lo que los jóvenes al cumplir 18 años están obligados a entrar a la simulación en busca de ella. Nadie puede enamorarse en el exterior sin haber pasado por el proyecto.

Temáticas principales: Amor, superación de miedos, libertad, relación tóxica, adicción, infidelidades, inestabilidad mental, apego, triángulo amoroso.

Género: Distopía romántica, dirigida al público juvenil y joven adulto.

Personajes principales:

Gina Casten - Habitación 127

Nació en julio.

Cuando comienza la trama, tiene 18 años. Es una persona intensa y emocional, con una gran autoexigencia. Tiene valores muy definidos y una madurez que destaca para su edad. Posee una fuerte inteligencia emocional, lo que le permite comprender bien a los demás. Su atractivo va más allá de lo físico; su elegancia y porte hacen que cualquier prenda le favorezca.

Físicamente, es una joven española de tez clara, con cabello castaño oscuro y ondulado, y grandes ojos marrones. Es delgada, pero con curvas armoniosas. Sus labios son carnosos y mide 1,65 m.

Proviene de una familia de clase media-alta. Creció sin la presencia de su padre, quien enfermó y falleció cuando ella tenía 10 años, lo que marcó su infancia y forjó parte de su carácter.

Tiene una personalidad fuerte y cuestiona todo a su alrededor. Es empática, con un gran corazón, y se preocupa profundamente por quienes la rodean. A pesar de ello, no está exenta de inseguridades y evoluciona a lo largo de la historia.

Es fiel, trabajadora y siempre está disponible para los demás. Sabe escuchar sin juzgar, aunque a veces su autoexigencia la abruma y tiende a tomarse las cosas de manera personal.

Su pasión por la pintura refleja su disciplina y creatividad.

Leo Gouder - Habitación 126

Nació en marzo.

Cuando comienza la trama, tiene 18 años. Es una persona con poca inteligencia emocional, marcada por la necesidad constante de validación de otros hombres. No se permite mostrar vulnerabilidad, convencido de que la debilidad no tiene cabida en su vida. Sin embargo, en lo más profundo, sigue siendo un niño que solo anhela sentirse querido.

Gina es el amor de su vida. Con ella puede ser él mismo, sin máscaras ni presiones, y solo a su lado se siente realmente completo. Aun así, su relación ha estado marcada por heridas que ella, de alguna manera, le ha causado. Por otro lado, siente un gran cariño por Aura, aunque en el fondo la utiliza. Lo que comenzó como un amor puente terminó convirtiéndose en un vínculo al que, sin darse cuenta, le cogió afecto.

En su relación con Gina, la conexión física es intensa e inigualable. Con Aura, en cambio, hay otras cosas que funcionan mejor, aunque el sexo no sea su punto fuerte.

Físicamente, es un joven de ascendencia nórdica que reside en España. De origen noruego, tiene el cabello rubio y ondulado, y unos impactantes ojos azul intenso. Sus labios carnosos y su porte hacen de él un hombre muy atractivo. Mide 1,90 m y su presencia impone.

Proviene de una familia adinerada, lo que se refleja en su impecable estilo, su pulcritud y el cuidado que pone en su imagen. Siempre va bien vestido y desprende un aroma impecable.

Su familia es de clase alta y está profundamente ligada al mundo del derecho. Sus padres, ambos abogados, están divorciados. A pesar de que desde fuera su vida familiar parece idílica, su infancia estuvo marcada por la soledad. Su hermana ha seguido la tradición familiar y también es abogada, pero él ha decidido alejarse completamente de ese camino, sintiendo que no encaja en ese mundo.

Aura Fertina - Habitación 127

Nació en abril.

Ella aparece más tarde, cuando la historia entre Leo y Gina no funciona.

Su papel es un poco de reemplazo, es una chica muy enamoradiza e insegura.

Se siente mal porque en el fondo es consciente de que el amor de Leo es Gina, y se siente muy dolida porque muchas veces él confunde sus nombres.

Aun así, quiere tanto a Leo que siempre lo perdona.

Aura necesita sentirse querida.

Familia: Su madre viaja mucho por negocios y lejos durante toda su vida y siempre se ha sentido un poco sola. Es de clase media-alta, situación económica parecida a la de Gina.

Físicamente: es una chica guapa, de ojos azules y pelo liso castaño claro. Es una chica muy delgada, no tiene ni pecho ni curvas. Mide 1,60 m.

Es muy buena persona, cuida de Leo y hace un papel de amiga con él, aunque sean pareja.

Leo no siente realmente atracción por ella y se da cuenta al cabo de poco tiempo, aun así, la quiere y sigue a su lado.

Aura detesta a Gina porque le hace sentir insegura.

Cuando Leo la deja, ella le dice que entiende que Gina lo dejara a él.

Aun así, Leo le da a Aura todas las cosas que jamás le ha dado a Gina.

Rowen León - habitación 024

Nació en septiembre.

Está enamorado de Gina, aunque en el fondo no ha terminado de entenderse a sí mismo.

Durante toda su vida ha sido visto como el “friki”, alguien a quien pocos han valorado

realmente. No ha recibido mucho cariño por parte de sus padres y eso ha marcado profundamente su carácter. En realidad, es gay, aunque todavía no ha encontrado la forma de aceptarlo completamente.

Sueña con formar parte del proyecto Cápsula como miembro fundador, siente que necesita dejar una huella en el mundo y convertirse en alguien importante. Su deseo de reconocimiento y validación lo impulsa, pero también lo llena de dudas.

Su familia pertenece a la clase media-alta, aunque él siempre ha anhelado un estatus aún mayor. Sus padres son personas de mente cerrada y su relación con ellos es tensa, pues nunca le han permitido ser él mismo. Tiene una hermana, pero en casa siempre ha sentido que no encaja. Su padre es matemático y su madre ama de casa, una dinámica familiar tradicional que lo ha hecho sentirse aún más atrapado.

Físicamente, no es muy alto, mide 1,70 m. No tiene el físico imponente de Leo, pero su rostro es atractivo y llamativo.

Es una persona de buen corazón, aunque está perdido. Necesita llamar la atención constantemente, lo que lo lleva a actuar de manera impulsiva. Su inseguridad y sus celos son parte de su lucha interna, reflejo de una vida en la que nunca se ha sentido realmente visto ni aceptado.

Alianor Farbor - Habitación 122

Nació en diciembre.

Es lesbiana y feminista, con una mentalidad abierta y una personalidad fuerte. Es la mejor amiga de Gina, más que una amiga, actúa como una hermana. La conexión entre ellas es profunda y genuina, lo que permite que Gina siempre pueda ser completamente sincera con ella. En los momentos más difíciles, se convierte en su mayor apoyo, protegiéndola y actuando como un pilar en su vida.

Es vegetariana y tiene una fuerte conexión con el mar, un lugar donde encuentra paz y

equilibrio.

Su familia es estructurada y estable. Sus padres llevan 30 años casados y ha crecido en un hogar armonioso. Tiene una hermana y su entorno familiar es similar al de Gina en términos económicos: de clase media-alta. Sus padres, ambos enfermeros, le han inculcado valores de empatía y dedicación.

Físicamente, mide 1,60 m y quiere parecer más alta. Su rostro tiene rasgos de modelo, es indudablemente atractiva, aunque lucha con ciertos complejos respecto a su cuerpo. A pesar de su belleza, a veces le cuesta verse a sí misma con los mismos ojos con los que la ven los demás.

Natina Belsona - 080

Nació en enero.

Carismática, influyente y segura de sí misma. Siempre está rodeada de gente, pero en el fondo parece ser una persona solitaria. Es sociable y extrovertida, capaz de captar la atención de todos en cualquier entorno. Sin embargo, su posición privilegiada dentro del Proyecto Cápsula genera dudas sobre su autenticidad

Hace sentir insegura a Gina al principio, ya que, es cercana a Leo, con quien mantiene una relación de amistad especial, aunque no está claro si hay algo más entre ellos.

Es hija de Encina, la fundadora del Proyecto Cápsula, lo que le otorga ciertos privilegios dentro del sistema.

Físicamente, es una chica morena de gran atractivo físico, mide 1,65 m tiene una presencia magnética que hace que muchos quieran estar cerca de ella.

REPRESENTACIÓN DE PERSONAJES PRINCIPALES CON HERRAMIENTA DE IA.

Leo Gouder



Imagen 1: *Representación visual del personaje Leo Gouder.*

Imagen generada con inteligencia artificial mediante DALL·E (OpenAI).

Gina Casten



Imagen 2: *Representación visual del personaje Gina Casten.*

Imagen generada con inteligencia artificial mediante DALL·E (OpenAI).

Aura Fertina



Imagen 3: *Representación visual del personaje Aura Fertina.*

Imagen generada con inteligencia artificial mediante DALL·E (OpenAI).

Rowen León



Imagen 4: *Representación visual del personaje Rowen León.*

Imagen generada con inteligencia artificial mediante DALL·E (OpenAI).

Alianor Farbor



Imagen 5: *Representación visual del personaje Alianor Farbor.*

Imagen generada con inteligencia artificial mediante DALL·E (OpenAI).

Natina Belsona



Imagen 6: *Representación visual del personaje Natina Belsona.*

Imagen generada con inteligencia artificial mediante DALL·E (OpenAI)

LA BURBUJA (MUNDO)

Parecido a un bosque.

Entras a través de una cápsula y no puedes salir hasta que no te enamoras o decides irte solo (pero irse solo está muy mal visto).

Cuando sales de ahí celebras tu ceremonia de elección en la que decides si te vas a ir solo o acompañado.

El tiempo máximo en el que puedes estar dentro de la burbuja es dos años, si al pasar ese periodo de tiempo no has encontrado el amor, el sistema te expulsa.

Todos van vestidos de azul. En la ceremonia de elección van vestidos de blanco.

Dentro del mundo el sistema te pone varias pruebas y tienes que ir superándolas, de esta manera conoces la persona que es más afín a ti.

La comida se obtiene a través de un sensor que conecta con tu mente. Alrededor del bosque hay bayas que también son comestibles.

Cada persona duerme en una especie de cabaña que tiene asignado el mismo número que la habitación donde estaba su cápsula. En el caso de Gina, 127.

ETAPAS DENTRO DE PROYECTO CÁPSULA:

No todo el mundo avanza de la misma forma.

Máximo de tiempo que puedes estar en la burbuja, 2 años.

SELECCIÓN, VÍNCULO, COMPROMISO, CEREMONIA FINAL.

SELECCIÓN

Es la primera etapa dentro del Proyecto Cápsula. Esta etapa se desarrolla en Burbuja, el mundo al que los protagonistas entran cuando participan en el proyecto.

Cada mañana cuando los participantes se despiertan y van a desayunar, son asignados a una mesa, delante tienen a la persona que se les ha asignado. Cuando están desayunando, aparece una manzana y esta les transporta a una sala blanca. Dentro de la sala blanca conectan sus cuerpos a ciertos aparatos que les ayudan a entrar en una simulación. Cada pareja se desarrolla en un escenario diferente, esta prueba sirve para conocerse y para que el propio sistema pueda extraer un porcentaje de la compatibilidad que existe entre los dos usuarios. Una vez finalizada la prueba, los dos participantes se vuelven a encontrar en la sala blanca y al ver el porcentaje que han sumado entre ambos, pueden elegir si pasar a la

siguiente fase: Vínculo, o seguir conociendo a otras personas en Selección.

VÍNCULO

Esta prueba se desarrolla fuera de Burbuja, una vez superado el proceso de Selección, las parejas son mandadas a una isla (siguen dentro de la simulación, su cuerpo nunca abandona la cápsula en la que están metidos durante todo el proyecto). Dentro de esta isla la vida es fácil, las parejas se conocen más a fondo y detalladamente. Esta prueba solo se supera cuando ambas parejas conectan realmente y consiguen vincularse.

COMPROMISO

Una vez las parejas conectan, son separadas. En el caso de Gina y Leo (los dos protagonistas), ella es enviada a la academia de arte, que se encuentra fuera del proyecto, por lo que Gina si tiene permiso para volver al mundo real, pero sin poder comunicarse con nadie ni obtener información, mientras que Leo sigue en la simulación. Solo pueden verse en ocasiones puntuales, cuando a Gina se le permite volver a entrar para verlo.

CEREMONIA FINAL

Simboliza una boda. Las parejas deciden si irse del proyecto juntas y amarse para siempre o salir separadas y quedar como solteros y solteras perenne.

3. INVESTIGACIÓN

En este capítulo se analizará el estado actual del mercado editorial. Vamos a prestar especial atención al género de ciencia ficción, distopía y romance. Para ello, estudiaremos las tendencias en la publicación de este tipo de obras, el impacto de plataformas digitales y la manera en que las editoriales están adaptando sus estrategias a las nuevas dinámicas del sector.

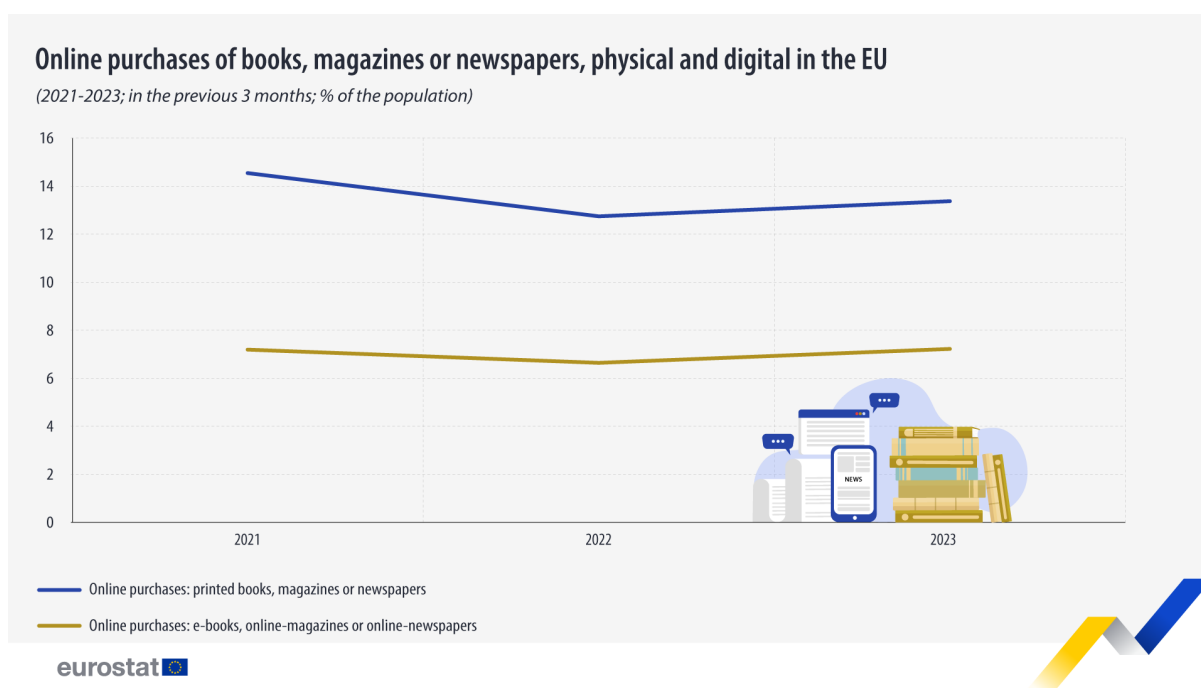
Además, cómo el libro no está publicado, identificaremos las editoriales que podrían estar interesadas en publicar una obra como *Proyecto Cápsula*, evaluando sus características, ventajas, desventajas, reputación y percepción que los lectores pueden tener sobre ellas.

Para terminar, examinaremos el posicionamiento del género en el mercado, teniendo en cuenta la competencia ya existente y las oportunidades y desafíos que enfrenta Proyecto Cápsula en el camino hacia su publicación.

3.1 SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO EDITORIAL.

Esta industria ha experimentado grandes cambios, sobre todo en los últimos años con las nuevas tecnologías y su avance, la digitalización y la autonomía que han ganado los escritores a través de la autopublicación en plataformas como Amazon Kindle Direct Publishing. El formato digital y el audiolibro han ganado bastante reconocimiento, aun así, el libro físico sigue teniendo popularidad y ventas.

Figura 1 Compras en línea de libros, revistas o periódicos (físicos y digitales) en la UE entre 2021 y 2023.



Fuente: Eurostat (2024). <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240423-2>

Según datos de Eurostat (2024) entre 2021 y 2023, las compras en línea de libros, revistas y periódicos en la Unión Europea se mantuvieron bastante estables, aunque siempre con una clara preferencia por los formatos impresos frente a los digitales. Si bien ambos tipos de productos sufrieron una leve caída en 2022, en 2023 hubo una pequeña recuperación. A lo largo de estos años, los libros, revistas y periódicos físicos han contado con una proporción de compradores mucho mayor que sus versiones digitales, lo que muestra que, a pesar del avance de la digitalización, el formato físico sigue teniendo un lugar importante en los hábitos de consumo cultural de los europeos. En definitiva, aunque lo digital va ganando terreno, el libro físico sigue siendo el favorito cuando se trata de comprar en línea.

3.2 ESTADO DEL GÉNERO DE LA NOVELA.

Proyecto Cápsula es una novela que engloba: la ciencia ficción, la distopía y el romance con un toque de erotismo.

Es evidente que las novelas de ciencia ficción y distopía se encuentran presentes entre nosotros, desde libros como *1984* de George Orwell publicado en 1949, como otras novelas muy conocidas y más modernas como *Harry Potter* de J.K Rowling publicada en 1977 o *Divergente* de Verónica Roth en 2011. De hecho, este tipo de novelas han tenido un resurgimiento en los últimos años, con novelas como *El cuento de la criada* de Margaret Atwood, que a pesar de ser publicada en 1985, ha sido adaptada en una serie de televisión que lanzó su primer episodio en 2017.

También nos gustaría destacar casos de éxito provenientes de plataformas como Wattpad, sobre todo en novelas dónde el romance y el erotismo es protagonista. Dos claros ejemplos son *Culpa tuya* de Mercedes Ron y *A través de mi ventana* de Ariana Godoy, ambos comenzaron en Wattpad, una plataforma en la que cualquier escritor desde su casa puede compartir una historia con el mundo. Posteriormente ambas obras fueron adquiridas por editoriales que las publicaron, convirtiéndose en fenómenos literarios. La información que extraemos es que editoriales, como Alfaguara o B de Bolsillo, están cada vez más abiertas a publicar obras de autores emergentes con un fuerte respaldo de lectores en plataformas digitales.

3.3 EDITORIALES POTENCIALES PARA PROYECTO CÁPSULA.

Basándonos en el análisis de la novela, hemos identificado las siguientes editoriales como posibles interesadas en la publicación.

- ALFAGUARA (sello) - PENGUIN RANDOM HOUSE
- B DE BOLSILLO (sello) - PENGUIN RANDOM HOUSE
- PLANETA
- PÀMIES

Los sellos editoriales funcionan como marcas dentro de una editorial grande, cada uno especializado en un tipo de libro. Tras investigar el catálogo de Penguin Random House, nos hemos dado cuenta de que Alfaguara, aunque es un sello reconocido y con una fuerte presencia en la literatura juvenil, no es el más adecuado para una novela de ciencia ficción o distopía. En su lugar, el sello más especializado en este género dentro del grupo es Nova.

Mientras que, B de Bolsillo es un sello que saca versiones económicas de libros ya publicados, por lo que no es un sello al que se pueda enviar el manuscrito desde el inicio.

Por lo que dentro de Penguin Random House, nos vamos a centrar en Nova.

A continuación, se analiza la lista de las tres editoriales que podrían publicar el libro:

- NOVA - PENGUIN RANDOM HOUSE
- GRUPO PLANETA
- PHOEBE - EDICIONES PÀMIES

Para conocer cuál de ellas podría ser la más adecuada, se ha realizado una investigación en función del contexto de cada una, su misión, visión y valores, los diferentes géneros, la trayectoria, el público objetivo al que se dirigen y el mercado en el que se encuentran.

- **Penguin Random House Grupo Editorial (s.f.)** describe el sello NOVA de la siguiente forma: Es un sello que está basado en la ciencia ficción y la fantasía, se fundó hace tres décadas en la línea editorial de Ediciones B. Su catálogo cuenta con autores tanto clásicos como divulgativos. En 2017 es cuando NOVA empezó a formar parte de Penguin Random House Grupo Editorial. Un año

antes recibió el Premio de la Sociedad Europea de Ciencia Ficción a la mejor editorial europea.

- **Grupo Planeta (s.f.)** se define a sí mismo en su página web como:
Fue fundado en 1949 bajo el nombre de Barcelona Editorial Planeta. Un rincón que conecta las historias con sus lectores que abarca una gran variedad de temáticas para todo tipo de público. Se consideran una comunidad de lectores apasionados que busca una gran aventura literaria.
- **Ediciones Pàmies (s.f.)** también se presenta en su sitio oficial de la siguiente manera: Una editorial independiente que surgió en 2007 que quería conseguir un lugar dentro del literario español. Se centran en la ficción, la novela histórica, la negro-criminal y la romántica. (La última bajo el sello Phoebe).

Dentro del análisis podemos observar que todas las editoriales buscan ofrecer un contenido de calidad y que las tres han logrado consolidarse en sus nichos de mercado, aun así, la principal diferencia entre ellas es que NOVA (Penguin Random House Grupo Editorial) y Grupo Planeta son grandes grupos editoriales, mientras que Ediciones Pàmies es una editorial independiente que destaca por su cercanía y enfoque en géneros específicos.

Otra característica a destacar es que tanto NOVA como Grupo Planeta tienen distribución internacional, mientras que Ediciones Pàmies, al ser más pequeña, cuenta con una distribución limitada que está concentrada en el ámbito nacional.

3.4 IMAGEN PROYECTADA POR LAS EDITORIALES.

Somos conscientes de que el público lector percibe a las editoriales según su tamaño y prestigio. Mientras que las editoriales más grandes suelen tener un alto reconocimiento y amplia difusión, las independientes como Ediciones Pàmies, generan más cercanía, a pesar de que no siempre cuentan con la misma capacidad económica o de distribución. Por lo que, después de hacer un análisis, nuestra conclusión es que:

- Penguin Random House (NOVA) es una editorial grande e internacional que está enfocada en ciencia ficción y fantasía que proyecta prestigio.
- Grupo Planeta: es una editorial grande que tiene una fuerte presencia en medios.

- Ediciones Pàmies: es la que más se diferencia de las dos anteriores al ser independiente y ser percibida como más cercana y accesible.

3.5 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EDITORIALES

- NOVA (Penguin Random House): El sello NOVA se ha consolidado como un gran referente de la ciencia ficción y la fantasía en el mundo hispanohablante. A lo largo de su trayectoria ha reunido a actores tan reconocidos como Andy Weir, y sigue apostando por el equilibrio entre los clásicos y los nuevos talentos. Su meta es seguir siendo un referente para los lectores que buscan historias de ambas temáticas y su objetivo seguir siendo referente. **(Penguin Random House Grupo Editorial, s.f.)**
- Grupo Planeta: Grupo Planeta busca llegar a los lectores con historias que conecten con sus intereses. Su misión es construir un catálogo que abarque todos los géneros y temáticas. Actualmente, cuenta con una gran variedad de obras que acompañan a diferentes públicos. Su objetivo es llegar a todos los lectores, y por ello su estrategia es tener un catálogo amplio y diverso. **(Grupo Planeta, s.f.)**
- Ediciones Pàmies: Nació con el deseo de hacerse un hueco en el panorama literario español, apostando desde el principio por el cuidado con personalidad. Su catálogo se especializa en novela histórica, negra y romántica, aunque también por ciencia ficción. Por lo que su objetivo es consolidarse como una referencia y su estrategia principal es mantener un vínculo cercano, apostando por autores consolidados y nuevos artistas. **(Ediciones Pàmies, s.f.)**

3.6 ANÁLISIS DE MERCADO Y POSICIONAMIENTO

El mercado editorial actual presenta una clara segmentación tanto en términos de género como de posicionamiento y accesibilidad. Las editoriales más grandes, como Penguin Random House (a través de su sello NOVA) y Grupo Planeta, dominan por su capacidad de difusión y reconocimiento mediático, proyectando una imagen de prestigio y liderazgo. Por otro lado, editoriales independientes como Ediciones Pàmies destacan

por su cercanía y trato directo con autores y lectores, lo que las hace especialmente accesibles para determinados públicos.

En este apartado mostramos la posición que ocupan estas editoriales en el mercado actual, considerando su estrategia editorial, los géneros que potencian, su nivel de accesibilidad para autores, y el tipo de público al que se dirigen. Esta comparación permite entender mejor el entorno competitivo y las oportunidades de diferenciación dentro del sector.

El mercado editorial en español está muy marcado por el peso y prestigio de las grandes

Tabla 1: *Posición que ocupan las editoriales actualmente*

Editorial/Sello	Género Fuerte	Posicionamiento	Accesibilidad	Público Objetivo
NOVA	Ciencia ficción/Fantás a	Prestigio, nicho fuerte	Media (difícil sin agente)	Lectores exigentes y fans del género
Grupo Planeta	Generalista	Gran difusión, mediático	Baja (muy competitivo)	Público masivo y variado
Ediciones Pàmies/Phoebe	Romántica/His tórica	Cercanía, trato directo	Alta (más accesible)	Lectoras de romance y narrativa

Fuente: elaboración propia.

En conclusión, el análisis comparativo de estas editoriales nos permite observar cómo cada una ha encontrado su espacio dentro del mercado editorial a través de estrategias diferenciadas. Esta comprensión del entorno competitivo resulta clave para situar el proyecto y evaluar sus posibilidades.

3.7 DAFO DEL PROYECTO CÁPSULA.

A continuación, se presenta el análisis DAFO del libro, una obra distópica que busca conectar con un público joven. En este análisis se identifican factores que pueden influir en su desarrollo a nivel editorial.

Fortalezas

- Sentirse identificado: La protagonista, que narra en primera persona, tiene una voz clara, auténtica y emocionalmente conectada con el lector. Ya que este puede sentirse identificado con los sentimientos de Gina (la protagonista).
- Concepto original: La idea de una sociedad que regula el amor mediante un experimento, es diferente. La distopía explora una realidad extrema.
- Personajes bien definidos: Gina, Leo, Rowen, Ali y Encina (entre otros) tienen personalidades claras y diferenciadas, lo cual genera empatía y tensión narrativa.
- Temas tratados: Trata temas universales como el amor, la libertad, la identidad personal, la presión social y el duelo.
- Fácil adaptación a otros formatos: La historia y sus escenarios virtuales tienen potencial para series o películas.

Debilidades

- Ritmo a veces irregular: Hay partes que van más rápidas que otras, especialmente en el inicio.
- Dependencia del diálogo interno: El uso frecuente de pensamientos y reflexiones puede resultar monótono.

Oportunidades

- Encaja en tendencias actuales: El público juvenil y joven adulto está enganchado a distopías emocionales tipo *Divergente* o *Los juegos del hambre*.
- Trilogía o saga: Hay espacio para expandir el universo, es decir, se podría escribir una continuación.
- Material educativo: Puede ser usado para reflexionar sobre emociones, relaciones sanas, sistemas de poder y toma de decisiones en personas mayores de 18 años.

Amenazas

- Mercado saturado de distopías: La novela entra en un género con muchas propuestas, por lo que necesita diferenciarse bien.
- Riesgo de malinterpretación: El sistema de emparejamiento forzado puede generar controversia.

- Expectativas del lector: Si se orienta mal la promoción (por ejemplo, como simple romance juvenil), puede decepcionar a quienes buscan otro tipo de trama.

Tabla 2: *Análisis DAFO de Proyecto Cápsula.*

<p>FORTALEZAS</p> <p>Sentirse identificado</p> <p>Concepto original</p> <p>Personajes bien definidos</p> <p>Temas tratados</p> <p>Fácil adaptación a otros formatos</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>Ritmo a veces irregular</p> <p>Dependencia del diálogo interno</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Encaja en tendencias actuales</p> <p>Trilogía o saga</p> <p>Material educativo (18 años o más)</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Mercado saturado de distopías</p> <p>Riesgo de malinterpretación</p> <p>Expectativas del lector</p>

Fuente: Elaboración propia.

3.8 ANÁLISIS DE PÚBLICO OBJETIVO (BUYER PERSONA)

Hemos creado un perfil de lector ideal, para poder entender qué características tiene o podría tener el público objetivo, aun así, no descartamos que *Proyecto Cápsula* pueda ser un libro comprado por un perfil que se adapte menos a la propuesta.

El buyer persona representa a una joven lectora de 20 años, estudiante universitaria, soltera y residente en Madrid. Es una mujer que valora mucho el contenido emocional y auténtico en las historias que consume. Su perfil refleja a una lectora moderna, reflexiva y exigente, que no se conforma con tramas vacías ni personajes estereotipados.

Es una chica con inquietudes intelectuales y emocionales. Le apasionan los libros juveniles, pero busca que estos le ofrezcan algo más que simple entretenimiento: quiere reflexionar, sentir y, sobre todo, identificarse con lo que lee. Le interesa el arte y la

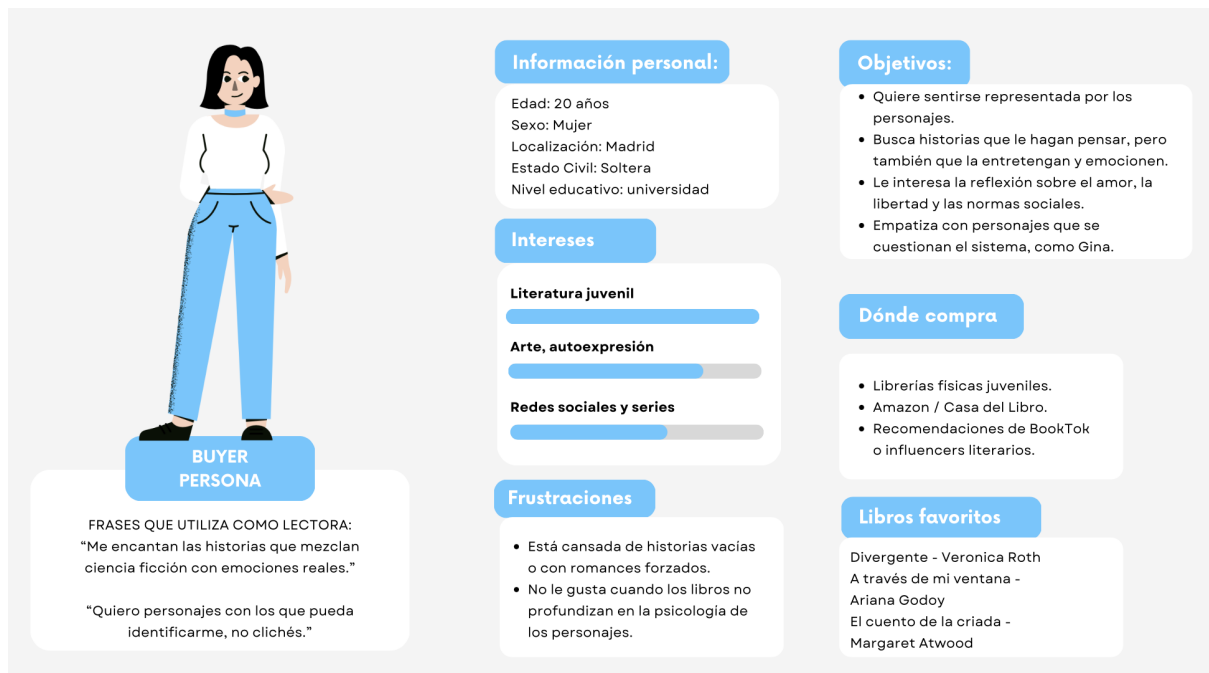
autoexpresión, así como el mundo de las redes sociales y las series, lo que revela su conexión con la cultura digital.

Quiere sentirse representada por los personajes de las historias. Le atraen los libros que la hagan pensar y que, a la vez, la entretengan. Le interesan especialmente las tramas que tocan temas como el amor, la libertad y las normas sociales. Es una lectora que busca profundidad emocional.

Compra libros principalmente en librerías físicas juveniles, Amazon o Casa del Libro. También sigue recomendaciones de influencers literarios o BookTok, lo que muestra que es una consumidora muy influida por las redes sociales y las comunidades de lectores online.

Sus libros preferidos incluyen *Divergente* de Verónica Roth, *A través de mi ventana* de Ariana Godoy y *El cuento de la criada* de Margaret Atwood, una mezcla de literatura juvenil romántica y distopías con fuerte carga emocional y crítica social.

Figura 2: Perfil de buyer persona.



Fuente: Elaboración propia.

3.9 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Hemos analizado el estado del mercado editorial y hemos extraído varias conclusiones clave que nos van a ayudar a trazar una estrategia con posibilidades reales de éxito.

Para empezar, observamos que el mercado editorial está en plena transformación. Aunque es cierto que la digitalización ha cambiado el panorama, el formato físico sigue teniendo fuerza.

En cuanto al género, la mezcla de la ciencia ficción, distopía y romance con toques de erotismo que propone *Proyecto Cápsula* forma parte de las tendencias de hoy en día. Hay una gran presencia de novelas así en el mercado, lo que implica tanto una oportunidad como un reto, ya que necesitamos destacar.

Al analizar las posibles editoriales, hemos identificado tres candidatas principales: NOVA (Penguin Random House), Grupo Planeta y Ediciones Pàmies (Phoebe). Cada una con una identidad editorial muy clara.

En cuanto al género, la mezcla de ciencia ficción, distopía y romance con toques de erotismo que propone *Proyecto Cápsula* está muy en línea con las tendencias actuales. Hay una gran presencia de novelas similares en el mercado, lo que implica tanto una oportunidad como un reto: se debe destacar con una propuesta original, tanto a nivel de historia como de estilo narrativo. Casos como los de *Divergente* o *A través de mi ventana* nos muestran que hay una audiencia amplia y comprometida, siempre que se ofrezca algo emocionalmente auténtico.

En el análisis DAFO, se evidencian varias fortalezas del proyecto: una voz narrativa cercana, personajes bien definidos, temas universales y un concepto original con potencial para convertirse en saga o incluso adaptarse a formatos audiovisuales. No obstante, también hay debilidades como el ritmo irregular en algunos tramos y la fuerte dependencia del diálogo interno. A esto se suman amenazas externas como la saturación del género distópico o la posibilidad de una mala interpretación de ciertos elementos de la trama.

Por último, el perfil del buyer persona nos ha ayudado a entender mejor a quién va dirigido el libro. Se trata de una joven lectora exigente, emocional e intelectualmente activa, que no se conforma con historias vacías o superficiales y que se deja influenciar por las redes sociales (BookTok).

En resumen, *Proyecto Cápsula* tiene mucho potencial si se presenta como una historia emocionalmente intensa, con profundidad temática y una estética moderna. El mercado está preparado para recibir propuestas así, pero es clave encontrar el sello editorial y la estrategia de comunicación para poder conseguir lo que busca este trabajo, conectar con el público y maximizar las ventas de la obra literaria.

4. FASE EXPLORATORIA: APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO PILOTO.

Para reforzar la investigación llevada a cabo hasta este punto, se ha diseñado y aplicado un cuestionario piloto. Este instrumento ha permitido recopilar información clave del público objetivo y responder a los objetivos planteados. Los resultados sirven para contrastar y complementar el análisis que se ha hecho previamente sobre el mercado editorial, el perfil del buyer persona y la viabilidad del proyecto.

A continuación, se presenta el cuestionario piloto diseñado para obtener información relevante del público objetivo (lectoras jóvenes de literatura juvenil), con el fin de definir los canales, mensajes y formatos más adecuados y efectivos para promocionar la obra. Tras ello, se expone una propuesta de plan de comunicación estratégico basado en los resultados esperados.

4.1 CUESTIONARIO PILOTO

Introducción del cuestionario:

¡Hola! Me llamo Paula y estoy trabajando en el lanzamiento de una novela distópica con un fuerte componente emocional. Es una historia que combina romance, dilemas existenciales y un toque de erotismo.

Este cuestionario es completamente anónimo y forma parte de mi Trabajo de Fin de Grado, con el objetivo de conocer mejor tus hábitos y gustos como lector/a y así poder comunicar esta historia de la forma más cercana y auténtica posible.

¡Gracias por tu tiempo y por ayudarme a dar vida a este proyecto!

SECCIÓN 1:

País de residencia:

(Respuesta corta)

¿Qué formatos de lectura prefieres? (Marca por orden de preferencia)

- Libro físico
- E-book
- Audiolibro
- Plataformas digitales

¿Te gustan las historias con elementos distópicos?

- Sí, mucho
- A veces, dependiendo del tema
- No me llaman mucho
- No me gustan nada

¿Qué géneros disfrutas más? (elige los que quieras)

- Romance
- Ficción distópica / ciencia ficción
- Drama / emocional
- Misterio / thriller
- Erótico
- Realismo contemporáneo
- Fantasía
- Otros: _____

¿Qué tipo de tramas te enganchan más?

- Triángulos amorosos
- Historias con dilemas morales
- Mundos distópicos
- Historias inspiradas en hechos reales
- Desarrollo psicológico profundo de los personajes
- Otro: _____

¿Has leído alguna de estas novelas o autores?

(Múltiple elección)

- Divergente* - Verónica Roth
- A través de mi ventana* - Ariana Godoy
- Culpa tuya* - Mercedes Ron
- Los juegos del hambre* - Suzanne Collins
- No he leído ninguna
- Otros similares: _____

¿Dónde sueles descubrir nuevos libros que te interesan?

- Instagram
- TikTok (A través de BookTok)
- YouTube (BookTube)
- Recomendaciones de amigos
- Librerías físicas
- Plataformas como Amazon o Goodreads
- Blogs / foros de literatura
- Otro: _____

¿Sigues a creadores de contenido sobre libros en redes sociales?

- No
- Sí

¿Qué te llama más la atención a la hora de comprar un libro? (Orden de preferencia)

- La portada / diseño
- La sinopsis
- Recomendaciones en redes
- El tema o género
- Reseñas o puntuaciones
- Que el autor/a sea nuevo/a y tenga algo distinto que contar
-

¿Te gustaría conocer a nuevos autores a través de redes sociales y contenido cercano (por ejemplo, historias sobre el proceso creativo, fragmentos, vídeos...)?

- Sí, me encanta ese tipo de contenido
- Me da curiosidad, pero no lo sigo mucho
- No me interesa

SECCIÓN 2: ¿Qué opinas sobre una novela así? (*Proyecto cápsula*)

Lee este breve resumen y responde según tus impresiones:

En un mundo donde amar está prohibido, solo la simulación te permite sentir.

En una sociedad controlada por estrictas reglas, los jóvenes no pueden enamorarse libremente. Para encontrar a su “pareja ideal”, deben adentrarse en un mundo virtual diseñado por el sistema.

Pero cuando dos almas rebeldes se encuentran dentro de este entorno artificial, las emociones comienzan a traspasar los límites establecidos.

En una realidad donde todo se vigila y cada paso está regulado, nace una historia cargada de deseo, erotismo, tensión emocional... y decisiones que lo cambiarán todo.

(En resumen: Es una historia distópica y emocional, con romance, dilemas existenciales y algo de erotismo)

Después de leer el resumen...

¿Te interesaría leer una historia como esta?

- Sí, totalmente
- Quizá, si tuviera buenas reseñas
- No me atrae mucho

¿Qué aspectos te parecen más atractivos de esta trama? (*Orden de preferencia*)

- El componente distópico
- El romance complicado
- El erotismo sutil

- El dilema entre libertad y control
- El desarrollo emocional de los personajes
- Otro: _____

¿Te sentirías cómoda/o leyendo una historia con escenas eróticas si están bien integradas en la trama?

- Sí
- No
- Depende

Cierre:

15. Edad:

- 18-20
- 21-25
- 26-30
- 31-35
- 36 o más

16. Género con el que te identificas:

- Mujer
- Hombre
- No binario / Prefiero no decirlo
- Otro: _____
- Prefiero no responder

17. ¿Te gustaría que te avisáramos cuando el libro esté disponible?

(Campo para dejar el e-mail - opcional)

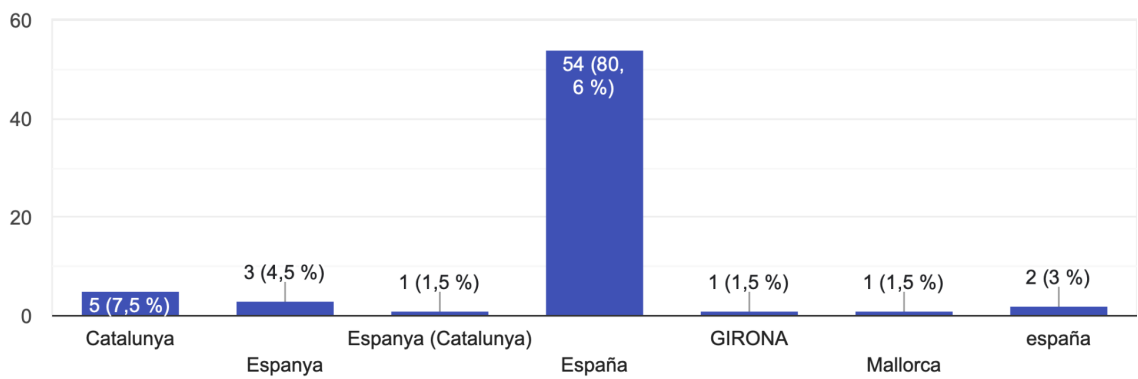
4.2 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO.

Con el objetivo de recopilar información relevante para esta investigación, el cuestionario ha sido respondido por un total de 73 personas. A continuación, presentamos los resultados obtenidos, que servirán como base para el análisis y discusión en los siguientes apartados.

Gráfico 1. *Resultados del cuestionario piloto: País de residencia de los participantes.*

País de residencia

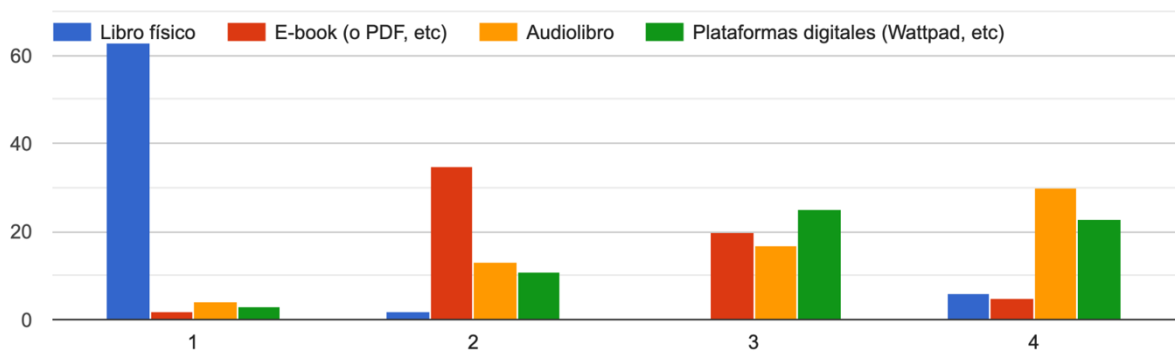
67 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2. *Preferencias de formato de lectura entre los participantes del cuestionario piloto.*

¿Qué formatos de lectura prefieres? (Marca por orden de preferencia) 1 = la opción que más te gusta (tu favorita), 4 = la opción que menos te gusta. Cada número debe usarse solo una vez."

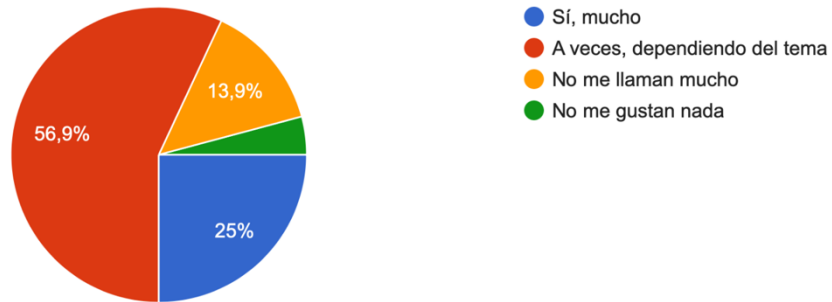


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3. *Preferencias del público respecto a historias con elementos distópicos.*

¿Te gustan las historias con elementos distópicos?

72 respuestas

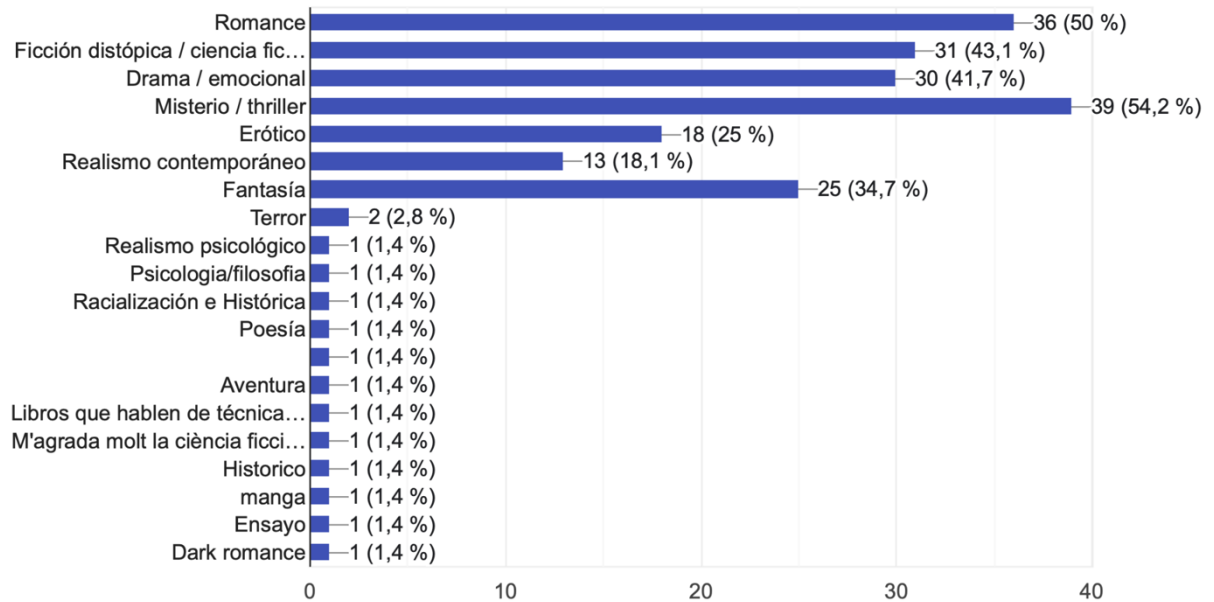


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4. *Géneros literarios preferidos por los participantes del cuestionario piloto.*

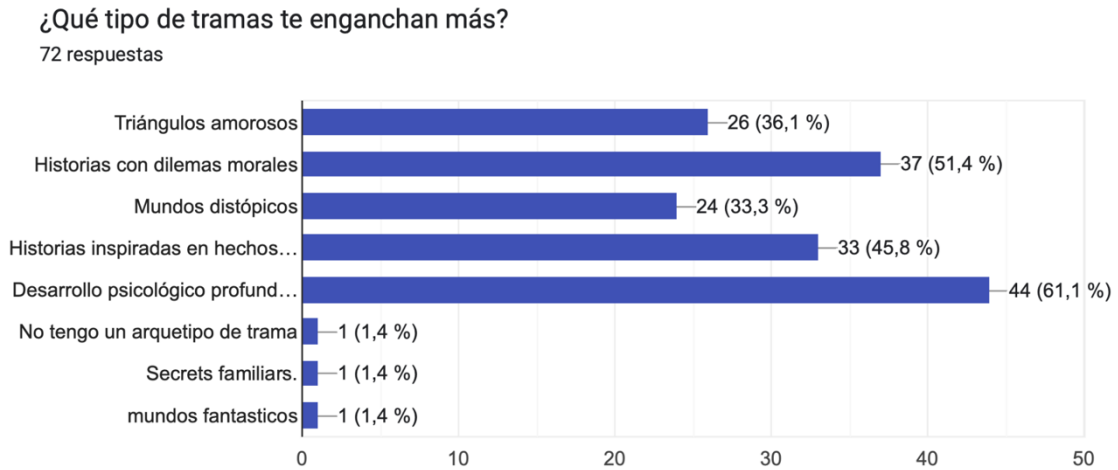
¿Qué géneros disfrutas más?

72 respuestas



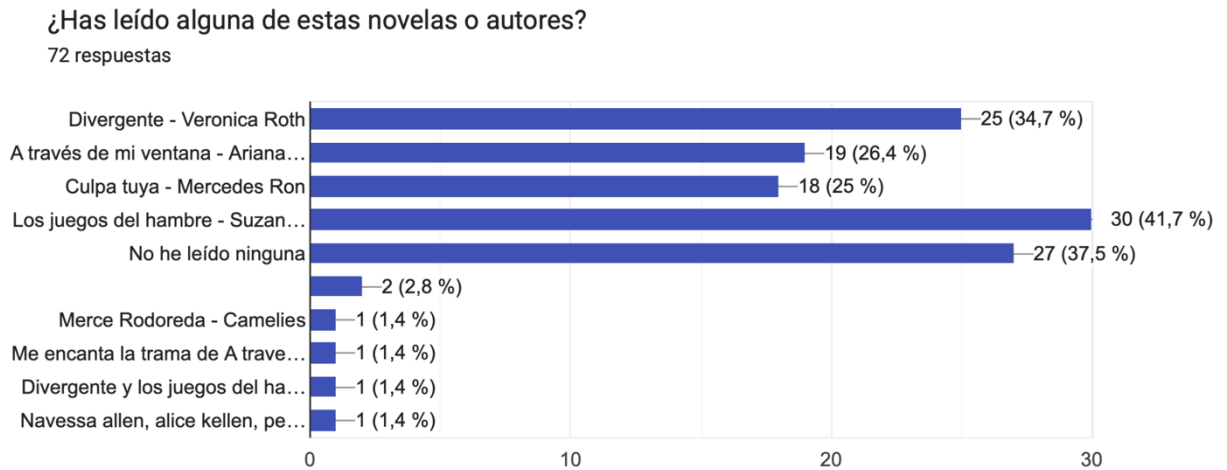
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. *Tipos de tramas preferidas por los participantes del cuestionario piloto.*



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6. *Autores y novelas más leídas por los participantes del cuestionario piloto.*

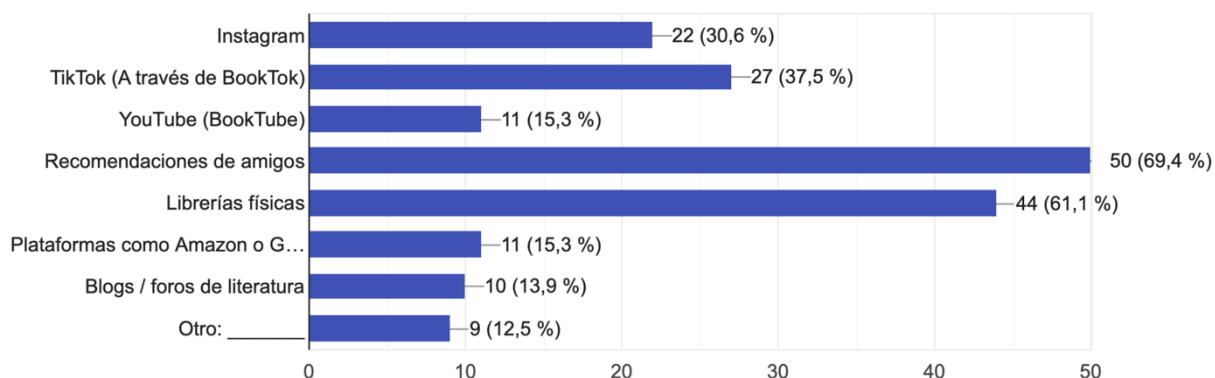


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7. Resultados del cuestionario piloto sobre hábitos y preferencias lectoras.

¿Dónde sueles descubrir nuevos libros que te interesan?

72 respuestas

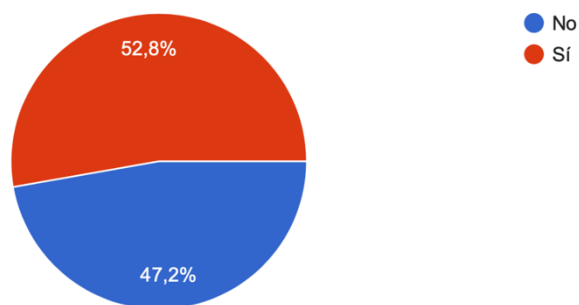


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8. Resultados del cuestionario piloto sobre consumo en redes sociales .

¿Sigues a creadores de contenido sobre libros en redes sociales?

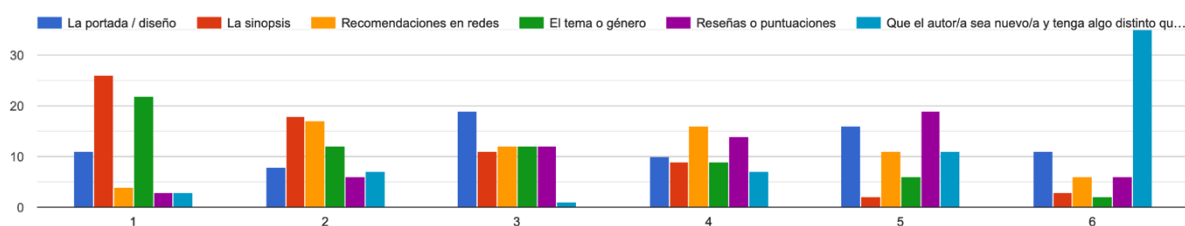
72 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9. *Resultados del cuestionario piloto sobre aspectos prioritarios al comprar un libro*

¿Qué te llama más la atención a la hora de comprar un libro? (Marca por orden de preferencia) 1 = la opción que más te gusta (tu favorita), 6 = la opción que menos te gusta. Cada número debe usarse solo una vez.*

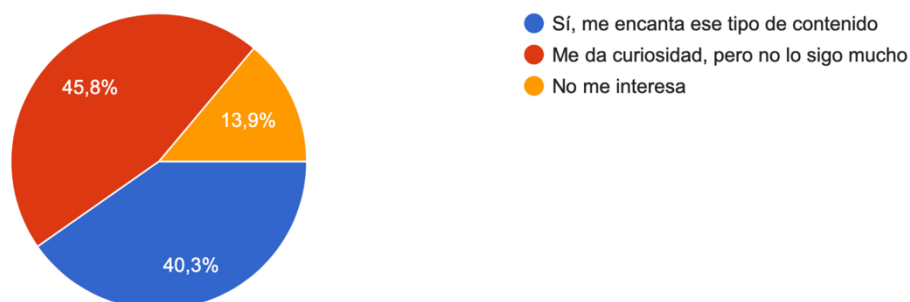


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 10. *Resultados del cuestionario piloto sobre hábitos y preferencias lectoras.*

¿Te gustaría conocer a nuevos autores a través de redes sociales y contenido cercano (por ejemplo, historias sobre el proceso creativo, fragmentos, vídeos...)?

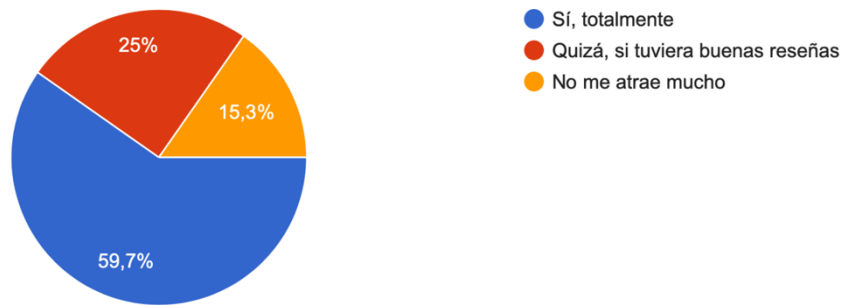
72 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 11. Resultados del cuestionario piloto sobre el interés por leer una historia como Proyecto Cápsula.

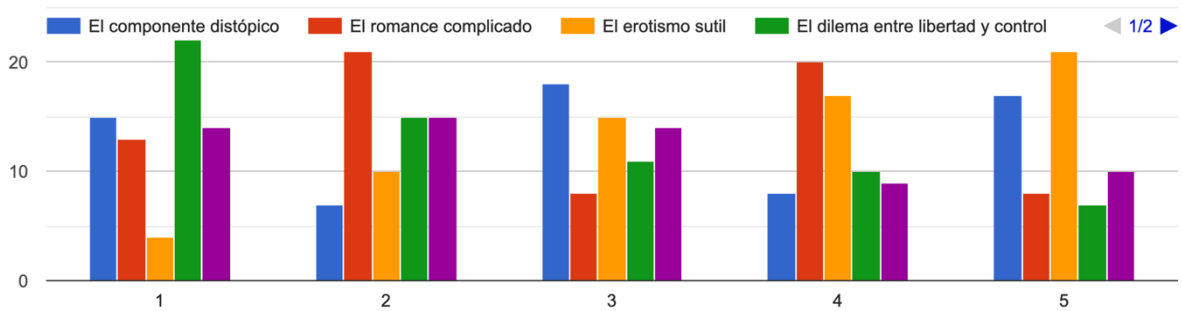
Después de leer el resumen... ¿Te interesaría leer una historia como esta?
72 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 12. Resultados del cuestionario piloto sobre aspectos más atractivos de la trama.

¿Qué aspectos te parecen más atractivos de esta trama? (Marca por orden de preferencia) 1 = la opción que más te gusta (tu favorita), 5 = la opción que menos te gusta. Cada número debe usarse solo una vez."

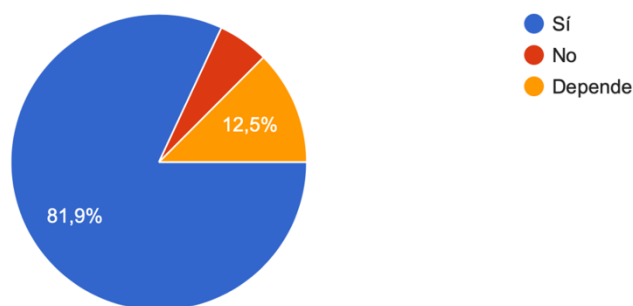


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 13. Resultados del cuestionario piloto sobre hábitos y preferencias lectoras sobre escenas eróticas.

¿Te sentirías cómoda/o leyendo una historia con escenas eróticas si están bien integradas en la trama?

72 respuestas

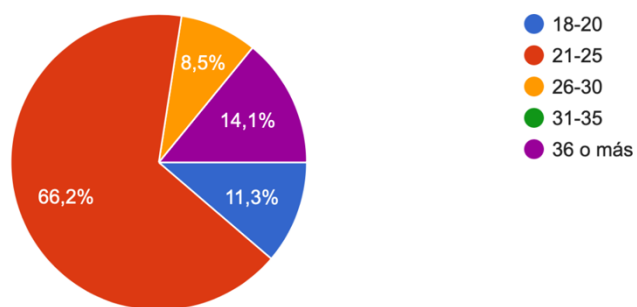


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 14. Distribución por rangos de edad de los participantes del cuestionario piloto

EDAD

71 respuestas

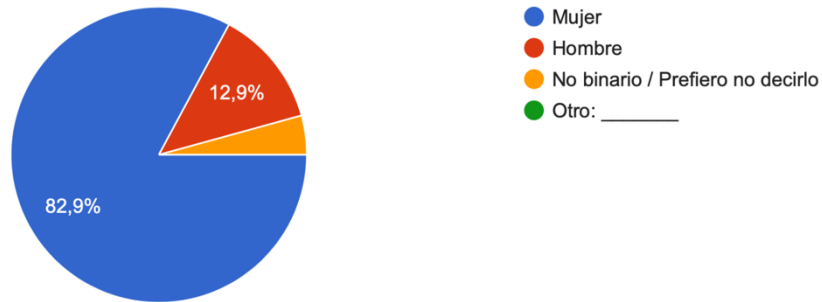


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 15. *Identidad de género de los participantes del cuestionario piloto.*

Género con el que te identificas:

70 respuestas

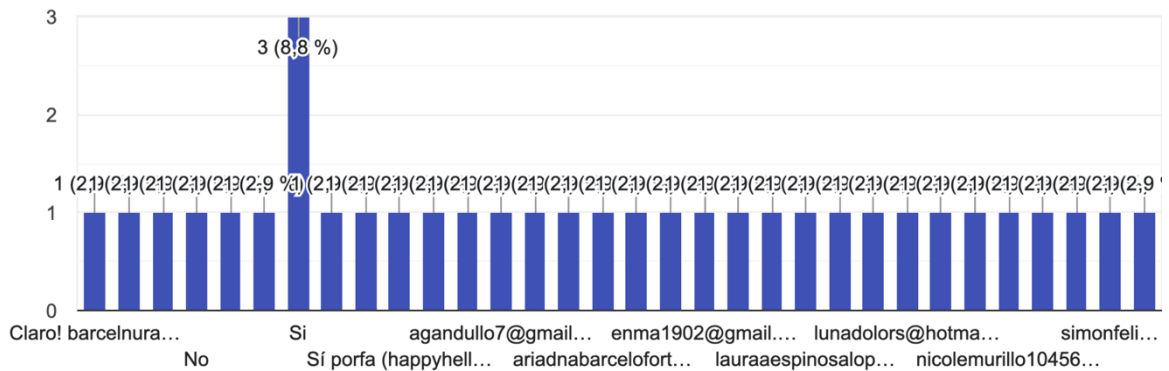


Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 16. *Interés en ser notificado sobre la disponibilidad del libro entre los participantes*

Te gustaría que te avisáramos cuando el libro esté disponible? (Campo para dejar el e-mail - opcional)

34 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

4.3 ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS DE FORMA INDIVIDUAL

Pregunta: **País de residencia.**

Aunque las respuestas a esta pregunta varían (algunas personas han respondido "Girona" o "Mallorca", mientras que otras han escrito directamente "España"), la

conclusión principal es que el 100 % de las personas encuestadas reside en territorio español.

Pregunta: ¿Qué formatos de lectura prefieres?

(Marca por orden de preferencia)

1 = la opción que más te gusta (tu favorita),

4 = la opción que menos te gusta.

Cada número debe usarse solo una vez."

Según los resultados de esta pregunta, la opción más elegida como favorita ha sido, con bastante diferencia, el libro físico. Un total de 64 personas lo han marcado como su primera opción, lo que deja bastante claro que, a pesar de la digitalización, el formato tradicional sigue funcionando para la mayoría.

En segundo lugar, los e-books (PDF, Kindle, etc.) aparecen como una alternativa bastante valorada, sobre todo como segunda opción. Esto sugiere que aunque no desbancan al libro físico, sí se consideran una opción cómoda y práctica.

Por otro lado, tanto los audiolibros como las plataformas digitales se sitúan en general en los puestos más bajos de preferencia. El audiolibro, en concreto, es el formato que más personas han marcado como el que menos les gusta.

Pregunta: ¿Qué géneros disfrutas más?

La mayoría de las personas encuestadas se decanta por el misterio o thriller, que ha sido la opción más mencionada, con un 54,8 % de respuestas.

Muy de cerca le siguen el romance (49,3 %) y, empatados, la ficción distópica/ciencia ficción y el drama o emocional, ambos con un 42,5 %. Esto refleja una clara preferencia por historias intensas, ya sea por la intriga, la carga emocional o la posibilidad de evadirse en mundos distintos al real.

También destacan otros géneros como la fantasía, con un 34,2 %, y el erótico, con un 24,7 %, que, aunque no están entre los más votados, consieramos que siguen teniendo bastante presencia.

Pregunta: ¿Qué tipo de tramas te enganchan más?

La opción más seleccionada por las personas encuestadas ha sido el desarrollo psicológico profundo de los personajes, con un 60,3 % de las respuestas. Le siguen las historias con dilemas morales (52,1 %) y las historias inspiradas en hechos reales, elegidas por el 46,6 %.

Otras opciones que también han tenido relevancia son los triángulos amorosos (35,6 %) y los mundos distópicos (32,9 %), aunque con una diferencia notable respecto a las opciones anteriores.

Pregunta: ¿Has leído alguna de estas novelas o autores?

En esta pregunta sobre si han leído alguna de las novelas o autores propuestos, la opción más seleccionada ha sido *Los juegos del hambre* de Suzanne Collins, con un 41,1 % de respuestas afirmativas. Le siguen *Divergente* de Verónica Roth con un 34,2 %, *A través de mi ventana* de Ariana Godoy con un 26 %, y *Culpa tuya* de Mercedes Ron, con un 24,7 %.

Por otro lado, un 38,4 % de las personas participantes indica no haber leído ninguna de las obras mencionadas. Además, algunas respuestas han sido abiertas, incluyendo otras autoras como Alice Kellen.

La conclusión que extraemos es que las sagas juveniles con elementos distópicos o románticos son las más reconocidas entre los encuestados.

Pregunta: ¿Dónde sueles descubrir nuevos libros que te interesan?

La mayoría de las personas encuestadas señala que lo hace a través de recomendaciones de amigos, opción seleccionada por el 69,9 %. Muy cerca queda también la respuesta librerías físicas, con un 61,6 %, lo que indica que muchas personas todavía encuentran nuevos títulos de esta forma.

En cuanto a redes sociales, TikTok (a través de BookTok) es la plataforma más mencionada (37 %), seguida por Instagram (30,1 %). Otras fuentes como YouTube (BookTube), plataformas como Amazon o Google Books y blogs o foros de literatura han sido seleccionadas por un porcentaje menor (entre el 15 % aproximadamente).

Pregunta: ¿Sigues a creadores de contenido sobre libros en redes sociales?

Podemos observar que las respuestas están bastante divididas. Un 52,1 % de las personas encuestadas responde que sí, mientras que el 47,9 % indica que no lo hace.

Estos datos muestran que, aunque más de la mitad de los participantes consume contenido literario en redes sociales, todavía existe un porcentaje muy similar que no utiliza este tipo de recursos para informarse de nuevas obras.

Pregunta: ¿Qué te llama más la atención a la hora de comprar un libro?

(Marca por orden de preferencia)

1 = la opción que más te gusta (tu favorita),

6 = la opción que menos te gusta.

Cada número debe usarse solo una vez."

Observamos que, entre las diferentes opciones presentadas, la sinopsis es la que más personas han señalado como el primer criterio que tienen en cuenta al comprar un libro. También destaca el tema o género, que ha recibido bastantes votos en primera y segunda posición, situándose como otro de los aspectos más influyentes en la decisión de compra.

La portada es uno de los aspectos que suele ser considerado, aunque suele ocupar posiciones intermedias (como la tercera), mientras que las recomendaciones en redes sociales y las reseñas o puntuaciones aparecen con bastante regularidad en las posiciones intermedias y bajas.

Por último, la opción "que el autor/a sea nuevo/a y tenga algo distinto que ofrecer" ha sido la más señalada como la opción que menos influye.

Pregunta: ¿Te gustaría conocer a nuevos autores a través de redes sociales y contenido cercano (por ejemplo, historias sobre el proceso creativo, fragmentos, vídeos...)?

El 39,7 % de las personas encuestadas responde que sí, le encanta este tipo de contenido. Un porcentaje algo mayor, el 46,6 %, indica que le da curiosidad, aunque no

suele seguirlo activamente. Finalmente, un 13,7 % responde que no le interesa este tipo de contenido.

Estos datos muestran que, aunque no todas las personas siguen activamente a autores en redes, existe un interés generalizado por este tipo de contenido, ya sea como hábito o como una curiosidad ocasional.

Pregunta: Después de leer el resumen...

¿Te interesaría leer una historia como esta?

Los resultados muestran que el 60,3 % de las personas indica que sí, les interesaría totalmente leer una historia como esa. Por otro lado, un 24,7 % responde que quizá la leería si tuviera buenas reseñas, lo que indica cierta predisposición positiva, aunque condicionada por la opinión de otros lectores. Por último, el 15,1 % afirma que no le atrae mucho este tipo de historia.

Los datos que extraemos son que la mayoría de las personas sí se siente atraídas por el tipo de historia presentada, aunque también hay un grupo que valora factores externos como las reseñas a la hora de decidir si se va a leer la obra o no.

Pregunta: ¿Qué aspectos te parecen más atractivos de esta trama?

(Marca por orden de preferencia)

1 = la opción que más te gusta (tu favorita),

5 = la opción que menos te gusta.

Cada número debe usarse solo una vez."

Después de analizar esta pregunta, podemos concluir que en cuanto a los elementos que resultan más atractivos dentro de *Proyecto Cápsula*, el desarrollo emocional de los personajes es el que ha recibido más votos en la primera posición. Muy cerca le sigue el dilema entre libertad y control, que también destaca como uno de los aspectos más valorados. Estos serían los conceptos que captan más la atención.

También aparece con bastante peso el romance complicado, que ha sido elegido en varias ocasiones como segunda o tercera opción preferida, junto con el componente

distópico, que se reparte entre las posiciones centrales (1 a 3), aunque también ha aparecido en la quinta posición en algunos casos.

Por otro lado, el erotismo sutil y las tensiones románticas tienden a concentrarse más en las posiciones más bajas (4 y 5), lo que indica que, aunque pueden sumar atractivo a la historia, no son los elementos principales que impulsan el interés lector para la mayoría.

Pregunta: ¿Te sentirías cómoda/o leyendo una historia con escenas eróticas si están bien integradas en la trama?

La respuesta a esta pregunta ha sido que la gran mayoría de las personas (82,2 %) sí se sentiría cómoda. Un 12,3 % indica que depende, posiblemente del contexto o del tipo de escena, y solo un 5,5 % afirma que no se sentiría cómoda/o en ese tipo de lectura.

Por lo que la conclusión que extraemos es que una escena erótica si está bien integrada con la trama, no debería suponer un problema en cuanto a aceptación por parte del lector.

Pregunta: Edad

La mayoría de las personas que han respondido al cuestionario tiene entre 21 y 25 años (66,7 %). El resto se reparte entre los rangos de 18-20 años (11,1 %), 26-30 (8,3 %) y 36 o más (13,9 %). No se ha registrado ninguna respuesta en el tramo de 31 a 35 años.

Pregunta: Género

Podemos observar que la mayoría de las personas que han respondido al cuestionario se identifican como mujer (81,7 %). Un 14,1 % se identifica como hombre y un 4,2 % ha seleccionado la opción “no binario” o “prefiere no decirlo”. No se han registrado respuestas en la categoría “otro”.

Pregunta: ¿Te gustaría que te avisáramos cuando el libro esté disponible?

(Campo para dejar el e-mail - opcional)

Un total de 34 personas dejaron su correo electrónico para ser avisadas cuando el libro esté disponible, lo que indica que existe un interés real y activo por seguir el proyecto.

4.4 CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

Después de analizar los resultados de las preguntas de forma individual, podemos sacar varias conclusiones que nos sirven para poder cumplir el objetivo principal de este trabajo; elaborar estrategias de comunicación para el lanzamiento y maximización de ventas de *Proyecto Cápsula*.

Para empezar, conocemos bien al público, ya que la mayoría de las personas que han respondido al formulario, coinciden con un perfil similar al de nuestra buyer persona; tienen entre 18 y 25 años y se identifican como mujeres. Además, es un perfil que conecta con la obra porque hay componentes que tienen bastante peso en la elección del libro, como podría ser el desarrollo emocional o el componente distópico que podemos encontrar en *Proyecto Cápsula*. Estas personas disfrutaban principalmente de géneros como el thriller y la ciencia ficción, aunque el romance también lo disfrutaban.

En segundo lugar, el formato físico gana a todos los demás formatos, pero como segunda opción más votada como favorita, el formato e-book aparece bien valorado. Por lo que nuestra intención principal es publicar el libro en formato físico, pero no descartamos una edición digital como complemento, para poder facilitar la lectura desde un aparato tecnológico.

A continuación, más de la mitad de las personas encuestadas han afirmado que la historia les despierta interés, ya que han dejado su e-mail para recibir noticias del libro. Aunque es cierto que las recomendaciones de personas conocidas son uno de los papeles más importantes para darse a conocer, las redes sociales también juegan un papel importante.

Con el objetivo de sintetizar los datos en el análisis individual de cada una de las preguntas, se presenta una tabla resumen con las principales conclusiones del cuestionario. Esta recopilación permite identificar patrones, lo cual resulta fundamental para poder elaborar estrategias efectivas de comunicación. Además, se demuestra cómo los resultados del cuestionario piloto respaldan tanto el poder llevar a cabo el objetivo principal como los objetivos específicos del proyecto.

Tabla 3. *Tabla resumen sobre el análisis de las preguntas individuales.*

CATEGORÍA	CONCLUSIÓN
-----------	------------

Perfil del público	Mujeres de entre 18 a 25 años (mayoritariamente)
Preferencias de lectura	Formato físico, seguido e-book como segunda opción.
Géneros favoritos	Thriller, romance, ciencia ficción y drama.
Tipo de trama preferida	Desarrollo emocional y psicológico de los personajes, dilemas morales y hechos reales.
Obras reconocidas.	Sagas como Juegos del hambre.
Descubrimiento de nuevas obras.	Recomendaciones de amigos, seguido de librerías físicas y redes sociales.
Redes sociales.	Más de la mitad las usa. BookTok es un “movimiento” destacado.
Criterio de compra.	Sinopsis y tema como más destacadas.
Interés en Proyecto Cápsula.	Más del 60% indica interés.
Aspectos más atractivos de <i>Proyecto Cápsula</i> .	Desarrollo emocional y dilema de libertad/control.
Contenido erótico.	Aceptado por más del 80%
Interés (Comunidad)	Más de 30 correos recibidos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del cuestionario piloto aplicado a potenciales lectores de *Proyecto Cápsula*. (2025)

5. PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL *PROYECTO CÁPSULA*.

Una vez realizada toda la investigación se plantea una propuesta de plan de comunicación para dar a conocer el libro Proyecto Cápsula. Se plantean los objetivos, estrategias y acciones que se quieren llevar a cabo, se analiza la situación editorial, se

realiza una propuesta de portada del libro, se expone una sinopsis atractiva para el lector.

5.1. Objetivos de la propuesta de comunicación, estrategias y acciones.

5.1.1. OBJETIVOS.

El objetivo principal de esta propuesta es diseñar e implementar un plan que permita difundir, posicionar y maximizar las ventas de la obra literaria *Proyecto Cápsula*. En concreto, se busca lograr el lanzamiento del libro tanto en formato físico como en formato digital, asegurando su llegada a los distintos tipos de lectores y facilitando su acceso en más de un canal. La intención principal es que conecte eficazmente con el público objetivo despertando interés.

Para poder cumplir los objetivos, se proponen una serie de estrategias específicas que aprovechan tanto el entorno digital como las dinámicas actuales de consumo literario, buscan posicionar la obra en un mercado influenciado por las recomendaciones de los lectores, y las redes sociales como Instagram y Tik Tok.

Contemplamos las siguientes estrategias como parte de la propuesta de comunicación para el lanzamiento y maximización de ventas de *Proyecto Cápsula*, así como para darle visibilidad

5.1.2. ESTRATEGIAS MÁS RELEVANTES.

- **Estrategia de Marketing de Influencers.** Se ha observado que, aunque muchas empresas del sector editorial todavía no incorporan de forma activa el marketing con influencers en Instagram y Tik Tok, la comunidad de influencers en la plataforma centrada en la lectura (BookTok) ejerce una notable influencia sobre todo entre los jóvenes.

De hecho, en el cuestionario piloto un 52,8% de los encuestados sigue a creadores de contenido que forman parte de este sector, por lo que vamos a colaborar con micro influencers especializados en contenido literario. Para poder llevar a cabo esta estrategia, debemos hacer una selección de perfiles que, a pesar de tener comunidades reducidas, cuenten con un alto nivel de confianza con sus seguidores.

Una vez seleccionados, proporcionaremos ejemplares anticipados del libro a estos creadores para que puedan leerlo y compartir sus impresiones de manera creativa en sus perfiles de redes sociales. Esto puede contribuir a la difusión del libro de forma orgánica.

Además, se considera que esta vía es especialmente adecuada para autores emergentes como Paula Castaño, ya que es accesible y tiene potencial dentro del entorno digital.

Los diferentes perfiles que se han analizado han sido:

- ✓ Anita Vela @anitavelaphoto (más de 15 mil seguidores)

Tiene instagram pero no Tik Tok. Al analizar su perfil hemos encontrado que tiene una red social llamada: GoodReads es una plataforma que sirve para conectar a lectores entre sí y con sus lecturas favoritas. Sirve para descubrir libros, dejar reseñas y valorarlos. Por lo que parece ser una herramienta influyente en el mundo editorial.

Anita Vela en su descripción de Instagram tiene escritas dos palabras clave “fangirl” y “hufflepuff” con las que está expresando aspectos de su identidad. (@anitavelaphoto, s.f.).

Se interpreta que es fan de ciertos libros y sagas, involucrándose emocionalmente con las historias que lee, y que es fan de obras de fantasía con algunos elementos distópicos como *Harry Potter*.

También tiene un blog, en el que no escribe contenido desde 2020. Por lo que, principalmente sus reseñas literarias parten de las dos redes sociales mencionadas anteriormente (Instagram y GoodReads)

- ✓ Sandra Lawerson @lawerson6 (más de 25 mil seguidores)

El perfil de Sandra Lawerson (@lawerson6) en Instagram y Goodreads muestra una fuerte implicación con la comunidad lectora en línea, destacando su rol como “lectora, bloguera y bookstagrammer”, con más de 500 libros valorados en Goodreads (Instagram, s.f.; Goodreads, s.f.).

También tiene un vlog pero no escribe desde 2021. Por lo que probablemente en torno a 2020-2021 se llevaba más este formato.

También está en GoodReads, ahí ha valorado más de 500 libros. No posee cuenta de TikTok.

- ✓ La lectora “Eva” @_lalectora_ (Tiene más de 5000 seguidores)

Es una chica de Cádiz que combina la lectura con los playmobils, por lo que conecta con su público a través de una manera original. En cada reseña coloca playmobils inspirados en los personajes principales.

Tiene cuenta de Instagram pero en su perfil no aparece una cuenta relacionada con Tik Tok ni GoodReads.

- ✓ Recoveco Books (@recoveco.books) (Tiene más de 3000 seguidores)

En la biografía de su página de Instagram define su perfil como un blog de divulgación literaria. Es una cuenta pequeña en comparación con las influencers anteriores y su contenido está especializado en las mujeres y las lecturas escritas por autoras femeninas mayoritariamente. (@recoveco.books, s.f)

Tiene cuenta de Tik Tok, aunque es más activa en la plataforma Instagram.

- **Estrategia de preventa.** Es importante hacer una estrategia de preventa para poder generar interés mientras que aseguramos algunas ventas antes del lanzamiento oficial del libro. Además, si se compra antes de la fecha, es más probable que empiece a ser más recomendado o valorado, lo cual es beneficioso para *Proyecto Cápsula*.

Una posible táctica es ofrecer un descuento exclusivo del 30% durante una semana antes del lanzamiento, para que las personas que compren por adelantado puedan llevarse el libro a mejor precio y al leerlo, posteriormente lo recomienden.

- **Estrategia de activación (Crear Comunidad).** En el cuestionario piloto, una gran parte de encuestados dejó su correo electrónico para mantenerse informado sobre *Proyecto Cápsula*, por lo que, una parte clave será crear una comunidad y mantener conectados a los potenciales lectores a través de esos correos.

Enviaremos una serie de mensajes atractivos para compartir adelantos y recordar fechas importantes como por ejemplo, el inicio de la preventa o la fecha en la que el libro sale a la venta.

A continuación, se detallan las líneas de acción que se pondrán en marcha.

5.1.3. ACCIONES

La propuesta de comunicación que se pretende llevar a cabo para la difusión del libro es la siguiente:

- Trabajar en una portada que represente de forma adecuada y llamativa lo que quiere transmitir el libro, ya que se suele tener en cuenta la estética a la hora de elegir: Se trabajará en una portada atractiva y representativa del contenido, teniendo en cuenta que la estética visual es un factor determinante en la decisión de compra del lector.
- Crear una buena descripción y presentación del libro en redes, plataformas de venta y fichas de producto, ya que la sinopsis es uno de los aspectos que más se valora: La autora redactará una descripción cuidada del libro que capte el interés del público, prestando especial atención a la sinopsis, ya que es uno de los elementos más valorados en plataformas de venta y redes sociales.
- Mandar el libro a micro influencers (debido al bajo presupuesto) que tengan relación con el mundo de la lectura para que puedan dar a conocer la obra: Dado el presupuesto limitado, se optará por enviar ejemplares a micro influencers relacionados con el mundo de la lectura, con el objetivo de generar reseñas y recomendaciones orgánicas que amplifiquen el alcance del libro.
- Considerar una estrategia de preventa con regalo o un descuento importante para que las personas puedan hablar de manera positiva y recomendarlo a sus amigos: Se considerará una campaña de preventa que incluya incentivos como descuentos o regalos exclusivos, lo cual podría favorecer las primeras impresiones y fomentar la recomendación entre lectores.
- Activar a la comunidad interesada con correos: Se llevará a cabo una estrategia de email marketing dirigida a la comunidad interesada, con el fin de mantenerla informada, generar expectativa y promover la participación activa en el proceso de lanzamiento.

Estas acciones son adecuadas para las estrategias planteadas y forman parte de un enfoque global que apunta al posicionamiento del libro en el mercado editorial y además fortalece el vínculo con el público objetivo.

A modo de resumen y de forma concisa las acciones serían las siguientes:

- Presentar el borrador a tres editoriales (Ediciones Pàmies, NOVA, Grupo Planeta)
- Publicar la versión digital Amazon KDP
- Diseñar varias propuestas de portada acorde con lo que queremos transmitir.
- Redactar una sinopsis atractiva.
- Seleccionar micro influencers y enviarles el libro.
- Ofrecer un 30% de descuento en la preventa.
- Enviar correos con fechas claves y adelantos a las personas interesadas.

5.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EDITORIAL.

Tras el análisis del panorama editorial, se considera que la novela *Proyecto Cápsula* presenta un enfoque original que combina una ambientación distópica con un componente romántico que la convierte en una propuesta que podría funcionar en diversas editoriales.

En primer lugar, Ediciones Pàmies representa una opción viable ya que es la editorial que ofrece una mayor cercanía y es la más pequeña en comparación al resto de editoriales, ya que sólo vende a nivel nacional. La temática de la obra encaja de manera adecuada con su línea narrativa.

En segundo lugar, el sello NOVA, que está especializado en ciencia ficción y fantasía, es una de las alternativas ya que a pesar de ser más grande que Ediciones Pàmies, apuesta por visibilizar nuevos talentos.

Por último, publicar con Grupo Planeta constituye una oportunidad ambiciosa pero potencialmente transformadora. Su estructura multinacional y su capacidad de distribución permiten que *Proyecto Cápsula* alcanzará un público significativamente mayor.

Por lo que la autora, Paula Castaño, va a presentar el borrador a las tres editoriales con la intención de que sean estas las que decidan si van a trabajar con el manuscrito.

Además de la edición en papel, como estrategia complementaria, se contempla la publicación en formato digital a través de Amazon Kindle Direct Publishing, para poder ampliar el alcance de la obra en entornos digitales, sin restarle protagonismo al formato físico, que sigue siendo el enfoque principal del proyecto.

En resumen, la estrategia de publicación contempla una salida principal en formato físico con una de las tres editoriales seleccionadas, complementada con una edición digital mediante Amazon KDP.

5.3. PROPUESTA DE PORTADA DEL LIBRO

A partir del cuestionario piloto y del análisis de los datos recogidos podemos concluir que uno de los factores que más influye en la decisión de la compra de un libro, es la portada, que ocupa la posición número 3 en el orden de preferencia de las personas encuestadas. Esto sugiere que, aunque no sea el elemento más determinante porque la sinopsis es el factor principal, la portada no debe descuidarse, puesto que desempeña un papel importante en el proceso de selección.

La portada actúa como un disparador de interés y esto es importante en un entorno saturado de oferta editorial.

En base a este dato, se han diseñado varias propuestas de portada. La elección estética se centra en el color azul, un elemento que no sólo predomina visualmente en el diseño, sino que también tiene una función simbólica centro del universo ficcional: La Burbuja, ya que todos los participantes visten de ese color, representando que pertenecen al sistema y mostrando cierta neutralidad.

Además, el uso del azul aporta una sensación de frialdad, tecnología y futurismo, que son atributos asociados a la ambientación distópica de *Proyecto Cápsula*.

Figura 25

Portada del proyecto editorial “Proyecto Cápsula”, realizada a partir de una plantilla de Canva.



Fuente: Elaboración propia (Castaño Martínez, 2025).

Figura 26

Diseño de cubierta ilustrada para “Proyecto Cápsula”, imagen generada con inteligencia artificial (ChatGPT) y editada en Canva.



Fuente: Elaboración propia (Castaño Martínez, 2025).

Figura 27

Diseño de cubierta ilustrada para “Proyecto Cápsula”, imagen generada con inteligencia artificial (ChatGPT) y editada en Canva.



Fuente: Elaboración propia (Castaño Martínez, 2025).

Figura 28

Diseño de cubierta ilustrada para “Proyecto Cápsula”, imagen generada con inteligencia artificial (ChatGPT) y editada en Canva.



Fuente: Elaboración propia (Castaño Martínez, 2025).

Figura 29

Diseño de cubierta ilustrada para “Proyecto Cápsula”, imagen generada con inteligencia artificial (ChatGPT) y editada en Canva.



Fuente: Elaboración propia (Castaño Martínez, 2025).

5.4 IMPORTANCIA DE LA SINÓPSIS

La sinopsis cumple un papel fundamental, es el primer contacto textual que tiene el público con la historia. Es la herramienta clave para generar conexión emocional e interés, proporcionando una idea clara de la esencia de la obra.

En el libro en físico, plataformas de venta online, redes sociales y fichas de producto, esta representa uno de los aspectos más valorados por los lectores. Es por esto, que se ha puesto especial cuidado en la redacción de la sinopsis de *Proyecto Cápsula* ya que la finalidad principal no es solo que informe de la historia, sino que también despierte curiosidad.

La autora ha elaborado una sinopsis con la intención de captar la atención del público objetivo, reflejando los elementos centrales del libro y alineándolo con el tono emocional de la historia:

Gina vive en un mundo donde enamorarse sin permiso es ilegal.

La única forma de hacerlo bien es entrando al Proyecto Cápsula, una simulación controlada donde todos los jóvenes, al cumplir dieciocho años, deben encontrar a su alma gemela.

Vigilados por algoritmos, y empujados a elegir, deberán atravesar pruebas diseñadas para romperlos o unirlos para siempre.

Pero ¿y si el amor no puede medirse con porcentajes? ¿Y si elegir no es tan fácil cuando querer también puede doler?

Una distopía emocional e intensa sobre la libertad, las heridas que arrastramos y las decisiones que pueden cambiarlo todo.

5.5 CALENDARIO

Se ha elaborado un calendario provisional para poder plantear los pasos a seguir para poder implementar las diferentes estrategias y acciones.

El objetivo es lanzar el libro a principios de septiembre, ya que coincide con la vuelta del verano, lo cual puede favorecer la visibilidad y el interés, además, da un margen

realista para poder trabajar los pasos detenidamente. Por lo que teniendo en cuenta este dato, el calendario provisional sería:

SEMANA 1: Revisar todo. Del 1 al 7 de julio de 2025.

Durante este período se va a hacer una revisión final del manuscrito, se redactará y montará el dossier editorial que posteriormente se va a presentar a las tres editoriales y se organizará una base de datos de todos los correos que se recolectaron en el cuestionario como interesados en la obra.

SEMANA 2: Enviar a editoriales. Del 8 al 14 de julio de 2025.

Envío del manuscrito a Ediciones Pàmies, NOVA y Grupo Planeta.

SEMANA 3: Espera de respuesta editorial. Del 15 al 21 de julio de 2025.

Es posible que la respuesta de Ediciones Pàmies, NOVA y Grupo Planeta, no sea inmediata, por lo que se deja una semana de margen para esperar las primeras respuestas editoriales. Aunque se puede ampliar en caso de no recibir respuesta.

SEMANA 4: Colaboración con micro influencers y digital. Del 22 al 28 de julio de 2025.

Una vez la editorial o editoriales hayan aceptado nuestra propuesta y seleccionemos una, el siguiente paso es contactar y cerrar colaboraciones con las micro influencers seleccionadas. Empezar a enviar ejemplares anticipados a estas creadoras de contenido y subir el libro a Amazon KDP en formato borrador.

SEMANA 5: Activación preventa. Del 29 de julio al 4 de agosto de 2025.

Configurar la preventa en formato digital para el día seleccionado que va a ser 02/09. Programar el descuento del 30% por preventa y redactar el correo del anuncio de la preventa.

SEMANA 6: Inicio de preventa. Del 5 al 11 de agosto de 2025.

Lanzar la preventa de manera oficial. Enviar un correo con el que ya se puede reservar el libro. Durante esta semana empezarán a haber las primeras publicaciones de influencers conforme les llegó el libro.

SEMANA 7: Espera. Del 12 al 18 de agosto de 2025.

Semana de margen para que los micro influencers puedan seguir avanzando en su lectura y empiecen a preparar contenido con reseña para poder subir una publicación posteriormente.

SEMANA 8: Expectación y comunidad. Del 19 de agosto al 25 de agosto de 2025.

Enviar un correo a la comunidad con el adelanto del primer capítulo. Los influencers van a subir contenido esta semana hablando del libro y dándolo a conocer.

SEMANA 9. Últimos detalles y cuenta regresiva. Del 26 de agosto al 1 de septiembre de 2025.

Durante esta semana se envía un tercer correo como aviso de la fecha de salida.

LANZAMIENTO OFICIAL. Día 2 de septiembre de 2025.

Envío de correo con el anuncio de que Proyecto Cápsula ya está disponible. Influencers anuncian que hoy sale a la venta el libro.

SEMANA 10: Post - Lanzamiento. Del 3 al 9 de septiembre de 2025.

Envío de correo de agradecimiento en el que se pidan reseñas. Evaluar el impacto inicial y hacer mejoras.

Tabla 4. *Tabla resumen del calendario*

SEMANA	FECHA	ACCIÓN
1	1-7 julio 2025	<ul style="list-style-type: none">- Se realizará la revisión final del manuscrito.- Redacción y montaje del dossier editorial- Organizar correos interesados.

-	8-4 julio 2025	- Enviar el manuscrito a las tres editoriales.
3	15-21 julio 2025	- Espera de respuesta por parte de las editoriales.
4	22-28 julio 2025	- Contacto y cierre de colaboraciones con influencers - Enviar ejemplares para las colaboraciones - Subir borrador a Amazon KDP
5	29-4 julio-agosto 2025	- Configuración de preventa en Amazon - Programación del descuento de un 30% - Redactar correo para anunciar la preventa
6	5-11 agosto 2025	- Lanzamiento de la preventa - Enviar correo a la comunidad - Primeras publicaciones de influencers
7	12-18 agosto 2025	- Margen para que los influencers puedan leer bien el ejemplar.
8	19-25 agosto 2025	- Envío de correo con

		adelanto del primer capítulo. - Publicaciones de influencers con contenido promocional.
9	26-1 agosto-septiembre 2025	- Envío de correo con “cuenta regresiva” para el lanzamiento.
Lanzamiento	2 septiembre 2025	- Envío de correo anunciando el lanzamiento - Los influencers publican la salida oficial del libro.
10	3-9 septiembre 2025	- Envío de correo de agradecimiento - Petición de reseñas - Evaluación del impacto inicial.

Fuente: Elaboración propia.

6. CONCLUSIONES FINALES

Para mí este Trabajo de Fin de Grado, representa mucho más que algo académico, es el reflejo de una meta personal que se está cumpliendo. Después de casi dos años trabajando en *Proyecto Cápsula* es muy satisfactorio ver que el libro está en los pasos finales y que gracias a mi TFG he tenido la oportunidad de unir dos de mis grandes pasiones: la escritura y la comunicación estratégica.

Durante el desarrollo del trabajo: “Elaboración de estrategias de comunicación para el lanzamiento y maximización de ventas de una obra literaria propia”, no solo he podido

profundizar en el funcionamiento del mercado editorial, sino que he comprendido cómo puedo conectar con mi público objetivo desde una perspectiva estratégica y he identificado qué personas forman parte de este, qué elementos se valoran a la hora de elegir un libro y cómo pueden llegar a influir las redes sociales en la promoción y posición de los libros de hoy en día.

De esta forma, he elaborado un plan de comunicación realista, adaptado a mis recursos, que contempla tanto la opción de publicación tradicional como la digital, una autopublicación a través de Amazon KDP, ya que, aunque el libro en papel sigue siendo líder, las propuestas digitales también se valoran a día de hoy.

He planificado una estrategia de preventa con el uso de micro influencers y una propuesta visual coherente con el universo de *Proyecto Cápsula*. Todo ello con el objetivo de maximizar el alcance del libro y hacer que la historia llegue a las personas que puedan verse reflejadas en ella.

Pero más allá de toda la teoría, este trabajo para mí ha sido una oportunidad que me ha servido para reafirmar algo importante: escribir una historia no acaba en el punto final del borrador. De hecho, es solo el comienzo de un camino en el que la comunicación es un factor muy importante y juega un papel fundamental para que la historia pueda encontrar su lugar en un mundo tan competitivo.

Por lo que, sin ninguna duda, acabo este trabajo con la certeza de haber construido una base sólida para el lanzamiento de mi libro, pero también con la ilusión de todo lo que está por venir.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

@anitavelaphoto. (s.f.). [Perfil de Instagram]. Instagram.

https://www.instagram.com/anitavelaphoto/?utm_source=ig_embed

Anita Vela. (s.f.). [Perfil de usuario]. Goodreads.

<https://www.goodreads.com/user/show/36710176-anita-vela>

Camino, A. (2018, 7 de agosto). *15 cuentas de 'bookstagram' que demuestran que los libros pueden ser tan bonitos por fuera como por dentro*. Tendencias.

<https://www.tendencias.com/libros-y-literatura/15-cuentas-bookstagram-que-demuestran-que-libros-pueden-ser-bonitos-fuera-como-dentro>

Casadellibro.com. (s.f.). *1984*. <https://www.casadellibro.com/libro-1984/9788499890944/2034881>

Casadellibro.com. (s.f.). *A través de mi ventana (Trilogía Hermanos Hidalgo 1)*.

<https://www.casadellibro.com/libro-a-traves-de-mi-ventana-trilogia-hermanos-hidalgo-1/9788420451916/9179412>

Casadellibro.com. (s.f.). *Culpa tuya (Culpables 2)*. <https://www.casadellibro.com/libro-culpa-tuya-culpables-2/9788413142029/11391020>

Casadellibro.com. (s.f.). *Divergente*. <https://www.casadellibro.com/libro-divergente/9788427201187/1885347>

Casadellibro.com. (s.f.). *El cuento de la criada*. <https://www.casadellibro.com/libro-el-cuento-de-la-criada/9788498388015/5274838>

Casadellibro.com. (s.f.). *Libros de Harry Potter*. <https://www.casadellibro.com/libros-harry-potter>

Castaño Martínez, P. (2025). *Cuestionario sobre hábitos y preferencias lectoras* [Cuestionario no publicado]. Google Forms.

Ecommerce News. (2024, abril 10). *A pesar del auge de las plataformas digitales, los libros físicos resisten y se adaptan a la era digital*. <https://ecommerce-news.es/a-pesar->

[del-auge-de-las-plataformas-digitales-los-libros-fisicos-resisten-y-se-adaptan-a-la-era-digital/](#)

Ediciones Pàmies. (s.f.). *Distribuidores Pàmies*.

<https://edicionespamies.com/distribuidores-pamies/>

Ediciones Pàmies. (s.f.). *Inicio*. <https://edicionespamies.com/>

Ediciones Pàmies. (s.f.). *Sobre Ediciones Pàmies*. <https://edicionespamies.com/sobre-ediciones-pamies/>

El Debate. (2024, abril 3). *El libro digital le gana en precio la partida al libro tradicional, que crece un 9% en 2023*.

https://www.eldebate.com/cultura/20240403/libro-digital-le-gana-precio-partida-libro-tradicional-crece-9-2023_186390.html

Eurostat. (2024, abril 23). *Digital publications and e-books in the EU*.

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240423-2>

Eurostat. (2024, abril 23). *Online purchases of books, magazines or newspapers, physical and digital in the EU (2021–2023)*.

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240423-2>

FESABID. (2023). *Informe Anual del Libro Digital 2023*.

<https://www.fesabid.org/informe-anual-libro-digital-2023/>

Goodreads. (s.f.). *Perfil de Sandra Lawerson*. Goodreads.

<https://www.goodreads.com/user/show/24864045-sandra-lawerson>

Grupo Planeta. (s.f.). *Inicio*. <https://planeta.es/es>

Grupo Planeta. (s.f.). *Tengo una obra inédita y busco un editor: ¿Dónde puedo enviar mi manuscrito?*.

<https://www.planeta.es/es/faq/tengo-una-obra-inedita-y-busco-un-editor-donde-puedo-enviar-mi-manuscrito>

INTEF. (s.f.). *Goodreads: experiencias educativas*.

https://intef.es/experiencias_edu/goodreads/

Instagram. (s.f.). *Perfil de Eva (@lalectora)*. https://www.instagram.com/_lalectora_/

Instagram. (s.f.). *Perfil de Recoveco Books (@recoveco.books)*.

<https://www.instagram.com/recoveco.books>

Instagram. (s.f.). *Perfil de Sandra Lawerson (@lawerson6)*.

https://www.instagram.com/lawerson6/?utm_source=ig_embed

Lappeenranta-Lahti University of Technology LUT. (s.f.). *BookTok as a marketing tool for publishers* [Tesis de máster]. LUTPub. <https://lutpub.lut.fi/handle/10024/165072>

Letras de Encuentro. (s.f.). *Editorial Pàmies – Letras de encuentro*.

<https://www.letrasdeencuentro.es/editorial/pamies>

OpenAI. (2025). *ChatGPT (versión GPT-4)* [Modelo de lenguaje].

<https://chat.openai.com/>

OpenAI. (2025). *Imágenes generadas con DALL·E* [Imágenes generadas por IA].

<https://openai.com/dall-e>

Penguin Libros. (s.f.). *Sello NOVA – Ediciones B*.

<https://www.penguinlibros.com/es/ediciones-b/nova>

Penguin Random House Grupo Editorial. (s.f.). *¿Quieres enviar un manuscrito?*.

<https://www.penguinrandomhousegrupoeditorial.com/sellos-y-negocios/quiero-enviar-un-manuscrito/>

Penguin Random House Grupo Editorial. (2019, 3 de octubre). *Penguin Random House Grupo Editorial compra Ediciones Salamandra*.

<https://global.penguinrandomhouse.com/announcements/penguin-random-house-grupo-editorial-compra-ediciones-salamandra>

Planeta de Libros. (s.f.). *Conócenos*. <https://www.planetadelibros.com/conocenos>

Planeta de Libros. (s.f.). *Grupo Planeta – Editorial*.

<https://www.planetadelibros.com/editorial/grupo-planeta/11>

TikTok. (s.f.). *Recoveco Books (@recoveco.books)*.

<https://www.tiktok.com/@recoveco.books>