

LOS CLUBS DE SUSCRIPTORES, ¿TABLA DE SALVACIÓN PARA LA PRENSA?

Pilar Gómez-Borrero @PrensaInternet

Entre los años 2010 y 2012 la oferta de cupones de descuento online gracias al modelo de “compra colectiva” o *Couponing* se convirtió en un filón de nuevos ingresos en Internet que había que explotar. Sitios como LetsBonus (septiembre 2009), Groupon (creado en 2008 y en España desde marzo 2010), Offerum (marzo 2010) y Groupalia (mayo 2010) presentaban cifras de negocio muy atractivas. Tan es así, que los principales medios de comunicación decidieron desarrollar sus propias propuestas: el Grupo Godó -junto a Letsbonus- lanza en agosto 2011 Vivirvip.com, el Grupo Prisa crea Planeo en mayo 2011 (en agosto 2013 lo vende a Offerum) y Vocento apuesta por la hiperlocalidad con Oferplan en abril 2012. Este servicio ofrecido por una cabecera tradicional era considerado como una forma más de fidelizar a sus lectores.

En 2015 esa fiebre de compra colectiva ya ha pasado pero los medios de comunicación siguen teniendo **la necesidad de fidelizar al lector y así conseguir lo realmente relevante: monetizar el contenido**. Vemos cómo ahora la **estrategia de las principales cabeceras de la prensa (papel+digital) se está centrando en montar clubs de suscriptores, estudiarlos a fondo y ofrecerles beneficios exclusivos**.

Javier Cabrerizo, director general de Unidad Editorial, asegura que, “aumentando el valor de mi suscripción puedo sostener los precios y además fidelizar a mi lector”. Cabrerizo considera que los Media no han trabajado hasta ahora la captación de cliente y venta sistemática del contenido. “En un mundo en el que necesitas captar a cada lector, el conocimiento del cliente se convierte en algo absolutamente esencial. Por eso ahora necesitas tener una acción proactiva, programática, sistemática y dirigida de venta”. En Unidad Editorial hay un equipo de 25 personas en torno a las suscripciones y otro grupo de 8 personas compuesto por matemáticos, estadísticos, arquitectos de datos trabajando en análisis de datos (big data) en tres áreas de negocio: B2B, B2C y la publicidad (targetizada).

Club de suscriptores, un programa de beneficios exclusivos

La condición de suscriptor proporciona -en la mayoría de los diarios- una tarjeta de socio de pertenencia a un Club donde encontrar beneficios exclusivos.

Las categorías de los productos o servicios que estos clubs ofrecen son muy similares (gastronomía, turismo, moda, belleza, espectáculos...) Las diferencias, aunque pequeñas, las encontramos respecto a la periodicidad de suscripción mínima exigida

así como el número de tarjetas por suscriptor que recibirán para beneficiarse de las oportunidades del club (lo habitual es recibir 2).

El diario **La Nación** (Argentina) es uno de los pioneros en ofrecer un programa de beneficios a sus lectores – desde 1995 – y con un [Club de suscriptores](#) desde 2003. También es innovador en crear (en 2009) una categoría Premium dentro del propio club si la suscripción a La Nación es durante más de dos días a la semana o si se combina con alguna de las revistas del grupo: Hola!, Brando, Jardín, Living, Lugares, Ohlalá!, Maru, Susana o Rolling Stone.

Otra de las particularidades de La Nación es la creación en 2012 de la [Tarjeta OK!](#), un programa de beneficios alternativo al Club (con oportunidades diferentes), destinado a los no suscriptores. Una manera complementaria de comercializar las bases de datos de sus lectores.

En octubre de 2012 La Nación [organizó una gran fiesta con motivo del millón de suscriptores](#) que esperaban alcanzar a final de ese año.

Si analizamos la presencia del club de suscriptores de La Nación en las redes sociales encontramos que cuentan con perfiles propios (no todos lo tienen) y cómo a principios de febrero 2015 contaban con 245.153 likes en [Facebook](#) y con 156.846 followers en [Twitter](#).

Su apuesta por los dispositivos móviles también es excepcional ya que no todos han desarrollado aplicaciones propias gratuitas y para diferentes sistemas operativos: Android, IOS y RIM.

Un segundo ejemplo latinoamericano de [Club de lectores](#) es el del diario **El Mercurio** (Chile). [Según se ha publicado](#) en octubre de 2012 (apenas un año de su nacimiento) contaba con 266.000 socios. Tiene perfiles sociales propios con casi 60.000 seguidores en [Facebook](#) (ha descendido su actividad en esta red social) y 9.000 en [Twitter](#). Destacar la edición mensual de la Revista El Club que distribuyen con el diario el primer domingo de cada mes. Además, semanalmente envían un Newsletter con las ofertas del Club.

Otra particularidad de esta cabecera es la creación en octubre de 2012 del [“Club Verde”](#), un programa de beneficios y descuentos relacionados con un **consumo socio-ambientalmente responsable**. Ejemplos: descuentos en restaurantes orgánicos, coches híbridos, bicicletas, medicamentos naturales...

De la tarjeta del club a la tarjeta de crédito

Una vez que consigamos la difícil tarea de tener un lector fiel, que lea nuestro contenido editorial y se beneficia de descuentos por pertenecer a un Club de suscriptores, surge una pregunta: ¿está todo hecho? La respuesta es no. Algunos medios ya van un paso más allá y cierran el círculo con la opción de facilitarles una tarjeta de crédito American Express “que potencia y amplía los beneficios del Club de Lectores”, como es el caso de la alianza entre el [Club de Lectores del Mercurio y el Banco Santander](#) o la Tarjeta Visa Oro que ofrece [La Prensa](#) (Honduras) a sus socios.

En España...

El año 2014 se puede decir que ha sido el de la apuesta por los Club de suscriptores en España. En marzo se lanza el de Prisa y en mayo lo hace Unidad Editorial.

La propuesta de [Prisa](#) es **El País +** donde, no sólo ofrece descuentos en la compra de entradas, en restaurantes, viajes, moda o tecnología sino que [promete](#) organizar “jornadas de puertas abiertas en la redacción central de Madrid para que los lectores puedan conocer cómo se elabora el periódico cada día. Serán visitas por grupos, que tendrán oportunidad de recorrer las distintas secciones, asistir al proceso de selección de las noticias que configuran la primera página y ver el funcionamiento de las rotativas.”

Las publicaciones de [Unidad Editorial](#) (El Mundo, Marca, Expansión, Telva, Actualidad Económica, Golf Digest y Marca Motor) se engloban en **El Club** (compuesto por 350 marcas y 1.500 establecimientos de toda España). Los suscriptores recibirán una tarjeta personalizada que deberán activar para poder disfrutar de los beneficios. Son “varias decenas de miles las tarjetas que se han emitido” de este programa de fidelización según explica Javier Cabrerizo, director general de Unidad Editorial. A través de la aplicación móvil de 'El Club' los socios, mediante un sistema de **geolocalización**, pueden consultar los establecimientos más cercanos adheridos al programa.

Además, han creado 'El Club Experiencias' donde poder participar en sorteos y disfrutar de experiencias exclusivas (Fashion Week de Madrid, por ejemplo)

Así como El País + utiliza sus perfiles sociales del diario para informar sobre los beneficios del Club de suscriptores, El Club de Unidad Editorial ha creado perfiles independientes a las cabeceras. Cuenta con casi 12.000 likes en [Facebook](#) y con más de 6.100 en [Twitter @ ElClub](#)

También existen otros clubs de suscriptores como los del [Diario de Navarra](#) o [La Vanguardia](#). En el caso del diario del Grupo Godó, ofrece hasta 6 tarjetas por suscriptor -una excepción- y cuenta con una cuenta independiente en [Twitter](#) (con 1.700 seguidores [@Club_Vanguardia](#)) para el programa de beneficios. [El Periódico de Cataluña](#) (Grupo Zeta) por su parte llegó a un acuerdo en noviembre de 2014 con el **club de cultura TR3SC** para que todos los suscriptores que estén abonados al diario por un periodo mínimo de tres meses en su edición impresa o un año en su edición digital reciban de forma gratuita el carnet de este club.

Por último, mencionar al diario [Última Hora Mallorca](#) (Grupo Serra) que cuenta desde 1998 con un Club del Suscriptor al que pertenecen más de 14.000 socios y cuya url es precisamente esa <http://clubdelsuscriptor.com/>

Otras dos estrategias de fidelización con el lector más allá del Club de suscriptores merecen su análisis:

En primer lugar, el [Clubmarca.com](#) (Diario Marca), ofrece la posibilidad de disfrutar de un catálogo de regalos canjeables por puntos que se obtienen a través de los códigos únicos que se publican en el diario impreso. Además, el registro permite participar en los sorteos que organice el diario deportivo español.

Por otro lado, quioscos digitales como [Orbyt](#) o [Kiosko y Más](#), tienen también su apartado de promociones exclusivas a sus suscriptores. En el [Dutyfree](#) de Orbyt, hay sorteos y descuentos y en [El Club de los Viernes](#), envían por email propuestas con hasta un 70% de descuento.

¿Cuántos suscriptores necesito para la rentabilidad?

Las cifras de suscriptores en diarios españoles es no es una información pública ni fácil de obtener. Con los datos sobre las suscripciones individuales (ejemplares vendidos y servidos a los suscriptores de la publicación) y las suscripciones colectivas (ejemplares vendidos a patrocinadores y empresas que son servidos a los suscriptores que estas seleccionan) que se recogen en las actas mensuales que audita la OJD se podría conocer la situación real del mercado.

Por el momento, estos programas de beneficios están delimitados geográficamente a España, con la restricción que eso conlleva además de la competencia existente. Apuestas como la del diario El País por Latinoamérica (especialmente México, pero también con ediciones en Chile, Argentina o República Dominicana) podrían encontrar una oportunidad de negocio ampliando la oferta de ventajas exclusivas en esos países.

Es hora de rentabilizar cada suscriptor, lector a lector, y no maquillar las cifras de difusión regalando bloques corporativos ni accesos gratuitos a los paywalls digitales. Por ello, la fidelidad de los clientes es un parámetro sobre el que construir nuevos modelos de negocio y fuentes de ingreso para los diarios. La combinación de un contenido editorial impreso con las ventajas que proporciona la tecnología (conocer sus audiencias digitales) debe proporcionar a los medios de comunicación una oportunidad de recuperar su rentabilidad. **Trabajar las acciones proactivas del B2C, buscar nuevas vías de colaboración B2B y la targetización de la publicidad son tres ejes fundamentales de explotación para el negocio de la prensa.** Los clubs de suscriptores comprenden estas tres áreas, el tiempo confirmará si se convertirán en el anillo mágico que controle el negocio de la prensa.

Relación de Club de Suscriptores en diarios españoles

El Club (Unidad Editorial) <https://www.elclub.es/info>

El País + (Prisa) <http://elpais.com/suscripciones/elpaismas.html>

La Vanguardia <http://www.suscriptoresdelavanguardia.com/es/>

Diario de Navarra <https://clubsuscriptor.diariodenavarra.es/>

La Rioja <https://suscripciones.larioja.com//>

SUR https://suscripciones.diariosur.es//club_de_suscriptores.php

El Correo https://suscripciones.elcorreo.com//club_de_suscriptores.php

HOY <https://suscripciones.hoy.es/>

El Periódico <http://especiales.elperiodico.com/suscriptores/club-suscriptor-tr3sc/>

Última Hora Mallorca (Grupo Serra) <http://clubdelsuscriptor.com/>

ORBYT http://dutyfree.orbyt.es/?WEB_TAG_NO

Club Marca <http://clubmarca.com/que-es/>

Relación de Club de Suscriptores en diarios Latinoamericanos

La Nación (Argentina) <http://club.lanacion.com.ar/>

El Territorio (Argentina) <http://www.clubelterritorio.com.ar/Suscriptor/Inscripcion>

El Mercurio (Chile) <http://www.clubdelectores.cl/>

El Sur (Chile) <http://clubdelectores.elsur.cl/>

El Austral Temuco (Passclub Prensa Regional Chile) <http://www.passclub.cl/>

Reforma, Mural y El Norte (México) <http://www.reforma.com/clubdesuscriptores/>

El Comercio (Perú) <http://clubsuscriptores.pe/>

El Colombiano (Colombia) <http://www.suscriptoreselcolombiano.com/>

La Verdad (Venezuela) <http://www.laverdad.com/corporativo/lector-interactivo.html>

Listín Diario (Rep Dominicana) <http://www.listindiario.com/club-lectores>

El Nuevo Diario (Nicaragua) <http://www.elnuevodiario.com.ni/clubdelectores/>

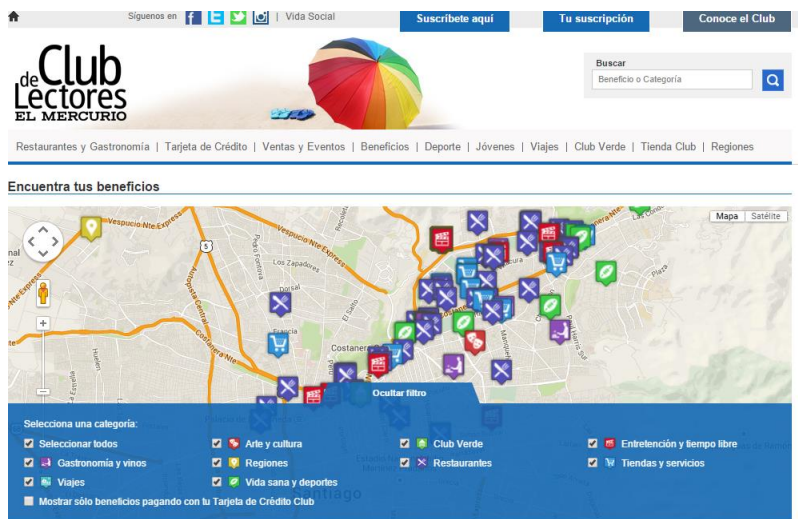
La Prensa (Honduras) <http://clublaprensahn.com/>

El Diario de Hoy (de El Salvador) <http://www.clubedh.com/site/>

La Prensa gráfica (El Salvador) <http://www.clubpg.com/>

La Prensa (Panamá) <https://ssl.prensa.com/suscdigital/>

Imágenes: Ejemplos de Club de suscriptor



EL PAÍS

SUSCRIPCIONES



INICIO OFERTAS ESPECIALES MODALIDADES Y TARIFAS PREGUNTAS FRECUENTES **EL PAÍS+** EJEMPLAR DE HOY Contacto: 902 11 91 11



LA ZONA DE VENTAJAS PARA SUSCRIPTORES DE EL PAÍS



TEATRO

Escapa de la mediocridad con "Luna, el show"

Consigue tu entrada para ver este espectáculo erótico.

NOTE PIERDAS

TEATRO
Disfruta de la obra "Hoy: el diario de Adán y Eva"
Sorteamos entradas para varias funciones en el Teatro Bellas Artes.



CINE
Te invitamos al preestreno de "Foxcatcher"
Podrás ver antes que nadie esta cinta nominada a 5 Oscars.



DANZA
"La bella Durmiente" como nunca antes la habías visto
Te invitamos a este rompedor espectáculo de ballet.



OCIO, COMPRAS Y RESTAURANTES

CATEGORÍAS

- OCIO Y CULTURA
- RESTAURACIÓN
- PREESTRENOS
- VIAJES
- COMPRAS
- OTROS

LOCALIZACIÓN

MADRID

<p>TEATRO</p>  <p>"Morgadeces", humor inteligente en el Teatro Borrás</p>	<p>TEATRO</p>  <p>El musical que conmueve al mundo ¿A qué esperas para disfrutar de "El Rey..."</p>	<p>MÚSICA</p>  <p>Música por partida doble en el Teatro de la Zarzuela</p>	<p>TEATRO</p>  <p>La delicadeza de "NOTnever on time" en La Fundación</p>
---	---	--	--

www.elclub.es/ofertas/

¿Qué es EL CLUB? | Ayuda | Únete a EL CLUB

EL CLUB *Experiencias*



EL CLUB
BENEFICIOS SIEMPRE

EL@MUNDO **MARCA** Expansión TEIVA

ÚNETE A EL CLUB

ENTRA EN TU ZONA DE SOCIO







Provincia: ¿Qué oferta buscas?

gastronomía | entretenimiento | salud y belleza | servicios | turismo | compras

Ofertas



656 ofertas encontradas

 <p>55 POLO CLUB Restaurante y Cocktelería 1 local</p> <p>20% Dto. en factura final <input type="button" value="ver"/></p>	 <p>A FÁBRICA RESTAURANTE Restaurante con un ambiente único situado al lado del mar en Santa Cristina 1 local</p> <p>20% Dto. en factura final <input type="button" value="ver"/></p>	 <p>A SOLAINA Auténtica comida gallega en Madrid 1 local</p> <p>20% Dto. en factura final <input type="button" value="ver"/></p>	 <p>A TU GUSTO En la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia 1 local</p> <p>20% Dto. en factura final <input type="button" value="ver"/></p>
 <p>AB TRADUCCIONES Todo se traduce en ventajas</p>	 <p>ÁBACO ARTE Tienda online de artesanía</p>	 <p>ABANZIS CIRUGÍA OCULAR</p>	 <p>ABANZIS FERTILIDAD Tratamientos de Fertilidad al</p>