



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Curso 2019 / 20

WATTPAD CAMBIA EL SECTOR DEL LIBRO

WATTPAD CHANGES BOOK INDUSTRY

Realizado por la alumna Dña. Alicia Fernández Herrero

Tutelado por la Profesora Dña. Ana M. González Fernández

León, Julio de 2020

MODALIDAD DE DEFENSA PÚBLICA: TRIBUNAL

*Gracias a mi madre,
por inculcarme el amor por los libros
y por enseñarme el significado de la palabra valentía.*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN | 1 |
| ABSTRACT | 2 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 3 |
| 2. METODOLOGÍA | 6 |
| 2.1. FUENTES SECUNDARIAS..... | 6 |
| 2.2. FUENTES PRIMARIAS | 6 |
| 3. EL SECTOR EDITORIAL | 8 |
| 3.1. CONCEPTOS Y ASPECTOS CLAVE | 8 |
| 3.2. INICIOS DEL SECTOR EDITORIAL..... | 10 |
| 3.3. EL SECTOR EDITORIAL EN ESPAÑA..... | 12 |
| 4. TIPOS DE AGENTES EN EL SECTOR DEL LIBRO | 16 |
| 4.1. EL AUTOR..... | 16 |
| 4.2. LA EMPRESA EDITORIAL | 18 |
| 4.3. EL RESTO DE AGENTES | 20 |
| 5. EL LIBRO | 21 |
| 6. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE LITERATURA EN EL FORMATO LIBRO | 23 |
| 7. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR DE LIBROS | 27 |
| 7.1. PROCESO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DE LIBROS | 27 |
| 7.2. EL PERFIL DEL CONSUMIDOR DE LIBROS..... | 27 |
| 8. WATTPAD | 30 |
| 8.1. HISTORIA DE WATTPAD..... | 30 |
| 8.2. EL INTERIOR DE WATTPAD | 31 |
| 8.3. MODELO DE NEGOCIO DE WATTPAD..... | 34 |
| 8.4. PROGRAMAS DE WATTPAD..... | 37 |
| 8.4.1. <i>The Wattys Adwars</i> | 37 |
| 8.4.2. <i>Wattpad Stars</i> | 38 |

| | | |
|---------|--|----|
| 8.4.3. | Wattpad <i>Paid Stories</i> | 38 |
| 8.4.4. | Wattpad <i>Books</i> | 39 |
| 8.4.5. | Wattpad <i>Studios</i> | 39 |
| 8.4.6. | WattCon | 40 |
| 8.4.7. | Wattpad <i>Picks</i> | 40 |
| 8.4.8. | Wattpad <i>Contests</i> | 40 |
| 8.5. | CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y ECOSISTEMA MICRO..... | 41 |
| 9. | DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 45 |
| 9.1. | OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 45 |
| 9.1.1. | Objetivo principal | 45 |
| 9.1.2. | Objetivos secundarios | 45 |
| 9.2. | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 46 |
| 9.2.1. | Fuentes utilizadas para las variables de experiencia de usuario..... | 46 |
| 9.2.2. | Diseño muestral | 46 |
| 9.2.3. | Cuestionario..... | 47 |
| 10. | RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 48 |
| 10.1. | ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 48 |
| 10.2. | PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LA MUESTRA | 49 |
| 10.3. | VALORACIÓN DE WATTPAD Y OTRAS CUESTIONES..... | 50 |
| 10.4. | MOTIVACIONES DE LOS USUARIOS..... | 52 |
| 10.4.1. | Motivaciones de los escritores | 52 |
| 10.4.2. | Motivaciones de los lectores..... | 53 |
| 10.5. | ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE LAS VARIABLES | 53 |
| 10.6. | ANÁLISIS FACTORIAL DE COMPONENTES PRINCIPALES | 54 |
| 10.6.1. | Análisis Factorial de Componentes Principales de los escritores..... | 56 |
| 10.6.2. | Análisis Factorial de Componentes Principales de los lectores..... | 57 |
| 10.7. | ANÁLISIS <i>CLUSTER</i> : TIPOS DE USUARIOS EN WATTPAD..... | 59 |
| 10.7.1. | Análisis <i>Cluster</i> para los escritores | 59 |
| 10.7.2. | Análisis <i>Cluster</i> para los lectores..... | 60 |
| 10.8. | ANÁLISIS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA..... | 61 |
| 10.8.1. | Análisis de Regresión Logística para los escritores..... | 61 |
| 10.8.2. | Análisis de Regresión Logística para los lectores..... | 62 |

| | |
|---|----|
| 10.9. TIPOS DE USUARIOS EN WATTPAD EN FUNCIÓN DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO | 63 |
| 10.9.1. Clusters de escritores | 63 |
| 10.9.2. Clusters de lectores | 65 |
| 10.10. QUE VALORA UN LECTOR AL ESCOGER UNA NUEVA LECTURA | 67 |
| 10.11. ¿EXISTE CALIDAD LITERARIA EN WATTPAD? | 68 |
| 10.12. COMPARACIÓN ENTRE LOS LIBROS Y WATTPAD | 70 |
| 10.12.1. Percepción de los escritores | 70 |
| 10.12.2. Percepción de los lectores | 71 |
| CONCLUSIONES | 73 |
| REFERENCIAS | 78 |
| ANEXOS | |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 3.1. Porcentaje de lectores por tipo de lectura..... | 12 |
| Gráfico 3.2. Evolución del porcentaje de lectores de libros del año 2009 al 2019. | 13 |
| Gráfico 3.3. Evolución del número de agentes editores activos en España por dimensión editorial, 2016 - 2017 | 15 |
| Gráfico 3.4. Número de libros publicados por editoriales privadas en España por naturaleza jurídica del agente editor, 2010 - 2016..... | 15 |
| Gráfico 5.1. Materia del último libro leído en el año 2019. | 22 |
| Gráfico 6.1. Porcentaje de lectores por tipo de formato | 24 |
| Gráfico 6.2. Evolución del porcentaje de lectores que leen en libro electrónico | 25 |
| Gráfico 6.3. Frecuencia de escucha de audiolibros | 25 |
| Gráfico 6.4. Evolución del porcentaje de lectores en redes sociales | 26 |
| Gráfico 7.1. Evolución del porcentaje de lectores por tipo de lector | 28 |
| Gráfico 7.2. Lectores según la edad y sexo | 29 |
| Gráfico 7.3. Porcentaje de lectores en función de sus estudios..... | 29 |
| Gráfico 10.1. Sexo de los encuestados y usuarios de Wattpad. | 49 |
| Gráfico 10.2. Edad de los encuestados y usuarios de Wattpad. | 49 |
| Gráfico 10.3. Nivel de estudios de los encuestados y usuarios de Wattpad..... | 50 |
| Gráfico 10.4. Situación laboral de los encuestados y usuarios de Wattpad. | 50 |
| Gráfico 10.5. Como conocieron los usuarios la plataforma Wattpad..... | 51 |
| Gráfico 10.6. Porcentaje de usuarios que ha visto anunciada Wattpad. | 52 |
| Gráfico 10.7. Motivaciones de los escritores. | 52 |
| Gráfico 10.8. Motivaciones de los lectores. | 53 |
| Gráfico 10.9. Media de las puntuaciones obtenidas por ítem..... | 68 |
| Gráfico 10.10. Porcentaje de escritores que revisan lo escrito en Wattpad..... | 68 |
| Gráfico 10.11. Porcentaje de lectores que creen en la calidad literaria de Wattpad. | 69 |
| Gráfico 10.12. Porcentaje de lectores que pagaría por una historia de Wattpad. | 69 |
| Gráfico 10.13. Porcentaje de escritores que eligen dónde prefieren escribir. | 70 |

| | |
|---|----|
| Grafico 10.14. Porcentaje de escritores que dejarían de escribir en Wattpad por publicar en una editorial. | 70 |
| Gráfico 10.15. Quién contacta con el autor de Wattpad para publicar un libro en una editorial..... | 71 |
| Gráfico 10.16. Porcentaje de lectores que eligen entre leer en Wattpad o una editorial. | 72 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 8.1. Modelo de negocio de Wattpad..... | 37 |
| Figura 8.2. Proceso de distribución de una editorial tradicional. | 42 |
| Figura 8.3. Proceso de distribución de Wattpad..... | 42 |
| Figura 8.4. Entorno micro de la empresa Wattpad..... | 44 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 3.1. Datos globales de ISBN concedidos en España | 13 |
| Tabla 10.1. Alfa de Cronbach para las variables de escritores..... | 54 |
| Tabla 10.2. Alfa de Cronbach para las variables de lectores..... | 54 |
| Tabla 10.3. Contrastes KMO y Bartlett de los escritores. | 55 |
| Tabla 10.4. Contrastes KMO y Bartlett de los lectores. | 56 |
| Tabla 10.5. Varianza total explicada de las variables de los escritores..... | 56 |
| Tabla 10.6. Varianza total explicada de las variables de los lectores..... | 57 |
| Tabla 10.7. Distancia entre los centros de los grupos finales de los escritores. | 59 |
| Tabla 10.8. ANOVA de los escritores..... | 60 |
| Tabla 10.9. Número de individuos por cluster de los escritores. | 60 |
| Tabla 10.10. Distancia entre los centros de los grupos finales de los lectores..... | 60 |
| Tabla 10.11. ANOVA de los lectores..... | 61 |
| Tabla 10.12. Número de individuos por cada cluster de los lectores | 61 |
| Tabla 10.13. Resumen del modelo de los escritores..... | 62 |

| | |
|---|----|
| Tabla 10.14. Clasificación de los escritores | 62 |
| Tabla 10.15. Resumen del modelo de los lectores. | 63 |
| Tabla 10.16. Clasificación de los lectores. | 63 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 9.1. Ficha técnica del cuestionario..... | 47 |
| Cuadro 10.1. Análisis realizados. | 48 |
| Cuadro 10.2. Clasificación de los factores de los escritores. | 57 |
| Cuadro 10.3. Clasificación de los factores de los lectores. | 58 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 8.1. Identidad corporativa de Wattpad | 30 |
| Ilustración 8.2. Comentarios de usuarios en cada párrafo de una historia. | 32 |
| Ilustración 8.3. Etiquetas de Wattpad..... | 33 |
| Ilustración 8.4. Pestaña de comunidad de Wattpad..... | 33 |

ANEXOS

ANEXO I. VARIABLES UTILIZADAS PARA MEDIR LA EXPERIENCIA DE USUARIO.

ANEXO II. CUESTIONARIO SOBRE LA EXPERIENCIA DE USUARIO DE WATTPAD.

ANEXO III: VALORACIÓN DE WATTPAD Y OTRAS CUESTIONES.

ANEXO IV: ANÁLISIS DE FIABILIDAD.

ANEXO V. PRUEBA DE NORMALIDAD.

ANEXO VI. ANÁLISIS FACTORIAL DE COMPONENTES PRINCIPALES.

ANEXO VII. ANÁLISIS *CLUSTER*.

ANEXO VIII. ANÁLISIS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA.

ANEXO IX. MOTIVACIONES DE LOS USUARIOS.

ANEXO X. RAZONES POR LAS QUE DEJARÍA WATTPAD.

ANEXO XI. PALABRAS MÁS REPETIDAS EN REFERENCIA A LAS
DIFERENCIAS ENTRE LEER EN WATTPAD O UN LIBRO DE UNA EDITORIAL.

ANEXO XII. ENTREVISTA A LA RESPONSABLE DE MARKETING DE
WATTPAD.

ANEXO XIII. PREGUNTAS A LOS EMBAJADORES DE WATTPAD.

RESUMEN

El modo de consumir y crear literatura en el sector del libro ha evolucionado con base en las nuevas tecnologías y, junto con estas, han aparecido nuevos modelos de negocio que distan del de las editoriales tradicionales.

En este trabajo fin de grado se analizará uno de los nuevos modos de consumir y crear literatura, el de plataforma Wattpad.

Para ello, se realizará una revisión de la literatura sobre el sector del libro, desde la perspectiva de la evolución experimentada por las editoriales tradicionales para, posteriormente, fijarse en la empresa Wattpad. La investigación llevada a cabo se ha centrado en analizar los nuevos tipos de agentes y relaciones que se producen en el sector; segmentar el mercado de Wattpad en función de la experiencia de usuario, con la finalidad de diferenciar los tipos de usuarios que existen en la plataforma; analizar las motivaciones por las que los lectores y escritores utilizan esta aplicación; y realizar una comparativa entre la empresa Wattpad y las empresas editoriales tradicionales, entre otros.

Palabras Clave: Sector del libro, Wattpad, segmentación de mercados, experiencia de usuario, empresas editoriales.

ABSTRACT

The way of consuming and creating literature in the book industry has remarkably evolved due to the development of new technologies and, along with these, new business models that are far from the traditional publishing houses have arisen.

In this end-of-degree project, one of the new ways of consuming and creating literature is analysed: the Wattpad platform.

To this end, a review of the whole book sector has been carried out based on the evolution that traditional publishing companies have experienced, to later focus on the Wattpad company. The main research that has been done under such considerations is divided into several parts: an analysis of the new types of agents and relations that have taken place within the sector; a segmentation of the Wattpad market, based on actual users' experiences, to identify the types of users that exist in the platform; motivations by which both readers and writers use this application; and a comparison between the Wattpad company and traditional publishing companies, among others.

Keywords: book industry, Wattpad, market segmentation, user experience, publishing companies.

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace siglos el ser humano ha necesitado de la realización de diversas actividades que le distrajeran de su vida cotidiana. A ese tipo de actividades se las denominó ocio, que viene de la palabra latina *otium*, lo que viene a definirse como “el tiempo libre de una persona” (Real Academia Española, 2014e). Con dichas actividades las personas de la época conseguían evadirse de todo aquello que para ellos suponía el negocio, en latín *negotium*, es decir, los quehaceres o trabajos propios del día a día.

Al inicio, existían numerosos tipos de ocio, estaban los juegos, la música, el teatro, entre otros. El presente estudio se centrará en una tipología en concreto: el contar historias. Esta ha existido desde los orígenes y se ha mantenido hasta el día de hoy, solo que la manera de comunicar dichas historias ha cambiado a lo largo de los años, como se mostrará más adelante.

En la antigüedad las historias se contaban de manera oral, lo que provocaba que éstas fuesen muy cambiantes y volubles, ya que cada persona las narraba con un estilo propio y diferente, añadiendo contenidos conformes a su imaginación; ya fueran nuevas escenas, nuevos personajes, etc. Pero es en el año 868 d.C. cuando nace el primer libro impreso más antiguo, *El Sutra del Diamante* (National Geographic, 2013).

Y a partir de ese momento, se puede considerar, que no todas las historias, pero si algunas de ellas se comienzan a dejar por escrito, haciendo que estas mantengan el contenido para todo el mundo y sean duraderas hasta el día de hoy. Con ello comienza el principio del proceso editorial que continúa hasta nuestros días.

Este proceso empieza con lo que hoy se conoce como la figura del escritor, que es aquel que crea la historia; seguida de la figura del editor, que es quien forma parte del proceso de edición, aquel que se confiere a la editorial. Es importante señalar que, en la antigüedad, la mayoría de la población era analfabeta, ni sabía leer, ni escribir, es por ello que las historias se transmitían de manera oral. Pero cuando se comienza a dejar estas por escrito, es decir, impresas, es cuando el papel de la editorial aparece como algo esencial, principalmente por la necesidad de que los textos sean revisados, dado que es crucial que se escriban con buena ortografía, con el fin de ser entendibles en el futuro. Es cuando el proceso editorial comienza a coger fuerza.

Si se consulta el Anuario de Estadísticas Culturales del año 2019 en España, el sector editorial llega a constituir el 6,2% de toda la industria cultural, un porcentaje a tener en cuenta si se compara con los demás. El coste laboral por trabajador que pagan las empresas de este sector es el segundo más alto con respecto al resto de empresas de la industria cultural, lo que le da una gran importancia. Además, se registró que en el año 2018 el gasto de los hogares en bienes y servicios culturales ascendió a 12.714,3 millones de euros, lo que representa el 2,3% del total del gasto en bienes y servicios. Y el gasto medio por persona fue de 274,6 euros, siendo el 14,7% perteneciente al sector del libro, el segundo porcentaje más alto por detrás del de servicios de móviles y relacionados con Internet. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a).

El presente documento tratará de manera detallada acerca del sector editorial y su evolución a lo largo de los años. Centrándose específicamente en la comparativa entre el sector tradicional, dirigido principalmente por las editoriales; y las nuevas formas de consumir y crear literatura, que vienen dadas por la evolución tecnológica. Este trabajo se enfocará en el sector editorial dedicado al entretenimiento del público, aquel que se ocupa de la comercialización de libros sobre historias de ficción o con base en hechos reales, no el dedicado a la prensa o revistas. Lo que hoy en día se conoce como el sector del libro.

Teniendo de precedente esto, se debe también poner el foco en los nuevos modelos de negocio que han surgido a raíz del avance de las nuevas tecnologías. Modelos en los que nacen nuevos tipos de relaciones como son las denominadas C2B (*consumer to business*) o C2C (*consumer to consumer*), es el caso concreto de la aplicación Wattpad, sobre la que se centrará parte de la investigación de este estudio.

En muy poco tiempo la industria editorial ha conseguido pasar de un negocio tradicional, como es la edición y venta de libros a uno más amplio el que ya no solo se venden historias, sino que se consigue que el lector viva una experiencia completa a través de diferentes medios, como son los eventos, las ferias o las redes sociales, entre otros. Esto hace que lleguen a intervenir en este proceso muchos más actores de los que en un principio había, creando así un ecosistema más amplio.

Con la elaboración de este trabajo se pretende poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la formación académica. A través de una investigación de principio a fin, se implementará lo aprendido en materia de búsqueda de información en fuentes

secundarias y análisis de datos. Además, mediante un estudio empírico se pondrá a prueba el aprendizaje en materia de investigación de mercados.

El objetivo principal consiste en la realización de un análisis sobre la evolución en la forma de consumir y crear literatura en el sector editorial, más concretamente el sector del libro, durante los últimos años, ya que, con la aparición de nuevas tecnologías, han surgido nuevas formas de consumir y crear historias. Se estudiará el caso específico de la aplicación Wattpad. Este estudio se realizará a nivel de España y Latinoamérica.

Los objetivos secundarios con base en el objetivo principal son:

- Estudiar el modelo de negocio del sector editorial tradicional y, por consiguiente, aquellos nacidos a raíz de este debido a la aparición de las nuevas tecnologías. Análisis del modelo de negocio de la aplicación Wattpad.
- Comparación entre las editoriales tradicionales y los nuevos modelos de negocio surgidos a raíz de este.
- Análisis sobre la percepción del consumidor de libros respecto a la lectura en plataformas que difieren de las editoriales tradicionales.
- Analizar el tipo de consumidor de libros de lectura, analizando si el consumidor de editoriales tradicionales difiere entre el consumidor de nuevas formas de consumir literatura.
- Segmentar el mercado de la aplicación Wattpad con base en los lectores y escritores en función de su experiencia como usuarios.
- Observar el ecosistema que se ha creado alrededor del sector del libro, en las relaciones B2B (*Business to Business*), B2C (*Business to Consumer*), C2B (*Consumer to Business*) y C2C (*Consumer to Consumer*), que pueden surgir entre los diferentes actores que intervienen.

2. METODOLOGÍA

2.1. FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias son aquellas que contienen información relacionada con el sector del libro, recopilada por terceros.

En el caso de este estudio se han utilizado las siguientes:

- Bases de datos: en las que se han encontrado informes, tesis, artículos, etc. relacionados con el tema de estudio de este trabajo fin de grado (TFG). Aquellas que se han consultado son: ABI/INFORM, Web Of Science, Dialnet, Google Académico y Statista.
- Estudios de actualidad: son aquellos que realizan instituciones o empresas sobre el sector del libro en concreto, en este caso se destacan los encontrados en el Ministerio de Cultura y Deporte de España, y la Federación de Gremios de Editores de España.
- Páginas web de interés: relacionadas con el sector del libro, con definiciones de términos básicos y de marketing y, por último, se destaca la página web de Wattpad, de la que se ha obtenido casi toda la información en referencia a esta plataforma.

Todas las fuentes utilizadas se pueden consultar en el apartado de referencias de este documento.

2.2. FUENTES PRIMARIAS

Para completar la información obtenida mediante las fuentes secundarias se decidió utilizar también las fuentes primarias. Una fuente primaria se utiliza cuando se necesita un tipo de información no existente en el momento de realizar la investigación, porque la información es muy concreta y específica.

La técnica de obtención de información ha sido tanto cualitativa como cuantitativa.

Cualitativa.

Se contactó a través de la plataforma Wattpad mediante mensaje privado con varios embajadores de la red social. Un embajador es una persona que colabora (su trabajo no es remunerado) cuatro horas a la semana con Wattpad, ya sea, ocupándose de llevar perfiles oficiales, como ayudando a los distintos usuarios en lo que necesiten. Se les

hicieron una serie de preguntas con el fin de clarificar cierta información secundaria que se obtuvo de la web de Wattpad (se puede ver en el anexo XIII).

La técnica utilizada fue de tipo directo, ya que se les dio a conocer el fin de la investigación. Se podrían clasificar este tipo de investigación como una entrevista en profundidad.

También se contactó con una responsable de marketing de Wattpad, a través de la plataforma y se le realizó una entrevista en profundidad, mediante un cuestionario semiestructurado en el que se recogen una serie de preguntas relacionadas con el modelo de negocio de la aplicación (se puede encontrar esta entrevista en el anexo XII).

Cuantitativa.

Se ha realizado un cuestionario mediante la herramienta *Google Forms*, El objetivo es obtener información con referencia a esta plataforma y la comparativa entre ella y el sector editorial tradicional. El tipo de investigación realizada en el caso cuantitativo es concluyente de tipo descriptivo, ya que lo que se pretende es describir características del mercado, en este caso de Wattpad.

La técnica utilizada en este caso es instantánea, ya que los datos son recogidos en un momento concreto de tiempo (una semana).

El tipo de cuestionario realizado es online, de tipo estructurado. Las preguntas incluidas se clasifican en función a lo siguiente:

- Según la libertad de elección de preguntas, se realizaron de todo tipo, abiertas, cerradas y semicerradas.
- Según la cantidad de respuestas y su relación en el cuestionario se encuentran preguntas dicotómicas y batería de preguntas.
- Según el tipo de información, esta es nominal, ordinal, de intervalo y de razón.
- Según los fines de las preguntas se incluyen de filtro.
- Y según la forma de realizarse, es directa.

Por último, el tipo de muestreo fue no probabilístico por juicio o criterio, ya que se establece *a priori* el grupo de encuestados, solo usuarios de Wattpad, buscando unidades más representativas. Y este se comparte por Wattpad, Instagram, Twitter, LinkedIn y grupos específicos de WhatsApp y Telegram.

3. EL SECTOR EDITORIAL

3.1. CONCEPTOS Y ASPECTOS CLAVE

El Sector del Libro se incluye dentro del llamado sector editorial, el cual a su vez se incluye dentro de la industria cultural, es por esta donde se debe comenzar a definir.

La industria cultural se compone de dos palabras, industria y cultura. Industria según la Real Academia Española es la “suma o conjunto de las industrias de un mismo o de varios géneros, de todo un país o de parte de él” y el “conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales” (Real Academia Española, 2014d). Cultura es el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (Real Academia Española, 2014c).

Estas dos palabras unidas, con sus diferentes definiciones indican que todos esos conocimientos, ese desarrollo artístico etc., hoy en día experimentan una transformación para producir en cadena una serie de servicios que se ofrecen a la sociedad en su conjunto. Se convierte la cultura en mercancía con la que poder comerciar (Gámir Orueta, 2005).

Lo que tiene en común toda la industria cultural es la necesidad que cubre. El entretenimiento del público mediante: series, libros, películas, cuadros, espectáculos, entre otros.

Seguido de la industria cultural se encuentra, el sector editorial, que como muchos otros que forman parte de esta industria se dedica a satisfacer las necesidades de entretenimiento de los individuos.

Se puede definir el sector editorial como “el conjunto de empresas que ofrecen toda creación intelectual comprendida dentro de las distintas ramas del saber y de la cultura, a través de libros físicos o productos editoriales afines” (García Velasco, 2004, p. 6).

Este comienza en la antigüedad, aunque por entonces no se llamaba de esta manera. Cuando se empieza a dejar por escrito todo aquello que era importante para su conservación, un ejemplo muy claro podrían ser los escritos de la Iglesia, ya que era importante que estos estuvieran bien redactados y gramaticalmente correctos para que pudieran ser entendidos. En ese instante es cuando nace la figura del editor, aquella persona que corregía los textos. Se debe puntualizar que antes de que la imprenta fuera

inventada, todo se hacía de manera manual, hasta el año 1440 d.C. cuando Gutenberg inventa esta y comienzan a imprimirse los libros de manera mecánica, el primero de ellos fue la Biblia.

Un editor según la Real Academia Española es una “persona que publica por medio de la imprenta u otro procedimiento una obra ajena, por lo regular, un periódico, un disco, etc., multiplicando los ejemplares” (Real Academia Española, 2014a) En este caso, el editor sería una persona que publica una obra ajena, ya que es lo habitual cuando se habla de una editorial como empresa. Su papel es importante debido a que el trabajo de un escritor necesita ser revisado por terceras personas, porque en ocasiones, este no ve sus propios errores.

Hoy en día, el sector editorial es mucho más amplio de lo que fue en un primer momento, ahora se incluyen dentro de este, empresas dedicadas a la publicación de revistas, periódicos, folletos, etc. es por ello que se debe desagregar más el concepto y en el caso del presente trabajo se selecciona el sector del libro.

El sector del libro abarca el conjunto de empresas dedicadas a la edición y comercialización de libros para el entretenimiento o aprendizaje del lector. Las empresas que se dedican a esto son comúnmente llamadas: editoriales.

En la antigüedad la impresión de libros era escasa, no había tanta competencia como en la actualidad, ya que las condiciones y la tecnología no lo permitían. Es cuando con la sofisticación de las máquinas de las imprentas a lo largo de los siglos y mucho más adelante con la aparición de la globalización que reduce el tamaño del mundo mediante la internacionalización; entonces, surge la necesidad de encontrar ventajas competitivas para poder sobrevivir en el mundo global y así vender (en este caso) el mayor número de ejemplares posible. De esta forma, en el siglo XX nace lo que se conoce como marketing, que “es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general” (American Marketing Association, 2017).

La importancia de las herramientas de marketing radica en contestar a preguntas importantes que ayudarán a presentar la historia al lector de manera más apetecible. Algunas de estas son: ¿Cómo será la portada? ¿Cómo venderemos el libro? ¿A qué tipo de público? ¿Qué da valor al consumidor? etc.

Es clave señalar, que el sector del libro en muchas ocasiones trabaja en conjunto con el sector del marketing. Por supuesto, no se puede obviar que algunas editoriales cuentan con un departamento de marketing y publicidad incorporado a su empresa que se dedica a todo tipo de detalles sobre como vender el libro, como hacer la portada, donde hacer presentaciones, etc. pero se debe tener en cuenta que hay ciertos trabajos de los que estos no se pueden ocupar, como es el ejemplo del diseño de material a mayores para un libro, mapas, ilustraciones, etc. Es por ello, que en ocasiones subcontratan este trabajo a agencias de marketing que cuentan con diseñadores gráficos. Así que se podría decir que se produce una creación de valor entre ambos, en la que trabajan en conjunto para crear algo, en ese caso un libro.

3.2. INICIOS DEL SECTOR EDITORIAL

El nacimiento del sector editorial, está muy ligado al nacimiento de la tipografía, esta es “el modo o estilo en el que está impreso un texto” (Real Academia Española, 2014g), es decir, el tipo de letra. La tipografía permitió la industrialización de la producción del libro (García Velasco, 2004). En la antigüedad se inventaron varios tipos de fuentes para dejar escritos libros, historias, etc. que eran importantes para la época.

Al principio la única forma de dejar impreso algo era a través de la escritura manual, hasta que se inventa la imprenta, la que finalmente se utilizaría para dar vida a miles de escritos de forma más rápida y masiva.

La figura del editor forma un importante papel en todo el mundo editorial ya que es la base de este. En los inicios, podría considerarse al editor como aquella persona que era contratada por terceros para escribir textos importantes, que en su mayoría tenían que ver con la Iglesia. En un principio los “editores” de la época eran aquellos que inventaban las diferentes tipografías, ya que estos eran quienes las utilizaban o en su defecto copiaban tipografías ya inventadas por “editores” anteriores a ellos. Pero en definitiva el papel fundamental que desarrollaban en todo este proceso era el de escribir o transcribir todo de manera correcta y sin faltas para que pudiera ser entendido por toda aquella persona que lo supiera leer.

La historia del mundo editorial como se ve, se fundamenta en la historia de la edición y la imprenta.

Entre los siglos XV y XVII la edición se dedicó a textos litúrgicos, la Biblia, obras literarias y compilación de canciones romances en su mayoría. Debido a que en algunos casos la edición llegaba ser bastante cara y para solventar esto se necesitaba que el máximo número de personas posible comprara el libro, los editores europeos tuvieron que buscar una solución a este problema. Es por ello que decidieron crear una red de agentes en cada ciudad europea que supiera vender el libro en las librerías más importantes de cada ciudad.

Se puede señalar también que en esta época en Europa llegó la aparición de un grupo de Editores-Humanistas, también considerados tipógrafos eminentes, los cuales se volvieron muy famosos consiguiendo que sus obras se volvieran joyas de coleccionismo a día de hoy. Entre ellos destacan: los Manuzio, los Estienne o Etienne, los Elzevir, Didot, entre otros.

Durante los siglos XVII y XIX las empresas pertenecientes a este sector experimentaron una serie de cambios que venía determinados por la aparición del Capitalismo, de la misma forma lo vivieron empresas que no formaban parte del sector del libro. Los más relevantes fueron: un mayor volumen de ventas, una mejora de la tecnología y una estructuración de la oferta.

A finales del siglo XX y principios del XXI es cuando el sector comienza a vivir los estragos de la nueva era digital, en la que el rápido desarrollo tecnológico y una nueva forma de consumir contenidos, en definitiva, la manera de entretenerse y con qué, cambia. Se comienza a ver aparecer lo que hoy en día se conoce como las redes sociales, una potente herramienta de transmisión de cultura y opiniones; mejoras en los soportes online; nuevas plataformas, etc. (García Velasco, 2004).

Estos cambios podrían llegar a ser para este sector una amenaza, ya no solo por el coste de la adaptación al cambio, sino porque con este han aparecido nuevos modelos de negocio que satisfacen la misma necesidad, el entretenimiento. Pero que se lo ponen mucho más “fácil” y “cómodo” al consumidor, como son las plataformas: Netflix, HBO o incluso las propias redes sociales, con el caso de YouTube.

3.3. EL SECTOR EDITORIAL EN ESPAÑA

La industria cultural en España en el año 2018 ya representaba el 3,6% del empleo total del país. Y más concretamente dentro de esta, el sector del libro es el segundo que más ingresos genera, siendo el 14,7% del total. Es por ello que es interesante poner el foco en este (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a).

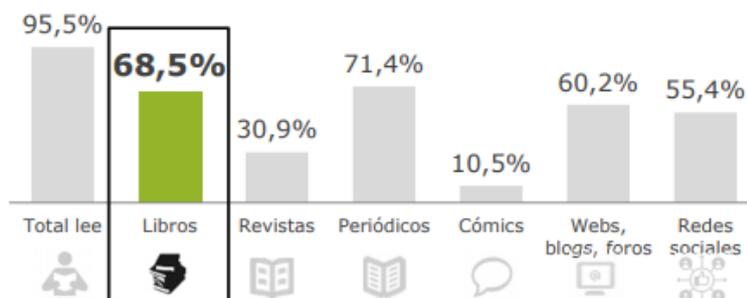
En este apartado se va a hacer una recopilación de los datos más relevantes de este sector en lo que al ámbito español se refiere, para observar cuál es la situación de la que se partía y a cuál es la que se ha llegado.

El número de personas que consumen productos del sector editorial en este país ha aumentado hasta el año 2018 con un porcentaje del 96,1%, sin embargo en el año 2019 ha comenzado a disminuir y ahora se encuentra en un 95,5% (Conecta, 2019, 2020).

Como el hábito de la lectura no radica solamente en los libros, se debe desagregar a los lectores en función de los tipos de lecturas que existen y quedarse solamente con aquellos que se dedican a la lectura de libros.

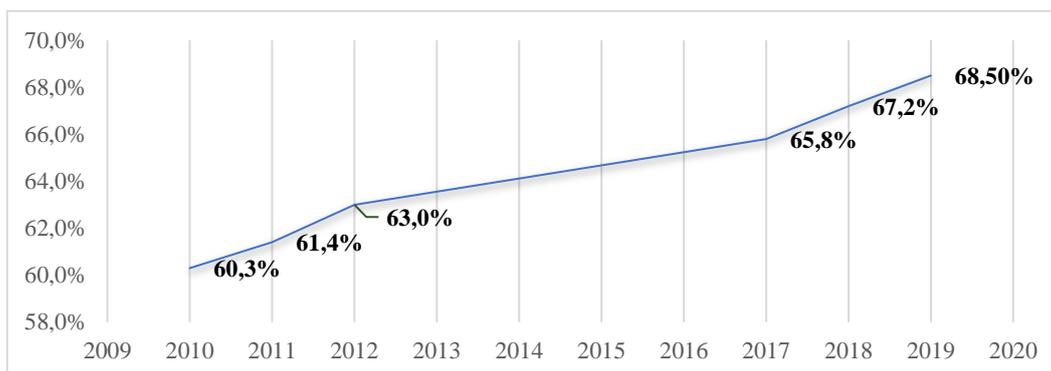
Existen seis tipos de lecturas en España. En periódicos con un 71,4% de lectores, es el subsector con el dato más alto, en revistas con un 30,9%, en web y blogs con un 60,2%, en redes sociales con un 55,4% y por último el tipo de lectura que más interesa en este estudio el de los libros, en el cual el porcentaje de lectores que leen estos en total de todo el sector es el 68,5%.

Gráfico 3.1. Porcentaje de lectores por tipo de lectura.



Fuente: Conecta, (2020, p. 2)

Si se focaliza el análisis en el sector del libro y su evolución en cuanto al número de lectores que posee, se puede observar que a lo largo de los años sí que ha ido en aumento, de hecho, es uno de los pocos tipos de lecturas que ha crecido.

Gráfico 3.2. Evolución del porcentaje de lectores de libros del año 2009 al 2019.

Fuente: Elaborado a partir de Conecta, (2020, p. 3)

El sector del libro supone la industria número cinco a nivel mundial, aunque curiosamente España es uno de los países que menos lee. Antes de la crisis de 2008, este sector presentaba una bajada de ventas del 40%, pero es en el año 2016 cuando comienza a crecer de nuevo gracias a la venta del libro en papel (Pajares Gil, 2016).

En la panorámica de la edición española de libros 2018, se muestra una tabla en la que aparecen los ISBN concedidos desde 2014 hasta 2018. Se puede observar el crecimiento de estos a lo largo de todos los años a excepción del 2018 en el cual comienza a bajar.

Tabla 3.1. Datos globales de ISBN concedidos en España.

| Datos globales. ISBN concedidos | | | | | |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Conceptos | Años | | | | |
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Libros en soporte papel | 56 867 | 57 117 | 60 763 | 61 519 | 60 835 |
| Libros en otros soportes | 22 357 | 22 280 | 25 237 | 28 443 | 20 393 |
| Producción total | 79 224 | 79 397 | 86 000 | 89 962 | 81 228 |
| % interanual | +3,2 | +0,2 | +8,3 | +4,6 | -9,7 |

Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte, (2019b, p. 23)

El ISBN (*International Standard Book Number*) es un código normalizado internacional cuya utilidad es poder registrar los libros. En definitiva, es “un identificador de producto utilizado por editores, librerías, tiendas online y otros participantes en la cadena comercial para pedidos, listados, registros de venta y control de existencias. El ISBN identifica tanto al titular como a un título específico, su edición y su formato” (International ISBN Agency, 2014).

Uno de los pilares principales de este sector es su dependencia de la actividad exportadora de libros, principalmente a Iberoamérica. Esto se debe a que ambas áreas geográficas

comparten el mismo idioma y a que en Iberoamérica la mayoría de editoriales han cesado su trabajo, por lo que dependen de las españolas (Pajares Gil, 2016).

Otro de los puntos que cabe destacar es la cantidad de títulos traducidos de otras lenguas al idioma español. España se posiciona a la cabeza en la Unión Europea como país con más títulos traducidos a su idioma. A la inversa no se puede decir lo mismo, ya que es menos frecuente (Pajares Gil, 2016).

También se debe hablar de los tipos de empresa que se encuentran en el sector del libro en este país. En el informe de la Panorámica de la Edición Española de Libros del año 2018 se observan los datos que hacen referencia a estas empresas. El principal tipo de empresa son los agentes editores. Aquellos grupos editoriales que se dedican a la venta de libros, estos pueden dividirse en tres grupos: grandes, medianos y pequeños. Se dividen en función de dos criterios, la producción que tengan y su naturaleza jurídica (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b).

Según su producción:

- Si es una producción global prevista entre 100.000 y 1.000 libros sería grande.
- Si es una producción prevista entre 100.000 y 1.000 libros, mediana.
- Y si es una previsión de producción total igual o inferior a 100 libros, pequeña.

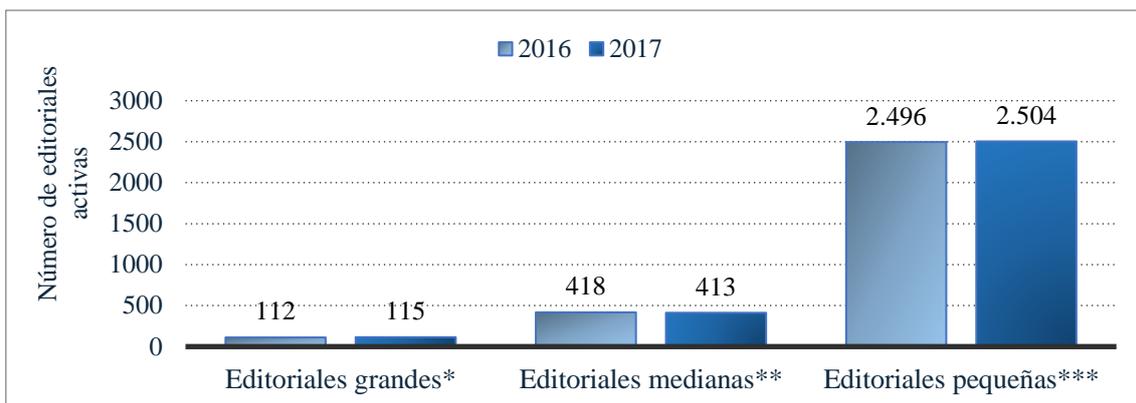
Atendiendo al número de títulos que publica un agente se le asignará un ISBN con más o menos números en el prefijo, más si resultan ser pocos y menos si son muchos.

Según su naturaleza jurídica:

- Públicas: Son aquella propiedad del estado, su objetivo es proveer al ciudadano de libros de manera gratuita, es el caso de las bibliotecas públicas.
- Privadas: Empresas cuyos propietarios son inversores privados, buscan en su mayoría el ánimo de lucro. Su actividad principal es la venta de libros.

En el siguiente gráfico se puede observar cómo en España abunda el número de editoriales pequeñas, son muy pocas las grandes en comparación, también se observa que ha habido una pequeña evolución del año 2016 al 2017, es decir un crecimiento en el número de agentes editores, aunque solo en el caso de las editoriales pequeñas y grandes.

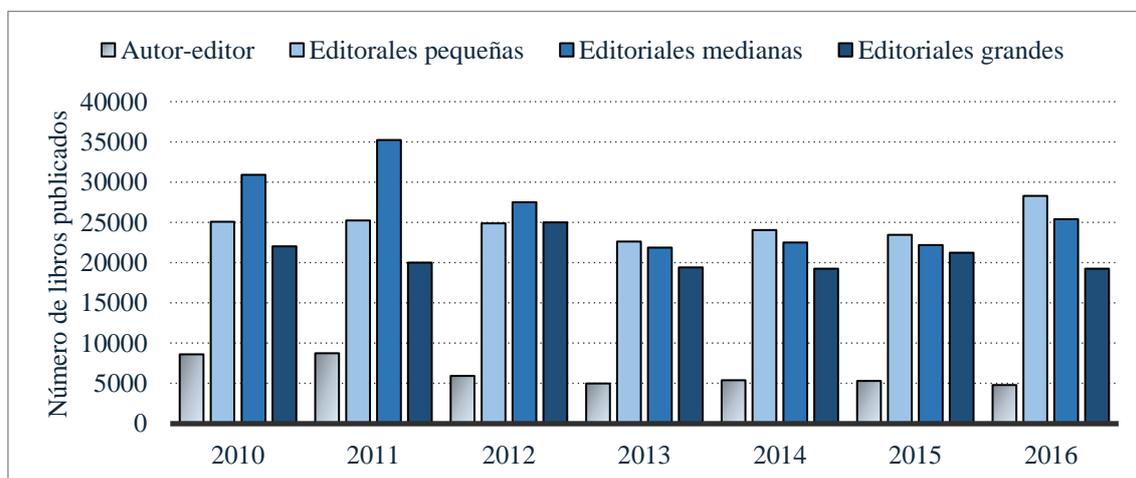
Gráfico 3.3. Evolución del número de agentes editores activos en España por dimensión editorial, 2016 - 2017.



Fuente: Statista, (2018, p. 9)

Por último, es importante resaltar que las editoriales pequeñas y medianas superan siempre en el número de libros publicados a las editoriales grandes, posiblemente porque hay muchas más editoriales pequeñas y medianas en este país que editoriales grandes, como se observaba en el gráfico anterior.

Gráfico 3.4. Número de libros publicados por editoriales privadas en España por naturaleza jurídica del agente editor, 2010 - 2016.



Fuente: Statista, (2018, p. 14)

4. TIPOS DE AGENTES EN EL SECTOR DEL LIBRO

4.1. EL AUTOR

En el sector del libro, uno de los papeles más importantes es el del autor, esto es así porque es quien escribe la historia, es decir, quien crea el producto con el que se comercia.

Según la Real Academia Española la definición de autor es “persona que ha producido alguna obra científica, literaria o artística” (Real Academia Española, 2014b). En este caso se referiría concretamente a obra literaria. Además, es importante señalar que la obra que crea el autor se llama “original” es decir, esta carece de las correcciones que posteriormente realizan los editores (García Velasco, 2004).

No se puede negar que el autor como ya se ha señalado, es aquel que escribe el libro. Y durante muchos años ha sido la única persona en todo este proceso editorial a la que se la podía denominar con este título. Pero en la actualidad, debido a la evolución de la sociedad y el deseo de tangibilizar las cosas, junto con la innovación tecnológica que ha hecho posible ese deseo, se puede considerar la existencia de otro tipo de autor, aquel que produce la obra artística.

La obra artística hace referencia en este caso a las ilustraciones que se pueden encontrar tanto fuera como dentro del libro. Ilustraciones que han sido creadas por un artista para dar vida a la historia, estas pueden representar determinadas escenas, ciertos personajes o pequeños dibujos sin mucha importancia que adornan la edición. Suelen encontrarse al inicio de un capítulo, en las páginas del final o en la portada. Es por esto que se ve como este sector comienza a contar con el apoyo de un nuevo tipo de autor, aquel que da vida a la historia mediante la ilustración de esta.

En determinadas ocasiones, la editorial también cuenta con este tipo de autores con el fin de generar productos complementarios al libro, como son: los marcapáginas o láminas para dar en presentaciones, entre otros.

En la sociedad de hoy en día, se le da mucha importancia a la imagen y la estética. Es por ello que, en el sector del libro, no podía ser menos. Es complicado vender una historia si solo se ven palabras que por sí solas no representan nada. Se debe introducir en la mente del posible consumidor aquellas imágenes o representaciones de la historia que hagan que comprenda de que trata y se interese por ella. Y los elementos visuales, como son la portada, ilustraciones, láminas, posters, entre otros son la manera más fácil y sencilla.

El consumidor necesita por todos los medios estar lo más seguro posible de que aquello que va a comprar le va a satisfacer. Y no cabe duda de que el bien que se comercializa en este sector es un producto intangible, aunque se presente de manera tangible. No se puede vender la historia contando esta en su totalidad y desvelando el final, así que se presenta un problema sobre cómo hacer que el posible consumidor sienta y sepa que esta historia le va a gustar. Aquí es donde coge fuerza la creación de todos los elementos complementarios a la historia, elementos, que atraen al consumidor y le dan una idea de lo que va a encontrar al leer el libro. Y en este punto es cuando entran en juego el papel de aquellos autores que realizan las ilustraciones que van dentro del libro o en la portada. Se podría denominar a esta última como el *packaging* del producto, en algunos casos clave para la compra.

Además, también se debe tener en cuenta a aquellos lectores que ya se han terminado la historia y que desean indagar más en esta. Piden más ilustraciones, más representación del mundo que se presenta, etc. Intentan tangibilizar de alguna manera, algo que solamente forma parte de su mente e imaginación. Se podrían considerar como fans que se niegan a que la historia termine en el libro.

Por último, tampoco se debe olvidar que en el sector del libro también existen las denominadas novelas gráficas, aquellas en las cuales se cuenta una historia mediante imágenes y poco texto. En muchas de las ocasiones el ilustrador es tan autor de la historia como quien la ha escrito, o a veces, ambos son la misma persona.

Llegado este punto se observa cómo se puede contar con la existencia de dos tipos de autores en este sector. Pero también es importante señalar que en muchas ocasiones uno de los elementos clave para vender el libro, son estos últimos, los autores. Ya que la fama que estos tengan o no, influye directamente el número de ejemplares vendidos.

En la antigüedad y hasta hace poco tiempo el proceso de distribución que se realizaba a la hora de vender un libro era sencillo. Una persona escribía este, se lo mandaba a la editorial, esta lo publicaba y finalmente llegaba al consumidor. Lo normal en autores primerizos, era que estos no fuesen conocidos por nadie y se tenía fe en que su libro gustara y se vendiera, en algunos casos ese sigue siendo el proceso. Aunque hay que señalar, que debido a varias publicaciones ciertos autores se hacen famosos y consiguen vender nuevos libros solamente por ser quienes son. Han conseguido enamorar a cientos de lectores con sus obras y estos se ha convertido en sus seguidores.

Es en este siglo cuando el proceso de distribución comienza a cambiar con la aparición de los llamados *influencer*, “un *influencer* es una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca” (40 de Fiebre, s. f.), y las nuevas plataformas como es el caso de Wattpad.

El proceso cambia, porque en un principio el canal de distribución consistía en: comenzar por el escritor, seguir con la editorial (editor, corrector, maquetador, entre otros.), y terminar en el consumidor. Sin embargo, hoy en día, aunque en algunos casos se sigue repitiendo este proceso, en otros ya no funciona así.

El ejemplo de los *influencers* es muy claro, porque en vez de ser el escritor quien busca a la editorial, es la editorial la que busca al *influencer* (alias: escritor). Un ejemplo que se estudiará más adelante es el de la plataforma Wattpad, en la que son las editoriales las que, en algunos casos, se dedican a analizar los cientos de historias que se alojan aquí, para dar con la nueva pepita de oro. Una vez encuentran una historia que saben que tiene éxito, contactan con el escritor el cual ya cuenta una audiencia y le proponen publicar su libro (MO, 2018).

También se pueden señalar casos de *influencers* pertenecientes a otras plataformas como son: YouTube o Instagram a los que se les propone la publicación de un libro, es el caso de la conocida *youtuber* española, Rebeca Stones.

4.2. LA EMPRESA EDITORIAL

La empresa editorial es aquella “dedicada a la edición de libros u otras publicaciones, y que realiza todas las tareas intermedias que van desde la entrega de un texto por su autor hasta la entrega del libro al distribuidor, o, en caso de que la distribución sea hecha por la misma editorial, a los puntos de venta” (García Velasco, 2004, p. 12).

Se puede dividir esta en varios tipos (García Velasco, 2004):

- **Según la temática de sus publicaciones:**
 - Especializadas: Son aquellas que se centran en la publicación de libros de una rama concreta del saber. En este caso se estaría hablando de ramas como pueden ser: la medicina, la religión, entre otros. Pero también es cierto, que hoy en día, existen muchas editoriales centradas únicamente en

uno o varios subgéneros de la literatura, sobre todo aquellas que son pequeñas.

El punto fuerte de estas empresas reside en que conocen a su público objetivo con exactitud, ya que se centran en un nicho del mercado.

- No especializadas o multidisciplinarias: Son aquellas que publican todo tipo de libros de ramas y géneros diversos.

En su mayoría, este tipo de empresas suelen ser grandes, ya que es complicado para las pequeñas abarcar tantos públicos objetivos. Es relevante señalar que las grandes empresas tampoco publican todos los libros bajo el mismo nombre editorial, es decir, tienen lo que comúnmente se conoce en marketing como marcas. En el lenguaje editorial, se las denomina sellos editoriales.

Según la Real Academia de la Lengua un sello es “especialmente en discos, libros y películas, marca registrada.” (Real Academia Española, 2014f). Los sellos editoriales sí que llegarían a especializarse en un público concreto.

- **Según su nivel de integración:**

- Integradas hacia atrás: Estas son aquellas empresas que tienen su propia proveedora de papel, máquinas de impresora u otros insumos. Buscan el ahorro en costes.
- Integradas hacia delante: Son aquellas que han conseguido ser sus propias distribuidoras, algunas de ellas cuentan con su propia cadena de librerías. Su objetivo es obtener la máxima rentabilidad posible y optimizar la distribución y venta de sus libros.

- **Según su naturaleza jurídica** (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b): Se puede distinguir entre aquellas que forman parte de las administraciones públicas y aquellas que son privadas. En el caso concreto de este estudio solamente se analizarán las de carácter privado, no obstante, en este apartado se mencionarán ambas.

- Edición de las administraciones Públicas: organismos oficiales de la administración general del estado, organismos oficiales de las administraciones autonómicas, organismos oficiales de las administraciones locales, instituciones educativas públicas e instituciones culturales públicas.

- De carácter privado:
 - Autores-Editores: Son aquellos autores que editan sus propias obras.
 - Empresas editoriales pequeñas: Aquellas que tienen una producción global inferior o igual a 100 libros.
 - Empresas editoriales Medianas: Las que cuentan con una producción global entre los 100 y 1000 libros.
 - Empresas editoriales Grandes: En las que su producción global supera los 1000 libros.

4.3. EL RESTO DE AGENTES

El autor y la empresa editorial son dos de los agentes que más importancia reciben en el sector del libro, pero no son los únicos, es por ello que en este apartado se van a describir el resto de agentes (García Velasco, 2004).

1. **Empresa distribuidora:** Es aquella que se encarga de distribuir los libros de las diferentes editoriales a las librerías en forma y tiempo.
Es importante señalar, el poder de las empresas distribuidoras, ya que estas conocen el mercado potencial y cuáles son los libros más vendidos en este. Los editores conocerán los libros más vendidos de su empresa y los libreros de su librería, pero es el distribuidor quien ve el mercado en su conjunto ya que entre aquellos libros que distribuye se encuentran una gran variedad de editoriales y librerías.
2. **Las librerías:** Son establecimientos que pueden encontrarse de manera física u online en los cuales se pone a disposición del público los libros. Las librerías son quienes escogen que libros y de que editoriales desean tener entre sus estanterías. Se debe mencionar, que en algunos casos hay librerías especializadas en un tipo concreto de público objetivo.
3. **El cliente:** Los clientes son todos aquellos que compran libros, pero que no necesariamente los consumen.

Hay dos tipos de consumidores, las personas naturales o jurídicas. La diferencia entre ambos reside en el número de ejemplares que adquieren. Una persona natural comprará de una vez uno o dos libros, sin embargo, aquellas personas jurídicas

compran grandes cantidades de libros de una sola vez, se puede poner de ejemplo aquellas entidades públicas que adquieren grandes cantidades para las bibliotecas públicas.

4. **Los consumidores o lectores:** Son aquellas personas naturales que finalmente consumen la historia que presenta el libro. Se dedicará un capítulo completo a hablar de este agente más adelante.

5. EL LIBRO

El sector del libro, es el que se está tratando en este trabajo, a su vez se divide en varias materias, que en este estudio se consideraran subsectores, ya que las empresas editoriales suelen dedicar su actividad a como máximo tres de estas, es decir, se especializan. Es por ello que se ha creído conveniente incluir un capítulo específico para hablar del producto de este sector y poner el foco en el subsector o subsectores que dentro de este que se analizarán.

Los subsectores (materias) son los siguientes (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b):

- **Infantiles, juveniles:** son aquellos libros dedicados a la enseñanza no universitaria.
- **Libros de texto:** aquellos que se utilizan en colegios, institutos, universidades, entre otros para dar clase y aprender sobre diversos temas.
- **Creación literaria:** este subsector lo constituyen los libros propios de literatura. Es decir, la novela, poesía, ensayo y teatro (Conecta, 2020, p. 10).
- **Ciencias sociales y humanidades:** libros que tratan conceptos referidos a este ámbito, escritos por autores entendidos del tema.
- **Científicos y técnicos:** mismo tipo de libros que los anteriores, solo que los temas son distintos, más enfocados a la ciencia e investigación.
- **Tiempo libre:** lo constituyen aquellos libros escritos principalmente para hacer que el lector dedique su tiempo libre a algo concreto. Suelen ser libros sobre, recetas, deporte, viajes, entre otros.
- **Otros.**

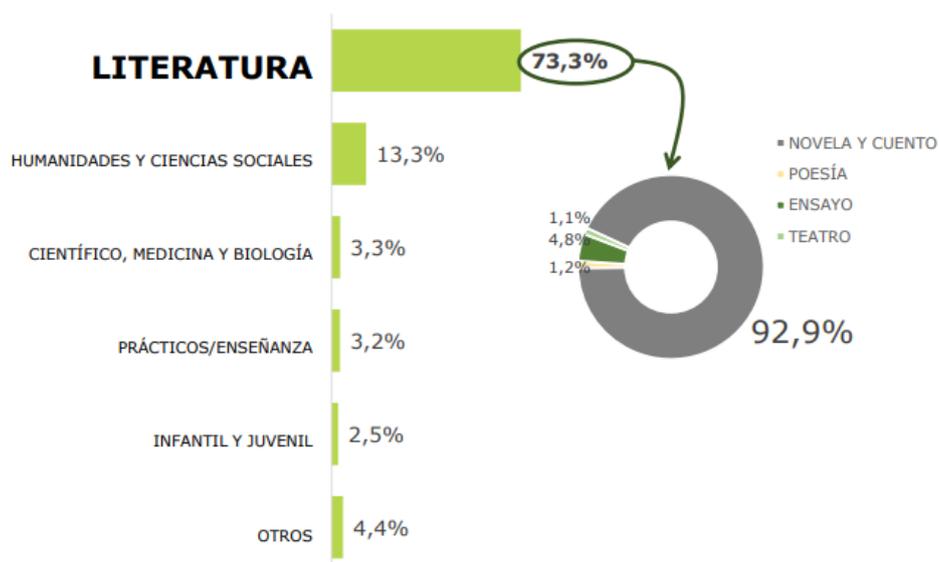
Este trabajo se centrará en el subsector de creación literaria. Y para llegar al punto más desagregado de este sector se procede a dividir este en varios géneros literarios (Federación de Gremios de Editores de España, 2018):

- **Novela:** clásica, contemporánea, policiaca, romántica, ciencia ficción, terror, erótica, de humor y otras.
- **Poesía:** épica, lírica, dramática.
- **Otros:** crítica, ensayos literarios, etc.

Finalmente se han elegido los géneros literarios de novela y poesía dentro del subsector de creación literaria, debido a que las empresas editoriales que se mencionan a lo largo del estudio se dedican a este tipo de sector en su mayoría.

En Informe Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España en 2019 se analiza de que materia era el último libro que han leído los lectores y como se puede observar la literatura es el que tiene las cifras más altas, con un 73,3%. Y desagregando aún más esta, se ve como la novela y el cuento constituyen un 92,9% dentro de esta materia seguida de un 4,8% del ensayo, 1,2% de poesía y un 1,1% de teatro.

Gráfico 5.1. Materia del último libro leído en el año 2019.



Fuente: Conecta, (2020, p. 10)

6. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE LITERATURA EN EL FORMATO LIBRO

Actualmente los libros se presentan en varios formatos al público, es importante definir cuáles son estos porque constituyen uno de los factores clave que influyen en el lector, por un lado, porque la experiencia de leer el libro cambia en función del formato y por otro, porque influye directamente en la compra de este o no.

Desde la antigüedad los libros han tenido únicamente un tipo de formato, el cual se mantiene a día de hoy debido al amor de los lectores por este. Se habla del formato en papel. Muchos lectores incluyen el tocar un libro, olerlo o pasar las páginas dentro de la experiencia de leer la historia.

El formato en papel tiene a su vez distintas versiones (Conecta, 2020):

- **Formato estándar:** Cada editorial tiene el suyo propio, pero se habla de libros con un tamaño un poco mayor a un A5.
- **Formato de bolsillo:** Son libros más pequeños que los anteriores, nacen de la necesidad de poder llevar el libro donde sea sin que ocupe mucho espacio o sea muy pesado. Normalmente los libros se publican primero en un formato estándar y aquellos que tienen éxito se comienzan a publicar también en formato bolsillo. Son más baratos que los anteriores.

No constan como un tipo de formato, pero en este estudio se quiere hacer mención a la distinción entre los libros de papel de tapa dura y tapa blanda. Ya que en ocasiones condicionan al lector por su preferencia de uno frente a otro.

Los siguientes formatos nacen debido a la evolución tecnológica y al cambio en la manera de consumir contenidos de los usuarios.

El primero de ellos es el libro digital. La diferencia con el anterior, es que no se puede tocar, por lo cual la experiencia para muchos lectores no es la misma. Partiendo de esa base, también se debe señalar, que en algunos casos los lectores ven excesivo el precio por un producto que no es tangible.

Además, el libro digital solo se puede leer a través de dispositivos electrónicos, entre los que se encuentran, el ordenador, el teléfono, la *tablet* y los e-book. Estos últimos son los únicos que no dañan la vista del lector al contar con una tinta electrónica; sus pantallas

no emiten luz, exactamente como un libro en papel, aunque sí que es verdad que algunos de ellos si cuentan con la opción de iluminar la pantalla.

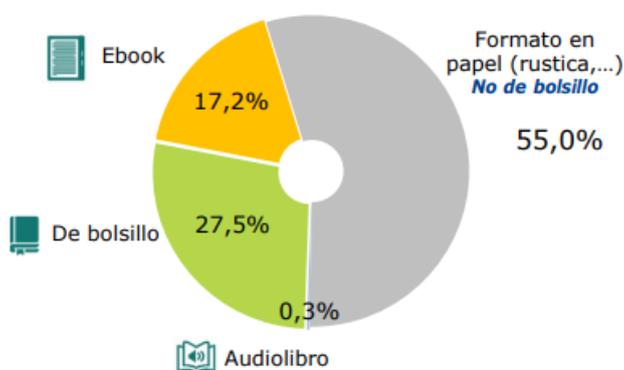
Si bien es cierto, el libro electrónico también tiene ventajas, entre las que se encuentra la gran capacidad de almacenaje de libros, se puede guardar en un dispositivo miles de libros ocupando el mismo espacio y pesando lo mismo, algo que con los libros en papel no sería viable. Además, estos dispositivos en ocasiones cuentan con herramientas adicionales, como son diccionarios, aplicaciones de notas o la opción de subrayar tus frases favoritas o marcar las páginas que más te gusten. También un factor importante es su comodidad, a la hora de poder leer en cualquier lado y pasar las páginas con la misma mano que se sostiene el dispositivo, imposible con el caso del libro en físico.

El segundo formato que ha surgido, es el audiolibro. Algunas personas prefieren escuchar la historia antes que leerla, de esta manera puede hacer varias cosas a la vez, incluso “leer” en lugares que con el libro en físico o digital no se puede, como es el caso de la ducha o mientras se hace deporte. Se podría señalar que se vuelve a la transmisión oral de la antigüedad.

En el gráfico siguiente se puede observar en que porcentaje se utilizan los diferentes formatos antes definidos. El formato que sobresale frente al resto es el del libro en papel con un 85,5%, 55% el libro estándar y 27,5% el libro de bolsillo; a este le sigue el libro digital con un 17,2% y el audio libro con tan solo un 0,3%.

Como se puede ver el libro en papel sigue siendo el más consumido por los lectores, el porcentaje total es superior al 50%.

Gráfico 6.1. Porcentaje de lectores por tipo de formato.



Fuente: Conecta, (2020, p. 10)

El hecho de que el formato en papel sea predominante frente al resto de formatos es algo a tener en consideración, pero en este estudio se quiere resaltar como poco a poco la manera de consumir literatura va cambiando mediante una evolución y aumento en el resto de formatos.

En el siguiente gráfico se ve como el porcentaje de lectores que consumen libros electrónicos ha ido aumentando año tras año, de forma muy lenta, pero se observa una evolución, lo que da pie a llegar a la conclusión de que poco a poco el lector se acostumbra y acepta nuevos formatos.

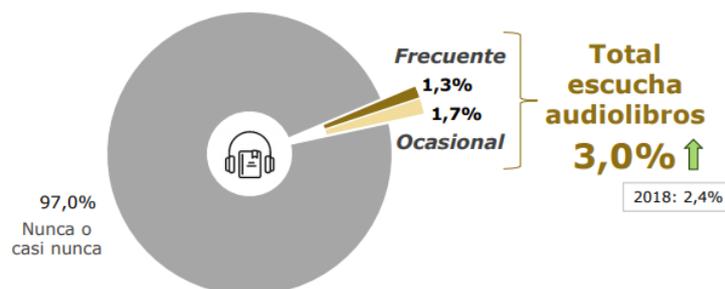
Gráfico 6.2. Evolución del porcentaje de lectores que leen en libro electrónico.



Fuente: Conecta, (2020, p. 12)

Lo mismo ocurre con el audiolibro, en este informe solo se tienen los datos de dos años consecutivos, pero de uno a otro se observa un leve crecimiento del 2,4% en el año 2018 al 3% en el año 2019, por lo que se puede deducir al igual que con el libro electrónico que el modo de consumir literatura en cuanto al formato va cambiando.

Gráfico 6.3. Frecuencia de escucha de audiolibros.



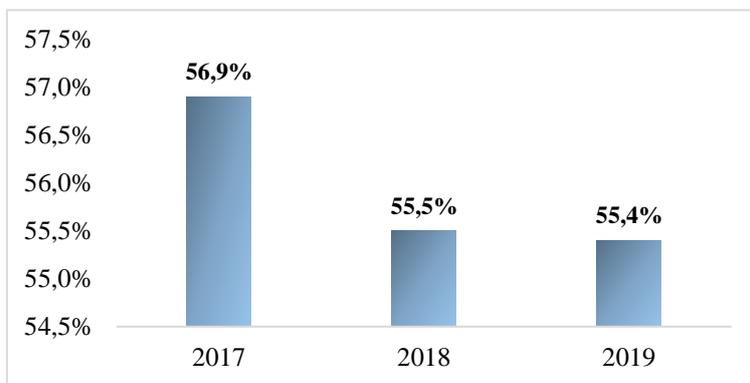
Fuente: Conecta, (2020, p. 16)

Y para finalizar, sabiendo que las redes sociales no forman parte del sector del libro, aun así, se decide incluirlas como un tipo de “formato” en el que los lectores pueden leer a día de hoy, debido a que la investigación que se realizará en un futuro girará en torno a Wattpad, una red social en la que sus usuarios pueden escribir historias y a la vez leer las de otras personas. Señalando también que en esta se encuentran muchos libros de dominio público (como es el caso de los clásicos), libros que bien podrían encontrarse en una librería, pero, sin embargo, se pueden leer gratis a través de esta plataforma. Por lo que se concluye con que es una plataforma que permite al lector consumir literatura de otra manera.

En el siguiente gráfico se muestra la evolución de lectores que leen en redes sociales en los últimos tres años y aunque esta sea negativa, es decir, que, con el paso de los años, cada vez hay menos lectores, estos continúan representando un número elevado, más de la mitad están en las redes.

En el año 2019 el 55,4% de lectores leían a través de las redes sociales, entre las que se podría deducir que se encuentra Wattpad.

Gráfico 6.4. Evolución del porcentaje de lectores en redes sociales.



Fuente: Elaborado a partir de Conecta, (2019, 2020)

7. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR DE LIBROS

7.1. PROCESO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DE LIBROS

Para comprender el perfil del consumidor de libros, es importante antes determinar cuál es su proceso de compra. Este se divide en varias fases que se describirán a continuación (Vivar Nebreda, 1992).

- 1. Reconocimiento del problema por parte del consumidor:** Esto ocurre cuando el consumidor detecta que tiene una necesidad la cual no está cubierta, en este caso estaríamos hablando del entretenimiento. El reconocimiento de este problema, puede venir dado a través de estímulos internos o externos.
- 2. Búsqueda de información por el consumidor:** Esta fase comienza cuando el individuo decide que necesita satisfacer la necesidad, así que ¿cuál es la mejor manera de hacerlo? Para llegar a la conclusión necesita información.
En este caso se dedica a buscar que servicio o producto satisface mejor su necesidad.
- 3. Valoración de las alternativas del consumidor:** En esta fase el consumidor ya ha encontrado toda la información y con ella las alternativas que tiene para satisfacer la necesidad. Así que es el momento de valorar cuales son las que mejor se ajustan a lo que necesita.
En este ejemplo, se estaría hablando de alternativas como son: el cine, plataformas de series y películas, juegos, entre otros.
- 4. Elección del consumidor:** Finalmente una vez valoradas todas las alternativas, el consumidor elige aquella, o aquellas que más le hayan convencido para solucionar su problema. En este caso, elegiría el libro.
- 5. Resultado del consumo:** Una vez el individuo cuenta con el producto entre sus manos y lo ha probado y consumido. Deja sus valoraciones, ya sea directamente a la empresa, en las RRSS (redes sociales), en los foros o blogs. Y es cuando decide si volverá a consumir o no.

7.2. EL PERFIL DEL CONSUMIDOR DE LIBROS

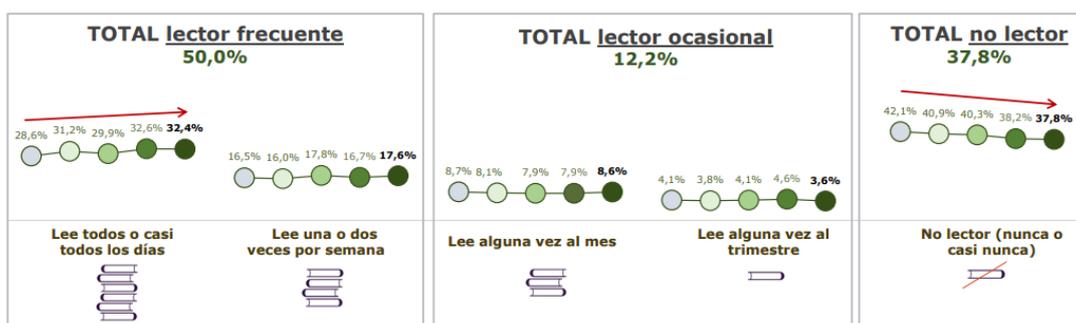
Se va a proceder a describir la tipología de consumidores de libros de acuerdo con el informe de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España del año 2019 (Conecta, 2020).

Se pueden dividir a los lectores que leen en su tiempo libre (que es realmente el que interesa en este estudio) en tres tipos:

- Lectores frecuentes: son aquellos lectores que leen todos los días, o por lo menos una o dos veces a la semana.
- Lectores ocasionales: aquellos que leen una vez al mes o alguna vez al trimestre.
- No lectores: aquellos que no leen casi nunca o que no leen.

Se podría considerar lectores como tal a los dos primeros tipos, los cuales han experimentado en los últimos años una evolución. Como se observa en el gráfico siguiente, el tipo “no lector” ha ido disminuyendo y el “lector frecuente” representa el 50% de los lectores del total, lo que quiere decir, que, con el paso de los años, más personas leen de manera asidua.

Gráfico 7.1. Evolución del porcentaje de lectores por tipo de lector.

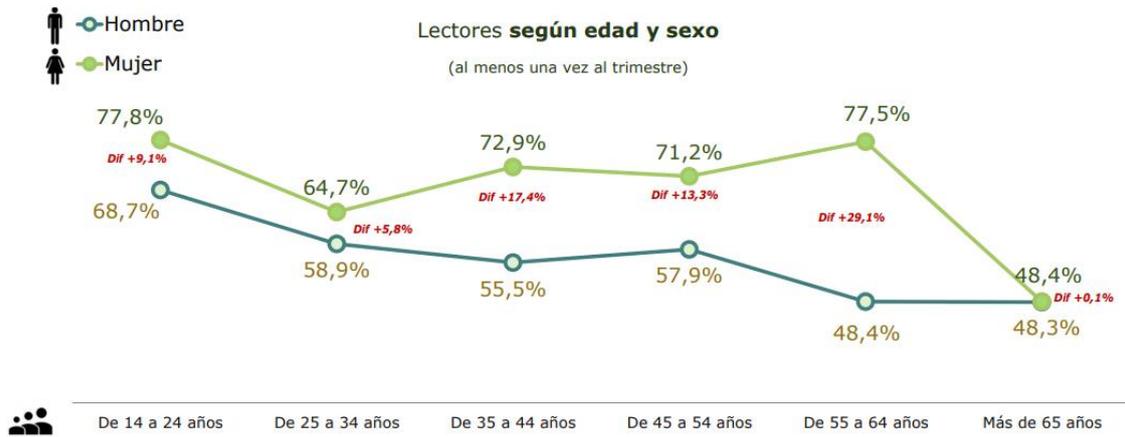


Fuente: Conecta, (2020, p. 4)

Dividiendo a los lectores por tipo de sexo, se aprecia que las mujeres son las que más leen en todos los grupos de edad. Y en ambos casos, el grupo de edad con más lectores es el más joven de entre 14 a 24 años, en el caso de las mujeres el de 55 a 64 años también tiene un número bastante elevado, en los hombres el siguiente grupo de edad sería el de 25 a 34 años. Se podría deducir que las mujeres mantienen más o menos el hábito de lectura con el paso de los años, excepto en el último rango de edad, que disminuye considerablemente.

Pero en el caso de los hombres disminuye a medida que cumplen más años.

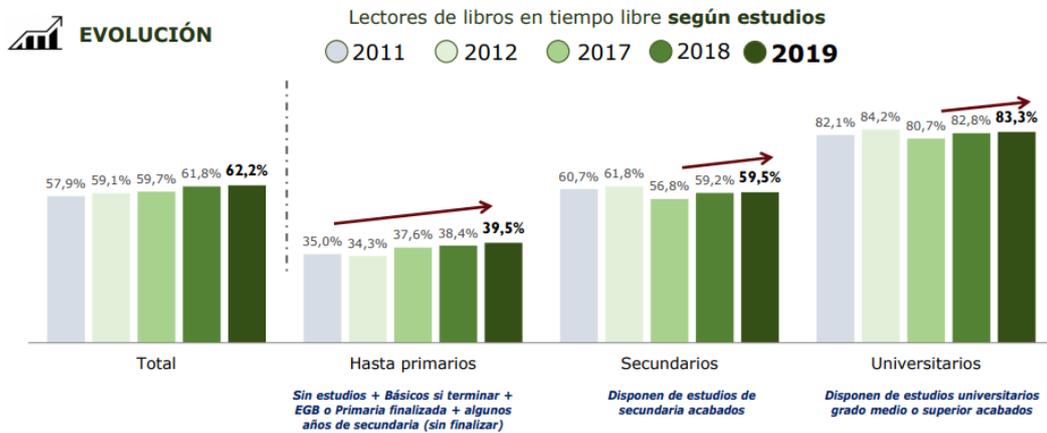
Gráfico 7.2. Lectores según la edad y sexo.



Fuente: Conecta, (2020, p. 5)

También es importante tener en cuenta el nivel de estudios del perfil del consumidor de libros, como se puede observar, en su mayoría, las personas que leen son universitarias, seguidas de aquellas que tienen la formación secundaria.

Gráfico 7.3. Porcentaje de lectores en función de sus estudios.



Fuente: Conecta, (2020, p. 6)

8. WATTPAD

8.1. HISTORIA DE WATTPAD

Wattpad es una plataforma y red social, creada en el año 2007 por los canadienses, Allen Lau y Ivan Yuen. El sueño de Allen Lau era conseguir que la lectura fuera accesible desde todos los dispositivos móviles (Wattpad, s. f.-a). Su objetivo era y es ser el mayor difusor de literatura en el mundo digital (Farias Coelho et al., 2018).

Ilustración 8.1. Identidad corporativa de Wattpad.



Fuente: Wattpad, (2020a)

En el año 2007 comienza publicando libros de dominio público como *Orgullo y Prejuicio*, libros que hoy en día continúan en la plataforma y a los cuales se les van sumando otros títulos cada día que pasa, en varios idiomas. La plataforma cuenta con perfiles propios donde se suben estos, en el caso de España el usuario es @ClasicosEs.

En el año 2010 consigue ampliar la plantilla de empleados duplicando el número, y para el año 2011 la aplicación ya cuenta con un millón de usuarios. En este mismo año Beth Reekles comienza a escribir *The Kissing Booth*, libro que terminaría publicándose con la editorial Penguin Random House y finalmente sería llevado a la gran pantalla gracias a Netflix en el año 2018.

En 2012 Wattpad recauda 17,3 millones de dólares en su ronda de financiación de serie B. Dos años después se muda de sede a una que se encuentra en el centro de la ciudad de Toronto, Canadá. Además, consigue ser nombrada la mejor *startup* canadiense del año por Techvibes y sus dos creadores reciben el premio “Emprendedor del año” de Ernst & Young.

Durante los siguientes años el número de usuarios de Wattpad aumenta considerablemente y *After* un *fanfiction* del cantante y excomponente del grupo *One Direction*, Harry Styles, se convierte en un éxito viral, siendo el libro más leído de la plataforma. Más adelante sería publicado por Gallery Books y se convertiría en un *bestseller* del New York Times.

En el año 2017 la plataforma cuenta ya con 400 millones de historias y Wattpad lanza una serie de programas que diversifican su negocio. En ese mismo año también presenta *Tap by Wattpad*, una nueva aplicación en la que se disfruta de historias de manera interactiva, es decir, las historias se leen en formato chat, video, imagen, etc.

Actualmente la plataforma cuenta con 80 millones de usuarios, los cuales pasan una media de treinta y siete minutos diarios en Wattpad y la mayoría forma parte de las generaciones Z y *Millennial* (Wattpad, s. f.-a).

8.2.EL INTERIOR DE WATTPAD

Wattpad es una red social que está disponible tanto para *smartphones* como para *tablets* y ordenadores. Pero el 95% de los usuarios utiliza su teléfono móvil para acceder a esta (Davies, 2017).

Esta plataforma está constituida por dos públicos objetivos: los lectores y los escritores, aunque en algunos casos el usuario forma parte de ambos públicos, haciendo alusión al concepto en marketing conocido como: *prosumidor*, un usuario que produce a la vez consume.

La plataforma funciona de una manera muy simple, el individuo debe crearse un perfil, para lo que solo necesita su email y una contraseña y, de esta manera, accede directamente a leer millones de historias que se alojan en la web. De la misma forma, también puede escribir las suyas propias. A los usuarios de Wattpad se los conoce como *Wattpaders* (Davies, 2017).

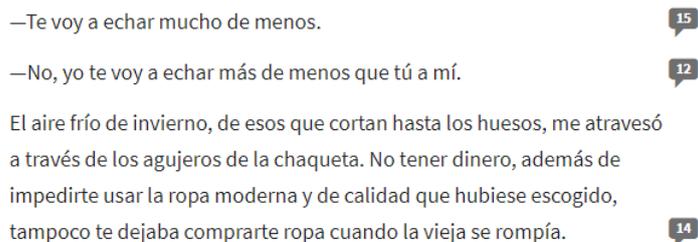
Las historias que aparecen en esta plataforma se presentan con una imagen, más conocida como la portada y una breve sinopsis de la historia, tal como se suelen presentar los libros en las librerías. Pero además, el lector puede ver el número de personas que han visto la historia, cuantas han señalado que les gusta y cuantas interacciones ha habido con este

título (Farias Coelho et al., 2018). Sin olvidar los rankings que se crean en función de los *hashtags* utilizados por los escritores para definir su historia.

Esta red social ofrece a los creadores una forma de poder dejar volar su imaginación sin censura, ya que la manera de publicar sus historias es fácil, rápida y sencilla (García Roca y De Amo Sánchez Fortún, 2019). Además, posibilita que reciban un *feedback* de sus lectores, ya no solo en los comentarios finales de cada capítulo, sino que se puede comentar cada frase de la historia, de esta forma, los lectores pueden dejar sus impresiones sobre cada prácticamente cualquier detalle de lo que leen. Esto hace que la experiencia de usuario, sea completamente diferente a la de un libro.

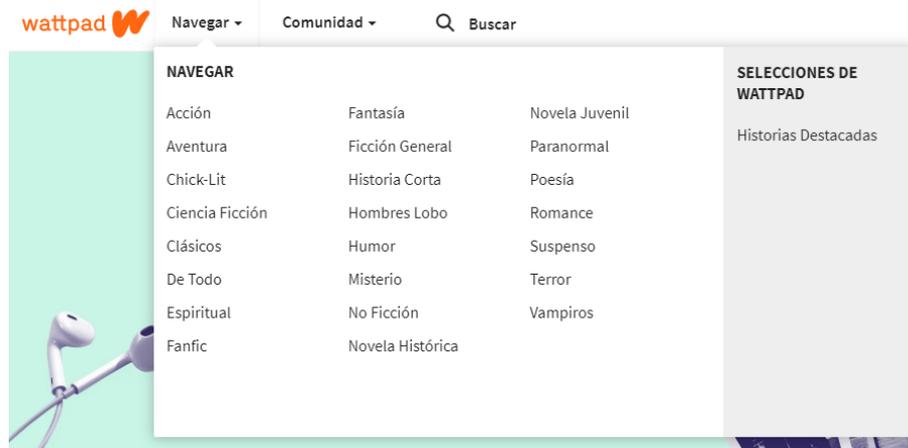
La plataforma posibilita interacciones de nivel C2C, ya que ambos tipos de usuarios (lectores y escritores) pueden interactuar entre sí y con el mismo tipo de usuario.

Ilustración 8.2. Comentarios de usuarios en cada párrafo de una historia.



Es importante destacar que las historias en la mayoría de los casos no se suben a la plataforma completas, sino que a medida que escriben los capítulos los escritores van subiendo estos poco a poco. Lo que hace que los lectores puedan participar en la historia dando ideas a sus creadores mediante los comentarios. La relación que hay entre un escritor y un lector es cada vez menos vertical, además esta plataforma promueve la creación de interrelaciones mediante los foros y comunidades (García Roca y De Amo Sánchez Fortún, 2019).

Otro de los aspectos a tener en cuenta, es la clasificación de las historias en función de la etiqueta o etiquetas con las que sus autores las hayan definido, también conocidas como *hashtags*. La plataforma ha escogido aquellas más relevantes y ha creado lo que se pueden denominar como los géneros literarios. Los más característicos que ofrece Wattpad a la hora de buscar una nueva historia se muestran en la imagen a continuación.

Ilustración 8.3. Etiquetas de Wattpad.

Fuente: Wattpad, (2020b)

Como se observa en la imagen algunos de los géneros son los mismos en los que se divide la novela, como se explicó en el capítulo cinco, sin embargo, otros no tienen nada que ver y se puede suponer que han nacido en función de que etiquetas usaban más a menudo los usuarios, ya que en la plataforma existen muchos *hashtags*, pero a la hora de navegar Wattpad enseña aquellos que son más requeridos por el público.

Otro de los apartados que contiene la plataforma y que es relevante, es el de comunidad. Dentro de este se encuentran los diferentes foros que ha creado Wattpad para que sus usuarios puedan interactuar entre sí y además puedan compartir el enlace de sus historias; también los premios *Watty*, que son una especie de concursos que se realizan cada año, a los que se puede presentar cualquier autor con su obra terminada. En este apartado, se muestran las obras ganadoras en función del género.

Ilustración 8.4. Pestaña de comunidad de Wattpad.

Fuente: Wattpad, (2020b)

8.3. MODELO DE NEGOCIO DE WATTPAD

En este apartado se procederá analizar el modelo de negocio de Wattpad según el modelo de negocio Canvas (Ferreira Herrera, 2015).

Este modelo consta de nueve bloques, que se van a desarrollar a continuación.

Socios clave: En este bloque se detallan los socios clave de Wattpad, aquellos de los que necesita para que su modelo de negocio funcione.

- **Inversores:** Aquellos que invierten en la empresa por medio de la adquisición de acciones.
- **Wattpad Stars:** Son el grupo de escritores que tienen relación con la empresa debido al éxito de alguno de sus libros, y que benefician a Wattpad.
- **Marcas/empresas:** Son empresas que mediante concursos promocionan alguno de sus productos. Es el caso de la empresa Netflix cuando promocionó la película *The Kissing Booth*.
- **Editoriales tradicionales:** Un conjunto de editoriales asociadas con Wattpad para poder encontrar el nuevo *bestseller* dentro de la plataforma.
- **Productoras de cine o televisión:** Conjunto de empresas asociadas con la plataforma para, de la misma manera que las editoriales, alcanzar el éxito, en este caso para la realización de una serie, programa o película.

Actividades Clave: Aquellas actividades que definen el éxito de Wattpad, las que cumplen con sus objetivos.

- **Desarrollo de la plataforma:** Para mejorar la experiencia de los usuarios.
- **Actividades de marketing:** Para construir una imagen de marca y darse a conocer.
- **Eventos y concursos:** Los eventos creados para escritores, para fomentar la relación entre ambos y formarlos. Los concursos para darles la oportunidad de mostrar su trabajo y triunfar.

Relación con los clientes: Hace referencia a de qué manera Wattpad mantiene esa relación con sus usuarios y de qué manera crea una comunidad.

- **A través de la plataforma:** Con la utilización de sus cuentas oficiales se comunican con los cientos de usuarios y les proporcionan la información que desean.

- En concursos y eventos: Crean estos específicamente como una ayuda a su comunidad de escritores y más concretamente en los eventos es donde más interacción hay entre Wattpad y estos.
- Redes sociales: Es el lugar escogido para interactuar con sus usuarios de manera más cercana que no sea mediante su aplicación.
- Centro de soporte: El lugar en el que contestan todo tipo de dudas acerca de la plataforma. Son los trabajadores de Wattpad quien personalmente se encargan de esto.

Propuesta de valor: Constituye lo que diferencia a Wattpad de otras redes sociales, aquel valor que aporta a sus usuarios.

- Para los escritores:
 - Un lugar en el que compartir su obra, de manera fácil, sencilla y accesible para todo el mundo.
 - Una comunidad dispuesta a leer la historia, comentarla mediante el *feedback*.
 - Herramientas y consejos para mejorar día a día como escritores.
 - La posibilidad de triunfar con su obra, ya sea por la publicación de esta como libro o la realización de una película, etc.
- Lectores:
 - Miles de historias gratuitas.
 - Una experiencia única de lectura, en la que no lees solo, sino acompañado del resto de la comunidad.

Recursos clave: Son aquellos medios que necesita la empresa para poder ofrecer su propuesta de valor. Es muy importante este punto ya que los recursos clave necesitarán de recursos financieros.

- La plataforma: Es el lugar en el cual se suben y se leen las historias, en definitiva, donde todo ocurre, por ello es importante contar con una plataforma adecuada y que guste al público.
- Los escritores: Son la base, sin ellos no existirían los millones de historias, son el principal recurso de la plataforma.

- Los lectores: Estos también son importantes, porque son quienes dan éxito a las historias que existen, sin ellos, los escritores no serían nada y por ende Wattpad tampoco, de nada sirve que haya historias si no se leen.

Canales: Lugares por los que se comunica la empresa.

- La propia plataforma: En ella comunican todo lo relacionado con la empresa y sus actividades. Sobre todo, por la página web.
- Las redes sociales: Difunden la información pertinente sobre su empresa.
- Determinados libros, películas, entre otros: Cuando una historia de Wattpad sale de la plataforma en forma de libro o película, suele aparecer el logo de la empresa en algún lado, o se menciona. Es una manera de comunicar que existe.

Segmentos de Mercado: Aquellos públicos objetivos a los que se dirige.

- Escritores: Son aquellas personas que escriben historias en su plataforma.
- Lectores: Aquellos que leen las historias de su plataforma.

Fuentes de ingresos: constituyen todo aquello de lo que obtienen beneficios.

- Anuncios de la plataforma: Algunas empresas se anuncian en Wattpad, sus anuncios suelen aparecer en forma de banner debajo de la sinopsis de las historias o al final de cada capítulo en formato video.
- Wattpad *Paid Stories*: Son historias de pago en la plataforma, el dinero que se consigue con estas, una parte va para los autores y otra para la empresa.
- Contratos con escritores para la reproducción de sus obras: En algunos casos, sobre todo en el de las estrellas de Wattpad, es la plataforma quien representa a los autores frente a editoriales o productoras, por lo que se beneficia de esto.
- Wattpad *Books*: Recientemente Wattpad cuenta con su propia editorial, de la cual obtiene beneficios.
- Wattpad *Studios*: Por medio de la asociación con diferentes empresas.
- Wattpad Premium: Una versión de Wattpad sin anuncios, con coste para los diferentes usuarios.

Estructura de costes: Todo lo que supone un gasto para la empresa.

- Actualización de la plataforma: La plataforma es la base central de su negocio, es por ello que Wattpad gasta mucho dinero en tecnología e innovación para mantener esta.
- La oficina: Actualmente en Canadá.
- Los trabajadores: Deben pagar sus sueldos.
- Concursos y eventos.
- Marketing y social media.

Figura 8.1. Modelo de negocio de Wattpad.



8.4. PROGRAMAS DE WATTPAD

En este apartado, se procederá a explicar en detalle los ocho programas que forman parte del modelo de negocio de la empresa Wattpad (Wattpad, s. f.-b).

8.4.1. *The Wattys Awards*

Los premios *Watty* son un concurso que se realiza anualmente. Los escritores presentan sus historias y estas se clasifican en función de los géneros que existen en esta plataforma, algunos de ellos son: romance, fantasía, ciencia ficción, entre otros.

Es importante señalar que estos premios se hacen en diferentes idiomas, por lo que los ganadores varían en función del idioma.

Los premios *Watty* son una manera de dar reconocimiento a escritores que han puesto mucho esfuerzo en su historia y que además tienen un grupo de fans siguiendo esta. La plataforma valora enormemente aquellas historias con más votos y mejor valoradas por los lectores, sin olvidar la calidad de la obra.

8.4.2. Wattpad Stars

Este programa reúne a aquellos escritores que se hicieron famosos en la plataforma a través de sus historias. Se crea con el objetivo de ayudar a los escritores a prosperar.

Lo que incluye el programa es:

- Una comunidad de compañeros estrellas, para poder compartir la experiencia.
- Reconocimiento por el trabajo del escritor tanto dentro como fuera de la plataforma.
- Desarrollo de las habilidades del escritor mediante recursos y herramientas facilitados por la plataforma.
- La oportunidad de formar parte de otros programas como son: el de historias pagadas, el de Wattpad *Books* o aquellos relacionados con marcas que se publicitan en Wattpad.

Para formar parte de este programa la plataforma pone una serie de requisitos entre los cuales están tener dos historias terminadas de 50.000 palabras cada una y en el último año haber comenzado una nueva, entre otros.

Actualmente el programa solo está para disponible para escritores de habla inglesa.

8.4.3. Wattpad Paid Stories

Es un programa que incluye ciertas historias por las que los lectores deben pagar si desean leerlas.

Desde el punto de vista de un lector, este debe comprar una serie de monedas para poder desbloquear las historias o un capítulo de estas. Las monedas se consiguen mediante el pago con su cuenta de *Apple* o *Google Pay*, aunque también se pueden obtener monedas a cambio de la visualización de anuncios.

Y desde punto de vista de un escritor, este debe ser invitado por Wattpad, es decir, las historias pagadas se consiguen por medio de que la plataforma te seleccione para ello, es un grupo selecto aquellos que lo consiguen. Lo que el equipo de esta plataforma valora

es: la forma en la que está contada la historia, la calidad de esta, la originalidad, la comunidad, entre otras.

8.4.4. Wattpad Books

En el año 2019 se funda Wattpad Books, una división de la empresa para aprovechar los millones de ideas globales de su comunidad y así poder publicar aquellas historias que causan sensación entre sus usuarios.

La empresa cuenta con una tecnología denominada *Story DNA Machine Learning* para rastrear dentro de su plataforma todas aquellas historias prometedoras, esta tecnología analiza: el número de lecturas, de votos, comentarios, interacciones con la historia, entre otros, de los usuarios. Después de esto un equipo de personas, analiza todas las historias seleccionadas y elige entre ellas las mejores para que sean publicadas.

En su página web ya se pueden adquirir los libros elegidos para publicar en el año 2019, se han clasificado estos en cuatro colecciones, las cuales coinciden con las cuatro estaciones del año.

8.4.5. Wattpad Studios

Es un programa en el cual Wattpad se dedica a investigar por toda su plataforma aquellas historias que pueden tener éxito, que poseen la suficiente calidad y resonancia entre la comunidad, como para ser el próximo *bestseller* o película más taquillera del momento.

La empresa está asociada con diferentes editoriales y productoras con las que trabaja para poder, por un lado, ofrecer una oportunidad única a los escritores más exitosos de su plataforma y por otro, conseguir que ya sea una editorial o una productora, lance el próximo éxito que repercutirá directamente en sus beneficios.

Algunas de las editoriales son: Simon & Schuster, Harper Collins, Macmillan, Hachette y su propia división, Wattpad Books.

Y entre las productoras se encuentran: La NBC, Paramount, Sony Pictures, el grupo Mediaset, entre otras.

8.4.6. WattCon

El *WattCon* es una convención que se realiza anualmente para los escritores de la plataforma, donde se celebran las relaciones que surgen entre la comunidad de *Wattpaders* y también la relación de estos con Wattpad.

En este evento las *Wattpad Stars* cuentan sus experiencias a los diferentes escritores y también acuden expertos en el sector editorial, para dar consejos, charlas, etc.

En el *WattCon* se ofrecen talleres sobre escritura para aprender a superar el bloqueo del escritor, o aprender técnicas de escritura para una posible publicación, tutorías y orientación.

También se facilita la posibilidad de asistir a este evento de manera virtual. Su objetivo es conectar a los miles de escritores entre sí. Uno de los puntos fuertes de esta plataforma es la comunidad.

8.4.7. Wattpad Picks

Es una selección de historias que realiza el equipo de Wattpad personalmente, es decir, no se eligen mediante algoritmos. Estas historias se pueden encontrar en la pestaña de navegar en la parte de selecciones de Wattpad, historias destacadas.

Solo permanecen en la lista durante un periodo de tiempo limitado, de esta manera, los usuarios pueden conocer nuevas historias cada cierto tiempo. Cualquier escritor que desee que su obra forme parte de la lista, deberá etiquetar esta con el *hashtag* #featured.

8.4.8. Wattpad Contests

Este programa consta de la realización periódica de concursos patrocinados por diferentes marcas o productoras para ofrecer a los escritores novatos de Wattpad la oportunidad de darse a conocer y mostrar su creatividad.

Estos concursos se suelen realizar en base a la promoción de algo concreto, como son el ejemplo de la película *Hasta Los Huesos* de Netflix o el libro del cantante Zayn Malik, entre otros. Los escritores tienen un periodo de tiempo concreto en el que realizan un relato en base a las normas dictadas por Wattpad con la temática elegida.

Todo concurso tiene su ganador, el cual obtiene diferentes premios, además del de darse a conocer. Por el momento, los concursos solo están disponibles para personas la comunidad angloparlante.

8.5.CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y ECOSISTEMA MICRO

Uno de los aspectos que más han cambiado a lo largo de los años en el sector del libro es el canal de distribución. Debido al límite de páginas y tiempo, se va analizar este centrándose sobre todo en la plataforma Wattpad.

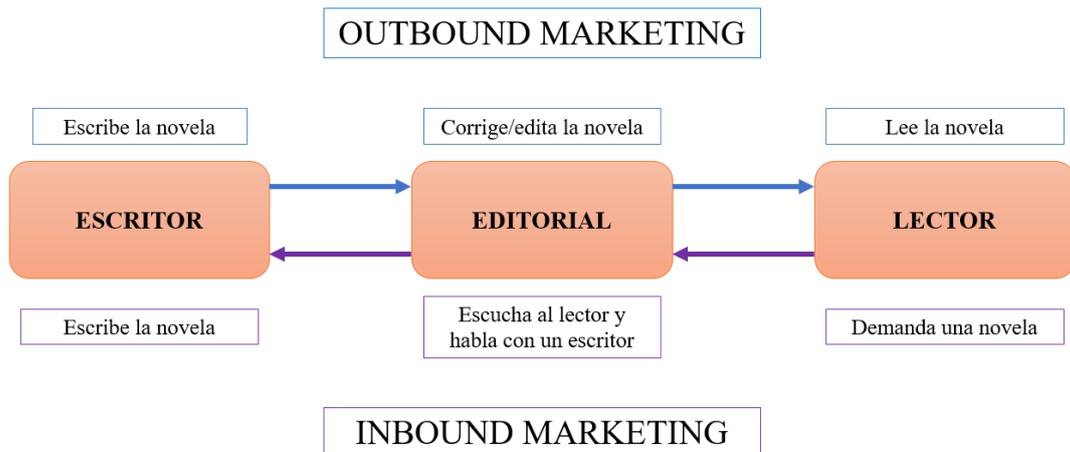
El canal de una editorial tradicional consta principalmente de tres actores: el escritor, la editorial y el consumidor final. Por supuesto hay muchos más, que ya se detallaron en el capítulo de los agentes del sector editorial, pero estos tres actores son los conocedores de la historia, porque la han creado, mejorado o leído.

El canal de distribución se puede descubrir desde dos puntos de vista, por un lado atendiendo al *outbound* marketing o marketing tradicional que “es el conjunto de acciones encaminadas a vender productos o servicios a los usuarios en un único sentido, esto es, que la comunicación se realiza siempre de la empresa al usuario y no viceversa” (40 de Fiebre, 2020a). O atendiendo al *inbound* marketing que “consiste en hacer que sea el usuario el que te encuentre a ti en lugar de ir a buscarle” (40 de Fiebre, 2020b).

Desde el punto de vista del *outbound* marketing y canal tradicional, un escritor contacta a la editorial, esta edita y corrige, entre otras funciones, su libro y luego lo vende al consumidor. Siendo la editorial quien realiza acciones de promoción con el fin de que el consumidor compre dicho libro.

Sin embargo, desde el punto de vista del *inbound* marketing, un canal bastante distinto al tradicional, hay ocasiones en las que son los lectores quienes demandan un determinado libro, es el caso de los seguidores de un *influencer* o de un autor ya conocido. En este caso, la editorial es quien decide contactar con el *influencer* o con un autor que ya está en su lista y le propone escribir un libro, atendiendo a los deseos del consumidor.

Figura 8.2. Proceso de distribución de una editorial tradicional.

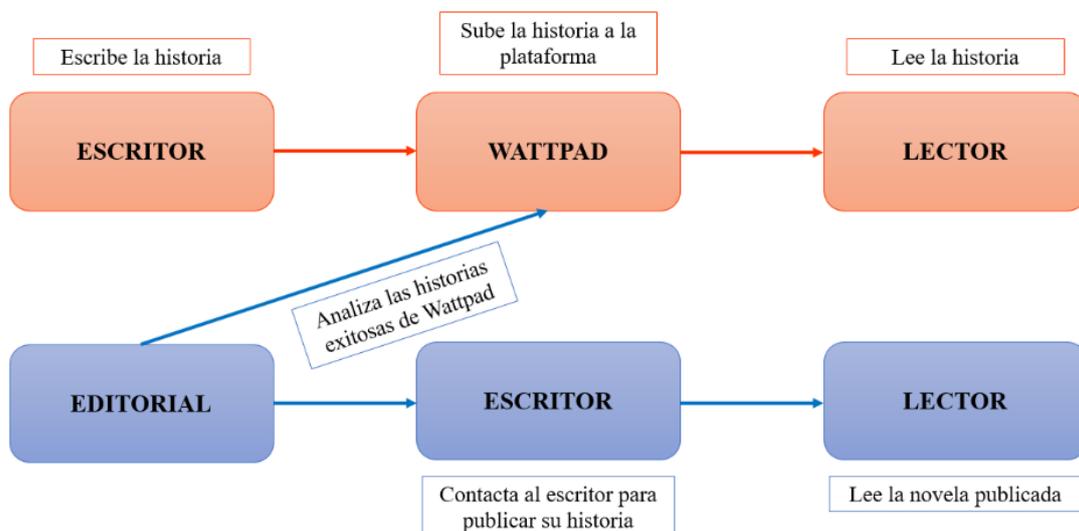


No se debe olvidar que una editorial sigue siendo un negocio y, por ello, su principal actividad es lucrarse. Publicando libros de personas famosas o de autores que ya son famosos que cuentan con un número de seguidores considerable, conseguirán mayores beneficios que publicando a un escritor no tan conocido.

Es importante tener en cuenta este canal y el tipo de marketing que realiza la editorial para comprender el de la red social Wattpad.

En Wattpad el canal de distribución se compone de un escritor que sube sus historias a Wattpad, la plataforma en sí y un lector que lee estas. Pero la plataforma solo actúa como un lugar en el que se almacenan las historias, no corrige ni edita estas, como es el caso de la editorial.

Figura 8.3. Proceso de distribución de Wattpad.



A día de hoy Wattpad es un referente para muchas empresas que satisfacen la necesidad del entretenimiento, como ya se ha comentado son muchas las que confían en encontrar en Wattpad la próxima pepita de oro. Es por ello, que muchas editoriales rastrean y buscan historias dentro de la plataforma para poder publicar el próximo *bestseller*.

De esta manera, el canal de distribución cambia, siendo la editorial quien en algunos casos busca en Wattpad una historia con gancho, habla al escritor de esta historia y publica el libro, dando a los lectores algo “nuevo” que leer.

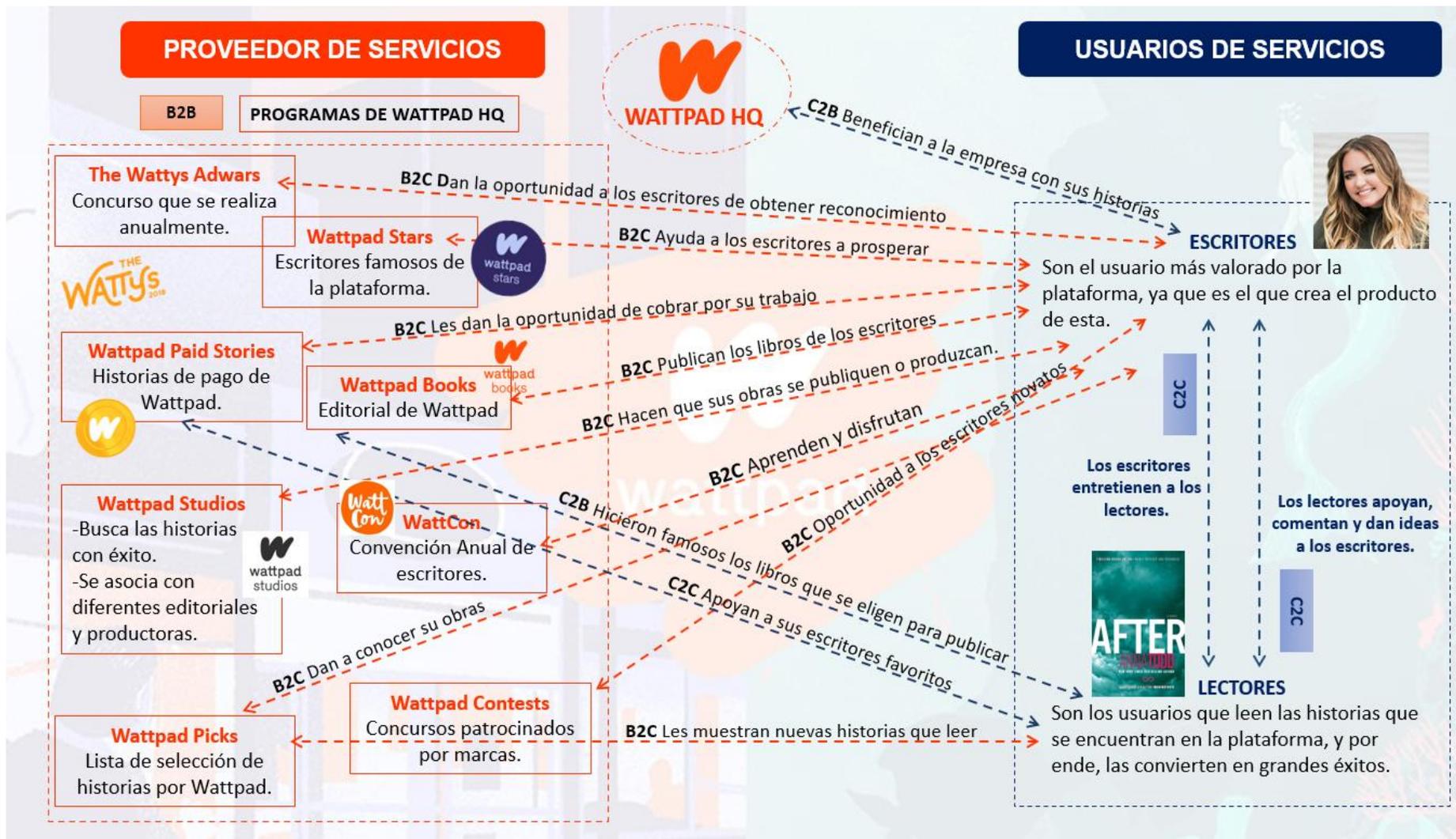
Se podría deducir incluso, que Wattpad no representa un peligro para las editoriales, ya que estas llegan beneficiarse de la plataforma como se comentará más adelante.

Centrando el foco aún más dentro de esta red social, se ha querido detallar como se relaciona la empresa con sus usuarios. Analizando las relaciones que se producen a nivel micro entre los diferentes agentes.

La empresa Wattpad HQ está dividida en ocho programas, los cuales ya se definieron anteriormente, estos programas se relacionan entre sí, es decir, su relación es B2B (*Business to Business*) ya que todo ellos pertenecen a la misma empresa. De la misma forma, cada programa se relaciona con los escritores por lo que las relaciones son B2C (*Business to Consumer*) y en algunos casos con los lectores.

También se observan relaciones a nivel C2C (*Consumer to Consumer*) entre los escritores y los lectores y relaciones C2B (*Consumer to Business*) entre los escritores y lectores con Wattpad HQ.

Figura 8.4. Entorno micro de la empresa Wattpad.



9. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

9.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo fin de grado se divide en dos partes. En la primera se ha establecido un marco teórico acerca del sector del libro y su evolución, explicando el caso concreto de la aplicación Wattpad. Y en la segunda se va a proceder a realizar una investigación empírica con referencia a la plataforma Wattpad.

9.1.1. Objetivo principal

Segmentar el mercado de la red social Wattpad, teniendo en cuenta que desde un principio este se encuentra dividido ya en dos segmentos, los lectores y los escritores. Lo que se pretende es, con base en la experiencia de usuario de ambos segmentos, diferenciar si existen distintos segmentos dentro de los perfiles de escritores y lectores.

9.1.2. Objetivos secundarios

- Analizar como conocieron los usuarios la plataforma, para saber si esta realiza algún tipo de publicidad.
- Estudiar cual es el nivel de satisfacción que los escritores y lectores obtienen utilizando Wattpad.
- Determinar cuáles son las principales motivaciones por las que los usuarios utilizan la aplicación.
- Saber en qué se fijan los lectores a la hora de escoger una nueva historia para leer en la plataforma.
- Profundizar en la percepción de los lectores respecto a la calidad literaria de Wattpad, debido a que las historias que allí se alojan no pasan ningún filtro.
- Realizar una comparación entre la empresa editorial y la plataforma Wattpad con base en la opinión de ambos usuarios.

9.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

9.2.1. Fuentes utilizadas para las variables de experiencia de usuario.

En función de los objetivos anteriormente mencionados se ha diseñado un cuestionario específico para obtener aquello que se desea. Para justificar las variables utilizadas que miden la experiencia de usuario se ha partido de las investigaciones realizadas por Córdoba Cely (2013) y Patón Rodríguez y Gómez-Díaz (2016).

En la investigación realizada por Noelia Patón Rodríguez y Raquel Gómez Díaz, se detallan variables que miden la experiencia de usuario en aplicaciones de lectura, de las cuales algunas se han utilizado y adaptado para medir lo mismo conforme a la red social Wattpad.

En la investigación de Carlos Córdoba Cely se valoran tres conceptos para medir la experiencia de usuario desde el punto de vista del marketing:

1. Experiencia estética: orientada a medir el deleite con el producto por medio de la estética clásica o expresiva.
2. Experiencia significativa: dedicada a medir la calidad y la calidad de la usabilidad y sus motivaciones utilitarias.
3. Experiencia afectiva: orientada a fomentar varios tipos de emociones. La belleza, satisfacción y disfrute.

Se han dividido todas las variables con referencia a estos tres conceptos, como se pueden ver en el anexo I.

9.2.2. Diseño muestral

En función de la metodología descrita, se ha diseñado un cuestionario con el programa *Google Forms* y se ha difundido este por diferentes redes sociales.

Cuadro 9.1. Ficha técnica del cuestionario.

| ¿QUÉ EXPERIENCIA VIVES EN WATTPAD? | |
|---|--|
| Población | Mujeres y hombres, usuarios de la plataforma Wattpad (entre 14 a 25 años) |
| Tipo de encuesta | Online. |
| Número de encuestas | 364 válidas. <ul style="list-style-type: none"> • 211 escritores. • 346 lectores. |
| Sistema de muestreo | Muestreo no probabilístico por juicio o criterio a través de Wattpad, Instagram, Twitter, Facebook, WhatsApp, Telegram y LinkedIn. |
| Ámbito geográfico | España y Latinoamérica (usuarios de habla hispana). |
| Periodo de tiempo | 29 de mayo 2020 - 5 de junio 2020 |

9.2.3. Cuestionario

Se ha realizado un cuestionario online que incluye un total de 24 preguntas divididas en cuatro secciones. En el cuestionario se ha dividido a los encuestados en tres tipos de usuario: lectores, escritores y ambos, para posteriormente crear dos bases de datos, una de lectores y una de escritores, incluyendo a aquellas personas que son ambos en ambas bases de datos. Es por ello que, aunque haya 364 individuos, 211 son escritores y 346 lectores, porque hay individuos que aparecen en ambas bases de datos, al ser ambos.

La primera sección contiene preguntas generales para todos los usuarios, esta sección consta de cuatro preguntas. La segunda sección está dedicada a los escritores y a aquellos que son ambos, consta de ocho preguntas. La tercera sección dedicada a los lectores y los que son ambos, consta de ocho preguntas. Y, la última sección dedicada a los datos sociodemográficos de la muestra, consta de cuatro preguntas (ver anexo II).

Se ha llevado a cabo un muestreo no probabilístico por juicio o criterio:

- A través de Wattpad, con el envío masivo mediante mensaje privado a embajadores y usuarios de la plataforma.
- A través de Instagram, por un lado, con un *storie* en el que se indicaba la finalidad de la encuesta y se pedía que si era usuario de la plataforma se rellenara. El link se dejó en la biografía de mi perfil. Y, por otro lado, mediante el envío por mensaje privado a cuentas dedicadas a la plataforma o a personas influyentes de esta.

- A través de Twitter por medio de una publicación con el *hashtag* #Wattpad.
- A través de Facebook se publicó en grupos de la red social Wattpad un comunicado pidiendo la participación de los miembros en la encuesta.
- A través de LinkedIn, mediante una publicación.
- A través de WhatsApp y Telegram, en grupos específicos de usuarios de la plataforma.

10. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

10.1. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la investigación planteada se han realizado una serie de análisis estadísticos con ayuda de los programas SPSS y R Studio.

Cuadro 10.1. Análisis realizados.

| OBJETIVO | VARIABLES | ANÁLISIS |
|--|--|--|
| Calcular la puntuación que los usuarios dan a la plataforma. | Variable que recoge la satisfacción conforme a Wattpad. | Media y coeficiente de variación de Pearson. |
| Contrastar la fiabilidad de las variables. | Variables específicas de la experiencia de usuario. | Alfa de Cronbach. |
| Comprobar la normalidad de las variables. | | Test de Kolmogórov-Smirnov. |
| Reducir el número de variables. | | Análisis Factorial de Componentes Principales. |
| Segmentar el mercado de los escritores y lectores. | Factores obtenidos a partir de las variables de experiencia de usuario. | Análisis <i>Cluster</i> . |
| Comprobar que la clasificación realizada por los Análisis Grupos era correcta. | | Análisis de Regresión Logística. |
| Describir los segmentos obtenidos. | Variables iniciales y variable de clasificación de los grupos. | Tabulación Cruzada. |
| Analizar las diferencias entre leer un libro de una editorial o de Wattpad. | Variable que recoge las opiniones de los lectores sobre las diferencias. | Análisis Textual (paquete Xplortext en R). |

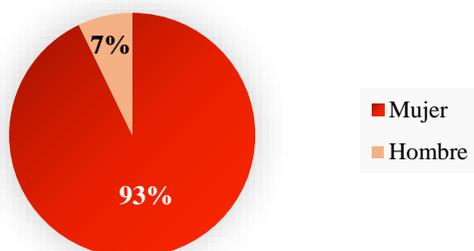
10.2. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LA MUESTRA

El perfil sociodemográfico permite, por un lado, conocer cómo es la muestra que ha contestado el cuestionario y, por otro, determinar cuál es el perfil de los usuarios de Wattpad.

En este caso, se observa que la mayoría son mujeres, concretamente un 93%, en contraposición a los hombres que solo son un 7%.

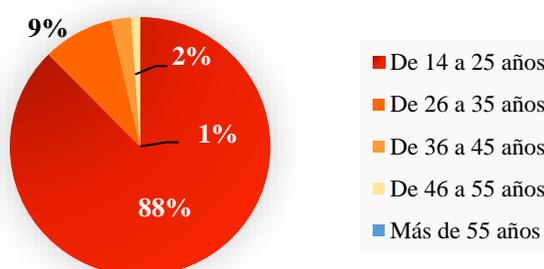
Conforme a estos resultados se puede deducir que, en la plataforma, la mayoría de usuarios son mujeres, lo mismo que ocurría con el perfil de las personas que más leen en el sector del libro, también eran mujeres.

Gráfico 10.1. Sexo de los encuestados y usuarios de Wattpad.

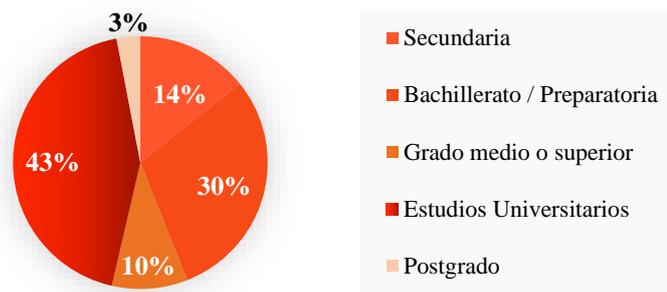


Con referencia a la edad, se observa que el 88% de las personas tienen entre 14 y 25 años, seguidas del 9% que poseen entre 26 y 35 años. El resto de rangos de edad no son representativos, lo que quiere decir que efectivamente los usuarios de Wattpad en su mayoría son pertenecientes a la Generación Z y *Millennial*.

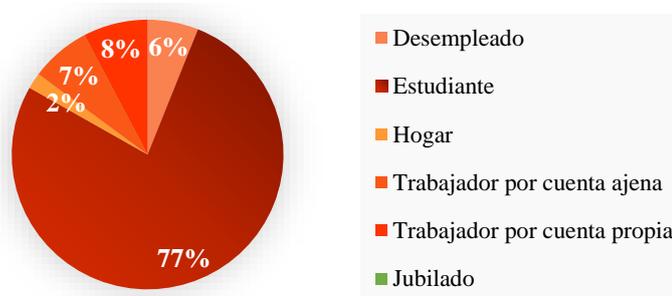
Gráfico 10.2. Edad de los encuestados y usuarios de Wattpad.



El nivel de estudios de los encuestados, es universitario con un 43%, seguido de aquellos que poseen bachillerato o la preparatoria en el caso de Latinoamérica con un 30%, aquellos que poseen o están en secundaria con un 14%, aquellos de grado medio o superior con un 10% y los que poseen postgrado con un 3%.

Gráfico 10.3. Nivel de estudios de los encuestados y usuarios de Wattpad.

La situación laboral del 77% de los encuestados y usuarios de Wattpad es de estudiante, seguida del 8% que trabaja por cuenta propia, el 7% por cuenta ajena, el 6% desempleado y 2% en el hogar.

Gráfico 10.4. Situación laboral de los encuestados y usuarios de Wattpad.

10.3. VALORACIÓN DE WATTPAD Y OTRAS CUESTIONES

Al inicio del cuestionario se les ha pedido a los usuarios que calificaran la aplicación Wattpad con una valoración del uno al diez con el fin de medir la satisfacción que esta ha generado a cada individuo.

A través del programa SPSS se ha calculado la media de las puntuaciones obtenidas, esta ha sido 8,24, una puntuación muy alta. Además, para saber si la media era representativa, se ha calculado el coeficiente de variación de Pearson, el cual se obtiene dividiendo la desviación típica entre la media, el valor obtenido ha sido de 0,18 (ver anexo III), un valor inferior a 0,5, por lo que se puede asumir que la media es representativa.

También se les pidió que indicasen cómo conocieron Wattpad y si habían visto anuncios de la plataforma en algún lugar.

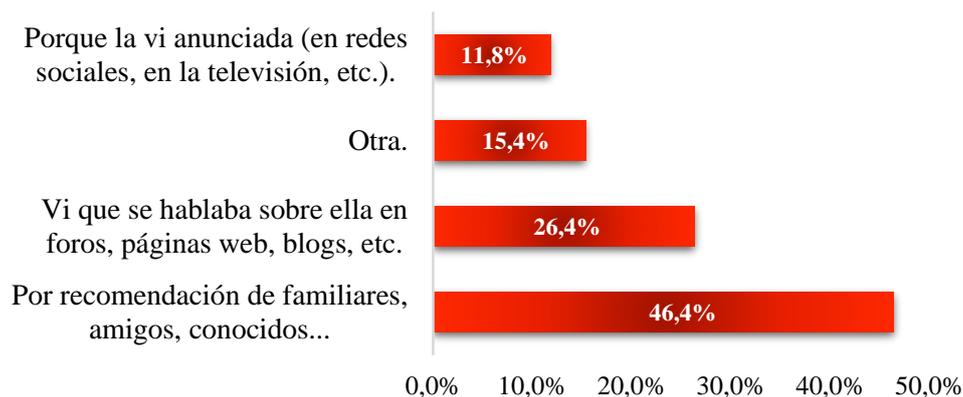
El 46,4% de los usuarios conocieron la plataforma por recomendación de familiares, amigos o conocidos, seguidos del 26,4% que vieron esta mencionada en foros, páginas

web o blogs. Este punto es importante aclararlo, hay toda una comunidad de personas dedicada a escribir en internet, ya sea en páginas, blogs, incluso en las redes sociales, como es el caso de Facebook, con esta opción se pretendía saber si la aplicación también se menciona en estos lugares por iniciativa de los usuarios y no porque Wattpad se anunciase.

El 15,4% de los usuarios tienen otras razones distintas a estas (las cuales se pueden leer en el anexo III), haciendo un resumen, la mayoría encontraron la plataforma buscando un lugar en el que compartir sus escritos o en el que leer nuevas historias, muchos lectores mencionan el *fanfiction* y otros han comentado que encontraron Wattpad debido a que buscaban un libro en concreto o porque autores que seguían comenzaron a publicar aquí.

Por último, el 11,8% de las personas conoce la plataforma a través de los anuncios que esta ha realizado en diferentes medios.

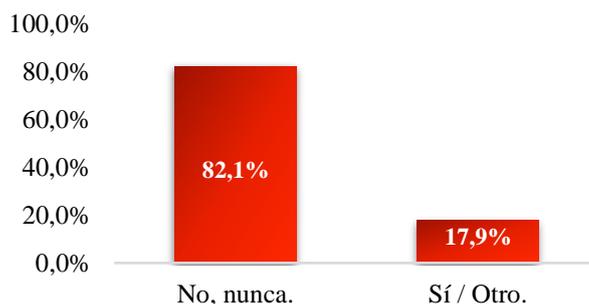
Gráfico 10.5. Como conocieron los usuarios la plataforma Wattpad.



En la siguiente pregunta se intentó profundizar más para saber cuántas personas habían visto alguna vez anunciada la plataforma en cualquier medio de comunicación.

El 82,1% de los encuestados nunca ha visto Wattpad anunciada. Por lo que se puede deducir junto con la pregunta anterior que la mayoría de las personas conocen Wattpad debido al boca a boca.

Sin embargo, el 17,9% si la ha visto anunciada. Los lugares más repetidos (ver anexo III) han sido las redes sociales; Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, Tik Tok. Destacando entre todas Facebook.

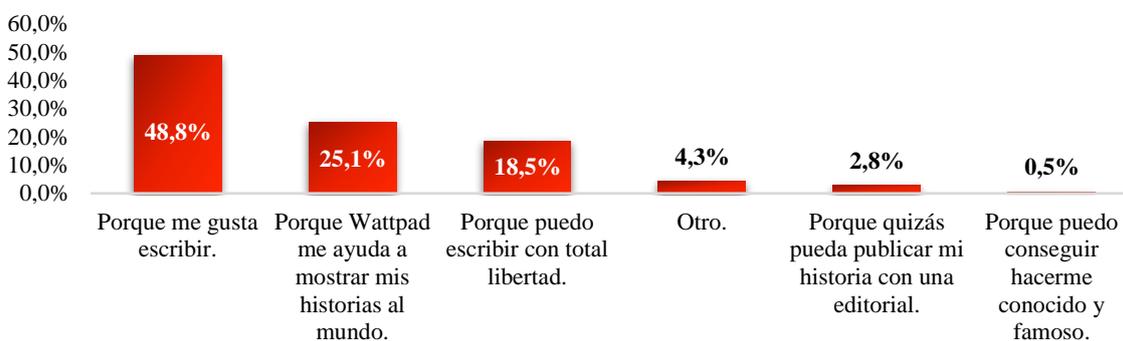
Gráfico 10.6. Porcentaje de usuarios que ha visto anunciada Wattpad.

Algunas personas también han mencionado medios tradicionales como son los periódicos, la radio o la televisión. Y por último ha habido dos respuestas a destacar que mencionan que conocieron la plataforma por la película *After*, y por algunas editoriales. De esto se deduce que todas las historias que salen de Wattpad, ya sea en forma de libro, película, serie, etc. contribuyen a el conocimiento de esta aplicación.

10.4. MOTIVACIONES DE LOS USUARIOS

10.4.1. Motivaciones de los escritores

Para los escritores la principal motivación para estar en Wattpad es porque les gusta escribir con un 48,8%, seguida del afán por poder mostrar sus historias al mundo con un 25,1%, poder escribir con total libertad con un 18,5% y 2,8% poder publicar con una editorial. Es importante señalar que solo una persona escogió el poder hacerse famoso, lo que quiere decir, que nadie entra en la plataforma por ello.

Gráfico 10.7. Motivaciones de los escritores.

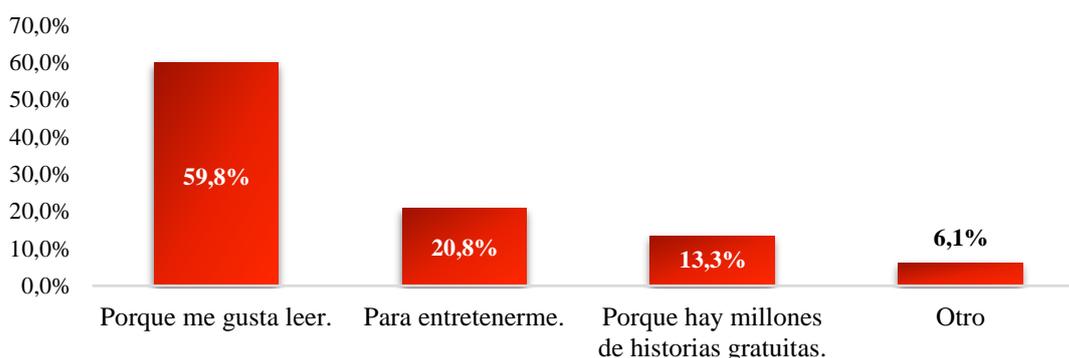
La respuesta otros, ha recogido una serie de respuestas que se pueden leer en el anexo IX, pero, en definitiva, la mayoría de personas que respondieron hacen referencia a que su motivación principal es la comunidad que existe en Wattpad y la libertad que allí tienen para escribir, cuando quieran y sobre lo que quieran.

En conclusión, los escritores poseen Wattpad porque les gusta escribir, por la comunidad de personas que existe y la libertad de expresión.

10.4.2. Motivaciones de los lectores

La principal motivación por la que están el 59,8 % de los lectores en la plataforma es porque les gusta leer, seguidos del 20,8% que están por entretenimiento, el 13,3% por las historias gratuitas y el 6% por otros motivos.

Gráfico 10.8. Motivaciones de los lectores.



Las respuestas del apartado otros pueden verse en el anexo IX, pero haciendo un resumen de estas, muchos lectores se encuentran en la plataforma por los *fanfiction* que hay, además de gracias a ciertos autores de internet a los que siguen. También mencionan algunas de las respuestas del gráfico anterior.

De esto se concluye que los lectores principalmente están en la plataforma porque les gusta leer y porque en muchas ocasiones encuentran historias que se adecuan a sus gustos, siendo estas totalmente gratuitas.

10.5. ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE LAS VARIABLES

El análisis de fiabilidad es un instrumento de medida que permite saber la estabilidad de los resultados de las variables, es decir, si las variables utilizadas son estables al medir el mismo fenómeno.

En este caso se utilizará el Alfa de Cronbach y se aplicará a las 28 variables escogidas, las cuales miden la experiencia de usuario de Wattpad.

Este coeficiente es significativo a partir del valor 0,60, pero se suelen aceptar a partir del 0,70, siendo bueno si es de 0,80 y muy alto a partir del 0,90.

Las 28 variables escogidas se dividen en dos grupos, 12 de ellas miden la experiencia de usuario de los escritores y 16 de ellas la experiencia de usuario de los lectores, es por ello que se ha decidido realizar dos Alfas, uno para las variables de escritores y otro para las de lectores.

En la tabla 10.1. se muestra el alfa para las variables de escritores, el cual es 0,835, un valor que se puede considerar alto, por lo que los resultados de las variables son estables.

Tabla 10.1. Alfa de Cronbach para las variables de escritores.

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
|------------------|---|----------------|
| 0,835 | 0,843 | 12 |

En el caso de las variables de lectores, el valor obtenido es de 0,845, también alto, por lo que las variables de los lectores también tienen fiabilidad para poder realizar los futuros análisis.

Tabla 10.2. Alfa de Cronbach para las variables de lectores.

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
|------------------|---|----------------|
| 0,845 | 0,858 | 16 |

10.6. ANÁLISIS FACTORIAL DE COMPONENTES PRINCIPALES

Antes de comenzar con el Análisis Factorial de Componentes Principales, primero se realiza la prueba de normalidad con el test de Kolmogórov-Smirnov. En este caso se rechaza la hipótesis nula de normalidad para todas las variables, ya sean de escritor o lector. Esto no supone un problema ya que el análisis factorial es de tipo exploratorio, es decir, descriptivo (ver anexo V).

A continuación, se procede a realizar dos Análisis Factoriales de Componentes Principales, uno para aquellas variables relacionadas con la experiencia de usuario de los escritores y otro para la de los lectores.

El objetivo de estos análisis es la reducción de variables en factores, para que su tratamiento sea más sencillo. Esta técnica, busca obtener una estructura subyacente

formada por todas las relaciones entre las variables originales, sin que se produzca una pérdida de información.

Ambos análisis son de tipo exploratorio, ya que *a priori* no se conoce el número de factores, es decir, son los propios análisis los que van a determinar estos. Además, para facilitar la denominación de cada factor se aplicará el método de rotación *Varimax*, que busca la minimización del número de variables que tienen saturación alta en cada factor. Para ello maximiza la varianza en cada factor.

Pero antes se revisa el contraste de esfericidad de Bartlett y el contraste de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin).

El contraste de esfericidad de Bartlett mide si existe o no relación significativa entre las variables que se estudian desde la multidimensionalidad. En este caso, como se observa en la Tabla 10.3. el valor p es igual a cero, lo que significa que hay correlación entre las diferentes variables, es decir, que tienen factores comunes.

El contraste de KMO mide la relación entre las variables utilizadas, pero no si el modelo es adecuado. Cuanto más cerca esté el valor a 1 más relación habrá entre los diferentes ítems. En este caso de en tabla 10.3. se observa que el KMO obtenido es 0,877 lo que quiere decir que el contraste es meritorio, es decir, bueno.

Tabla 10.3. Contrastes KMO y Bartlett de los escritores.

| | | |
|---|---------------------|---------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | 0,877 | |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado | 915,140 |
| | gl | 66 |
| | Sig. | 0,000 |

En la tabla 10.4. se muestran los resultados obtenidos para las variables de los lectores, el valor p del contraste de Bartlett es igual a cero, por lo que se rechaza la hipótesis nula de que las variables no están relacionadas, lo que quiere decir, que tienen factores comunes.

Y el KMO es de 0,860, lo que indica que la relación entre las diferentes variables es alta, lo que justifica que se pueda realizar este análisis.

Tabla 10.4. Contrastes KMO y Bartlett de los lectores.

| | | |
|---|---------------------|----------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | 0,860 | |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado | 2205,166 |
| | gl | 120 |
| | Sig. | 0,000 |

10.6.1. Análisis Factorial de Componentes Principales de los escritores

En la siguiente tabla se observa que el porcentaje de varianza que explica los dos factores obtenidos para las variables en cuestión es de 54,174%.

Tabla 10.5. Varianza total explicada de las variables de los escritores.

| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de cargas al cuadrado de la extracción | | | Sumas de cargas al cuadrado de la rotación | | |
|------------|-----------------------|---------------|-------------|--|---------------|-------------|--|---------------|-------------|
| | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado |
| 1 | 4,697 | 39,142 | 39,142 | 4,697 | 39,142 | 39,142 | 4,258 | 35,484 | 35,484 |
| 2 | 1,804 | 15,032 | 54,174 | 1,804 | 15,032 | 54,174 | 2,243 | 18,690 | 54,174 |

En este caso, el análisis establece dos factores que son aquellos que mayoritariamente explican las variables. Si se decidiera escoger más factores el porcentaje de varianza aumentaría, pero no se ha creído necesario.

Una vez obtenidos los factores, se procede a analizar cuáles son las variables que más influyen en cada uno de estos para poder nombrarlos. Para ello se utilizará la matriz de componentes rotados, la cual proporciona como de alta es la relación entre cada factor y cada variable, a raíz de esta se obtendrán las contribuciones relativas (que explican el % de variable que está explicado por cada factor) y las contribuciones absolutas (que explican el % de cada factor que explica cada variable).

Una vez calculadas estas y analizadas (ver anexo VI) se procede a mostrar qué variables son definidas por qué factor y el nombre que se les da a los factores.

Cuadro 10.2. Clasificación de los factores de los escritores.

| FACTOR | VARIABLES | NOMBRE DEL FACTOR |
|--------|--|---|
| 1 | El apoyo, ánimo e ideas que dan los lectores en Wattpad. (EA) | Aspectos positivos de escribir en Wattpad. |
| | La sencillez del funcionamiento de Wattpad, la facilidad para publicar tu historia. (ES) | |
| | Los concursos que se realizan en la plataforma, porque dan visibilidad. (EA) | |
| | La experiencia, porque es diferente a escribir en privado. (EA) | |
| | La comunidad. (EA) | |
| | Centro de ayuda de Wattpad (Escritor). (ES) | |
| | El ranking en el que se sitúa la historia. (ES) | |
| 2 | No poder modificar los capítulos ya escritos, porque confundiría a los lectores. (EA) | Aspectos negativos de escribir en Wattpad. |
| | El Spam que realiza la gente sobre sus historias en los comentarios de la suya propia o en su perfil. (EA) | |
| | La presión constante por subir nuevos capítulos. (EA) | |
| | Los comentarios destructivos de algunos usuarios. (EA) | |
| | El plagio. (EA) | |

10.6.2. Análisis Factorial de Componentes Principales de los lectores

En la tabla 10.6. se muestra el porcentaje de la varianza que explican los cinco factores seleccionados para explicar las variables de los lectores. Este asciende a 68,142%.

Tabla 10.6. Varianza total explicada de las variables de los lectores.

| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de cargas al cuadrado de la extracción | | | Sumas de cargas al cuadrado de la rotación | | |
|------------|-----------------------|---------------|-------------|--|---------------|-------------|--|---------------|-------------|
| | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado |
| 1 | 5,629 | 35,182 | 35,182 | 5,629 | 35,182 | 35,182 | 3,702 | 23,135 | 23,135 |
| 2 | 1,873 | 11,707 | 46,890 | 1,873 | 11,707 | 46,890 | 2,313 | 14,454 | 37,589 |
| 3 | 1,218 | 7,616 | 54,505 | 1,218 | 7,616 | 54,505 | 1,993 | 12,455 | 50,044 |
| 4 | 1,162 | 7,263 | 61,769 | 1,162 | 7,263 | 61,769 | 1,676 | 10,476 | 60,521 |
| 5 | 1,020 | 6,374 | 68,142 | 1,020 | 6,374 | 68,142 | 1,219 | 7,622 | 68,142 |

El análisis permite reducir las 16 variables en cinco factores. De la misma forma que se hizo con los factores de las variables de escritores, se procede mediante las contribuciones relativas y absolutas (ver anexo VI) a dar nombre a los factores.

Cuadro 10.3. Clasificación de los factores de los lectores.

| FACTOR | VARIABLES | NOMBRE DEL FACTOR |
|--------|--|--|
| 1 | Las configuraciones que existen para leer la historia como son: el color de fondo, tipo de letra, paginado o deslizando, etc. (EE) | Facilidades para el lector. |
| | La experiencia de leer en la plataforma, que es diferente de leer un libro en físico, publicado por una editorial. (EA) | |
| | Centro de ayuda de Wattpad (Lector). (ES) | |
| | Que pueda leer una historia sin conexión a Internet. (ES) | |
| | Compartir una cita de la historia que está leyendo en formato imagen. (EA) | |
| | La facilidad para encontrar historias que se adecuen a sus gustos. (ES) | |
| | Que la aplicación sea intuitiva y sencilla. (ES) | |
| 2 | Que una historia esté escrita sin faltas de ortografía. (EA) | Calidad literaria. |
| | Que una historia esté escrita con buena narrativa. (EA) | |
| 3 | Los anuncios que aparecen al final de cada capítulo en Wattpad. (ES) | Fuentes de ingresos de Wattpad. |
| | El resto de anuncios que hay en la plataforma. (ES) | |
| | Que algunas historias son de pago. (EA) | |
| 4 | Poder dejar comentarios e interactuar con otros lectores mientras lee una historia. (EA) | Feedback. |
| | Poder interactuar con el autor y decirle que le gustaría que pasara con la novela. (EA) | |
| 5 | El spam que hacen los escritores de sus historias en mi perfil o en los comentarios de otras historias. (EA) | Molestias para el lector. |
| | El dispositivo a través del que lee, porque puede llegar a dañar la vista. (EE) | |

10.7. ANÁLISIS *CLUSTER*: TIPOS DE USUARIOS EN WATTPAD

Es importante señalar que en la plataforma Wattpad, ya existen dos grupos muy definidos, los lectores y escritores. Pero se ha creído interesante realizar un análisis *cluster* en cada uno de estos, para ver los tipos de lectores y los tipos de escritores que se encuentran en la red social conforme a su experiencia como usuario.

Primero se realizará el análisis para los escritores y posteriormente para los lectores. Como información se utilizarán los factores obtenidos anteriormente para cada caso. Y como medida de similitud, la distancia euclídea, de forma que cuanto más lejos esté un *cluster* de otro la distancia será mayor y cuanto más cerca, menor.

En ambos análisis se utilizará el *cluster* no jerárquico, con el método K-medias. Este tipo de *cluster* precisa que se establezcan *a priori* el número de grupos. Se ha decidido establecer dos grupos para el caso de los escritores y cuatro para el caso de los lectores conforme a los resultados obtenidos en los análisis *cluster* que se verán a continuación.

10.7.1. Análisis *Cluster* para los escritores

En la tabla 10.7. se muestran las distancias que existen entre los dos grupos seccionados para los escritores, demostrando, como entre sí son homogéneos, ya que la distancia es cero, pero entre ellos heterogéneos.

Tabla 10.7. Distancia entre los centros de los grupos finales de los escritores.

| Cluster | 1 | 2 |
|---------|-------|-------|
| 1 | | 1,683 |
| 2 | 1,683 | |

En la tabla 10. 8. se recogen los resultados del ANOVA, esta tabla muestra que el valor p es menor que alfa (0,05) lo que quiere decir que se rechaza la hipótesis nula de que las medias de todas las variables sean iguales en los dos grupos, lo que implica que los grupos son diferenciados.

Tabla 10.8. ANOVA de los escritores.

| | Cluster | | Error | | F | Sig. |
|------------------------------------|------------------|----|------------------|-----|---------|-------|
| | Media cuadrática | gl | Media cuadrática | gl | | |
| REGR factor score 1 for analysis 1 | 4,413 | 1 | 0,984 | 209 | 4,486 | 0,035 |
| REGR factor score 2 for analysis 1 | 139,972 | 1 | 0,335 | 209 | 417,747 | 0,000 |

A continuación, se muestran el número de individuos clasificados en cada uno de los grupos. El primer *cluster* contiene 86 individuos y el segundo 125 del total de 211 escritores.

Tabla 10.9. Número de individuos por cluster de los escritores.

| | | |
|----------|---|-----|
| Clúster | 1 | 86 |
| | 2 | 125 |
| Válidos | | 211 |
| Perdidos | | 0 |

10.7.2. Análisis *Cluster* para los lectores

En la siguiente tabla se muestran las distancias que existen entre los centros de los grupos finales de los lectores. Como se comentó en el apartado anterior a más distancia más heterogéneos serán los grupos. En este caso, los dos grupos que más distancia poseen entre ellos son el uno y el dos con una distancia de 3,146, seguidos del dos y el cuatro con una distancia de 3,050.

Tabla 10.10. Distancia entre los centros de los grupos finales de los lectores.

| Cluster | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | | 3,146 | 2,038 | 2,023 |
| 2 | 3,146 | | 2,746 | 3,050 |
| 3 | 2,038 | 2,746 | | 1,652 |
| 4 | 2,023 | 3,050 | 1,652 | |

La tabla ANOVA en este caso, indica que se rechaza la hipótesis nula de que las medias de todas las variables son iguales en los cuatro grupos, debido a que el valor p es menor que alfa (0,05).

Tabla 10.11. ANOVA de los lectores.

| | Cluster | | Error | | F | Sig. |
|------------------------------------|------------------|----|------------------|-----|---------|-------|
| | Media cuadrática | gl | Media cuadrática | gl | | |
| REGR factor score 1 for analysis 1 | 40,077 | 3 | 0,657 | 342 | 60,979 | 0,000 |
| REGR factor score 2 for analysis 1 | 15,826 | 3 | 0,870 | 342 | 18,192 | 0,000 |
| REGR factor score 3 for analysis 1 | 66,376 | 3 | 0,427 | 342 | 155,620 | 0,000 |
| REGR factor score 4 for analysis 1 | 25,534 | 3 | 0,785 | 342 | 32,537 | 0,000 |
| REGR factor score 5 for analysis 1 | 19,396 | 3 | 0,839 | 342 | 23,128 | 0,000 |

Por último, se muestran el número de individuos asignados a los cuatro grupos de lectores. Los cuales son para el primer *cluster* 86, para el segundo 16, para el tercero 112 y para el cuarto 132 de los 346 lectores iniciales.

Tabla 10.12. Número de individuos por cada cluster de los lectores.

| | | |
|----------|---|-----|
| Clúster | 1 | 86 |
| | 2 | 16 |
| | 3 | 112 |
| | 4 | 132 |
| Válidos | | 346 |
| Perdidos | | 0 |

10.8. ANÁLISIS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA

Una vez realizados los análisis *cluster* se procede a realizar el análisis de regresión logística para el caso de los escritores y los lectores. El objetivo de este análisis es saber si la clasificación realizada en cada *cluster* es correcta.

10.8.1. Análisis de Regresión Logística para los escritores.

Se utilizará el método Intro o *Enter*, en el que todas las variables, en este caso factores, serán introducidos en el modelo. Ya que para el análisis *cluster* fueron los que se utilizaron.

El análisis determina que la constante entrará a formar parte del modelo, ya que el valor de significación es menor a alfa (0,05). Además, todos los factores deben estar en el modelo, ya que los valores p obtenidos son menores que alfa, (ver anexo VIII).

En la siguiente tabla se muestra la capacidad predictiva del modelo, en la que se puede observar cómo los coeficientes R cuadrado de Cox y Snell y R cuadrado de Nagelkerke son 0,7 y 1 respectivamente, lo que significa que el modelo predice correctamente. Ya que cuanto más cercanos al 1 se encuentren mejor predecirá este.

Tabla 10.13. Resumen del modelo de los escritores.

| Paso | Logaritmo de la verosimilitud -2 | R cuadrado de Cox y Snell | R cuadrado de Nagelkerke |
|------|----------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 1 | ,000 ^a | 0,741 | 1,000 |

Por último, se ha obtenido la tabla que muestra la clasificación de los individuos en los dos grupos. Como se puede observar todos los individuos han sido clasificados correctamente, en referencia a como se clasificaron en el análisis *cluster*.

Tabla 10.14. Clasificación de los escritores

| | | Número de caso de clúster | | Porcentaje correcto | |
|------------------------------|---------------------------|---------------------------|----|---------------------|-------|
| | | 1 | 2 | | |
| Paso 1 | Número de caso de clúster | 1 | 86 | 0 | 100,0 |
| | | 2 | 0 | 125 | 100,0 |
| | Porcentaje global | | | | 100,0 |
| a. El valor de corte es ,500 | | | | | |

10.8.2. Análisis de Regresión Logística para los lectores.

Se utilizará el análisis de regresión logística multinomial con el método de efectos principales y entrada hacia delante, para incluir todos los factores utilizados para la realización del análisis *cluster*.

En la tabla que resume los pasos (ver anexo VIII), se puede ver como el valor p para todos los factores es menor que alfa (0,05) lo que significa que todos entran en el modelo.

En la tabla de información de ajuste de los modelos se puede observar como el valor de significación es menor de alfa, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula de que el modelo prediga de forma aleatoria, lo cual es buena señal.

El coeficiente R cuadrado de Cox y Snell es de 0,913 y el R cuadrado de Nagelkerke y R cuadrado de McFadden son de 1, lo que quiere decir que el modelo no predice de forma aleatoria, es decir, es globalmente válido.

Tabla 10.15. Resumen del modelo de los lectores.

| | |
|-------------|-------|
| Cox y Snell | 0,913 |
| Nagelkerke | 1,000 |
| McFadden | 1,000 |

Por último, se muestra la tabla de clasificación para los individuos de cada *cluster*, en la que se ve como todos han sido clasificados correctamente al 100%.

Tabla 10.16. Clasificación de los lectores.

| Observado | Pronosticado | | | | Porcentaje correcto |
|-------------------|--------------|------|-------|-------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | 86 | 0 | 0 | 0 | 100,0% |
| 2 | 0 | 16 | 0 | 0 | 100,0% |
| 3 | 0 | 0 | 112 | 0 | 100,0% |
| 4 | 0 | 0 | 0 | 132 | 100,0% |
| Porcentaje global | 24,9% | 4,6% | 32,4% | 38,2% | 100,0% |

10.9. TIPOS DE USUARIOS EN WATTPAD EN FUNCIÓN DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO

Para finalizar el análisis, se realizan una serie de tabulaciones cruzadas entre cada variable y los grupos obtenidos para ambos casos.

Las tablas cruzadas, son tablas de doble entrada en las que en un lado se encuentra la variable del *cluster* y en el otro la variable de experiencia de usuario. En estas tablas se analiza el estadístico de la Chi-Cuadrado, que mide si ambas variables tienen dependencia la una de la otra. Si la Chi es igual a cero, las variables son independientes y cuanto más cercano esté a uno, más dependerá una variable de la otra.

10.9.1. Clusters de escritores

Como ya se comentó anteriormente, dentro de la red social existen ya dos grupos definidos, el primero de ellos es el de los escritores, que son aquellas personas a las que

les gusta escribir y llenan esta plataforma con sus historias. Son el principal usuario de Wattpad, ya que sin ellos no podría ofrecer ningún tipo de contenido.

La segmentación de escritores de Wattpad en función de su experiencia como usuarios en la plataforma da lugar a dos segmentos: escritores enamorados de la comunidad y escritores exigentes.

CLUSTER 1: Escritores enamorados de la comunidad.

Son escritores que utilizan la red social en busca de interacción. Es decir, escriben por y para la comunidad que aquí existe.

Le dan mucha importancia a la experiencia que viven en Wattpad, ya que difiere mucho de la de escribir en privado. Lo que más valoran de la aplicación son sus lectores, el apoyo, el ánimo y las ideas que estos les dan para continuar sus historias.

Debido a esto, son escritores que a los que no les importa tanto las facilidades que Wattpad pueda ofrecerles, como es la sencillez de su funcionamiento o el centro de ayuda, de la misma forma tampoco les importa aquello que Wattpad ofrece para hacerlos conocidos, como son sus concursos o los rankings. Solamente valoran a su comunidad.

Por último, este tipo de escritores solo dictaminan que les molesta el plagio de sus historias, pero no tienen ninguna queja hacia el spam que se realiza en la plataforma o hacia la manera en la que deben publicar su historia sin poder modificar capítulos posteriormente si lo desean o la presión constante por subir nuevos capítulos para sus lectores.

Se puede concluir que son personas que aman su comunidad y disfrutan con la experiencia de escribir en esta plataforma, ya que no tienen queja alguna.

CLUSTER 2: Escritores exigentes.

Este tipo de escritores, valoran mucho su experiencia en la plataforma en base a su comunidad. Tienen en cuenta a sus lectores, el apoyo, ánimo e ideas que les ofrecen y para ellos es muy importante la experiencia que viven aquí.

Sin embargo, no solamente tienen en cuenta su comunidad, es decir, también valoran la sencillez de funcionamiento de la plataforma a la hora de subir una de sus historias, al igual que los rankings en los que se sitúa esta. Es decir, valoran un poco más que el anterior tipo las herramientas que Wattpad les ofrece.

Además, este usuario sí que considera que hay muchas cosas molestas a la hora de escribir en esta red social. En primer lugar, se encuentra el plagio de sus historias, esto también ocurría en el segmento anterior y en segundo lugar están aquellas cosas que tienen que ver con la comunidad de lectores de la plataforma, como son los comentarios destructivos o el spam que muchos otros escritores dejan en sus historias o perfiles. Este tipo de escritor, ve el lado bueno y malo de la comunidad que aquí se aloja. Además, también tiene quejas a la hora de la forma en la que se publican las historias, sin poder modificar capítulos anteriores o la presión constante de subir capítulos para sus seguidores.

En definitiva, la diferencia entre ambos tipos es que los primeros valoran la experiencia en base a la comunidad como lo único importante, dándole menos importancia a lo demás y los segundos son mucho más exigentes en cuanto a la red social y a sus propios lectores.

10.9.2. Clusters de lectores

Los lectores son el otro tipo de usuario de la plataforma. Estos son quienes leen las historias que aquí se alojan y definen el éxito de estas. La segmentación de estos ha dado lugar a cuatro segmentos: Amantes de la lectura, amantes de la lectura y exigentes, lectores enamorados de la comunidad y exigentes con Wattpad y lectores amantes de Wattpad.

CLUSTER1: Amantes de la lectura.

Son personas que aman leer, es por ello que deciden entrar a formar parte de la plataforma, para encontrar nuevas historias con las que emocionarse y pasar un rato.

Este tipo de lector no tiene en cuenta la experiencia que puede vivir en Wattpad, le son indiferentes los comentarios que pueda dejar en las historias al igual que poder comentar al autor sobre lo que quiere que ocurra. Solo le importa leer algo que le guste. Podría decirse que es un perfil que se asemeja al de alguien que consume libros publicados por una editorial.

Por todo esto, tiene muy en cuenta las faltas de ortografía o la buena narrativa de las historias, además de que pueda compartir aquellas frases que le gusten de estas mediante la herramienta que Wattpad ha incluido para compartir citas. También valora positivamente la facilidad para encontrar historias que se asemejen a sus gustos, que la aplicación sea intuitiva y sencilla, las configuraciones que posee Wattpad a la hora de

leer, como son el color del fondo, tipo de letra, que puedan leer mediante páginas o deslizando y que puedan leer sin conexión a internet.

Son lectores a los que no les molestan los anuncios que existen en la plataforma, de la misma forma que no tienen en cuenta el spam o el dispositivo con el que leen, solo están felices de poder leer. Por último, tampoco les molesta que existan historias de pago, lo que puede dar pie a que quizás en algún momento paguen por alguna de estas.

CLUSTER 2: Amantes de la lectura y exigentes.

Este tipo de lector es parecido al anterior. Su objetivo al formar parte de la plataforma es simplemente el de leer, pero es más exigente.

Es un tipo de lector que carece de interés en interactuar con la comunidad que existe en Wattpad, ya sea, dejando comentarios en las historias o comentando al autor para decirle que le gustaría que ocurriese con la trama. Valora como poco importante la experiencia que vive en Wattpad.

Sin embargo, le da mucha importancia a que la plataforma sea sencilla e intuitiva y que encuentre historias adecuadas a sus gustos de forma rápida, además de poder leer estas sin conexión a internet. Considera requisitos indispensables para cualquiera de sus lecturas que este escrita sin faltas de ortografía y con buena narrativa, es un lector que exige más en estos aspectos que el anterior.

También le molestan los anuncios que hay en la plataforma, especialmente aquellos que aparecen después de los capítulos de las historias y tampoco le gusta el spam que los escritores hacen de sus historias. Por último, a este tipo de lector le es indiferente leer mediante el dispositivo que requiere Wattpad, de la misma forma que las historias de pago, por lo que también se puede deducir que podría llegar a pagar por alguna de ellas en un futuro.

CLUSTER 3: Lectores enamorados de la comunidad y exigentes con Wattpad.

Son personas que tienen en cuenta todo lo relacionado con la plataforma por lo que opinan sobre ello. Este lector considera importante la experiencia que vive en Wattpad, de la misma forma que poder comentar en las historias que lee o decir a los autores aquello que querría que pasara en la novela. Además, valora muy positivamente poder compartir aquellas citas de las historias que lee que más le gusten.

De la misma forma, valora positivamente la usabilidad de la plataforma, que sea sencilla e intuitiva, la facilidad para encontrar aquellas historias que le gustan, poder leer sin conexión a internet y las configuraciones de tipo de letra, fondo, etc.

Este tipo de lector también es muy exigente en cuanto a la calidad literaria de las historias, exige una buena ortografía y narrativa.

Por último, considera molestos todos los anuncios de la plataforma, el spam que realizan los escritores, incluso el dispositivo a través del que lee, ya que preferiría leer mediante un formato menos dañino para su vista. Tampoco le gusta que existan historias de pago.

CLUSTER 4: Lectores amantes de Wattpad.

Este tipo de lector valora todo aquello que Wattpad puede ofrecerle. Por un lado, valora encarecidamente la experiencia que vive como usuario en la plataforma, de la misma forma que poder comentar en las historias, expresar al autor aquello que desea o compartir las citas de sus libros favoritos.

Por otro, tiene muy en cuenta que la aplicación sea sencilla e intuitiva, que pueda encontrar aquellas historias que se adapten a sus gustos, las diferentes configuraciones para leer, leer sin conexión a internet y el centro de ayuda de Wattpad, este último el resto de tipos de lector no la valoraba como importante.

También, como el resto de perfiles ya mencionados tiene muy en cuenta la buena ortografía y narrativa de aquellas historias que lee.

Por último, este tipo de usuario, considera molestos todos los anuncios de la plataforma, destacando aquellos que aparecen después de cada capítulo. Y tampoco le gusta que existan historias de pago en la red social. Sin embargo, es un tipo de lector al que no le molesta el spam y tampoco el dispositivo que utiliza para leer.

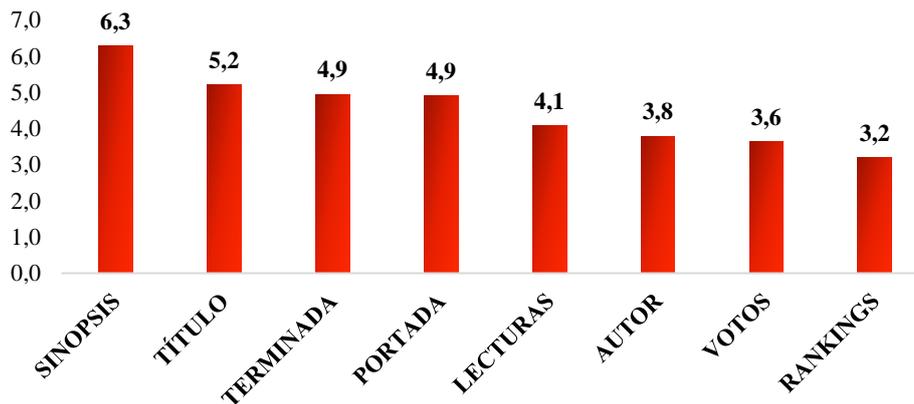
10.10. QUE VALORA UN LECTOR AL ESCOGER UNA NUEVA LECTURA

A los lectores de la plataforma se les realizó una pregunta para saber cuál era el ítem que más valoraban a la hora de escoger una nueva lectura en Wattpad. Solo 58 personas de las 346 contestaron correctamente estableciendo un orden entre los ocho ítems que se incluyeron, pero se ha decidido mostrar los resultados obtenidos, aun así.

Los resultados se han medido en función de la media de puntuación obtenida sobre 8 (el número de ítems).

Como se observa en el gráfico, a continuación, lo primero que valoran para escoger una nueva lectura, es la sinopsis, seguida del título, que la historia esté terminada o la portada, ya que tienen la misma puntuación, el autor, los votos y por último el ranking.

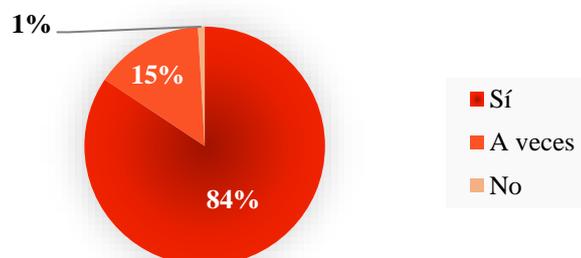
Gráfico 10.9. Media de las puntuaciones obtenidas por ítem.



10.11. ¿EXISTE CALIDAD LITERARIA EN WATTPAD?

En el siguiente gráfico se pueden visualizar las respuestas a la pregunta que se realizó a los escritores conforme a si revisaban aquello que subían a Wattpad, para no publicar historias con faltas de ortografía o mala narrativa. Como se puede observar el 84% de las personas revisan lo que suben, seguido de aquellas personas que solo lo hacen a veces (15%) y, por último, las que no, que son la minoría, (1%).

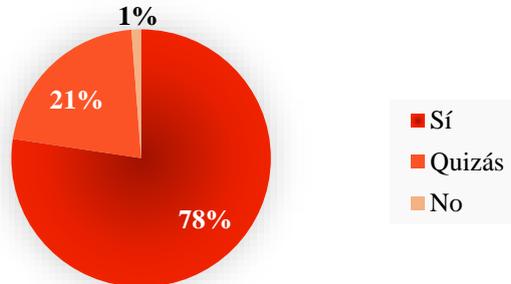
Gráfico 10.10. Porcentaje de escritores que revisan lo escrito en Wattpad.



A los lectores se les preguntó sobre si creían que existe calidad literaria en Wattpad. Y las respuestas llevan a confirmar que sí por el 78% de los lectores, junto con el 21% que dicen que quizás, lo que puede llevar a pensar que no lo descartan y que quizás en cuanto

a valorar la calidad literaria son un poco más exigentes que los anteriores. Solo el 1% dice que no.

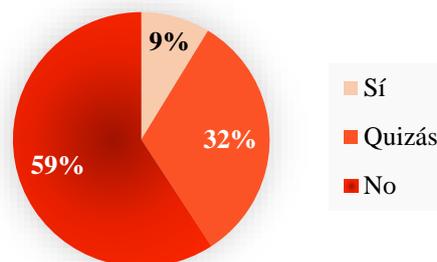
Gráfico 10.11. Porcentaje de lectores que creen en la calidad literaria de Wattpad.



De estas dos preguntas se puede deducir que existe calidad literaria en muchas de las historias de Wattpad porque los escritores revisan aquello que publican y los lectores consideran que al menos la mayoría de historias sí poseen calidad.

Por último, se preguntó a los lectores si pagarían por las historias en la plataforma. Historias que sí están revisadas y que sí poseen una calidad literaria. Se pretendía averiguar si los lectores sabiendo que existe calidad en este tipo de historias, creerían que merece la pena pagar por ellas estando dentro de esta plataforma.

Gráfico 10.12. Porcentaje de lectores que pagaría por una historia de Wattpad.



Como se puede observar el 59% no pagaría, seguido del 32% que quizás y solo un 9% que sí. En definitiva, aunque exista calidad literaria no todos están dispuestos a pagar por ella, al menos en esta plataforma, habría que plantearse si el problema reside en el formato.

10.12. COMPARACIÓN ENTRE LOS LIBROS Y WATTPAD

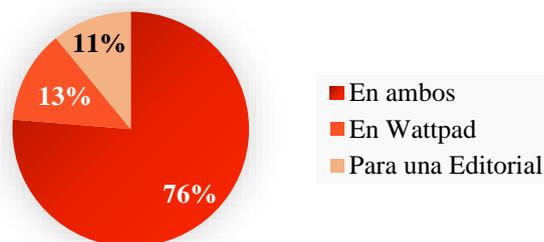
Por último, tanto a los lectores como a los escritores se les hicieron una serie de preguntas relacionadas con las empresas editoriales y la red social Wattpad, para comparar ambas y saber cuál es la percepción de los usuarios de una frente a la otra.

10.12.1. Percepción de los escritores

Se realizaron cuatro preguntas a los escritores sobre la comparación de las editoriales tradicionales frente a Wattpad. La primera de ellas hace referencia a en qué lugar preferirían escribir, si en Wattpad o para una editorial.

Como se puede ver en el gráfico siguiente el 76% de los escritores prefieren escribir en ambos lugares, sin que uno remplace al otro, a estos le siguen el 13% que escogerían la editorial y el 11% a Wattpad. Se puede deducir, que los escritores no ven incompatible Wattpad con una editorial, ambos se pueden dar a la vez y, de hecho, es lo que desean, poder escribir en ambos lugares.

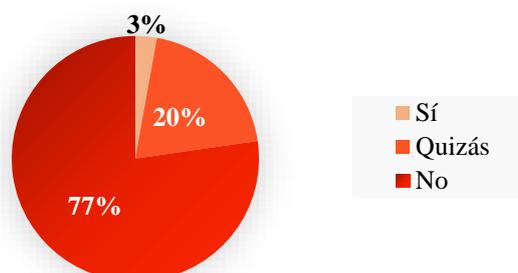
Gráfico 10.13. Porcentaje de escritores que eligen dónde prefieren escribir.



La siguiente pregunta hace referencia a si consiguieran publicar con una editorial, si dejarían de escribir en Wattpad. El 77% de los escritores afirman que no, seguidos del 20% que dice que quizás y solo el 3% que sí lo haría.

Se deduce que la mayoría son fieles a la plataforma y que en el fondo su objetivo no es publicar un libro y dejar Wattpad.

Gráfico 10.14. Porcentaje de escritores que dejarían de escribir en Wattpad por publicar en una editorial.

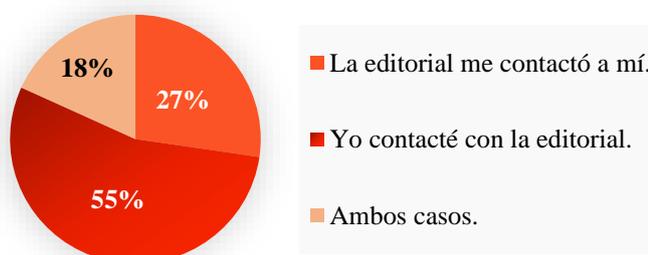


Seguida a esta pregunta, se les pidió a las personas que habían contestado que sí, que explicaran las razones por las que dejarían Wattpad. Las respuestas se pueden ver en el anexo X, haciendo un resumen de estas, se saca en conclusión que dentro de este 3% la mayoría piensa que las editoriales son mejores que Wattpad, es decir, que tienen mejor presencia y que conseguir publicar con una es todo un logro, mientras que con Wattpad no. También señalan que, en la plataforma, lo único que tiene éxito es aquello relacionado con historias de romántica o *fanfiction* y no da cabida a otros géneros.

La última pregunta que se realizó iba dirigida a aquellos escritores que han publicado con una editorial. Bien es sabido y ya se ha comentado en este trabajo, que en muchas ocasiones hay historias de Wattpad que llegan a publicarse con editoriales, es por ello que se quería saber quién contactaba con quien. Si era el propio escritor, siguiendo el canal tradicional o la editorial.

A esta pregunta solo contestaron 11 escritores de los 211 de la muestra. Como se puede observar en el gráfico de a continuación el 55% de estos contactó con la editorial, seguido del 27% al que le contactaron y el 18% que tuvo ambas experiencias.

Gráfico 10.15. Quién contacta con el autor de Wattpad para publicar un libro en una editorial.



10.12.2. Percepción de los lectores

A los lectores solamente se les hicieron dos preguntas relacionadas con la comparación entre las editoriales y Wattpad.

La primera de ellas hace referencia a si prefieren leer un libro publicado por una editorial o una historia de Wattpad. En el gráfico siguiente se observa cómo el 80% de los encuestados dice que leería en ambos lugares, por lo que, como en el caso de los escritores una editorial no sustituye a Wattpad, ni viceversa, ambos son compatibles. A estos lectores le siguen aquellos que prefieren leer en una editorial, los cuales son un 11% y por último los que prefieren Wattpad, un 9%.

Gráfico 10.16. Porcentaje de lectores que eligen entre leer en Wattpad o una editorial.

En la última pregunta se les pidió a los lectores que especificaran las diferencias que encontraban entre leer en Wattpad y leer un libro publicado por una editorial. Debido a que la pregunta era abierta y se obtuvieron 346 respuestas, se ha procedido a realizar un análisis textual de esta, con el programa R y el paquete Xplortext.

Se ha realizado un análisis con el fin de obtener las palabras más repetidas entre todos los lectores que hacen referencia a las diferencias encontradas.

El gráfico obtenido se encuentra en el anexo XI, y de este se extraen las siguientes conclusiones con referencia a las diferencias que los lectores ven:

1. El formato: en Wattpad las historias se leen a través de dispositivos como son el ordenador, la *tablet* o el móvil. Los libros de una editorial suelen ser en formato físico.
2. El *feedback*: los lectores hacen referencia a como en Wattpad pueden interactuar con otros lectores o con los propios escritores a medida que leen las historias mediante comentarios, sin embargo, no ocurre lo mismo con un libro.
3. Calidad literaria: un libro de una editorial ha pasado muchos filtros, es por ello que todos tienen corrección ortográfica y un mínimo de calidad narrativa. No es el caso en Wattpad, ya que las historias no son revisadas por nadie.
4. El coste: mientras que en Wattpad la mayoría de historias son gratuitas en una editorial todos los libros tienen un coste.
5. La vista: los dispositivos que se utilizan para leer en Wattpad dañan la vista, sin embargo, un libro en físico o en muchas ocasiones los aparatos e-book, no.
6. Accesible, fácil y cómodo: los lectores piensan que Wattpad es más cómodo y accesible que un libro publicado por una editorial.
7. No o ninguna: hay un grupo de lectores que considera que no existe ninguna diferencia.

CONCLUSIONES

Oscar Wilde dijo una vez: “No existen más que dos reglas para escribir: tener algo que decir y decirlo”.

Durante mucho tiempo la literatura fue de unos pocos. Aquellos que sabían escribir y tenían la oportunidad de compartir sus obras con el mundo y aquellos que sabían leerlas. Pero poco a poco el sector del libro ha evolucionado y cambiado, hasta dar un vuelco con la llegada de internet. Ahora cualquier persona puede escribir y compartir su obra, del mismo modo que cualquier persona puede leer esta.

En la web, las historias no tienen que ser perfectas, ni cumplir unos estándares, como dijo Thomas Carlyle (un filósofo del siglo XVIII), “la mejor característica de un libro es que provoque reacciones en el lector y le empuje a actuar” y a día de hoy hay libros que mueven masas sin estar publicados por una empresa editorial.

El objetivo principal, seguido de los objetivos secundarios de este trabajo fin de grado, es demostrar que ha habido una evolución en la forma de consumir y crear literatura en el sector del libro y en estas conclusiones se justifica el haber alcanzado dichos objetivos.

La primera razón, es la evidencia del cambio en el proceso de distribución de numerosas empresas editoriales. En un principio, eran los escritores quienes siempre acudían a la editorial en busca de la publicación de su obra y esta decidía si la hacía llegar a los consumidores o no. Sin embargo, como se ha demostrado en el apartado 8.5. las editoriales hoy en día también buscan a los escritores, ya sea por su fama o por el éxito que su libro alcanza en internet, como es el caso de las personas que escriben en la red social Wattpad.

Con esto, las editoriales tradicionales están reconociendo que hay libros que aunque no hayan sido revisados y seleccionados por sus editores, pueden tener el mismo éxito o más que los suyos propios. Por ello, en ocasiones, deciden asumir el coste de publicar un libro que viene de internet, porque aunque haya personas que ya los hayan leído, saben que hay otros que no lo han hecho, incluso comprándolo, propiciando así beneficios, por lo que, la inversión llega a ser rentable.

La segunda, hace referencia al cambio de actitud de los escritores y lectores. Se escogió la plataforma Wattpad para mostrar una de las vías que han tomado las nuevas formas de consumir y crear literatura. Y por medio de las investigaciones realizadas, es el caso de

la segmentación de Wattpad y en análisis de las motivaciones de los usuarios por formar parte de la red social, se demuestra que ambos tipos de usuarios adoran la interacción que se produce entre ellos en la plataforma.

El poder interactuar, dejar comentarios, ayudarse los unos a los otros, son los puntos más valorados por los usuarios. Esto en las empresas editoriales no ocurre, porque el escritor escribe en privado sin obtener ningún *feedback* de sus lectores finales a medida que desarrolla la historia, de la misma forma que el lector ya lee la historia finalizada, sin poder dar su opinión al escritor sobre cómo le gustaría que avanzara o terminara.

En definitiva, en internet la historia se crea a partir de la colaboración entre el escritor y el lector, mientras que en el mundo editorial, es el escritor el único encargado de crearla.

La tercera razón desarrolla más en profundidad la segunda. Conforme al nacimiento de la colaboración ente los diferentes agentes del sector del libro en internet, se ha llegado a una co-creación de valor entre estos, de forma que la manera de crear las historias difiere de las empresas editoriales tradicionales. Se toma como ejemplo Wattpad:

- Nacen las llamadas relaciones B2B, entre Wattpad y muchas editoriales y productoras gracias a sus programas, en especial el de Wattpad *Studios*.
- Relaciones B2C entre Wattpad y los escritores y lectores del mundo, ofreciendo a cada uno de ellos lo que necesita de una forma distinta a como lo hacen las editoriales.
- Relaciones C2B, por medio de los escritores y lectores con la empresa.
- Y relaciones C2C, ya que como se ha comentado, el producto final, que en este caso es la historia alojada en Wattpad, llega en muchas ocasiones a construirse gracias a los escritores, pero también a los lectores, mediante el *feedback* que se produce entre ambos.

Se puede deducir que internet ha propiciado el surgimiento de nuevas plataformas como Wattpad, cambiando así la forma de escribir y leer. Los lectores y escritores mantienen una interacción constante entre ellos a medida que la historia escrita y leída se va desarrollando. Ambos participan en la creación de la obra.

La cuarta razón, se fundamenta en el análisis de las principales diferencias que los usuarios de Wattpad y consumidores de las empresas editoriales ven entre ambos.

Como se analizó en el apartado 10.12. tanto escritores como lectores, no ven incompatibles ambos negocios. Las principales diferencias son que Wattpad provee más interacción entre los lectores y escritores; y que una editorial provee, por un lado, mejor calidad literaria, que no mejores historias y, por otro, los libros en físico ya que no dañan la vista, a diferencia de los libros que se encuentran en Wattpad.

En definitiva, como se ha mostrado a lo largo de la investigación, los escritores y lectores estarían en ambos lugares, sin que uno fuese mejor que otro. De la misma forma que, como también se ha mencionado, Wattpad provee éxitos a las empresas editoriales, por lo que se puede deducir que las complementa, no compite con estas.

Finalmente, la quinta razón, hace referencia a la realización de una segmentación del mercado de Wattpad, para saber qué tipos de lectores y escritores hay en esta, en función de su experiencia como usuario. Objetivo que se cumplió obteniendo dos tipos de escritores: escritores enamorados de la comunidad y escritores exigentes; y cuatro de lectores: amantes de la lectura, amantes de la lectura y exigentes, lectores enamorados de la comunidad y exigentes con Wattpad y lectores amantes de Wattpad.

Con esto se pretendía definir con mayor profundidad los perfiles de escritores y lectores que forman parte de esta plataforma, para saber qué es lo que más disfrutan de pertenecer a ella.

Conforme a las conclusiones obtenidas se ha querido dar varias recomendaciones tanto a Wattpad como a las empresas editoriales.

IMPLICACIONES EMPRESARIALES:

1. Cuando las empresas editoriales buscan en Wattpad un nuevo éxito, deberían también tener en cuenta libros de todos los géneros, incluso aquellos que quizás en la plataforma no tengan tanta repercusión, pero sí que tengan la probabilidad de triunfar en el mundo editorial.

Muchos escritores se quejan de cómo en Wattpad solo tienen éxito las historias de los géneros *facfiction* y romántico, de esta forma cuando una editorial publica un libro, en la mayoría de los casos suele ser de estos tipos, porque es lo que vende y tiene éxito. Esto está bien, pero hay miles de historias igual de buenas de otros géneros, que merecen ser tenidas en cuenta y que podrán propiciar altos beneficios.

2. Las empresas editoriales también deberían comenzar a tener en cuenta la interacción que existe entre los escritores y lectores que proporciona el tan reconocido éxito a Wattpad. Por supuesto, no se puede cambiar la manera de creación de un libro, en el caso editorial el escritor siempre escribirá sin ayuda de los lectores, aunque sí con la ayuda de los editores, pero quizás, cuando la historia ya esté publicada, puedan jugar con la imaginación de los lectores dándoles con qué completar sus ganas de saber más sobre los personajes, tramas secundarias, etc. Es el ejemplo de la creación de perfiles en redes sociales de los personajes de algunos libros u otros recursos que acerquen al lector a participar en la historia, junto con el escritor. No obstante, poco a poco cada vez se va haciendo más. Un ejemplo muy claro es la campaña de la novela escrita por Sebastián García Mouret, un *youtuber* español, que para la promoción de su próximo libro que saldrá al mercado en julio de 2020, se han creado dos perfiles de Instagram dedicados a los protagonistas de la historia.

3. Para la plataforma Wattpad, una de las recomendaciones clave es que tenga más en cuenta a sus lectores. Por supuesto que los escritores son quienes en el fondo crean el producto base de la red social, pero los lectores son quienes dan valor a este y propician el éxito de cientos de historias.

Wattpad posee ocho programas, de los cuales siete están dedicados exclusivamente a los escritores, quizás, podrían crear una convención para los lectores, para que puedan acudir y conocer a sus escritores favoritos o hablar sobre aquellos libros clave en Wattpad.

4. Por último, otra recomendación para esta red social, es la inclusión de los usuarios de todos los países en sus programas. Hasta el momento, la mayoría de los programas a excepción de tres, están enfocados a los usuarios de habla inglesa, esto no debería ser así, ya que la mitad de su comunidad es hispana. Sería conveniente comenzar a diversificar y dar la oportunidad a escritores de diversos idiomas, de la misma forma que a los lectores.

REFERENCIAS

- 40 de Fiebre. (s. f.). *¿Qué es un influencer?* <https://www.40defiebre.com/que-es/influencer>
- 40 de Fiebre. (2020a). *¿Qué es el Outbound Marketing?* <https://www.40defiebre.com/que-es/outbound-marketing>
- 40 de Fiebre. (2020b). *¿Qué es Inbound Marketing y para qué sirve?* <https://www.40defiebre.com/que-es-el-inbound-marketing-y-para-que-lo-necesitas>
- American Marketing Association. (2017). *Definitions of Marketing*. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Conecta. (2019). *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2018. Informe de Resultados*. Federación de Gremios de Editores de España. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjJnZ-KvJzqAhWK3OAKHZebD68QFjAAegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.federacioneditores.org%2Flectura-y-compra-de-libros-2018.pdf&usg=AOvVaw0IDrVndzXPPOkAvth9Jkl6>
- Conecta. (2020). *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2019*. Federación de Gremios de Editores de España. <https://www.editoresmadrid.org/wp-content/uploads/2020/02/Barómetro-de-Hábitos-lectura-y-Compra-de-Libros-en-España-2019.-FGEE.-Presentación.pdf>
- Córdoba Cely, C. (2013). La experiencia de usuario: de la utilidad al afecto. *Iconofacto*, 9(12), 56-70. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5204339>
- Davies, R. (2017). Collaborative Production and the Transformation of Publishing: The Case of Wattpad. En A. Gandini y J. Graham (Eds.), *Collaborative Production in the Creative Industries* (pp. 51-68). University of Westminster Press.
- Farias Coelho, P., Martins Costa, M., y dos Santos, R. O. (2018). Wattpad: una nueva forma de escribir libros en el siglo XXI. En V. Tur-Viñes, I. García-Medina, y T. Hidalgo-Marí (Eds.), *Creative Industries Global Conference. Libro de actas*. (pp. 117-125). Universidad de Alicante. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/73329>
- Federación de Gremios de Editores de España. (2018). *Comercio Interior del Libro en España, 2018*.

- https://www.federacioneditores.org/img/documentos/comercio_interior_2018.pdf
- Ferreira Herrera, D. C. (2015). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 118-142.
<https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>
- Gámir Orueta, A. (2005). La industria cultural y los grupos multimedia en España. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 25, 179-202.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1430038>
- García Roca, A., y De Amo Sánchez Fortún, J. M. (2019). Jóvenes escritores en la red, un estudio exploratorio sobre perfiles de Wattpad. *OCNOS*, 18(3), 18-28.
https://doi.org/10.18239/ocnos_2019.18.3.1968
- García Velasco, M. (2004). *Definición y diagnóstico del sector editorial y propuesta de un servicio de publicaciones*. [Tesis Doctoral, Universidad de Piura].
<https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/1467>
- International ISBN Agency. (2014). *¿Qué es un ISBN?* <https://www.isbn-international.org/es/content/¿qué-es-un-isbn>
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2019a). *Anuario de Estadísticas Culturales 2019*.
<https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/naec/portada.html>
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2019b). *Panorámica de la edición de libros*.
<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/d/21061C/19/1>
- MO, A. (2018). *Hay un montón de autores escribiendo gratis. Y la industria literaria ya tiene una nueva «fiebre del oro»*. Watmag.
<https://www.thewatmag.com/negocio/de-wattpad-a-las-librerias-como-la-industria-editorial-ha-descubierto-la-nueva-fiebre-del-oro-en-autores-que-publicaban-gratis>
- National Geographic. (2013, mayo 11). «El sutra del diamante», el libro impreso más antiguo. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/el-sutra-diamante-libro-impreso-mas-antiguo_7258
- Pajares Gil, A. (2016). *Análisis económico-financiero del sector editorial español*. Universidad del País Vasco.
- Patón Rodríguez, N., y Gómez-Díaz, R. (2016). La evaluación de las aplicaciones de

- lectura web: un paso más en el proceso de editorialización de la web. *Alabe Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*, 14, 1-23.
<https://doi.org/10.15645/alabe2016.14.5>
- Real Academia Española. (2014a). [Defición de] editor/editora. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/?w=editor>
- Real Academia Española. (2014b). [Definición de] autor/autora. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/?w=autor>
- Real Academia Española. (2014c). [Definición de] Cultura. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/cultura?m=form>
- Real Academia Española. (2014d). [Definición de] Industria. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/industria>
- Real Academia Española. (2014e). [Definición de] Ocio. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/?w=ocio>
- Real Academia Española. (2014f). [Definición de] Sello. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/sello?m=form>
- Real Academia Española. (2014g). [Definición de] Tipografía. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es/?w=tipografía>
- Statista. (2018). *Las editoriales en España*. <https://es.statista.com/estudio/38855/las-editoriales-en-espana-dossier-de-statista/>
- Vivar Nebreda, L. (1992). Análisis del proceso de decisión del consumidor para la estrategia comercial de la empresa. *Anales de estudios económicos y empresariales*, 7, 75-96. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=786117>
- Wattpad. (s. f.-a). *About Wattpad*. <https://company.wattpad.com/>
- Wattpad. (s. f.-b). *Wattpad Writing Program and Opportunities*. <https://www.wattpad.com/writers/opportunities/>
- Wattpad. (2020a). *[LinkedIn de Wattpad]*. <https://www.linkedin.com/company/wattpad/>
- Wattpad. (2020b). *[Sitio web oficial]*. <https://www.wattpad.com/home>
- Smith, A. (s. f.). *Odio Fingido - Capítulo 20. Amanda*. Wattpad.
<https://www.wattpad.com/667248277-odio-fingido-©-capítulo-20-amanda>

ANEXOS

ANEXO I. VARIABLES UTILIZADAS PARA MEDIR LA EXPERIENCIA DE USUARIO.

| VARIABLES ABREVIADAS | VARIABLES ORIGINALES | TIPO DE VARIABLE |
|----------------------|---|---------------------------|
| ApoyoesCOD | El apoyo, ánimo e ideas que dan los lectores en Wattpad. | Experiencia afectiva |
| SencillezCOD | La sencillez del funcionamiento de Wattpad, la facilidad para publicar tu historia. | Experiencia significativa |
| ConcursosCOD | Los concursos que se realizan en la plataforma, porque dan visibilidad. | Experiencia afectiva |
| ExperienciasCOD | La experiencia, porque es diferente a escribir en privado. | Experiencia afectiva |
| ComunidadesCOD | La comunidad. | Experiencia afectiva |
| AyudaCOD | Centro de ayuda de Wattpad (Escritor). | Experiencia significativa |
| RankingsCOD | El ranking en el que se sitúa la historia. | Experiencia significativa |
| ModificaresCOD | No poder modificar los capítulos ya escritos, porque confundiría a los lectores. | Experiencia afectiva |
| SpamesCOD | El Spam que realiza la gente sobre sus historias en los comentarios de la suya propia o en su perfil. | Experiencia afectiva |
| PresionesCOD | La presión constante por subir nuevos capítulos. | Experiencia afectiva |
| ComentariosCOD | Los comentarios destructivos de algunos usuarios. | Experiencia afectiva |
| PlagiosCOD | El plagio. | Experiencia afectiva |
| ComentarleCOD | Poder dejar comentarios e interactuar con otros lectores mientras lee una historia. | Experiencia afectiva |
| OpinarleCOD | Poder interactuar con el autor y decirle que le gustaría que pasara con la novela. | Experiencia afectiva |
| configuracionesCODle | Las configuraciones que existen para leer la historia como son: el color de fondo, tipo de letra, paginado o deslizando, etc. | Experiencia estética |

| | | |
|------------------|--|---------------------------|
| ExperiencialeCOD | La experiencia de leer en la plataforma, que es diferente de leer un libro en físico, publicado por una editorial. | Experiencia afectiva |
| HistoriasleCOD | La facilidad para encontrar historias que se adecuen a sus gustos. | Experiencia significativa |
| SencillezleCOD | Que la aplicación sea intuitiva y sencilla. | Experiencia significativa |
| AyudaleCOD | Centro de ayuda de Wattpad (Lector). | Experiencia significativa |
| ConexionleCOD | Que pueda leer una historia sin conexión a Internet. | Experiencia significativa |
| CitaleCOD | Compartir una cita de la historia que está leyendo en formato imagen. | Experiencia afectiva |
| OrtografialeCOD | Que una historia esté escrita sin faltas de ortografía. | Experiencia afectiva |
| NarrativeleCOD | Que una historia esté escrita con buena narrativa. | Experiencia afectiva |
| AnuncioscapleCOD | Los anuncios que aparecen al final de cada capítulo en Wattpad. | Experiencia significativa |
| AnunciosleCOD | El resto de anuncios que hay en la plataforma. | Experiencia significativa |
| SpamleCOD | El spam que hacen los escritores de sus historias en mi perfil o en los comentarios de otras historias. | Experiencia afectiva |
| DispositivoleCOD | El dispositivo a través del que lee, porque puede llegar a dañar la vista. | Experiencia estética |
| PagoleCOD | Que algunas historias son de pago. | Experiencia afectiva |

ANEXO II. CUESTIONARIO SOBRE LA EXPERIENCIA DE USUARIO DE WATTPAD.

PUNTO 1: CUESTIONARIO.



¿Qué experiencia vives en Wattpad?

Buenos días / tardes, soy alumna del Grado de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de León y para mi trabajo Fin de Grado estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.

El objetivo de la misma es averiguar como viven los usuarios la experiencia de formar parte de esta red social, ya sea desde el punto de vista de escritor como de lector.

Si es escritor, lector o ambos dentro de esta plataforma agradecería enormemente su colaboración contestando a una serie de preguntas, como máximo le llevará 7 minutos.

La información obtenida será tratada de manera AGREGADA y ANÓNIMA.

¡Muchas gracias por su colaboración!

[Siguiete](#)

Preguntas Generales

¿Cómo conoció la plataforma Wattpad? *

- Por recomendación de familiares, amigos, conocidos...
- Porque la vi anunciada (en redes sociales, en la televisión, etc.).
- Vi que se hablaba sobre ella en foros, páginas web, blogs, etc.
- Otro: _____

¿Alguna vez ha visto la plataforma anunciada en medios de comunicación? Si su respuesta es Sí, indique en el apartado "otro" en cuales. *

- No, nunca
- Sí, ¿cuáles? (Indíquelos en el apartado "otro")
- Otro: _____

Del 1 al 10 puntúe la aplicación de Wattpad. *

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
-

¿Qué tipo de usuario es en Wattpad? *

- Lector
- Escritor
- Lector y escritor

Atrás

Siguiente

Escritor

Este apartado constará de unas breves preguntas acerca de su experiencia COMO ESCRITOR dentro de la plataforma.

¿Cuál es el principal motivo por el que escribe en Wattpad? *

- Porque me gusta escribir.
- Porque puedo escribir con total libertad.
- Porque Wattpad me ayuda a mostrar mis historias al mundo.
- Porque quizás pueda publicar mi historia con una editorial.
- Porque puedo conseguir hacerme conocido y famoso.
- Otro: _____

Indique que nivel de importancia le da a los siguientes aspectos con referencia a la red social Wattpad. *

Nada Importante Poco Importante Neutral Importante Muy importante

El apoyo, ánimo e ideas que dan los lectores en Wattpad

-

La sencillez del funcionamiento de Wattpad, la facilidad para publicar tu historia.

Los concursos que se realizan en la plataforma, porque dan visibilidad.

La experiencia, porque es diferente a escribir en privado.

La comunidad.

Centro de ayuda de Wattpad.

El ranking en el que se sitúa la historia.

Indique que nivel molestia le producen las siguientes situaciones como escritor en la plataforma. *

Nada Molesto Poco Molesto Neutral Molesto Muy Molesto

No poder modificar los capítulos ya escritos, porque confundiría a los lectores.

El Spam que realiza la gente sobre sus historias en los comentarios de la suya propia o en su perfil.

La presión constante por subir nuevos capítulos.

Los comentarios destructivos de algunos usuarios.

El plagio.

¿Revisa lo que escribe antes de publicarlo en la plataforma? *

 Sí. A veces. No.

¿Preferiría escribir en Wattpad o para una editorial? *

 En Wattpad. Para una editorial. En ambos.

Si consiguiera publicar su libro con una editorial o si ya lo ha hecho. ¿Dejaría o va a dejar de escribir en Wattpad? *

 Sí. Quizás. No.

Si en la pregunta anterior HA CONTESTADO SÍ. ¿Podría indicar el por qué?

Tu respuesta

CONTESTE SOLO SI HA PUBLICADO CON UNA EDITORIAL posteriormente, una de sus historias de Wattpad. ¿Quién contactó con quién?

- La editorial me contactó a mí.
- Yo contacté con la editorial.
- Otro: _____

¿Es usted también lector en la plataforma? Contestes SÍ, si en la pregunta del principio eligió la opción "Lector y escritor" y NO si eligió solo la opción "Escritor".

*

- Sí.
- No.

[Atrás](#)

[Siguiete](#)

Lector

En este apartado se le harán una serie de preguntas acerca de su experiencia COMO LECTOR en la plataforma.

¿Cuál es el principal motivo por el que lee en Wattpad? *

- Porque me gusta leer.
- Porque hay millones de historias gratuitas.
- Para entretenerme.
- Otro: _____

Indique que nivel de importancia le da a los siguientes aspectos con referencia a la red social Wattpad. *

Nada Importante Poco Importante Neutral Importante Muy Importante

Poder dejar comentarios e interactuar con otros lectores mientras lee una historia.



Poder interactuar con el autor y decirle que le gustaría que pasara con la novela.

Las configuraciones que existen para leer la historia como son: el color de fondo, tipo de letra, paginado o deslizando, etc.

La experiencia de leer en la plataforma, que es diferente de leer un libro en físico, publicado por una editorial.

La facilidad para encontrar historias que se adecuen a sus gustos.

Que la aplicación sea intuitiva y sencilla.

Centro de ayuda de Wattpad.

Que pueda leer una historia sin conexión a Internet.

Compartir una cita de la historia que está leyendo en formato imagen.

Que una historia esté escrita sin faltas de ortografía.

Que una historia esté escrita con buena narrativa.

| | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| El número de lecturas. | <input type="radio"/> |
| La sinopsis. | <input type="radio"/> |
| El número de votos. | <input type="radio"/> |
| Que la historia esté terminada. | <input type="radio"/> |
| El autor. | <input type="radio"/> |
| Los rankings. | <input type="radio"/> |

¿Pagaría o paga por las historias de pago de Wattpad? *

- Sí.
- Quizás.
- No.

¿Prefiere leer en Wattpad o leer un libro publicado por una editorial? *

- Leer en Wattpad.
- Leer un libro de una editorial.
- Ambos.

¿Qué diferencias encuentra de leer una historia de Wattpad a leer un libro? *

Tu respuesta

Atrás

Siguiente

Datos demográficos

Indique su sexo *

- Hombre
- Mujer

Indique su edad *

- De 14 a 25 años
- De 26 a 35 años
- De 36 a 45 años
- De 46 a 55 años
- Más de 55 años

Indique el nivel de estudios finalizados o cursando actualmente. *

- Secundaria
- Bachillerato / Preparatoria
- Grado medio o superior
- Estudios Universitarios
- Postgrado
- Otro: _____

Indique su situación laboral *

- Estudiante.
- Trabajador por cuenta ajena.
- Trabajador por cuenta propia.
- Desempleado.
- Jubilado.
- Hogar.

Otro: _____

[Atrás](#) [Siguiete](#)

¡Muchas gracias por su colaboración!



[Atrás](#) [Enviar](#)

PUNTO 2: DIFUSIÓN DEL CUESTIONARIO.

 **Alicia Fernández** ha compartido un enlace.

 Nuevo miembro · 1 de junio a las 19:33 · 🌐

Hola, para mi Trabajo Fin de Grado estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.
El fin de la misma es saber cual es la experiencia que vive un usuario dentro de la plataforma.
Si eres lector, escritor o ambos, te agradecería muchísimo tu colaboración para contestar a la encuesta. De la misma forma, agradecería enormemente que la difundieras.
<https://forms.gle/cVyzLWiNsWDQgmwS6>

¡Muchas gracias! 🍷❤️



Hola, para mi Trabajo Fin de Grado de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de León (España) estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.
El fin de la misma es saber cual es la experiencia que vive un usuario dentro de la plataforma.
Si eres lector, escritor o ambos, te agradecería muchísimo tu colaboración para contestar a la encuesta. De la misma forma, agradecería enormemente que la difundieras.
<https://forms.gle/cVyzLWiNsWDQgmwS6>

¡Muchas gracias!

 **Alicia Fernández Herrero**
Colaboradora en Diseño del CoWorking Digital Facultad de Económicas y Empr...
1 semana • 🌐

¡Hola!

Para mi Trabajo Fin de Grado estoy realizando una encuesta sobre la red social Wattpad.

El fin de la misma es conocer como viven la experiencia de estar en esta plataforma los usuarios.

Si utilizas esta o conoces a alguien que lo haga agradecería mucho vuestra colaboración.

<https://lnkd.in/gt28CyR>

¡Gracias!



¿Qué experiencia vives en Wattpad?

Buenos días / tardes, soy alumna del Grado de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de León y para mi trabajo Fin de Grado estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.

El objetivo de la misma es averiguar como viven los usuarios la experiencia de formar parte de... docs.google.com

Hola, para mi Trabajo Fin de Grado estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.

El fin de la misma es saber cual es la experiencia que vive un usuario dentro de la plataforma.

Si eres lector, escritor o ambos, te agradecería muchísimo tu colaboración para contestar a la encuesta. De la misma forma, agradecería enormemente que la difundieras.

<https://forms.gle/cVyzLWiNsWDQgmwS6>

¡Muchas gracias!

21:00 ✓

Hola, para mi Trabajo Fin de Grado estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.

El fin de la misma es saber cual es la experiencia que vive un usuario dentro de la plataforma.

Si eres lector, escritor o ambos, te agradecería muchísimo tu colaboración para contestar a la encuesta. De la misma forma, agradecería enormemente que la difundieras.

<https://forms.gle/cVyzLWiNsWDQgmwS6>

¡Muchas gracias! ❤️❤️

18:57 ✓

Hola, para mi Trabajo Fin de Grado estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad en referencia a la experiencia que vive un usuario.

Agradecería muchísimo tu colaboración De la misma forma que la difundieras ❤️❤️

[forms.gle/cVyzLWiNsWDQgm...](https://forms.gle/cVyzLWiNsWDQgmwS6)

#Wattpad

 ¿Qué experiencia vives en Wattpad?
docs.google.com




wattpad

¡Hola!

Para mi Trabajo Fin de Grado estoy realizando una encuesta sobre la red social **Wattpad**.

Si utilizas esta plataforma o conoces a alguien que lo haga, agradecería muchísimo su colaboración.

El enlace está en mi Bio.

¡Muchas gracias!

Hola, para mi Trabajo Fin de Grado de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de León (España) estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.

El fin de la misma es saber cual es la experiencia que vive un usuario dentro de la plataforma.

Si eres lector, escritor o ambos, te agradecería muchísimo tu colaboración para contestar a la encuesta. De la misma forma, agradecería enormemente que la difundieras.

<https://forms.gle/cVyzLWiNsWDQgmwS6>

¡Muchas gracias! ❤️



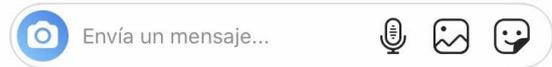

wattpad
Where Stories Live.

¿Qué experiencia vives en Wattpad?

Buenos días / tarde, soy alumna del Grado de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de León y para mi trabajo Fin de Grado estoy realizando una investigación sobre la red social Wattpad.

El objetivo de la misma es averiguar como viven los usuarios la experiencia de formar parte de esta red social, a ese efecto el punto de vista de escritor como de lector.

Si eres escritor, lector o ambos dentro de esta plataforma agradecería enormemente su colaboración contestando a una serie de preguntas, como máximo le llevará 7 minutos.



Envía un mensaje...

ANEXO III: VALORACIÓN DE WATTPAD Y OTRAS CUESTIONES.

DESCRIPTIVES VARIABLES=PUNTUACION

/SAVE

/STATISTICS=MEAN STDDEV VARIANCE MIN MAX.

| Estadísticos descriptivos | | | | | | |
|---------------------------|-----|--------|--------|-------|------------------|----------|
| | N | Mínimo | Máximo | Media | Desv. Desviación | Varianza |
| PUNTUACION | 364 | 1 | 10 | 8,24 | 1,484 | 2,202 |
| N válido (por lista) | 364 | | | | | |

COEFICIENTE DE VARIACIÓN DE PEARSON

0,18

OTRO – COMO CONOCIÓ WATTPAD

Buscaba aplicaciones para leer y me llamo la atención. La descargué para el móvil y hasta hoy sigo leyendo ahí.

Buscaba en Google fanfics

Buscaba en Google fanfics

Buscaba la segunda parte de un libro que leí, y descubrí que su autora estaba en Wattpad.

Buscaba una plataforma para leer y la encontré por casualidad en play store

Buscaba unos fanfics y ahí los encontré

Buscado fanfics

Buscando apps para leer en el play store

Buscando en Google algo para leer.

Buscando fan-fics de One Direction en Google

Buscando un libro

Busque en internet Historias de Sirenas y apareció Wattpad con una historia

Busque una novela que estaba en Facebook y me salió wattpad

Búsqueda de una historia en Google

De casualidad, buscando un sitio donde pudiera compartir mis escritos.

En la play Store, buscando aplicaciones para leer

en un libro que da el gobierno de lengua y literatura.

Encontré fan arts de Miraculous en Google imágenes, y cuando entré a la página, era una historia de wappad. Comencé a leer la historia y después me cree una cuenta.

Encontré la página cuando buscaba una novela

Encontré una historia interesante que quería leer y estaba en Wappad.

Estaba aburrida y busqué una app para leer. Así me apareció

Estaba buscando algo en lo cual pudiera leer gratis

Estaba buscando un libro y me salió la app

Estuve buscando información para un trabajo de psicología y en un foro apareció lo que buscaba muy bien explicado, luego investigué sobre esa red y resultó ser Wappad. De ahí que me empezó a gustar para poder leer historias, novelas, información etc.

Fan—Fiction

La conocí al buscar historias sobre un determinado tema. Al inicio no sabía que era una aplicación, simplemente pensaba que era una página de internet más, pero después me di cuenta que no era así. Al cabo de unos meses terminé descargándola.

La conocí cuando estaba buscando una para leer libros y me apareció y la instalé

La conocí por una imagen de mi anime favorito.

La encontré en el inicio de play store.

La encontré en Google Play mientras buscaba libros gratis

La encontré en la Play Store de casualidad

La encontré en Play Store y me pareció interesante

La encontré por casualmente cuando quería leer libros online.

Leía a una chica en su página de Facebook y como anunció que se cambiaba a Wappad quise crearme una cuenta.

Leía ya en Facebook y fanfiction.net, y muchas escritoras empezaron a subir contenido en la plataforma.

Me gustaba una serie y decidí buscar normal por Google, y ahí mismo me apareció Wappad de primero con el libro.

Me llamo la atención una historia que estaba anunciada en Twitter y ahí descubrí esa hermosa plataforma.

Mientras navegaba en la Play Store buscando aplicaciones para abrir archivos PDF. Wappad me apareció como una aplicación que estaba siendo descargada entre las personas que buscaban el mismo tipo de aplicación que yo.

Mis estudiantes la mencionaron

No recuerdo cómo llegué. Fue en 2014

Por una editora que publicó un libro sobre erotismo, entonces me motivé a descargar la app para leerlo

Por la Play Store

Por mi tarea de literatura, había diversidad de poemas muy hermosos ahí.

Porque escribía en un grupo de Facebook y alguien me preguntó si tenía wappad y desde allí, averigüé, me gustó. Me quedé en la plataforma naranja.

Por un juego Otome, comencé leyendo y escribiendo fanfics.

Por una imagen adrinette que vi en internet y hablaba sobre esta app

| |
|---|
| Por una recomendación tras una búsqueda en Google. |
| Porque buscaba donde publicar historias. |
| Porque vi que una de mis amigas la utilizaba |
| Quería escribir mi historia y quería que las personas la disfrutarán y dieran su opinión sobre ella y que no sólo estuviera guardada en Word por el resto de sus días, así que buscando me encontré con la aplicación y la descargue. |
| Quería leer libros gratis y lo encontré en playstore |
| Recomendaron un libro y éste estaba en Wattpad |
| Subí mi libro a Bubok y esta web me subió el libro a Wattpad también |
| Tenía ganas de leer libros y fue la primera app de sugerencia |
| Un autor al que leía en un foro hace 10 años dio el aviso de que se mudaría del foro a Wattpad y decidí abrir una cuenta para poder seguirlo. |
| Vi que se hablaba de ello entre compañeros de un grupo grande de amigos. |

OTRO - ANUNCIADA

| |
|---|
| Facebook. |
| Anuncios de Internet |
| ciertos juegos y aplicaciones que contienen anuncios |
| Cuando salió la película de After, ahí pusieron que la historia había salido de wattpad |
| Diarios |
| Editoriales |
| En anuncio de otras aplicaciones, principalmente. |
| En Facebook |
| En Facebook |
| En el teléfono más que todo en facebook |
| En los anuncios de YouTube. O en algún anuncio de alguna aplicación que he descargado. |
| En redes sociales |
| En redes sociales como Facebook e Instagram |
| En tv |
| En YouTube |
| Facebook |
| Facebook e Instagram |
| Facebook Instagram |
| Facebook, Instagram |
| Facebook, YouTube, Twitter, Instagram |
| Facebook, Twitter |
| Facebook. |

| |
|---|
| Instagram |
| Instagram, Facebook e internet. |
| Instagram, Twitter |
| Instagram, Twitter |
| Instagram/Twitter |
| Internet |
| La he visto en Facebook anunciada |
| libros, After en realidad uwu |
| Lo recomendaron en un libro de mi Colegio |
| Mediante redes sociales |
| Noticieros y diarios nacionales (Chile). |
| Periódicos |
| Redes sociales |
| Redes sociales, Instagram, Tik Tok |
| Redes Sociales. |
| RRSS |
| Tumblr |
| Vi una nota en la revista de La Nación hace algunos años. |
| YouTube |
| YouTube |
| YouTube |
| YouTube, Facebook y en la radio |

ANEXO IV: ANÁLISIS DE FIABILIDAD.

PUNTO 1: ANÁLISIS DE LAS VARIABLES PARA LOS ESCRITORES.

RELIABILITY

```
/VARIABLES=apoyoesCOD sencillezCOD concursosesCOD experienciasCOD  
comunidadesCOD ayudaesCOD  
rankingesCOD modificaresCOD spamesCOD presionesCOD comentarioesCOD  
plagioesCOD  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE ANOVA TUKEY  
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.
```

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Casos | Válido | 211 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 211 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

| | Media | Mínimo | Máximo | Rango | Máximo / Mínimo | Varianza | N de elementos |
|----------------------------------|-------|--------|--------|-------|--------------------|----------|-------------------|
| Medias de elemento | 3,607 | 2,967 | 4,431 | 1,464 | 1,494 | ,223 | 12 |
| Varianzas de elemento | 1,434 | ,999 | 1,927 | ,928 | 1,929 | ,101 | 12 |
| Covarianzas entre elementos | ,425 | -,054 | ,909 | ,963 | -16,798 | ,055 | 12 |
| Correlaciones entre elementos | ,309 | -,031 | ,632 | ,663 | -20,072 | ,031 | 12 |

PUNTO 2: ANÁLISIS DE LAS VARIABLES PARA LOS LECTORES.

RELIABILITY

```
/VARIABLES=comentarleCOD opinarleCOD confuguracionesleCOD  
experiencialleCOD historiasleCOD  
sencillezleCOD ayudaleCOD conexionleCOD citaleCOD ortografialeCOD  
narrativaleCOD anuncioscapleCOD  
anunciosleCOD spamleCOD dispositivoleCOD pagoleCOD  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE ANOVA TUKEY
```

/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Casos | Válido | 346 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 346 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de elemento de resumen

| | Media | Mínimo | Máximo | Rango | Máximo / Mínimo | Varianza | N de elementos |
|----------------------------------|-------|--------|--------|-------|--------------------|----------|-------------------|
| Medias de elemento | 3,820 | 2,954 | 4,552 | 1,598 | 1,541 | ,205 | 16 |
| Varianzas de elemento | 1,266 | ,671 | 1,768 | 1,097 | 2,634 | ,093 | 16 |
| Covarianzas entre elementos | ,322 | -,123 | ,948 | 1,072 | -7,681 | ,041 | 16 |
| Correlaciones entre elementos | ,274 | -,083 | ,703 | ,786 | -8,471 | ,032 | 16 |

ANEXO V. PRUEBA DE NORMALIDAD.

PUNTO 1: ANÁLISIS DE LAS VARIABLES PARA LOS ESCRITORES.

NPAR TESTS

```

/K-S(NORMAL)=apoyoesCOD sencillezCOD concursosCOD
experienciasCOD comunidadesCOD ayudaesCOD
rankingsCOD modifcadesCOD spamesCOD presionesCOD comentariosCOD
plagiosCOD
/STATISTICS DESCRIPTIVES QUANTILES
/MISSING ANALYSIS.

```

| Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra | | | | | | | | | |
|---|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | apoyoesCOD | sencillezCOD | concursosCOD | experienciasCOD | comunidadesCOD | ayudaesCOD | rankingsCOD | modifcadesCOD |
| N | | 211 | 211 | 211 | 211 | 211 | 211 | 211 | 211 |
| Parámetros normales ^{a,b} | Media | 4,03 | 4,09 | 3,20 | 3,91 | 3,87 | 3,28 | 3,23 | 2,97 |
| | Dev. Desviación | 1,000 | 1,022 | 1,231 | 1,083 | 1,180 | 1,247 | 1,319 | 1,066 |
| Máximas diferencias extremas | Absoluto | ,256 | ,249 | ,174 | ,252 | ,246 | ,162 | ,152 | ,200 |
| | Positivo | ,166 | ,187 | ,158 | ,158 | ,168 | ,162 | ,137 | ,180 |
| | Negativo | -,256 | -,249 | -,174 | -,252 | -,246 | -,145 | -,152 | -,200 |
| Estadístico de prueba | | ,256 | ,249 | ,174 | ,252 | ,246 | ,162 | ,152 | ,200 |
| Sig. asintótica(bilateral) | | ,000 ^c |

a. La distribución de prueba es normal.
b. Se calcula a partir de datos.
c. Corrección de significación de Lilliefors.

| spamCOD | presionesCOD | comentariosCOD | plagiosCOD |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 211 | 211 | 211 | 211 |
| 3,50 | 3,02 | 3,76 | 4,43 |
| 1,378 | 1,246 | 1,388 | 1,129 |
| ,230 | ,181 | ,279 | ,427 |
| ,146 | ,141 | ,186 | ,307 |
| -,230 | -,181 | -,279 | -,427 |
| ,230 | ,181 | ,279 | ,427 |
| ,000 ^c | ,000 ^c | ,000 ^c | ,000 ^c |

PUNTO 2: ANÁLISIS DE LAS VARIABLES PARA LOS LECTORES.

NPAR TESTS

```

/K-S(NORMAL)=comentarleCOD opinarleCOD confuguracionesleCOD
experiencialleCOD historiasleCOD
sencillezleCOD ayudaleCOD conexionleCOD citaleCOD ortografialeCOD
narrativaleCOD anuncioscapleCOD
anunciosleCOD spamleCOD dispositivoleCOD pagoleCOD
/STATISTICS DESCRIPTIVES QUANTILES
/MISSING ANALYSIS.

```


ANEXO VI. ANÁLISIS FACTORIAL DE COMPONENTES PRINCIPALES.

PUNTO 1: ANÁLISIS PARA LOS ESCRITORES.

FACTOR

```

/VARIABLES apoyoesCOD sencillezCOD concursosesCOD experienciasCOD
comunidadesCOD ayudaesCOD
  rankingsCOD modificalresCOD spamesCOD presionesCOD comentariosCOD
plagiosCOD
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS apoyoesCOD sencillezCOD concursosesCOD experienciasCOD
comunidadesCOD ayudaesCOD
  rankingsCOD modificalresCOD spamesCOD presionesCOD comentariosCOD
plagiosCOD
/PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET KMO REPR AIC
EXTRACTION ROTATION FSCORE
/PLOT EIGEN ROTATION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/CRITERIA ITERATE(25)
/ROTATION VARIMAX
/SAVE REG(ALL)
/METHOD=CORRELATION.

```

| VARIANZA TOTAL EXPLICADA | | | | | | | | | |
|--|-----------------------|---------------|-------------|--|---------------|-------------|--|---------------|-------------|
| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de cargas al cuadrado de la extracción | | | Sumas de cargas al cuadrado de la rotación | | |
| | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado |
| 1 | 4,697 | 39,142 | 39,142 | 4,697 | 39,142 | 39,142 | 4,258 | 35,484 | 35,484 |
| 2 | 1,804 | 15,032 | 54,174 | 1,804 | 15,032 | 54,174 | 2,243 | 18,690 | 54,174 |
| 3 | 0,907 | 7,560 | 61,734 | | | | | | |
| 4 | 0,767 | 6,390 | 68,124 | | | | | | |
| 5 | 0,690 | 5,750 | 73,874 | | | | | | |
| 6 | 0,639 | 5,328 | 79,202 | | | | | | |
| 7 | 0,590 | 4,920 | 84,122 | | | | | | |
| 8 | 0,461 | 3,839 | 87,961 | | | | | | |
| 9 | 0,411 | 3,422 | 91,383 | | | | | | |
| 10 | 0,388 | 3,236 | 94,619 | | | | | | |
| 11 | 0,365 | 3,039 | 97,658 | | | | | | |
| 12 | 0,281 | 2,342 | 100,000 | | | | | | |
| Método de extracción: análisis de componentes principales. | | | | | | | | | |

| Matriz de componente rotado | | |
|--|-------------------|----------|
| | Componente | |
| | 1 | 2 |
| apoyoesCOD | 0,686 | 0,289 |
| sencillezesCOD | 0,779 | 0,141 |
| concursoesCOD | 0,756 | -0,049 |
| experienciaesCOD | 0,763 | 0,201 |
| comunidadesCOD | 0,831 | 0,098 |
| ayudaesCOD | 0,755 | -0,052 |
| rankingesCOD | 0,615 | 0,121 |
| modificaresCOD | 0,073 | 0,657 |
| spamesCOD | -0,047 | 0,762 |
| presionesCOD | 0,015 | 0,678 |
| comentarioesCOD | 0,366 | 0,518 |
| plagioesCOD | 0,498 | 0,573 |
| <p>Método de extracción: análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.</p> | | |
| <p>a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.</p> | | |

| | CONTRIBUCIONES RELATIVAS | | |
|--------------------|---------------------------------|----------|--------------------|
| | Componentes | | COMUNALIDAD |
| | 1 | 2 | |
| apoyoesCOD | 47% | 8% | 55% |
| sencillezesCOD | 61% | 2% | 63% |
| concursoesCOD | 57% | 0% | 57% |
| experienciaesCOD | 58% | 4% | 62% |
| comunidadesCOD | 69% | 1% | 70% |
| ayudaesCOD | 57% | 0% | 57% |
| rankingesCOD | 38% | 1% | 39% |
| modificaresCOD | 1% | 43% | 44% |
| spamesCOD | 0% | 58% | 58% |
| presionesCOD | 0% | 46% | 46% |
| comentarioesCOD | 13% | 27% | 40% |
| plagioesCOD | 25% | 33% | 58% |
| Total Valor Propio | 4,26 | 2,24 | |

| | CONTRIBUCIONES ABSOLUTAS | |
|---------------------------|--------------------------|----------|
| | Componentes | |
| | 1 | 2 |
| apoyoesCOD | 11% | 4% |
| sencillezesCOD | 14% | 1% |
| concursoesCOD | 13% | 0% |
| experienciaesCOD | 14% | 2% |
| comunidadesCOD | 16% | 0% |
| ayudaesCOD | 13% | 0% |
| rankingesCOD | 9% | 1% |
| modificaresCOD | 0% | 19% |
| spamesCOD | 0% | 26% |
| presionesCOD | 0% | 20% |
| comentariosCOD | 3% | 12% |
| plagioesCOD | 6% | 15% |
| Total Valor Propio | 1 | 1 |

PUNTO 2: ANÁLISIS PARA LOS LECTORES.

FACTOR

```

/VARIABLES comentarleCOD opinarleCOD confuguracionesleCOD
experiencialeCOD historiasleCOD
sencillezleCOD ayudaleCOD conexionleCOD citaleCOD ortografialeCOD
narrativaleCOD anuncioscapleCOD
anunciosleCOD spamleCOD dispositivoleCOD pagoleCOD
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS comentarleCOD opinarleCOD confuguracionesleCOD
experiencialeCOD historiasleCOD
sencillezleCOD ayudaleCOD conexionleCOD citaleCOD ortografialeCOD
narrativaleCOD anuncioscapleCOD
anunciosleCOD spamleCOD dispositivoleCOD pagoleCOD
/PRINT UNIVARIATE INITIAL CORRELATION SIG DET KMO REPR AIC
EXTRACTION ROTATION FSCORE
/PLOT EIGEN ROTATION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/CRITERIA ITERATE(25)
/ROTATION VARIMAX
/SAVE REG(ALL)
/METHOD=CORRELATION.

```

| Varianza total explicada | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------------|---------------|-------------|--|---------------|-------------|--|---------------|-------------|
| Componente | Autovalores iniciales | | | Sumas de cargas al cuadrado de la extracción | | | Sumas de cargas al cuadrado de la rotación | | |
| | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado | Total | % de varianza | % acumulado |
| 1 | 5,629 | 35,182 | 35,182 | 5,629 | 35,182 | 35,182 | 3,702 | 23,135 | 23,135 |
| 2 | 1,873 | 11,707 | 46,890 | 1,873 | 11,707 | 46,890 | 2,313 | 14,454 | 37,589 |
| 3 | 1,218 | 7,616 | 54,505 | 1,218 | 7,616 | 54,505 | 1,993 | 12,455 | 50,044 |
| 4 | 1,162 | 7,263 | 61,769 | 1,162 | 7,263 | 61,769 | 1,676 | 10,476 | 60,521 |
| 5 | 1,020 | 6,374 | 68,142 | 1,020 | 6,374 | 68,142 | 1,219 | 7,622 | 68,142 |
| 6 | 0,775 | 4,847 | 72,989 | | | | | | |
| 7 | 0,701 | 4,382 | 77,371 | | | | | | |
| 8 | 0,575 | 3,592 | 80,962 | | | | | | |
| 9 | 0,554 | 3,461 | 84,424 | | | | | | |
| 10 | 0,518 | 3,236 | 87,659 | | | | | | |
| 11 | 0,473 | 2,958 | 90,617 | | | | | | |
| 12 | 0,370 | 2,313 | 92,929 | | | | | | |
| 13 | 0,334 | 2,086 | 95,016 | | | | | | |
| 14 | 0,278 | 1,739 | 96,755 | | | | | | |
| 15 | 0,273 | 1,704 | 98,459 | | | | | | |
| 16 | 0,247 | 1,541 | 100,000 | | | | | | |

Método de extracción: análisis de componentes principales.

| Matriz de componente rotado | | | | | |
|-----------------------------|-------------|--------|-------|--------|--------|
| | Componentes | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| comentarleCOD | 0,306 | 0,109 | 0,027 | 0,817 | 0,000 |
| opinarleCOD | 0,483 | 0,035 | 0,051 | 0,734 | 0,004 |
| confuguracionesleCOD | 0,697 | 0,191 | 0,018 | 0,157 | 0,107 |
| experiencialleCOD | 0,730 | 0,120 | 0,173 | 0,068 | -0,108 |
| historiasleCOD | 0,615 | 0,484 | 0,184 | 0,082 | 0,009 |
| sencillezleCOD | 0,587 | 0,496 | 0,082 | 0,226 | 0,022 |
| ayudaleCOD | 0,647 | 0,056 | 0,028 | 0,216 | -0,004 |
| conexionleCOD | 0,661 | 0,435 | 0,151 | 0,024 | 0,101 |
| citaleCOD | 0,643 | 0,191 | 0,047 | 0,317 | 0,044 |
| ortografialeCOD | 0,208 | 0,846 | 0,086 | 0,038 | 0,073 |
| narrativaleCOD | 0,294 | 0,806 | 0,180 | 0,111 | 0,017 |
| anuncioscapleCOD | 0,106 | 0,253 | 0,846 | 0,102 | -0,017 |
| anunciosleCOD | 0,029 | 0,126 | 0,872 | 0,088 | 0,007 |
| spamleCOD | -0,355 | 0,288 | 0,170 | 0,390 | 0,497 |
| dispositivoleCOD | 0,092 | 0,029 | 0,027 | -0,027 | 0,894 |
| pagoleCOD | 0,301 | -0,111 | 0,591 | -0,228 | 0,363 |

Método de extracción: análisis de componentes principales.
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 9 iteraciones.

| CONTRIBUCIONES RELATIVAS | | | | | | |
|--------------------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| | Componentes | | | | | COMUNALIDAD |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| comentarleCOD | 9% | 1% | 0% | 67% | 0% | 77% |
| opinarleCOD | 23% | 0% | 0% | 54% | 0% | 78% |
| confuguracionesleCOD | 49% | 4% | 0% | 2% | 1% | 56% |
| experiencialleCOD | 53% | 1% | 3% | 0% | 1% | 59% |
| historiasleCOD | 38% | 23% | 3% | 1% | 0% | 65% |
| sencillezleCOD | 34% | 25% | 1% | 5% | 0% | 65% |
| ayudaleCOD | 42% | 0% | 0% | 5% | 0% | 47% |
| conexionleCOD | 44% | 19% | 2% | 0% | 1% | 66% |
| citaleCOD | 41% | 4% | 0% | 10% | 0% | 55% |
| ortografialeCOD | 4% | 72% | 1% | 0% | 1% | 77% |
| narrativaleCOD | 9% | 65% | 3% | 1% | 0% | 78% |
| anuncioscapleCOD | 1% | 6% | 72% | 1% | 0% | 80% |
| anunciosleCOD | 0% | 2% | 76% | 1% | 0% | 78% |
| spamleCOD | 13% | 8% | 3% | 15% | 25% | 64% |
| dispositivoleCOD | 1% | 0% | 0% | 0% | 80% | 81% |
| pagoleCOD | 9% | 1% | 35% | 5% | 13% | 64% |
| Total Valor Propio | 3,702 | 2,313 | 1,993 | 1,676 | 1,219 | |

| CONTRIBUCIONES RELATIVAS | | | | | |
|--------------------------|-------------|-------|-------|-------|-------|
| | Componentes | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| comentarleCOD | 3% | 1% | 0% | 40% | 0% |
| opinarleCOD | 6% | 0% | 0% | 32% | 0% |
| confuguracionesleCOD | 13% | 2% | 0% | 1% | 1% |
| experiencialleCOD | 14% | 1% | 1% | 0% | 1% |
| historiasleCOD | 10% | 10% | 2% | 0% | 0% |
| sencillezleCOD | 9% | 11% | 0% | 3% | 0% |
| ayudaleCOD | 11% | 0% | 0% | 3% | 0% |
| conexionleCOD | 12% | 8% | 1% | 0% | 1% |
| citaleCOD | 11% | 2% | 0% | 6% | 0% |
| ortografialeCOD | 1% | 31% | 0% | 0% | 0% |
| narrativaleCOD | 2% | 28% | 2% | 1% | 0% |
| anuncioscapleCOD | 0% | 3% | 36% | 1% | 0% |
| anunciosleCOD | 0% | 1% | 38% | 0% | 0% |
| spamleCOD | 3% | 4% | 1% | 9% | 20% |
| dispositivoleCOD | 0% | 0% | 0% | 0% | 65% |
| pagoleCOD | 2% | 1% | 18% | 3% | 11% |
| Total Valor Propio | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |

ANEXO VII. ANÁLISIS CLUSTER.

PUNTO 1: ANÁLISIS PARA LOS ESCRITORES.

```
QUICK CLUSTER FAC1_1 FAC2_1  
/MISSING=LISTWISE  
/CRITERIA=CLUSTER(2) MXITER(10) CONVERGE(0)  
/METHOD=KMEANS(UPDATE)  
/SAVE CLUSTER DISTANCE  
/PRINT INITIAL ANOVA CLUSTER DISTAN.
```

Centros de clústeres finales

| | Clúster | |
|------------------------------------|---------|--------|
| | 1 | 2 |
| REGR factor score 1 for analysis 1 | -,17436 | ,11996 |
| REGR factor score 2 for analysis 1 | -,98194 | ,67557 |

Centros de clústeres finales

| | Clúster | |
|------------------------------------|---------|--------|
| | 1 | 2 |
| REGR factor score 1 for analysis 1 | -,17436 | ,11996 |
| REGR factor score 2 for analysis 1 | -,98194 | ,67557 |

PUNTO 2: ANÁLISIS PARA LOS LECTORES.

```
QUICK CLUSTER FAC1_1 FAC2_1 FAC3_1 FAC4_1 FAC5_1  
/MISSING=LISTWISE  
/CRITERIA=CLUSTER(3) MXITER(10) CONVERGE(0)  
/METHOD=KMEANS(UPDATE)  
/SAVE CLUSTER DISTANCE  
/PRINT INITIAL ANOVA CLUSTER DISTAN.
```

Centros de clústeres iniciales

| | Clúster | | | |
|------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| REGR factor score 1 for analysis 1 | -1,06160 | -2,74122 | -2,21586 | -,98753 |
| REGR factor score 2 for analysis 1 | 1,23454 | 1,91896 | ,19712 | -3,13347 |
| REGR factor score 3 for analysis 1 | -3,07481 | ,36472 | ,06110 | -,45455 |
| REGR factor score 4 for analysis 1 | -,98280 | -1,49577 | 3,15711 | -1,18275 |
| REGR factor score 5 for analysis 1 | 1,88868 | -2,41463 | 1,19272 | -,14246 |

Centros de clústeres finales

| | Clúster | | | |
|------------------------------------|----------|----------|---------|---------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| REGR factor score 1 for analysis 1 | -,26231 | -2,03520 | -,18870 | ,57770 |
| REGR factor score 2 for analysis 1 | -,26048 | 1,29868 | ,27263 | -,21903 |
| REGR factor score 3 for analysis 1 | -1,30147 | ,70692 | ,27381 | ,52992 |
| REGR factor score 4 for analysis 1 | -,22362 | -,52381 | ,67257 | -,36148 |
| REGR factor score 5 for analysis 1 | -,18159 | -,63004 | ,57819 | -,29591 |

ANEXO VIII. ANÁLISIS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA.

PUNTO 1: ANÁLISIS PARA LOS ESCRITORES.

```
LOGISTIC REGRESSION VARIABLES QCL_1
/METHOD=ENTER FAC1_1 FAC2_1
/SAVE=PRED PGROUP COOK LEVER DFBETA RESID LRESID SRESID ZRESID DEV
/CLASSPLOT
/CASEWISE OUTLIER(2)
/PRINT=GOODFIT CORR ITER(1) CI(95)
/CRITERIA=PIN(0.05) POUT(0.10) ITERATE(20) CUT(0.5).
```

Variables en la ecuación

| | B | Error estándar | Wald | gl | Sig. | Exp(B) |
|------------------|------|----------------|-------|----|------|--------|
| Paso 0 Constante | ,374 | ,140 | 7,125 | 1 | ,008 | 1,453 |

Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo

| | | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
|--------|--------|--------------|----|------|
| Paso 1 | Paso | 285,258 | 2 | ,000 |
| | Bloque | 285,258 | 2 | ,000 |
| | Modelo | 285,258 | 2 | ,000 |

PUNTO 2: ANÁLISIS PARA LOS LECTORES.

```
NOMREG QCL_1 (BASE=LAST ORDER=ASCENDING) WITH FAC1_1 FAC2_1 FAC3_1
FAC4_1 FAC5_1
/CRITERIA CIN(95) DELTA(0) MXITER(100) MXSTEP(5) CHKSEP(20)
LCONVERGE(0) PCONVERGE(0.000001)
SINGULAR(0.00000001)
/MODEL=| FORWARD=FAC1_1 FAC2_1 FAC3_1 FAC4_1 FAC5_1
/STEPWISE=PIN(.05) POUT(0.1) MINEFFECT(0) RULE(SINGLE)
ENTRYMETHOD(LR) REMOVALMETHOD(LR)
/INTERCEPT=INCLUDE
/PRINT=CLASSTABLE FIT PARAMETER SUMMARY LRT CPS STEP MFI IC
/SAVE ESTPROB PREDCAT PCPROB ACPROB.
```

Resumen de los pasos

| Modelo | Acción | Efecto(s) | Criterios de ajuste de modelo | | | Pruebas de selección de efecto | | |
|--------|--------------|---|-------------------------------|-------------|----------------------------------|--------------------------------|----|------|
| | | | AIC | normalizado | Logaritmo de la verosimilitud -2 | Chi-cuadrado ^b | gl | Sig. |
| 0 | Especificado | Intersección | 850,862 | 862,401 | 844,862 | . | | |
| 1 | Especificado | REGR factor score 3 for analysis 1 | 581,701 | 604,780 | 569,701 | 275,160 | 3 | ,000 |
| 2 | Especificado | REGR factor score 1 for analysis 1 | 423,636 | 458,254 | 405,636 | 164,065 | 3 | ,000 |
| 3 | Especificado | REGR factor score 4 for analysis 1 | 322,234 | 368,391 | 298,234 | 107,402 | 3 | ,000 |
| 4 | Especificado | REGR factor score 5 for analysis 1 | 199,413 | 257,110 | 169,413 | 128,821 | 3 | ,000 |
| 5 | Especificado | REGR factor score 2 for analysis 1 ^a | 36,000 | 105,236 | ,000 | 169,413 | 3 | ,000 |

Método por pasos: Entrada hacia adelante

Información de ajuste de los modelos

| Modelo | Criterios de ajuste de modelo | | | Pruebas de la razón de verosimilitud | | |
|-------------------|-------------------------------|-------------|----------------------------------|--------------------------------------|----|------|
| | AIC | normalizado | Logaritmo de la verosimilitud -2 | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
| Sólo intersección | 850,862 | 862,401 | 844,862 | | | |
| Final | 36,000 | 105,236 | ,000 | 844,862 | 15 | ,000 |

ANEXO IX. MOTIVACIONES DE LOS USUARIOS.

PUNTO 1: MOTIVACIONES DE LOS ESCRITORES.

| MOTIVACIONES ESCRITOR |
|---|
| Citarme con amigos y conocidos. |
| En verdad es por todas las anteriores. |
| Porque es una app en la cual puedo escribir libremente y no me pide ningún requisito para poder realizarlo. |
| Por todas las opciones anteriores. |
| Porque me gusta escribir y quiero compartirlo demasiado con las personas por mis historias. |
| Porque me gusta recibir <i>feedback</i> . |
| Porque nadie nos pone reglas en específico para escribir, podemos ser libres. |
| Porque puedo interactuar con el público lector, lo que me encanta. |
| Porque siento que es una de escapar de la realidad y transportarme a un mundo donde yo puedo decidir las cosas. |

PUNTO 2: MOTIVACIONES DE LOS LECTORES.

| MOTIVACIONES LECTOR |
|--|
| A demás de leer, conocer el talento de los demás. |
| Aunque tiene cosas horribles también hay historias muy guays (y mucho fanfic, y cuando encuentras uno de calidad es maravilloso). |
| Las tres anteriores. |
| Los tres y para compartir el Evangelio. |
| ME ENCANTA LEER. |
| Me gusta la variedad de historias que hay. |
| Para apoyar a mis amigos escritores. |
| Para apoyar a nuevos autores. |
| Para informarme sobre lo que pasa en la plataforma, ya que soy muy lectora pero generalmente no de ese tipo de literatura. |
| Para que los escritores le den una oportunidad también a mis obras. |
| Por el mero hecho de entretenerme, pero también porque hay millones de historias de diferentes tipos y temas, que realmente enganchan, y eso me encanta. |
| Por las tres razones anteriores además de por la existencia de los fanfics. |
| Porque es interesante, poder conocer la mente del escritor y acompañarlo en sus ocurrencias, y también porque me gusta leer. |
| Porque allí escribe mi escritora favorita y luego retira las novelas cuando las termina. |
| Porque hay muchas historias de diferentes autores que no se encuentran en otras plataformas. |
| Porque quiero descubrir nuevos mundos |

Soy de las personas que ama leer y sobre todo en papel, el problema es que me arruinaría si me leyese todo lo que quiero leerme, además hay muchas historias innovadoras que te abren a nuevos mundos.

Todas las anteriores (3).

ANEXO X. RAZONES POR LAS QUE DEJARÍA WATTPAD.

| RAZONES PARA DEJAR WATTPAD |
|---|
| ya que si me afilio a una editorial de cierta forma se hará más reconocido, aunque creo yo que seguiría subiendo micro relatos |
| Seguir publicando en Wattpad si no es necesario sería como dar un paso atrasar. |
| Creo que una solo puede constituirse como escritor cuando al menos una de sus obras es publicada por una editorial. En Wattpad cualquiera puede publicar su obra por lo cual no creo que escribir en Wattpad te constituya como escritor. |
| Porque Wattpad no trae ningún beneficio. Tu historia se hunde en un mar de <i>fanfics</i> e historias románticas llenas de cliché. |
| Porque Wattpad es casi sinónimo de cliché, solo recibe atención lo típico. Y en una editorial puede que no sea así y tendrías un contrato |
| Honestamente, porque ya formaría parte de una nueva comunidad, el mundo editorial en sí. Además, siento que ahí tendría más oportunidad de que mis trabajos sean más reconocidos y mejor valorados, a diferencia de en Wattpad. |
| El <i>feedback</i> de lectores es más bien mínimo. |

ANEXO XI. PALABRAS MÁS REPETIDAS EN REFERENCIA A LAS DIFERENCIAS ENTRE LEER EN WATTPAD O UN LIBRO DE UNA EDITORIAL.

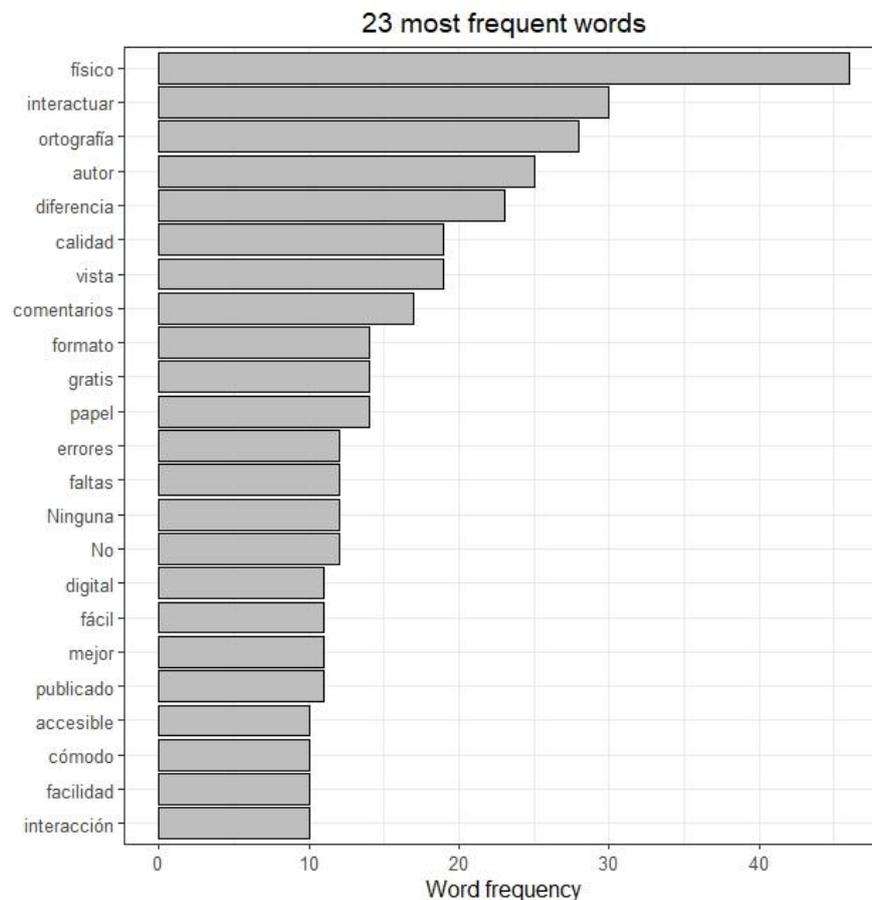
```
library(Xplortext)
```

```
swu <- c("muchas", "siempre", "leo", "menos", "escritores", "tipo", "cosas", "cualquier",  
"lectores", "libros", "encontrar", "personas", "parte", "lectura", "editorial", "muchas",  
"historias", "veces", "poder", "tener", "leer", "diferencia", "libro", "wattpad", "Que",  
"historia", "puede", "mismo", "Las", "El", "Es", "si", "que", "La", "ser", "gusta", "En",  
"mas", "más", "puedo", "puedes", "Wattpad", "A", "B", "C", "D", "E", "F", "a", "b", "c",  
"d")
```

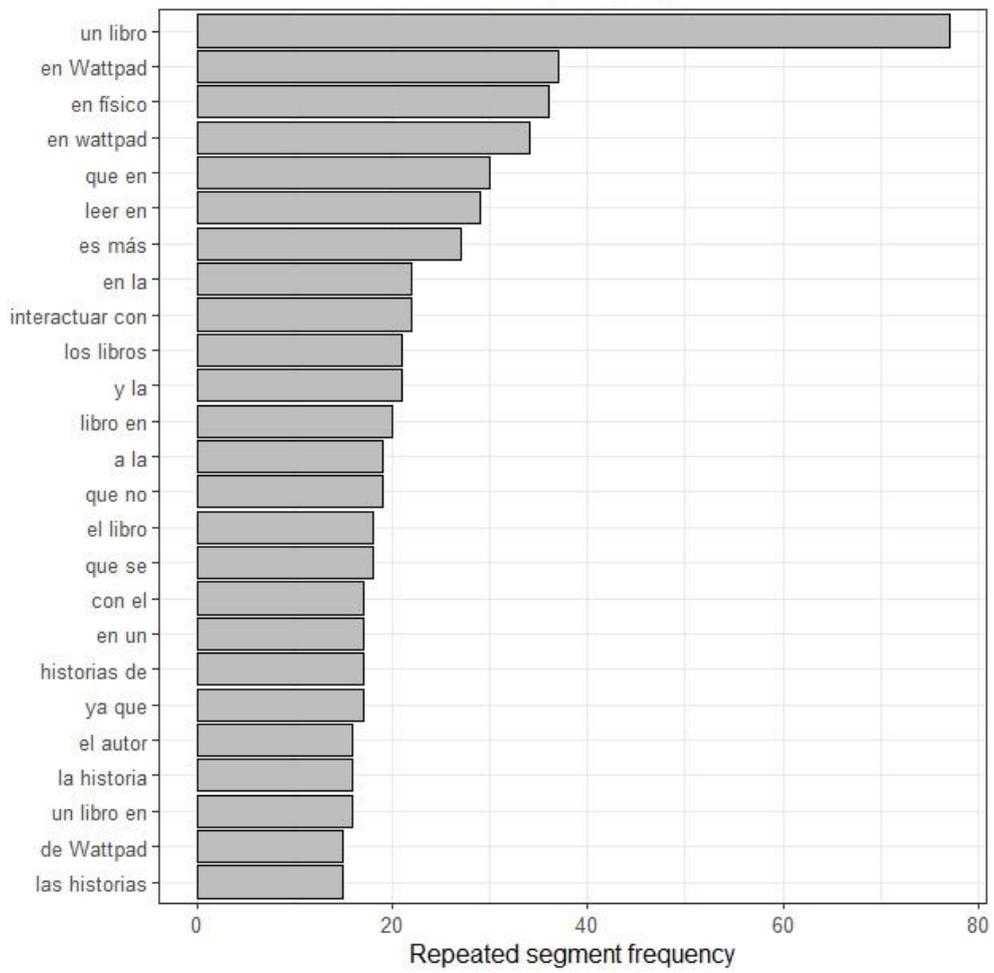
```
tm::stopwords(kind="es")
```

```
TD <- TextData(diferencias, var.text=c(2), Fmin=10, Dmin=2, idiom="es",  
lower=FALSE, remov.number=TRUE, stop.word.tm=TRUE, stop.word.user=swu,  
graph=FALSE, segment=TRUE)
```

```
plot(TD)
```



25 most frequent segments



ANEXO XII. ENTREVISTA A LA RESPONSABLE DE MARKETING DE WATTPAD.

PUNTO 1: PREGUNTAS REALIZADAS.

Dear Madam,

My name is Alicia Fernández Herrero and I am a student of the bachelor's degree in Marketing and Market Research at the University of León (Spain).

I am writing to you because I need to do some research about Wattpad for my final degree thesis and I would like to know if it were possible that you answered some questions regarding your business strategies:

- What kind of promotion actions have been used in order to attract new writers to the platform?
What kind of promotion actions have been used in order to attract new readers to the platform?
Are there any available documents or reports where I may consult these data?
- What does it depend on that a Wattpad-born story be published by Wattpad Books or by another publishing house?
- Which are the most important income sources for your business?
- When a Wattpad story becomes successful and a book or a movie is therefore made, what role does Wattpad take between the writer and the publishing house/movie producer?
- What is program “Wattpad Stars” creation main goal?
Are there only English native speakers within Wattpad Stars? If it were so, do you have any plans of including other languages? Why (or why not)? Are Wattpad Stars writers seen as influencers within the platform?
- How would you define the existing relationship between your company and its partnering publishing houses/movie producers?
- How are Wattpad and the several, different brands that advertise themselves in the platform related to each other?

Thank you in advance for your consideration.

Kind regards,

Alicia Fernández Herrero

PUNTO 2: RESPUESTAS OBTENIDAS.

Hi Alicia -

Thank you so much for reaching out. Happy to help answer your questions:

What kind of promotion actions have been used in order to attract new writers to the platform?

- We aren't doing a lot right now to actively recruit new writers onto the platform, though we have done some smaller initiatives like partner with NaNoWriMo (National Novel Writing Month). Right now, a lot of our energy is focused on our existing writers on the platform and helping them understand how to better master the Wattpad platform for personal success.

What kind of promotion actions have been used in order to attract new readers to the platform?

- Same as above -- we're not actively focused on bringing new readers to the platform right now. We are lucky that we tend to have a high organic rate of people finding us and signing up.

Are there any available documents or reports where I may consult these data?

-For NaNoWriMo, you can see this blog post:
<https://blog.nanowrimo.org/post/616117100706201600/how-wattpad-can-help-you-find-your-writing-voice>

What does it depend on that a Wattpad-born story be published by Wattpad Books or by another publishing house?

- Every publishing house has a different perspective or view on the type of stories they want to publish. For Wattpad Books, we believe in the data we can see behind the stories. We say we are "Loved by readers, found by data." We use our data to find stories that otherwise may be overlooked. So, that could be the size of the reading audience, it could be how engaged the audience in the story.

Which are the most important income sources for your business?

- We have a number of revenue streams: Advertising on the platform is a big part of our revenue model -- we partner with brands for either ad space or work on larger, custom campaigns. We also bring in revenue through Wattpad Paid Stories (where we split revenue with writers) or Wattpad Premium. Wattpad Studios & Wattpad Books are other ways we bring in revenue.

When a Wattpad story becomes successful and a book or a movie is therefore made, what role does Wattpad take between the writer and the publishing house/movie producer?

It depends on the project. If it is a Wattpad Books that we are publishing ourselves, we work very closely with the writer, from editing to cover design to marketing. When it's an entertainment deal, we typically act as executive producers on the project.

What is program "Wattpad Stars" creation main goal?

-To help our writers become successful -- ideally on Wattpad! Whether that's helping their story become ready to be published, adapted or put into the Paid Stories program, we want to see our writers thrive.

Are there only English native speakers within Wattpad Stars? If it were so, do you have any plans of including other languages? Why (or why not)? Are Wattpad Stars writers seen as influencers within the platform?

-Yes, Wattpad Stars will be expanding over time to other languages -- timing is still to be determined. We do see our Stars as influencers on the platform, yes.

How would you define the existing relationship between your company and its partnering publishing houses/movie producers?

-Mutually beneficial. We help our partners find new, interesting, diverse, and fresh stories. Stories that have built-in audiences who we know would love to see their favourite Wattpad story adapted to the big or little screen.

How are Wattpad and the several, different brands that advertise themselves in the platform related to each other?

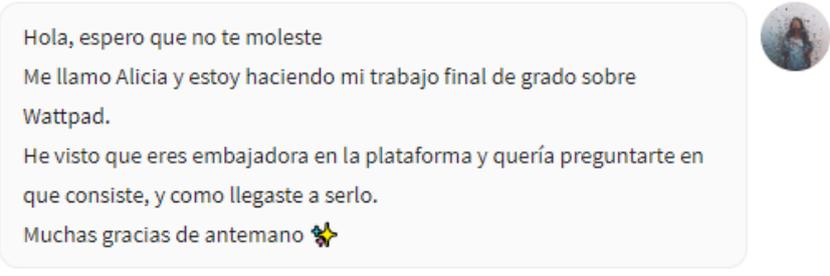
-This is mostly done automatically through programmatic advertising. We have some guidelines in terms of the types of partners we work with and we prefer to work with partners who have the same values as us. That's important.

I hope that answers most of your questions!

Emma

ANEXO XIII. PREGUNTAS A LOS EMBAJADORES DE WATTPAD.

PREGUNTA INICIAL:

A screenshot of a WhatsApp message. The message is in a light gray bubble on a white background. To the right of the bubble is a circular profile picture of a woman with long dark hair. The text of the message is: "Hola, espero que no te moleste Me llamo Alicia y estoy haciendo mi trabajo final de grado sobre Wattpad. He visto que eres embajadora en la plataforma y quería preguntarte en que consiste, y como llegaste a serlo. Muchas gracias de antemano 🙌".

Hola, espero que no te moleste
Me llamo Alicia y estoy haciendo mi trabajo final de grado sobre
Wattpad.
He visto que eres embajadora en la plataforma y quería preguntarte en
que consiste, y como llegaste a serlo.
Muchas gracias de antemano 🙌

Respuesta 1.

¡Hola! Los embajadores son lo que suele conocerse en internet como "moderadores". Es decir, usuarios que son mayores de edad y que llevan cierto tiempo en la plataforma, que son seleccionados por la empresa en sí (en este caso, Wattpad) para ayudar a otros usuarios que tengan dudas o disputas.

El embajador es un usuario más, un voluntario que recibe entrenamiento para poder responder las consultas de los demás, para guiar a quienes son nuevos en la plataforma, para ser mediadores en conflictos entre usuarios y para mantener activa a la comunidad a través de actividades.

Hay distintas especialidades en el equipo, en mi caso, yo me dedico a lo que es el "enganche", que vendría a ser la organización de actividades y concursos en los perfiles oficiales de cada género literario, además de la parte de diseño gráfico y mantención de nuestras redes sociales para usuarios hispanos. Otros embajadores tienen como foco darles la bienvenida a nuevos usuarios o realizar lectura crítica para seleccionar historias en listas de lectura de perfiles oficiales y al juzgar concursos que organizamos.

A diferencia de lo que suele creerse, el embajador no es el equipo técnico de Wattpad. No tiene relación alguna con la eliminación de historias/cuentas ni con los problemas técnicos de la plataforma. Para eso está el Soporte de Wattpad que tiene empleados reales y pagos en Canadá. El embajador puede guiar al usuario sobre cómo enviar una queja o consulta al soporte, pero no puede resolver el problema. Después de todo, un embajador es un usuario más.

Respuesta 2.

¡Hola!

¿Cómo llegué a ser Embajadora? Básicamente apliqué por formulario cuando se abrió la convocatoria en 2017, y quedé. :)

Ser Embajador, en palabras simples y concisas, es regalar un poquito de tu tiempo para aportar a una comunidad que nos da mucho como lectores y escritores.

Creo que lo que responde a todas tus preguntas lo vas a encontrar acá. Requisitos, qué hacemos, y muchos testimonios de Embajadores (está el mío, es el último).

<https://www.wattpad.com/story/108350427-%C2%BFqui%C3%A9nes-son-los-embajadores>

Espero haberte ayudado.

¡Saludos!

Respuesta 3.

Pues mira Alicia, lo primero que debes tener en cuenta es que los Embajadores somos usuarios como otro cualquiera dentro de la plataforma. Lo único que nos distingue es que ayudamos a la comunidad voluntariamente (sin recibir nada a cambio, ni dinero, ni tratos especiales). Somos usuarios que simplemente cuando vimos que colocaron una convocatoria (formulario) de que estaban en búsqueda de ayudantes, llenamos y fuimos aceptados para colaborar. Así que respondiendo a tu pregunta directamente, para llegar a ser embajador, solo tienes que llenar el formulario. Y si no te seleccionan desde la primera, vuélvelo a intentar.

Ahora bien, hay unos requisitos que se necesitan para ser Embajador (al menos para cualificar) es ser mayor de edad, activo en la comunidad de Wattpad, seguir las pautas de contenido y saber inglés (no a la perfección, pero entenderlo).

La información de luego haber sido aceptada y el trabajo que se hace interno, es algo confidencial que no puedo elaborar en ello. Pero en forma general te puedo indicar que los embajadores estamos para responder preguntas y ayudarle en lo que podamos. Ahora bien, NO somos soporte. Soporte son empleados de Wattpad, y los Embajadores no

tenemos nada que ver cuando eliminan a un usuario o alguna historia, por ejemplo. Nuestro rol es orientar a los usuarios, y realizar actividades creativas para la comunidad.

Como dije, nuestro mayor rol es orientar a los usuarios y realizar actividades para fomentar la escritura y la lectura. Todos por igual. Dicho esto, no, los embajadores no brindan extra ayuda a los escritores que tienen éxito con una editorial. No hay trato preferencial con ningún escritor (y eso que quede claro por favor). Los usuarios son todos por igual para nosotros, y el trato es el mismo. No hay preferencia con alguien que escribe mejor o no, con alguien que publicó o no con una editorial.

Ahora, si alguien desea unirse a Wattpad Stars, nosotros no tenemos nada que ver con el programa (no somos los que seleccionamos). Pero sí te puedo orientar sobre lo que es y cómo postularte.

En este enlace encontrarás la información de Wattpad Stars:
<https://www.wattpad.com/writers/opportunities/stars/>

Y en este enlace puedes postularte si entiendes tienes los requisitos:
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSegXgMXIiAMK09MSaWd79eETvnzmPAzpCAn1tTCclIXsYIEdA/viewform>

También te comparto la información de Wattpad Studios:
<http://business.wattpad.com/studios/>

Solo recuerda que los Embajadores (sea del lado anglo o hispano) no tenemos acceso a los usuarios que se postulan, ni tampoco somos los que seleccionamos a los Wattpad Stars. Todo eso es un equipo de empleados de Wattpad.

Si tienes alguna otra duda me puedes hacer cualquier otra pregunta en confianza :)

PREGUNTAS COMPLEMENTARIAS:

Muchas gracias por la información!!

Una pregunta más, los embajadores se encargan de ayudar a los usuarios que son contactados por editoriales para publicar?



Respuesta.

No, para nada. Las editoriales no tienen ninguna relación con Wattpad ni con sus empleados o voluntarios. Si un usuario pide una opinión, se la podemos dar como autores/usuarios, pero no como embajadores.

Wattpad trabaja con editoriales a través de Wattpad Studios, que es oficial. Todo lo demás depende del usuario porque no es algo oficial de la plataforma.

Comprendo, y sabes (siento mucho tanta pregunta jo) si Wattpad Studios trata con editoriales solo para publicar libros de escritores ingleses?
Lo digo por poner el ejemplo de After, que Ana Todd publicó el libro en físico, pero este aun sigue disponible en la plataforma y sin embargo libros de autores hispanos son retirados día a día porque se van a publicar



Respuesta.

Wattpad Studios ha trabajado con autores en español en el pasado, y creo que ahora están hablando con una chica (no sé los detalles porque es todo confidencial) de España para una película de una de sus historias.

Hace poco se comenzó a trabajar con el mercado hispano, hace algunos meses Wattpad anunció un contrato grande con una productora latinoamericana, por ejemplo. No sé si ya estarán evaluando obras con ellos o no.

Ahora bien, lo de si el libro puede seguir en Wattpad o no depende de cada editorial y de sus contratos. En Nova Casa no te permiten dejar el libro en Wattpad bajo contrato, en Plataforma Neo sí. Pero son decisiones editoriales, Wattpad no tiene nada que ver en lo que hagan o no hagan sus usuarios con las historias y con sus vidas comerciales.

Entonces, a veces ocurre que la editorial contacta al escritor y publica su novela sin meter a Wattpad en ello.
Y otras puede ser que Wattpad mediante Wattpad Studios contacte con X escritor para intentar hacer algo con determinadas editoriales o productoras, por lo que me comentas de la película?



Respuesta.

Exacto. Muchos autores buscan editoriales por su cuenta o reciben propuestas de editoriales de forma independiente, sin relación alguna con Wattpad. Es lo más usual.

Pocos son los casos (hasta el momento) en el mundo hispano en los que Wattpad tuvo relación o interferencia en un contrato o en lo que eso conlleva.

Asumo entonces que Wattpad Books, solo publicará (de momento) libros de personas inglesas.
¿Sabes que criterio utilizan? Quiero decir, para publicar un libro mediante Wattpad Books o para que lo publique otra editorial cualquiera.



Respuesta.

Hasta donde yo sé, Wattpad Books es una rama de Wattpad Studios y, por el momento, solo ha publicado en inglés.

Es complicado meterse en la mente de cada empresa. Wattpad tiene de su lado sistemas técnicos y algoritmos que ayudan a identificar calidad narrativa, engancho de los lectores y otros elementos para hacer una preselección antes de que humanos hagan la revisión y decisión final.

Con las editoriales es complicado porque cada una te dice lo que quiere. Algunas te dirán que buscan calidad, pero se ve que solo publican obras famosas sin siquiera corregirlas. Otras dicen que buscan hacer difusión o que realmente leyeron y disfrutaron de una novela. Hay autores que no esperan por la editorial, que mandan manuscritos por su cuenta a editores, agencias y concursos. Ya es algo que depende de cada editor o agente.