

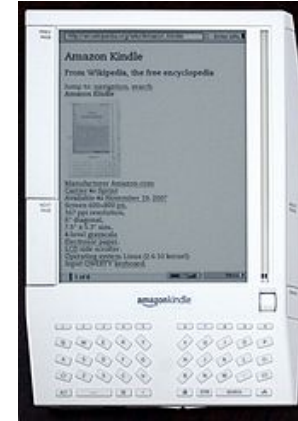
PRODUCTO Y ACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Kindle: Libro virtual

María Alejandra Amaya 201223652
María Paula Rodríguez 201223526
Juan Diego Santos 201126747

Innovación radical

- Kindle Primera generación 2007 vs libros
- **Producción:** 4 tipos diferentes de Software compatibles con Mac y Windows (la mayoría gratuitos). Editoriales envían vía email a Amazon la versión final del libro, Amazon se encarga de convertirlo e incluir en su catálogo. Cambio en la manera de producir libros, de físico a virtual.
- **Distribución:** Se da vía internet por medio de un catálogo que se encuentra en www.amazon.com. El Kindle se conecta a una red inalámbrica de Amazon conocida como Whispernet, por medio de esta red el dispositivo puede descargar los libros que desee el usuario. Cambio en la manera de distribuir los libros, de librerías, bibliotecas etc a modo virtual
- **Consumo:** Comprar, almacenar, leer virtualmente



Destrucción Creativa

- La tradición de la biblioteca: la idea de almacenar cambia, ahora todo es más fácil pues se tienen todos los libros en un solo objeto.
- Librerías y bibliotecas como hobby: Estos lugares dejan de ser indispensables para tener acceso a los libros, y comienzan a tomar un carácter de “hobby”.
- Decisiones editoriales pierden valor: Disminuyen decisiones en cuanto a qué papel que se va a utilizar, tipografía, tipo de pasta, Etc.
- Pensamiento colectivo: Disminuye la idea de que se necesitan ciertas características (tamaño de letra, tipografía, etc.) para que supla las necesidades de cualquier persona que se acerque a él . Esto sucede porque el Kindle supone la personalización del modo de leer, el usuario escoge tipo de letra color de la pagina, tamaño de la fuente, entre otras cosas.

Destrucción creativa y obsolescencia programada

- Kindle-Kindle obsolescencia programada: Se crea la obsolescencia programada ya que se lanzan versiones diferentes del producto en cortos períodos de tiempo(3 versiones en el 2009 ,que ilustran una innovación incremental de una versión a otra), haciendo que el consumidor quiera adquirir la nueva versión así no la necesite. En total hay 13 versiones de Kindle.
- Una hipótesis que se formuló, fue que entre más rápido ocurra la obsolescencia programada del Kindle, la destrucción creativa del libro será más acelerada. Esto se debe a que en cuanto más avance esta innovación y más personas adquieran el producto en sus diferentes versiones, quizás la idea de libro “físico” se destruirá más rápidamente.

Soluciones a los consumidores



Compra-venta de libros callejera

Los stands callejeros de compra-venta de libros le dan la posibilidad a los consumidores de obtener el producto a bajo precio. Está disponible para cualquier persona a pesar de que está siendo reemplazado por productos tecnológicos como el Kindle, logrando mantener la tradición y el hobby que generaban la actividad de comprarlo.



Ricardo Corazón de Papel

Este tipo de talleres de encuadernación hacen que el consumidor pueda obtener y mandar a hacer libros manualmente como eran hechos en la antigüedad. En estos casos se recuperan las decisiones editoriales y se crea un concepto de libro como pieza artesanal. Además se arreglan pastas y libros que hayan sufrido algún daño, ayudando a preservar la existencia de estos objetos. Así los libros adquieren un valor signo mayor que el valor de uso, ya que gracias al avance tecnológico ciertas personas se sienten identificados con los libros en su aspecto “antiguo” y tradicional.

Adela Cortina

- “El consumo pertenece a ese reino, a ese arriesgado y apasionante mundo de la libertad ...porque incluso la acción misma de consumir entendida en su sentido más amplio se puede elegir o rechazar” (Cortina, p.28)
- Esta cita esta relacionada con el ejemplo explicado, pues la existencia de este producto fomenta la libertad del consumidor de varias maneras:
- 1. Qué versión de Kindle comprar y cada cuanto tiempo cambiar a una nueva
- 2. Si leer en este producto de manera virtual o rechazar esta idea y seguir comprando libros “físicos”

-Cortina, Adela. "Por una Ética de Consumo." *La Ciudadanía Obligada*. Madrid: Taurus Santillana, 2002. 21-40.