

Los e-books no matarán a los impresos (Reforma 12/05/11)

Los e-books no matarán a los impresos (Reforma 12/05/11) Makinson reconoció que cuando viaja utiliza aparatos digitales, sobre todo para leer manuscritos. Foto: Archivo Penguin venderá libros directamente a los consumidores, a través del sitio Bookish.com que será lanzado este año Jeffrey A. Trachtenberg / WSJ Nueva York, Estados Unidos (12 mayo 2011).- Pocos ejecutivos de la industria editorial han podido ver de cerca cuán rápido la tecnología digital está transformando el negocio como John Makinson, el presidente ejecutivo de Penguin Group, la división editorial de Pearson PLC. La empresa publica 4 mil títulos de ficción y no ficción en todo el mundo y hace negocios en una amplia variedad de mercados. Decidir cómo y dónde vender esos libros es significativamente más complicado hoy que cuando Makinson asumió su cargo en 2002. Entonces, los libros electrónicos eran un negocio menor y el impacto de los descuentos por las compras en línea todavía no se había sentido. Una de las decisiones cruciales que tomó fue adoptar un sistema por el cual las editoriales establecen el precio de los libros digitales y los minoristas se quedan con 30 por ciento del ingreso. El modelo está ahora siendo analizado de cerca por las autoridades antimonopolio de Estados Unidos y Europa. Penguin es también una de las tres grandes editoriales que está respaldando una nueva iniciativa en la red que destacará nuevos títulos y autores, y venderá libros directamente a los consumidores. El sitio Bookish.com será lanzado a mediados de año. Makinson habló con The Wall Street Journal sobre los libros electrónicos baratos, la lectura digital y las librerías independientes. WSJ: ¿Llegará un momento en el que los libros físicos ya no sean publicados? Makinson: No, realmente no lo creo. Hay una creciente distinción entre el lector de libros y el dueño de libros. El lector de libros simplemente quiere la experiencia de leer el libro, y esa persona es un consumidor natural de lo digital. El dueño de libros quiere dar, compartir y tener libros en sus estantes. Aman esa experiencia. A medida que agregamos valor al producto físico, el lector va a pagar un poco más por esa experiencia... Siempre va a haber un mercado para los libros físicos así como pienso que siempre va a haber librerías. WSJ: ¿Cuál cree que va a ser la participación del mercado de los libros electrónicos en 2015? Makinson: En EU va a estar bien por encima de 30 por ciento. Las tasas de crecimiento en el Reino Unido y otros mercados son un poco más lentas de lo que uno esperaría mirando la experiencia estadounidense, porque la penetración de aparatos de lectura digital se está produciendo mucho más lentamente. WSJ: La lista de títulos más vendidos para el Kindle de Amazon está dominada por libros baratos, que a veces cuestan 2.99 dólares o menos. ¿Son estos libros una amenaza para las editoriales tradicionales? Makinson: Este es un nuevo mercado que no puede existir económicamente en el sector impreso. Uno no puede fabricar, enviar y almacenar un libro a esos precios. Pero nosotros, como editoriales, probablemente tengamos que participar. Vamos a analizar contenidos que quizás podamos popularizar de diferentes maneras. WSJ: ¿Cuál es el mayor reto de los vendedores de libros en un momento en el que hay millones de títulos físicos a la venta en línea, pero los libros electrónicos están duplicando los ingresos que generan? Makinson: Hay un futuro para las librerías. El problema no es que haya demasiadas librerías, sino que son muy grandes. ¿Cómo se puede diversificar la oferta al consumidor y a la vez lograr un uso más productivo del espacio sin perder la experiencia de estar en una librería? WSJ: Las librerías independientes siempre han jugado un rol en el lanzamiento de libros. A medida que las ventas de libros electrónicos y en línea siguen creciendo, ¿cuántos vendedores de libros independientes sobrevivirán? Makinson: Poseo una librería independiente en Inglaterra (Holt Bookshop), así que tengo interés en esto. No quiero sonar idealista. Va a ser muy difícil. Cuando uno ve las ventajas competitivas estructurales que tiene Amazon.com sobre cualquier librería, son aplastantes. Pero la gente paga un precio más alto en una librería independiente sabiendo que puede comprar el mismo libro por menos. Eso es porque siente un compromiso emocional con la librería y siente que las librerías dan un servicio público. No veo que las librerías independientes vayan a volverse obsoletas. WSJ: ¿Lee libros digitales? Makinson: Cuando viajo, utilizo aparatos digitales, sobre todo para leer manuscritos. Si sólo voy a leer libros, uso un Kindle. Pero si quiero un aparato que me permita usar email, puede que lleve un iPad. También leo libros de papel.