

Financial Times registra una fuerte caída de ventas tras apostar por su edición digital

Escrito por Administrator

Miércoles 27 de Noviembre de 2013 10:33



Tras anunciar su propósito de convertirse en el primer periódico impreso a partir de la edición digital, Financial Times ha registrado la mayor caída de la prensa británica en el mes de octubre.

Las ventas del diario británico han descendido en un 17%, un resultado muy alejado de la caída del 1,9% que ha registrado The Guardian, el mejor posicionado en ventas durante el pasado mes en Reino Unido.

A principios de octubre contábamos cómo Financial Times se proponía comenzar 2014 centrándose en la versión online. El director del diario británico, Lionel Barber, afirmaba entonces que el proceso de publicación actual estaba muerto y que debía ser la versión digital la que mandase sobre la impresa. De este modo, Financial Times pretendía “reflejar los gustos y hábitos de lectura modernos”.

Contenidos para nuevos dispositivos, como ordenadores, teléfonos inteligentes o tabletas; nuevos hábitos de lectura; distintas horas de consulta; y, sobre todo, un drástico cambio en la orientación del lector hacia la noticia fueron los motivos que llevaron a Financial Times a plantearse un 2014 más digital ya que, ante tantos cambios, afirmó Barber “no era momento de quedarse parados”.

Volviendo a las cifras del mes de octubre, un estudio de ABC sobre la prensa británica, Financial Times cuenta actualmente con 340.000 suscriptores de la versión digital, mientras que vende poco más de 50.000 copias al día en Reino Unido. El reciente batacazo de las ventas en octubre es un claro indicador de que los esfuerzos del diario económico por centrarse en la versión digital y ofrecer un producto impreso diferente no es en absoluto desacertado.

Financial Times registra una fuerte caída de ventas tras apostar por su edición digital

Escrito por Administrator

Miércoles 27 de Noviembre de 2013 10:33

Noticia original: [AEPG](#)