

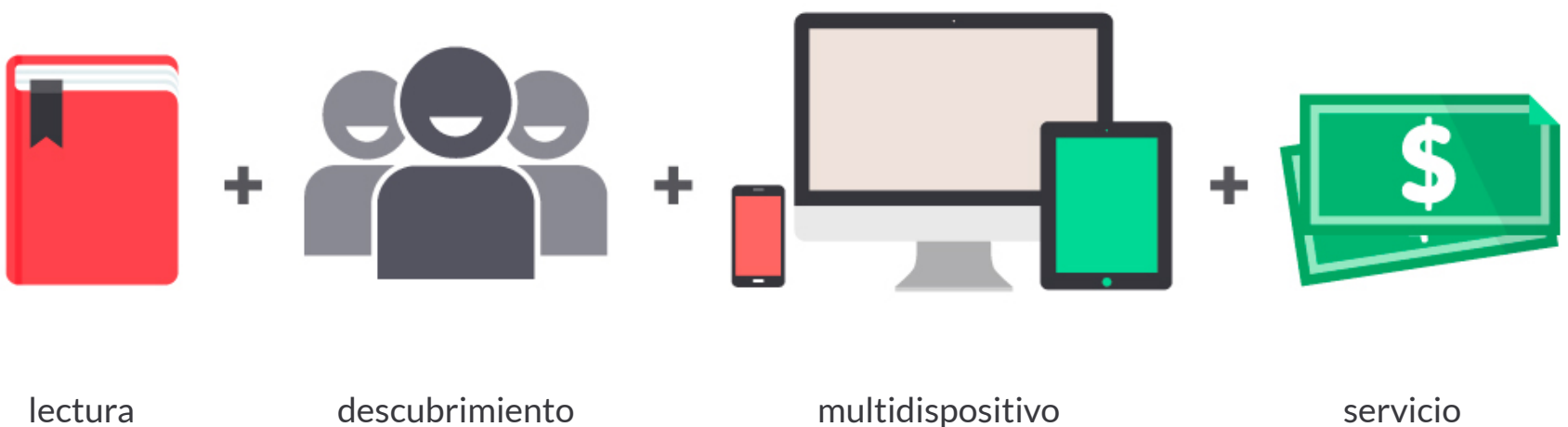
 **BOOK CLUB**

24symbols

24symbols

24symbols opera desde 2011 www.24symbols.com, una plataforma de lectura de libros digitales basada en un [modelo Freemium](#) y con capacidades de lectura social. Los usuarios pueden acceder en la nube a un catálogo multieditorial de manera gratuita, pero con publicidad insertada y ciertas limitaciones, o pagar una pequeña cuota para disfrutar de un servicio de mayor calidad.

En estos tres años de vida más de **200 editores, 20.000 títulos y 500.000 usuarios registrados** (con un crecimiento de más de 30.000 nuevos cada mes), avalan la propuesta tecnológica y el gran atractivo de estos modelos de consumo digital.



Servicio multidispositivo de lectura y descubrimiento de libros digitales

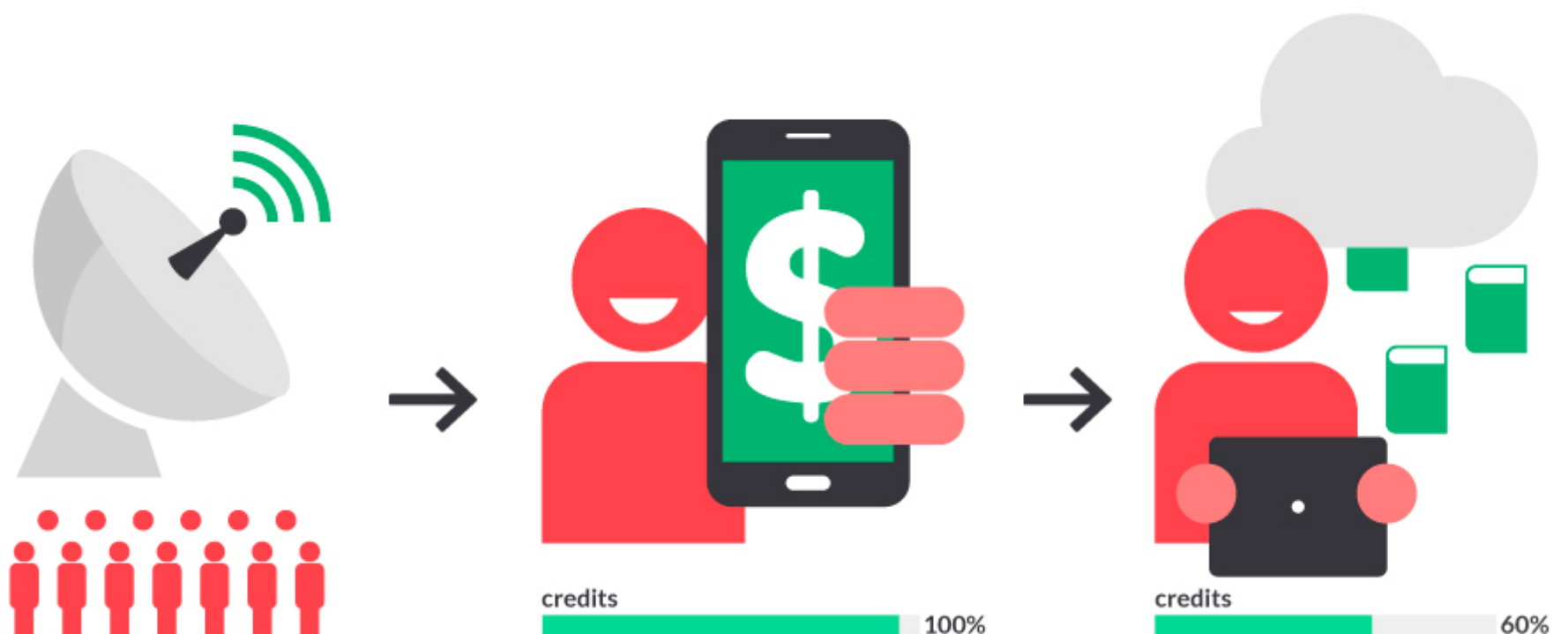
LAS NUEVAS PLATAFORMAS

24symbols está ya operando y va a lanzar a lo largo de los próximos meses, en colaboración con operadoras de telefonía móvil y por diferentes países del mundo, nuevas plataformas de lectura digital. En este documento pretendemos detallar la operativa y el modelo de negocio de estos nuevos servicios.

QUIÉN ES QUIÉN Y QUÉ ROL JUEGA

Esta iniciativa es el resultado de nuestra colaboración con el reciente inversor de la compañía, el [Grupo Zed](#), empresa especializada en la comercialización de todo tipo de contenidos digitales a través del móvil. No podemos explicar el nuevo modelo sin concretar los **roles** de las distintas entidades que participamos en el desarrollo de estos servicios:

- **La operadora móvil** aporta los clientes y una marca reconocible en el territorio donde opera. Es quien va a facturar a los lectores, integrando el precio en la factura del móvil y facilitando así la penetración del servicio en zonas donde no está tan extendida la tarjeta de crédito como medio de pago online.
- **Grupo Zed** aporta su experiencia desarrollando campañas de marketing efectivas sobre la base de clientes de la operadora, y la integración con sus sistemas de información.
- **24symbols** aporta su servicio de lectura, las aplicaciones web y móviles, y opera los servidores donde van a correr las plataformas (manteniendo siempre los ePubs bajo su control). Se responsabiliza de dinamizar la lectura en redes sociales y del marketing de contenidos.



BOOK CLUBS

La operativa de los nuevos servicios es sencilla: todos los lectores podrán navegar a través del catálogo completo de libros de la plataforma, tanto novedades como fondo editorial, y podrán acceder a una **muestra** (típicamente, el primer 10%) de cualquiera de ellos. Como miembros del book club podrán también seleccionar y **leer completamente cualquiera de los libros del catálogo**, pero existirán mecanismos de control que limitarán el número de libros que cada usuario va a poder leer al mes.

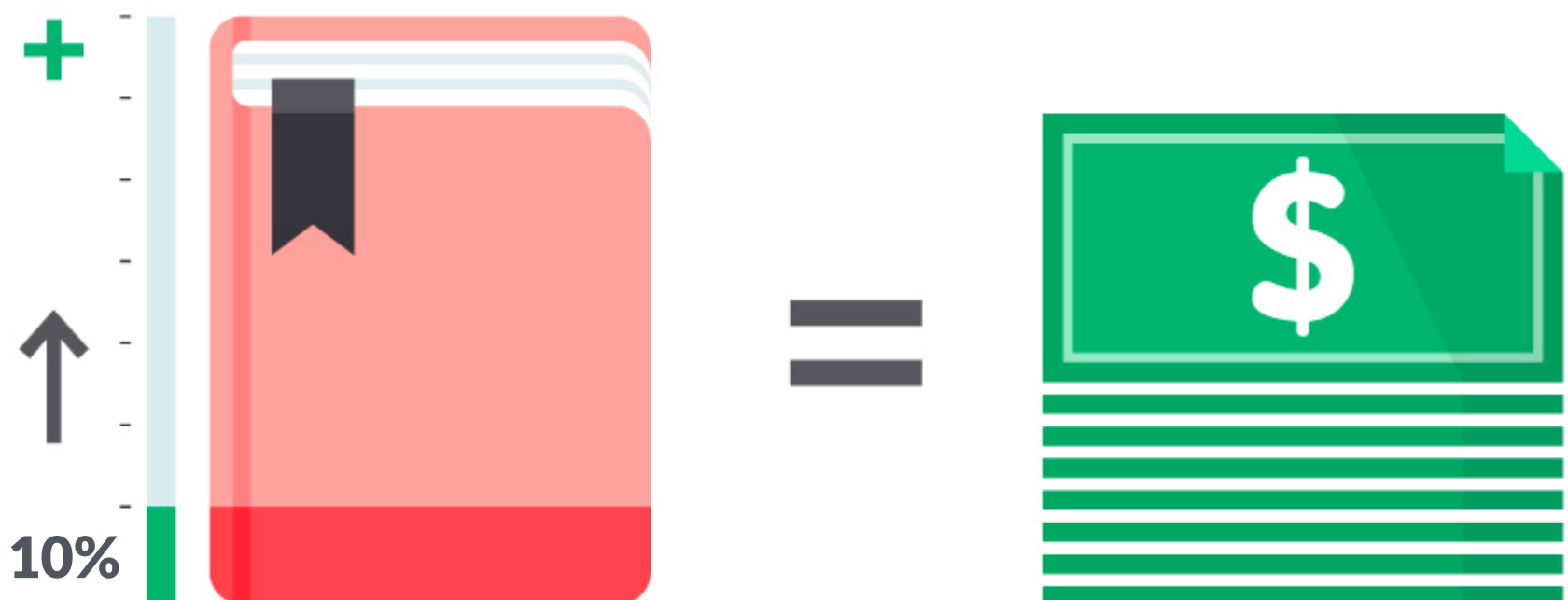
Este **control** es el que nos permite ofrecer a los editores un modelo de liquidaciones simple, controlado por vosotros y fácilmente integrable con la estructura de derechos de autor.

Así que, antes de detallar cómo vamos a controlar las lecturas, detengámonos un momento en cómo vamos a gestionar esas liquidaciones...

LAS LIQUIDACIONES A LOS EDITORES

El modelo de liquidaciones se basa en el mismo parámetro (unidades) que el modelo de liquidaciones de una plataforma de venta de ebooks, de forma que **no sea necesario cambio alguno en los contratos de cesión de derechos con los autores**.

El concepto clave para entender esto es el concepto de lectura efectiva: una **lectura efectiva** tiene lugar cada vez que un usuario lee más del 10% de las páginas del libro. Toda lectura por debajo de ese 10% se considera promocional y no se remunera (muchos editores ya exponéis incluso más que ese 10% como muestra del libro en vuestra propia web), pero cuando se supera ese umbral el libro se considera leído. Cada lectura efectiva (libro leído) se paga y, como veremos a continuación, con una cantidad que va a definir su editor.



Antes de ir más allá es preciso insistir, para evitar confusiones con el modelo de venta de copias, en que este modo de liquidar no altera en absoluto la naturaleza de la relación que vamos a tener con nuestros clientes. Es decir, en los **Book Clubs** de **24symbols** el lector no compra los libros, no es propietario de los ficheros (a los que ni siquiera accede directamente) y no puede disponer con libertad de ellos para compartirlos de ninguna manera. Nosotros ofrecemos un servicio y como tal el usuario sólo podrá leer aquellos títulos que haya seleccionado y siempre que se mantenga al corriente de pago de las cuotas correspondientes. El día que deja de pagar, deja de poder leer, lo que se convierte en un motivo más para fidelizar al lector, para que siga al corriente de pago y consumiendo otros títulos.

El punto clave que resta por aclarar es cómo se determina **la remuneración que recibe el editor por cada lectura efectiva**. Hemos tomado la decisión de que, aunque no se realice una compra, el precio de referencia para calcular la remuneración sea el precio de compra del ebook. Esto es importante porque la lógica de negocio que está detrás de vuestra política de precios (incluyendo campañas de marketing basadas en precios dinámicos) se traslada también a los libros que tenéis con nosotros.

Sobre ese precio de referencia se aplica un porcentaje para calcular la remuneración por cada lectura. **24symbols** recomienda **una horquilla entre el 40 y el 50% de ese precio de compra**, en línea con el hecho de que el cliente no recibe la propiedad del fichero (sólo un derecho de lectura). Pero es importante destacar que esto es sólo una recomendación y seréis vosotros, en función de vuestra política de precios, los que decidiréis qué porcentaje aplicar.



Como el editor fija sus precios de lista para los ebooks y determina el porcentaje que desea recibir, **decide por completo la remuneración por lectura**. Suena bien ¿no?

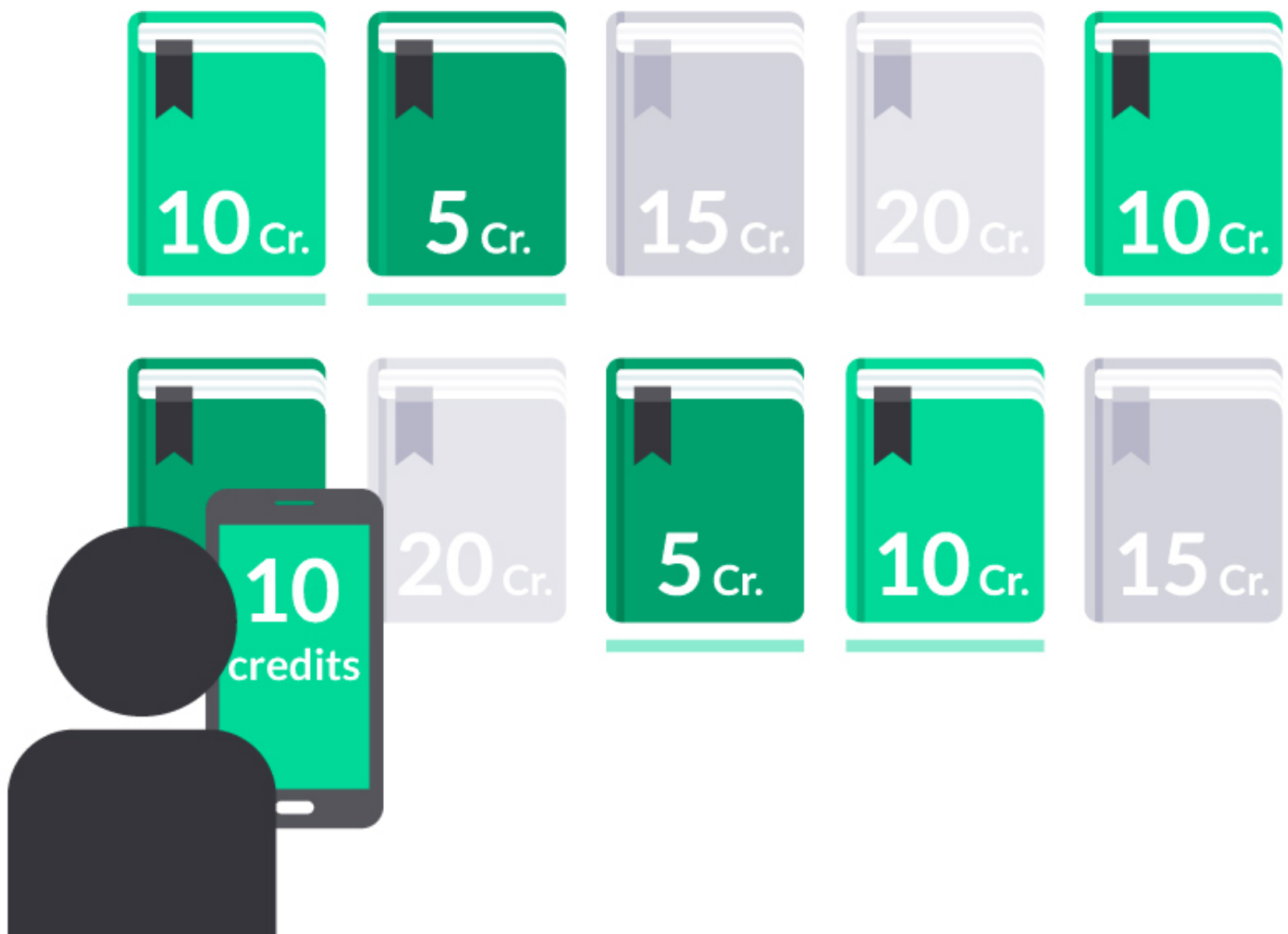
Es momento entonces de presentar alguno de los mecanismos que vamos a utilizar para imponer límites al número de lecturas (sin que eso suponga que no puedan plantearse otros en el futuro), y controlar así los costes que nos genera pagar religiosamente por cada libro leído:

- Utilizar un sistema de créditos.
- Fijar un número máximo de libros al mes.

EL SISTEMA DE CRÉDITOS

El funcionamiento de este mecanismo es sencillo: los lectores recibirán una cantidad determinada de **créditos** con el pago de su cuota, que se irán descontando según vayan consumiendo los libros que deseen leer.

Siendo más precisos, por cada libro que quiera leer completamente (bien sea porque avanza un número suficiente de páginas, o porque lo descarga para lectura offline) se le descontará el número de créditos asociado al libro elegido. Como es obvio, el lector sólo podrá leer completo ese libro si aún le quedan créditos suficientes en su cuenta.



Con eso en mente, en el apartado siguiente se detallan las implicaciones que tiene el ir a precios más altos o más bajos para la cantidad de lecturas que tendrá un libro en las plataformas...

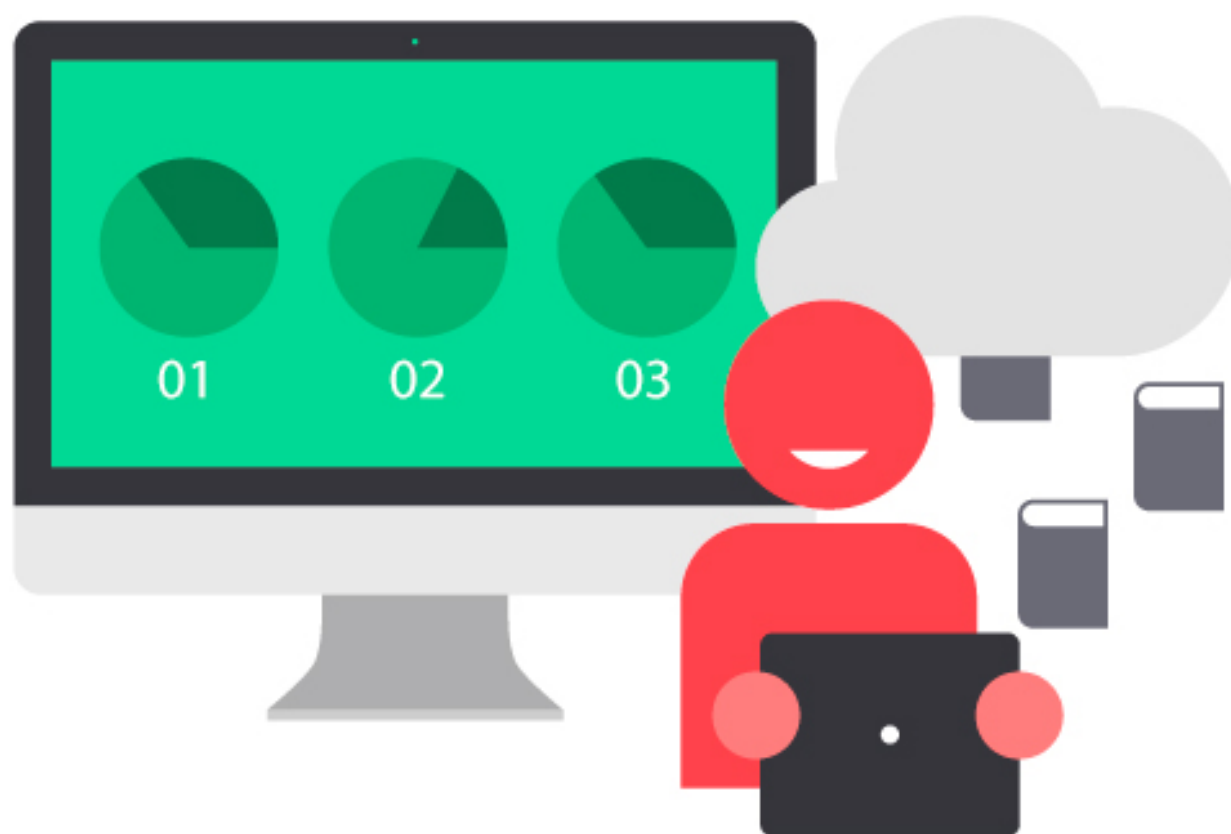
LOS CRÉDITOS Y LA VISIBILIDAD DE LOS LIBROS

Como no podía ser de otra forma, el **número de créditos** que es necesario consumir para leer un libro concreto depende de qué remuneración tengamos que pagar por él a su editor. El editor decide cuan agresivo quiere ser con su política de precios, pero siendo consciente de que un libro alto en créditos tendrá menos posibilidades de ser elegido y, por tanto, menos lecturas. Es decir, cada editor tendrá que definir su aristotélico y virtuoso punto medio para conjugar retorno económico y elegibilidad de los libros.

La fórmula matemática exacta que a partir de la remuneración por lectura efectiva calcula el coste en créditos de un libro queda abierta. Toda la gestión de los créditos (cuántos se otorgan con la suscripción, cuando se canjean y cuantos se necesitan para cada libro, la posibilidad de realizar promociones para regalar créditos a los lectores...) no se detalla en contrato y será necesaria una **monitorización detallada del patrón de comportamiento de los lectores** para que podamos tomar decisiones ágiles que garanticen la viabilidad económica de las plataformas.

Es importante entender que el sistema de créditos es un **mecanismo de control** para impedir que lectores voraces nos puedan poner en dificultades financieras (si no hubiera limitación, y al garantizar los pagos por lectura a los editores, podríamos incurrir en fuertes pérdidas) y, en sentido contrario, para incentivar la lectura si no se lee lo suficiente y necesitamos fidelizar a los usuarios.

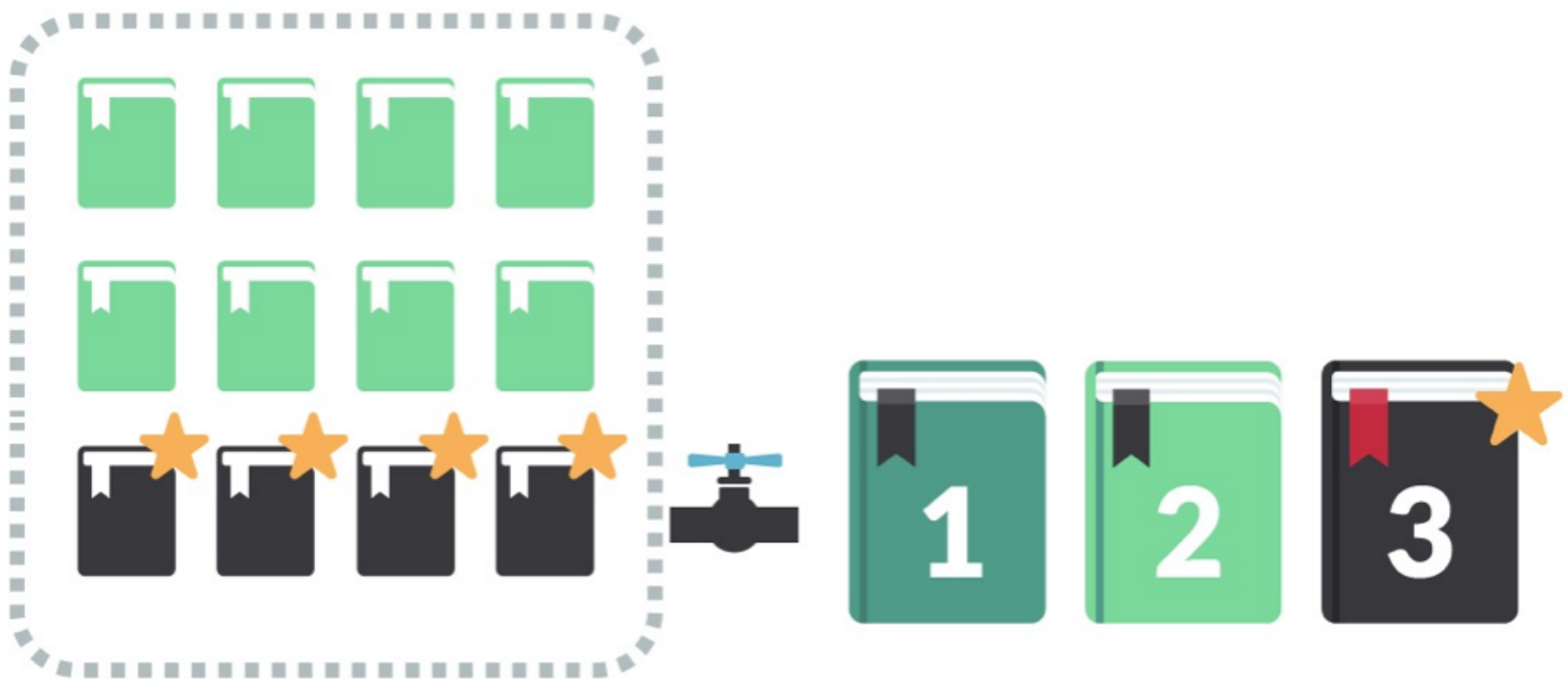
Sea como fuere, y desde vuestro punto de vista como editores, este tema es un tema menor porque no altera vuestra certeza fundamental: cada lectura de un libro de vuestro catálogo os garantiza unos ingresos que podéis controlar.



¿...Y SI NO HAY CRÉDITOS?

Como ya anticipábamos, el sistema de créditos no es la única materialización posible del concepto **Book Club**, y algunas plataformas que lanzaremos van a prescindir de los créditos como elemento de control.

La idea central es simplificar al máximo la operativa y ofrecer al lector la posibilidad de **leer hasta tres/cuatro libros al mes**, a su elección. Esa sencillez aumenta enormemente el atractivo del servicio y es un valor en sí mismo desde el punto de vista de la captación de lectores y su fidelización.



Aún con ese cambio, los elementos esenciales del modelo Book Club se mantienen inalterados:

- Primero, y más importante, se mantiene el modelo de **retribución** a editores: pagaremos el libro cada vez que un lector lea más del 10% de sus páginas.
- El lector sigue teniendo que elegir qué libros quiere leer, aunque la acción de canje de créditos queda aquí convertida en una simple **selección** de los libros de cada mes.
- Y, aunque esto es menos evidente, seguirá siendo el coste del libro una variable clave para ganar **visibilidad** en la plataforma. En el modelo de créditos es el propio lector el que puede descartar libros por su alto valor en créditos; en este caso será la plataforma la que utilizará en sus algoritmos internos el parámetro coste del libro como una variable (no la única) para posicionar libros en las diferentes estanterías.

Filosóficamente hablando, estamos proponiendo que es factible simplificar (o incluso eliminar) los elementos de control para hacer más atractivo el servicio. Sea como sea esa relajación de los controles, será siempre una buena noticia para vosotros porque facilita que el lector voraz lea más, y eso aumentará la retribución que recibiréis como editores.

En definitiva, el modelo **Book Club**, con o sin créditos, está en la oferta de servicios que Zed y **24symbols** están presentando a operadoras de telecomunicaciones en diferentes países del mundo. Y la integración con los sistemas de cada operadora, los hábitos de lectura o el contexto económico en cada país serán los que determinen una u otra operativa en cada territorio.

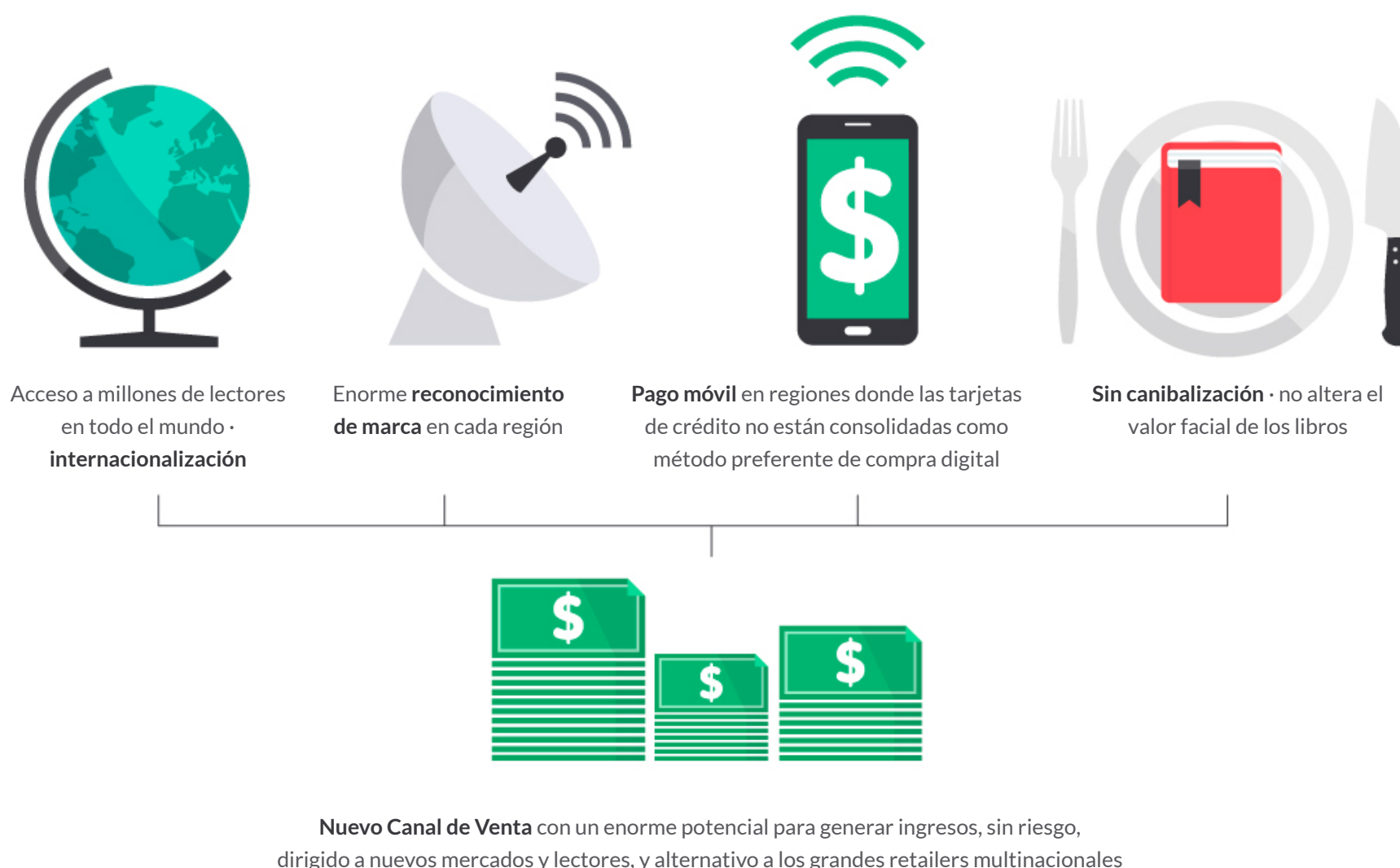
SOBRE EL CONTRATO A FIRMAR

Todas las plataformas operadas por **24symbols**, actuales o futuras, seguirán uno de los dos modelos de negocio presentados: el **modelo Freemium** anterior, y el nuevo **modelo Book Club en sus diferentes materializaciones**. A efectos legales, el contrato concede sin exclusividad los derechos de explotación del catálogo para cualquier plataforma, siempre que sea con uno de esos dos modelos de negocio, y **deja en manos del editor la decisión de incluir o no su catálogo en cada una de las plataformas**. Para articular este derecho, cada nuevo lanzamiento necesitará de su correspondiente preaviso y dará la posibilidad al editor de renunciar a incluir su catálogo, total o parcialmente, en ese territorio. En resumen, el editor mantiene la capacidad de decisión pero sin necesidad de firmar nuevas adendas con cada nueva operadora móvil o plataforma.

CONCLUSIÓN

Si hemos conseguido que leas hasta aquí, esperamos haberte transmitido que:

- Como editores decidís el catálogo y vuestra presencia en aquellas plataformas en las que deseáis comercializar los contenidos.
- Vuestros ficheros ePub son siempre controlados por **24symbols**, no por las operadoras.
- Tenéis la certeza de que recibiréis la cantidad que deseáis por la lectura de vuestros libros.
- La planificación comercial se dirige a millones de clientes potenciales gracias a las operadoras, lo que garantiza una penetración potente y reconocida en cada territorio, y la facilidad de pago al integrar el coste del servicio en la factura del móvil.
- El lector no es nunca propietario de los ficheros, no los puede distribuir, y podrá leer los libros canjeados sólo mientras esté al corriente de pago (y por tanto, arrancando nuevas lecturas que generarán liquidaciones futuras en otros títulos).
- En suma, creemos que hemos desarrollado unas alianzas y una solución de negocio que cuenta con todos los elementos para hacer despegar de verdad estos nuevos modelos de lectura digital.



Nos falta lo más importante: tu confianza, en forma de buenos libros... ¿hablamos?

GRACIAS



David Sánchez
Founder, Sales / Content

dsanchez@24symbols.com

+34 666 488 920

www.24symbols.com

24symbols