

## RESEÑAS DE INFORMES: Sistemas y tecnologías de información

### Modelos de negocio en el mundo de la edición electrónica, un manual de supervivencia

Lluís Agustí

Universitat de Barcelona, Departament de Biblioteconomia, Documentació i Comunicació Audiovisual  
agusti@ub.edu

**Agustí, Lluís** (2016). "Modelos de negocio en el mundo de la edición electrónica, un manual de supervivencia". *Anuario ThinkEPI*, v. 10, pp. 291-293.  
<http://dx.doi.org/10.3145/thinkepi.2016.63>

Publicado en *Blok de BiD* el 21 de enero de 2015



A finales de los años 90, dos humoristas estadounidenses, Joshua Piven y David Borgenicht, publicaron *The worst-case scenario survival handbook*<sup>1</sup>, un librito donde se explicaba con detalle cómo enfrentarse a situaciones extremas y desesperadas: cómo sobrevivir si el paracaídas no se

abría, cómo caminar sobre el techo de un tren en marcha, de qué manera había que caer desde un puente en un río, cómo escapar del ataque de un tiburón o de un enjambre de abejas asesinas... Este primer libro inauguró un subgénero de humor bajo el título genérico de *Worst-case scenarios*. Los siguientes títulos se derivaban de todos los escenarios posibles: la escuela, vacaciones, bodas, viaje o el momento de ligar y practicar sexo. En poco más de una década se habían vendido más de 10 millones de ejemplares.

Aún no se ha publicado sin embargo el *Worst-case scenarios* dedicado al mundo de la edición y eso que, fuera ya de bromas, el escenario para los profesionales del libro se ha complicado, y mucho, en los últimos años:

- cambio de modelo en el soporte de lectura -con un claro desplazamiento del impreso hacia el digital-;
- crisis de consumo con una caída de ventas y de facturación, y un porcentaje de retornos de librerías antes nunca vistos;
- reducción de los gastos por adquisiciones en bibliotecas en ocasiones hasta 0;
- piratería digital;

- socialización de libros en la enseñanza escolar;
- aparición en el comercio minorista de *gigantes tecnológicos pero enanos tributarios*<sup>2</sup> que parecen claramente practicar el *dumping*;
- cierre de librerías generalistas históricas;
- cuestionamiento o desaparición de alguno de los eslabones tradicionales de la cadena de valor del libro...

Y en este desplazamiento inexorable del mundo impreso hacia el mundo digital, nos damos cuenta que en internet al usuario se le acostumbró al "todo gratis" y ahora resulta difícil convencerle de que de un día para otro es necesario que empiece a pagar por todo, y ya es sabido que la publicidad no resulta en ningún caso suficiente..., en definitiva, que el paracaídas no se abre.

Ante este laberinto incendiado, el *Centro Español de Derechos Reprográficos (Cedro)* encargó una hoja de ruta, una especie de manual de supervivencia, para uso de profesionales del libro, especialmente electrónico: autores, agentes, editores, libreros y bibliotecarios. Y lo pidió al conocido portal *Dosdoce.com*, especialista en el análisis del uso de las nuevas tecnologías en el mundo del libro.

<http://www.cedro.org>

<http://www.dosdoce.com>

Se pretendía disponer de un estudio que mostrara los modelos de negocio en la edición electrónica a partir de la descripción de dónde



estamos, cuáles son las tecnologías y los modelos de pago y de negocios posibles, cuáles son las tendencias y, en definitiva, cuáles han sido las prácticas internacionales de éxito y cuáles no, con especial atención a las experiencias españolas.

“El objetivo de este estudio se mostró a los profesionales del mundo del libro -ya sean editores, agentes, autores, libreros o bibliotecarios- un amplio análisis sobre los modelos de negocio existentes en internet para que puedan determinar las oportunidades de negocio y los beneficios derivados de cada uno de ellos”.

El trabajo final realizado por el equipo de *Dosdoce.com* formado por **Javier Celaya, María-Jesús Rojas, Elisa Yuste y José-Antonio Vázquez** se presentó en el marco de la 32ª feria del *Liber*, en Barcelona, con ocasión del lanzamiento de la iniciativa *Conlicencia*: plataforma de venta online de licencias de pago por uso de contenidos de libros, revistas y periódicos en español y en otras lenguas desarrollada por *Cedro*.

<https://www.conlicencia.com>

El estudio consta de tres partes:

- descripción de los sistemas de pago y venta actualmente en uso en internet;
- descripción de los nuevos modelos negocio posibles y en experimentación, cuáles son las tendencias y los resultados internacionales y españoles;
- a modo de reflexiones y conclusiones se profundiza sobre la importancia del comercio electrónico para el conocimiento de los usuarios y clientes en la adaptación de los productos y servicios ofrecidos.

Los autores son de la opinión que en el mundo de la edición -cada vez más electrónica- la rentabilidad y viabilidad de las empresas dependerá del conocimiento del cliente a través de las tecnologías. El consumidor era pasivo, pasa a opinar y finalmente incluso a producir contenido.

Relacionamos aquí de manera esquemática los modelos presentados, pero emplazamos a la lectura de la totalidad del estudio o de la parte que interese. De cada modelo de negocio se explica el origen, las prácti-

cas en otros campos (principalmente en el cine, la música y los videojuegos, aunque se insiste en que no es lo mismo el consumo de libros que de videos o de música, el ritmo es diferente), se consignan las primeras experiencias en el mundo de las publicaciones periódicas y el libro, algunas conclusiones del modelo con resultados, ventajas y posibilidades.

### 1. Modelos de negocio en internet

- Micropagos: contenido fraccionado
- Pago por consumo: *streaming* y *pay per view*
- Suscripción
- Membresía
- Freemium-Premium*
- Por publicidad insertada
- Acceso abierto
- P2P - Moocs

### 2. Nuevos modelos: entre la experimentación y la racionalización

- “Paga lo que quieras”
- Bundle*
- Crowdfunding*
- Gamificación*
- Venta directa
- Autoedición
- Préstamo de contenidos digitales en bibliotecas

The screenshot shows the homepage of *conlicencia.com*. At the top, there is a navigation bar with links for 'INICIO', 'LICENCIA DE PAGO POR USO', 'LICENCIA ANUAL', and 'SOBRE NOSOTROS'. The main heading asks '¿Quiere fotocopiar y/o escanear libros revistas y periódicos?' and encourages users to 'Consiga aquí su licencia'. Below this, there is a section titled '¿Qué es conlicencia.com?' which states it is a platform for obtaining permission from rights holders to digitize content. Another section, '¿Qué licencia necesito?', offers two options: 'LICENCIA DE PAGO POR USO' (with sub-options for occasional use, determined use, online purchase, legal guarantee, and large repertoire) and 'LICENCIA ANUAL' (with sub-options for frequent use, flat annual fee, commercial consultation, legal guarantee, large repertoire, and corporate social responsibility). Both options include a 'Buscar' or 'Hablar con un comercial' button.

<https://www.conlicencia.com>

### 3. ¿Dónde estamos? El comercio electrónico y la evolución de los modelos de pago

De la tienda (*retail*) al móvil

*Big data*. La clave de los modelos de negocio digitales

Del "todo gratis" a la diversificación: hacia un modelo de convergencia

El consumidor activo: *prosumidor* y *UGC* (contenido generado por los usuarios).

Si bien, como se ha dicho más arriba, el público destinatario del informe es amplio, el contenido es especialmente interesante para las empresas. A quien básicamente se dirige el estudio es a editores, productores de contenidos culturales, distribuidores y plataformas de libros electrónicos a fin de encontrar soluciones económicamente viables para sus negocios. Los consumidores -particulares y bibliotecas, sobre todo- entenderán mejor desde el otro lado todas las vacilaciones de los proveedores, la variedad de modelos, incluso de precios... estamos pisando territorios a menudo desconocidos<sup>3</sup>.

Por todo ello resulta un estudio ameno, ilustrativo y lleno de ejemplos prácticos algunos de ellos conocidos y otros menos evidentes que ayudan a ordenar las ideas, y configuran una especie de topografía comprensible del horizonte en el mercado electrónico de los libros, las revistas y todo tipo de contenidos culturales, de sus beneficios e inconvenientes.

Aviso a navegantes: los autores nunca pontifican ni dan la fórmula magistral, de hecho afirman que las fórmulas descritas no pueden servir para todos igual (ni para los productores, ni para los distribuidores, ni tampoco para los consumidores), pero sí dan pistas sobre cuáles pueden ser viables y sobre todo insisten en sugerir el uso combinado de más de una de ellas y aceptar la prueba y error necesarios en todas las novedades.

Una lectura esclarecedora, muy recomendable.

#### Notas

1. **Piven, Joshua; Borgenicht, David** (1999). *The worst-case scenario survival handbook*. Chronicle Books. ISBN: 978 0811825559

Se hicieron traducciones al catalán y castellano que no tuvieron ni el éxito ni las secuelas que tuvieron en inglés: *Manual de supervivència en situacions extremes* (Edicions 62, 2001) y *Manual de supervivencia en situaciones extremas* (Salamandra, 2001).

2. **Sérvulo-González, Jesús** (2012). "Gigantes tecnológicos, enanos tributarios". *El país*, 23 de noviembre. [http://economia.elpais.com/economia/2012/11/23/actualidad/1353702423\\_564230.html](http://economia.elpais.com/economia/2012/11/23/actualidad/1353702423_564230.html)

3. Un estudio sobre el modelo francés de edición electrónica ya fue comentado en este mismo blog:

**Agustí, Lluís** (2014). "La edición digital en Francia: un negocio en proceso de definición". *Blok de BiD*, 25 de junio.

<http://www.ub.edu/blokdebid/ca/node/507>

**Rojas, María-Jesús; Yuste, Elisa; Vázquez, José-Antonio; Celaya, Javier** (2014). *Nuevos modelos de negocios en la era digital: un estudio elaborado por Dosdoce.com para Cedro con motivo del lanzamiento de su plataforma Conlicencia.com*. Madrid: Dosdoce: Cedro, 93 pp. ISBN: 9788494229589

<http://www.dosdoce.com/2014/09/28/nuevos-modelos-de-negocio-en-la-era-digital-4>

Nota original completa en *Blok de BiD*:

<http://www.ub.edu/blokdebid/es/node/569>

\* \* \*

## Progresión constante de la lectura digital

**José-Antonio Cordón-García**

Universidad de Salamanca, Grupo E-Lectra  
[jcordon@usal.es](mailto:jcordon@usal.es)

**Cordón-García, José-Antonio** (2016). "Progresión constante de la lectura digital". *Anuario ThinkEPI*, v. 10, pp. 293-295.

<http://dx.doi.org/10.3145/thinkepi.2016.64>

Publicado en *Blok de BiD* el 29 de julio de 2015



La lectura digital ha experimentado un crecimiento considerable en todos los países durante los últimos años. La ampliación de la oferta digital, la aparición de dispositivos con prestaciones cada vez mejor adaptadas a las particularidades de los usuarios, la implementación de sistemas de préstamo de libros electrónicos en bibliotecas públicas y de investigación, el incremento de las aplicaciones de lectura interoperables y sincronizables en todo tipo de dispositivos, facilitando la movilidad y accesibilidad permanente, y la aparición de modelos de negocio nuevos como los sistemas de suscripción, han dado lugar a un fenómeno que se va asentando de una manera sólida y con vocación de perdurabilidad: la consolidación del lector digital.

Su comportamiento y prácticas de consumo han sido objeto de numerosos estudios en todos