
Tekst 5

Pescar lectores en el Tajo

Tagus significa Tajo en latín, y La Casa del Libro ha elegido el nombre de este río para su proyecto digital. Toledo, ciudad por donde pasan sus aguas, reúne los conceptos de comunidad (convivieron varias culturas durante siglos) y acceso al conocimiento (fue centro de transmisión de ideas con sus escuelas de traductores) con los que esta compañía identifica su apuesta por el libro electrónico.



La mayor cadena de librerías en castellano del país, fundada en 1923 y, desde 1992, propiedad del Grupo Planeta, se prepara para no perder un tren clave para la industria: los avances tecnológicos están cambiando el negocio editorial. “Desde que se inventó la imprenta, el sector de los libros no había experimentado 14 semejante. Los clientes cada vez quieren tener una experiencia más rápida en el consumo de contenidos de ocio. Ese cambio cultural, y los nuevos dispositivos de lectura, nos han llevado a alterar la estrategia de venta tanto en las tiendas físicas como en Internet”, explica Xavi Solà, director de Casadellibro.com.

Facilidad en la compra y en la descarga, posibilidad de interactuar con otros usuarios, compatibilidad de lectura en diferentes dispositivos, con o sin conexión a Internet, precios ajustados y un amplio catálogo son los motivos de los clientes que optan por el consumo 15 de libros. La famosa librería puso en marcha en su web el proyecto *Tagus* en noviembre del año pasado junto con la venta de su primer libro electrónico. Un año después de este lanzamiento, La Casa del Libro presenta a sus usuarios una oferta de cuatro nuevos modelos de *e-readers* y una tableta propios.

“Estamos haciendo un esfuerzo de inversión por adelantarnos a la demanda. La apuesta de la empresa es desarrollar el universo *Tagus*, digitalizar nuestras librerías tradicionales y potenciar nuestro negocio del comercio electrónico, donde somos líderes. Habrá 16 entre la oferta digital y el papel. Lo digo porque no creemos que los libros físicos vayan a desaparecer, pero lo que es indudable es que el formato electrónico va a ir ganando cuota de mercado a gran velocidad”, explica Solà.

La Casa del Libro factura al año alrededor de 100 millones de euros. El libro digital supone menos de un 3% de estas ventas. La adopción en España del libro digital está siendo más lenta que en otros mercados, 17 en el último año su crecimiento está siendo considerable. El negocio de *e-books* representa algo más del 1% del sector editorial en España, y en el último año el número de personas con un dispositivo electrónico de lectura se incrementó en un 129%.

“El potencial de crecimiento es enorme. 18 de España con respecto a otros mercados se debe a varios factores. El primero tiene que ver con que en España se lee menos, sea en el formato que sea. También nos afecta la piratería, así como el hecho de que la oferta de libros digitales, aunque crece, todavía es reducida”, reconoce Solà.

Los consumidores que dan el paso a la lectura digital reclaman 19, dada la naturaleza del formato y la flexibilidad que permite a las editoriales ahorrar costes. El precio ha sufrido una importante bajada – ya se pueden encontrar obras de diferentes géneros entre 1,49 euros y 4,99 euros –, aunque todavía puede quedar cierto margen de descenso.

“Tener descuentos de hasta 80% sobre los precios del libro en papel es un gran avance. Pero detrás de un libro hay un gran trabajo, sobre todo del autor, que hay que entender. Creo que la clave para que los precios sigan bajando está en el IVA¹⁾. 20 que las obras digitales paguen un 21% cuando en el formato tradicional tributan solo el 4%. También, a medida que las referencias digitales crezcan, los precios lo notarán”, dice Solà.

En otros negocios culturales, como la música o el cine, el nivel de piratería es mayor que en el sector editorial. El directivo de La Casa del Libro cree que esto se debe a que los miembros de la industria (autores, editoriales y librerías) han reaccionado rápido, al rebajar los precios para que el sector del libro electrónico sea más 21.

La Casa del Libro tiene 36 librerías en diferentes ciudades españolas, y su página web cuenta con más de 7,5 millones de usuarios únicos al mes. La competencia de nuevos actores en el mundo *online* como Amazon es vista por Solà, más que como una competencia, un factor 22 del negocio editorial. “En el segmento del comercio electrónico todavía falta algo de confianza para que los clientes se lancen a comprar libros. Por eso, la popularización de empresas de prestigio como Amazon u otras que puedan venir es positiva”.

noot 1 IVA (impuesto sobre el valor añadido) = btw (belasting toegevoegde waarde)

adaptado de: El País, 9-12-2012

Tekst 5

Kies bij iedere open plek in de tekst het juiste antwoord uit de gegeven mogelijkheden.

1p 14

- A un bajón
- B una estabilización
- C una transformación

1p 15

- A anticuado
- B digital
- C limitado
- D recreativo

1p 16

- A un abismo
- B una coexistencia
- C una incompatibilidad

1p 17

- A aunque
- B de allí que
- C incluso
- D ya que

1p 18

- A El éxito
- B El fiasco
- C El progreso
- D El retraso

1p 19

- A información adecuada
- B libros de mejor calidad
- C libros más baratos
- D más publicidad

1p 21

- A competitivo
- B moderno
- C transparente

1p 20

- A Es lógico
- B Es una incongruencia
- C No es verdad
- D No importa

1p 22

- A complicado
- B dinamizador
- C insignificante
- D paralizador