

Beso: La palabra que más libros ha vendido durante el confinamiento

El estado de ánimo influye en el tipo de libros que se compran . Esa es la principal conclusión del análisis realizado por Podiprint, distribuidor de libros bajo demanda, entre más de 20.000 libros vendidos durante el confinamiento y en el que se han estudiado qué palabras se han repetido más en los títulos de los libros comprados

Un 98% de los lectores afirma que la lectura le ha ayudado positivamente a pasar el confinamiento. El libro se ha convertido durante estos tres últimos meses en un recurso para ocupar el tiempo libre y en una fórmula de evasión con historias que mantenían al cuerpo confinado pero permitían hacer volar a la imaginación.

De manera directa o indirecta las emociones han jugado un papel importante a la hora de comprar durante el estado de alarma. El estado de ánimo es un impulso que lleva no solo a comprar más o menos sino a tomar decisiones a la hora de decidirse por unos u otros productos.

Y el libro no vive al margen de las emociones. Por ello y para conocer si ha influido el estado de ánimo a la hora de comprar unos libros u otros, Podiprint, distribuidor de libros bajo demanda de España con más de 3.500.000 de libros en distribución, ha realizado un análisis de las ventas de libros durante el confinamiento.

Del estudio, realizado entre más de 20.000 ejemplares vendidos desde la segunda quincena del mes de marzo y donde se han analizado más de 120.000 términos, se han extraído cuáles son las palabras que más veces aparecen en los títulos de los libros vendidos.

El estudio arroja el siguiente ranking de palabras más influyentes en la compra de libros:

Beso
Vida
Historia
Muerte
Camina
Adultos
Mejorar
Ciclo
Breve
Perdona
Fuego
Trauma
Guerra

Beso, la palabra que más libros ha vendido

¿Ha influido el título de un libro a la hora de decidir la próxima lectura durante el confinamiento? Mirando la primera palabra del ranking, la respuesta es sí.

En una de las etapas con mayor distanciamiento social de la historia reciente no resulta casual que una de las palabras que mejor simboliza el contacto social se haya convertido en la que tiene más presencia en los títulos de los libros vendidos.

Una palabra que reafirma el dato de ese 98% de lectores que reconocen que los libros les han ayudado a superar el confinamiento.

En palabras de Ismael Gálvez, Director de Marketing de Podiprint : “El resultado de este análisis muestra una gran verdad, los libros no solo son una herramienta cultural sino una representación de nuestro estado de ánimo y un guardaespaldas para la estabilidad emocional”.

Libros para cada etapa emocional

Las emociones durante estos casi tres meses no han sido estancas, el ser humano debe pasar una serie de fases emocionales cuando se enfrenta a este tipo de retos que ponen en riesgo la estabilidad anímica: incredulidad, preparación, ajuste, aclimatación, resistencia, alivio y temor.

Los términos que siguen a beso como palabra más rentable en la venta de libros, muestra un paralelismo con las fases emocionales. De esta forma, palabras como vida, camina, mejorar o perdona han podido formar parte de las fases de preparación, aclimatación y resistencia, mientras que muerte, fuego, trauma han podido ser los protagonistas de las fases de incredulidad y temor.

Este tipo de indicadores de ventas ofrece además una ventaja añadida al sector del libro duramente golpeado en su mes más representativo, y es que una correcta utilización de las métricas aplicadas a la gestión editorial pueden convertirse en un ventaja competitiva a la hora de establecer el timing de novedades y los planes de marketing.

¿Qué libros serán los más vendidos durante el verano atípico que se avecina? El estado ánimo lo dirá.

Datos de contacto:

Ismael
952 70 60 04

Nota de prensa publicada en: [Antequera](#)

Categorías: [Nacional](#) [Literatura](#) [Marketing](#) [Entretenimiento](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>