

Maggie
Louise
Freeland



ICADE

Libro electrónico vs libro de papel. Una guerra sin vencedor

Autor: Maggie Louise Freeland

Director: Mirco Soffritti

Libro electrónico vs libro de papel. Una guerra sin vencedor



MADRID | Abril 2019

ÍNDICE DE TEMAS

1. RESUMEN Y ABSTRACT	4
2. INTRODUCCIÓN	5
3. ESTUDIO DEL CAMPO	8
4. RESULTADOS	10
I. EL MERCADO GLOBAL DE LIBROS IMPRESOS Y EBOOKS	11
II. EL MERCADO ESPAÑOL DE EBOOKS	14
III. EL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE LOS LIBROS IMPRESOS Y LOS EBOOKS	17
IV. EL CONSUMIDOR	22
V. DISPOSITIVOS	31
VI. STAKEHOLDERS	39
VII. PRECIOS	43
VIII. PIRATERÍA	47
IX. PREVISIÓN DEL CONSUMIDOR	50
5. CONCLUSIÓN	53
6. BIBLIOGRAFÍA	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- i.** El pronóstico de los ingresos de eBooks en todo el mundo de 2017 a 2023 (pagina 12)
- ii.** Los ingresos de la industria del eBook en España entre 2009 y 2017 (pagina 14)
- iii.** La previsión de ingresos de eBooks en España de 2017 a 2023 (pagina 15)
- iv.** La cuota de mercado de los eBooks publicados en España entre 2009 y 2016 (pagina 16)
- v.** Los ingresos netos de la industria editorial de libros en los Estados Unidos desde 2008 hasta 2017 en miles de millones de USD (pagina 17)
- vi.** El total de ventas en librerías en los Estados Unidos desde 1992 hasta 2017 en miles de millones USD (pagina 18)
- vii.** Las ventas por unidad de libros impresos en los Estados Unidos de 2004 a 2018 en millones (pagina 19)
- viii.** El número de eBooks vendidos en los Estados Unidos de 2010 a 2017 en millones de unidades (pagina 20)
- ix.** La proporción de adultos que han leído un libro en cualquier formato en los últimos 12 meses en los Estados Unidos en 2018 por edad (pagina 23)
- x.** El conocimiento del consumidor de eBooks en todo el mundo (pagina 23)
- xi.** Los lectores de eBooks en los Estados Unidos en 2018 por edad (pagina 24)
- xii.** La preferencia del consumidor entre los eBooks y los libros impresos (pagina 25)
- xiii.** El número de libros impresos comprados en el último año (pagina 27)
- xiv.** El número de eBooks comprados en el último año (pagina 27)
- xv.** Los beneficios más populares de leer eBooks según los consumidores (pagina 29)
- xvi.** La concienciación del consumidor de los eReaders (pagina 31)
- xvii.** La proporción de adultos de EE. UU. que poseen un lector electrónico de 2009 a 2016 (pagina 33)
- xviii.** Los tipos de eReaders que tienen los consumidores en los Estados Unidos en abril de 2017 (pagina 34)
- xix.** Las características de eReader que son importantes para los consumidores (pagina 35)
- xx.** El tipo de dispositivo utilizado por los consumidores al leer un eBook (pagina 37)
- xxi.** La cuota de eBooks de las ventas de editores de EE. UU. De 2006 a 2012 (pagina 41)
- xxii.** La opinión del consumidor sobre precios apropiados para eBooks (pagina 45)
- xxiii.** ¿Sabes que hay muchos eBooks disponibles en forma gratuita? (pagina 47)
- xxiv.** ¿Alguna vez ha leído un eBook pirata? (pagina 48)
- xxv.** Los planes futuros de los consumidores para la lectura (pagina 51)

1. Resumen y abstract

Este documento analiza el impacto de la aparición de libros electrónicos, también conocidos como eBooks, en libros impresos, y si los eBooks reemplazarán o no a los libros impresos. Después de realizar un estudio de los consumidores y analizar otros estudios sobre el tema, el autor puede concluir que los eBooks han tenido un gran impacto en los libros impresos, sin embargo, los eBooks no reemplazarán a los libros impresos en el futuro cercano. Aunque los eBooks han crecido en popularidad y ofrecen una gama de beneficios únicos, los consumidores aún mantienen una preferencia por los libros impresos.

Palabras clave: eBook, libro impreso y ePublishing

This paper analyses the impact of the emergence of electronic books, also known as eBooks, on print books, and whether or not eBooks will replace print books. After conducting a consumer study and analyzing other studies on the topic, the author can conclude that eBooks have had a great impact on print books, however eBooks will not replace print books in the near future. While eBooks have gained popularity among consumers and offer a range of unique benefits, consumers still retain a preference for print books.

Key words: eBook, print book, and ePublishing

2. Introducción

Objetivo: El presente trabajo de investigación académica se centra en analizar el impacto de la invención de eBooks en el mercado de libros impresos y en crear una previsión para ambos mercados. Específicamente, a través de los datos analizados a lo largo de este documento, se comprenderá a fondo cada aspecto relevante de los dos mercados que confieren. Este tema es relevante ya que los eBooks se están desarrollando rápidamente en todo el mundo y el resultado de los dos mercados en conflicto afectará a una multitud de stakeholders.

Metodología: Para conseguir el objetivo, se recurrió la observación, ya que permite una comprensión más completa del aspecto del consumidor del mercado de eBooks y libros impresos. Sin embargo, la comprensión integral del comportamiento del consumidor es solo una parte del objetivo general. Por lo tanto, este documento también compara estos hallazgos con estudios previamente establecidos, así como con revistas revisadas por pares. Dado que se trata de examinar cada factor involucrado en el desarrollo de ambos mercados, este enfoque múltiple es, por lo tanto, una necesidad.

La metodología utilizada para obtener el objetivo proporciona una gran cantidad de información para ser evaluada y comparada, lo que le da a este estudio una comprensión más precisa del objetivo general. Sin embargo, no existe una metodología sin limitaciones. La principal limitación de esta metodología son las restricciones en la información recopilada a través de la observación, como la motivación detrás de los comportamientos de compra del consumidor y la dificultad de extrapolar la información obtenida de la encuesta a toda la población.

Fuentes de información. El objetivo se logrará a través de la información proporcionada por proveedores de datos acreditados como AuthorEarnings, Bureau of Labor Statistics, El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, FGEE, Pew Research Center, Publishers Weekly PwC, Statista, y The Digital Reader. Los datos serán respaldados por revistas arbitradas sobre el tema, como “Understanding the E-Book Plateau Through the RDA Model”, “Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies Are Changing the Face of the Publishing Industry”, “Gutenberg y Today's Media Change”, “Antitrust Enforcement in the Developing E-Book Market: Apple, Amazon, and the Future of the Publishing Industry”, “Pulp Science: Education and Communication in the Paperback Book Revolution”, “Measuring the Effects of Lighting on the Readability of Electronic Devices”, “The Kindle Arrives in Time and Makes Everyone a Publisher”, “The Role of e-Books in Reshaping the Publishing

Industry”, “When Creators, Corporations and Consumers Collide: Napster and the Development of on-Line Music Distribution”, y “The Usefulness Metrics of the Most Popular EReader Used by Higher Education Students”.

Estado de la cuestión: Uno de los pasatiempos más populares hoy en día es leer libros, a pesar de la creciente influencia de la tecnología en las vidas humanas (Fussel, 2001, p. 7). Como tal, la industria del libro es un sector robusto y rentable (PwC, n.d.). Sin embargo, desde la aparición de los eBooks, la industria del libro ha sufrido inmensos cambios. El debate que rodea la viabilidad de los eBooks no es nuevo. En las últimas dos décadas, los eBooks han crecido en popularidad y han generado más preguntas que respuestas. Los stakeholders en la industria del libro tienen preocupaciones con respecto al futuro de la publicación. Desde los editores, los minoristas tradicionales, los minoristas en línea y los consumidores, los eBooks han provocado cambios innegables. De estos cambios se han planteado muchas preocupaciones. Los stakeholders desean saber si la publicación impresa se moverá completamente a la electrónica y si la industria enfrentará la misma infracción de derechos de autor y piratería que la industria musical.

En resumen, la aparición de los eBooks hace que sea necesario y útil reevaluar el futuro de los libros impresos. Se necesita una evaluación del impacto en cada parte interesada para comprender el desarrollo completo de los eBooks y los libros impresos.

Muchos estudios han tratado de responder estas preguntas; sin embargo, el mercado de eBooks está cambiando constantemente a medida que avanza la tecnología, y se necesita más observación para comprender el mercado actual. Por lo tanto, en este trabajo, las observaciones actuales se evaluarán y analizarán junto con estudios previamente establecidos y revistas revisadas por pares. Además, la investigación establecida sobre el efecto de los eBooks no incluye el impacto de la infracción de derechos de autor y la piratería. Por lo tanto, este trabajo comparará la infracción de derechos de autor de la industria musical.

Partes del TFG: El trabajo es estructura en cuatro partes. En la primera, se presenta la justificación que establece la aparición de los eBooks, así como su efecto en el mercado de libros impresos. Los objetivos específicos también se indican en esta parte. En la segunda sección, se describe la metodología. En la tercera parte, los principales resultados del estudio y los datos externos se agrupan en ocho bloques: el mercado global, el mercado de España, el mercado de los EE. UU., Los consumidores, los dispositivos, las stakeholders, los precios, la

piratería y el pronóstico del consumidor. En el bloque final, se extraen las principales conclusiones.

3. Estudio del campo

El objetivo del trabajo es evaluar el impacto de la invención de los eBooks en el mercado de libros impresos a través del análisis de los cambios observables en una multitud de factores relacionados. Más que solo evaluar el impacto de este cambio, está destinado a crear un pronóstico para el mercado de libros impresos y el mercado de eBook, con el fin de determinar el resultado inevitable de la invención de los eBooks.

El estudio de campo utilizado para los fines de este trabajo está respaldado por observaciones similares realizadas por fuentes acreditadas en la industria y informes de la industria. Las observaciones de trabajos anteriores son exámenes del comportamiento del consumidor relacionado con las industrias examinadas. Los datos de la industria informados públicamente se refieren a ventas por unidad, tasas de crecimiento e ingresos de libros impresos y libros electrónicos, entre otros.

El propósito del estudio de campo es lograr el objetivo y evaluar el impacto en ambas industrias y proporcionar un pronóstico preciso. La metodología utilizada para el estudio de campo es una combinación de observaciones cualitativas e información proporcionada por estudios previos e informes de la industria. Las observaciones cualitativas se recopilan a través de una encuesta en línea sobre el comportamiento del consumidor con respecto a los eBooks y los libros impresos.

Las variables de análisis utilizadas son una variedad de medidas de comportamiento del consumidor con respecto a la demografía, el conocimiento del consumidor, el comportamiento de compra y las preferencias. El objetivo de estas variables es proporcionar una evaluación completa del impacto de la invención de los eBooks en los comportamientos de los consumidores y extrapolar los resultados para proporcionar un pronóstico confiable para ambas industrias. A partir de los hallazgos, este trabajo medirá el impacto de la invención de los eBooks en los consumidores en función de sus diferentes características demográficas, centrándose específicamente en la edad. También evaluará la comprensión del consumidor de eBooks, lectores electrónicos y contenido pirateado. Luego analizará los comportamientos de compra de los consumidores y las preferencias generales con respecto a la lectura de eBooks, libros impresos y el uso de dispositivos de lectura electrónicos. A través de una comprensión integral de cada variable de análisis, se logrará el objetivo de este trabajo.

La muestra ha sido seleccionada para lograr el objetivo del trabajo. Al comprender que la lectura es un pasatiempo global y que los eBooks y lectores electrónicos han tenido un impacto en todo el mundo, la encuesta se puso a disposición de los participantes dispuestos en todo el mundo. A través de una encuesta en línea creada a través de Google Forms, la encuesta se puso a disposición en línea. La encuesta se realizó durante enero y febrero de 2019. Los encuestados pudieron completar la encuesta en inglés o español. Se permitió que personas de todas las edades y antecedentes completaran la encuesta.

4. Resultados

Los datos recopilados de la encuesta están disponibles públicamente en línea en este enlace; <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Tu-hI28DCu1QEQ33xgWYyjcG6b-ZGfOpeoO5YF-3cr8/edit?usp=sharing> . La encuesta tiene 204 encuestados, con 43 respuestas en español y 161 respuestas en inglés. Los datos demográficos de los encuestados son los siguientes; El desglose por edad es de 2 encuestados menores de 18 años, 113 encuestados de 18 a 24 años, 42 encuestados de 25 a 34 años, 22 encuestados de 35 a 44 años, 11 encuestados de 45 a 54 años, 14 encuestados de 55 a 64 años y 0 encuestados mayores de 65 años. La distribución por género es de 115 mujeres y 49 hombres. La distribución geográfica es de 119 encuestados de Europa, 50 de América del Norte, 13 de América del Sur, 16 de Asia, 1 de África y 5 de Australia / Oceanía.

Los resultados sobre el comportamiento del consumidor se analizarán en profundidad en el resto de este documento. Estos resultados se compararán y contrastarán con los hallazgos de estudios anteriores, así como con los informes de la industria pública.

i. El mercado global de libros impresos y eBooks

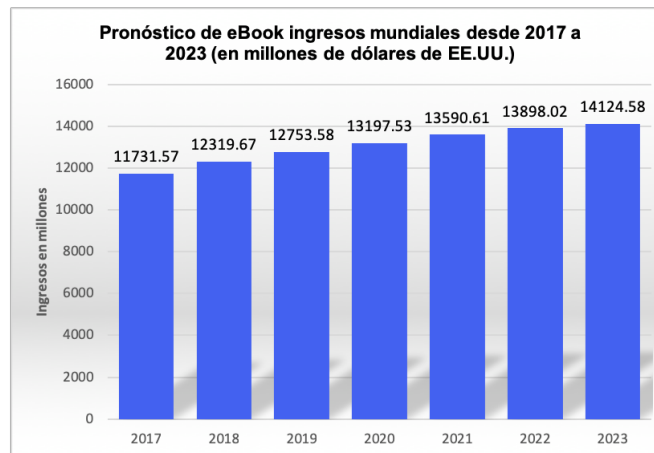
Comprender el mercado actual de eBooks y libros impresos es un importante primer paso en el análisis general del futuro de ambas industrias. Según diversas fuentes acreditadas sobre estadísticas de la industria e informes de ventas, los mercados de libros y eBooks han cambiado drásticamente desde la aparición de eBooks. Esta sección explicará la invención de los eBooks, analizará la tasa de crecimiento anual compuesta de los ingresos de publicación de libros globales, y el pronóstico de los ingresos de publicación electrónica por segmento en todo el mundo. Utilizando la información proporcionada a través de “Gutenberg and Today’s Media Change”, PwC, y Statista DMO, esta sección proporcionará un análisis exhaustivo del mercado mundial de libros hoy en día.

El primer eBook fue inventado en 1971, a través del Proyecto Gutenberg de la Universidad de Illinois, iniciado por Michael Hart. Su primer aporte al Proyecto Gutenberg fue una versión mecanografiada de la Declaración de Independencia de los Estados Unidos de América el 4 de julio de 1971. Este acto dio a luz al Proyecto Gutenberg. La función principal del Proyecto Gutenberg fue "fomentar la creación y distribución de eBooks". Los siguientes trabajos que se agregaron a la primera biblioteca digital fueron la Carta de Derechos de los Estados Unidos, la Constitución de los Estados Unidos, la Biblia King James y "Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas". Los avances iniciales con el Proyecto Gutenberg progresaron lentamente, solo agregando un libro por mes. Para 1997, el Sr. Hart solo había agregado 313 eBooks. Hoy se puede acceder a más de 57,000 libros a través del Proyecto Gutenberg (Fussel, 2001, p. 8). Desde la invención de los libros electrónicos, toda la industria de los libros ha cambiado drásticamente.

Para comprender la magnitud de los cambios causados por la aparición de libros electrónicos, este trabajo evaluará primero el crecimiento de los ingresos mundiales en la industria editorial. PwC proporcionó información sobre la tasa de crecimiento anual compuesta de los ingresos mundiales de publicación de libros entre 2016 y 2021, que se clasificó por región y categoría. El crecimiento total en todo el mundo es del 1,1%, con el mayor crecimiento en la categoría de consumidores, con un crecimiento de 1,6%. Categorías educación y profesional muestran una tasa de crecimiento menor de 0,5%. El mayor crecimiento total por región se encuentra en la región de Asia y el Pacífico con un 2,5%. El segundo mayor crecimiento total se encuentra en la región norteamericana con un crecimiento compuesto de 1%. La mayor disminución se encuentra en la región EMEA, que incluye Europa, Oriente Medio y Asia, y muestra una disminución de -0,2%. La información muestra que el mayor crecimiento compuesto está en la

categoría de consumidores en la región de América del norte, con un crecimiento total de 2,9%. La mayor disminución del crecimiento también se encuentra en la región de América del Norte, dentro de la categoría educativa, con una disminución general del -1,5%. La región de EMEA muestra poco o ningún crecimiento en la industria del libro con una disminución del -0,5% en las categorías de consumidores y profesionales (PwC, n.d.).

A partir de estos datos, se puede concluir que los ingresos globales para la industria de la publicación están creciendo. El área de crecimiento más rápido es la categoría de consumidores en Norteamérica. Dado el propósito de este documento, para examinar los efectos de los eBooks en libros impresos, el foco principal será en la categoría de más rápido crecimiento, la categoría de consumidores en Norteamérica.



La tabla anterior muestra el pronóstico de los ingresos de eBooks en todo el mundo de 2017 a 2023 en millones USD, según la información proporcionada por Statista DMO. Statista proporciona DMO, o Digital Market Outlook, que ofrece pronósticos, perspectivas del mercado e indicadores clave de desempeño en mercados relevantes en la economía digital. La información proporcionada para los años 2017 y 2018 son ingresos reales, mientras que los años 2019 a 2023 se pronostican a través de la DMO de Statista.

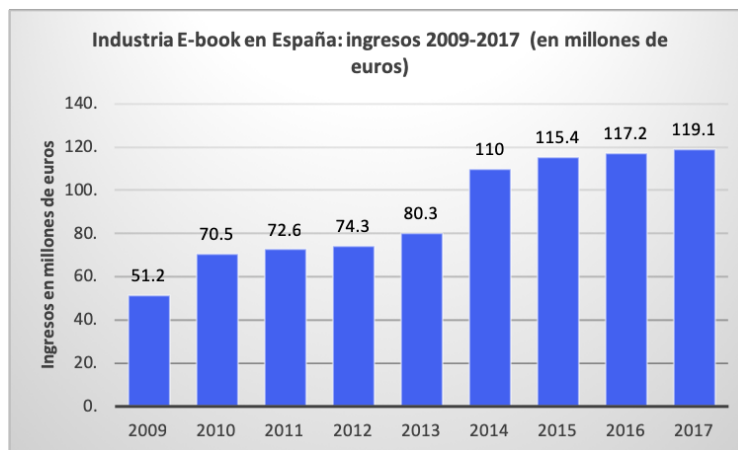
En 2017, los ingresos reportados para el mercado de eBooks fueron 11.731 millones USD. Este número creció en 2018 a 12,319 millones USD, lo que representa un incremento del 5.01%. El ingreso mundial previsto para eBooks en 2019 es de 12.753 millones USD, que se espera que aumente a 14.124 millones USD en 2023. Esto significaría un aumento general esperado en los

próximos 4 años del 10.75%. De esta información se puede concluir que se espera que los ingresos del eBook aumenten en el futuro (Statista DMO, n.d.).

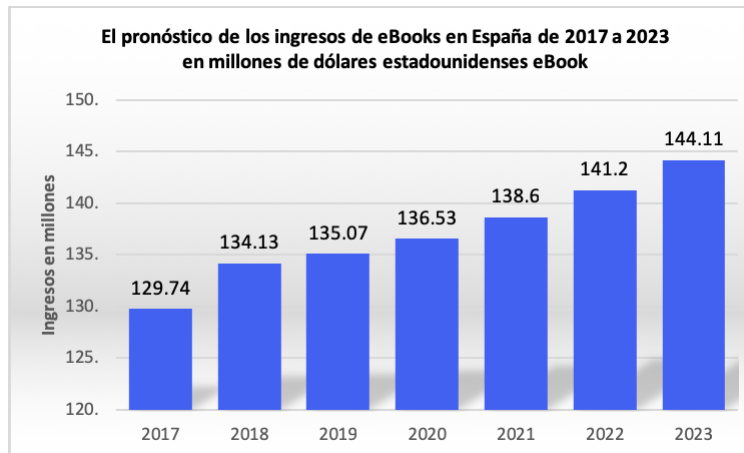
Los resultados generales del mercado mundial muestran el crecimiento del mercado editorial. A través del análisis de la información proporcionada por “Gutenberg and Today’s Media Change”, PwC, y Statista DMO, esta sección ha extraído importantes conclusiones sobre el mercado de libros impresos y el mercado de eBooks. A través del análisis de la tasa de crecimiento anual compuesta de los ingresos mundiales de publicación de libros, se puede concluir que el mercado global de ingresos para la publicación está creciendo. La mayor área de crecimiento se encuentra en la categoría de publicaciones de consumidores de América del Norte. Al analizar el pronóstico de los ingresos de publicación electrónica por segmento en todo el mundo, se puede concluir que se espera que los ingresos de publicación electrónica aumenten en un futuro próximo. Dados los intereses personales del autor en España y los Estados Unidos, ambos mercados serán analizados con mayor detalle en las próximas secciones.

ii. El mercado español de eBooks

Dada la importancia del mercado español, este trabajo analizará en profundidad la industria de los eBooks dentro del mercado español. Esta sección analizará los ingresos netos de la industria editorial de eBooks españoles, los ingresos previstos del mercado de eBooks españoles y la cuota de mercado de los eBooks publicados en España. Utilizando la información facilitada a través de la Federación de gremios de editores de España, el Ministerio de educación, cultura y deporte, y Statista DMO, este trabajo proporcionará un análisis exhaustivo del mercado de libros españoles.



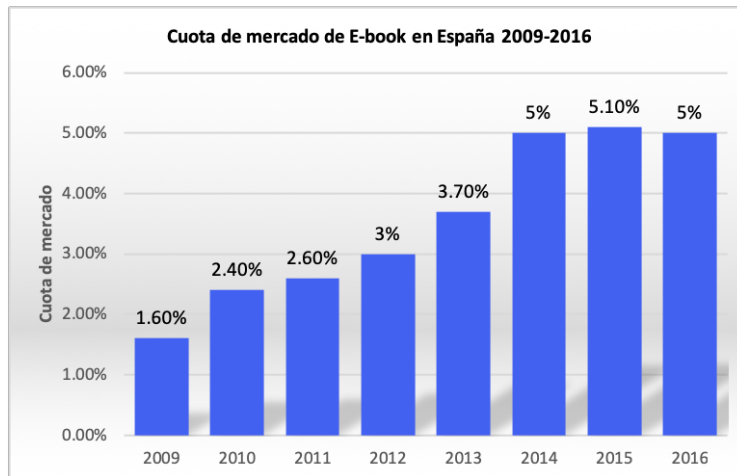
El gráfico anterior muestra los ingresos de la industria del eBook en España entre 2009 y 2017. Esta información es facilitada por un informe a través de la Federación de Gremios de Editores de España, la FGEE. Los ingresos del eBook comienzan en 51,2 millones euros en 2009, esta cifra aumenta lentamente hasta 2013 cuando alcanza los 80,3 millones euros. A continuación, los ingresos aumentan en gran medida en 2014 a 110 millones euros. Los ingresos aumentan constantemente hasta 2017 cuando alcanza los 199,1 millones euros (FGEE, n.d.). Esto muestra un aumento total de 132.62% en los últimos 8 años en España.



El gráfico anterior muestra la previsión de ingresos de eBooks en España de 2017 a 2023 en millones USD en base a la información proporcionada por Statista DMO. La información proporcionada para los años 2017 y 2018 son ingresos reales, mientras que los años 2019 a 2023 se prevén a través de la DMO de Statista. En 2017 los ingresos reportados para el mercado de eBooks fueron de 129.74 millones USD. Este número creció en 2018 a 134.13 millones USD. Los ingresos mundiales previstos para eBooks en 2019 es de 135.07 millones USD, que se espera que aumente a 144.11 millones dólares estadounidenses en 2023. Esto significaría un aumento esperado general en los próximos 4 años del 6,69%. A partir de esta información se puede concluir que se espera que los ingresos de eBooks aumenten en el futuro en España (Statista DMO, n.d.).

En comparación con los ingresos globales de eBooks, se espera que los ingresos proyectados españoles y globales aumenten continuamente. Los ingresos proyectados globales muestran un aumento esperado en los próximos 4 años de 10,75%.

En comparación con la información proporcionada por la Federación de Gremios de Editores de España, la superposición en el año 2017 muestra los diferentes ingresos declarados. Mientras la FGEE muestra ingresos de 199.1 millones de dólares, Statista muestra 129.74 millones de dólares. La diferencia puede ser debida a las distintas técnicas para recoger información de las diferentes fuentes.

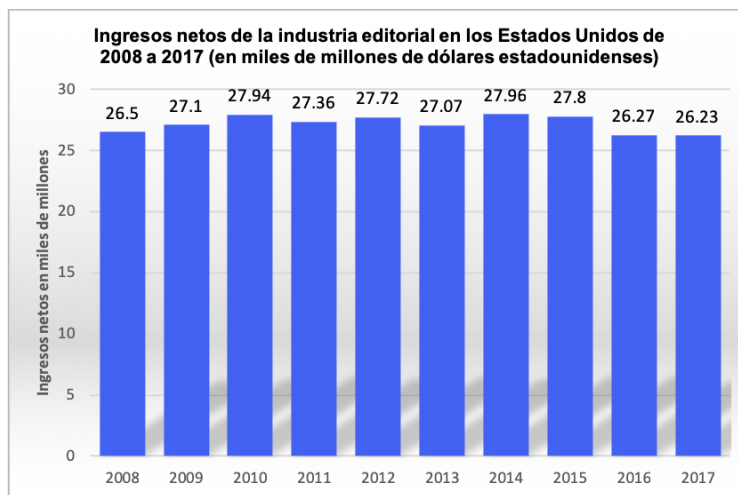


El gráfico anterior presenta la cuota de mercado de los eBooks publicados en España entre 2009 y 2016. Esta información es proporcionada por el Ministerio de educación, cultura y deporte. La cuota de mercado es de 1,60% en 2009, este porcentaje aumenta constantemente hasta 2013 cuando alcanza el 3,70%. La cuota de mercado de los eBooks aumenta sustancialmente en 2014 cuando alcanza el 5% del mercado. La cuota de mercado aumenta ligeramente en 2015, a 5,1% y se reduce a 5% en el 2016 (el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, n.d.). Los resultados de este gráfico muestran que la cuota de mercado aumentó continuamente hasta 2015, luego se estancó. A partir de esta información se puede concluir que la cuota de mercado de los eBooks ha aumentado lentamente en los últimos 7 años. Esta información se comparará con la información sobre el mercado de los Estados Unidos en la siguiente sección.

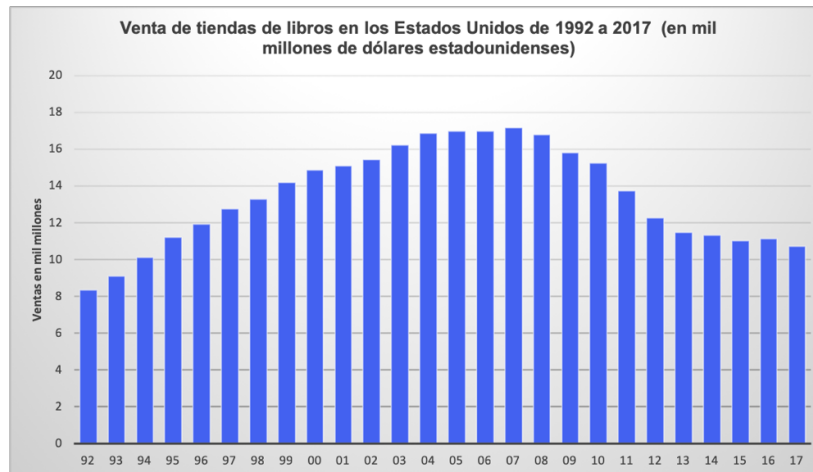
Los resultados generales del mercado español muestran el crecimiento del mercado de eBooks. A través del análisis de la información proporcionada por FGEE, el Ministerio de educación, cultura y deporte, y Statista DMO, esta sección ha extraído importantes conclusiones sobre el mercado de eBooks en España. A través del análisis de los ingresos de la industria del eBook, se puede concluir que la industria esté creciendo. Al analizar la previsión de ingresos de eBooks, se puede concluir que se espera que los ingresos de eBooks aumenten en el futuro. La cuota de mercado de los eBooks publicados muestran que la cuota de mercado aumentó continuamente hasta 2015, luego se estancó. La siguiente sección examinará el mercado de libros en los Estados Unidos y realizará comparaciones entre el mercado español.

iii. El mercado estadounidense de los libros impresos y los eBooks

Según el tamaño e importancia económica de los EE. UU, este trabajo se centrará en el mercado estadounidense con mayor profundidad. Esta sección analizará los ingresos netos de la industria editorial de libros de los EE. UU., las ventas totales en librerías de los EE. UU., las ventas unitarias de libros impresos, las preferencias de los consumidores entre las compras de libros impresos en línea y en las tiendas, y el número de ventas de eBooks. Utilizando la información proporcionada a través de Statista, la Oficina del Censo de los EE. UU., Publishers Weekly y AuthorEarnings, este trabajo proporcionará un análisis exhaustivo del mercado de libros impresos y eBooks en los EE. UU.



En el gráfico anterior, se muestran los ingresos netos de la industria editorial de libros en los Estados Unidos desde 2008 hasta 2017 en miles de millones USD. El ingreso neto varía poco durante los 10 años, con el ingreso neto más alto en 2014 con 27.96 mil millones USD y el ingreso neto más bajo en 2017 con 26.23 mil millones USD (The Digital Reader, n.d.). Esta información muestra que los ingresos de la industria editorial se han mantenido relativamente constantes.



El gráfico anterior muestra el total de ventas en librerías en los Estados Unidos desde 1992 hasta 2017 en miles de millones USD. En 1992, las ventas de las librerías en los Estados Unidos fueron de 8.33 mil millones USD. Las ventas crecieron continuamente hasta su pico en 2007, con ventas totales de 17.17 millones USD. Esto muestra un aumento del 106,12% en las ventas de las librerías a lo largo de 15 años. Entonces, las ventas disminuyeron continuamente, con solo 10.73 mil millones USD reportados para ventas de librerías en 2017. Esto representa un descenso general del 37.5% en solo diez años (Oficina del Censo de EE. UU.).

En comparación con los ingresos netos de la industria editorial de libros en los Estados Unidos, que mostró ingresos netos bastante constantes en los últimos diez años, las ventas de las librerías en el mismo período mostraron una disminución. En 2008, las ventas de las librerías en los Estados Unidos fueron de 16.8 mil millones USD, que disminuyeron a 10.73 mil millones USD en 2017. La causa de la disminución en las ventas de las librerías en los Estados Unidos puede deberse a los minoristas en línea como Amazon, que pueden proporcionar el envío gratuito de libros a través de su tienda en línea. El efecto de las opciones de compra del consumidor se examinará más adelante en esta sección.



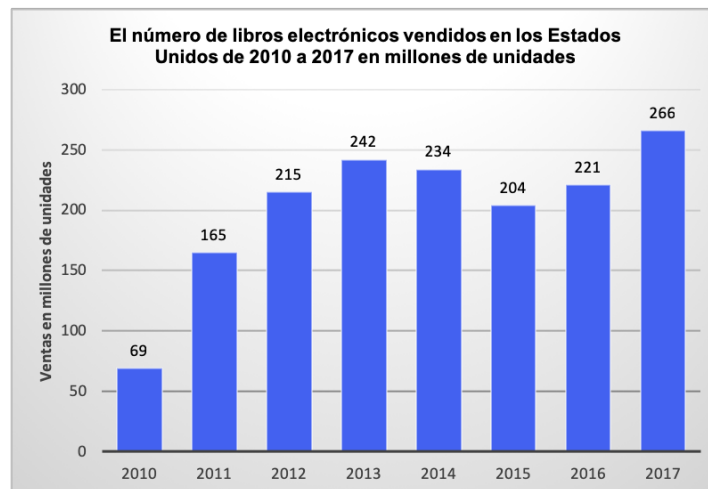
Este gráfico representa las ventas unitarias de libros impresos en los Estados Unidos de 2004 a 2018 en millones. Las ventas unitarias aumentaron de 648 millones en 2004 a 778 millones en 2008, lo que representa un incremento del 20,06%. Las ventas disminuyen hasta su punto más bajo en 2012 con 591 millones de libros, lo que representa una disminución de 23.14%. Sales decrease to its lowest point by 2012 in 591 million, which represents a decrease of 23.14%. Sales begin to increase again after 2012 and increase continuously, with sales per unit of 695 in 2018. Esto representa un aumento de ventas unitarias de 17.60% (Publishers Weekly, n.d.). Según la tendencia de las ventas, se puede suponer que las ventas de libros impresos seguirán aumentando en los próximos años.

En comparación con las ventas totales de librerías en los Estados Unidos de 1992 a 2017, que mostraron un aumento en las ventas hasta 2007 y luego redujo las ventas hasta el año más reciente; este gráfico muestra una disminución hasta 2012 y luego aumenta hasta 2018. La diferencia entre de los dos gráficos se puede encontrar en la forma en que los consumidores compran libros impresos. Ambos gráficos muestran una disminución en las ventas tras la gran recesión en 2008, sin embargo, las ventas en libros impresos aumentan nuevamente a medida que se recupera la economía de los Estados Unidos. La razón detrás de la incapacidad de las librerías para recuperarse de la recesión es que los consumidores ahora pueden comprar libros impresos en línea a través de minoristas en línea como Amazon.

Una encuesta sobre hábitos de compra del consumidor para libros impresos se realizó en los Estados Unidos, del 4 al 12 de abril de 2017 por Statista Survey. Hubo 932 encuestados que son mayores de 18 años, hablan inglés, y han comprado un libro en el último año. De acuerdo

con la información recopilada, la forma menos probable de comprar un libro impreso es sólo en la tienda, y sólo el 13% de los encuestados dice que compran la mayoría de sus libros impresos en la tienda. Mientras que el 24% de los encuestados afirma que sus libros por igual en línea y en la tienda. Luego, el 22% dijo que realiza la mayoría de sus compras en línea y el 21% dijo que hace todas sus compras en línea (Statista Survey, n.d.). Dada la información proporcionada en esta encuesta, es evidente que existe una preferencia del consumidor por la compra de libros impresos en línea.

En comparación con las ventas totales de la librería y las ventas unitarias de libros impresos en los Estados Unidos, esto puede ser la causa de la disparidad entre los dos gráficos. La preferencia de los consumidores por las compras en línea explica la continua disminución de las ventas en las librerías, a pesar del aumento en las ventas generales de libros en los Estados Unidos.



Este gráfico representa el número de eBooks vendidos en los Estados Unidos de 2010 a 2017 en millones de unidades. El número de eBooks vendidos aumenta de 69 millones de eBooks en 2010 a 242 millones de eBooks en 2013, lo que representa un aumento del 250,72% en 3 años. El número de eBooks vendidos disminuye a 204 millones en 2015, lo que representa una disminución de 15,70% en 2 años. Las ventas de eBooks luego aumentan en un 30,39% en los próximos dos años, con 266 millones de eBooks vendidos en 2017 (AuthorEarnings, n.d.). Según la tendencia de las ventas, se puede suponer que las ventas de eBooks seguirán aumentando en los próximos años.

En comparación con las ventas unitarias de libros impresos en los Estados Unidos de 2004 a 2018, existen algunas similitudes. Las ventas de libros impresos disminuyeron desde 2010 hasta 2012, que fue un período de crecimiento para los eBooks. Durante la disminución de las ventas de eBooks entre 2013 y 2015, las ventas de libros impresos aumentaron. Aunque los dos gráficos no son enteramente lo opuesto, puede haber una relación inversa entre las ventas de libros impresos y eBooks.

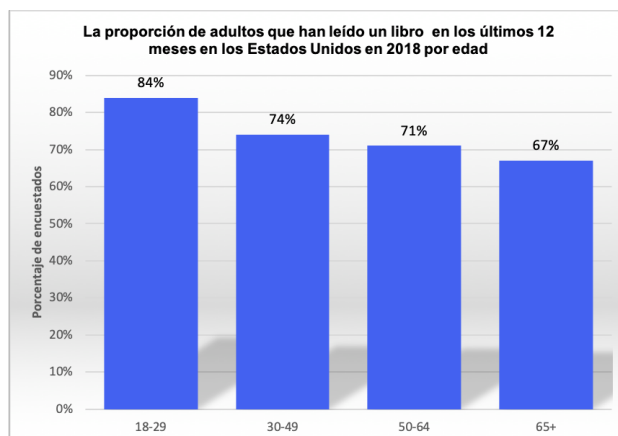
En comparación con las ventas de eBooks en España, que mostraron un aumento continuo durante los últimos 8 años, las ventas de eBooks en los Estados Unidos tuvieron un período de descenso de las ventas de 2013 a 2015.

Los resultados generales del mercado de EE. UU. muestran ingresos netos de publicación constantes, el redujo de las ventas en librerías, el aumento de las ventas de libros impresos, la preferencia del consumidor por las compras de libros en línea y el aumento de las ventas de eBooks. A través del análisis de la información proporcionada por Statista, la Oficina del Censo de los EE. UU., Publishers Weekly y AuthorEarnings; esta sección ha sacado conclusiones importantes sobre los mercados de eBooks y eBooks de EE. UU. El análisis de los ingresos netos de la industria editorial en la última década muestra fluctuaciones marginales. El estudio de las ventas en las librerías muestra una tendencia a la baja en las ventas, lo que llevará a una continua disminución de las ventas en el futuro. En contraste, el análisis de las ventas totales de libros impresos unitarios muestra una tendencia a aumentar las ventas de libros impresos, lo que puede llevar a un aumento en las ventas de libros impresos en los próximos años. A través del análisis de las preferencias del consumidor entre la compra de libros impresos en línea y en la tienda, es evidente que existe una preferencia del consumidor por la compra de libros impresos en línea. La preferencia de los consumidores por las compras en línea explica la continua disminución de las ventas en las librerías, a pesar del aumento en las ventas generales de libros en los Estados Unidos. Por último, el análisis de ventas de eBooks muestra que seguirán aumentando en el futuro y puede haber una relación inversa entre las ventas de libros impresos y eBooks. Los comportamientos del consumidor que influyen en estos ingresos y las estadísticas de ventas se examinarán en la próxima sección, el consumidor.

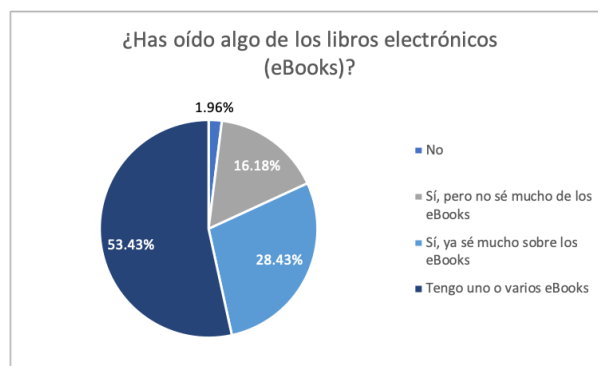
iv. El consumidor

Como el documento ya analizó el mercado actual de libros y eBooks, tanto a nivel mundial como dentro de España y los Estados Unidos, ahora examinará las diferentes características demográficas, preferencias y comportamientos de los consumidores en este mercado, junto con un análisis del conocimiento del consumidor de eBooks. Esta sección analizará los motivos de la lectura entre adultos, el desglose por edad de los lectores de libros, el conocimiento del consumidor de eBooks en todo el mundo, el desglose por edad de los lectores de eBooks, la preferencia del consumidor entre los eBooks y los libros impresos si el costo no fue un factor, el consumo de libros por formato, la cantidad de libros impresos individuales comprados en los últimos 12 meses, la cantidad de eBooks comprados en el último mes, las actitudes de los consumidores hacia los libros y eBooks, y los beneficios más populares de leer eBooks de acuerdo con los consumidores. Utilizando la información proporcionada a través de Statista, Pew Research Center y los datos de propiedad exclusiva recopilados a través de una encuesta en línea, este documento proporcionará un análisis exhaustivo del consumidor.

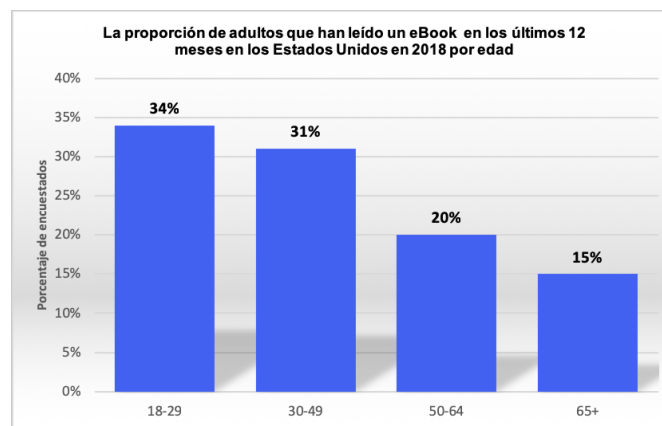
Se realizó una encuesta sobre los motivos de la lectura entre adultos en los Estados Unidos a partir de abril de 2017. Los encuestados son 1.020 adultos que hablan inglés y leen libros o periódicos. La encuesta se realizó entre el 4 y el 12 de abril de 2017. La razón más frecuente para leer entre los encuestados fue por placer, con el 98% de los encuestados eligiendo esta respuesta. La segunda opción más popular fue "investigar temas de interés personal" con el 45% de los encuestados que seleccionaron esa opción. La tercera respuesta más frecuente fue "mantenerse al día con los eventos actuales", que representa el 29% de los encuestados. Las dos últimas opciones, "para el trabajo o la escuela" y "otras" representan el 11% y el 2% de los encuestados, respectivamente (Statista Survey, n.d.). Los hallazgos de este estudio muestran que la razón más popular para leer es por placer. Comprender las razones detrás de por qué los consumidores leen puede ayudar a comprender los cambios en el mercado general y las implicaciones de la aparición de eBooks y eReaders.



La gráfica anterior representa la proporción de adultos que han leído un libro en cualquier formato en los últimos 12 meses en los Estados Unidos en 2018 por edad. La información se recopiló a través de una encuesta realizada por Pew Research Center durante el período del 3 al 10 de enero de 2018. Hubo 2.020 encuestados que hablan inglés. Según los datos obtenidos, el grupo de edad con mayor prevalencia de haber leído un libro en cualquier formato dentro de un año fue el de los jóvenes de 18 a 29, con el 84% de los encuestados que leer un libro en el último año. La prevalencia de la lectura en realidad disminuye sustancialmente en el siguiente grupo de edad, y solo el 74% de las personas de 30 a 49 años responde que sí a la encuesta. El porcentaje de personas que leyeron un libro en el último año disminuyó nuevamente en el siguiente grupo de edad, 50-64 años, a 71%. Por último, la prevalencia más baja de personas que han leído un libro dentro de los 12 meses se encuentra en el grupo de más de 65 años, con el 67% de las personas que han leído un libro en el último año (Pew Research Center, n.d). De estos datos, se puede concluir que el mayor mercado de libros estaría entre los grupos de edad más jóvenes, 18-29.



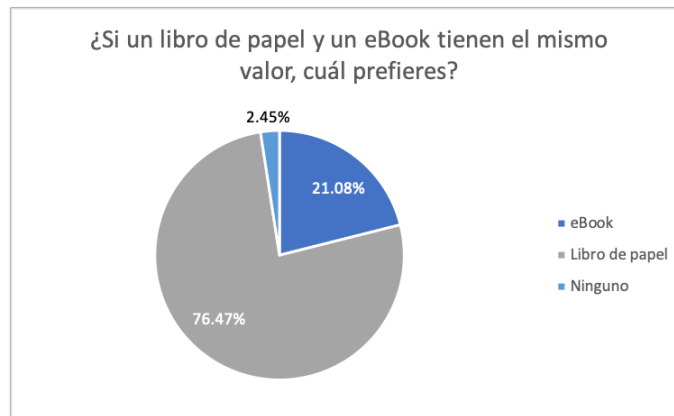
El cuadro anterior representa el conocimiento del consumidor de eBooks en todo el mundo. La información se proporciona a través de una encuesta realizada con el único propósito de este documento. Hubo 204 encuestados, todos mayores de 18 años, incluidos los hablantes de inglés y español. De acuerdo con la información recopilada, la respuesta más frecuente es "Tengo uno o varios eBooks" con 53.43% de encuestados o 109 encuestados. La segunda respuesta más frecuente, "Sí, ya sé mucho sobre los eBooks" representa el 28.43% o 58 encuestados. La tercera respuesta más frecuente es "Sí, pero no sé mucho de los eBooks", representa el 16.18% o 33 encuestados. Y, por último, la respuesta menos frecuente es "no" con solo 1.96% o 4 encuestados. Según esta información, el 98% de los consumidores tienen cierta comprensión de los eBooks.



Este gráfico representa a los lectores de eBooks en los Estados Unidos en 2018 por edad. La información fue recopilada por una encuesta realizada por Pew Research Center entre el 3 y el 10 de enero de 2018. Hubo 2002 encuestados. Según los datos recopilados, el grupo de edad con la mayor prevalencia de lectura de eBooks fue 18 -29 años con el 34% de los encuestados que han leído un eBook. La prevalencia de la lectura disminuye ligeramente en el siguiente grupo de edad, y solo el 31% de las personas de 30 a 49 años responde que sí a la encuesta. El porcentaje de personas que han leído un eBook disminuyó sustancialmente de nuevo en el siguiente grupo de edad, 50-64 años, hasta el 20%. Por último, la prevalencia más baja de personas que han leído un eBook se encuentra en el grupo de más de 65 años, con un 15% de las personas que han leído un eBook. A partir de estos datos, se puede concluir que el mercado de mayor edad para los eBooks estaría entre el grupo de edad más joven, 18-29 (Pew Research Center, n.d.).

En comparación con el gráfico analizado anteriormente (la proporción de adultos que han leído un libro en cualquier formato en los últimos 12 meses), la información recopilada es bastante

similar. Ambos gráficos muestran que la mayor prevalencia de lectura de un libro impreso o eBook se encuentra en el grupo de edad más joven, 18-29. Y que el porcentaje de lectores disminuye continuamente con la edad. Si bien ambos gráficos muestran una disminución en la lectura con la edad, la tasa de disminución es significativamente mayor en los lectores de eBooks. Desde el grupo de edad más joven hasta el más viejo, la disminución general es más de la mitad. Lo que demuestra que la popularidad de los eBooks es mucho mayor en el grupo de edad más joven, 18-29.



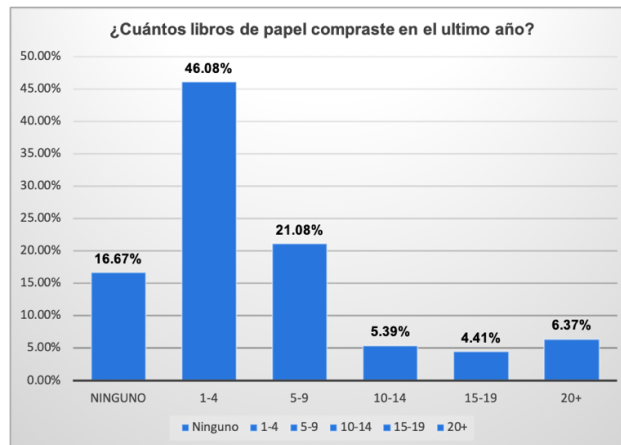
Esta tabla representa la preferencia del consumidor entre los eBooks y los libros impresos si el costo no fue un factor. La mayoría de los encuestados prefirieron los libros impresos a los eBooks, con 76.47% o 156 encuestados. La minoría de encuestados prefirió los eBooks a los libros impresos con 21.08% o 43 encuestados. Solo 5 encuestados, o 2,45%, eligieron "ninguno". De acuerdo con estos datos, la mayoría de los consumidores preferirían leer libros impresos si el costo no fuera un factor.

A través de una encuesta realizada por el Pew Research Center entre el 3 y el 10 de enero de 2018, se recopiló información sobre el consumo de libros en los Estados Unidos por formato. Hubo 2002 encuestados. Los formatos analizados son libro impreso y eBook de 2011 a 2018. El consumo general de libros fluctúa ligeramente durante el período de 7 años. En 2011, el consumo de libros en los Estados Unidos estaba en su punto máximo, con un 79% de los encuestados que habían leído un libro en cualquier formato dentro de los 12 meses. Esto disminuyó a 74% en 2012 y aumenta nuevamente en 2014 a 76%. Luego, el porcentaje disminuyó hasta el 72% en 2015. Luego, de 2016 a 2018, la tasa aumenta a 73% y 74% respectivamente. Aunque los últimos dos años mostraron una tendencia al alza, la tasa de consumo más alta se registró en el primer año estudiado en 2011. Las tasas de consumo de

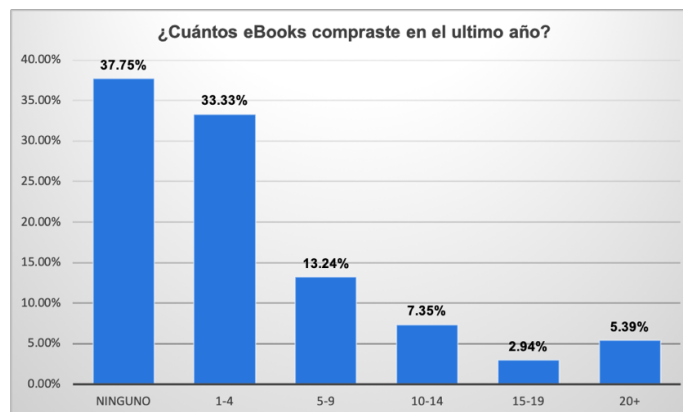
libros impresos comienzan en 71% en 2011 y disminuyen a 65% en 2012. Luego, la tasa aumenta en 2014 a 69% y vuelve a caer en 2015 al 63%. Luego, de 2016 a 2018 los incrementos a 65% y 67%. La tasa de consumo del eBook comienza en 17% en 2011 y aumenta de manera continua de 23% a 28% entre 2012 y 2014, respectivamente. La tasa de consumo de eBooks cae ligeramente en 2015 a 27%, luego regresa a 28% en 2016. Esta tasa cae en 2018 a 26% (Pew Research Center, n.d.).

Al comparar las fluctuaciones del consumo de eBooks y el consumo de libros impresos, no parece haber una correlación directa. Entre 2011 y 2012, el consumo de libros impresos y el consumo de eBooks parecen tener una correlación inversa. Mientras que el consumo de eBooks aumenta en ese período, el consumo de libros impresos disminuye. Luego entre 2012 y 2014, ambas tasas de consumo aumentan. Ambas tasas disminuyen entre 2014 y 2015, y aumentan nuevamente entre 2015 y 2016. Luego, en 2018, el consumo de libros impresos aumenta, mientras que el consumo de eBooks vuelve a disminuir. Dado que las dos tasas de consumo son incongruentes, no se puede decir que el consumo de libros impresos y el consumo de eBooks estén directamente correlacionados.

En comparación con la información sobre la cantidad de eBooks vendidos en los Estados Unidos de 2010 a 2017, existe una fuerte correlación entre la tasa de consumo y el número de eBooks vendidos en el mismo período. Según las ventas reportadas de eBooks, la cantidad de eBooks vendidos aumenta en un 250% de 2010 a 2013, luego disminuye en un 15.70% en 2015. Las ventas de eBooks luego aumentan en un 30.39% en 2017. Como este documento ya ha analizado, el consumo de eBooks aumenta de 2011 a 2014. Luego cae ligeramente en 2015 y aumenta nuevamente en 2016. La tasa de aumento cae en 2018, sin embargo, la encuesta no proporciona información en 2018. Dada la correlación directa entre los dos gráficos, la encuesta está respaldada por los informes de las ventas de eBooks.



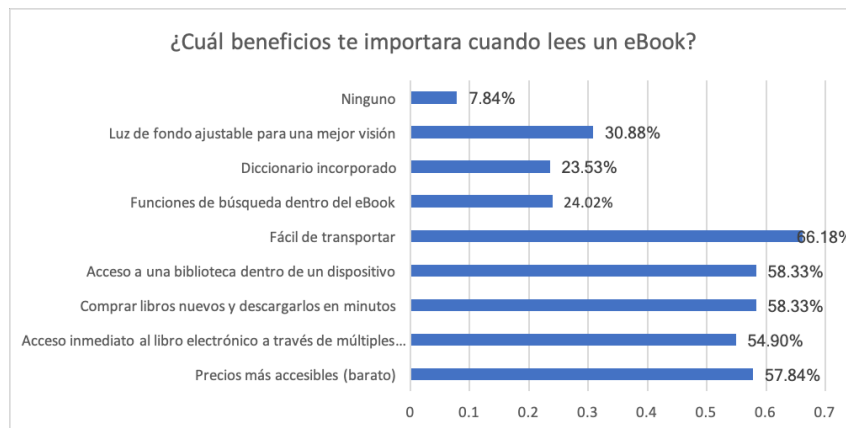
Este cuadro representa el número de libros impresos comprados en el último año a partir de enero-febrero de 2019. La información se proporciona a través del estudio del campo de este trabajo. El número más probable de libros comprados en el último año, según los consumidores encuestados, es entre 1 y 4 libros. 94 encuestados, o 46.08%, seleccionaron 1-4 libros impresos como su respuesta. La segunda respuesta más probable es 5-9 libros, que representan el 21,08% o 43 encuestados. La tercera respuesta más frecuente es 0 libros, que representan el 16.67% o 34 encuestados. La cuarta respuesta más común es más de 20 libros, que representan el 6.37% o 13 encuestados. Las dos opciones menos probables, 10-14 libros y 15-19 libros, representan el 5.39% y el 4.41% de los encuestados respectivamente.



Este cuadro representa el número de eBooks comprados en el último año a partir de enero-febrero de 2019. La información se proporciona a través del estudio del campo de este trabajo. El número más probable de eBooks comprados en el último año, según los consumidores encuestados, es ninguno. 77 encuestados, o 37.75%, seleccionaron a ninguno como su respuesta. La segunda respuesta más probable es 1-4 eBooks, que representan el 33.33% o 68

encuestados. La tercera respuesta más frecuente es de 5 a 9 libros, que representan el 13.24% o 27 encuestados. La cuarta respuesta más común es de 10 a 14 eBooks, que representan el 7,35% o 15 encuestados. Las dos opciones menos posibles, 15-19 eBooks y más de 20 eBooks, representan el 2,94% y el 5,39% de los encuestados, respectivamente. De acuerdo con estas estadísticas, el número de encuestados disminuye a medida que aumenta el número de eBooks, con excepción de más de 20 eBooks.

A través de una encuesta realizada por Statista, a partir de abril de 2017 se recopiló información sobre las actitudes de los consumidores hacia los libros y los eBooks en los Estados Unidos. Los encuestados son 1020 adultos que hablan inglés. Las respuestas se pueden dividir en tres categorías para su posterior análisis. La primera categoría se considera respuestas pro-impresión. Esta categoría incluye; "Me encantan los libros impresos", "Me gusta tener mis libros en casa en una estantería" y "Prefiero gastar dinero en libros impresos". Estas respuestas representan el 88%, 80% y 60% de los encuestados, respectivamente. La segunda categoría es respuestas pro-eBook. Esta categoría incluye; "Los eBooks deberían ser más baratos que la versión impresa", "Los eBooks son más respetuosos con el medio ambiente", "Los eBooks son la forma moderna de leer", "Los eBooks son más convenientes que los libros impresos". Estas respuestas representan 84%, 68%, 68% y 55% respectivamente. La tercera categoría es respuestas anti-eBook. Esta categoría incluye; "Los dispositivos electrónicos no pueden competir con la sensación de leer un libro impreso", "No quiero leer de una pantalla", "Mirar una pantalla no es saludable" y "Los eBooks no son libros reales". Estas respuestas representan el 64%, 45%, 37% y 20% respectivamente (Encuesta Statista). Las respuestas más populares se encuentran en las dos primeras categorías, respuestas pro-print y pro-eBook. La categoría menos popular entre los consumidores es la categoría anti-eBook. Esto sugiere que, aunque los libros impresos siguen siendo muy populares entre los consumidores, la mayoría de los consumidores no están firmemente en contra de los eBooks.



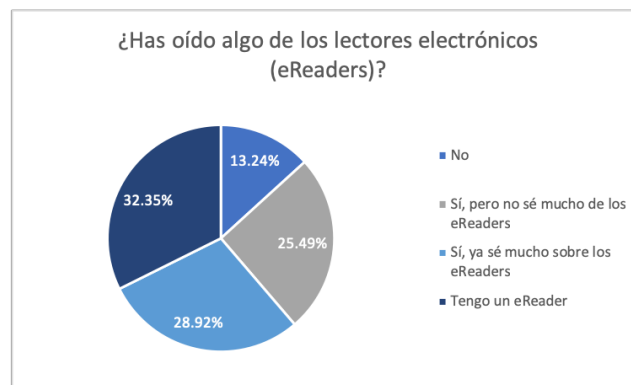
Esta tabla representa los beneficios más populares de leer eBooks según los consumidores encuestados. Este cuadro se basa en la información recopilada el estudio del campo de este trabajo. La respuesta más popular, que representa el 66.18% o 135 encuestados, es "fácil de transportar". Las siguientes dos respuestas más populares, que representan el 58.33% o 119 encuestados, son "Acceso a una biblioteca dentro de un dispositivo" y "comprar libros nuevos y descargarlos en minutos". La tercera respuesta más frecuente, que representa el 57.84% o 118 encuestados, es "precios más accesibles". La cuarta respuesta más frecuente, que representa el 54,9% o 112 encuestados, es "acceso inmediato al libro a través de múltiples dispositivos (es decir, tableta, computadora, teléfono)". Las cuatro opciones menos populares; "Luz de fondo ajustable para una mejora de visión", "funciones de búsqueda en el eBook", "diccionario incorporado" y "ninguno", representan 30.88%, 24.02%, 23.53% y 7.84% respectivamente. De estos resultados, se puede concluir que los beneficios más importantes de los eBooks para el consumidor son la portabilidad, los precios y la accesibilidad, mientras que las funciones dentro del eBook son menos importantes. La siguiente sección analizará la influencia que los eReaders y otros dispositivos tienen en el mercado cambiante.

La sección de del consumidor analizó las consideraciones importantes de los consumidores de eBooks y libros impresos. A través del análisis de la información proporcionada por Statista, Pew Research Center y el estudio del campo de este trabajo, esta sección ha sacado conclusiones importantes sobre los consumidores de libros impresos y eBooks. A partir de la información sobre las razones para leer entre ellas, se descubrió que la razón más popular para leer es por placer. El desglose por edad de los lectores de libros impresos y eBooks mostró que el mayor mercado para libros estaría entre el grupo de edad más joven, 18-29. Al analizar el conocimiento del consumidor de eBooks en todo el mundo, se descubrió que la respuesta más frecuente es "Tengo uno o varios eBooks" y que la mayoría de los consumidores tienen cierta

comprensión de los eBooks. A través del análisis de las preferencias del consumidor entre los eBooks y los libros impresos, si el costo no fuera un factor, se descubrió que la mayoría de los consumidores preferirían leer los libros impresos. El análisis del consumo de libros por formato mostró que no parece haber una correlación directa entre el consumo de eBooks y el consumo de libros impresos. El número de libros impresos individuales comprados en los últimos 12 meses mostró que el número más frecuente de compras de libros en un año es entre 1 y 4 libros. La cantidad de eBooks comprados en el último 12 meses mostró que la proporción de encuestados disminuye a medida que aumenta la cantidad de eBooks, a excepción de que supere los 20 libros. Esta sección analizó las actitudes de los consumidores hacia los libros y los eBooks y mostró que las respuestas más populares se encuentran en las respuestas pro-print y pro-eBook. La categoría menos popular entre los consumidores es la categoría anti-eBook. Esto sugiere que, aunque los libros impresos siguen siendo muy populares entre los consumidores, la mayoría de los consumidores no están firmemente en contra de los eBooks. Por último, a partir del análisis de los beneficios más populares de leer eBooks según los consumidores, se puede concluir que los beneficios más importantes de los eBooks para el consumidor son la portabilidad, los precios y la accesibilidad, mientras que las funciones dentro del eBook son menos importantes. La siguiente sección, analizará el impacto de los dispositivos de lectura electrónica en el mercado de eBooks.

v. Dispositivos

Para comprender mejor el mercado de los eBooks y su efecto en los libros impresos, el mercado de los dispositivos que se utilizan para leer eBooks debe examinarse a fondo. Esta sección describirá los orígenes de los eReaders y explicará las ofertas disponibles en el mercado actual, luego analizará la comprensión del consumidor de los eReaders, la proporción de adultos de EE. UU. que poseen un eReader, los tipos de dispositivos de eReaders que tienen los consumidores, las características de los eReaders importante para los consumidores, y los dispositivos utilizados para leer eBooks por los consumidores. Utilizando la información proporcionada a través del estudio del campo, "Gutenberg and Today's Media Change" por Stephan Fussel, "Understanding the E-Book Plateau Through the RDA Model" por Steven Bernstein, "Measuring the Effects of Lighting on the Readability of Electronic Devices" por Ranson Paul Lege, "The Usefulness Metrics of the Most Popular EReader Used by Higher Education Students" por Dwi Puspita Sari, Pew Research Center y Statista, esta sección proporcionará un análisis exhaustivo de los dispositivos utilizados para leer eBooks.



Esta tabla muestra la concienciación del consumidor de los eReaders. La información se proporciona a través del estudio del campo. Según la información proporcionada, la respuesta más frecuente es "Tengo un eReader", que representa el 32.35% o 66 encuestados. La segunda respuesta más frecuente es "Sí, ya sé mucho sobre los eReaders", que representa el 28,92% o 59 encuestados. La tercera respuesta más frecuente es "Sí, pero no sé mucho de los eReaders", que representa el 25.49% o 52 encuestados. La respuesta menos probable es "no", que representa solo el 13.24% o 27 encuestados. Esto muestra que el 86.76% o 177 encuestados tienen cierta comprensión de los eReaders. En comparación con la tabla sobre la comprensión del consumidor de los eBooks, que mostró que el 98% de los consumidores tienen cierta comprensión de los eBooks, la comprensión del consumidor de los eReaders es menos frecuente.

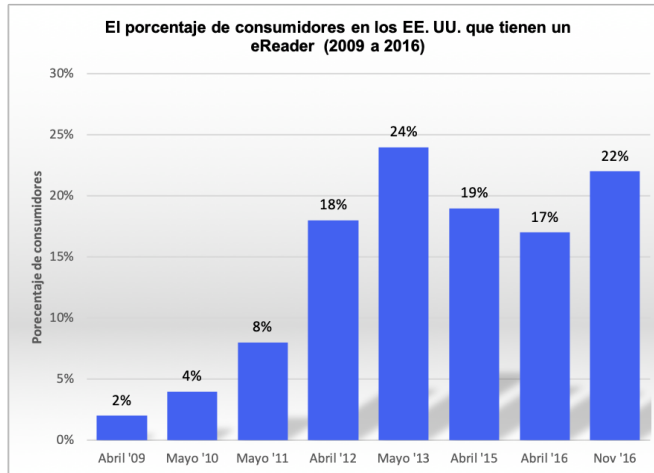
La disparidad en la comprensión de los eReaders y los eBooks puede ser causada por la edad de los eReaders y los eBooks. Mientras que el primer eBook fue en 1971, los eReaders son más nuevos en el mercado. El primer eReader fue lanzado en 1992, el Sony Bookman basado en CD-ROM, previsto por Alan Kay en el Centro de Investigación Palo Alto de Kerox. Sin embargo, el producto no alcanzó el éxito que había anticipado. La siguiente década produjo avances en la tecnología eInk y se lanzaron al mercado más lectores electrónicos (Bernstein, 2017, p. 2).

El Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) desarrolló la tecnología de tinta electrónica o papel digital. Joseph Jacobson y su equipo de investigación trabajaron con el concepto de desarrollar una superficie de impresión que puede imprimirse infinitamente. Al igual que Gutenberg se esforzó por inventar el tipo de impresión móvil de metal, que permitía la impresión de cientos de miles de información en papel, el papel digital permite que cientos de miles de información se impriman en la misma hoja de papel, para siempre. Para lograr este papel de impresión infinito, un soporte se imprime con bolitas microencapsuladas que se llenan con la tinta electrónica, eInk, que contiene partículas de pigmentos blancos cargados positivamente. Cuando los pellets se cargan con una carga negativa, aparecen blancos, pero cuando se cargan con una carga positiva, aparecen negros. La diferenciación en las cargas que se cargan en los gránulos permite que este papel infinito muestre una gama infinita de textos e imágenes. El Sr. Jacobson llamó a este proyecto, "El último libro", ya que sería el último libro que se necesitaría. En su visión del futuro, todos reciben su propio "Último Libro" y todos los demás libros serían superfluos (Fussel, 2001, p. 9).

Desde el punto de vista del consumidor, las ventajas de esta tecnología de tinta electrónica se ven fácilmente. El papel digital o la tinta electrónica son paralelos a los de un libro impreso. Al leer en línea, en una computadora o en un teléfono, el brillo de la pantalla puede irritar los ojos. La tinta electrónica está especialmente diseñada para aparecer más como tinta estándar en una página impresa. La pantalla de este tipo de eReader no está iluminada y, por lo tanto, es menos áspera para los ojos. También utiliza menos batería y le da al dispositivo una mayor duración de la batería. Desafortunadamente, los dispositivos que utilizan la tecnología de tinta electrónica solo pueden mostrar colores monótonos, sin dejar espacio para páginas o diseños artísticos y coloridos (Lege, Hasegawa, Ishio, Takahashi, Hyodo, Matsunami & Miyao, 2017, p.14).

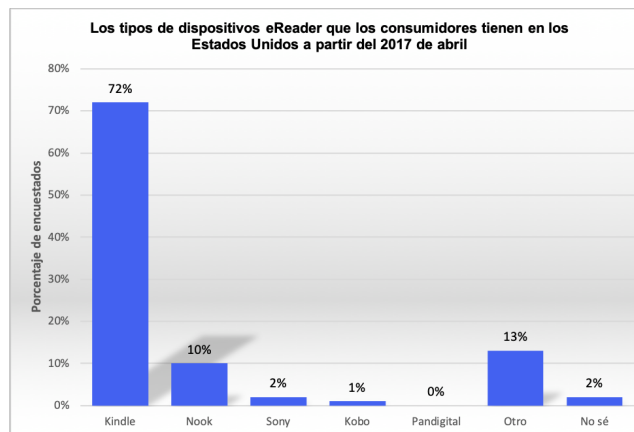
Amazon lanzó su eReader, el Kindle, en 2007, que se agotó en 6 horas y quedó fuera de stock hasta el año siguiente. El primer Kindle tenía una pantalla de 6" con 250 MB de almacenamiento, o aproximadamente 200 libros. La segunda generación del Kindle se lanzó en 2009 con la misma pantalla de tamaño, pero mejoró la vida útil de la batería, la velocidad, la facilidad de texto a voz y 2 GB de almacenamiento, o 1500 libros. Mientras que el Kindle de primera generación solo se lanzó en los Estados Unidos, la segunda generación estuvo disponible en más de 100 países. Alrededor de este tiempo, una variedad de eReaders llegó al mercado, incluyendo el "Nook" de Barnes & Noble, la "story" de Iriver y las tecnologías IREX con la "Iliad". eReaders se pueden dividir en dos tipos principales, eReaders dedicados y eReaders multifuncionales, tales como eReaders para computadoras, tabletas (es decir, el "iPad" de Apple), asistentes digitales personales y smartphones ((Bernstein, 2017, p. 2).

Como el iPad es un eReader multifuncional los consumidores pueden descargar una variedad de aplicaciones de eReaders. Pueden descargar la aplicación Kindle de Amazon de forma gratuita y luego usar esta aplicación con la misma funcionalidad del dispositivo Kindle. En un iPad, el usuario puede descargar la aplicación Kindle, iniciar sesión en su cuenta de Kindle y acceder a toda la biblioteca de libros en su cuenta de Kindle. También pueden descargar libros nuevos a través de la aplicación y almacenarlos en su iPad. Todas las cuentas, ya sea en un dispositivo Kindle o mediante la aplicación Kindle, están sincronizadas. Esto significa que un usuario puede resaltar, marcar y dejar notas que se guardarán en todos los formatos de Kindle. También permite a los usuarios sincronizar la página de lectura más reciente en todos los formatos de Kindle. Barnes & Noble también desarrolló una aplicación para su dispositivo Nook, que se puede descargar en un iPad. Es similar a la aplicación Kindle y los usuarios pueden simplemente descargarla en su iPad de forma gratuita e iniciar sesión en su cuenta de Nook y usar el iPad del mismo modo que lo harían con su Nook (Sari, Lanham, & Pan, 2015, p. 209).

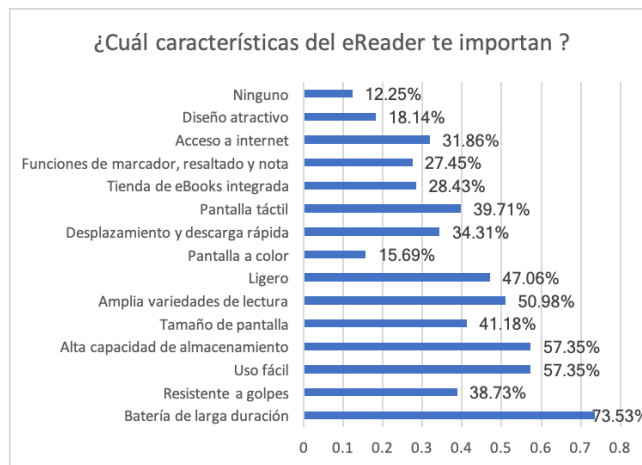


Esta tabla muestra la proporción de adultos de EE. UU. que poseen un eReader de 2009 a 2016. Esta información es proporcionada por una encuesta a través del Pew Research Center. La proporción de adultos de EE. UU. que poseen un eReader comienza en 2% en abril de 2009 y aumenta a un ritmo creciente hasta su máximo en 24% en mayo de 2013. Luego, la proporción disminuye continuamente a 17% en abril de 2016. La proporción aumenta nuevamente en noviembre 2016 al 22% de los adultos que poseen un eReader. El aumento inicial en la propiedad del eReader entre abril de 2009 y mayo de 2013 muestra la aceptación inicial de los eReaders en el mercado (Pew Research Center, n.d.).

En comparación con la cantidad de eBooks vendidos en los Estados Unidos de 2010 a 2017, la breve disminución de la propiedad de eReaders entre mayo de 2013 y abril de 2016 es congruente con la disminución de las ventas de eBooks durante ese mismo período de tiempo.



Esta tabla muestra los tipos de eReader que son propiedad de los consumidores en los Estados Unidos en abril de 2017. Esta información se proporciona a través de una encuesta realizada por Statista con 652 encuestados. Los encuestados son adultos angloparlantes que actualmente poseen un lector electrónico. El eReader más popular entre los consumidores es el Kindle de Amazon, que es propiedad del 72% de los consumidores encuestados. La segunda respuesta más frecuente es "otro", que representa el 13% de los encuestados. La tercera opción más popular es el Nook por Barnes & Noble, que es propiedad del 10% de los consumidores. Las otras opciones varían entre 0-2% de los encuestados y son Sony Reader, Kobo Reader, Pandigital y desconocido (Statista Survey, n.d.). A partir de esta información es evidente que el Kindle de Amazon es el eReader más popular.



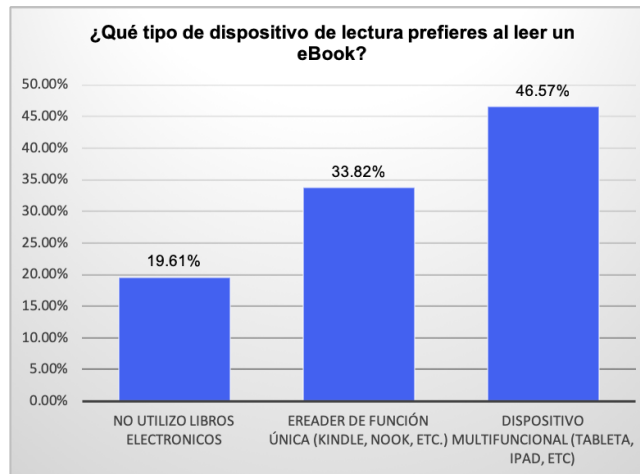
La tabla de arriba muestra las características de eReader que son importantes para los consumidores. Esta información proviene del estudio del campo. El beneficio más popular para los eReaders es una batería de larga duración con 73.53% o 150 encuestados. Las siguientes dos opciones más frecuentes son fáciles de usar y una gran capacidad de almacenamiento, lo que representa un 57.35% o 117 encuestados cada uno. Las siguientes características varían entre el 41% y el 51% de los encuestados; “Amplia variedades de lectura”, “Ligero”, “Tamaño de pantalla”. Las siguientes características varían entre el 27% y el 39% de los encuestados; “Pantalla táctil”, “Resistente a golpes”, “Desplazamiento y descarga rápida”, “Acceso a internet”, “Tienda de eBooks integrados”, “Funciones de marcador, resaltado, y nota”. Las siguientes características varían entre el 12% y el 18% de los encuestados; “Diseño atractivo”, “Pantalla a color” y “Ninguno”. De acuerdo con la información proporcionada, las características más importantes de los lectores electrónicos son la duración de la batería, la

facilidad de uso y la capacidad de almacenamiento. Las cualidades menos importantes son el diseño atractivo y la pantalla a color.

Dada la característica más importante encontrada en la encuesta, el dispositivo de lectura que tiene la mayor duración de la batería sería un eReader dedicado que usa eInk, en lugar de una tableta. Según Amazon, el paperweight de Kindle puede durar hasta un mes con una sola carga, dependiendo del uso promedio del dispositivo. Mientras que una tableta puede durar hasta 8 horas. Además, la pantalla eInk mencionada anteriormente en este trabajo solo se utiliza en dispositivos de eReader dedicados, no en eReaders multifuncionales. El brillo de la pantalla LED en tabletas estándar puede irritar los ojos del lector. Utilizando la información del cuadro sobre la propiedad del eReader del consumidor, la opción más popular es el Kindle de Amazon.

Las aplicaciones de eReader disponibles para iPads y tabletas también están disponibles para iPhones y otros smartphones. Estas aplicaciones tienen la misma funcionalidad que sus contrapartes de iPad, con el beneficio adicional de mayor accesibilidad y movilidad. Como la mayoría de los consumidores llevan consigo sus smartphones en todo momento, leer en un smartphone es la forma más fácil de leer. Otra ventaja de los smartphones es el acceso instantáneo a Internet. Mientras que las tabletas y los dispositivos eReader a menudo necesitan una conexión Wi-Fi, los smartphones pueden usar datos para descargar libros nuevos al instante. Sin embargo, la pequeña pantalla y la duración relativamente corta de la batería son inconvenientes considerables. Los eBooks también se pueden leer en línea a través de canales tradicionales, como PC y computadoras portátiles. También hay un software de lectura gratuito de Kindle que está disponible para PC. Permite la compra y descarga de eBooks en PC (Sari, Lanham, & Pan, 2015, p. 209).

Además de las ilustraciones y fotografías bellamente mostradas, los eReaders multifuncionales también brindan contenido multimedia adicional, como comentarios de audio, música y efectos especiales. Estos beneficios adicionales se pueden comercializar fácilmente a los consumidores más jóvenes. Como los eReaders multifuncionales ofrecen una gama más amplia de servicios, pueden comercializarse en un mercado objetivo más grande.



Esta tabla muestra el tipo de dispositivo utilizado por los consumidores al leer un eBook. Esta información proviene del estudio del campo La opción más popular según la información recopilada es un lector electrónico multifuncional con 46.57% o 95 encuestados que prefieren esta opción. La segunda opción más popular es un lector electrónico de una sola función que representa el 33.82% o 69 encuestados. Luego, 39 encuestados, o el 19,61%, dijeron que no utilizan eBooks.

La sección de dispositivos analizó las consideraciones importantes de los dispositivos utilizados para leer eBooks y el impacto de los dispositivos en el mercado de eBooks. A través del análisis de la información proporcionada por el estudio del campo, “Gutenberg and Today's Media Change” por Stephan Fussel, “Understanding the E-Book Plateau Through the RDA Model” por Steven Bernstein, “Measuring the Effects of Lighting on the Readability of Electronic Devices” por Ranson Paul Lege, “The Usefulness Metrics of the Most Popular EReader Used by Higher Education Students” por Dwi Puspita Sari Pew Research Center y Statista, esta sección ha sacado conclusiones importantes sobre el mercado de dispositivos utilizado para leer eBooks. A través de una descripción detallada de los orígenes de las ofertas actuales de eReaders disponibles, esta sección evaluó la progresión que los eReaders han hecho en el mercado. El análisis de la comprensión del consumidor de los lectores electrónicos mostró que un tercio de los consumidores posee un eReader, y la mayoría de los consumidores tiene cierta comprensión de los eReaders, sin embargo, la comprensión del consumidor de los eReaders es menos frecuente que la de los eBooks. La proporción de adultos estadounidenses que poseen un eReader muestra la aceptación inicial de los eReaders en el mercado a través del aumento en la propiedad. La breve disminución que se muestra en la proporción de adultos de EE. UU. que posee un eReader es congruente con la disminución en las ventas de eBooks durante ese mismo período de tiempo. La información sobre los tipos de dispositivos eReader

que son propiedad de los consumidores llegó a la conclusión de que Amazon Kindle es el eReader más popular. La encuesta sobre las características de eReader que son importantes para encontrar que las características más importantes de los eReaders son la duración de la batería, la facilidad de uso y la capacidad de almacenamiento. Las cualidades menos importantes son el diseño atractivo y la pantalla a color. El análisis de los dispositivos utilizados para leer eBooks se puede concluir que la opción más popular es un eReader multifuncional. En general, la información analizada en esta sección brindó información sobre el mercado de dispositivos de lectura electrónica. La siguiente sección, Stakeholders, analizará el impacto que tienen las stakeholders en la industria de los eBooks.

vi. Stakeholders

Las stakeholders involucradas en la revolución de la publicación digital han experimentado un cambio significativo. Estas stakeholders incluyen editores, librerías tradicionales y en línea, y fabricantes de dispositivos. A través de la información recopilada de “Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies Are Changing the Face of the Publishing Industry” por Erin Carreiro, “The Role of e-Books in Reshaping the Publishing Industry” por Andrei y Alexandru Maxim, “The Kindle Arrives in Time and Makes Everyone a Publisher” por Paul Levinson y la Oficina del Censo de los EE. UU. y la Asociación de Editores Estadounidenses. Esta sección analizará los ingresos de publicación digital en los Estados Unidos y la cuenta de eBooks para las ventas de editores de EE. UU. A través de la comprensión del papel de las stakeholders, se puede proporcionar un mejor pronóstico para el futuro de los libros impresos y eBooks.

Como ya se ha descrito en este trabajo, los eReaders y los eBooks no son nuevos en el mercado. Aunque la fase de introducción fue lenta y los eReaders y los eBooks no ganaron popularidad hasta la década más reciente, según las encuestas analizadas, el consumidor promedio actual tiene una comprensión razonable de la tecnología. Hoy en día, los editores son susceptibles a los eBooks debido a los costos más bajos y los márgenes más altos disponibles en comparación con la impresión. Un ejemplo de ahorro de costos para un editor es el costo cero de retorno de inventario que está asociado con la publicación impresa. El progreso para la publicación digital ha seguido avanzando a través de mejoras en los lectores electrónicos, librerías en línea integradas, una amplia gama de eBooks y políticas de precios agresivas (Carreiro, 2010, p. 223).

Mientras que los editores están experimentando los beneficios monetarios de las estructuras de precios de los eBooks, también se esfuerzan por establecer un mercado para proporcionar alternativas legítimas a los materiales pirateados disponibles. Las estrategias de precios utilizadas por los editores están abriendo el mercado a los consumidores que tal vez no hayan comprado libros tradicionales pero que estén dispuestos a comprar la versión digital más barata. A medida que la industria editorial está cambiando, los editores se han convertido más en proveedores de contenido que en proveedores de libros físicos. Para que los proveedores de contenido tengan éxito, deben hacer que su contenido esté disponible en varios formatos en varias plataformas. Este contenido va más allá del texto del libro, también puede incluir audio, video y juegos. Incluir este contenido adicional significa ingresos adicionales (Maxim & Maxim, 2012, p. 1049).

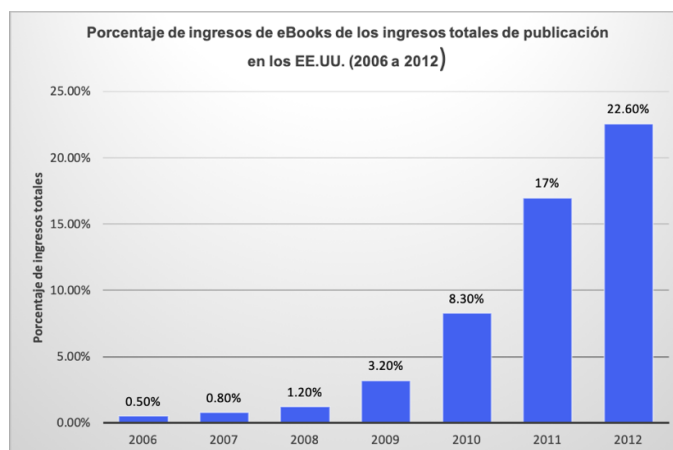
1995 marca el lanzamiento de la primera librería en línea, Amazon. El primer libro vendido en línea por Amazon fue "Conceptos fluidos y analogías creativas: modelos informáticos de los mecanismos fundamentales del pensamiento". El plan de negocios de Amazon significó tener un déficit en los primeros dos años y crecer a un ritmo más lento en comparación con las otras compañías de Internet. Sin embargo, su modelo de negocio significó su supervivencia cuando estalló la burbuja de las punto-com (Levinson, 2014, pp. 70-72).

A medida que los editores se están adaptando al entorno cambiante, los participantes del mercado están reconsiderando su estrategia y sus cadenas de valor. A medida que el mercado de contenidos digitales se expande, las librerías tradicionales se enfrentan a la erradicación. El análisis de las ventas de las librerías en los Estados Unidos de 1992 a 2017 en la sección del mercado de EE. UU. mostró un incremento del 106,12% en las ventas de las librerías de 1992 a 2007. Luego, las ventas disminuyeron en un 37,5% hasta 2017 (Oficina del Censo de EE. UU.). Para perseverar, las librerías tradicionales se centran en sus fortalezas competitivas; Conocimiento, retención y competencia del cliente. La librería Barnes & Noble entró en el mercado de eReader y eBook con su eReader, el Nook, lo que les permitió distribuir el contenido de sus libros en múltiples formatos y canales (Carreiro, 2010, p. 231).

Los fabricantes de dispositivos se han beneficiado de la oleada de eBooks. Con la entrega instantánea y fácil de eBooks a través de conexiones móviles o W-IFI, aplicaciones integradas para librerías en línea, avances tecnológicos continuos y reducciones de precios, los eReaders han progresado tecnológicamente desde su creación inicial (Maxim & Maxim, 2012, p. 1048).

Statista DMO proporciona ingresos y pronósticos reportados para los ingresos de publicación digital en los Estados Unidos desde 2016 hasta 2022. Los ingresos para eBooks en los Estados Unidos en 2015 fueron de 5,28 billones USD. Esta cantidad creció a 5,3 billones USD en 2018. El pronóstico para 2019 es de 5,31 billones de dólares, que se estima que aumentará a 5,33 billones USD para 2022. De 2015 a 2016, los ingresos de publicación digital para eBooks aumentan a una tasa del 0.16%. Luego, de 2016 a 2017, se incrementó en una tasa de 0.15%. Esta tasa de aumento se mantuvo constante de 2017 a 2018. Luego, se espera que la tasa de aumento sea de 0.13% entre 2018 y 2019, que se mantendrá constante para el año siguiente. Se espera que esta tasa disminuya aún más a 0.11% entre 2020 y 2021. Se espera que la tasa de

aumento caerá aún más en 2021 a 2022 a 0.09% (Statista Survey, n.d.). Esto muestra que se espera que los ingresos de publicación digital para eBooks aumenten a un ritmo decreciente.



Este gráfico muestra la cuota de eBooks de las ventas de editores de EE. UU. De 2006 a 2012. Esta información es proporcionada por la Asociación de editores estadounidenses. El porcentaje de ventas de eBooks de los editores de EE. UU. en 2006 fue solo del 0,5%. Las ventas de eBooks como porcentaje de los ingresos netos de los editores en los Estados Unidos muestran un crecimiento lento en 2007, 2008 y 2009, representando un crecimiento de 0.8%, 1.2% y 3.2%, respectivamente. La participación de los ingresos netos de las editoriales por las ventas de eBooks aumenta sustancialmente en 2010 al 8,3%. Esta participación en los ingresos netos aumenta sustancialmente nuevamente en 2011 y 2012, representando un 17.0% y 22.6% respectivamente (Richter, n.d.). De esta información se puede concluir que las ventas de eBooks se han convertido en una proporción cada vez mayor de los ingresos netos totales de los editores. Dada la tendencia mostrada en esta información, se puede suponer que las ventas de eBooks representarán un porcentaje más alto de los ingresos netos totales de las editoriales estadounidenses en el futuro.

Los hallazgos generales de las stakeholders, como los editores, las librerías tradicionales y en línea, y los fabricantes de dispositivos, muestran el impacto que la revolución digital ha tenido en cada uno. A través de la información recopilada de “Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies Are Changing the Face of the Publishing Industry” por Erin Carreiro, “The Role of e-Books in Reshaping the Publishing Industry” por Andrei y Alexandru Maxim, “The Kindle Arrives in Time and Makes Everyone a Publisher” por Paul Levinson y la Oficina del Censo de los EE. UU y la Asociación de Editores Estadounidenses, esta sección ha sacado importantes conclusiones de los stakeholders. El análisis de los ingresos de la publicación digital mostró que se espera que los ingresos de los eBooks aumenten a un

ritmo decreciente. A través de la cuota de eBooks para las ventas de editores de EE. UU., Se puede concluir que las ventas de eBooks se han convertido en una proporción cada vez mayor de los ingresos netos generales de los editores. Dada la tendencia mostrada en esta información, se puede suponer que las ventas de eBooks representarán un porcentaje más alto de los ingresos netos totales de las editoriales estadounidenses en un futuro cercano. La siguiente sección examinará el efecto que tienen los precios en el mercado de eBooks.

vii. Precios

En esta sección, este trabajo examinará las estrategias de fijación de precios que han utilizado los editores en la industria de la publicación digital. También examinará los métodos de precios de publicación anteriores para superar la aversión de los consumidores y utilizar este precedente para predecir las tendencias futuras. A través de la información recopilada por de “Antitrust Enforcement in the Developing E-Book Market: Apple, Amazon, and the Future of the Publishing Industry” por Zachary Flood, “Pulp Science: Education and Communication in the Paperback Book Revolution” por Melinda Gormley, la Oficina de Estadísticas Laborales, los datos del estudio del campo y Statista, esta sección analizará la estrategia de precios más efectiva para los eBooks y la importancia de las estrategias de precios y su impacto general en los eBooks.

La fijación de los precios de los eBooks puede parecer más fácil, debido a la reducción de los costos asociados, sin embargo, también debe considerarse el comportamiento del consumidor asociado con los diferentes precios. Como los eBooks no incurren en los mismos costos que la impresión física y la distribución, los editores no han valorado los eBooks lo más bajo posible.

El precio en la industria editorial ha sido difícil de determinar desde la década de 1920. A principios del siglo XX, los libros de tapa dura se hicieron populares. Los editores de libros de tapa dura vieron los libros de tapa blanda como de baja calidad, y contienen contenido de mal gusto y, por lo tanto, no apelaron al mismo mercado. Los lectores parecían estar de acuerdo con esta idea, en la década de 1920 se llevó a cabo una prueba de investigación de mercado para ver la diferencia de mercado entre los libros de tapa dura y tapa blanda. La misma novela se vendió en ambos formatos a diferentes precios: el libro de tapa dura cuesta \$ 2 y el libro de tapa blanda cuesta \$1.50. Los resultados mostraron que la copia de tapa dura se compró con mayor frecuencia en una proporción de 54 a 1 (Gormley, 2016, p. 27). Esta percepción del cliente de los libros de tapa dura como superiores a los libros de tapa blanda, a pesar de contener el mismo contenido y costar más, es una interesante perspectiva de marketing. Como los clientes prefieren los libros de tapa dura, también podemos preguntar si los ávidos lectores de hoy continuarán prefiriendo los libros impresos a los eBooks.

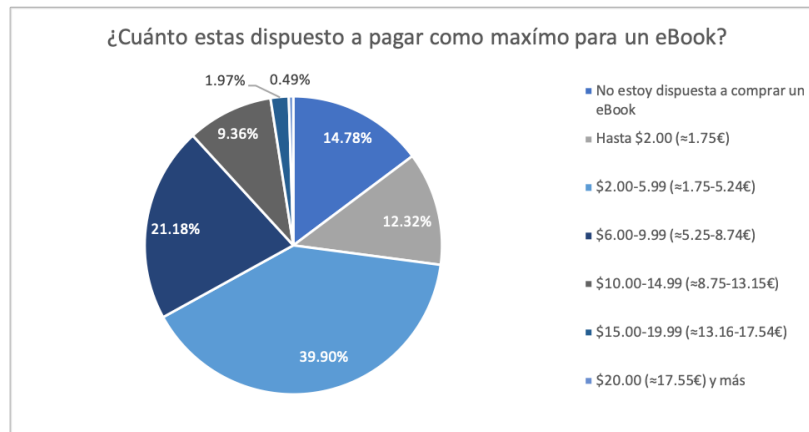
Este ejemplo de comportamiento del consumidor puede traducirse en eBooks, y la configuración del precio de los eBooks en un punto bajo notable puede de hecho disuadir las compras de los consumidores. Sin embargo, Amazon, un líder de la industria en eBooks y

lectores electrónicos, ha socavado a muchos editores digitales al ofrecer sus libros más vendidos a \$ 9.99 USD (Flood, 2016, p. 885).

En un intento por combatir los bajos precios de Amazon, cinco grandes editoriales estadounidenses intentaron imponer un modelo de precios de agencia. Sin embargo, en 2012, el Departamento de Justicia de EE. UU. demandó a estos editores, y Apple (quien actuó como su distribuidor) por colusión de precios y conspiración para aumentar los precios de los eBooks. Comenzó con el lanzamiento de Apple del iPad con una aplicación de biblioteca iBooks incorporada. Durante este tiempo, Amazon estuvo en medio de batallas de precios con varias editoriales. Mientras Amazon presionaba por su modelo de precios de 9,99 USD, los editores como Macmillan querían mantener las estructuras de precios utilizadas para la publicación impresa tradicional, con precios desde 14,99 USD. En respuesta a la rigidez de Macmillan, Amazon eliminó todas las versiones digitales de sus títulos. Lo que provocó que Macmillan publicara un anuncio de página completa que acusaba a Amazon de acoso (Flood, 2016, p. 887).

Con la introducción de iBooks, los editores tuvieron un aliado para luchar contra Amazon. Apple aceptó la estructura de precios tradicional de los editores, que se considera el "modelo de agencia" para los precios. Cinco de los seis principales editores de EE. UU. cambiaron sus modelos de precios de nuevo a su antiguo modelo de precios de agencia. Este aumento repentino de los precios de los eBooks de la mayoría de los editores de EE. UU. se consideró un intento colusorio de aumentar los precios de los eBooks (Flood, 2016, p. 888).

La oficina de estadística laboral realizó un estudio sobre el gasto promedio anual en lectura por unidad de consumo en los Estados Unidos de 2007 a 2017 en USD. Según los datos, hubo ligeras fluctuaciones en el gasto durante un período de diez años. El gasto promedio anual en lectura comienza en 117,69 USD en 2007 y disminuye a 99,63 en 2010, que es el punto más bajo durante este período. El gasto anual promedio aumenta en 2011 a 115.42 USD, solo para volver a disminuir a 102.49 USD en 2013. Luego, el gasto anual promedio aumenta a su máximo en 2016 en 117.9 USD por año. 2017 muestra una disminución en el gasto promedio anual en 109.97 USD (Bureau of Labor Statistics, n.d.). Estas fluctuaciones marginales no muestran un aumento o disminución total definitivo en el gasto promedio anual en lectura durante un período de diez años. De esta información se puede concluir que los consumidores seguirán gastando aproximadamente lo mismo en la lectura por año en un futuro próximo.



A los consumidores se les preguntó en el estudio de campo cuál era el precio máximo que pagarían por un eBook. En el gráfico anterior, los resultados extraídos de la encuesta proporcionan más información sobre la estrategia de precios adecuada. La mayoría de los consumidores, 81 de las respuestas de la encuesta 204, o alrededor del 40%, dijeron que estarían dispuestos a pagar entre \$2,00 y \$5,99 USD. El segundo punto de precio más popular, con 43 de 204 respuestas, o aproximadamente el 21% de los consumidores, fue entre \$ 6.00 y \$ 9.99 USD. En tercer lugar, alrededor del 15% de las respuestas de la encuesta dijeron que no estarían dispuestos a pagar por un eBook. Alrededor del 12% de los consumidores dijeron que pagarían hasta \$ 2.00 USD. Alrededor del 9% dijo que estaría dispuesto a pagar entre \$ 10.00 y \$ 14.99 USD. Menos del 2% de las respuestas de la encuesta dijeron que estarían dispuestos a pagar entre \$ 15.00 y \$ 19.99. Menos del 1% dijo que estaría dispuesto a pagar \$ 20.00 o más por un eBook.

Sobre la base de las respuestas de la encuesta, este documento puede concluir que la estrategia de precios de colusión aplicada por las cinco editoriales más importantes de los Estados Unidos, junto con Apple, no era un punto de precio efectivo para los eBooks y no reflejaba con precisión la demanda del mercado. Este artículo postula que el precio óptimo para los eBooks es entre \$ 2.00 y \$ 5.99. Además, como se analizó en la sección del consumidor de este documento, los consumidores creen que los eBooks deberían ser más económicos que los libros impresos.

A través de una encuesta realizada por Statista Survey con 584 encuestados adultos de habla inglesa, se recopiló información sobre el monto gastado en eBooks individuales en los últimos 12 meses. La encuesta se realizó entre el 4 y el 12 de abril de 2017. La información mostró que el 90% de los encuestados no había gastado dinero en eBooks en los últimos 12 meses. Solo el

7% de los encuestados había gastado hasta 25 USD en eBooks en el último año. Y los encuestados restantes representaron menos del 1% en las categorías de precios restantes (Statista, n.d.).

En comparación con la información recopilada sobre el gasto promedio anual en lectura, que osciló entre 99.63 y 107.9 (Bureau of Labor Statistics, n.d.), El gasto promedio anual en eReading fue cero. La disparidad entre el gasto promedio anual en lectura y el gasto promedio anual en eBooks puede explicarse por la preferencia del consumidor por gastar dinero en libros impresos en lugar de eBooks.

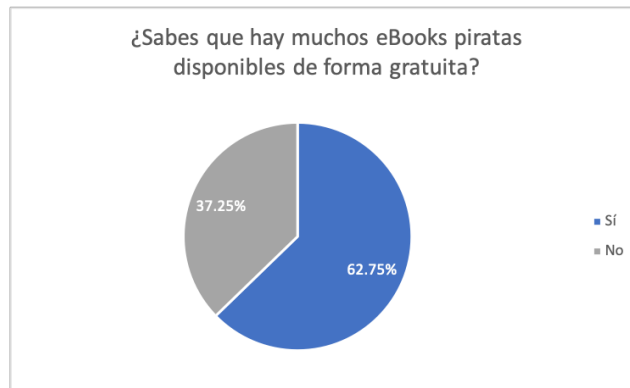
Las conclusiones extraídas de esta sección mostraron el impacto que las estrategias de precios han tenido en el libro, el intento de establecer precios ilegalmente en el mercado estadounidense, las diferencias en el gasto promedio en lectura y lectura electrónica y el precio de los eBooks que los consumidores desean pagar. Estas conclusiones están respaldadas por “Pulp Science: Education and Communication in the Paperback Book Revolution” por Melinda Gormley, “Antitrust Enforcement in the Developing E-Book Market: Apple, Amazon, and the Future of the Publishing Industry” por Zachary Flood, información de la Oficina de Estadísticas Laborales, datos de propiedad exclusiva recopilados a través del estudio del campo y Statista. A través del análisis del gasto promedio anual en lectura, se puede concluir que los consumidores continuarán gastando aproximadamente lo mismo en lectura por año en un futuro cercano. Del análisis de lo que los consumidores están dispuestos a pagar por un eBook se puede concluir que el precio óptimo para los eBooks es entre \$ 2.00 y \$ 5.99. Por último, la disparidad entre el gasto promedio anual en lectura y la cantidad gastada en eBooks individuales en los últimos 12 meses sugiere que existe una preferencia del consumidor por gastar dinero en libros impresos en lugar de eBooks. La siguiente sección evaluará el impacto de la infracción del derecho de copia, o piratería, en el mercado de eBooks.

viii. Piratería

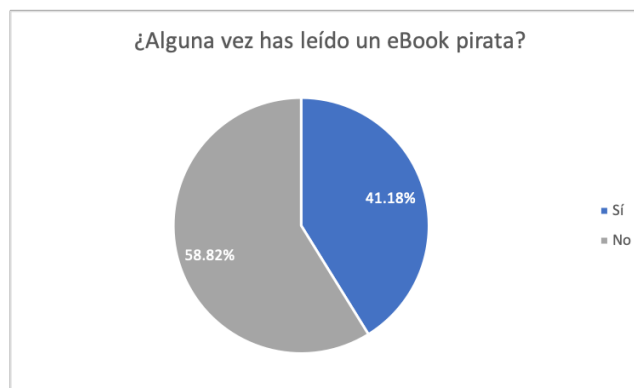
La piratería es una preocupación creciente entre las stakeholders. El acceso al contenido pirateado en línea es cada vez más fácil a medida que aumenta la tecnología, y las stakeholders están tratando de responder a esta creciente preocupación ofreciendo una mejor alternativa. A través de un análisis del efecto de la piratería en la industria de la música y de la información obtenida por “When Creators, Corporations and Consumers Collide: Napster and the Development of on-Line Music Distribution” por Tom McCourt y Patrick Burkart y el estudio del campo, esta sección evaluará la amenaza potencial de la piratería y la comprensión y experiencia actuales del consumidor con eBooks pirateados.

Con el fin de comprender mejor las tendencias humanas, este documento examinará el destino de una industria similar. La industria rentable de casetes de audio y CDS fue destruida por la introducción de archivos MP3 en el mercado de la música. Utilizando servicios como Napster, los consumidores podrían descargar y disfrutar de la música de forma gratuita. Las principales compañías discográficas hicieron todo lo posible para impedir la piratería de sus registros publicados. En febrero de 2001, los tribunales de los Estados Unidos declararon a Napster culpable de infracción de derechos de autor y se vieron obligados a comenzar a cobrar a los usuarios por sus servicios, o a cerrar el negocio por completo. Los usuarios de Napster en ese momento recibieron 48 horas de música gratis y descargaron desesperadamente sus últimos archivos gratuitos de música. Sin embargo, el impacto de este único sitio web para compartir archivos ya se había hecho en la industria de la música y los proveedores de contenido necesarios para adaptarse al mercado alterado (Mccourt & Burke, 2003, pp. 6-10).

El principal impulso de los consumidores detrás de la piratería es el hecho de que la música que desean está disponible casi de forma gratuita. Otros factores incluyen la accesibilidad, la portabilidad y el fácil almacenamiento y organización dentro de las bibliotecas digitales. En respuesta a la disminución de las ventas, Apple lanzó su tienda de música iTunes. Ofrecía canciones individuales a solo .99 USD, independientemente del artista o sello discográfico. Este método fue muy exitoso y convirtió a Apple en el líder del mercado en distribución de música digital. Al proporcionar una alternativa asequible, accesible y fácil de usar a la música pirateada, Apple pudo seguir siendo rentable (Mccourt & Burke, 2003, pp. 6-10).



En el gráfico anterior, se muestran los resultados de la encuesta. Esta gráfica muestra las respuestas a la pregunta, ¿Sabes que hay muchos eBooks disponibles en forma gratuita? De hecho, la mayoría de los consumidores habían escuchado que hay libros pirateados gratuitos disponibles para leer en línea, con un 62,75% o 128 encuestados. La minoría de respuestas encuestadas 32,25% o 76 encuestados no sabían que los eBooks pirateados gratuitos estaban disponibles en línea. Esto muestra que, aunque la mayoría de los consumidores conocen los libros pirateados gratuitos en línea, muchos no lo sabían. Esta información se comparará con el mismo grupo encuestado y su uso de eBooks pirateados.



Este gráfico muestra los resultados de la pregunta de seguimiento, "¿Alguna vez ha leído un eBook pirata?". La división de respuestas se distribuye de manera más equitativa en esta pregunta: la mayoría representa el 58.82% o 120 encuestados que nunca han leído un eBook pirateado, mientras que el 41.18% u 84 encuestados han leído antes un eBook pirateado.

En comparación con los resultados sobre el conocimiento de los eBooks pirateados, esto muestra que de los 128 encuestados que conocían eBooks pirateados, solo 84 de los encuestados habían leído un libro pirateado. Esto significa que 44 encuestados, o el 21%, saben

que existen libros pirateados gratuitos y eligen no leerlos. La razón detrás de la preferencia de los consumidores por los libros pagados puede ser similar a la razón por la cual los consumidores ahora prefieren la música pagada. Al ofrecer una mejor accesibilidad, portabilidad y fácil almacenamiento y organización dentro de las bibliotecas digitales, los editores de eBooks pueden ofrecer una mejor alternativa que el contenido pirateado.

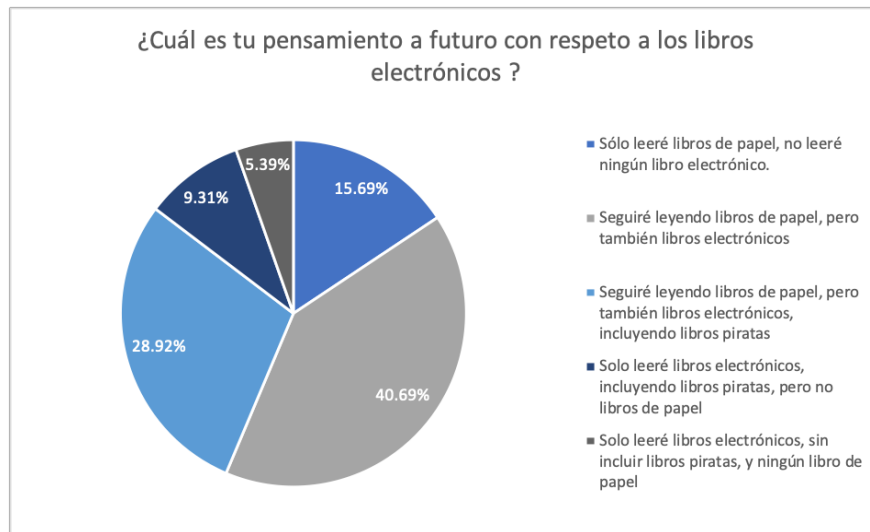
Los resultados generales de esta sección muestran cómo la música pirateada afectó a la industria de la música y cómo las stakeholders respondieron a la crisis de infracción de derechos de autor. Los resultados también muestran que la mayoría de los consumidores conocen libros pirateados gratuitos, sin embargo, la mayoría de los consumidores nunca han leído un eBook pirateado gratuito. La diferencia en la industria de la música y en la de los libros puede deberse a que los editores de eBooks ofrecen una mejor alternativa que el contenido pirateado. Estas conclusiones están respaldadas por “When Creators, Corporations and Consumers Collide: Napster and the Development of on-Line Music Distribution” por Tom McCourt y Patrick Burkart y el estudio del campo.

ix. Previsión del consumidor

Esta sección evaluará la previsión del consumidor con respecto a los eBooks y los libros impresos. La información se proporciona a través de Statista Survey y los datos de propiedad se recopilan a través de una encuesta en línea. Esta sección analizará los planes futuros relacionados con los eBooks según los consumidores encuestados, incluido un análisis de la piratería en el futuro.

A través de los datos proporcionados por una encuesta de Statista llamada "¿Cuáles son sus planes personales con respecto a eBooks y lectores electrónicos en el futuro?", Esta sección analizará los planes del consumidor para leer en el futuro. Los resultados se basan en una encuesta de 1020 encuestados desde el 4 de abril hasta el 12 de abril de 2017. Según los resultados, la mayoría de los consumidores, el 51%, continuará leyendo productos impresos, pero también eBooks. La segunda opción más popular, que representa el 23% de los encuestados, es que los consumidores seguirán leyendo productos impresos, pero también periódicos y revistas electrónicas. La tercera respuesta más frecuente es que el consumidor no comprará ningún eBook o periódico electrónico o revistas, lo que representa el 16% de los encuestados. Solo el 6% de los encuestados dijeron que solo leerán eBooks y periódicos / revistas electrónicas en el futuro. Los encuestados restantes dijeron que no harían nada de lo anterior (Statista Survey, n.d.).

Como el propósito de este documento se centra únicamente en el futuro de los eBooks, sin incluir revistas y periódicos electrónicos, esta sección también analizará las respuestas de los consumidores basándose solo en sus planes para eBooks en el futuro. También incluirá libros pirateados para ver el impacto potencial que puede tener en los eBooks.



La tabla anterior representa las respuestas de los consumidores con respecto a sus planes futuros para eBooks. La respuesta más frecuente, 40.69% o 81 encuestados, dijo que continuarán leyendo libros impresos, pero también leerán eBooks. La segunda respuesta más frecuente, que representa el 28,92% o 59 encuestados, es que el consumidor continuará leyendo libros en papel, pero también leerá eBooks, que incluye libros pirateados. La tercera respuesta más frecuente, que representa el 15,69% o 32 encuestados, es que el consumidor solo leerá libros impresos en el futuro. La cuarta opción más popular, que representa un 9,31% o 19 encuestados, es que el consumidor solo leerá eBooks en el futuro, incluidos los libros pirateados. La respuesta menos probable con 11 respuestas o 5.39% es que el consumidor solo leerá eBooks en el futuro, sin incluir libros pirateados.

Para evaluar mejor estas respuestas, el impacto de la piratería se evaluará por separado. Estos resultados muestran que 140 encuestados, o el 64.7% de los consumidores, continuarán leyendo el libro impreso, pero también los eBooks. Los encuestados que solo leerán libros impresos se mantendrán sin cambios y representan el 15.69%. Los encuestados que solo leerán eBooks en el futuro representan el 14.70% o 30 encuestados.

Para considerar el impacto de la piratería en los planes del consumidor para el futuro, los encuestados que continuarán leyendo libros impresos, pero también eBooks que incluyen libros pirateados se combinarán con los encuestados que solo leerán eBooks que incluyan libros pirateados. El número total de encuestados que están dispuestos a leer libros pirateados es 78, o 38.23%. El número total de encuestados que no leerán eBooks pirateados, sino que leerán eBooks, es 92 o 45.10%.

En comparación con la encuesta realizada por Statista, el 51% de los consumidores continuará leyendo libros impresos, pero también eBooks, en lugar del 64.7%. Dado que este documento no evalúa el periódico electrónico o la revista en el futuro los resultados de la encuesta de Statista con respecto al periódico o la revista electrónica, el porcentaje de personas que solo leerán libros impresos y el periódico o la revista electrónica se puede combinar con el porcentaje de personas que lo harán solo lee libros impresos, llevando el porcentaje total al 39%. Esto es más del doble de la cantidad encontrada en los datos del estudio del campo, que solo mostraron un 15,69% para la misma respuesta. El porcentaje de personas que solo leerán eBooks también difiere mucho entre las dos encuestas. La encuesta de Statista muestra que el 6% solo leerá eBooks, mientras que los datos de propiedad exclusiva muestran que el 14.70% solo leerá eBooks. La disparidad en las dos encuestas puede ser causada por el impacto de la piratería.

Los resultados de esta sección muestran que la mayoría de los consumidores continuarán leyendo libros impresos, pero también eBooks en el futuro. Ambas encuestas, los datos del estudio del campo y la encuesta de Statista, corroboraron este hallazgo. Aunque el enfoque de las dos encuestas puede diferir ligeramente, ambos proporcionan información importante sobre el futuro de los eBooks. El efecto de la piratería parece marginal ahora, a medida que más consumidores optan por no leer eBooks pirateados en el futuro.

5. Conclusión

La intención de este trabajo era analizar el impacto de los eBooks en libros impresos y predecir los cambios futuros de ambos mercados. De los datos analizados a lo largo de este documento, se han extraído muchas conclusiones importantes. Estas conclusiones se basan en la información proporcionada por los datos del estudio del campo, AuthorEarnings, Bureau of Labor Statistics, El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, FGEE, Pew Research Center, Publishers Weekly PwC, Statista, y The Digital Reader. También las conclusiones se basan en las revistas arbitradas; “Understanding the E-Book Plateau Through the RDA Model”, “Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies Are Changing the Face of the Publishing Industry”, “Gutenberg y Today's Media Change”, “Antitrust Enforcement in the Developing E-Book Market: Apple, Amazon, and the Future of the Publishing Industry”, “Pulp Science: Education and Communication in the Paperback Book Revolution”, “Measuring the Effects of Lighting on the Readability of Electronic Devices”, “The Kindle Arrives in Time and Makes Everyone a Publisher”, “The Role of e-Books in Reshaping the Publishing Industry”, “When Creators, Corporations and Consumers Collide: Napster and the Development of on-Line Music Distribution”, y “The Usefulness Metrics of the Most Popular EReader Used by Higher Education Students”.

Cada sección dividida analizó los diferentes factores que influyen en los cambios en los mercados de eBooks e impresos. A través de un análisis del mercado global, el mercado español y estadounidense, los consumidores, los dispositivos, las stakeholders, la fijación del precio, la piratería y la previsión del consumidor, este trabajo ha creado una comprensión exhaustiva del efecto de los eBooks en el mercado de libros impresos.

El análisis del mercado global concluyó que el mercado editorial está creciendo. Los resultados generales del mercado español muestran el crecimiento del mercado de eBooks. La evaluación del mercado de los EE. UU. concluyó que el mercado editorial tiene ingresos constantes, un aumento en las ventas de libros impresos y una disminución general en las ventas de las librerías. El análisis de los consumidores concluyó que los jóvenes son más probables al leer libros impresos y eBooks, la mayoría de los consumidores tienen cierta comprensión de los eBooks, la mayoría de los consumidores preferiría leer los libros impresos si el precio no fue un factor, aunque los libros impresos siguen siendo los más populares entre los consumidores, no están en contra de los eBooks y los beneficios más populares de leer eBooks son la portabilidad, los precios y la accesibilidad. La sección de dispositivos concluyó que la mayoría de los consumidores tienen cierta comprensión de los eReaders, sin embargo, la comprensión

del consumidor de los eReaders es menos frecuente que la de los eBooks, el Amazon Kindle es el eReader más popular y las características más importantes de los eReaders son la duración de la batería, la facilidad de uso y la capacidad de almacenamiento. La sección de stakeholders mostró el impacto que los eBooks han tenido en los editores, en las librerías tradicionales y en línea, y en los fabricantes de dispositivos y que las ventas de eBooks se han convertido en una proporción cada vez mayor de los ingresos netos generales de los editores. La sección sobre la fijación del precio evaluó el efecto que tienen los precios en la publicación, el impacto de la fijación ilegal de precios, el precio óptimo para los eBooks que es entre \$ 2.00 y \$ 5.99 y una preferencia del consumidor por gastar dinero en libros impresos en lugar de eBooks. La sección sobre piratería llegó a la conclusión de que la música pirateada afectó a la industria de la música, explicó cómo respondieron las stakeholders y la conciencia del consumidor de los eBooks pirateados. La sección sobre la previsión de los consumidores concluyó que los consumidores planean continuar leyendo libros impresos y también eBooks y que el efecto de la piratería es marginal.

De todos estos hallazgos, se puede concluir que la aparición de eBooks y eReaders ha tenido un impacto en el mercado de libros impresos. Las perspectivas para el futuro pueden suponer un aumento de la lectura de eBooks. No se puede pasar por alto el resurgimiento de la lectura de libros impresos en los últimos años y la preferencia de los consumidores que aún disfrutaban leyendo libros impresos y gastando dinero en libros impresos. El hecho de que los consumidores tengan menos probabilidades de gastar la misma cantidad de dinero en eBooks es un hallazgo importante, sin embargo, los ingresos crecientes de ePublishing muestran que a pesar de los precios más bajos todavía es rentable vender eBooks. La fijación de precios para los eBooks ha jugado un papel importante, incitando a los consumidores a comprar la versión electrónica en lugar de la versión impresa para los ahorros económicos. Los dispositivos utilizados desempeñan un papel menor en los eBooks que hace diez años, ya que los consumidores utilizan una variedad de dispositivos para leer. Las comparaciones entre la infracción de derechos de autor de la industria de la música y los libros pirateados disponibles sugieren que los consumidores están menos dispuestos a piratear libros a pesar de los beneficios monetarios. Esto se debe a que los editores ofrecen una mejor alternativa con más accesibilidad, portabilidad y almacenamiento dentro de las bibliotecas digitales. Los planes de los consumidores para el futuro mostraron que los libros impresos aún permanecerán en sus corazones y en sus estantes, pero también se leerán los eBooks. La perspectiva para el futuro de los libros impresos y los eBooks no es tan devastadora como algunos podrían haber predicho. De acuerdo con todos los datos recopilados y analizados, los consumidores todavía

no están listos para renunciar a sus preciosos libros impresos, pero los eBooks continuarán creciendo en popularidad.

6. Bibliografia

- AuthorEarnings. (n.d.). Number of e-books sold in the United States from 2010 to 2017 (in million units). In Statista - The Statistics Portal. Retrieved March 7, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/426799/e-book-unit-sales-usa/>.
- Bernstein, S. (2017). Understanding the E-Book Plateau Through the RDA Model. *Journal of Library Metadata*, 17(1), 1–4. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.1080/19386389.2017.1285140>
- Bureau of Labor Statistics. (n.d.). Average annual expenditure on reading per consumer unit in the United States from 2007 to 2017 (in U.S. dollars). In Statista - The Statistics Portal. Retrieved March 7, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/326839/us-household-spending-on-reading/>.
- Carreiro, E. (2010). Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies are Changing the Face of the Publishing Industry. *Publishing Research Quarterly*, 26(4), 219–235. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.1007/s12109-010-9178-z>
- FGEE. (n.d.). Revenue of the digital book industry in Spain from 2009 to 2017 (in million \ euros). In Statista - The Statistics Portal. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/448275/revenue-of-the-digital-book-industry-in-spain/>.
- Flood, Z. C. (2016). Antitrust Enforcement in the Developing E-Book Market: Apple, Amazon, and the Future of the Publishing Industry. *Berkeley Technology Law Journal*, 31, 879–904. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.15779/Z38V865>
- Fussel, S. (2001). Gutenberg and Today's Media Change. *Publishing Research Quarterly*, 16(4), 3. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.1007/s12109-001-0010-7>
- Gormley, M. (2016). Pulp science: education and communication in the paperback book revolution. *Endeavour*, 40(1), 24–37. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.1016/j.endeavour.2016.01.002>

- Lege, R. P., Hasegawa, S., Ishio, H., Takahashi, T., Hyodo, K., Matsunami, S., ... Miyao, M. (2017). Measuring the effects of lighting on the readability of electronic devices. *Journal of the Society for Information Display*, 25(1), 12–19. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.1002/jsid.523>
- Levinson, P. (2014). The Kindle Arrives in Time and Makes Everyone a Publisher. *Journal of Visual Culture*, 13(1), 70–72. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.1177/1470412913509463>
- Maxim, A., & Maxim, A. (2012). The Role of e-books in Reshaping the Publishing Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 1046-1050. doi:10.1016/j.sbspro.2012.09.178
- McCourt, T., & Burkart, P. (2003). When creators, corporations and consumers collide: Napster and the development of on-line music distribution. *Media, Culture & Society*, 25(3), 333. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.1177/0163443703025003003>
- Pew Research Center. (n.d.). E-book readers in the United States in 2018, by age. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/249767/e-book-readers-in-the-us-by-age/>.
- Pew Research Center. (n.d.). Share of adults who have read a book in any format in the last 12 months in the United States in 2018, by age. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/249787/book-reading-population-in-the-us-by-age/>.
- Pew Research Center. (n.d.). Book consumption in the United States from 2011 to 2018, by format. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/222754/book-format-used-by-readers-in-the-us/>.
- Pew Research Center. (n.d.). Share of U.S. adults that own an e-reader from 2009 to 2016. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/756034/us-american-adults-e-reader-ownership/>.

Publishers Weekly. (n.d.). Unit sales of printed books in the United States from 2004 to 2018 (in millions). In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/422595/print-book-sales-usa/>.

Publishers Weekly. (n.d.). Book store sales in the United States from 1992 to 2018 (in billion U.S. dollars). In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/197710/annual-book-store-sales-in-the-us-since-1992/>.

PwC. (n.d.). Compound annual growth rate of global book publishing revenue between 2016 and 2021, by region. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/307315/growth-of-global-book-publishing-revenue-by-platform/>.

Richter, F. 2013, May 13 eBooks Account for 23% of U.S. Publisher Sales in 2012 [Digital image]. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/chart/1091/ebook-sales-in-the-us/>.

Sari, D. P., Lanham, E., & Pan, L. (2015). The Usefulness Metrics of the Most Popular eReader Used by Higher Education Students. *Issues in Informing Science & Information Technology*, 12, 203–212. <https://doi-org.ezproxy.neu.edu/10.28945/2224>

Statista. (n.d.). Forecast of ePublishing revenue by segment worldwide from 2017 to 2023 (in million U.S. dollar). In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/456813/epublishing-revenue-worldwide-forecast/>.

Statista. (n.d.). Digital publishing revenue in the United States from 2016 to 2022, by format (in million U.S. dollars). In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/455734/digital-publishing-revenue-format-digital-market-outlook-usa/>.

Statista Survey. (n.d.). Reasons for reading among adults in the United States as of April

2017. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/703708/consumers-reasons-for-reading/>.

Statista Survey. (n.d.). How much did you spend on individual e-books within the last 12 months?. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/706004/spending-on-individual-e-books/>.

Statista Survey. (n.d.). Consumer attitudes towards books and e-books in the United States as of April 2017. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/707142/attitude-books-e-books/>.

Statista Survey. (n.d.). What are your personal plans regarding e-books and e-readers in the future?. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/707207/future-personal-plans-for-e-books-and-e-readers/>.

Statista Survey. (n.d.). Types of e-reading devices owned by consumers in the United States as of April 2017. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/707551/owned-e-reading-devices/>.

Statista. (n.d.). Forecast of ePublishing revenue by segment in Spain from 2017 to 2023 (in million U.S. dollar). In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/457475/epublishing-revenue-in-spain-forecast/>.

The Digital Reader. (n.d.). Net revenue of the book publishing industry in the United States from 2008 to 2017 (in billion U.S. dollars). In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/271931/revenue-of-the-us-book-publishing-industry/>.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (n.d.). Market share of books published

digitally in Spain from 2009 to 2016. In *Statista - The Statistics Portal*. Retrieved March 27, 2019, from <https://www-statista-com.ezproxy.neu.edu/statistics/448287/market-share-of-digital-books-in-spain/>.