

# PLAN DE NEGOCIO

## Segunda Entrega

# HADAS Y SUSURROS



ADENTRATE EN EL BOSQUE




**Mónica Santar**  
**Elena Agüero**  
**Stephanie Andahua**  
**Judith Rodriguez**



# INDICE

INDICE.....	2
FASE 2: DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	3
FASE 3: ELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.....	4
FASE 4: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	6
FASE 5: ESTUDIO DE MERCADO .....	7
FASE 6: FIJACIÓN DEL PRECIO .....	10
FASE 7: ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL.....	13
FASE 8: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	14
FASE 9: ANÁLISIS DAFO.....	15



## FASE 2: DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

### CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD

"Hadas y Susurros" es un espacio híbrido que combina librería, alquiler de libros y cafetería en un entorno temático inspirado en un bosque encantado. Dispone de una zona interior de descanso y lectura, un patio al aire libre y es pet-friendly. Se diferencia por su atmósfera envolvente, con opciones como techos planetario y dispositivos de realidad virtual para una experiencia más inmersiva.

En la zona de librería se podrá leer dentro del local o comprar/alquilar los libros para disfrutarlos en casa. Mientras, en la zona de cafetería, se podrá tomar bebidas calientes o frías, al gusto, mientras se disfruta del ambiente, se trabaja o se lee uno de nuestros libros.

### PROCEDIMIENTO PARA LLEVARLO A CABO

- **Venta y alquiler de libros:** Catálogo diverso con opción de compra o renta.
- **Acceso a la zona de lectura/biblioteca:** Disponible para clientes con ticket de compra/alquiler o consumo mínimo en la cafetería. Los socios del **Club Lector Mágico** pueden acceder libremente a todas las instalaciones.
- **Servicio de cafetería:** Abierto sin restricciones, con áreas de descanso accesibles para todos los clientes.
- **Fidelización:** Sistema de recompensas por compras y alquileres, ofreciendo descuentos o consumiciones gratuitas en la cafetería.



## FASE 3: ELECCIÓN DEL MERCADO

### OBJETIVO

#### CRITERIOS DE ELECCIÓN

- **Criterios Geográficos:** Lavapiés es un barrio diverso y culturalmente activo, con alto tránsito peatonal y afluencia de residentes y turistas. La gentrificación ha elevado el poder adquisitivo de parte de la población.
- **Criterios Demográficos:** Predominan jóvenes profesionales, estudiantes y artistas, junto con una comunidad multicultural. La presencia de residentes con alto nivel educativo sugiere interés en cultura y literatura.
- **Criterios Psicográficos:** Público afín a la autenticidad, la creatividad y los espacios con identidad propia. La tendencia hacia experiencias diferenciadas y productos de calidad fortalece la viabilidad de una librería temática con cafetería.
- **Criterios Conductuales:** Consumidores dispuestos a pagar más por productos exclusivos. Valor en espacios que fomenten la comunidad y la cultura, lo que puede generar una clientela fiel.



## **ESTRATEGIA DE MARKETING Y PROMOCIÓN**

Para posicionar eficazmente "Hadas y Susurros" en el mercado llevaríamos a cabo diferentes estrategias de marketing y promoción, tales como:

- **Eventos Temáticos:** Organizar lecturas de poesía, presentaciones de libros y talleres relacionados con la temática del bosque encantado para atraer a entusiastas de la literatura y el arte.
- **Colaboraciones Locales:** Establecer alianzas con artistas, músicos y escritores locales para fomentar una comunidad creativa y ampliar el alcance del negocio.
- **Presencia Digital:** Desarrollar una estrategia sólida en redes sociales y una página web interactiva que refleje la esencia del establecimiento y facilite la interacción con el público objetivo. Además, colaborar con creadores de contenido relacionado con la lectura y la cultura en general.
- **Club Lector Mágico:** Crear un carnet de socio que permita disfrutar de diferentes ventajas, como acceder a zonas con entrada de pago de forma gratuita, descuento en consumiciones o la posibilidad de alquilar los libros, entre otras.



## FASE 4: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En los alrededores de Lavapiés, la zona donde queremos llevar a cabo nuestra idea, hemos encontrado negocios parecidos, los llamados “bookcafés”, aunque no están enfocados en la experiencia inmersiva como nosotras. Algunos de estos son:

- **Librería Café “La Fugitiva”:** Se encuentra en la calle Santa Isabel, paralela a la calle Atocha, cerca de la salida de metro de Antón Martín. Es un local pequeño, más centrado en la venta de libros que en el aspecto de café del negocio, aunque en este destacan sus dulces portugueses. También ofrece actividades, tales como lecturas o conciertos de muy reducido tamaño. Uno de sus aspectos más atractivos es el horario, ya que el local cierra a las doce de la noche de lunes a viernes.
- **Mansilla Libros y Café:** Ubicada en Lavapiés, esta cafetería es posiblemente lo más parecido a nuestra idea. También ofrecen una decoración especial, aunque ambientada en un hogar adinerado de época en vez de un bosque encantado, pero la intencionalidad es la misma, crear un ambiente relajado donde disfrutar de un libro y un café. Su especialidad es la gastronomía argentina. Además, también ofrecen eventos como clubes de lectura o presentaciones de libros. En resumen, sería nuestro competidor más directo.
- **Swinton & Grant:** Se trata de una librería que también hace función de galería de arte, en especial del estilo moderno, urbano y local. Tiene un espacio dedicado a cafetería, pero no es el punto central del local. Es “*pet-friendly*”, pero no se considera un espacio envolvente y relajado, si no más bien “*trendy*” y moderno. En cuanto a la librería, se especializa en comics y novelas gráficas, para complementarse con la galería que esconde en su sótano.

## **FASE 5: ESTUDIO DE MERCADO**

### **VISITA A LA ZONA:**

En un recorrido por Lavapiés, se identificaron varias cafeterías y librerías, pero pocas que combinen ambas propuestas. La Calle Argumosa se destaca por su alta afluencia de público, especialmente jóvenes y turistas que disfrutan de las terrazas y los espacios culturales. La Plaza Nelson Mandela es un punto de encuentro ideal para captar clientes interesados.

Se detectó un interés creciente por espacios alternativos y de socialización, con una clara preferencia por locales con identidad propia y ambiente acogedor, por lo que pensamos que nuestra idea encaja bien con las expectativas.

Las cafeterías más concurridas ofrecen propuestas diferenciadas, como cafés de especialidad o decoración vintage. Además, la comunidad artística y literaria del barrio representa una oportunidad para eventos culturales y colaboraciones. La decoración de nuestro negocio con temática de bosque encantado podría generar un atractivo único, especialmente en redes sociales.

Lavapiés es un barrio muy bien conectado, con cuatro líneas de metro y once de autobús, por lo que los clientes podrían llegar no solo del barrio, si no de cualquier parte de la ciudad.

### **BÚSQUEDA EN INTERNET:**

Para obtener información de las tendencias del sector y la competencia.

Se han identificado varios negocios similares en Madrid, aunque pocos con una ambientación inmersiva como la propuesta del bosque encantado. Cafeterías como “*La Fugitiva*”, “*Mansilla Libros y Café*” o “*Swinton & Grant*” combinan café y literatura, pero su estilo es más clásico y urbano. Las tendencias en redes sociales indican que los espacios con diseño atractivo generan mayor engagement y viralización. Además, el auge del café de especialidad y las experiencias únicas refuerzan la viabilidad del concepto. Se ha observado un creciente interés por eventos culturales en cafeterías, lo que representa una oportunidad para diferenciarse mediante actividades como clubes de lectura, presentaciones de libros y sesiones de narración.

## **ENCUESTA DE OPINIÓN:**

Para conocer al público al que nos exponemos, vamos a realizar una encuesta cuya muestra será llevada a cabo por 100 personas de entre 20 y 45 años, ya que consideramos que son clientes potenciales. Para que se animen a realizar la encuesta proporcionaremos un incentivo que consistirá en el sorteo de una consumición gratis y, además, un libro sorpresa para fomentar la participación.

Las preguntas de esta encuesta serían las siguientes:

- **¿Con qué frecuencia visitas cafeterías?**
- **¿Qué tipo de bebida prefieres consumir en una cafetería?**
- **¿Sueles leer en cafeterías?**
- **¿Qué elementos valoras más en una cafetería?**
- **¿Te interesarían eventos culturales como presentaciones de libros o recitales de poesía?**
- **¿Qué opinas sobre la ambientación temática en cafeterías?**
- **¿Qué precios considerarías adecuados para una consumición en una cafetería-librería?**
- **¿Compraría libros en una cafetería-librería o solo los leerías en el local?**
- **¿Te suscribirías a un club de lectura mensual con beneficios exclusivos?**
- **¿Cuáles son tus cafeterías favoritas en Lavapiés y por qué te gustan?**

Haciendo click [AQUÍ](#) podrás encontrar nuestra encuesta





## **CONCLUSIONES:**

Hemos podido llegar a la conclusión de que Lavapiés es un barrio multicultural, cuyo público es joven y está abierto a nuevas propuestas culturales y alternativas.

Observamos que existe competencia, pero pocas cafeterías y librerías combinan ambas propuestas. Mucho menos encontramos algún negocio que, además de estas cualidades, cuente con una ambientación temática. El concepto que ofrece nuestra propuesta, un bosque encantado que evoca la magia puede atraer al público que frecuenta la zona de Lavapiés y que busca experiencias inmersivas y diferentes.

Por último, la clave para que nuestra empresa tenga éxito, será ofrecer una experiencia única con productos de calidad, algún evento cultural y que el espacio sea fotogénico para redes sociales.

## **PRESUPUESTO DEL ESTUDIO DE MERCADO:**

CONCEPTO	COSTE (€)
Visita a la zona	50
Diseño e impresión de encuestas	30
Incentivos de encuestas	50
Investigación web	0
Elaboración del informe	100
<b>TOTAL</b>	<b>230</b>

## FASE 6: FIJACIÓN DEL PRECIO

### LIBROS

Los libros solo serán cedidos a las personas que sean socios de nuestra campaña de fidelización **Club Lector Mágico**, el cual tiene un coste de 4 euros mensuales, aunque también existe el plan anual, que cuesta 18 euros al año con otras ventajas, de las cuales ya hemos hablado en puntos anteriores.

En cuanto a la venta de libros, nos hemos fijado en los precios de la competencia, los cuales igualaremos. Algunos ejemplos son:

#### LITERATURA DE FICCIÓN:

- Temor a la luz ( Stella Tack): 23,75 euros.
- El corazón de una Bridgerton (Julia Quin): 19,95 euros
- La Saga de los Longevos 2 (Eva García Saenz): 20,80 euros
- Nacidos de la Bruma (Brandon Sanderson): 14,20 euros.

#### LITERATURA DE NO FICCIÓN:

- La supraconciencia existe (Dr. Manuel Sans Segarra): 18,90 euros.
- Pirómanas (Noemí Casquet): 18,90 euros
- Lo que no pasó (Anabel Gonzalez): 18,90 euros
- El hombre en busca de sentido ( Viktor Frankl): 12,25 euros.

#### LITERATURA JUVENIL:

- Los Juegos del Hambre 5 (Suzannes Collins): 19,90 euros.
- Fearless (Lauren Roberts): 23,70 euros.
- Sin Corazón (Marissa Meyer): 24,65 euros.
- Imperio de Tormentas ( Sarah J. Mass): 26,65 euros.

Al respecto del precio de las consumiciones en la cafetería, hemos creado la siguiente carta de bebidas y comidas, a base de observar y mejorar los precios de la competencia:



# HADAS Y SUSURROS



## MENU



### CAFÉS ENCANTADOS

- ELIXIR DEL ALBA (CAFÉ CON LECHE Y UN TOQUE DE MIEL Y CANELA): 2.80€ // 3€
- SUSURRO NOCTURNO (CAFÉ OSCURO CON NOTAS DE CACAO Y AVELLANA): 2.40€ // 2.80€
- HECHIZO DE MEDIANOCHE (ESPRESSO DOBLE CON CREMA BATIDA Y UN TOQUE DE VAINILLA): 2.50€//3.50€
- CANTO DE LAS ESTRELLAS (LATTE DE LAVANDA Y MIEL): 3. 30 €
- ALAS DE HADA (FLAT WHITE CON NOTAS DE VAINILLA Y ALMENDRA): 2.50//3€
- SORTILEGIO DE MOCHA (MOCHA CON CHOCOLATE OSCURO Y UN TOQUE DE MENTA): 3.50€
- SUSURRO DEL SAUCE (CAFÉ CON LECHE Y UN TOQUE DE ALMENDRA Y ANÍS ESTRELLADO): 2.50€



### SORBOS DE HADAS

- HELADO DE LAS NIÑAS (LIMONADA DE LAVANDA Y MIEL) 4.20€
- BRISA DEL BOSQUE ENCANTADO (INFUSIÓN FRÍA DE FRUTOS ROJOS Y MENTA) 5.40€
- NECTAR DE LOS DUENDES (HORCHATA DE COCO Y ALMENDRA CON UN TOQUE DE CANELA) 4.25€
- DANZA DE LAS ESTRELLAS (TÉ AZUL CON MARACUYÁ Y UN TOQUE DE ANÍS) 6.50€
- SUSURRO DE LUNA (AGUA DE ROSAS CON LYCHEE Y TÉ BLANCO) 5.60€
- ELIXIR DEL CREPÚSCULO (TÉ NEGRO FRÍO CON DURAZNO Y JENGIBRE) 4.30€
- BRUMA ESMERALDA (TÉ MATCHA FRÍO CON LECHE DE AVENA Y MIEL) 2.70€
- SORTILEGIO HELADO (CHOCOLATE FRÍO CON MENTA Y UN TOQUE DE VAINILLA) 3.40€



### INFUSIONES MÁGICAS

- CÁNTICO DEL SAUCE (INFUSIÓN DE MANZANILLA, CANELA Y MIEL) 2.30€
- BRISA DE LA ALBORADA (TÉ DE TAJUJO, MENTA Y LIMÓN) 2.50€
- ENCANTAMIENTO DORADO (TÉ DE CÚRCUMA, JENGIBRE Y LECHE DORADA) 2.60€
- PÓCIMA DEL OCASO (ROCIBOS CON VAINILLA Y PÉTALOS DE ROSA) 2.50€
- ALAS DE DRAGÓN (TÉ CHAI CON ESPECIAS Y UN TOQUE DE ANÍS) 2.60€
- HECHIZO DE PRIMAVERA (INFUSIÓN DE HIBISCO, NARANJA Y CLAVO) 2.30€
- NIEBLA DE LA MONTAÑA (TÉ VERDE CON JAZMÍN Y PERA) 2.60€
- COPA DE LOS ESPÍRITUS DEL BOSQUE (INFUSIÓN DE FRUTOS SECOS, DÁTILES Y CACAO) 2.30€



# HADAS Y SUSURROS

## MENU



### TOSTAS ENCANTADAS ✨

- PAN DEL BOSQUE MÁGICO (TOSTADA CON AGUACATE, SEMILLAS Y BROTES FRESCOS) 5€
- HECHIZO DORADO (TOSTADA CON MANTEQUILLA DE ALMENDRAS, PLÁTANO Y MIEL) 6€
- SORTILEGIO DE LUNA (TOSTADA CON QUESO RICOTTA, FRESAS Y MERMELADA DE LAVANDA) 7€
- ENCANTAMIENTO ESMERALDA (TOSTADA CON PESTO, TOMATE CHERRY Y MOZZARELLA) 5€
- DANZA DE LAS HADAS (TOSTADA CON CREMA DE AVELLANAS, FRUTOS ROJOS Y POLLEN DE ABEJA) 6€

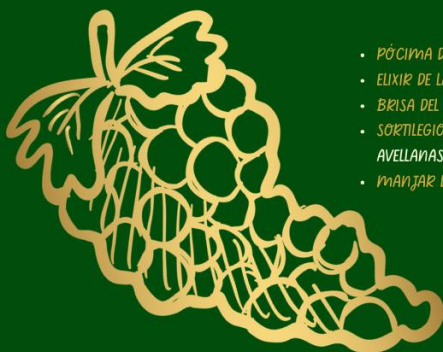
### ✨ DULCES HECHIZADOS

- SUSURRO DE LAS ESTRELLAS (CHEESECAKE DE FRUTOS DEL BOSQUE CON TOQUE DE LAVANDA) 3, 50€
- ALAS DE MARIPOSA (CUPCAKE DE VAINILLA CON CREMA DE PÉTALOS DE ROSA) 2,70€
- BOSQUE DE LOS DUENDES (BROWNIE DE CHOCOLATE CON NUECES Y CARAMELO SALADO) 3€
- ENCANTO DEL CREPÚSCULO (TARTA DE MANZANA CON ESPECIAS Y CRUMBLE DORADO) 4€
- NÉCTAR DE LOS ELFOS (MACARONS DE FRAMBUESA CON RELLENO DE CHOCOLATE BLANCO) 3€



### BOWLS MÍSTICOS ✨

- PÓCIMA DE LA AURORA (AÇAÍ BOWL CON GRANOLA, COCO Y FRUTOS ROJOS) 5€
- ELIXIR DE LA PRIMAVERA (SMOOTHIE BOWL DE MANGO, MARACUYÁ Y CHIA) 4€
- BRISA DEL ENCANTO (BOWL DE YOGUR GRIEGO CON MIEL, FOGOS Y ALMENDRAS) 5€
- SORTILEGIO DE LA LUNA NUEVA (PORRIDGE DE AVENA CON DÁTILES, CACAO Y AVELLANAS) 5€
- MANJAR DE LAS HADAS (CHIA PUDDING CON LECHE DE COCO, PITAHAYA Y KIWI) 5€







## **FASE 7: ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL**

### **FACTORES SOCIOECONÓMICOS**

Tal y como afirmamos en la primera entrega de este plan de negocio, los factores sociales y económicos de la zona son los siguientes. Según los últimos datos proporcionados por la Comunidad de Madrid, la media de edad de la zona es de 42,69 años, alrededor del 44% siendo mujeres, y más del 70% de la población tiene estudios superiores. En cuanto al nivel económico, la renta media por hogar en 2017 (el último año del que se tienen datos oficiales) superaba los 27000€, pero es la más baja del distrito centro.

La zona está en un proceso de gentrificación, lo que significa que la edad media bajará y el nivel de ingresos de los habitantes será mayor dentro de unos años.

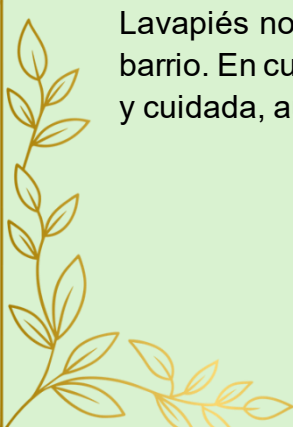
### **FACTORES SOCIOCULTURALES**

Ya hemos dejado claro la edad media y la división porcentual de género del barrio de Lavapiés en el punto anterior. En cuanto a los factores culturales, el barrio se caracteriza por un alto nivel de inmigración, especialmente de habitantes de América Latina y Asia, por lo que nos encontramos una población muy diversa, que demuestra una alta convivencia interétnica.


### **FACTORES POLÍTICO-LEGALES**

Se trata de una zona de ideología bastante progresista, con gran conciencia de clase, sobre todo por esa multiculturalidad. Los datos proporcionados por el Ayuntamiento de Madrid indican que, en las últimas elecciones al Congreso de Diputados de 2023, el barrio de Lavapiés voto mayoritariamente a las fuerzas de izquierdas SUMAR y PSOE.

### **FACTORES MEIODAMBIENTALES**



Como en el resto de las áreas de la ciudad de Madrid, la calidad del aire en Lavapiés no es ideal. Esto está exacerbado por la falta de zonas verdes en el barrio. En cuanto al tratamiento de residuos, se trata de una zona bastante limpia y cuidada, aunque con una tasa de reciclaje no especialmente alta.



## FASE 8: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La RSC es una parte importante de la estrategia de negocio, por lo cual hemos desarrollado diferentes políticas y acciones, como:

- **Reducción de residuos:** Implementar políticas de reducción de desechos, como utilizar productos reciclables o biodegradables, como vasos, servilletas y cubiertos.
- **Reciclaje:** Crear estaciones de reciclaje para clientes y empleados. Asegurarse de separar adecuadamente los materiales reciclables.
- **Contacto con proveedores locales y sostenibles:** Comprar productos de agricultores locales y orgánicos, lo que no solo apoya a la economía local, sino que también reduce la huella de carbono de la cafetería.
- **Minimizar el desperdicio de alimentos:** Implementar sistemas para reducir el desperdicio de comida, como donar los excedentes a organizaciones benéficas.
- **Colaboración con asociaciones:** Establecer alianzas con asociaciones que promuevan la educación, el bienestar social o la inclusión de grupos vulnerables.
- **Promoción de autores locales:** Ofrecer espacio en la librería para promover obras de autores locales y de pequeñas editoriales. Esto puede incluir eventos como charlas, presentaciones de libros o firmas de autor.
- **Donaciones de libros:** Donar libros a escuelas, bibliotecas o fundaciones que trabajen con comunidades en situación de vulnerabilidad. O la organización de una campaña de recolección de libros usados para donarlos a lugares necesitados.
- **Condiciones laborales justas:** Garantizar un salario digno y ofrecer buenas condiciones laborales a los empleados,
- **Diversidad e inclusión:** Promover un ambiente de trabajo inclusivo, donde se valore la diversidad y se ofrezcan oportunidades igualitarias.



## FASE 9: ANÁLISIS DAFO

### DEBILIDADES (Factores internos negativos)

- **Alta inversión inicial:** El diseño de un espacio temático requiere una mayor inversión en decoración, mobiliario y personalización del ambiente.
- **Gestión de dos negocios en uno:** Librería y cafetería requieren logística y conocimientos distintos (proveedores, stock, licencias).
- **Público de nicho:** Aunque es un concepto llamativo, podría no ser masivo, lo que obliga a crear estrategias para atraer a diferentes tipos de clientes.
- **Tiempo de fidelización del cliente:** Puede que los clientes vengan inicialmente por curiosidad, pero se necesita una estrategia para convertirlos en habituales.
- **Formación del personal:** Para mantener la atmósfera mágica, es ideal que el equipo esté alineado con el concepto y la atención sea especial, lo que requiere formación extra.

### AMENAZAS (Factores externos negativos)

- **Competencia fuerte:** Lavapiés tiene varias cafeterías de autor, librerías independientes y espacios culturales, lo que hace necesario destacar con una propuesta innovadora.
- **Altos costes de alquiler:** Madrid ha experimentado un aumento en los precios de los locales comerciales, lo que puede afectar la rentabilidad.
- **Cambio en hábitos de consumo:** Muchas personas optan por comprar libros online, lo que podría reducir la venta de libros físicos.
- **Incertidumbre económica:** Posibles crisis o pérdida de poder adquisitivo pueden hacer que los consumidores recorten su gasto en ocio y hostelería.
- **Regulaciones y normativas:** Restricciones en terrazas, horarios de apertura o licencias pueden afectar el negocio.
- **Estacionalidad:** Posibles bajas en ventas en verano por la salida de residentes de Madrid.

## **FORTALEZAS (Factores internos positivos):**

- **Concepto original y atractivo:** Un espacio temático inspirado en hadas, magia y susurros tiene un gran potencial para atraer tanto a amantes de la fantasía como a curiosos en busca de experiencias únicas.
- **Ubicación en Lavapiés:** Este barrio multicultural y bohemio es ideal para un proyecto literario y artístico, con un público diverso que valora lo alternativo.
- **Experiencia sensorial envolvente:** Decoración mágica, iluminación tenue, fragancias naturales, música etérea... Todo puede crear un ambiente inmersivo que haga que los clientes vuelvan.
- **Diferenciación con eventos exclusivos:** Talleres de escritura, lecturas de cuentos, clubes de lectura de fantasía, encuentros con autores y noches de poesía susurrada pueden generar fidelización.
- **Productos temáticos únicos:** Café con espuma de hadas (lattes con colores y brillantina comestible), infusiones inspiradas en bosques encantados, postres con formas de hongos mágicos, etc.
- **Auge del “bookcafé” y de espacios de coworking:** Un concepto que combina libros, café de especialidad y un ambiente tranquilo para leer o trabajar tiene gran demanda en Madrid.



## **OPORTUNIDADES (Factores externos positivos)**

- **Interés creciente en experiencias temáticas**: El público busca lugares que ofrezcan algo más que comida o bebida; buscan historias y ambientes únicos.
- **Auge del turismo en Madrid**: Lavapiés recibe tanto turistas nacionales como internacionales, quienes pueden sentirse atraídos por la magia del lugar.
- **Tendencia a espacios “instagramables”**: La estética visual del café puede convertirse en una estrategia de marketing gratuita a través de redes sociales.
- **Eventos y colaboraciones con autores**: La literatura fantástica tiene una comunidad fiel, lo que permite realizar eventos que impulsen la venta de libros y generen comunidad.
- **Auge del café de especialidad y opciones saludables**: Ofrecer café de origen, leches vegetales y opciones veganas puede atraer a un público más amplio.
- **Posibilidad de venta online**: Se pueden vender libros, infusiones y artículos temáticos a través de una tienda en línea.
- **Alianzas con festivales y ferias literarias**: Madrid acoge muchos eventos literarios y de fantasía, lo que permite hacer sinergias y atraer público.

