

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 desconocidos³.

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

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

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

los países. Francia ha sido uno de los más prolíficos en este tipo de análisis, con la producción de informes de todo tipo sobre el complejo ecosistema que articula el universo digital. Un buen elenco de ellos se puede consultar en la sección *Études*:

<http://www.idboox.com/category/etudes>

Uno de los más exhaustivos y rigurosos de estos estudios es el que viene realizando *Hadopi* (*Haute Autorité pour la Diffusion des Oeuvres et la Protection des droits sur Internet*), una autoridad pública independiente, creada en 2009, dedicada a la protección de los derechos de autor en la Red, y a la vez a la elaboración de estudios sobre las prácticas de lectura digital de los franceses.

El último de los informes publicados se lanzó en octubre de 2014 con el título: *Étude des perceptions et usages du livre numérique*. El estudio se elaboró en colaboración con el *Groupement pour le développement de la Lecture Numérique (GLN)*, y el *IFOP (Institut Français d'Opinion Publique)*.

Analiza varios aspectos en relación con los hábitos de los lectores:

- dispositivos utilizados para leer
- circunstancias de la lectura
- medios para obtener y compartir los libros electrónicos
- percepciones y expectativas generadas por la oferta de libros electrónicos
- impulsos y frenos en el desarrollo de la lectura digital
- prácticas lícitas e ilícitas

“Se observa un debilitamiento del concepto de propiedad entre los lectores digitales, para quienes el acceso cobra mayor importancia”

El estudio tiene un componente cuantitativo, plasmado en 3.000 entrevistas telefónicas a mayores de 15 años, y otro cualitativo, representado por entrevistas en profundidad a 4 grupos de 32 personas distribuidos según tramos de edad, niveles de estudios, soportes utilizados, y prácticas de lectura declaradas.

Resultados más significativos

El 11% de los encuestados se declara lector de libros electrónicos, cuya lectura ha venido propiciada por la posesión de algún tipo de dispositivo como *smartphone*, tablet o ereader. Las razones aducidas para la práctica de la lectura digital insisten en las ventajas económicas, las facilita-

Département Recherche, Etudes et Veille (DREV)

Etude des perceptions et usages du livre numérique
- Synthèse des résultats qualitatifs et quantitatifs -

Octobre 2014



des de adquisición, y las prestaciones de carácter práctico inherentes a la misma. La experiencia de lectura depende en gran medida del dispositivo de lectura empleado, de tal manera que se puede apreciar una cierta oposición entre la lectura de placer (ereader, tablet) y la lectura profesional (ordenador).

Un 34% de los encuestados reconocen que obtienen sus libros de manera ilegal o mediante el intercambio de ficheros con amigos (43%). La existencia de DRM constituye un elemento determinante en la motivación de compra para un cuarto de los encuestados, constituyendo sin duda una de las causas del recurso a las descargas ilegales. El precio es otra de las razones para esta opción, estableciendo el límite psicológico del mismo en torno a los 10 euros. En relación con esto no deja de resultar interesante la aceptación entre los encuestados de los sistemas de suscripción (69%), como alternativa a la compra directa de las obras, lo que redundará en uno de los aspectos que vienen apareciendo en diversos estudios: el debilitamiento del concepto de propiedad entre los lectores digitales, para quienes el acceso cobra mayor importancia. A pesar de todo, dos tercios de los lectores afirman haber comprado al menos un libro electrónico en el curso del último año.

Al hilo del informe se observan varias tendencias de fondo que coinciden con otros estudios elaborados tanto en Francia como en otros países:

- las obras digitales se perciben simbólicamente inferiores a las impresas, no susceptibles de generar un valor de cambio reembolsable por su consumo; de ahí el recurso generalizado a la gratuidad que manifiestan la mayoría de los encuestados. Esta desvalorización es extensible igualmente a otros productos digitales como la música o el cine;



<http://bibliobs.nouvelobs.com/actualites/20150317.OBS4812/les-francais-et-la-lecture-je-t-aime-moi-non-plus.html>

- la valoración de la oferta digital pasa por la mejora de los sistemas de prescripción y de recomendación que permitan a los lectores acceder a una oferta adaptada a sus necesidades, con mayor precisión y adaptabilidad que la existente en los entornos impresos. Se trata de una tendencia a la que la industria editorial presta cada vez mayor atención implementando algoritmos de búsqueda que propician una personalización de las recomendaciones más eficiente y gratificante que los rastros de compra.
- se percibe el desarrollo de un perfil de lector comprometido con la práctica digital, habituado al uso de diferentes tipos de dispositivos, que extrapola sus hábitos de manera indistinta en cualquiera de ellos. Se trata de un sector de población todavía pequeño, pero que irá ganando en número e intensidad en los próximos años.

Estas impresiones se han visto confirmadas con la publicación del 5º barómetro sobre el libro digital publicado en marzo de 2015 por SOFIA/SNE/SGDL.

http://aldus2006.typepad.fr/files/barometre-usages-livres-numeriques-2015_sne-sgdl-sofia.pdf

Según éste, los lectores de libros electrónicos habrían crecido 3 puntos con respecto al barómetro anterior, alcanzando el 18% de la población.

El dispositivo que ha experimentado un mayor crecimiento es el *smartphone*, cuya progresión ha sido de 5% en el último año. El 27% de los lectores lo utilizan con este fin. Aunque hay que hablar de un lector multisoprote, como se había establecido en el informe *Hadopi*. Finalmente los lectores de libros electrónicos compran cada vez más en este soporte, con una media de compra de 4 libros por año.

Un último estudio elaborado con motivo del *Salon du livre*, celebrado en marzo de 2015, aparecido con el título de *Les français et la lecture* bajo el auspicio del *Centre national du livre (CNL)*, avala las anteriores afirmaciones.

<http://www.calameo.com/read/0018287151bf454f21996>

En definitiva, en Francia, como en el resto de los países europeos la lectura digital progresa, de una manera moderada pero constante. Una progresión que se irá incrementando en la medida en que la oferta se vaya enriqueciendo, los libros electrónicos vayan penetrando en los diferentes niveles del sistema educativo y la formación en competencias digitales constituya una parte indisoluble de la enseñanza.

Département Recherche, Études et Veille (DREV) (2014). *Étude des perceptions et usages du livre numérique*.

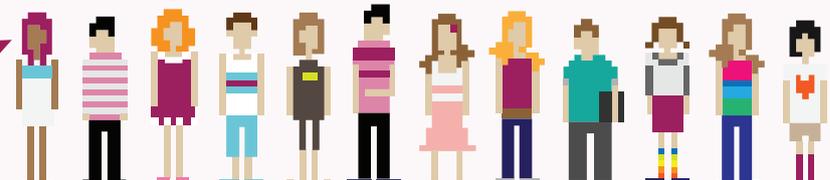
<http://www.hadopi.fr/actualites/actualites/etude-des-perceptions-et-usages-du-livre-numerique>

Nota original completa en *Blok de BiD*:

<http://www.ub.edu/blokdebid/es/node/631>



PRÁCTICO EL
CONOCIMIENTO
¿Y TÚ?



Todos tenemos algo que enseñar y algo que aprender
Ven a SocialBiblio y aprende con nosotros

<http://www.socialbiblio.com>



