



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

TRABAJO FIN DE GRADO

PLAN DE COMUNICACIÓN EDITORIAL

DESTINO INFANTIL & JUVENIL

Aroa Vázquez Millán

Tutora: Sandra Orsola De Los Santos

Administración y Dirección de Empresas

Universitat de Barcelona

RESUMEN Y PALABRAS CLAVES - ABSTRACT AND KEYWORDS

Este trabajo de final de grado consiste en la elaboración de un plan de comunicación dedicado al lanzamiento de una obra de literatura juvenil fantástica de cara al año 2022 por parte de la editorial Destino Infantil y Juvenil (Grupo Planeta).

El libro en cuestión se titula *La Cadena de Hierro*, la segunda parte de la trilogía *Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas* escrita por la autora internacional Cassandra Clare. Clare es la creadora del universo de Cazadores de Sombras, mundo literario adaptado tanto en cine como en televisión. Además, se cuantifican como más de 40 millones los lectores que han sucumbido a sus historias y personajes alrededor de todo el mundo.

En este plan de comunicación se ofrecen una serie de acciones comunicativas, un total de 5, de cara al lanzamiento y promoción del libro para responder a la demanda por parte de varios grupos objetivos de consumidores. Dentro de estos grupos se encuentran los lectores de la autora o del género juvenil, los lectores esporádicos del género o aquel público más general, que es comprador pero no consumidor, y los fanáticos de la serie de televisión.

Además, también se puede encontrar un estudio del mercado editorial español, una encuesta sobre la literatura juvenil en el país y una falsa compra.

Literatura | Sector editorial | Grupo Planeta | Comunicación | Editorial
Destino | Juvenil | Cassandra Clare | Cazadores de Sombras | La Cadena de
Hierro

This final degree project consists of the elaboration of a communication plan for the launching of a work of fantasy literature for young people in the year 2022 by the publishing house *Destino Infantil y Juvenil (Grupo Planeta)*.

The book in question is titled *Chain of Iron*, the second part of *the Shadowhunters: The Last Hours* trilogy written by the international author Cassandra Clare. Clare is the creator of the Shadowhunters universe, a literary world adapted for both film and television. In addition, more than 40 million readers have succumbed to her stories and characters around the world.

This communication plan offers a series of communicative actions, a total of 5, for the launch and promotion of the book in order to respond to the demand from various target groups of consumers. Among these groups are readers of the author or of the

juvenile genre, sporadic readers of the genre or the more general public, who are buyers but not consumers, and fans of the television series.

In addition, it is also found a study of the Spanish publishing market, a survey on young people's literature in the country and a fake purchase.

Literature | Publishing | Grupo Planeta | Communication | Publishing house Destino |
| Juvenile | Cassandra Clare | Shadowhunters | Chain of Iron

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	5
1.1 Objetivos	5
1.2 Preguntas claves e hipótesis	6
1.3 Metodología empleada	6
1.4 Partes del trabajo	7
CAPÍTULO II: EL SECTOR EDITORIAL	8
2.1 El sector editorial en España	8
<i>2.1.1 La edición: papel, formato electrónico y libro de bolsillo</i>	9
<i>2.1.2 Canales de comercialización</i>	9
<i>2.1.3 Género Infantil y Juvenil</i>	10
<i>2.1.4 La Covid-19 y sus efectos</i>	10
2.2 Duopolio: Penguin Random House y Grupo Planeta	11
2.3 Editoriales infantiles y juveniles	12
CAPÍTULO III: BACKGROUND – ANTECEDENTES DEL PRODUCTO	13
3.1 Editorial Destino Infantil & Juvenil	13
3.2 Cassandra Clare y el mundo de Cazadores de Sombras	14
3.3 Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas. La Cadena de Hierro	16
CAPÍTULO IV: TRABAJO DE CAMPO	18
4.1 Encuesta sobre literatura juvenil en España	18
4.2 Competencia: productos sustitutivos	21
4.3 Técnica de la falsa compra	24
CAPÍTULO V: PLAN DE COMUNICACIÓN	26
5.1 Acciones para lectores	26
<i>5.1.1 Envío de libros para reseñar</i>	26
<i>5.1.2 Colaboración con El Corte Inglés</i>	29
5.2 Acciones para el público general	31
<i>5.2.1 Newsletter de Destino Infantil y Juvenil</i>	31
<i>5.2.2 Muestra gratuita del primer capítulo</i>	32

5.3 Acción para fans de la serie de televisión.....	34
<i>5.3.1 Sorteo en redes sociales</i>	<i>34</i>
5.4 Timing general.....	36
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	38
ANEXO A: RESULTADO ENCUESTAS.....	39
ANEXO B: EJEMPLO ACCIÓN <i>NEWSLETTER</i>	45
BIBLIOGRAFÍA – WEBGRAFÍA	46

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La idea de realizar un plan de comunicación procede de la necesidad de desarrollar un trabajo de carácter práctico que resultase creativo y atractivo, al mismo tiempo que englobara parte de lo aprendido durante estos cuatro años de formación académica. Basado en la asignatura optativa *Estrategias y Técnicas de Comunicación*, este trabajo trabaja con la hipótesis del lanzamiento de un libro juvenil de temática fantástica al mercado editorial español.

Durante años la literatura juvenil en España fue criticada y, en muchas ocasiones, menospreciada por un gran grupo de población. En el mismo periodo de tiempo, y según las estadísticas, los jóvenes comenzaban a consumir mucho más este tipo de literatura, empujados por fenómenos fan derivados de adaptaciones cinematográficas de libros juveniles que se encontraban en tendencia a nivel mundial. Grandes grupos editoriales españoles y pequeñas editoriales independientes supieron identificar estas corrientes que provenían, en su mayoría, de países de habla inglesa y decidieron apostar por este tipo de edición de una forma mucho más activa. Esto supuso varios cambios dentro de los sellos juveniles, entre ellos el crear una comunicación mucho más activa que resultara atractiva para los jóvenes y para muchos adultos.

Este trabajo une dos de mis pasiones, la literatura juvenil y la comunicación, y lo hace para crear un plan de comunicación para un universo literario que cuenta con más de 40 millones de lectores alrededor de todo el mundo. Los libros de *Cazadores de Sombras* me han acompañado durante mi adolescencia, y lo siguen haciendo durante mi etapa adulta. He leído, llorado y disfrutado con cada historia y recuerdo a sus personajes con un cariño especial. Por ello, he considerado que serían el elemento perfecto para enfocar este plan de comunicación, debido a que yo misma he formado parte de ese grupo de lectores que han esperado impacientes una nueva publicación o la noticia de una nueva trilogía.

1.1 Objetivos

Como se ha comentado anteriormente, el objetivo principal de este trabajo es la elaboración de un plan de comunicación. En este caso, no ha sido posible elaborar un plan completo (desde que la editorial realiza un borrador con sus necesidades hasta que la agencia publicitaria ofrece una serie de acciones) debido a la larga extensión que este tendría. Por lo tanto, se ha realizado la parte final de este plan. Con la información obtenida acerca del entorno (sector editorial español), la empresa (Editorial Destino Infantil y Juvenil), el producto (*La Cadena de Hierro*) y la competencia se han elaborado una serie de acciones que pueden resultar atractivas para la empresa.

Alguno de los objetivos secundarios que se han tenido en cuenta para la elaboración del trabajo han sido:

- Realizar un plan de comunicación que resulte atractivo a la franja de edad del público objetivo seleccionado.
- Elegir acciones de promoción de venta, marketing directo o relaciones públicas según sea más conveniente y saber identificarlas.
- Dedicar un apartado a posibles acciones dentro del mundo literario.
- Realizar un plan de comunicación realista, que sea capaz de funcionar con la empresa contratante y que sea compatible con ella.

1.2 Preguntas claves e hipótesis

Para llegar a la elaboración de estos objetivos secundarios antes se ha debido realizar una serie de hipótesis y preguntas claves.

Las preguntas claves necesarias para elaborar los objetivos han sido:

- ¿Cómo podemos enfocar un plan de comunicación en el sector editorial?
- ¿Qué acciones podemos realizar?
- ¿Qué puede resultar atractivo al grupo de lectores?

A continuación, se encuentran las hipótesis planteadas antes de la elaboración del trabajo.

- Mercado de literatura juvenil/joven adulto cada vez más visible.
- El mundo de las redes sociales (*Bookstagram* y *Booktuber*) puede atraer y despertar la curiosidad de los más jóvenes.
- Se pueden realizar varias acciones como: firmas de libros, regalos exclusivos, etc.
- Al tratarse de una escritora ya consagrada y con miles de lectores durante estos 10 años, podemos suponer que tiene un gran grupo de lectores españoles.
- No solo se pueden realizar acciones para un público que conozca la literatura juvenil, sino que se pueden realizar acciones para otros tipos de públicos objetivos.

1.3 Metodología empleada

En un primer momento la metodología empleada en la elaboración de este trabajo iba a ser íntegramente cualitativa. Una vez empezado se observó la necesidad de obtener información que fuera de carácter cuantitativo para la elaboración de ciertos apartados. Por lo tanto, esta actividad contiene información de las dos modalidades.

Además de la información obtenida de fuentes externas, se han desarrollado de forma propia dos técnicas de investigación de mercados. La primera de ella consiste en una

encuesta de población acerca de la literatura juvenil en España donde se ha contado con una muestra de 143 personas. La segunda técnica consiste en una falsa compra de donde se obtiene información sobre los gustos del consumidor a través de la opinión que estos ofrecen al trabajador de la librería.

1.4 Partes del trabajo

El trabajo está dividido en un total de seis capítulos, que incluyen la introducción y las conclusiones alcanzadas.

Los capítulos II, III y IV delimitan el marco teórico del trabajo. Estos capítulos ofrecen una recopilación de los datos necesarios que necesitaría la agencia publicitaria en un caso real para desarrollar su trabajo. Entre la información ofrecida se puede encontrar un estudio sobre el sector editorial español o información sobre Destino Infantil y Juvenil y el producto que quieren lanzar al mercado. Además, en este bloque se sitúan también las dos técnicas de investigación que complementan los datos oficiales sobre el sector editorial y ayudan a elaborar una idea acerca del consumo real de literatura juvenil en el país.

Por lo que hace referencia al capítulo V, este forma parte del marco práctico del trabajo. En este capítulo se presentan una serie de acciones comunicativas que podrían interesar a la empresa de cara al lanzamiento del libro que van a publicar. Además, estas acciones están divididas dependiendo al público objetivo al que van dirigidas. Con varios públicos objetivos hay más posibilidades de abarcar una mayor cuota de mercado.

Finalmente se encuentra el capítulo VI donde se desarrollan las conclusiones alcanzadas a la finalización del trabajo.

CAPÍTULO II: EL SECTOR EDITORIAL

2.1 El sector editorial en España

En este primer apartado se va a poner bajo estudio el sector editorial español. Los datos utilizados son los obtenidos en el año 2019, ya que las cantidades que hacen referencia al año 2020 todavía no han sido publicadas por la Federación de Gremios de Editores de España.

En el año 2019, existían un total de 722 empresas editoriales adscritas en alguna de las asociaciones que constituyen la Federación. Sobre estas 722 empresas, y los datos que estas ofrecen a sus respectivos gremios, se realizó un informe llamado <<Estudio de Comercio Interior del Libro en España>> (Federación de Gremios de Editores de España, 2020) que sirve para conocer mejor el sector editorial. Este informe es la fuente oficial que se ha utilizado para realizar este estudio. Aparte de estas empresas, se tenía constancia por parte del ISBN de otras 925 empresas privadas que a lo largo del 2019 habrían editado algún ejemplar. Dentro de estas últimas se encontrarían pequeñas editoriales, empresas que se dedican a la edición de forma puntual o autores que deciden autopublicar sus propios manuscritos.

Según el informe de las 722 editoriales adscritas, 22 de ellas representan el grueso fuerte del sector con un 62% de la facturación. Se estima que cada una de estas empresas facturó un total de 18.000.000 millones de euros anuales. El 38% restante de la facturación se repartió entre las 700 empresas restantes.

Además, también se conoce el dato de que un 30,7% de las empresas agremiadas pertenecía algún holding. Un dato curioso es que las 8 empresas más grandes del mercado forman todas parte de un grupo empresarial. A pesar de que el informe no da nombres específicos, algunos de los holdings literarios más reconocidos son: Planeta de libros (Grupo Planeta) y Penguin Random House Grupo Editorial.

Por otro lado, también se dispone de los datos económicos que presentó el sector en el año 2019. En primer lugar, se habla de una facturación (con IVA incluido) de 2.420,64 millones de euros. Estos datos suponen un aumento en ventas del 2,4 % respecto al año 2018 (2.363,90 millones). Este aumento de facturación va ligado al aumento que experimentaron las ventas y que ronda los 162,22 millones de ejemplares. Además, todos los géneros crecieron de forma ligera. Los géneros que experimentaron un crecimiento mayor fueron el texto no universitario (3,3%) y la literatura infantil y juvenil (2,9%).

2.1.1 La edición: papel, formato electrónico y libro de bolsillo

Respecto a la edición, se conoce que en el año 2019 se editaron 60.737 títulos en formato papel y 21.607 en electrónico. Este resultado representa un aumento con respecto a los libros editados en el año 2018 del 8,1%.

En el formato papel los géneros con mayor número de títulos editados fueron: no ficción (39 %), textos universitarios (21 %) y ficción adulta (19,6 %). Además, la tirada media del formato era de 3.779 títulos.

Por otro lado, las empresas que editaron en formatos diferentes al papel supusieron el 51,9% del total de empresas estudiadas. El formato que más se utilizó fue el electrónico y representó un 4,9% de la facturación (alrededor de unos 119,13 millones de euros). Hay que añadir, que una gran parte de los títulos (un 89,2%) que se publican en plataformas digitales también lo hacen en papel. El formato electrónico aumentó respecto a los años anteriores.

Para finalizar, en el año de estudio se editaron un total de 4.766 títulos en edición bolsillo. Este dato supuso un aumento de un 2,2% respecto al año 2018. A pesar del aumento en los títulos editados, el número de los ejemplares editados y el precio del ejemplar disminuyeron en un 1% y 1,2% respectivamente. Este formato facturó un total de 94.66 millones de euros.

2.1.2 Canales de comercialización

En primer lugar, se tratarán los canales de comerciales que engloban las ediciones a papel y bolsillo. Los más comunes y que engloban el 53,4% de las ventas del mercado total son las librerías y las cadenas libreras (un ejemplo sería la Casa del Libro). Cada uno de estos canales facturó 843,59 y 451 millones de euros brutos respectivamente. Después se encuentran las ventas en hipermercados cuya facturación fue de 198,89. Estos tres canales nombrados anteriormente formarían parte del canal minorista del sector.

Después se pueden encontrar otros canales como quioscos, empresas (que harían referencia al mercado del libro educativo) e instituciones (bibliotecas). Los quioscos fueron el único canal de distribución que sufrió una caída mientras que empresas e instituciones aumentaron sus ventas en 1,9% y 1,6% respectivamente.

Por lo que respecta a la venta online de ejemplares físicos, se puede contemplar una tendencia al alza en los últimos años y así lo muestra su crecimiento positivo en el año 2019 (7,6%). La plataforma digital que más ventas muestra es Amazon con un 46,7% seguida por las webs de las editoriales con un 40,5%.

En segundo lugar, se encuentra el libro digital. Su mejor canal de comercialización son las plataformas digitales específicas para la distribución digital. Este tipo de plataformas engloban el 77,4% del sector y dentro de ellas se pueden encontrar plataformas creadas por las propias editoriales (28,5%) o empresas que se consideran genéricas al no tener ningún tipo de relación con la editorial (Amazon con un 24,2%). Otros canales de distribución serían la venta directa en páginas web de las editoriales y la venta a través de librerías (que supone el canal de distribución con menos ventas).

2.1.3 Género Infantil y Juvenil

Como se ha comentado anteriormente el género infantil y juvenil aumentó su facturación en un 2,9% respecto al año 2018, consiguiendo unos datos de 312,18 millones de euros. Además de este crecimiento en la facturación, también se consiguió aumentar el número de ejemplares vendidos un 1,9%. Se estima que en el año de estudio se vendió un total de 28.779 de ejemplares dentro de la clasificación Infantil y Juvenil.

Los canales más utilizados en este caso fueron las librerías con un 41,2%, seguidas por las cadenas de librerías (25,6%), hipermercados (13,5%), quioscos (2,6%), empresas e instituciones (8,5%), crédito (0,4%), suscripciones e internet (3,2%) y otros canales (5%).

Por lo que hace a los precios, el precio medio que se baraja en este tipo de literatura es de 10,61€. En este caso se encuentra por debajo de la media editorial que en su global marca un precio de 14,15€.

2.1.4 La Covid-19 y sus efectos

A principios del año 2020 parecía que el sector editorial continuaría con los datos positivos de los pasados 5 años, donde se podía contemplar un ligero crecimiento en las facturaciones. Con el estado de alarma decretado el día 14 de marzo del mismo año debido a la Covid-19 las previsiones de futuro del sector dieron un giro de 360º.

Con las librerías y cadenas libreras cerradas las ventas cayeron un 60% respecto a los datos del primer trimestre del año 2019. Pero no solo se vieron afectadas las ventas, decenas de presentaciones y lanzamientos tuvieron que ser aplazados y cancelados. Además, grandes días para el sector como Sant Jordi o la feria del libro de Madrid también se vieron afectados por la pandemia.

Durante los meses de cuarentena fue el comercio digital y la venta telefónica la única forma de sustento del sector. Aunque aún no hay datos oficiales, se espera un gran aumento del canal de comercialización electrónico.

Finalmente, el sector valoraba su decrecimiento en ventas en un 5% alrededor de noviembre, sin tener en cuenta las campañas de Navidad y Reyes donde se esperaba poder recortar todavía más el porcentaje. Según el sector, esto ha sido posible gracias al apoyo que los lectores han ofrecido al pequeño comercio (librerías) y al comercio online durante la pandemia.

2.2 Duopolio: Penguin Random House y Grupo Planeta

En los últimos años las editoriales han pasado de ser independientes¹ a formar parte de lo que se conoce como holdings. En España, existen dos grupos editoriales que poseen gran parte del mercado editorial: Penguin Random House Grupo Editorial y el Grupo Planeta con su división Planeta de Libros.



Figura 1. Logo Penguin Random House Grupo Editorial. Página web editorial.

Penguin Random House Grupo Editorial es la división en lengua hispánica del grupo internacional Penguin Random House. Las divisiones literarias del grupo Person, de donde proviene Penguin, y Bertelsmann, Random House. La empresa se dedica a la edición y distribución de libros, con un gran catálogo de obras

nacionales e internacionales. Desde su creación ha adquirido un gran número de editoriales bajo su sello para llevar a cabo su plan de crecimiento. Entre estas adquisiciones se encuentra: Santillana Ediciones Generales (con todos sus sellos), Ediciones B o Salamandra Ediciones. En la actualidad distribuye sus ediciones en España, Portugal y América Latina. Además, según los datos que proporciona la propia compañía, bajo sus 40 sellos literarios se encuentran 8500 autores y Penguin Random House es capaz de editar 1700 títulos al año.

Por otro lado, se encuentra el Grupo Planeta que se dedica al sector editorial con su división Planeta de Libros. La editorial Planeta, que es la que le da nombre al grupo empresarial, fue constituida en el



Figura 2. Logo Grupo Planeta. Página web editorial.

año 1949 en Barcelona y en la actualidad, el grupo, se encuentra en más de 20 países. Por lo tanto, este grupo también tiene un alcance internacional. En la actualidad, distribuye sus obras en España y América Latina. El Grupo Planeta controla una gran parte de los sellos españoles más reconocidos como pueden ser la propia editorial Planeta, la editorial Espasa o Booket, entre muchos otros. Además de publicar obras en

¹ Editorial independiente: son aquellas editoriales que no dependen de otra editorial o grupo editorial para tomar decisiones. Suelen considerarse editoriales de tamaño pequeño o medio, por lo tanto, no suelen influir decisivamente en el mercado editorial.

español, también lo hace en otros idiomas como el catalán. El Grupo Planeta cuenta con más de 70 sellos y edita más de 4000 ejemplares en varios formatos.

Por lo tanto, se habla de dos grandes grupos, con influencia internacional, que compiten año tras año por el liderazgo del sector editorial español. Debido a que estos gigantes empresariales han adquirido las editoriales con más peso del panorama literario, el resto de las editoriales apenas suponen un rival para ellas en ventas y tamaño. Por eso se habla de la existencia de un duopolio.

2.3 Editoriales infantiles y juveniles

En España existen muchas editoriales que se dedican a la edición y publicación de obras de temática infantil y juvenil. En su mayoría se tratan de editoriales independientes, aunque los grupos editoriales más grandes también disponen de un área exclusiva para este tipo de obras. En este tipo de editoriales se puede encontrar un amplio catálogo, con obras nacionales e internacionales.

La edición de obras juveniles españolas por parte de las editoriales independientes, y también de los grandes grupos, ha ido en aumento. Esto se debe a la gran acogida por parte de los lectores gracias a la nueva generación de autores nacionales. Esto ha sido posible, en parte, gracias a las redes sociales. Desde estas el escritor puede interactuar de una manera diferente con el lector, informándole sobre futuros lanzamientos o en los proyectos que está trabajando.

Los derechos de las obras internacionales suelen ser comprados por las editoriales más grandes del mercado juvenil. Aquí se encuentran tanto sellos de grandes grupos, Penguin Random House y Planeta, como editoriales independientes, Hidra Editorial o Nocturna Ediciones.

A continuación, se observa un listado de algunas editoriales juveniles españolas:

Penguin Random House	Grupo Planeta	Independientes
Alfaguara Infantil y Juvenil	Destino Infantil y Juvenil	Editorial Hidra
Altea	Espasa Infantil	Editorial Kiwi
B de Blok	Libros Disney	Editorial Molino
Beascoa	Noguer Ediciones	Nocturna
Cliper	Oniro Infantil	Oz Editorial
Montena	Planeta Junior	Editorial Océano
Nube de tintas	Planeta Lector	Plataforma Neo
Origen Kids	Timun Mas Infantil	Ediciones SM
	Yoyo	Y muchas más...

Tabla 1. Editoriales infantiles y juveniles. Elaboración propia

CAPÍTULO III: BACKGROUND – ANTECEDENTES DEL PRODUCTO

3.1 Editorial Destino Infantil & Juvenil

La editorial Destino Infantil & Juvenil es uno de los ocho sellos que componen el *Área Infantil y Juvenil* del Grupo Planeta. Dentro del sello se puede encontrar un catálogo muy variado que engloba un gran grupo de edades: desde los más pequeños a primeros lectores y adolescentes. El objetivo de Destino es acompañar a los lectores más jóvenes hasta el comienzo de la edad adulta de forma placentera y formativa. De esta manera, también pretende ser un puente de transición a lo que se considera literatura adulta.



Figura 3. Logo Destino Infantil & Juvenil. Grupo Planeta

Destino cuenta con dos catálogos para el año 2021. El primero de ellos está dedicado íntegramente al mundo de Gerónimo Stilton, sin duda uno de los *bestsellers* de la editorial. Por lo que hace al segundo, engloba el resto de las obras publicadas y las separa en colecciones según subgénero, edad o mundo literario. Esto último sucede cuando varias obras de un mismo autor están ambientadas en el mismo mundo, pero son independientes entre sí al mismo tiempo.

Dentro de la narrativa infantil y juvenil también existen los subgéneros literarios, y Destino trabaja con varios de ellos. Entre sus propuestas se puede encontrar literatura fantástica, romántica o de aventuras. Además, también cuenta con libros ilustrados (álbumes ilustrados) y, con la voluntad de promover la edición de este tipo de obras, disponen de un premio llamado *Premio Destino Infantil - Apel·les Mestres*.

Por lo que hace a la cartera de autores, está formada tanto por escritores nacionales como internacionales. Algunos de ellos son autores consagrados mientras otros son jóvenes promesas que están comenzando a despuntar. En la página web de la editorial constan 194 creadores en activo publicando bajo el sello Destino.

Como se ha comentado anteriormente Destino Infantil & Juvenil forma parte de uno de los grupos editoriales más grande del país, el Grupo Planeta. En la actualidad es la multinacional líder dentro del sector editorial español. Planeta tiene localizada la sede de la corporación en Madrid según datos del *Sabi* y, en la actualidad, se trata de una sociedad limitada (Grupo Planeta de Agostini S.L.) dirigida por don Ignacio López.

Otros datos que se pueden observar en el *Sabi* son aquellos que tienen que ver con la parte contable de la empresa que datan, como última fecha disponible, del año 2019. En ellos se puede observar cómo la empresa declara 60.641 mil euros de ingresos de explotación, 51.117 mil euros como resultado del ejercicio y un activo total de 948.500 mil euros. Por lo que respecta a Destino, no hay datos desglosados disponibles que

indiquen cuál puede ser el peso de este sello dentro del grupo. Lo que sí se puede saber, son los números que manejaba Destino cuando estaba constituida como una sociedad anónima llamada Ediciones Destino SA Empresa Editorial y que se encuentra en estado de extinción desde el 06/06/2014. A pesar de que los números han podido variar en gran medida debido a que ha pasado casi una década se puede llegar a formar una ligera idea de los números que manejaba la editorial. A fecha de 2012 los ingresos de explotación eran de 6.384 mil euros, los resultados del ejercicio 545 mil euros y el total activo 7.081 mil euros.

El Grupo Planeta no solo se encarga de la edición de las obras en sus formatos físicos y *e-book*, sino que también se encarga de su distribución a través de una conocida cadena de librerías. Planeta forma parte de la dirección de La Casa del Libro desde el 1992.

Para finalizar, la multinacional también es líder en el sector editorial Latino Americano y es uno de los grupos editoriales más importantes a nivel mundial. Además, también realizan actividades dentro de los sectores de la comunicación y la formación, siendo también líderes en sus respectivas franjas.

3.2 Cassandra Clare y el mundo de Cazadores de Sombras

Cassandra Clare es una autora de novela fantástica americana. En su biografía oficial explica como durante su infancia vivió en varios países debido al trabajo de sus padres. Este hecho hizo que siempre llevará un libro en las manos durante las largas horas de viaje y creo un vínculo entre ella y la literatura que dura hasta día de hoy. Después de terminar la universidad estuvo trabajando como reportera en revistas de entretenimiento y en varias revistas del corazón, donde escribía sobre personajes como Brat Pitt y Angelina Jolie o Britney Spears. En el año 2004 comenzó a escribir su primera novela de género fantástico para jóvenes adultos, ambientada en las calles de Manhattan que tuvo el placer de conocer mientras vivía en Nueva York. Clare dejó su trabajo de periodista en el 2006 y paso a dedicarse en su totalidad a la escritura fantástica.

En el año 2007 se publicaba en Estados Unidos su primera novela llamada *Cazadores de Sombras: Ciudad de huesos*, con una gran acogida entre el público americano. Con un total de seis tomos esta saga llevó a Clare a lo más alto de las listas literarias como es el caso del *New York Times Bestsellers list* y al reconocimiento internacional. Desde entonces gran parte de sus publicaciones han llegado a estar en las primeras posiciones de las listas de ventas en sus respectivos géneros.

Esta primera saga introduce al lector en un mundo donde las criaturas que existen en las pesadillas y en las películas de terror habitan entre los humanos. Solo hay una cosa que mantiene alejados a estos seres de provocar la destrucción en el mundo humano y

esos son los *nefilims*. Los *nefilims*, mejor conocidos como cazadores de sombras, son una raza de guerreros que hace 1000 años bebieron de la copa mortal, uno de los instrumentos mortales, la sangre del ángel Raziel que les proporciono una serie de dones y habilidades. Desde entonces son protectores de los indefensos y viven ocultos controlando el mundo de las sombras y aquellos que pertenecen a él.

Los libros de Cazadores de Sombras llegaron en un momento donde el cine y la televisión estaban aprovechando la reacción del público joven a este tipo de ficción. Durante los primeros años de la década del 2010 se proyectaban, y arrasaban en la taquilla, películas basadas en los universos de Harry Potter, Crepúsculo o Los Juegos del Hambre. Fueron muchas las productoras cinematográficas que intentaron conseguir beneficios de este fenómeno fan y compraron los derechos de varios libros con un gran peso en el momento.

Constatin Films fue el encargado de comprar los derechos a Clare y en 2012 empezó el rodaje entre Nueva York y Toronto. La película se estrenó en cines en 2013 y recibió comentarios negativos por parte de la crítica profesional. Esto, más la mala recepción que recibió por parte de un sector del público, provocó que la productora realizara un cambio en de enfoque. El formato película quedó cancelado y se llegó a un acuerdo con el canal americano *Freeform* para la emisión de una serie de televisión titulada *Shadowhunters*. La serie estuvo en parrilla durante 3 temporadas, de enero de 2016 a mayo de 2019. Actualmente, *Shadowhunters* se puede ver en la plataforma digital Netflix del mismo modo que la película.

Además de la saga de *Cazadores de Sombras*, Clare ha publicado más libros ambientados en este mundo literario, pero con escenarios y personajes totalmente distintos. Por ejemplo, este sería el caso de la trilogía *Cazadores de Sombras: Los Orígenes*, una obra ambientada en el Londres de 1878 y cuyos personajes son los antepasados de los protagonistas de sus primeros libros. Es cierto que todas sus sagas y trilogías son independientes entre sí, pero en algunos libros hay referencias a personajes y situaciones ocurridas en tomos pasados. Por ese motivo, es recomendable haber leído todos los libros, en orden de publicación, para poder ser consciente de estas referencias.

Los libros del mundo de cazadores de sombras que Clare ha escrito y ha publicado España hasta el momento son:

- *Cazadores de Sombras. Ciudad de Huesos* (2007), *Ciudad de Cenizas* (2008), *Ciudad de Cristal* (2009), *Ciudad de los Ángeles Caídos* (2011), *Ciudad de las Almas Perdidas* (2013) y *Ciudad del Fuego Celestial* (2014).
- *Cazadores de Sombras: Los Orígenes. Ángel Mecánico* (2010), *Príncipe Mecánico* (2011) y *Princesa Mecánica* (2012).

- *Cazadores de Sombras: El Renacimiento. Lady Midnight* (2016), *El Señor de las Sombras* (2017) y *La Reina del Aire y la Oscuridad* (2018).
- *Cazadores de Sombras: Las Maldiciones Ancestrales* (en publicación). *Los Manuscritos Rojos de la Magia* (2019) y *El Libro Perdido* (2020).
- *Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas* (en publicación). *La Cadena de Oro* (2020) y *La Cadena de Hierro* (2021).
- Libros de historias cortas. *The Shadowhunter's Codex* (2013), *Las Crónicas de Magnus Bane* (2014), *Tales from the Shadowhunter Academy* (2016) y *Ghosts of the Shadow Market* (2018).



Figura 4. Portadas en español de Cazadores de Sombras. Grupo Planeta.

Por otro lado, Clare tiene otra saga publicada para un público más infantil. Esta saga llamada *Magisterium* se publicó en España, de la mano de Destino, en el año 2014 y esta coescrita con la autora Holly Black (cuyos libros están publicados por la editorial Hidra).

Además, Clare, está trabajando en un nuevo conjunto de libros para un lector mucho más adulto del que poca información ha trascendido hasta el momento. Lo único que se conoce es el nombre, *The Sword Catcher series*, una breve sinopsis y una posible fecha de publicación (2022-2024).

3.3 Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas. La Cadena de Hierro

El libro en torno al cual gira este trabajo es *Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas. La Cadena de Hierro* y se trata del segundo libro de una nueva trilogía escrita por Clare. Con esta nueva historia el lector viaja al Londres de 1903 en plena época eduardiana y se reencuentra con personajes ya conocidos y una nueva generación de cazadores de sombras. En *Las Últimas Horas* el público va a conocer a los descendientes de los protagonistas de *Cazadores de Sombras: Los Orígenes* mientras se sumergen en nuevas aventuras y se pierden en historias de amor y desamor que van a conmocionar los corazones de los más románticos.

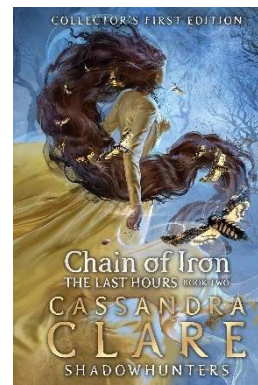


Figura 5. Portada original *Chain of Iron*. Cassandra Clare.

El primer libro *La Cadena de Oro*, se publicó en países de habla inglesa en marzo de 2020 y no tardó en alcanzar el número 1 del *New York Times Bestsellers list*. Para celebrar este nuevo lanzamiento, se publicaron una serie de ediciones especiales de mano de varias editoriales internacionales. Estas ediciones contenían material exclusivo y, en algún caso, cubiertas únicas y limitas. Esta obra ha llegado al mercado español, publicada por Destino, en enero del 2021 en su edición estándar. Normalmente Destino suele tardar un año en publicar los libros de Cassandra Clare en España.

De momento parece que los lectores han acogido muy bien este nuevo inicio de trilogía, ya que el libro lleva semanas dentro de los seis libros más vendidos dentro de la sección juvenil. Esto se puede saber debido a que el Grupo Planeta publica los datos a través de una de sus cuentas de Instagram. La cuenta en cuestión es *@planetadelibros* y está totalmente verificada.

Por lo que respecta a la segunda parte, *La Cadena de Hierro*, aún no tiene fecha de publicación oficial en España, pero se estima que puede publicarse a principios de 2022. Tampoco se conoce la sinopsis oficial en español o la portada definitiva de la obra.

CAPÍTULO IV: TRABAJO DE CAMPO

4.1 Encuesta sobre literatura juvenil en España

Una vez analizado el sector editorial español, se ha realizado una encuesta para obtener información acerca de los gustos del lector respecto a la literatura juvenil y el producto de observación en este caso. De esta forma se conseguirá una visión que será de gran ayuda para definir los conocimientos necesarios de cara a la elaboración de acciones comunicativas.

La encuesta, cuyos datos se muestran a continuación, se ha realizado a un grupo de población compuesto por: 123 mujeres, 17 hombres y 3 personas que han preferido no especificar su género.

La muestra que ha contestado este sondeo ha sido elegida al azar. La encuesta, que ha constado de 15 preguntas, ha sido distribuida a través del servicio de mensajería *WhatsApp* y la red social Instagram. Con el primero de ellos se pretendía llegar a un público más general, mientras que con el segundo se consiguió alcanzar al público de *bookstagram*². En la encuesta se consiguió una muestra de 56 personas del primer grupo y una muestra de 87 personas del segundo.

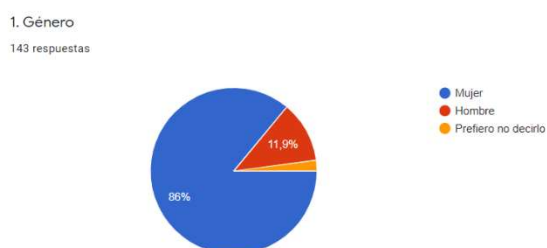


Figura 6. Género. Elaboración propia.

Como se puede observar el 86% de las respuestas han sido del público femenino, lo que permite intuir que una gran parte del grupo lector de novela juvenil en España puede ser de este género.

A continuación, se preguntó acerca de la edad de los encuestados con 9 posibles rangos de edad a seleccionar. Los resultados, de mayor a menor, de esta pregunta fueron los siguientes: de 21 a 25 años (73), de 16 a 20 años (24), de 26 a 30 años (18), más de 51 años (9), de 31 a 35 años (6), de 46 a 50 años (5), menores de 15 años (3), de 41 a 45 años (3) y, por último, de 36 a 40 años (2).

Con estos datos se puede observar que el punto fuerte se encuentra entre los segmentos de edad de los más jóvenes. Los tres rangos de edad que llegan desde los 16 a 30 años representan el 80,4% de los encuestados totales. Además, coinciden con los rangos de edad a los que suele estar dirigido el género juvenil en los últimos años.

La siguiente pregunta formulada, y la primera que elimina participantes de la encuesta, es: *¿Eres aficionada/o a la lectura? ¿Lees libros, novelas gráficas, etc.?* En este caso, un

² *Bookstagram*: colectivo formado por lectores en Instagram que dedican su tiempo libre a realizar fotos literarias artísticas y a compartir opiniones y reseñas de sus últimas lecturas.

total de 129 personas (un 90,2% del total) respondió de manera afirmativa. Por otro lado, tan solo 14 personas votaron de forma negativa. Dentro de estas personas que votaron *No*, hay 7, que a pesar de no considerarse aficionados a la lectura han contestado el resto de la investigación.

Respecto a la frecuencia de lectura se ofreció un total de cuatro respuestas y una quinta abierta en caso de que el encuestado no se sintiera identificado con el resto de las opciones. Un 50% de la muestra eligió la opción *Diariamente*, un 28,7% *Varias veces a la semana*, un 6,6% con *Fines de semana* y un 12,5% *Alguna vez al mes*. En la opción abierta fueron añadidos los siguientes comentarios: *“muy pocas veces al mes”*, *“me estoy iniciando, cuando tengo un poco de tiempo”* y *“alguna vez al año”*. Con estas respuestas observamos que un gran grupo de lectores le dedican tiempo a la lectura de forma diaria o varias veces a la semana.

En quinto lugar, se encuentra la pregunta destinada a la literatura juvenil, donde se le pregunta al encuestado si lee literatura juvenil en cualquiera de sus variantes o clasificaciones. Esta pregunta es muy importante, ya que empieza a definir

5. ¿Lees o has leído literatura clasificada como juvenil (Young Adult, New Adult...)?
136 respuestas

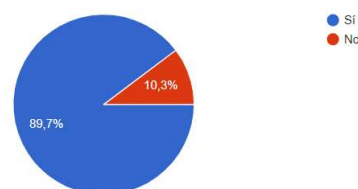


Figura 7. Lectura de literatura juvenil. Elaboración propia.

mucho más el entorno necesario para la elaboración del plan de comunicación. Las respuestas a la pregunta fueron 122 positivas y 14 negativas. Por lo tanto, se observa que dentro del público seleccionado este tipo la literatura es muy consumida.

Por lo que respecta a los subgéneros más leídos por el lector, la respuesta a la pregunta era de opción múltiple y se disponían de cinco opciones, una de ellas de respuesta abierta. El orden de las respuestas fue el siguiente: 112 personas eligieron *fantástica*, un empate de 74 persona para *romántica* y *thriller* y por último, *distopía* suma 59. Algunos de los géneros añadidos por los participantes fueron: *“ciencia ficción”*, *“terror”* o *“contemporánea”*. El subgénero más leído por los lectores es la fantasía, lo cual es un dato positivo debido a que *La Cadena de hierro* se clasifica dentro de esta categoría en particular.

Para aquella gente que no había marcado la opción *fantástica*, se habilitó la pregunta número 7 donde podían expresar el porqué de su elección. Las respuestas más repetidas fueron referentes al poco realismo de esta clase de novelas o que no había nada en particular que desagradara.

A la hora de poner a prueba si la gente conoce a la autora del libro que se va a promocionar, Cassandra Clare, se observa que es la segunda escritora más reconocida

dentro del grupo de escritores ofrecidos con un total de 90 votos. Por delante de ella solo se encuentra la escritora J.K Rowling, conocida por haber dado vida en sus libros al famoso mago Harry Potter. Además de estas dos escritoras, algunas de las otras opciones más seleccionadas fueron: Leigh Bardugo, Sarah J. Maas, Rick Riordan u Holly Black.

En la novena pregunta, se preguntaba al encuestado si conocía el mundo de Cazadores de Sombras, sin especificar si lo hacía por las películas, la serie o los propios libros. De las 128 respuestas que registró esta pregunta un 84,4% resultaron ser positivas respecto a un 15,6% negativas.

10. ¿Has leído alguno de los libros?
127 respuestas

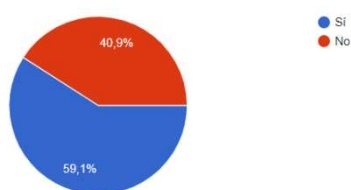


Figura 8. Lectores de Cazadores de Sombras.
Elaboración propia.

La siguiente pregunta formulada fue: *¿Has leído alguno de los libros?* A lo que un 59,1% respondió de forma positiva frente a un 40,9%. Por lo tanto, sabemos que la más de la mitad de los encuestados que llegaron a esta pregunta ha leído en algún momento alguno de los libros de Cazadores de Sombras.

A continuación, se separan las preguntas según aquellos participantes que han leído los libros y aquellos que no. Al primer grupo se le planteó tres preguntas respecto al tema de investigación. La primera de ellas fue cuáles sagas o trilogías escritas por Clare habían leído. Los resultados de mayor a menor fueron: *Cazadores de Sombras* (71), *Cazadores de Sombras: Los Orígenes* (62), *Cazadores de Sombras: El Renacimiento* (42), *Cazadores de Sombras: Las Maldiciones Ancestrales* (24) y *Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas* (30).

En esta pregunta se puede observar que solo 30 personas de las 75 personas que han consumido alguna de las sagas o trilogías ha leído el primer libro, o el segundo si leen literatura extranjera, de *Las Últimas Horas*. Hay varias hipótesis que pueden explicar este hecho. La primera de ellas puede hacer referencia a que haya algo en las nuevas novelas o en las trilogías más recientes que no llame la atención del lector como lo hizo anteriormente la saga inicial. Esta hipótesis nace del decrecimiento de lectores que se puede observar a medida que salen al mercado nuevos libros de la autora. Otra opción para considerar es la reciente publicación al mercado español de esta obra, ya que fue publicada en enero del año 2021. Por otro lado, también existe la posibilidad que estos números hagan referencia a un grupo de lectores que esperan a la publicación completa de las trilogías para no esperar un año por la impresión de las diferentes obras, una

práctica muy común en los últimos años. Sea cual sea el motivo el 94,7% respondió *Si* a la pregunta de si recomendarían el libro.

La última pregunta que se realizó a este bloque de lectores fue respecto a que les gustaba más de los libros. Algunos de los diferentes comentarios fueron: *“La ambientación, sus personajes, las tramas, la relación entre personajes, la magia...”*, *“Los personajes tan diferentes que hay, el mundo tan original y bien creando que ha construido la autora y lo bien que lo expande a pesar de los años”* o *“La ambientación, sus personajes y toda la representación a muchos niveles que tiene (y no solo del colectivo LGTB+ sino de personajes de diferentes países y nacionalidades, de personas neuro divergentes y diversas, etc.). Además de la historia que es increíble y te engancha muchísimo”*.

Por último, al grupo de lectores que no han leído las novelas frente a la pregunta *¿Sientes curiosidad por este tipo de libros?* 28 personas han respondido de forma afirmativa respecto a 27 que han respondido que no. Además, se les preguntó por las lecturas que ellos elegirían dentro del género fantástico juvenil. Las contestaciones a esta pregunta serán estudiadas en el siguiente apartado para analizar la posible competencia en productos.

Una vez analizada la encuesta, las conclusiones de la investigación son las que se encuentran expresadas a continuación.

- Más del 80% de la muestra son mujeres.
- Se ha podido observar que la literatura juvenil es consumida especialmente por jóvenes que van desde los 16 a los 30 años.
- El subgénero literario más consumido es el fantástico
- Gran parte del público conoce el mundo de Cazadores de sombras.
- 108 participantes saben reconocer que es Cazadores de sombras. De este grupo, 75 personas han leído alguno de los libros (59,1%).
- La última trilogía, que solo consta de un libro en el mercado editorial español, ha sido la menos consumida por los lectores.
- Un gran grupo de lectores recomendaría los libros.
- Del grupo de lectores que no han leído el grupo, solo el 50,9% siente curiosidad por este mundo.

4.2 Competencia: productos sustitutivos

En este apartado se analizarán algunas de las respuestas más repetidas en la encuesta desarrollada en el punto 4.1 *Encuesta sobre literatura juvenil en España* referentes a que libros prefieren los lectores antes que Cazadores de Sombras.

La mayoría de los encuestados han contestado con obras de autores internacionales que se encuentra publicadas en España bajo el sello fantástico juvenil de varias editoriales. Además, todas ellas son sagas o trilogías.

Harry Potter: esta saga de libros es una de las más conocidas dentro del sector y el subgénero fantástico. Además, se puede considerar una pionera, ya que gracias a ella se abrieron las puertas cinematográficas a las adaptaciones juveniles. *Harry Potter* sigue la historia de un joven mago durante su edad escolar en el colegio Hogwarts mientras experimenta miles de aventuras y se enfrenta a temibles enemigos.

J.K Rowling Salamandra Tapa dura con solapas, tapa blanda, ediciones especiales Saga: 7 tomos Colección de libros independientes
Año publicación: 1999 - 2008

Tabla 2. Información *Harry Potter*. Elaboración propia

Una Corte de Rosas y Espinas: esta trilogía sucede en el mundo de Prythian donde humanos y *faes* conviven separados por un muro mágico. La protagonista de la historia es una humana llamada Feyre que se verá obligada a cruzar el muro y habitar dentro de las cortes *faes*. Este *retelling*³ de la Bella y la Bestia tuvo una gran acogida mundialmente, y hace unos meses se ha confirmado su adaptación en formato serie.

Sarah J. Maas Crossbooks Tapa blanda Trilogía Un cuarto libro independiente Año publicación: 2016 – 2017
--

Tabla 3. Información *Una Corte de Rosas y Espinas*. Elaboración propia

Universo Grisha: en la actualidad, se encuentran en un momento de auge gracias a la adaptación realizada por Netflix y que lleva el nombre del primer libro de la trilogía *Grisha (Sombra y hueso)*. El primer libro nos traslada a un país llamado Ravka, ambientado en un Rusia alternativa, donde una joven cartógrafa llamada Alina Starkov descubre que esconde un poder que podría salvar a su país de las consecuencias de un pasado oscuro.

Leigh Bardugo Hidra Tapa dura con solapas, tapa blanda, edición extendida Trilogía <i>Grisha</i> (2013 - 2015) Bilogía <i>Seis de Cuervos</i> (2016 -2017) Bilogía <i>El Rey Marcado</i> (2019 – Actualidad)
--

Tabla 4. Información Universo *Grisha*. Elaboración propia

Los Habitantes del Aire: Esta trilogía explica la historia de Jude, una chica humana que con 7 años se ve obligada a abandonar su hogar junto a sus hermanas y el asesino de sus padres. Este último las llevará a la Corte Suprema del Reino Feérico donde, durante

³ *Retelling*: historias que son una adaptación o nueva versión de una historia clásica donde encontramos a nuevos protagonistas en una situación que no es la que todos conocemos y que suele ahondar en aspectos en los que la historia original no lo ha hecho.

años, lo único que quiere Jude es encontrar su lugar a pesar de su naturaleza humana y el odio que esta provoca.

Holly Black	Hidra	Tapa dura con solapas, tapa blanda, estuche especial	
Trilogía	Libro de relatos	Año publicación: 2018 - 2020	

Tabla 5. Información *Los Habitantes del Aire*. Elaboración propia

Trono de Cristal: En estos libros se conoce la historia de Celaena, una asesina de 18 años que cumple cadena perpetua en las minas de sal de Endovier. Cuando la muchacha cree que este todo perdido aparece un joven capital del ejército de la corona con una interesante propuesta que puede devolverle la libertad que tanta ansia recuperar.

Sarah J. Maas	Hidra	Tapa blanda	Saga: 7 tomos	Novela corta complementaria	Año publicación: 2020 - Actualidad	
---------------	-------	-------------	---------------	-----------------------------	------------------------------------	--

Tabla 6. Información *Trono de Cristal*. Elaboración propia

Los Elementos Oscuros: de todas las opciones tratadas en este punto, esta es sin duda la que más puede asemejarse al mundo de Cazadores de Sombras. Esta historia se sitúa en Washington D.C., Estados Unidos, y nos ofrece un mundo donde existen unos seres llamados Guardianes, con forma de gárgola, que protegen a la población de los demonios. Estos libros cuentan la historia de Layla una chica que es mitad Guardiania mitad demonio. Su vida cambia cuando conoce a un demonio llamado Roth que le hará cuestionarse todo aquello que creía incuestionable.

Jennifer L. Armentrout	Plataforma Neo	Tapa blanda	Trilogía	
Año publicación: 2016 - 2017				

Tabla 7. Información *Los Elementos Oscuros*. Elaboración propia

Con estos pequeños resúmenes, se puede observar que la editorial con más representación en este apartado es Hidra. Hidra es una editorial que en los últimos años ha ido cogiendo un peso más importante en el sector juvenil gracias a la adquisición de derechos de obras de autores internacionales de renombre.



Figura 9. Portadas en español posible competencia a nivel internacional. Editoriales oficiales.

Aparte de estos autores internacionales, algún encuestado también facilitó nombres de obras de literatura juvenil fantástica nacional. Entre estos nombres se podía encontrar:

- *Memorias de Idhún* (Laura Gallego, editorial SM).

- *La Conjura de Aramat* (Victoria Álvarez, Nocturna ediciones).
- Trilogía *Helen Parker* (Andrea Izquierdo, editorial Crossbooks).



Figura 10. Portadas posible competencia a nivel nacional. Editoriales oficiales.

4.3 Técnica de la falsa compra

Para completar este tercer capítulo se elaboró lo que se conoce como una falsa compra. Esta técnica consiste en la “compra” de un producto por parte de un cliente misterioso cuya intención es observar varios componentes de la venta: como se vende el producto, que incentivos se utilizan...

En este caso la técnica se realiza en la sección de lectura de la cooperativa Abacus en su centro en Sant Boi de Llobregat a mediados de mayo. El cliente misterioso propone a la vendedora que le aconseje acerca de la compra de un libro para una chica en sus 20 años, amante de la literatura y lectora de libros juveniles fantásticos. El objetivo de la compra es hacer un regalo a esta chica por su cumpleaños.

La dependienta del centro comenta que los libros que en la actualidad más se están vendiendo de este género es la trilogía *Grisha*, debido a que el 23 de abril se lanzó la adaptación en formato serie en la plataforma Netflix. De hecho, se encuentran en la balda más cercana al consumidor y se encuentran ejemplares de los tres tomos que la componen más Sombra y Hueso, el primero de ellos, en su edición en catalán. Después de esto, la trabajadora señala el estante inferior donde se puede observar un grupo de varios libros de distintas editoriales. Entre estos se mezclan literatura nacional con internacional y se puede observar algunas novedades que han salido en las últimas semanas. De estos libros, no nombra ninguno en particular.

Justo en la parte inferior de la estantería se encuentran todos los libros de Cazadores de Sombras. Cuando se le pregunta a la dependienta por ellos, dice que son una buena opción. Explica que ella, que debía rondar los 45 años, los ha leído y le han parecido muy buenos también. Cuando se le pregunta de qué van, comenta que son un grupo de adolescentes, más bien ya entrando en la edad adulta, que luchan contra demonios. El último libro publicado de la autora apenas se lanzó un par de días antes de realizar esta falsa compra. Este libro es *El Libro Perdido* perteneciente a la trilogía *Las Maldiciones Ancestrales*, cuya autoría comparte con el escritor Wesley Chu. Además, de estos

ejemplares también disponían en tienda de ejemplares de *La Cadena de Oro*, el primer tomo de *Las Maldiciones Ancestrales* y de otros libros de la primera saga del mundo Cazadores de Sombras (en sus versiones tapa dura con solapa y tapa blanda).

Por lo tanto, se observa que por los comentarios de la vendedora la recepción de las novelas es buena. Además, se puede decir que no solo gusta a un público joven, sino que el público más adulto también disfruta con este tipo de obras. Otro punto para tener en cuenta es que las dos trilogías que están siendo publicadas en la actualidad están disponibles en tienda. Esto deja claro que, a pesar de los años, el Universo de Cazadores de Sombras aún se sigue consumiendo.

CAPÍTULO V: PLAN DE COMUNICACIÓN

A continuación, se presentan una serie de acciones comunicativas destinadas a tres públicos objetivos diferentes: lectores, público general y fanáticos de la serie de televisión *Shadowhunters*. Para llegar a estos targets se han elaborado una serie de acciones que van desde el consumidor final a canales de distribución, como la compañía El Corte Inglés, u otras de tono más lúdico.

5.1 Acciones para lectores

En este primer punto se propondrán una serie de acciones para el siguiente público objetivo:

- Jóvenes entre 16 y 30 años, en su mayoría de género femenino.
- Lectores de literatura juvenil fantástica.
- Lectores de las obras de Cassandra Clare y, en especial, de su última trilogía *Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas*.
- Jóvenes que utilizan las redes sociales como herramienta para informarse acerca de las últimas novedades literarias, consultar fechas de lanzamiento o reseñas de opinión, etc. Por lo tanto, que formen parte de la comunidad lectora que se ha formado en los últimos años en redes sociales.

5.1.1 Envío de libros para reseñar

Tipo de acción: se trata de una acción de marketing directo dentro de redes sociales, ya que existe una relación de *feedback* entre los autores de la reseña y los lectores que la leen y comentan.

Objetivos promocionales:

- Introducir un nuevo producto: dar a conocer el lanzamiento de *La Cadena de Hierro*.
- Introducir la nueva trilogía de la autora a aquellos lectores que no hayan oído hablar de ella.
- Potenciar actitudes positivas de compra a través de reseñas positivas.

Definir acción: esta acción consiste en el envío, por parte de la editorial, de una serie de ejemplares para poder elaborar una reseña literaria antes, y durante las primeras semanas, del lanzamiento del libro. La reseña deberá realizarse de forma oral o escrita dependiendo del canal de comunicación donde vaya a publicarse. La editorial distribuirá

ejemplares a tres comunidades de lectores diferentes: *booktuber*⁴, *bookstagram* y blogs literarios.



Figura 11. Posible ejemplo de acción *bookstagram*. Instagram.

: **Booktuber:** elaboración de un clip con una duración mínima de un minuto y máxima de cinco. En este video deberá ofrecerse una opinión real sobre la historia y enseñar el ejemplar enviado por Destino. Se deberá enseñar la edición a tapa dura y los detalles que esta incluya (desde los relieves a las posibles ilustraciones).

Bookstagram: elaboración de un post y una serie de *stories* para Instagram donde se dé una pequeña opinión y se enseñe la edición del libro.

Blog literario: entrada con la ficha técnica de *La Cadena de Hierro*, su sinopsis y una breve reseña acerca de que le ha parecido el libro al bloguero. En este caso no será necesario enseñar el

ejemplar, se aceptará la fotografía de la portada para situar a los lectores del blog.

Aparte de estos formatos de reseña, existe una aplicación llamada *Goodreads* que permite seleccionar el libro que se está leyendo de su base de datos y valóralo con estrellas. Estas estrellas van de 0, no ha gustado la lectura, a 5, la lectura ha gustado mucho. Esta aplicación es muy utilizada en países de habla inglesa y en España poco a poco se está notando una tendencia al alza. Por lo tanto, sería bueno que los reseñadores a los que Destino hayan enviado el ejemplar, y dispongan de cuenta en esta aplicación, también valoren *La Cadena de Hierro* por esta vía.

Además del libro, se pueden entregar una serie de objetos para hacer un paquete de relaciones públicas mucho más atractivo. En este paquete podrían ir puntos de libros, ilustraciones de los personajes y una cajita de madera que contenga varias variantes de té para crear una ambientación al Londres eduardiano.

Con estas acciones se pretende llegar al lector de una forma mucho más visual, además de alimentar la curiosidad por la historia gracias a las opiniones que se ofrezcan. También se pretende llegar a unos colectivos que en los últimos años están en auge dentro de las redes sociales.

Medios o canales utilizados: El medio publicitario convencional elegido para esta acción comunicativa ha sido internet. Dentro de internet, la promoción se realizará dentro de

⁴ *Booktuber:* comunidad literaria que se encuentra en la plataforma audiovisual YouTube. Se encargan de reseñar libros y grabar videos donde expresan sus opiniones sobre ellos.

las comunidades de *booktuber*, *bookstagram* y blogs literarios como se ha comentado anteriormente. En cada caso la selección se llevará a cabo de una manera diferente. En el caso de *booktuber* se elegirán aquellos canales que tengan un mínimo de 15.000 suscriptores y una media de 900.000 reproducciones. En *bookstagram* se seguirán dos procesos de selección. En el primero de ellos, se enviarán ejemplares a aquellas personas que han trabajado anteriormente con la editorial y que hayan reseñado otros libros del universo Cazadores de Sombras. Por otro lado, se abrirá una oferta donde los administradores de las cuentas de *bookstagram* pueden enviar sus solicitudes para recibir un ejemplar. En este caso, la selección se puede basar en número de seguidores (un mínimo de 9.500 por ejemplo), en la imagen de la cuenta (si se opta por fotos más artísticas o un fondo más sencillo) o si se ha reseñado anteriormente alguna otra novela de subgénero fantástico. En el caso de los blogs literarios también se llevarán a cabo las propuestas anteriores, una elección inicial por parte de Destino y una segunda elección basada en las propuestas que llegarán a través de la oferta. Hay que tener presente que en ciertas ocasiones una misma persona puede administrar dos de estos canales a la vez. Por ello se deberá ir con cuidado a la hora de no enviar por duplicado los ejemplares. Para estos casos, lo ideal, sería promocionar la novela en el canal con un número más elevado de suscriptores/seguidores.

Control de resultados: Para controlar la acción los administradores de las cuentas y blogs deberán ponerse en contacto con la editorial para informar que su reseña ya ha sido publicada. De todas formas, Destino deberá enviar un mail informativo cuando se acerque el plazo de finalización de la acción para aquellas personas que aún no hayan publicado su opinión en alguno de los diversos canales. Además, para controlar los resultados obtenidos a través de esta acción deberá realizarse un control sobre los efectos contables. Esto quiero decir que, durante un periodo de tiempo, por ejemplo, durante cuatro semanas desde la publicación de la historia, se deberá hacer un seguimiento de las unidades vendidas y de los ingresos que estas constituyen para la empresa.

Timing: Se espera que esta acción se realice el mes antes del lanzamiento oficial y tenga una durabilidad de unas seis semanas. La fecha estimada del lanzamiento es a principios del año 2022, pero aún no se ha comunicado el día concreto. Por ejemplo, si el libro se publicará el día 24 de febrero del próximo año, los envíos deberían realizarse durante la última semana de enero para que lleguen a su destino a principios del mes de febrero. De esta manera hay tiempo suficiente para leer *La Cadena de Hierro* y reseñarla.

Presupuesto del plan: En el presupuesto para esta actividad irán incluidos el coste de los libros, el coste del contenido del paquete que se envía para reseñas (punto de libro, ilustraciones y caja de té) y los gastos de envío de los paquetes. En primer lugar, se

pretende trabajar con el envío de 45 ejemplares (15 ejemplares por canal seleccionado). Por lo tanto, basándose en el precio de la primera publicación de la trilogía que es de 18,95€, se estaría hablando de un coste en libros de 852,75€. Después se deberá tener en cuenta los gastos de impresión de los puntos de libros y las ilustraciones, que representarán los menores costes del presupuesto de la acción. Una caja de madera decorada con relieves puede tener un coste inicial de unos 10€ según plataformas de comercio digital, más las diversas bolsas de té que pueden rondar el 1,50€. En este caso serían 450€ en cajas y 67,5€ en té. Por lo tanto, podríamos hablar de un presupuesto que rondaría los 1750,00€ incluyendo unos posibles gastos de envío y la impresión.

5.1.2 Colaboración con El Corte Inglés

Tipo de acción: se está realizando una promoción de venta dirigida al consumidor final. Dentro de este tipo de promoción se propone una acción de compensación específica asegurada distinta al producto.

Objetivos promocionales:

- Dar a conocer el nuevo libro de *La Cadena de Hierro*.
- Atraer a los lectores interesados en este nuevo libro a los establecimientos de El Corte Inglés.
- Potenciar una actitud de compra positiva a través de esta promoción.

Definir acción: En esta ocasión la idea sería publicar un librito, que vaya unido a *La Cadena de Hierro*, con una historia adicional acerca de dos personajes que están presentes en varias de las novelas de Clare. Estos personajes resultan ser de los más queridos dentro del universo de Cazadores de Sombras, por lo tanto, los lectores estarán encantados de volver a encontrarse con ellos. Esta historia llamada *Siempre hay que tener cuidado con los libros* ha sido publicada como capítulo extra en las primeras ediciones inglesas de la obra. Este librito no tendría coste adicional ninguno para el consumidor y sería un obsequio que les ofrece El Corte Inglés por la compra del libro en su centro o en su página web. Esta acción sería una oferta limitada y una vez agotados los ejemplares no se volverían a reponer.

Por lo tanto, esta opción, provocará que aquellos lectores que se consideran aficionados al mundo literario creado por Clare quieran comprar el libro en el centro. Esta acción derivará en un incremento de las ventas del libro en la compañía El Corte Inglés mientras se hace feliz al consumidor al disponer de contenido exclusivo que no volverá a ser publicado en ninguna otra edición futura.

Medios o canales utilizados: desde hace años, El Corte Inglés ofrece contenido exclusivo y limitado de las novelas de Clare con las primeras ediciones hasta agotar existencias. El

contenido va variando según la publicación y se ha llegado a incluir cartas entre los personajes o libros con capítulos inéditos. En el caso de *La Cadena de Oro* se incluyó cinco ilustraciones de los personajes principales de la novela creados por la ilustradora Charlie Bowater. La última colaboración respecto al universo literario de Cazadores de Sombras ha sido con la segunda parte de la trilogía *Las Maldiciones Ancestrales*, cuya primera edición ha salido de imprenta en el mes de mayo. Por ello, con la publicación de *La Cadena de Hierro*, se vuelve a contar con la colaboración del centro comercial para desarrollar una propuesta de cara al lanzamiento que sea beneficiosa para ambas organizaciones.



Figura 12. Última colaboración y propuesta de la acción. El Corte Inglés.

Control de resultados: se realizará un control de resultados de tipo contable. Esto quiere decir que, una vez acabada la promoción, y que todas las unidades hayan sido vendidas, se realizará una investigación para ver qué beneficios ha supuesto para el Corte Inglés esta acción. Cuanta más retribución económica reciba la empresa, será más fácil volver a unirse en una colaboración futura que beneficie a Destino y a los grandes almacenes. Esto también puede afectar en la cantidad de ejemplares con edición limitada, pudiéndose ver aumentado el número en un futuro lanzamiento. Además, se podría realizar un control sobre el proceso de carácter cognitivo. Este tipo de control haría ver a la empresa si los lectores recuerdan que este tipo de promociones con El Corte Inglés existen, y si cuando piensan en el lanzamiento de un próximo libro de Destino relacionan estos dos hechos. Esto podría verse en redes sociales, donde los lectores se preguntarían si esto sucederá con *La Cadena de Hierro*.

Timing: la acción en tiendas empezará el día que salga a la venta el libro, mientras que en la web de El Corte Inglés se realizará una preventa. En los dos casos, la oferta durará hasta agotar las existencias disponibles.

Presupuesto del plan: en este caso hay que tener en cuenta el coste de la impresión y encuadernación de la historia extra. En las otras ocasiones que esta acción se ha llevado a cabo, el librito era de unas dimensiones inferiores al libro principal y de tapa dura sin sobrecubierta. La idea inicial es encargar la impresión de unas 500 unidades de este contenido extra. El coste de la impresión extra será asumido por la editorial y rondará los 6€, aproximadamente, por ejemplar.

5.2 Acciones para el público general

Por lo que respecta a este grupo de acciones está dirigido al siguiente público objetivo:

- Público general que englobe todo tipo de edades.
- Tanto a género femenino como género masculino.
- Aquellos lectores que no conozcan los libros de Cassandra Clare.
- Para aquellos grupos de población que estén interesados en la compra de un libro, pero se encuentren indecisos acerca de cuál adquirir.

Con este tipo de público objetivo, la mejor opción será enfocar las acciones comunicativas también a la trilogía *Las Últimas Horas* en lugar de a *La Cadena de Hierro* individualmente. Al tratarse de una segunda parte es mucho más complicado atraer a un público más general que no tiene conocimiento de lo que trata la historia.

5.2.1 Newsletter de Destino Infantil y Juvenil

Tipo de acción: se realizará una campaña de marketing digital que utilizará el correo o *mailing* para enviar información a los subscriptores.

Objetivos promocionales:

- Dar a conocer la trilogía de *Cazadores de Sombras: Las Últimas Horas*.
- Presentar el nuevo libro *La Cadena de Hierro*.
- Localizar lectores potenciales.
- Incrementar ventas.
- Incrementar la notoriedad del mundo de *Cazadores de Sombras*.

Definir acción: en este caso la acción consiste en el envío de una *newsletter* con información acerca de *La Cadena de Hierro* y *Las Últimas Horas*. Destino Infantil y Juvenil envía cada mes este tipo de correos a todos aquellos que se hayan suscrito en la página web para informar acerca de las novedades del mes. En este correo se puede añadir *La Cadena de Hierro* y se puede seguir un estilo parecido al que utiliza la editorial en Amazon para patrocinar *La Cadena de Oro*, la primera parte. En este formato viene en la parte central una foto con la portada del libro y una breve descripción sobre la nueva trilogía: de que trata, en qué momento está localizada... Después, se puede encontrar varios comentarios en el lado derecho acerca del fenómeno *Cazadores de Sombras*, datos de interés que pueden resultar atractivos para un cliente potencial. Por último, en la parte inferior se dispone de tres apartados donde se habla acerca de la autora, el mundo de *Cazadores de Sombras* y la trilogía de *Las Maldiciones Ancestrales* que está siendo publicada en la actualidad. Este diseño iría incorporado en el correo electrónico en cuestión. En el *Anexo B: Ejemplo acción newsletter* se puede encontrar la plantilla sobre la que se realizaría esta acción.

De este modo se puede informar al consumidor más general del lanzamiento de este libro de una manera más atractiva e incentivar la curiosidad por la historia. Puede que la persona que reciba el correo no se sienta atraído por esta narrativa, pero puede conocer a alguien que sí y recomendarlo.

Medios o canales utilizados: el medio utilizado para esta acción es el correo electrónico. En la página web de Destino Infantil y Juvenil existe la posibilidad de realizar una suscripción gratuita a lo que se conoce como *newsletter* para recibir información sobre las últimas novedades literarias o para conseguir información acerca de cuál es el libro de moda dentro del catálogo editorial. Con esta suscripción la persona permite que se le envíen una serie de correos, a la dirección de correo electrónico que haya proporcionado, de carácter informativo/publicitario.

Control de resultados: para medir la reacción del grupo objetivo a esta acción se añadirá un enlace web en la nota. A través de este enlace se podrá acceder al apartado web del libro y ver información más técnica del producto como precio de compra, número de páginas, donde se pueden comprar... La editorial deberá realizar un seguimiento de los movimientos de esta página web para observar si se ha despertado la curiosidad del lector. Con esta acción se está realizando un control afectivo. Después, se puede realizar un segundo control conductual sobre la conversión de compra desde el apartado *Ver opciones de compra* incluido en la misma página web.

Timing: lo recomendado sería enviar este correo informativo en la fecha cercana al lanzamiento. De esta manera, no nos arriesgamos a despertar la curiosidad del público objetivo y que después pueda dar marcha atrás, u olvidarse del producto, debido a que aún queda un periodo extenso para el lanzamiento. Por lo tanto, se podría realizar esta acción el mismo día del lanzamiento a librerías y plataformas digitales.

Presupuesto del plan: este tipo de acciones suelen tener un coste alto por contacto. El desembolso final dependerá de la empresa contratada por el grupo Planeta y la cantidad de emails que deben producirse. Para tener una ligera idea de la cantidad, se han consultado varias páginas web que ofrecen este tipo de servicios. En Acumbamail ofrecen 100000 envíos por 71€ mensuales, mientras que en Mailjet se encuentran 150000 envíos por un precio inferior al de su competencia (54,95€).

5.2.2 Muestra gratuita del primer capítulo

Tipo de acción: se trata de una acción de punto de venta enfocada en el consumidor final del producto. En este caso sería un instrumento de compensación específica asegurada distinta al producto comprado.

Objetivos promocionales:

- Dar a conocer la trilogía *Las Últimas Horas*.
- Localizar clientes y lectores potenciales.
- Incrementar la notoriedad del mundo de Cazadores de Sombras.

Definir acción: esta acción consiste en la entrega de un libreto que contenga información sobre la trilogía *Las Últimas Horas*, los dos libros que en el momento de la realización de la acción estén publicados y el primer capítulo, impreso, de *La Cadena de Oro*. Este último, también se encuentra disponible en la página web de Destino Infantil y Juvenil. Además de entregar este libreto también se puede entregar un par de marcapáginas, cada uno con la portada de uno de los libros. Estos artículos se entregarán en ferias, dentro de las carpas de Planeta, cada vez que alguien compre un ejemplar juvenil de Destino o alguna de las editoriales juveniles que maneja el grupo.

De esta manera se pretende llegar a ese grupo de personas que suelen acudir a estos eventos para hacer compras de libros que de manera regular no realizan. También se pretende ofrecer algo que pueda atraer la curiosidad de esos lectores pasajeros o de sus allegados.

Medios o canales utilizados: en esta ocasión son las ferias el lugar donde se llevará a cabo la acción. Este tipo de eventos son bastantes concurridos y suelen ser un lugar donde las familias se reúnen para pasar la jornada. Además, son el lugar perfecto para conseguir alcanzar al público objetivo de esta acción, ya que en las ferias se reúnen tanto lectores habituales como lectores puntuales. Estos últimos suelen aprovechar estas ocasiones para realizar la compra de ejemplares para ellos mismos o sus allegados. Un claro ejemplo de la efectividad de estos canales es la de ventas de Sant Jordi cuya estimación es de más de un millón de ejemplares. Debido a la Covid-19 este tipo de actividades no han podido celebrarse durante el año 2020, pero en este 2021 se están buscando maneras seguras para poder llevarlas a cabo y recuperar la normalidad.

Control de resultados: se realizarán dos seguimientos en este tipo de acción. El primer de ellos será de carácter contable. Esto quiere decir que durante los días que duré las ferias se llevará a cabo un seguimiento de los libros de Cadena de Oro vendidos en la caseta de Planeta donde se ofrecían las muestras gratuitas del primer capítulo. La segunda medida será añadir un código QR en las últimas páginas que permita al lector acceder a los diferentes distribuidores online. De esta manera se puede realizar un seguimiento para ver cuanta gente se muestra curiosa por adquirir de forma online el libro.

Timing: esta acción se realizará en diferentes eventos/ferias y se realizará durante todo un año en todas las ferias literarias importantes del país. La acción empezará el día 23 de abril del 2022 con Sant Jordi. Aún no se tienen fechas oficiales referentes a los otros

eventos literarios de cara al año siguiente, pero también formarán parte de esta acción la feria del libro de Madrid, muy reconocida a nivel nacional, o la feria del libro de Zaragoza. Esto también dependerá de la situación sanitaria derivada de la Covid-19, aunque se espera que de cara al año 2022 se haya conseguido una inmunidad alta gracias a la vacunación y sea posible realizar estos eventos.

Presupuesto del plan: los gastos que existen en este presupuesto son los derivados de la impresión de los capítulos más la elaboración de puntos de libros. Se estima que podrían llegar a necesitarse alrededor de 50 impresiones por feria. Debido a que el número de ferias de cara a 2022 se desconoce, no se puede ofrecer el número exacto de muestras que serán necesarias. De todas formas, se puede contar con una previsión inicial de 150 capítulos. Del mismo modo se deberá contar con el mismo número de marcapáginas. Teniendo en cuenta el coste de impresión (que suele rondar los 0,05€) y el número de páginas de este extracto (26 páginas tamaño A4 que se ofrecerían tamaño A2 en formato cuaderno y doble cara) se puede hablar de un presupuesto inicial de 97,5€. La impresión de los puntos de libros variará según la imprenta que lo realice.

5.3 Acción para fans de la serie de televisión

Esta última propuesta de acción comunicativa va dedicada al siguiente grupo de público objetivo:

- Aquellas personas que hayan visto *Shadowhunters*, la adaptación en formato serie del universo literario creado por Cassandra Clare.
- Aquellas personas que hayan visualizado la serie y que les guste la literatura.
- Se trabaja con un intervalo de edad mucho más amplio que con las otras acciones.

5.3.1 Sorteo en redes sociales

Tipo de acción: se realizará una compensación específica aleatoria, una técnica de promoción de ventas destinada al consumidor final.

Objetivos promocionales:

- Dar a conocer los libros de Cazadores de Sombras, en concreto *Las Últimas Horas* y *La Cadena de Hierro*.
- Dar a conocer una nueva perspectiva de la historia y los personajes de la serie *Shadowhunters*.
- Localizar el fenómeno fan de la serie y transferirlo a los libros (clientes potenciales).



Figura 13. Poster promocional temporada 3 serie de televisión *Shadowhunters*. Canal televisión

Definir acción: consistirá en un sorteo de dos entradas a la convención *The Hunters of Shadow 4* celebrada en la ciudad francesa de París. Esta convención está relacionada con la serie de televisión americana *Shadowhunters* que fue emitida por el canal *Freeform* y ahora se encuentra disponible en Netflix a nivel mundial. La serie de televisión está basada en la primera saga que publicó Clare y que recibe el nombre, también, de Cazadores de Sombras. En este evento los fans de la serie tienen la posibilidad de interactuar con los actores en los diferentes paneles que resultan ser conferencias que se realizan durante todo el día con diversas personas del elenco de la serie. Además, también se puede conseguir diferentes tiques para hacerse fotos, conseguir autógrafos o cenar con los actores y actrices.

Teniendo en cuenta la situación sanitaria actual, la convención puede ver modificadas sus fechas o realizarse de forma online según decidan los organizadores. El coste del transporte y la estancia serán asumidos por la editorial. Por otro lado, aparte de las dos entradas y el viaje, se sortearán un ejemplar de *La Cadena de Oro* y *La Cadena de Hierro*.

Para participar en el sorteo, existirán una serie de condiciones que el ganador deberá cumplir para poder llevarse el premio. Algunas de estas condiciones serán: dar me gusta a la publicación del sorteo, seguir a la cuenta que realizará la rifa y a *@teenplanetlibro*, comentar el post y etiquetar a esa persona con la que se compartiría el viaje. El sorteo sería de carácter nacional.

Con este sorteo se pretende atraer a ese grupo de fans de la serie que les encantaría vivir la experiencia de poder asistir a una convención como la sorteada sin tener que preocuparse por otra cosa que no sea disfrutar. Además, este tipo de acción puede derivar en un “boca a boca” muy útil para la promoción de los diversos libros.

Medios o canales utilizados: este tipo de sorteos es muy común observarlos en la red social Instagram. En este caso, se elegirá una cuenta de Instagram que esté relacionada de forma estrecha con el mundo de Cazadores de Sombras para publicar el sorteo. Sería el equipo de Destino quien valoraría varias opciones dentro de los colaborados que utilizan normalmente para reseñar las obras. Dos perfiles que llevan años apoyando estos libros y manejan un gran número de seguidores son *@niloagray* y *@josudiamond*. Ambas cuentas han trabajado anteriormente con la editorial.

Control de resultados: se podrá ver si la acción está surtiendo efecto en la cantidad de visualizaciones, me gustas y comentarios que reciba el post. Este tipo de control afectivo servirá para observar la actitud de la gente respecto a este sorteo. Una vez haya terminado el sorteo, durante el par de semanas posterior, se realizará un control sobre elección de la marca para observar si se efectúan primeras compras de alguno de los libros de Clare (tanto *Las Últimas Horas* que es la trilogía que se patrocina en el post o alguna de las otras historias). De esta manera se verá si se ha conseguido atraer a miembro del fenómeno fan de la serie a los libros.

Timing: El sorteo se realizaría a mediados de marzo, con la antelación suficiente para que la editorial pueda organizar todo lo necesario para el viaje (en caso de que pueda realizarse la convención de forma presencial dentro de las fechas previstas). La rifa estaría abierta durante una semana y el nombre del ganador se haría público en un máximo de dos días desde el cierre. La convención se celebrará en París los días 11 y 12 de junio del año 2022.

Presupuesto del plan: en este presupuesto entra el coste de viaje, el coste de las entradas de la convención y del coste de los dos ejemplares sorteados. En primer lugar, se encuentra el coste del viaje que engloba el transporte aéreo, el alojamiento para una noche y el desayuno. Con precios consultados en la página web de Viajes El Corte Inglés, este viaje tendría un coste de 118€ por persona (precios orientativos a día 29/05/2021). Además, las entradas tendrán un coste de 79€ cada una. Estas entradas solo incluyen un día de la convención y no incluyen fotografías o autógrafos. Si el ganador quiere adquirir algunas de las dos opciones comentadas deberá costearse el mismo el pase. Por último, se valorará los dos libros con un precio de 18,95€ cada uno. Esto hace que el presupuesto inicial sume una cantidad de 431,90€.

5.4 Timing general

A continuación, se puede observar una tabla con el timing general⁵ a seguir para la promoción de *La Cadena de Hierro*.

	<i>Ene</i>	<i>Feb</i>	<i>Mar</i>	<i>Abr</i>	<i>May</i>	<i>Jun</i>	<i>Jul</i>	<i>Ago</i>	<i>Sep</i>
Act. 1									
Act. 2									
Act. 3									

⁵ Este timing ha sido elaborado bajo la hipótesis de que el lanzamiento del libro se realice en el mes de febrero del año 2022.

Act. 4									
Act. 5									

Tabla 8. Timing general. Elaboración propia.

- Envío de libros para reseñar
- Colaboración con El Corte Inglés
- Newsletter de Destino Infantil y Juvenil
- Muestra gratuita primer capítulo
- Sorteo en redes sociales

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Con el desarrollo de este proyecto se ha pretendido observar la veracidad de los objetivos, preguntas claves e hipótesis definidos al inicio del trabajo.

En primer lugar, respecto a los objetivos, se puede observar que el objetivo principal se cumple en su totalidad. Esto significa que sí es posible realizar una serie de acciones que se ajusten al lanzamiento de un libro de género juvenil. Además, también ha sido posible cumplir los cuatro objetivos secundarios marcados enumerados en la introducción del trabajo. De estos objetivos, realizar un plan realista era sin duda el más importante y el más difícil de cumplir, ya que a la hora de elaborar las acciones es muy fácil dejarse guiar por la parte más creativa y dar menos importancia al realismo necesario para crearlas. Por lo tanto, este punto ha supuesto un aprendizaje a la hora de afrontar futuros proyectos con la combinación equilibrada de realismo y creatividad.

Por otro lado, se encuentran las preguntas claves elaboradas inicialmente y cuya función ha sido servir de guía durante el proceso. La pregunta *¿Cómo podemos enfocar un plan de comunicación en el sector editorial?*, ha servido para desarrollar un marco teórico del sector que me ha ayudado a comprender los datos que realmente maneja el sector y son ignorados, en su mayoría, por los lectores. Las preguntas *¿Qué acciones podemos realizar?*, y *¿Qué puede resultar atractivo al grupo de lectores?*, tienen relación entre ellas y sirven de guía para elaborar el capítulo V de este trabajo, el apartado práctico.

Respecto a las hipótesis se puede concluir que durante el trabajo se ha demostrado que todas ellas son ciertas. Este trabajo demuestra que en los últimos años el mercado de literatura juvenil ha aumentado, siendo el segundo en hacerlo durante 2019; que las redes sociales están sirviendo como nexo de unión para los lectores más jóvenes gracias a la creación de comunidades virtuales como *bookstagram* y *booktuber*. Además, se ha demostrado que son muchas las acciones que se pueden desarrollar para este tipo de trabajo y que no son exclusivas de un solo público objetivo, sino que se ha conseguido elaborar cinco acciones distintas para tres grupos de público objetivo diferentes entre ellos. Asimismo, gracias a la encuesta realizada, queda demostrado que Cassadra Clare tiene un gran base de lectores en el país.

Por último, gracias a este trabajo he aprendido a transformar los conocimientos teóricos adquiridos durante estos cuatro años en un proyecto práctico y fusionarlo con unas de mis pasiones a nivel personal. Además, como he comentado anteriormente, me ha ayudado a conocer mucho mejor el sector editorial gracias a la investigación que necesite realizar para definir el marco teórico. Este punto es muy importante, ya que a la hora de tener que realizar este tipo de trabajos es cuando realmente aprendes a clasificar las fuentes de información y a valorar que información es necesaria y verídica.

ANEXO A: RESULTADO ENCUESTAS

Pregunta 2: Edad.

2. Edad

143 respuestas

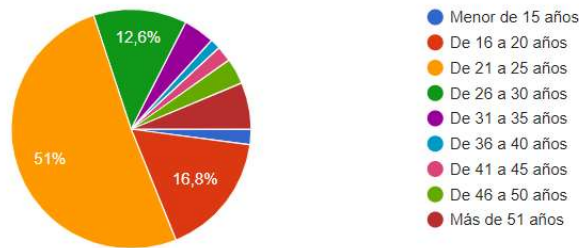


Figura 14. Edad. Elaboración propia.

Pregunta 3: ¿Eres aficionado/a a la lectura? ¿Lees libros, novelas gráficas, etc?

3. ¿Eres aficionado/a a la lectura? ¿Lees libros, novelas gráficas, etc?

143 respuestas

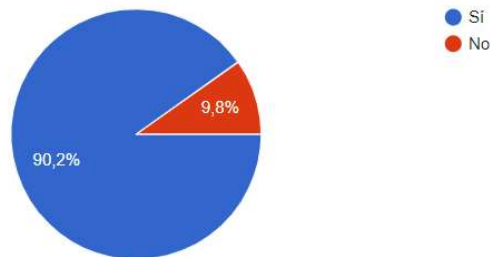


Figura 15. Aficionados a la lectura. Elaboración propia.

Pregunta 4: ¿Con que frecuencias lees?

4. ¿Con que frecuencia lees?

136 respuestas



Figura 16. Frecuencia de lectura. Elaboración propia.

Pregunta 6: Dentro de la literatura juvenil, ¿cuáles son los géneros que sueles leer?

6. Dentro de la literatura juvenil, ¿cuáles son los géneros que sueles leer?

128 respuestas

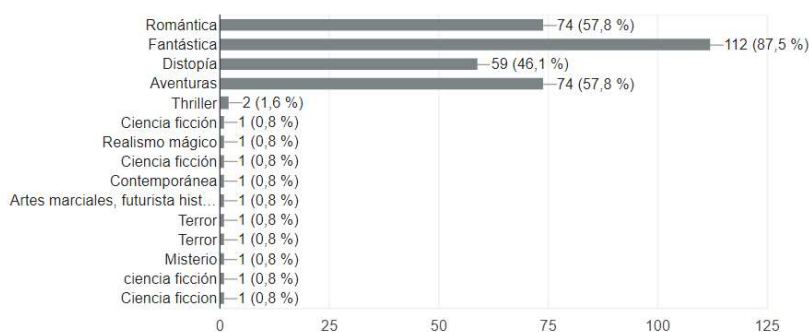


Figura 17. Subgéneros literarios leídos. Elaboración propia.

Pregunta 7: Si en la pregunta anterior no has marcado el género fantástico, ¿qué te frena/desagrada de este género?

1. Nada. Sólo que me gustan más las románticas.
2. No me llama nada la atención.
3. Realmente no es que me desagrada nada en concreto, simplemente me decanto por libros que más realistas en los que me pueda sentir identificada en gran parte. Además, me resulta difícil imaginarme según que situaciones en una lectura. No tengo mucha imaginación.
4. No es que haya algo que me desagrada de la literatura fantástica. Simplemente no consumo este género.
5. A veces me carga.
6. No es de mis preferidas.
7. Que no es realista.
8. No me atrae, pero no lo descarto más adelante.
9. No me llama la atención.
10. La predictibilidad.
11. No me gusta la fantasía.
12. Me gustan otros géneros que son un poco más realistas.

Pregunta 8: ¿Qué autores internacionales en el ámbito fantástico conoces?

8. ¿Qué autores internacionales en el ámbito fantástico conoces?

127 respuestas

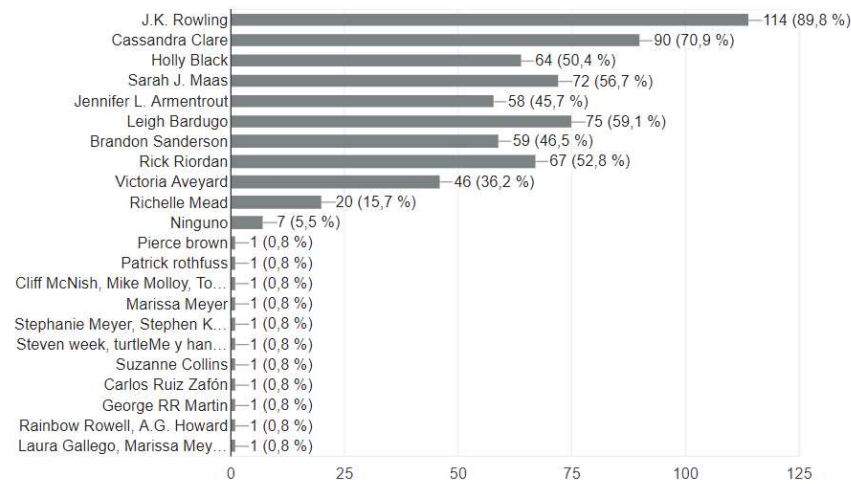


Figura 18. Autores internacionales. Elaboración propia.

Pregunta 9: ¿Conoces el mundo de Cazadores de sombras?

9. ¿Conoces el mundo de Cazadores de sombras?

128 respuestas

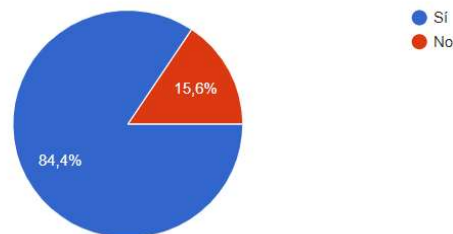


Figura 19. Existencia mundo Cazadores de Sombras. Elaboración propia.

Pregunta 11: Si la respuesta es sí, ¿cuál de estas sagas/trilogía has leído o estas leyendo en la actualidad?

11. Si la respuesta es sí, ¿cuál de estas sagas/trilogía has leído o estas leyendo en la actualidad?

75 respuestas

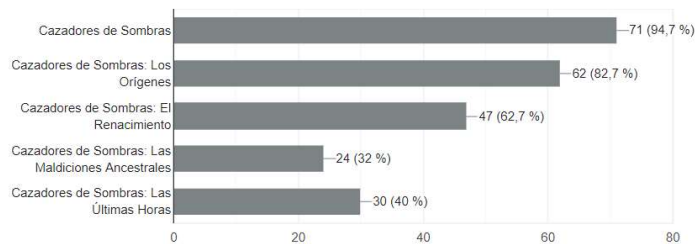


Figura 20. Sagas/trilogías leídas. Elaboración propia.

Pregunta 12: Si la respuesta ha sido si, ¿los recomendarías?

12. Si la respuesta ha sido si, ¿los recomendarías?

75 respuestas

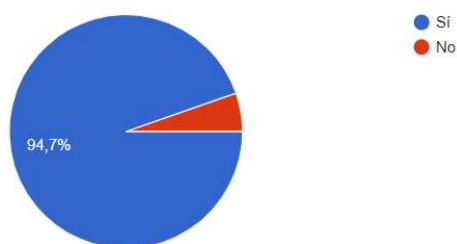


Figura 21. Recomendación. Elaboración propia.

Pregunta 13: Si la respuesta es sí, ¿qué te gusta de los libros? (64 respuestas, pero solo una muestra de 12 de ellas)

1. Los personajes tan diferentes que hay, el mundo tan original y bien creando que ha construido la autora y lo bien que lo expande a pesar de los años.
2. El mundo ficticio que me puedo llegar a imaginar en mi mente
3. La historia en sí, las relaciones de los personajes (las amorosas, pero también las familiares, la amistad...), El hecho de que ya conozcas a la mayoría de otros personajes de otros libros y sepas cómo son...
4. Su *world building*
5. La forma de escribir, la historia, todo.
6. La variedad de personajes.
7. El mundo creado en los libros, el desarrollo de la trama y los personajes; gracias a todos los libros que hay puedes conocer todas las historias y personajes en profundidad.
8. Comencé a leerlos desde sus inicios, en mi adolescencia, y es una saga que ha marcado mi vida por estar tan ligada a esa etapa de mi vida. El universo que crea, las relaciones entre personajes y la evolución son algo que te engancha siempre que lo relees, aunque sepas de memoria qué va a pasar en cada página.
9. La ambientación, sus personajes y toda la representación a muchos niveles que tiene (y no solo del colectivo LGTB+ sino de personajes de diferentes países y nacionalidades, de personas neuro divergentes y diversas, etc.). además de la historia claro, que es increíble y te engancha muchísimo.
10. Me encanta la idea de que haya todo un mundo fantástico oculto a nuestros ojos y que haya una raza encargada de matar a los demonios y proteger a la humanidad. Además, la forma de escribir y la historia siempre te engancha y no te deja parar de leer.

11. Todo. Las relaciones amorosas y de amistad, el mundo tan bien construido que ha creado la historia, los villanos, enganchan...
12. ¡Absolutamente todo! La creación de un universo completo escondido en el mundo que conocemos. Las historias del bien contra el mal y que a veces el bueno no es tan bueno ni el malo tan malo, los romances, las relaciones de amistad y familia, los momentos cómicos y los trágicos... Que se traten las desigualdades entre especies (lo que es una clara referencia al racismo), que haya representación LGTB+ (todos merecemos personajes con los que podamos identificarnos), la profundidad de los personajes, la atención a cada detalle y como encuentras elementos de unión entre las distintas sagas... Que haya libros extra fuera de las sagas que aportan más información sobre el universo, como el Códex. Aunque sólo haya uno traducido al español, ojalá los tradujeran para todos, yo tuve que comprar el resto en inglés. Seguro que me dejo cosas, pero para mí el universo de Cassandra Clare es de 10.

Pregunta 14: Si la respuesta es no, ¿sientes curiosidad por este tipo de libros?

14. Si la respuesta es no, ¿sientes curiosidad por este tipo de libros?

55 respuestas

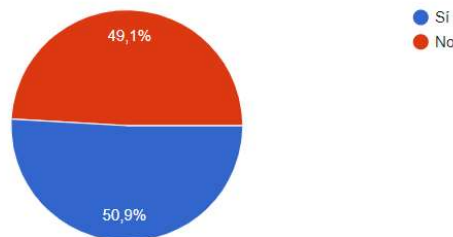


Figura 22. Curiosidad por los libros. Elaboración propia.

Pregunta 15: Siguiendo con la pregunta, ¿qué libros, sagas o trilogías preferirías que estén bajo el género fantástico juvenil? (50 respuestas)

1. Harry Potter.
2. Nacidos en la Bruma.
3. Hija de humo y hueso.
4. El señor de los Anillos.
5. Una corte de rosas y espinas.
6. La segunda revolución.
7. Sombra y Hueso.
8. Seis de Cuervos.
9. El beso del infierno.
10. Saga Lux.

11. Serie Crave.
12. Canción de Sangre.
13. Los habitantes del Aire.
14. Memorias de Idhún.
15. La conjura de Aramat.
16. Helen Parker.
17. Una magia más oscura.
18. Nunca noche
19. Tormenta.
20. Asesino de Brujas.
21. Trono de cristal.
22. Los Juegos del Hambre.
23. Crónicas Lunares.

ANEXO B: EJEMPLO ACCIÓN NEWSLETTER

La cadena de oro

CAZADORES DE SOMBRAS LAS ÚLTIMAS HORAS



La cadena de oro

La nueva trilogía de Cassandra Clare nos lleva al Londres eduardiano. ¡Bailes, amores secretos y criaturas malignas!

Llega *Las últimas horas*, una nueva trilogía del universo de Cazadores de sombras que nos lleva al pasado para conocer la historia remota de varios personajes. Cronológicamente posterior a *Orígenes*, esta serie nos sitúa en el año 1903, cuando la era victoriana está entrando en la eduardiana. Esta nueva saga tiene a Cordelia Carstairs como protagonista y sigue la historia de James y Lucie Herondale, la generación tras Will, Tessa y James, así como la de los hijos de Tatiana Blackthorn.

La trilogía conecta también con *Renacimiento* y añade información sobre las líneas familiares de los Blackthorn, los Herondale y los Carstairs, con la ventaja de que los libros son independientes entre ellos.

Descubre una nueva historia llena de sofisticación, pasión, y tramas oscuras en *La cadena de oro*, la primera entrega de *Las últimas horas*.

Fenómeno Cazadores de sombras

- La cadena de oro es la primera novela de *Las últimas horas*, trilogía dentro de *Cazadores de sombras*
- Cazadores de sombras* es un gran fenómeno de la literatura juvenil, con 40 millones de lectores.
- Después de 10 años, Cassandra Clare cada libro que publica se convierte en un superventas inmediato
- Existe una serie inspirada en la primera trilogía de *Cazadores de sombras*, que podrás ver en Netflix



La autora

Cassandra Clare nació en Irán y pasó sus primeros años viajando por el mundo con su familia y varios baúles llenos de libros de fantasía, entre los que se contaban las series de *Las crónicas de Narnia* y *Los seis signos de la luz*. Más tarde, trabajó como periodista en Los Angeles y Nueva York, donde reside actualmente.



Cazadores de sombras

Cassandra Clare ha creado un brillante y perfectamente hilvanado universo de criaturas fantásticas, pasiones intensas y crueles traiciones. Todas sus series están relacionadas entre sí y se ubican en el mismo mundo mágico, pero siguen los pasos de personajes distintos y tienen lugar en diferentes ciudades. Además de la serie central, que sigue los pasos de Clary Fray en seis títulos, en español puedes leer las series: *Los Orígenes*, *Renacimiento* y *Las maldiciones ancestrales* y libro independiente *Las crónicas de Magnus Bane*.



¡Conoce a Magnus Bane!

Si eres fan de *Cazadores de sombras*, no puedes perderte la bilogía *Las maldiciones ancestrales*. En esta saga, cuyo primer título es *Los manuscritos rojos de la magia*, seguiremos el romance de Magnus y Alec mientras viajan por Europa, donde descubrirán que una pequeña broma de Bane ha alcanzado dimensiones desproporcionadas y se ha convertido en un culto demoníaco llamado *La Mano Escarlata*, que está sembrando el pánico por doquier.

Figura 23. Ejemplo plantilla newsletter. Amazon.

BIBLIOGRAFÍA – WEBGRAFÍA

Acumbamail: marketing sencillo para hacer crecer tu negocio. (s. f.). Acumbamail. Recuperado mayo de 2021, de <https://acumbamail.com/pricing/>

La cadena de oro: Cazadores de sombras. Las últimas horas La Isla del Tiempo Plus: Amazon.es: Clare, Cassandra, Nunes, Patricia, Carro, Cristina: Libros. (s. f.). Amazon. Recuperado abril de 2021, de https://www.amazon.es/cadena-oro-Cazadores-sombras-%C3%BAltimas/dp/8408237640/ref=sr_1_1?__mk_es_ES=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crid=PK331F9TKW8&dchild=1&keywords=cadena+de+oro+cassandra+clare&qid=1622278478&s=books&srefix=cadena+de+oro+cassa%2Caps%2C201&sr=1-1

Casa del Libro | Grupo Planeta, grupo editorial, audiovisual y comunicación. (2021). Grupo Planeta. <https://www.planeta.es/es/casa-del-libro>

Cassandra Clare - New York Times Bestselling Author. (2020, 25 noviembre). Cassandra Clare. <https://www.cassandraclare.com/>

Catálogo de Libros de Crossbooks | Planeta de Libros. (2021). PlanetadeLibros. <https://www.planetadelibros.com/editorial/crossbooks/557>

Cazadores de sombras. (2021, 16 junio). En *Wikipedia, la enciclopedia libre.* https://es.wikipedia.org/wiki/Cazadores_de_sombras

Colorincoloradolibros, V. T. L. E. (2018, 12 marzo). *Retelling, reinventando los clásicos.* LIBROS COLORIN COLORADO. <https://colorincoloradolibros.wordpress.com/2017/10/02/retelling-reinventando-los-clasicos/>

Destino Infantil & Juvenil | Grupo Planeta, grupo editorial, audiovisual y comunicación. (2021). Grupo Planeta. <https://www.planeta.es/es/destino-infantil-juvenil>

Ediciones Salamandra. (2020, 19 noviembre). En *Wikipedia, la enciclopedia libre.* https://es.wikipedia.org/wiki/Ediciones_Salamandra

Editorial Hidra. (2021). Editorial Hidra. <https://www.editorialhidra.com/>

Editoriales | Planeta de Libros. (2021). PlanetadeLibros.
<https://www.planetadelibros.com/planeta-editoriales.html>

Email software gratis. (2018, 29 noviembre). Email marketing software - Mailjet.
<https://es.mailjet.com/pricing/>

Federación de Gremios de Editores de España. (s. f.). Federación de Gremios de Editores de España. <https://www.federacioneditores.org/datos-estadisticos.php>

Federación de Gremios de Editores de España. (2020). *Comercio interior del libro en España* 2019.
https://www.federacioneditores.org/img/documentos/comercio_interior_2019.pdf

Geli, C. J. C. G. (2020, 18 marzo). *La pandemia del coronavirus aboca al sector editorial a un cambio de modelo.* EL PAÍS. <https://elpais.com/cultura/2020-03-17/la-pandemia-del-coronavirus-aboca-al-sector-editorial-a-un-cambio-de-modelo.html>

González Duque, A. (2017, 11 octubre). *Editoriales de fantasía juvenil en España.* Ana González Duque. <https://www.anagonzalezduque.com/editoriales-fantasia-juvenil/>

Harry Potter. (2021, 16 febrero). En *Wikipedia, la enciclopedia libre.*
https://es.wikipedia.org/wiki/Harry_Potter

Hevia, E. (2020, 21 diciembre). *El sector del libro sobrevive al 2020.* elperiodico.
<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20201221/sector-edicion-sobrevive-2020-11415620>

The Hunters of Shadow 4. (2021, 3 abril). weventsproduction.
https://weventsproduction.fr/the-hunters-of-shadow-4/?utm_source=rostercon.com&utm_medium=website&utm_campaign=rostercon.com

Massot, J. (2020, 26 octubre). *Los datos secretos de la industria editorial.* EL PAÍS.
<https://elpais.com/cultura/2020-10-25/los-datos-secretos-de-la-industria-editorial.html>

Moreno, Ó. (2021, 3 marzo). *¿Cuánto cuesta hacer email marketing?* Instasent Blog.
<https://www.instasent.com/blog/cuanto-cuesta-hacer-email-marketing>

New York Times Bestsellers List -. (2012, 25 mayo). TMI Source.
<https://tmisource.com/tag/new-york-times-bestsellers-list/>

Nocturna Ediciones. (2021). Nocturna Ediciones. <https://www.nocturnaediciones.com/>

Ofertas de Vuelo más Hotel a París - Viajes el Corte Inglés. (s. f.). Viajes El Corte Inglés.
Recuperado mayo de 2021, de <https://www.viajeselcorteingles.es/vuelo-mas-hotel/francia/paris-citfrisparis407>

Roster Con. (2021). *The Hunters of Shadow 4 - Shadowhunters Convention (2022)*.
<https://www.rostercon.com/en/event-convention/the-hunters-of-shadow-4-en>

Ruíz, B. (2017, 31 enero). *¿Qué es una editorial independiente?* El blog de Bernat Ruiz.
<http://www.bernat-ruiz.com/2017/01/31/que-es-una-editorial-independiente/>

Sobre nosotros | Penguin Random House Grupo Editorial. (s. f.). Penguin Random House Grupo Editorial. Recuperado mayo de 2021, de <https://www.penguinrandomhousegrupoeditorial.com/sobre-nosotros/>

Tárraga, L. (2020, 30 noviembre). *Cómo leer a Leigh Bardugo desde cero*. Laura Tárraga.
<https://www.lauratarraga.com/leigh-bardugo/>