

LEGO BRICKLINK

Un

A finales de noviembre de 2019, el Grupo LEGO anunció la adquisición de BrickLink. Un año después quisimos saber qué piensa la comunidad sobre cómo está resultando esa adquisición. Publicamos una encuesta en nuestra web y conseguimos algunas respuestas. Esto es lo que nos contó la comunidad.

año

después

por el personal de HispaBrick Magazine

The LEGO Group acquires BrickLink, the world's largest online LEGO® fan community and marketplace to strengthen ties with adult fans

f in t

See all assets



Acquisition will strengthen the LEGO Group's engagement with its growing community of adult fans.

BILLUND, Denmark, November 26, 2019: The LEGO Group today announced it has

Anuncio de LEGO en 2019 sobre la adquisición de BrickLink. Fuente: lego.com.

Introducción

El Grupo LEGO® adquirió el mercado online BrickLink a finales de 2019. Asumiremos que la mayoría de los AFOL están familiarizados con BrickLink, y este artículo está dirigido principalmente a ese público. Si no estás familiarizado con la historia de BrickLink, dirígete a <https://www.bricklink.com/> y sigue el enlace "sobre nosotros" al final de la página.

Un año después de la adquisición, nos preguntamos qué opinaba la comunidad de BrickLink sobre la situación actual. Decidimos hacer una encuesta para ver qué podíamos averiguar.

Presentamos nuestra encuesta de la siguiente manera:

- Hace un año, con la adquisición de BrickLink, LEGO declaró que
- Querían reforzar el compromiso del Grupo LEGO con su comunidad de fans adultos.
- Piensen seguir apoyando el mercado activo.
- Han trabajado estrechamente con la comunidad durante muchos años y esperan profundizar su colaboración.
- BrickLink proporciona al Grupo LEGO una oportunidad única para conectar con los fans adultos a través de nuevos canales y experiencias emocionantes.
- En el comunicado de prensa de BrickLink en el momento de la adquisición afirmaban:
- "... la dirección está clara.
- El Grupo LEGO comparte nuestra ambición de crear la mejor plataforma/experiencia posible

para los fans adultos."

Nuestras preguntas siguieron esos puntos.

Las respuestas se recogieron mediante un formulario en línea en una base de datos. Recibimos algo más de 175 respuestas. Por un lado, nos hubiera gustado recibir más. Por otro lado, fue una cantidad de información bastante grande y tardamos días en analizarla. Sin embargo, creemos que hemos recibido suficientes respuestas para que el proyecto merezca la pena. Al principio nos preocupaba que no recibiéramos suficientes respuestas y que acabáramos avergonzados. Afortunadamente, la comunidad nos ayudó y damos las gracias a todos los participantes y apreciamos todas las respuestas.

El tono de los datos nos planteó algunos retos. Debatimos cómo y si presentar o no algunos de los comentarios. Las respuestas eran sinceras, a menudo poco temperadas e incendiarias, y mostraban una gran pasión por el mercado.

Después de mucho debate (y sin que corriera la sangre) entre el equipo, y tras múltiples borradores y revisiones, conversaciones y debates, decidimos qué y cómo presentaríamos el material.

En la recopilación de datos, había algunos duplicados, algunos espacios en blanco y algún spam. Todos fueron eliminados. A continuación, se analizaron los datos y se hizo todo lo posible para que las respuestas tuvieran sentido. El equipo de la revista debatió los resultados.

Hemos decidido presentar las citas más o menos literalmente. A efectos de presentación en la revista, se han corregido en algunos casos las erratas, errores ortográficos, mayúsculas y

puntuación. El lenguaje se ha alterado en muy pocos casos en aras de la claridad. Algunas respuestas eran bastante extensas; en algunos casos se seleccionaron partes de esas respuestas para su presentación. Hemos hecho todo lo posible para no tergiversar el significado o las intenciones de nadie.

Algunas respuestas fueron... personales. Algunas de estas expresiones fueron incómodas, incluso prejuiciosas, metáforas poco agradecidas y declaraciones francamente punzantes que iban dirigidas directamente al personal de BrickLink y a LEGO. Hemos decidido no publicarlas. Ya oímos los gemidos de decepción de algunos sectores de la audiencia.

Por otro lado, todas estas expresiones, aunque incómodas, poco agradecidas o punzantes son absolutamente valiosas per sé, y junto con los datos de la encuesta - menos la información personal de los encuestados- se ha transmitido a LEGO a través de la Red de Embajadores de LEGO.

Dicho esto, ¡pasemos a los resultados!

Resultados de la encuesta

1) ¿Crees que tu compromiso con el Grupo LEGO se ha reforzado debido a la adquisición de BrickLink? Sí/No.

1 En general 17 Sí 154 No



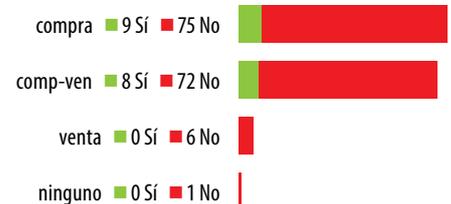
Años como miembro de BrickLink



Nivel de uso de BrickLink



Relación con BrickLink



2) ¿De qué manera has visto que el Grupo LEGO proporciona apoyo directo adicional al mercado de BrickLink?

La mayor parte de las respuestas afirmaban que no habían visto ningún apoyo directo adicional de LEGO a BrickLink. Hubo seis que no contestaron, trece menciones al AFOL Design Program (ADP)/Proyecto de Ideas Fallidas, y unas pocas menciones a que TLG utiliza BL como plataforma publicitaria y viceversa.

Otras cosas que surgieron, pero que el personal de la revista considera que probablemente son obra de BrickLink y no se deben al apoyo de LEGO, son seis menciones al cumplimiento legal/fiscal y algunas menciones a que la plataforma se está volviendo más estable.

Hubo varias menciones a las restricciones y los cambios en el catálogo, con una amplia gama de opiniones a favor, en contra y de indiferencia. Uno de los encuestados opinó que LEGO no ofrecía más que un apoyo de palabra a BL.

Completan esta pregunta los comentarios de que las adiciones al catálogo y los inventarios son ahora más lentos o más rápidos, que el sitio es más fiable o menos fiable y que la presencia de los administradores en el foro ha aumentado o disminuido, dependiendo de a quién se le pregunte. Algunas citas:

"No he observado ningún cambio, salvo la eliminación de piezas de terceros".

"Dejar fuera los artículos que no son LEGO. Algunos merecen existir, pero no en BrickLink".

"...los nuevos sets de LEGO sólo pueden aparecer en la lista una vez lanzados oficialmente...lo mismo ocurre con el inventario. Algunos sets probablemente nunca serán inventariados. Los artículos personalizados desaparecen por completo, una gran pérdida para la comunidad AFOL, incluso si se trata de diseños originales impresos en ladrillos LEGO, etc., pegatinas personalizadas..."

"La gente/los canales de LEGO están siendo utilizados para anuncios de BL".

"No he utilizado el mercado de BrickLink lo suficiente como para formarme una opinión".

"Lo veo como un lastre, no como un apoyo".

"Creo que mucho de esto ha sido más una intromisión que un apoyo. Esperaba soluciones efectivas a problemas conocidos desde hace tiempo, pero no ha sido así."

"Parece que [LEGO] está utilizando BrickLink como otro medio de marketing".

"Prácticamente han bloqueado a los [asociados voluntarios] para que no digan nada de interés o utilidad, y está muy claro que [BrickLink] no tiene ningún interés en apoyar a sus vendedores ahora mismo."

"El compromiso/comunicación era inexistente por parte de BrickLink antes de la adquisición de

LEGO, así que cualquier cosa es mejor. He oído que los vendedores más grandes de BrickLink tienen reuniones privadas con LEGO, así que los vendedores más pequeños reciben información a través del boca a boca. Supongo que eso es mejor que nada".

"...mi solicitud de ayuda con un problema de impuestos ha quedado sin respuesta desde hace unas semanas. Se han ignorado varios intentos de contacto".

3) Cita algún ejemplo de una colaboración más profunda que hayas tenido con el Grupo LEGO debido a la adquisición de BrickLink.

3) Cita algún ejemplo de una colaboración más profunda que hayas tenido con el Grupo LEGO debido a la adquisición de BrickLink.

Nueve personas no respondieron. Unas pocas respondieron que nuestras preguntas son tontas. De nuevo, la mayoría, por mucho, dijo que no había profundizado en la colaboración con el Grupo LEGO. Hubo otro puñado de comentarios sobre el(ADP)/Ideas. Hubo varias respuestas a esta pregunta que no tenían nada que ver con la pregunta. Sin embargo, hubo testigos de una intención:

"Durante los eventos de AFOL he escuchado a los empleados y directivos de LEGO hablar y estar entusiasmados con BrickLink. El hecho de que estén entusiasmados con ello debería decir algo. No es sólo una adquisición para resolver un problema".

Ahí estaba el fondo de la cuestión: "Consiguen más de mi dinero, en forma de comisiones de BL".

"Ahora obtienen más de mi dinero".

"¡Compro mucho más ladrillos negros Technic arte" en lugar de construirlos yo mismo!"

Hubo decepción: "Más bien se ha cortado la colaboración. Varios vendedores se vieron obligados a abandonar la plataforma debido a que LEGO cambió la plataforma."

"Más bien debilitar la colaboración, ya que LEGO hizo mucho más difícil adquirir piezas cromadas personalizadas".

"Decisiones extrañas, eliminar Brick Arms, retener las listas de piezas de los sets... Estoy en contra de esta unión".

"Frustración".

Hubo un único rayo de sol aparente: "LEGO ha permitido el envío de modelos digitales usando BrickLink Studio además de LDD para algunos concursos pequeños".

4a) ¿Qué oportunidades únicas has encontrado para conectar con el Grupo LEGO debido a su adquisición de BrickLink?

Nueve personas no contestaron. Disfrutamos de algunas respuestas más sobre lo tontas que son

nuestras preguntas y otro puñado de respuestas que no tenían nada que ver con la pregunta, y un par de menciones más a ADP/Ideas. La mayor parte de las respuestas a esta pregunta fue de nuevo "ninguna", pero esta vez en tres idiomas diferentes. A continuación, algunas de las más destacadas:

"No he encontrado ninguna conexión. A pesar de las promesas, desde mi punto de vista, aparte de ver el nombre de LEGO aquí y allá en los pies de página, sigo tratando a BrickLink y a LEGO como dos lugares distintos donde compro sets y piezas."

"El reto de construcción de adornos navideños, supongo. Sinceramente, no sabía que el grupo LEGO estaba detrás de algo en BrickLink".

"Bueno, hubo un par de veces en las que quise llamarles y preguntarles cómo usar su nueva web, pero no me molesté".

4b) ¿Qué experiencias emocionantes has tenido con el Grupo LEGO debido a su adquisición de BrickLink?

Nueve no respuestas. Sí. Los mismos nueve encuestados si llevas la cuenta. Nuevamente tenemos comentarios sobre la pregunta tonta, que es la misma pregunta, ADP/Ideas, y un montón de "ninguna".

Esto es lo que se calificó como experiencias emocionantes con el Grupo LEGO:

"Ya no se pueden comprar piezas de terceros allí".

"...no hemos tenido ninguna experiencia emocionante, porque no había nada que nos ayudara a sentir el cambio. Si acaso, nos sentimos más abandonados durante el periodo de transición".

"Feliz de comprar y vender todo lo que quiera".

"Esperando que LEGO lo devuelva".

"No he tenido ninguna experiencia con el grupo LEGO a través de BrickLink más allá de los hilos ocasionales del foro. Mi propia pregunta en el hilo AMA no fue respondida en absoluto".

"Me fastidió mucho no poder comprar nuevos ladrillos debido a que LEGO congeló el catálogo de BrickLink tras la adquisición."

"Me emocionó mucho ver que [el] fabricante de piezas nuevas adquirió [una] gran parte del mercado de reventa. Yay!" (Nota del autor: Confía en nosotros, esto es sarcasmo. Toda la hoja de este tipo tenía el sarcasmo subido al 11. Tal vez a 12. Tal vez más alto).

"Yo, como muchos otros, temía que LEGO tuviera la intención de aplastar BrickLink, así que supongo que la noticia emocionante es que BrickLink sigue funcionando".

"Sólo estrés".

"Escuchar el discurso corporativo de Julia..."

"Tiempos de espera más largos para que los servidores respondan. Realmente excita mi ira".

“No hay buenas”.

“Para ser sincero, lo encontré más difícil de manejar”.

“No poder conseguir artículos personalizados”.

“No poder encontrar cosas en BL porque LEGO está sacando cosas de las categorías. Lo próximo será el lío del cambio de color”.

“Quitar todas las piezas cromadas personalizadas del BrickLink fue ciertamente emocionante”.

“La estética general del sitio ha mejorado. La navegación está mejorando y el aspecto general es una mejor experiencia.” (Nota del autor: No sabemos qué es exactamente lo que experimenta este AFOL porque, por lo que podemos decir, el aspecto y la navegación son los mismos que desde hace unos seis años).

“[...] han eliminado todas las piezas originales de LEGO impresas a medida y las piezas cromadas personalizadas. Una historia triste. Estas piezas pueden hacer que algunos MOCs sean un poco más únicos”.

“Han eliminado las piezas y los sets personalizados... Eso es “emocionante”, pero no de forma positiva”.

5a) Cita un ejemplo de una dirección clara en la que BrickLink se haya movido durante el último año debido a la adquisición del Grupo LEGO.

No sabemos muy bien qué pensar de este conjunto de respuestas. Las respuestas son, en general, muy dispersas, con algunas excepciones, y algunas respuestas parecen estar en consonancia con la sensación entre algunos (o la acusación de algunos) de que BrickLink trata a algunos miembros de forma preferente. Pensábamos que habría algún tipo de consenso sobre lo que es una dirección clara, si es que hay una dirección clara.

Se mencionaron las siguientes acciones específicas tomadas por el sitio, no sabemos si debido a la adquisición del Grupo LEGO o no:

Cumplimiento legal, eliminación de varios y diversos artículos del catálogo por varias y diversas razones, creación de reglas, aplicación de reglas, aplicación incoherente de reglas, la posibilidad de ADP/Ideas, recaudación de impuestos, “expulsar a los vendedores ‘personalizados’”, nomenclatura de colores, categorías de piezas, procesadores de pago, rotura de las funciones de búsqueda, arreglo de las funciones de búsqueda, cambio de las funciones de búsqueda, “cosas de la empresa”, la sorpresa del “cobro de tasas” para “limpiar cuentas” que ha estado sin resolver durante diecisiete años o algo así.

Se citaron cambios en el proceso de compra. Algunas personas lo consideran mejoras, otras no tanto.

La afluencia de compradores novatos fue catalogada como algo bueno y malo a la vez.

También se mencionó el mantenimiento diario, el empuje de XP, la imposición de un paradigma único (EE.UU.) al resto del mundo, los retrasos en el inventario de los sets, la entrada y salida de enlaces de terceros, la “aplicación” de la propiedad intelectual, la publicidad no deseada, la actualización de las condiciones de servicio, y las piezas cromadas, las piezas cromadas y las piezas cromadas. Mucha gente estaba muy, muy, muy molesta por la eliminación de las piezas cromadas.

Si la suma de estas políticas y procedimientos indica una dirección clara, nos resulta difícil definirla. Algunos encuestados señalan una dirección:

“Para mí, como vendedor, sólo ha empeorado y es más trabajoso”.

“Una dirección que aleja a los vendedores de la plataforma BrickLink: (“

“Un alejamiento de la facilidad de uso para que los aficionados se conecten y disfruten del producto”.

“Malo”.

“Antes de que LEGO adquiriera BrickLink, sólo parecía una web de compras. Ahora con los concursos y el programa Stud.io y la galería, BrickLink parece un poco más centrado en la comunidad.”

“Jajaja... falta de apoyo”.

“Se movió en la dirección de mostrar un montón de anuncios que no me interesan”.

“Fue en la terrible dirección de que muchos creadores y vendedores tenían sus artículos personalizados arrancados de la base de datos”.

“...mi impresión general es que a LEGO no le interesa desarrollar BrickLink, simplemente lo mantienen como está”.

“¿Matando todas las cosas que [la] comunidad ha hecho a lo largo de [los] años? ¿Porque un tipo corporativo sabe mejor?”

“Se va a pique”.

5b) ¿Crees que es una buena dirección?

Imagínate. Mientras que la pregunta 5a era muy variada, la 5b se divide en distintas categorías:

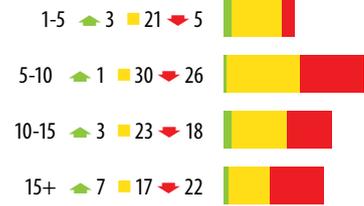
- 1 no contesta
- 30 no sabe
- 80 no
- 28 sí
- 4 optimistas
- 3 escépticos
- 10 sin dirección, sin cambio
- 5 indiferentes
- 10 se dan cuenta de que todos somos impotentes ante la inevitabilidad de la intervención gubernamental

6a) ¿Ha mejorado la plataforma BrickLink, se ha mantenido igual o ha empeorado?

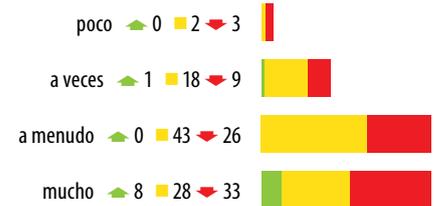
6a En general 9 Mejoró 91 Igual 71 Peor



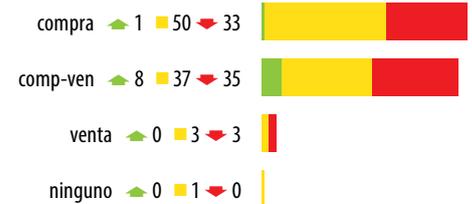
Años como miembro de BrickLink



Nivel de uso de BrickLink



Relación con BrickLink



Ahora bien, decir que la plataforma se ha mantenido más o menos igual no es un aprobado rotundo. El sitio ha tenido un rendimiento pobre durante años, está plagado de errores, inconsistencias, mal etiquetado, información enterrada, incorrecta, faltante y obsoleta, problemas de rendimiento intermitentes, y es señalado por algunos usuarios como el peor sitio web que visitan regularmente. Las funciones prometidas llegan tarde o nunca. Las actualizaciones suelen romper más cosas de las que arreglan. Las soluciones a los problemas no se abordan de manera oportuna, si es que lo hacen. El sitio depende de las chapuzas descubiertas por los miembros emprendedores para resolver los problemas frecuentes, conocidos y admitidos, sobre todo del lado del vendedor. La comunicación se califica de nula, desordenada, perezosa, tardía y algunos otros adjetivos de carácter negativo. Seguir igual es, básicamente, decir que el cáncer que te acribilla no ha empeorado. Eso es duro. Pero esa es la realidad de la situación.

El comunicado de prensa de BrickLink decía: “El Grupo LEGO comparte nuestra ambición de crear la mejor plataforma/experiencia posible para los fans adultos”. Las respuestas aquí

sugieren que BrickLink y LEGO son algo menos que ambiciosos y están creando algo menos que la mejor plataforma y experiencia posible para su pretendido público objetivo. Los usuarios con relaciones más largas y mayores niveles de uso son más negativos.

6b) Si crees que la plataforma BrickLink ha cambiado, ¿en qué sentido?

6b) Si crees que la plataforma BrickLink ha cambiado, ¿en qué sentido?

Hasta cierto punto, las opiniones sobre el estado de la plataforma tienen más que ver con la coincidencia de las políticas específicas aplicadas en el último año que con las predilecciones de cada uno. Estas opiniones se expresan en todas las respuestas de la encuesta y no se limitan a la pregunta 6b. Los puristas aplaudieron la restricción de los contenidos de los catálogos y la aplicación de las normas, mientras que los más amplios de miras la censuraron.

Las políticas restrictivas y la aplicación de las mismas redujeron claramente la comunidad en lugar de ampliarla y, al hacerlo, redujeron inmediatamente las declaraciones sobre el fortalecimiento del compromiso con la comunidad, el apoyo continuo al mercado activo y la conexión con los fans a través de nuevos canales a una falsedad sin paliativos. En la revista no tenemos ninguna posición a favor, en contra o indiferente en relación con la decisión, salvo decir que las acciones no se corresponden con los mensajes, y cuando eso ocurre la confianza de la comunidad se erosiona.

En concreto, en el punto 6b se vuelve a mencionar la decepcionante retirada de piezas cromadas. Otros temas expresados son la eliminación de piezas del catálogo, las restricciones sobre lo que se puede vender, la falta de apoyo a los usuarios, la ausencia continua de herramientas para los compradores... especialmente molesto para algunos, ya que esto fue algo que se prometió que llegaría pronto hace cinco o seis años... "tropecientos" errores, enlaces rotos, consternación con la salida de algunos empleados, comentarios sobre los cambios de política que han alejado a parte de la comunidad, mala documentación de los cambios, comentarios sobre que cualquiera que se queje en el foro es bloqueado, baneado o se le cerrará la tienda, precios más altos, tiendas que se van, falta de opciones de pago y falta de depuración del nuevo código.

Una vez más, hay opiniones contradictorias sobre los mismos temas mencionados anteriormente: algunos dicen que el sitio es más ágil, otros dicen que es menos ágil, más fiable, menos fiable, los administradores están más presentes, los administradores están

menos presentes, los administradores son más serviciales, los administradores reaccionan más duramente. No tenemos ni idea de a quién se refiere el término "admins"... si se refiere al miembro del personal de BL Russell (es extraordinariamente raro que cualquier otro miembro del personal publique en el foro) o si se refieren a los "admins" voluntarios asociados. Está claro que alguna parte del grupo que responde cree que alguien está haciendo algo en mayor o menor medida, más o menos.

Hay una petición para fusionar los ID de LEGO, LEGO Ideas y BrickLink para facilitar el seguimiento de las colecciones, las compra "etc". También hay un par de notas sobre la disonancia entre el TOS escrito y las prácticas reales.

Para concluir el resumen, hay varias menciones de que el sitio es el mismo o no es distinto. Correlacionando estas menciones con los datos de 6a observamos que esta percepción es mayor entre los usuarios menos frecuentes del sitio.

Y ahora, algunas citas:

"La comunidad parece más hostil, lo que es realmente impresionante".

"Se eliminan cosas, se retrasan las listas de piezas de los sets. Es más lento y peor. Aparte de eso, los precios se están disparando, pero esto no es culpa de TLG, supongo."

"Aunque el negocio en general se mantiene más o menos igual para los compradores, algunos de los cambios que se están haciendo están teniendo un impacto en los vendedores y los cambios anunciados en cuanto a los métodos de pago, el cobro de impuestos y los incesantes cambios que se están haciendo en la gestión de las tiendas, han hecho que la transición sea muy rocambolesca."

"Todo lo que han conseguido los cambios es hacer el proceso de compra más difícil, frustrante, lento y disfuncional para los compradores."

6c) ¿Crees que el estado actual de la plataforma BrickLink es la mejor experiencia posible para los AFOL?

Esta pregunta. Ésta pregunta. Al observar las cifras brutas de esta pregunta nos preguntamos hasta cierto punto qué es lo que está pasando exactamente. Las cifras no parecían reflejar las posiciones de las respuestas anteriores, indicando básicamente que se triplicaba la satisfacción con el rendimiento del sitio. Entonces se nos ocurrió que tal vez la pregunta no estaba bien redactada o no se estaba interpretando correctamente. Una respuesta positiva al punto 6c entraba a menudo en evidente conflicto con las opiniones expresadas en otros puntos por el mismo encuestado.

Estábamos rizando el rizo del punto seis de la premisa de BrickLink: "El Grupo LEGO comparte nuestra ambición de crear la mejor plataforma/

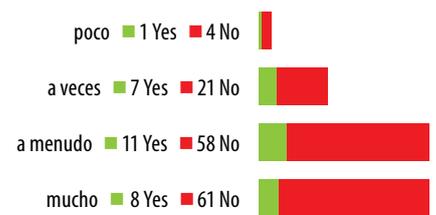
6c En general



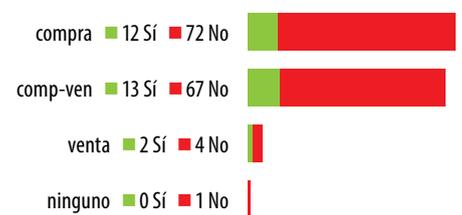
Años como miembro de BrickLink



Nivel de uso de BrickLink



Relación con BrickLink



experiencia posible para los fans adultos", preguntando básicamente si la comunidad consideraba que el sitio, tal y como está, con sus fallos, verrugas, granos, problemas de comunicación, tratamiento de los miembros y todo lo demás, era la mejor experiencia posible.

No preguntamos si la pregunta se interpretaba como "se prefiere la interfaz clásica a la interfaz XP propuesta". Así que volvimos a preguntar a los que respondieron afirmativamente, que amablemente dijeron que estaban abiertos a que hiciéramos un seguimiento de sus envíos y cuyas otras respuestas habían mostrado algún indicio de que había margen de mejora en otras partes de su encuesta.

No hicimos un seguimiento de los "sí" que indicaron que eran usuarios poco frecuentes o que se centraban específicamente en Studio o que dejaron las respuestas vacías.

Algunos de los correos electrónicos de seguimiento no recibieron respuesta. Las respuestas que sí llegaron fueron todas similares y reflejaron lo que los encuestados consideraron como puntos clave. En general, la respuesta fue que la pregunta se había interpretado de forma diferente. Las respuestas originales parecían depender de que la palabra "posible" se interpretara como "disponible". Los encuestados consideran que el sitio actual puede mejorarse. Se observa una insatisfacción con el estado

funcional actual del sitio. Se teme que cualquier modificación de la página web empeore su rendimiento. Hubo acuerdo general en que el diseño clásico básico del sitio era una interfaz que consideraban útil y utilizable y no querían ver ningún cambio al respecto. Hubo consenso general en que no había un "sitio mejor" para los AFOL.

"Preferiría que dejaran Bricklink sin tocar porque me preocupa que rompan el sitio aún más de lo que está".

"En la pregunta 6c, técnicamente, siempre hay margen de mejora en cualquier plataforma, así que seguro que debería haber respondido 'No' sin embargo, mirando hacia atrás, debo haber interpretado la pregunta como: "¿es la actual plataforma BrickLink la mejor experiencia posible disponible para los AFOL? No conozco ningún otro sitio que sea mejor para el AFOL, de ahí mi respuesta de 'Sí'".

Aunque mostramos el gráfico con las 27 respuestas originales afirmativas, el número real es probablemente más cercano al de 6a.

Recientemente hubo un video de comunicación sobre los planes futuros de BrickLink.

7) ¿Cuál es tu sensación general sobre el mensaje de esa comunicación?

a. Estoy muy entusiasmado con este plan.

b. Es una información nueva y soy cautelosamente optimista sobre el futuro de BrickLink.

c. He oído esto antes y BrickLink no ha cumplido sus promesas en el pasado; soy escéptico.

d. Este es un plan terrible.

e. ¿Hay un plan aquí?

La encuesta dice que... las únicas personas entusiasmadas con este plan son los nuevos usuarios que nunca han experimentado un BrickLink que no haya sido construido por la dirección actual, e incluso en eso tenemos a sólo uno de cada seis. Si este nuevo mercado de usuarios es el objetivo demográfico para el futuro, parece que el camino al éxito va a ser muy largo y difícil.

Dos de las cinco personas entusiasmadas con el plan se orientan específicamente hacia la oferta de ADP. Los otros tres afirman que esperan que BrickLink "siga igual" pero solucionando los fallos.

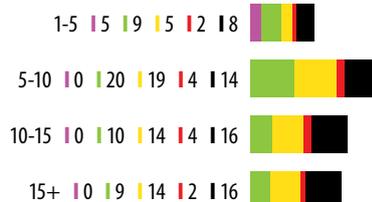
En el grupo optimista, hay cinco comentarios y medio sobre XP. Dos dicen que el paso a XP debe ocurrir sólo si tiene todas las características del sitio actual, dos dicen que se olviden de XP, uno dice que se tire todo y se reconstruya desde cero, y la mitad está extremadamente interesada y sólo interesada en ver que se desarrolle una aplicación y el sitio móvil.

Los usuarios más intensivos ciertamente no ven un plan, piensan que es un plan terrible o son escépticos. Hay muy poco apoyo entre los vendedores. Creemos que es seguro decir que este mensaje no es recibido con gran entusiasmo por los miembros.

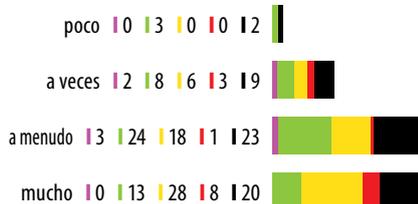
7 En general



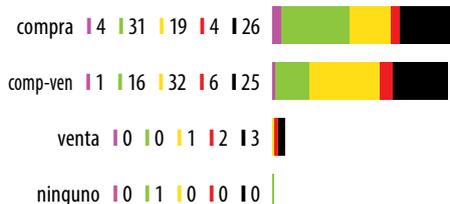
Años como miembro de BrickLink



Nivel de uso de BrickLink



Relación con BrickLink



8) ¿Crees que este plan para la plataforma BrickLink dará lugar a la mejor experiencia posible para los AFOL?

Es agradable ver que los resultados aquí se hacen eco de lo que encontramos en la Q7, aunque estrictamente hablando en la Q7 tenemos un total de 53 entusiastas u optimistas, ese número aquí es sólo 43.

9) Si pudiera priorizar un aspecto del desarrollo del sitio en BrickLink, ¿cuál sería?

a. Hacer que el sitio sea más amigable para los móviles.

b. Arreglar la funcionalidad existente pero rota del sitio. Probar las actualizaciones de código antes de desplegarlas; asegurarse de que las actualizaciones no rompan ninguna funcionalidad existente.

c. Crear un conjunto de herramientas de venta.

d. Olvidar el sitio heredado, centrarse completamente en XP.

e. Otros

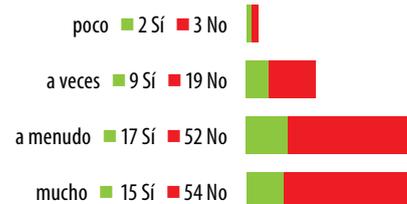
8 En general



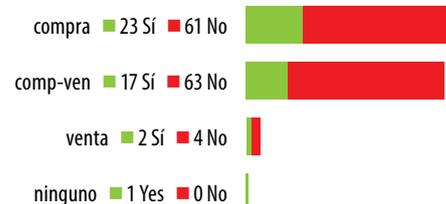
Años como miembro de BrickLink



Nivel de uso de BrickLink



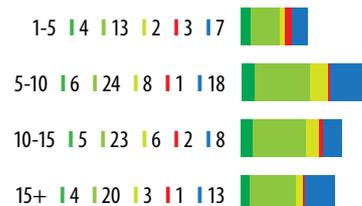
Relación con BrickLink



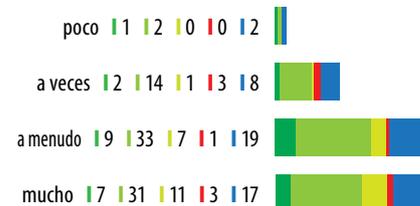
9 En general



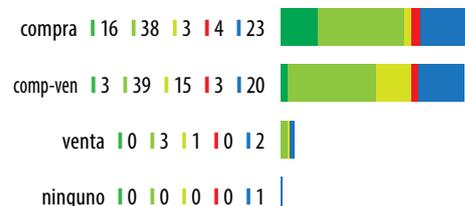
Años como miembro de BrickLink



Nivel de uso de BrickLink



Relación con BrickLink



Lo que está claro aquí es que la mayoría de los usuarios simplemente quieren que se arregle la funcionalidad existente. Lo que no se ve en el gráfico es que de las 46 respuestas de "otros" tenemos una docena de peticiones de una combinación de a y b, o b y c, o a, b y c. En conjunto, el 75% de los encuestados dan prioridad a arreglar la funcionalidad principal del sitio. El tema general de "BrickLink está bien como está, sólo hay que arreglar las partes rotas" resuena en toda la encuesta. Para ser justos, arreglar las partes rotas es probablemente una solución técnicamente menos rentable... y mucho más aterradora y problemática... que reescribir la totalidad del código subyacente, pero esa es una consideración técnica y no la idea general del sentimiento expresado aquí. La prioridad es conseguir que la funcionalidad y el conjunto de características existentes se establezcan y funcionen como se pretende. Hay tres menciones que afirman explícitamente o efectivamente que el sitio debe ser revisado desde cero pero manteniendo todas las características.

Además, hay 14 peticiones de actualizaciones de la interfaz y/o de las funciones relacionadas con el catálogo para mejorar el descubrimiento, tres peticiones de que vuelvan los artículos personalizados al catálogo, dos personas quieren que LEGO se desprenda del sitio, una quiere documentación, otra quiere que se cumplan todas las promesas anteriores, una persona dice que la prioridad debe ser centrarse en el público principal, otra quiere que se aplique el impuesto canadiense y otra quiere un departamento de atención al cliente sólido.

10) Si pudieras darle al Grupo LEGO un solo consejo sobre el futuro de BrickLink, ¿cuál sería?

Como era de esperar, hay una serie de respuestas centradas en el encuestado, y ciertamente entran en conflicto con otras respuestas centradas en el encuestado (centrarse en el móvil/no centrarse en el móvil, permitir piezas personalizadas/eliminar más piezas, sí MOCs/no MOCs, dejar que BL venda nuevas piezas/no dejar que BL venda nuevas piezas). Además, algunos encuestados consideran que "un consejo" es un párrafo que contiene veinte consejos. Otros creen que un consejo es un comentario o una afirmación general. De acuerdo entonces. Supongo que depende de cómo se defina "consejo" o de la atención que se preste a la pregunta.

Desgranando las respuestas en temas generales, hay tres que destacan. La principal sugerencia, en 36 ocasiones, es que se centre la atención en la plataforma central del mercado. Esto se expresa en tres sentimientos generales:

1) dicen rotundamente que hay que centrarse en la plataforma principal, 2) si no está roto, no lo arregles, y 3) arreglar lo que está roto y probarlo a fondo antes de ponerlo en marcha y asegurarse de que el arreglo no rompe otras cosas. La nota adicional a esto es no distraerse con cosas brillantes y nuevas ideas, hojas que soplan en el viento, y bueno, cualquier otra cosa.

En segundo lugar, 30 ocasiones, es quitar los barrotés, dejar la plataforma en paz, no entrometerse, no tocar, y confiamos en que se entienda el sentimiento general aquí. El subgrupo de esta sugerencia, con 13 casos, es permitir el regreso de los artículos personalizados a la plataforma. Este grupo de sugerencias parece pedir básicamente apertura e inclusión frente a exclusión y menos mano dura con lo que se puede ofrecer en la plataforma.

En tercer lugar, 19 instancias, está la sugerencia de que LEGO escuche y trabaje con la comunidad. Hacer crecer la plataforma de abajo hacia arriba en lugar de hacerlo de arriba hacia abajo. Por lo general, este grupo sugiere que LEGO preste atención a las dos primeras sugerencias y que siga con algunas otras.

Después de las tres primeras, hay un paso hacia un segundo nivel de sugerencias. A la cabeza del segundo nivel, con nueve sugerencias, está la mejora del código/UI/UX. A partir de esta idea, hay otras peticiones similares pero más centradas en la compatibilidad con los dispositivos móviles, la mejora de la búsqueda, la facilitación de la entrada y salida de información por parte del usuario, y un soporte más sólido de la API y de terceros. La familia se completa con una serie de peticiones para mejorar la experiencia del comprador en el proceso de compra, mejores herramientas para el vendedor, mejores tablas de envío, opciones de pago adicionales y mantener y conservar un historial completo de transacciones. Muchas de estas mejoras tienen necesariamente implicaciones en la estructura y el contenido de la base de datos. En conjunto, este grupo de peticiones suma un total de 35. Se podría argumentar de forma razonable que todas estas cosas forman parte de la funcionalidad principal.

Ya que estamos hablando de UX, hubo algunas peticiones para crear una red social y un lugar para guardar inventarios personales y MOCs y otras cosas. Suponemos que tal vez no han descubierto rebrickable.com o cualquier otro sitio web que ya ofrece estas características y está bien mantenido. O no han tenido la suerte de que alguien en el foro les diga que pueden inventariar sus cosas en BrickLink abriendo una tienda y... eh... no abrirla.

Las dos siguientes áreas de sugerencia tienen nueve respuestas cada una. La primera, y muy enfática, es que LEGO se desprenda de BrickLink

y devuelva BrickLink a la comunidad, o a una entidad privada, o a otra persona. La segunda es que LEGO consiga gente mejor, más gente, con las habilidades adecuadas, en las áreas de desarrollo y servicio al cliente. Esto se hace eco del interminable clamor de que BrickLink tiene unas habilidades de comunicación excepcionalmente pobres.

Las últimas áreas de sugerencia que reciben múltiples enfoques específicos son que Studio siga recibiendo algún grado de desarrollo y que LEGO preste atención y apoyo a los vendedores. Ambas cuestiones se abordan en el video de Julia-Marvin de diciembre. Esperamos que lo primero ocurra, lo segundo no lo hemos visto hasta ahora, aunque ha habido muchas peticiones al respecto desde hace mucho tiempo.

Otra área con varios hilos vagamente relacionados es que LEGO promueva más activamente BrickLink, que utilice BrickLink como una salida para promociones especiales, exclusivas, una puerta trasera (o delantera) para obtener ladrillos a granel (con descuento, por supuesto), ladrillos especiales, reedición de piezas retiradas, y otras cosas fantásticas y mágicas.

Para concluir, se pide que no se dé un trato preferente a las grandes tiendas en detrimento de las pequeñas, que no se centre tanto en los Estados Unidos, que se mantenga un enfoque adulto (18+ para participar) y que se cree un soporte multilingüe. A continuación, las citas:

"Realmente necesitan un personal de atención al cliente que sea más receptivo y tenga la piel más gruesa. Ignorar las quejas de los usuarios no debería ser una opción válida".

"Traigan un gerente y personal profesional de atención al cliente. BrickLink es un sitio construido originalmente por aficionados... pero ya no puede conformarse con una relación con el cliente de aficionados. Los tiempos de respuesta a los tickets de soporte son demasiado largos. Los usuarios que expresan sus frustraciones abiertamente son silenciados e ignorados. Es una forma poco profesional de tratar a los clientes".

"Las promesas sobre las actualizaciones del sitio, las herramientas para vendedores y todo lo demás que se nos ha prometido durante años deben ser atendidas."

"Que se comprometa la DIRECCIÓN DE LEGO CON EXPERIENCIA. El actual equipo directivo de relevo no parece tener experiencia en los negocios y su comportamiento descontrolado, caprichoso, dictatorial y vengativo -que ha existido durante años- va a seguir haciendo que BrickLink cojee hasta que obliguen a todos los vendedores a abandonar la plataforma y buscar otros lugares."

"Supera tu aversión a los revendedores y abrázalos. Te guste o no, la comunidad somos todos, no sólo los constructores que hacen brillar tu producto."

“Tomen las preocupaciones de los vendedores mucho más en serio, y escuchen REALMENTE, en lugar de hablar de boquilla y decir que van a escuchar. Invierta en las mejoras que los vendedores realmente quieren”.

“Mucho de lo que se ha dicho sobre el desarrollo de BL ha resultado ser palabrería. La confianza en que LEGO hará lo correcto con BL está completamente rota”.

“Paren, respiren y dense cuenta de lo que tienen. Después, piensen en cómo mejorarlo”.

“BrickLink tiene una importancia fundamental para la comunidad de AFOL -quizás la segunda cosa más importante para los AFOL después de la propia TLG. No necesita existir en un estado petrificado, pero los cambios deben ser abordados con cautela porque la comunidad depende de este sitio. Hace varios años en Brickworld Chicago, cuando BL se vendió a Jay Kim, hubo un reconocimiento público de que ‘Todo esto’—la convención, las increíbles exhibiciones, y la increíble comunidad que se construyó sobre este hobby—todo esto es posible gracias a BrickLink. Este es el legado de Dan Jezek. Animo a todos los implicados en BL, especialmente a la dirección ejecutiva, a que experimenten los eventos y la comunidad en Brickworld y Skaerbaek, etc. y a que tengan esto en cuenta.”

“Si van a introducir los diseños de Ideas en BrickLink para su venta, asegúrense de que se cuida a los diseñadores”.

“Si [LEGO] quiere controlar BrickLink, tiene que proporcionarle el apoyo necesario e integrarlo en el sistema de LEGO. Si no quieren hacerlo, no deberían poseerlo”.

“Hagan que su presencia sea conocida e involúcrense con los usuarios o contraten a un equipo para aumentar los actuales administradores del sitio.”

“Haz que sea más acogedor estar en el sitio, los últimos doce meses he sentido que no es agradable estar allí, esa es mi sensación y opinión”.

“Escuchen a los usuarios en lugar de a la dirección de BrickLink, que no es gente de LEGO”.

11) Otros comentarios

Hubo algunos comentarios interesantes, algunos dirigidos a la revista por haber ideado la encuesta, otros dirigidos a LEGO y BrickLink. Algunos comentarios continuaron ofreciendo consejos. Algunos expresaron esperanza y buenos deseos para la plataforma BrickLink. Los temas que se reiteraron en la pregunta sobre los consejos fueron: arreglar el sitio existente, centrarse en que los AFOL son adultos, los impuestos/la retención del historial de ventas, varias cuestiones relacionadas con el catálogo, Studio, el enfoque centrado en

EE.UU./la falta de apoyo en otros idiomas, el regreso de las piezas personalizadas al mercado y una mejor comunicación. A continuación, algunos comentarios:

“¡BrickLink tiene tanto potencial! Cuando Dan falleció y la familia lo vendió a Jay, ese fue el día en que BrickLink también empezó a morir. Aunque los actuales gestores pueden tener pasión por LEGO no son hombres de negocios y Jay parecía tener segundas intenciones que nunca se materializaron para la comunidad AFOL. Si el mensaje de Julia da verdaderos frutos, podremos mantener BrickLink vivo durante muchos años y honrar el sueño de Dan. A pesar de mi perspectiva, espero que todo esto cambie; pero hasta que la dirección mate a BrickLink y lo entierre, seguiré estando ahí cada día.”

“Por lo menos que se cuelgue menos”.

“Me entrieste darme cuenta, a través de estas preguntas, de lo deprimente que es sentirme sin apoyo por parte de BL y LEGO.”

“Entiendo que BL podría haber desaparecido, dejándonos con Brick Owl como mercado. Francamente, hay mucho legado en BL, en parte bueno y en parte malo. (Soy el miembro #77 de BrickBay...). Cuando la familia de Dan vendió BL, creo que se perdió la oportunidad de hacer una compra en consorcio, y se vendió por encima de lo que cuesta su funcionamiento. El traspaso a LEGO significa que los impuestos son un gran problema, porque las cuestiones que pasan desapercibidas para una empresa de 10 millones de dólares al año son un gran problema para TLG. Los problemas de IP y “custom” también salieron a la luz inmediatamente después de la venta de BL a TLG, con la eliminación de BrickArms y otros elementos custom, lo que significa que la comunidad está más dividida que unida por estas acciones. No soy un gran vendedor (unas 300 ventas en 20 años), pero he estado ahí desde el principio. Me encuentro usando BL menos ahora que en el pasado”.

“... el mercado está empeorando para mí como vendedor y para mis compradores. Llevo allí desde 2012 y abrí mi tienda en 2020 y me preocupa el futuro de BrickLink.”

“Nunca he entendido del todo la constante mención a la ‘comunidad’ en relación con BrickLink. Es solo un lugar para comprar y vender y buscar información.”

“Cuanto más se involucra el Grupo LEGO con BrickLink, menos se ha sentido como un sitio líder en el mercado. Deberían hacer que el sitio que todos llegamos a amar funcione lo mejor posible, y luego centrarse en añadir cosas nuevas.”

“Normalmente, diría: si no está roto no lo arregles. Pero es demasiado tarde para eso. Ya se ha modificado negativamente”.

“Es una pena que sea necesaria esta encuesta;

si LEGO se hubiera ceñido a sus promesas originales yo, y sospecho que la mayoría de los usuarios, habríamos sido mucho más positivos.”

“Lo que está haciendo LEGO con BL me ha hecho confiar en ellos aún menos que antes. Se han mostrado como indignos de confianza, codiciosos, poco empáticos y mentirosos.”



Después de las preguntas y respuestas

¿Cómo de tonta es nuestra encuesta?

Vale. Confesamos que la encuesta es tonta. Al menos hasta cierto punto. Sin duda.

Hemos decidido centrarnos en las declaraciones específicas de LEGO y BrickLink en el momento de la adquisición. Admitimos que las declaraciones de LEGO parecen, y probablemente lo son, palabrería de marketing.

Así que, tomamos las declaraciones una por una y las convertimos en preguntas. Fue una decisión consciente porque queríamos contrastar esas declaraciones con las percepciones de la comunidad.

Recibimos algunos comentarios que indicaban que había algunas otras preguntas que la comunidad hubiera preferido ver, pero las evitamos porque pensamos que simplemente iban a llevar a airear quejas y a criticar a BrickLink y que no estaban relacionadas con la adquisición y con la forma en que la relación de LEGO y BrickLink estaba cumpliendo con los objetivos o intenciones declarados en ese momento.

Así de tontos somos, dice la gente:

“Sólo una encuesta tonta hace preguntas como ésta”.

“Deberíais haber hecho una petición y no una encuesta”.

“Hacer la misma pregunta una y otra vez, redactándola de forma diferente, tenía que ser un millennial el que hiciera las preguntas”.

¡DunDunDUNNNN! Gracias por jugar. Pedimos disculpas. Un sexagenario y algunos otros algo más jóvenes, pero ningún millennial. Al menos ahora sabes que nos esforzamos al máximo en las preguntas, ¿no?

Algunas personas simplemente quieren compartir sus sentimientos, porque, bueno, ¿por qué no?

Hubo un gran número de respuestas que no

tenían nada que ver con la pregunta. Presentamos aquí algunas de ellas para comunicar a LEGO lo que la comunidad piensa del tipo de trabajo que BrickLink está haciendo para promover los objetivos declarados de la adquisición.

“BrickLink ha puesto en marcha nuevas interfaces de usuario que resultan sospechosas. Al buscar piezas, parece haber un profundo sesgo. Al comparar los resultados del sistema clásico con el nuevo, muchos de los vendedores son omitidos en el nuevo sistema, lo que aumenta los precios. Hemos pedido aclaraciones y transparencia, pero es como hablar con un perro”.

La tienda MOC barra Studio Gallery recibió algo de atención: “Mi póster del MOC Ferrari, en el que construí un logotipo bastante exacto con azulejos, pasó de ser público (instrucciones para compartir) a ser sólo de visualización (sólo lectura). Esto se debe a problemas de propiedad intelectual. Parece que cada vez hay menos lugares donde compartir mis propias creaciones... Exploro la tipografía en LEGO y no hay una buena salida para la expresión crítica.

En serio, ¿has intentado hacer Futura Bold Italics a partir de plates? No es tan fácil, amigo mío”.

Y esto, presumiblemente en respuesta a la promoción del 20 aniversario de BrickLink:

“Estuve ASÍ de cerca de conseguir un trabajo como merchandiser para PNW antes de que la pandemia hiciera que todas las cosas cerraran y tuviéramos que estar en cuarentena y todavía lo estamos. Estuve en comunicación con los propietarios de las tiendas locales que me ayudaron a hablar con LEGO ya que tengo una discapacidad que lo hace un poco difícil. Cuando empezó la pandemia BrickLink pidió que la gente escribiera con sus experiencias en BrickLink y yo escribí sobre un alma bondadosa que me esperó varias semanas para que pagara mientras yo andaba a tientas con la pérdida de un familiar directo. Más tarde, desde BrickLink, recibí un montón de material de LEGO, como bolsas, etc., lo que fue genial. No estoy seguro de si fue directo, pero parece el tipo de amabilidad que realizaría una autoridad central, y me gustó”.

¿Quién es quién?

Algo que se desprende de la lectura de todas las respuestas es la confusión de las dos entidades, BrickLink y el Grupo LEGO. Las cosas han cambiado en la plataforma BrickLink y algunos usuarios están señalando a LEGO cuando probablemente deberían señalar a BrickLink. O señalar a otra parte. En cualquier caso, lo que está claro es que para algunos usuarios BrickLink es ahora LEGO y los usuarios están asumiendo, ya sea correcta o incorrectamente, que LEGO es el origen de los cambios y están atribuyendo el crédito o

la culpa a LEGO. En la revista tendemos a pensar que los cambios relativos a los impuestos y otros cumplimientos legales son cuestiones con las que cualquier empresa que hace negocios en Internet tiene que lidiar, y como tal están dentro de la esfera necesaria de cumplimiento gubernamental de BrickLink, y no son directivas y mandatos que vienen de TLG.

Por ejemplo, los conflictos en torno al color son amplios y profundos y necesitarían tiempo y energía para conseguir una nomenclatura coherente en todas las plataformas de LEGO, para facilitar la interconexión con terceros a través de las API y otras tecnologías relevantes, y para reducir la fricción y la confusión a nivel del consumidor. El cambio de nombre de color de “flesh” a “nougat” fue sugerido inicialmente por un miembro específico que lleva mucho tiempo contribuyendo en el foro de BrickLink porque no todas las personas tienen el mismo color de piel. Los habituales del foro son conscientes de ello. Los encuestados, que aparentemente no frecuentan el foro, mencionan el cambio de color de flesh a nougat unas cuantas veces en respuesta a distintas preguntas de la encuesta y señalan claramente a LEGO como responsable del cambio.

Aunque no se menciona con frecuencia en las respuestas a la encuesta, las cuestiones de derechos de propiedad intelectual relativas a los MOC en BrickLink probablemente están sujetas a los dictados de LEGO. Dicho esto, tenemos que cuestionar la aparente mano dura que BrickLink está utilizando para hacer cumplir la política, que, para algunos, se percibe como “si hay alguna duda sobre algo, rechazar todo”.

Hay otras cuestiones de quién es quién en relación con los cambios en el catálogo que los encuestados atribuyen a una u otra entidad, a menudo de forma enfática, y fuera de las relucientes paredes blancas de la Torre de Marfil de Irvine, ¿alguien sabe realmente quién dirige las decisiones sobre el catálogo? Sabemos que las decisiones ya no las dirigen los asociados voluntarios, como se ha dicho en el foro.

Hay algunos ejemplos en las respuestas al cuestionario en los que los encuestados piden a LEGO que incremente su presencia en relación con BrickLink, al menos dos de ellos se señalan en la pregunta 10, y tenemos que estar de acuerdo. Creemos que ayudaría mucho a acallar a las masas y a reducir la especulación y la desinformación si LEGO saliera a la luz y definiera de forma clara y específica hasta qué punto está o no está involucrada en la dirección y la elaboración de políticas en BrickLink. Dado el estado actual de las cosas, especialmente después de leer las respuestas a la encuesta, sólo podemos concluir que la ausencia de claridad está enturbiando la reputación tanto de LEGO como de BrickLink.

¿Ha perdido LEGO el tren?

Dado que BrickLink fue concebido por un AFOL para AFOLs de mentalidad similar, y que su contenido fue formado y poblado por una comunidad AFOL hardcore durante muchos años, ¿es la introducción de una nueva audiencia de individuos menos hardcore que no son necesariamente conscientes de la comunidad AFOL o que quieren formar parte de ella, un paso en la dirección correcta? Sí, los nuevos usuarios pueden aumentar las ventas en cierta medida, pero ¿se convertirán estos nuevos usuarios en fans, seguidores y contribuyentes de larga duración? Algunos vendedores están notando un aumento de compradores problemáticos y nuevos compradores con un conjunto de expectativas totalmente diferentes y una clara falta de comprensión de lo que es el mercado de BrickLink y cómo funciona.

Un encuestado señala:

“BrickLink es una plataforma para la comunidad profesional de AFOL y ahora llegan oleadas de compradores corrientes que piensan que es una tienda de LEGO de “ladrillos de repuesto” sin tener ni idea de lo que realmente es BL.

Quiero decir que si hay algo de promoción, quizá el público objetivo no sea el adecuado”.

Pensaríamos que si LEGO va a promocionar BrickLink al cliente ocasional, debería explicar simultáneamente qué es BrickLink y cómo funciona. El AFOL que descubre y se involucra orgánicamente en BrickLink tiene un temperamento considerablemente diferente al de Doña Fulano, a la que un empleado de la tienda le dice que el set del año pasado que ya no está en stock se puede encontrar en un desconocido sitio web. Y cuando llega a dicho sitio web, puede encontrarse con que “esta tienda no realiza envíos a mi estado/país”, opciones de pago imposibles y una miriada de otros defectos de interfaz y procedimiento. Si llega al foro y hace una pregunta, es tan probable que la reciba un miembro de la legión de amienemigos de la humanidad como que no. Ciertamente no será recibida por el personal de BrickLink. Cualquiera que lea esto sabe que navegar por la idiosincrasia de BrickLink requiere tiempo, paciencia, deseo y la fortaleza testicular de una madre que da a luz quintillizos.

El mensaje frente a la realidad

En el mensaje de vídeo publicado el 2 de diciembre de 2020, <https://youtu.be/YxUldvKt4Q>, Julia Goldin:

“Nuestra prioridad número uno es la comunidad, y vosotros sois esta comunidad...”
...y lo que es realmente hermoso de esta plataforma es que te permite conectarte sin problemas con todo el mundo y hacerlo de una



Julia Goldin y Marvin Park, del vídeo publicado el 2 de diciembre, 2020

manera que realmente sirve a tus necesidades”.

“Así que nuestra prioridad número uno es invertir para fortalecer la relación que tenemos con la comunidad...”

Hagamos una pausa aquí por un momento. La prioridad número uno es la comunidad. La prioridad número uno es invertir para fortalecer la relación que tenemos con la comunidad. Bien. Número uno. Lo he dicho dos veces. Continuemos.

“...y por eso vamos a ampliar el equipo de BrickLink, que incluirá un mayor enfoque en las relaciones con la comunidad. Esto nos permitirá tener más diálogos con vosotros, escucharos y obtener vuestras aportaciones. Porque con vuestras aportaciones podemos desarrollar las herramientas y las plataformas que nos permitan daros un servicio mucho mejor y más eficaz.

“Nuestra visión de futuro es que BrickLink sea una plataforma global moderna para todos los constructores adultos. Una plataforma que... sea capaz de dar servicio a vuestras necesidades, ya sea de construir o de poder acceder al mercado o de poder conectar con otros constructores... de todo el mundo”.

¿Se puede decir que lo que hemos visto en diciembre y enero es exactamente lo contrario? La gestión de BrickLink de los diversos esquemas fiscales y los requisitos de BrickLink para su cumplimiento no han logrado ese objetivo, por no decir otra cosa. Vemos que algunas tiendas tienen restringido el envío. Vemos que algunas tiendas no tienen forma de cumplir con los requisitos de BrickLink y con los requisitos legales de sus propios países. Ciertamente, parte de la culpa puede recaer en las distintas autoridades fiscales, pero el hecho de no ofrecer opciones de pago adecuadas o viables a través de su portal es enteramente responsabilidad de BrickLink. Lo que creemos ver es una solución que nace más de alguna habilidad o limitación sistémica por parte de BrickLink en lugar de idear una solución viable que se ajuste a las necesidades de los vendedores. En lugar de una comunidad global, tenemos a

los miembros de la comunidad atrapados en silos regionales sin poder acceder a los mercados extranjeros.

Marvin reitera el punto: “El Grupo LEGO está invirtiendo significativamente en BrickLink, ampliando la organización para servir mejor a las necesidades de la comunidad. En primer lugar, estamos reforzando el equipo de BrickLink y también estableciendo una función dedicada a la participación de la comunidad para reflejar y coordinar mejor las diferentes necesidades de la comunidad... Con la mejora de la capacidad del equipo, nos comprometemos a mejorar el rendimiento y la seguridad de nuestra plataforma de mercado.”

Julia: “En los próximos días, Marvin y yo, así como nuestros responsables de la comunidad, estaremos escuchando y dialogando activamente con vosotros, y estoy deseando escucharos a todos.”

Ocho semanas después

Tratando de ser minuciosos en nuestra línea de investigación, nos preguntamos: “¿ha ocurrido esto?” ¿Marvin y Julia y los “gestores de la comunidad” escucharon realmente y entablaron un diálogo activo?

No habíamos oído que nadie interactuara “en los próximos días” y nadie, en ninguna parte de la encuesta, mencionó ninguna interacción. La encuesta decía rotundamente lo contrario, con 154 respuestas “no”. Nos pusimos en contacto con la LAN para ver qué podíamos encontrar, si es que había algo, en relación con la pregunta. Nos dirigieron a Russell Callender de BrickLink. Russell respondió amable y rápidamente a nuestra consulta. Hemos recopilado nuestras preguntas y sus respuestas para mayor claridad.

HBM: Una parte importante de nuestra encuesta se basa en el mensaje que transmite LEGO en el vídeo [del 2 de diciembre]. En el minuto 2:49 Marvin menciona: “En primer lugar, estamos reforzando el equipo de BrickLink y

también estableciendo un papel dedicado a la participación de la comunidad para reflejar y coordinar mejor las diferentes necesidades de la comunidad”.

Aunque hemos identificado la comunicación de usted como administrador, no nos queda claro cómo se ha llenado este nuevo papel de compromiso con la comunidad. ¿Quién es la persona dedicada a la participación de la comunidad, cuándo asumió esta función y qué acciones específicas ha llevado a cabo?

RC: Cuando se utiliza la cuenta de administrador para publicar una respuesta en el foro, esa es la cuenta que habla en nombre de todo el sitio. En el caso de la última publicación de noticias, un equipo de personas grabó las reacciones, elaboró las respuestas y, por último, una persona publicó las respuestas en la cuenta del administrador a medida que estaban listas. Esto es a lo que Julia se refiere cuando habla de “nuestros gestores de la comunidad”. Este “método de grupo” para responder es algo que hemos hecho varias veces desde la adquisición, y de hecho muchas de las respuestas que doy desde mi cuenta personal también son una combinación de narraciones de múltiples fuentes.

Me complace observar que han tomado nota de algunos nuevos esfuerzos en la interacción con la comunidad. La comunidad es una parte fundamental de nuestro plan para avanzar como sitio, y de hecho se está desarrollando un nuevo papel dedicado a la participación de la comunidad. Pero, como ocurre con muchas cosas relacionadas con la transición en la que nos encontramos en este momento, su puesta en marcha está tardando quizá más de lo que esperábamos en un principio. Este es siempre el riesgo de mencionar cualquier tipo de planes futuros en público. En este caso, espero que la función se establezca oficialmente en algún momento de los próximos meses. Pero no prometo nada.

...A menudo soy yo quien accede físicamente a la cuenta, pero también hay otros. Actualmente tenemos dos empleados de cara al público: yo mismo bajo Admin_Russell y Rachel bajo QA_Rachel. Una vez utilizamos una cuenta “LEGO AMA” para responder a las preguntas. Pero aunque mi cuenta es actualmente la más visible, no desempeño el papel de interacción con la comunidad. Soy el Jefe de Administración, y mi papel oficial en el Foro es más parecido al de un oficial de policía. Sin embargo, a menudo se me pide que comparta información públicamente en nombre de otras personas (véanse los numerosos mensajes recientes sobre cuestiones fiscales y de IVA).

En cuanto a la nueva función oficial, esperamos que se cubra pronto. No solemos revelar al público

información sobre el papel de los empleados de BrickLink. Sin embargo, sería razonable suponer que una persona que ocupe un puesto titulado "Interacción con la comunidad" sería conocida por el público.

HBM: En el minuto 5:20 Julia menciona

"En los próximos días, Marvin y yo, así como nuestros gestores de la comunidad, estaremos escuchando y dialogando activamente con vosotros, y estoy deseando escucharos a todos".

Hemos mirado en los foros de BrickLink y el único registro público de este compromiso activo parece ser este hilo [<https://www.bricklink.com/v2/community/newsview.page?msgid=1236889>], que contiene alguna interacción por parte del administrador durante un periodo de once días desde el anuncio inicial.

Aparte de ese tema, ¿quién interactuó y qué efectos tangibles ha tenido esa interacción?

RC: Todavía estamos en proceso de poner en marcha las cosas en un sentido formal, pero informalmente ha habido mucha actividad en torno a la interacción con la comunidad incluso desde antes de la adquisición. La visión que tenemos es que el compromiso con la comunidad no es algo que se añade a un programa independiente, sino que nos esforzamos por hacer que el compromiso con la comunidad forme parte de la esencia de nuestra empresa BrickLink. En estos momentos se está realizando un gran trabajo de fondo que sentará las bases de un enfoque completo y auténtico hacia la comunidad.

HBM: ¿De qué otras formas se ha interactuado públicamente con la comunidad y en qué ha resultado esa interacción?

RC: Todavía no se ha hecho nada público.

HBM: La conversación enlazada anteriormente tampoco revela nada sobre un Equipo de Interacción con la Comunidad. ¿Quiénes son los miembros de este Equipo de Interacción con la Comunidad y cuáles son sus funciones individuales y cómo han interactuado con la comunidad?

RC: Me gustaría poder ayudarles más, pero la medida en que se revele este tipo de información interna dependerá de la nueva función de Interacción con la Comunidad. Lo que sí les diré es que habrá una función formal y un equipo que, de alguna manera, estará allí para apoyarlos.

Estoy deseando leer los resultados de la encuesta.

No ha ocurrido.

Eso es lo que sacamos de esta comunicación. Dos meses después de que Marvin y Julia afirmaran que la comunidad sería involucrada, BrickLink todavía está en el proceso de poner en marcha las cosas, habrá un papel de participación

de la comunidad, y la información interna es información interna que será o no será revelada si y cuando el papel de participación de la comunidad realmente se convierte en una cosa.

Es desalentador para nosotros... y cabe imaginar que vergonzoso para el Director de Marketing de LEGO... hacer declaraciones públicas y luego no cumplirlas. ¿Qué debe pensar la comunidad cuando el director de marketing declara "... estoy deseando escucharos a todos" y luego no se molesta en mantener una simple conversación? Como mínimo, no es buen marketing.

Que BrickLink prometa algo y no lo cumpla es considerado por muchos como el procedimiento estándar de los últimos siete años, así que no es ninguna sorpresa.

Doce semanas después

Una visita al foro de BrickLink revelará que el statu quo del año pasado es el statu quo de este año, más algunos nuevos quos que han surgido durante el último año. La fiabilidad del sitio, que había sido relativamente buena durante varios meses, parece que ha vuelto a sufrir un descenso con incidentes notables a principios de febrero y de nuevo a finales de febrero y principios de marzo. La situación de los impuestos y el requisito de que los sitios tengan habilitado un método de pago in situ todavía no se ha comunicado lo suficiente a los propietarios de las tiendas, ya que son frecuentes las preguntas publicadas sobre "por qué el cliente no puede realizar el pago" y "el cliente dice que no envió a [algún lugar], pero yo sí". Otros problemas mencionados en la encuesta persisten a un nivel u otro. Y todavía no se observa la presencia de un "community engager".

Vuelta atrás en el tiempo

Volviendo a este hilo en BrickLink, [<https://www.bricklink.com/messageThread.asp?ID=261535&nID=1171248>], encontramos un bonito gráfico, cortesía del AFOL StormChaser. Ha hecho un recuento de todas las personas del foro que han expresado su posición sobre la adquisición. Pensamos que sería interesante comparar ese conjunto de datos con el actual. Curiosamente, su conjunto de datos contenía entonces 162 puntos y el nuestro actual contiene 171. Así que hay una paridad bastante cercana en los números.

A efectos de comparación, tomaremos las esperemos a ver de StormChaser y sus opiniones negativas, las combinaremos como "neutrales" y las compararemos con nuestras percepciones actuales de la sexta encuesta. Somos conscientes de que no se trata de una comparación exacta, pero como indicador aproximado debería servir para comparar la predicción de entonces con la

Gráfico de Stormchaser:

40 Pro, 38 Contra, 37 Veremos, 37 NS/NC

Positive	Negative	Wait and See	No Opinion
Acorn04	amebcia	ashermer	69transman
Adjour	Barrythelego	bje	Admin_Russell
alistar005317	blegsoog	Bricks_NW_UK	AndersPaludan
Andrew	Black_Armor	calcolfahn	blue85
APS_HEARS_ABS	chartman70	calstricks	Bretti666
arinc	christus1313	cycbuild	BrickBuy
ash_274	d3r4d0if	DB361	BricksBoy
axaday	d6dn	Dofan13	brikomania
BigBBricks	dawniel82	EnchantedBricks	Brock
BrickCompulsion	dearlydeparted	fantasmadopera	Captain_Q
Brickity	Dino1	gilles78120	celloguy
cosmicray	Djuree	gogogovro	charlesjay88
Costruzionlego	echogamer	Hardstone	Classicsmiley
DallasBricks	eIangeb	HTownBricks	cwl
DarcTangent	Emilio_Magnelli	Legoboy_II	DeLuca
dcarmine	iancellis	legocastle	electricbaer
Doughboy6480	IronRaven	Lottieslego	firestar246
edeevo	J_Money	Louvrecaire	FixPrimus
gcarter03	jackdig	Marc00	Give.Me.A.Brick
gaurst	julencin2000	MonkeyManWhee	leopard37
JulieK	JusTic8	montana_girl	manganschlamm
misli	keith_rowland	Nathan123	medicus
monkeynut12	kennard42	nize	mhortar
msutuba	legokopen	Old2new4u	miskox
picabo	legoman77	QCBricks	negative
Pippylolcks	Imeyer	Quill_Toyz	nerdsforprez
ProbablyDylan	Locksoft	randyf	Nikilyn
Rob_and_Shelagh	lylifich1	red_wheelbarrow	PeterJritter
stacey_love	Mardosul	Sadler_Bricks	popscie
StormChaser	mfv	Shintaku	povog
Stuart9	Patko	speshy	RedBeardDan
SuperChris01	pilotguy72	StarBrick	Schulier
Teup	Redn_2000	Steneffut	superbonzo
tomato_1984	rprebel	SylvainLS	tadmochi
Tommi06	rtpjensen	VandyandtheMtn	thirsh42
tvattima	runner.caller	WoutR	Thunor
udenbricks	ShrikeArghast	yorbrick	xGattoMattox
victor_lego	SimplyBricks		
waltzing	Smokie31		
	stefan		
	superjosee		
	thelego lord		
	thornton_john		
	UltimateBrick		
	uslackeru		
	wookiee1987		
	zoomatomic		

2019-12-21 40 Pro 74 Neutral 38 Contra



2021-01-24 9 Pro 91 Neutral 71 Contra



percepción de ahora. Parece que el equilibrio entre los pros y los contras de entonces se ha desplazado definitivamente hacia los contras. Los contras se han duplicado y los pros se han dividido por cuatro. Imaginamos que esta no es la tendencia que LEGO querría ver un año después de su adquisición.

¡Gracias a todos los que han participado!

Sinceramente, nuestro más sincero agradecimiento a todos los que han participado en la encuesta. No podríamos haberlo hecho sin vosotros. Gracias también a Russell por proporcionarnos información sobre BrickLink.

Si alguien tiene algo más que ofrecer sobre este tema, no dude en enviarlo a través del formulario de contacto de nuestra página web. Si conseguimos algo que consideremos de interés para la comunidad, lo compartiremos en un próximo número.

