



Organización  
de las Naciones Unidas  
para la Educación,  
la Ciencia y la Cultura

Organização  
das Nações Unidas  
para a Educação,  
a Ciência e a Cultura



Centro Regional para el Fomento del Libro  
en América Latina y el Caribe

Bajo los auspicios de la UNESCO

Centro Regional para o Fomento do Livro  
na América Latina e Caribe

Sob os auspícios da UNESCO

CERLALC/2013/CE-49/PCL/E/PT.2012-2013/3

Original: español

Fecha: 06/11/13

Bogotá, D.C., Colombia



# Librerías: políticas nacionales del libro, asociaciones e iniciativas privadas y casos de éxito

Producción y Circulación del Libro /  
Proyecto 2.2 / Componente 2

49ª Reunión Ordinaria del Comité Ejecutivo  
Noviembre 6 de 2013, Bogotá, D.C., Colombia

Calle 70 No. 9 - 52  
PBX: 571 5402071 FAX: 571 5416398  
libro@cerlalc.org • www.cerlalc.org  
Bogotá - Colombia





CERLALC/2013/CE-49/PCL/E/PT.2012-2013/3

Original: español

Fecha: 06/11/13

Bogotá, D.C., Colombia

CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE,  
CERLALC-UNESCO

Renato de Andrade Lessa  
Presidente de la Fundación Biblioteca Nacional de Brasil  
*Presidente del Consejo*

Manuel Enrique Obregón López  
Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica  
*Presidente del Comité Ejecutivo*

Fernando Zapata López  
*Director*

Alba Dolores López Hoyos  
*Secretaria General*

Fabiano Dos Santos  
*Subdirector de Lectura, Escritura y Bibliotecas*

Bernardo Jaramillo Hoyos  
*Subdirector de Producción y Circulación del Libro*

Mónica Torres Cadena  
*Subdirectora de Derecho de Autor*

Lina María Aristizábal Durán  
*Subdirectora de Estudios y Formación*

D:\1-datos\100-DIR\APOYO\Consejo y Comité 2013\Entregables final\11\_PCL\_P2.2.2\_Políticas nacionales librerías.docx



# Contenidos

<b>Políticas nacionales</b>	<b>5</b>
<b>Francia</b>	<b>5</b>
1. Prestamos económicos para la creación, el desarrollo y la recuperación de librerías	5
2. Subvenciones económicas para la creación, el desarrollo y la recuperación de librerías	7
3. Subvención para el mejoramiento de los fondos de la librería	8
4. Subvención para la producción de catálogos temáticos destinados a las librerías	10
5. Subvención a la creación y al desarrollo de páginas web colectivas entre editores y libreros	10
6. Subvenciones para plataformas de difusión y visibilización de catálogos de libros electrónicos	11
7. Sello de Calidad – Librería Independiente Recomendada	13
<b>Argentina</b>	<b>15</b>
<b>Brasil</b>	<b>15</b>
<b>España</b>	<b>27</b>
Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas	27
Observatorio de la librería y otros estudios	27
Apoyo a las librerías como centros de promoción de la lectura	28
Congresos nacionales de libreros	29
CEGAL en Red	29
Plan de Fomento de las Industrias Culturales	29
<b>México</b>	<b>30</b>
Ley de Fomento para la Lectura y el Libro y Reglamento de la Ley	30
EDUCAL	31
<b>Venezuela</b>	<b>33</b>
<b>Asociaciones e iniciativas privadas</b>	<b>34</b>
IndieCommerce, IndieBound	34



<b>National Book Token, Booksellers Book Tokens, Australian Book Voucher</b>	<b>41</b>
<b>Casos de éxito</b>	<b>43</b>
Fundación del Libro Universitario–LIBUN	43
Librería Ghandi	43
Northshire Bookshop	44
Blackwell Bookshop	47



## Políticas nacionales

### Francia

El *Centre National du Livre* es una entidad pública dependiente del Ministerio de la Cultura y de la Comunicación de Francia. Su misión es fomentar la creación y difusión de obras francesas por medio de acciones que impacten a todos los agentes de la cadena del libro (autores, traductores, editores, librerías, bibliotecas, organizadores de manifestaciones literarias). En los planes de ayudas a las librerías se incluyen préstamos y subvenciones en seis diferentes líneas de acción.

#### **1. Prestamos económicos para la creación, el desarrollo y la recuperación de librerías**

Esta línea de crédito, con tasa de cero interés, apoya la creación, el desarrollo y la recuperación de librerías, así como la conformación de iniciativas colectivas y la sistematización (librerías virtuales) de librerías independientes.

#### *Beneficiarios del préstamo*

- Las librerías independientes –entendidas como aquellas en las que el accionista mayoritario está directamente implicado en el funcionamiento y financiamiento del proyecto–.
- Sociedades comerciales que cuenten con un local comercial para su usufructo y que dispongan en éste de un punto de venta al detal con libre acceso a todo público. El préstamo puede ser adjudicado a un local en arriendo, bajo la condición de que el dueño del mismo garantice el pago del préstamo, en caso de cesión o cierre de la actividad comercial.
- Iniciativas colectivas y empresas cuyo capital está mayormente en manos de librerías que cumplan las condiciones anteriores.



### *Condiciones para la atribución del préstamo*

a) Proyectos de desarrollo y de modernización que cumplan con las siguientes condiciones:

- Justificar doce meses de actividad real y disponer de información contable.
- Probar una cifra de ventas netas anuales en libros nuevos de mínimo 150.000 € que representen al menos el 50% de los negocios del establecimiento.
- Tener la capacidad de cubrir al menos 20% de la operación por medio de una contribución de capital accionario y/o por el flujo de caja real. De manera excepcional, esta proporción podrá ser inferior si la viabilidad del proyecto está sustentada en por un monto significativo de ayuda complementaria.

b) Proyectos de creación, de recuperación o de transformación que cumplan las siguientes condiciones:

- El emprendedor debe ser librero o estar asociado en el proyecto a un librero.
- Prever en el plan de negocio una cifra de ventas netas anuales en libros nuevos de mínimo 150.000 € que representen al menos el 50% de los negocios del establecimiento.
- Tener la capacidad de cubrir al menos 20% de la operación por medio de fondos propios y/o por el flujo de caja real. De manera excepcional, esta proporción podrá ser inferior si la viabilidad del proyecto está sustentada por un monto significativo de ayuda complementaria.



c) Iniciativas colectivas y/o la sistematización (librerías virtuales) de librerías independientes.

- El proyecto debe estar dirigido a mejorar la oferta de libros disponible, la calidad del conocimiento asesor del librero, las actividades culturales y la prestación de servicios colectivos.
- El aporte de fondos propios de las librerías y/o la autosostenibilidad debe ser al menos del 25% de los requerimientos de la operación.

## ***2. Subvenciones económicas para la creación, el desarrollo y la recuperación de librerías***

Estas subvenciones constituyen una ayuda económica dirigida a la creación, ampliación o recuperación de las librerías independientes. De manera excepcional pueden ser adjudicadas a librerías que hayan sido víctimas de un siniestro o accidente que las llevara a un cierre temporal. Éstas están destinadas a financiar el fondo de libros nuevos según sea el caso: primera dotación, fondo complementario y, bajo algunas condiciones específicas, la recuperación o reemplazo del fondo de la librería.

### *Beneficiarios de la subvención*

Con excepción de la recuperación en caso de siniestro o accidente, esta subvención está dirigida a la creación o extensión de la superficie librera. Concierne al fondo constituido no más de dos meses después de la apertura al público o la recuperación de la librería. La subvención está dirigida principalmente a las librerías generales (enciclopédicas). Las especializadas pueden aspirar a la subvención siempre y cuando las obras que conformen su fondo librero hagan parte del ámbito editorial promovido por el CNL.



- Empresas individuales y sociedades comerciales que tengan el fondo librero expuesto y en un punto de venta con libre acceso a todo público.
- Las librerías independientes –entendidas como aquellas en las que el accionista mayoritario está directamente implicado en el funcionamiento y financiamiento del proyecto–.

### *Condiciones para la atribución de la subvención*

- El emprendedor debe ser librero o haber recibido formación práctica introductoria.
- El solicitante debe justificar o prever en el plan de negocio una cifra de ventas netas anuales de libros nuevos de un mínimo de 150.000 € (250.000 € en caso de recuperación)
- Tener la capacidad de cubrir al menos 20% de la operación por medio de fondos propios y/o por el flujo de caja real. De manera excepcional, esta proporción podrá ser inferior si la viabilidad del proyecto está sustentada en un monto significativo de ayuda complementaria.
- La superficie de venta de libros nuevos creada debe comprender 30 m<sup>2</sup> como mínimo y 300 m<sup>2</sup> como máximo. En caso de ampliación, la nueva superficie debe ser al menos de 30 m<sup>2</sup> y no aportar un metraje que constituya un área total de más de 300 m<sup>2</sup>. Las subvenciones solicitadas para recuperación deben responder a los mismos criterios. En todos los casos, la superficie dedicada a la venta de libros nuevos debe representar al menos el 80% de la superficie total de venta.

### **3. Subvención para el mejoramiento de los fondos de la librería**

Esta ayuda se dirige a librerías de referencia que ofrecen acceso a una oferta editorial diversa y de calidad a un amplio público. La subvención





debe permitir aliviar las cargas adquiridas por la librería al reforzar la calidad de su bibliodiversidad y su rol cultural.

### *Beneficiarios de la subvención*

Toda sociedad comercial establecida que desarrolle su actividad en territorio francés puede aplicar para ser beneficiario en uno o varios locales de librerías, siempre y cuando los establecimientos cumplan las siguientes condiciones:

- Tener autonomía en la selección del fondo librero.
- Disponer de locales abiertos a todo público.
- La venta de libros nuevos ha de representar una cifra significativa del volumen total neto (no menos del 50%). La venta anual de libros nuevos al detal debe ser de al menos 150.000 €.
- Disponer en el local de una oferta de libros bibliodiversa. Este criterio se establecerá en relación con el número de títulos del fondo que no puede ser inferior a:
  - 3000 para una librería de fondo especializado<sup>1</sup>.
  - 6000 para una librería para jóvenes o de comics.
  - 6000 para una librería general (enciclopédica) cuya venta de libros al detal es inferior o igual a 600.000 €.
  - 10000 para una librería general (enciclopédica) cuya venta de libros al detal es superior a 600.000 €.

---

<sup>1</sup> Una librería especializada es aquella que realiza al menos el 50% de sus ventas netas anuales en libros al detal y en un único ámbito editorial, exceptuando la literatura general. El fondo librero debe corresponder a un ámbito editorial promovido por el CNL.



- Designar suficiente personal a la venta de libros, criterio que se establecerá en términos de una relación entre los costos del personal asignado a la venta de libros y el volumen de ventas de libros. Éste no puede ser inferior al 12,5%.

Para las tres últimas condiciones el período de referencia que se tomará en cuenta es el ejercicio de año inmediatamente anterior.

#### ***4. Subvención para la producción de catálogos temáticos destinados a las librerías***

Apoyar la creación de catálogos temáticos realizados por grupos de libreros independientes, con el fin de disminuir el precio de producción y ampliar su difusión. Estos deben tener por objeto reforzar la capacidad prescriptora del librero y de favorecer una oferta bibliodiversa.

##### *Beneficiarios de la subvención*

Esta subvención está dirigida a grupos de libreros que deseen hacer catálogos temáticos para difusión en librerías.

#### ***5. Subvención a la creación y al desarrollo de páginas web colectivas entre editores y libreros***

Esta subvención está dirigida a subsidiar el costo de proyectos de páginas web colectivas, sean de editores o de libreros, que pretendan estandarizar y compartir datos.

Pretende incentivar las iniciativas de editores agrupados en proyectos colectivos, tales como las páginas web de los colectivos, portales de visibilización de datos (catálogos) dirigidos por varios editores que tengan como objetivos la difusión y la promoción.



De la misma manera, se dirige a las páginas web creadas y desarrolladas por grupos de librereros, especialmente aquellas concebidas para promover agrupaciones por áreas geográficas o temáticas de librereros que deseen visibilizar juntos sus actividades culturales o su papel prescriptor entre el público.

### *Beneficiarios de la subvención*

Puede solicitar la subvención todo editor, cualquiera sea su naturaleza jurídica, así como el país donde esté radicado, siempre y cuando las obras que ponga a disposición del público estén en francés y se distribuyan en la red de librerías de Francia. Quedan excluidos los editores de naturaleza pública. Las iniciativas no públicas de proyectos virtuales también pueden ser candidatas a la subvención. El proyecto debe prever una asociación con al menos una librería independiente en Francia, con el fin de fortalecer la cadena tradicional de distribución del libro.

Para ser susceptibles de ser elegidas, los colectivos de librerías deben incluir librerías independientes que cuenten con puntos de venta al detal abiertos a todo público. Si se trata de librerías especializadas, el fondo librero debe incluir aquellos ámbitos editoriales fomentados por el CNL. Al igual que para los editores, los proyectos virtuales son igualmente elegibles.

## **6. Subvenciones para plataformas de difusión y visibilización de catálogos de libros electrónicos**

Esta ayuda, atribuida como subvención, tiene como objeto:

- Ayudar al desarrollo y estructuración de la cadena del libro electrónico.
- Apoyar las iniciativas de interés general que tengan dimensiones interprofesionales, colaborativas, o



transversales y pretendan compartir experiencia y conocimiento.

Esta dirigida a todos los actores de la cadena del libro.

### *Beneficiarios de la subvención*

Toda sociedad privada, constituida previamente, cualquiera sea su naturaleza jurídica (editor, distribuidor, librería, plataformas comunitarias y otros prestadores de servicios en el sector del libro). También se incluyen entidades públicas (bibliotecas, centros de recursos, etcétera).

- Serán privilegiados los modelos abiertos de publicación, de difusión y de valorización de los datos, así como los que se insertan dentro de una cadena de contenidos, de agregadores de datos o de servicios.
- Los proyectos interprofesionales, o de colaboración, o de interés colectivo, que permitan acceso al fondo de obras relacionadas en lista nacional de títulos sujetos a derechos de autor y que sean una alternativa novedosa en la difusión, la valorización y/o el uso, particularmente de servicios de lectura.
- Los proyectos que se integren en red y, al mismo tiempo, respeten los diferentes actores de la cadena del libro, desde la creación hasta la difusión.

Serán declarados no idóneos los proyectos que contemplen únicamente el desarrollo de una aplicación para tableta o soporte móvil.



### *Condiciones técnicas*

- Respeto de las normas, los criterios y los estándares vigentes, particularmente en el uso de los metadatos, con miras a una amplia interoperabilidad.

Asimismo, el CNL ofrece una línea de ayuda para las librerías francófonas fuera del territorio francés. Dentro de estas ayudas se encuentran seminarios de formación para librereros, subvenciones para la creación de librerías o para la adquisición/diversificación de fondos en francés y para el fomento del libro en francés, sean estas acciones culturales, creación de catálogos o de sitios web que promuevan la creación editorial francesa.

### **7. Sello de Calidad – Librería Independiente Recomendada**

Por otra parte, el Ministerio de Cultura y Comunicación, a través del *Centre National du Livre*, impulsa desde el año 2009 una iniciativa que busca reunir librerías independientes bajo un sello que avale su calidad, dándoles reconocimiento ante el público y diferentes beneficios fiscales y de acceso a créditos y subvenciones.

El sello de calidad *Librairie Indépendante de Référence* ha sido otorgado a más de 500 librerías a las que se les reconoce por el valor de su fondo librero, su rol en la promoción de la literatura de calidad y en la animación cultural de su entorno social. El sello permite agrupar y reconocer a las librerías comprometidas con la difusión del libro. En el año 2011, las bases de adjudicación se ampliaron para darle la posibilidad de contar a las librerías que no cumplieran con los requisitos de independencia con un reconocimiento de su valor cultural (por ejemplo, las pertenecientes a editoriales), aunque éstas no pueden acceder a los beneficios fiscales que acompañan al sello *Librería Independiente Recomendada*.



El sello de calidad es concedido a establecimientos específicos, no a empresas libreras. En caso de que una sociedad cuente con más de un establecimiento deberá cumplir los procedimientos de asignación para cada uno de ellos. El sello tiene una validez por tres años tras los cuales se deberá concursar de nuevo para ser elegido.

Las empresas que quieran optar al sello de calidad deben cumplir tres requisitos:

1. La librería debe ser una pequeña o mediana empresa según la definición de la Unión Europea de 2005.

2. El capital de la empresa debe ser ejercido de forma continuada (bajo la duración del ejercicio de referencia) al 50%, como mínimo, por personas físicas o por una sociedad cuyo capital es propiedad al 50% o más por personas físicas. Para que una empresa de este tipo pueda ser encuadrada en la definición de PYME no ha de estar ligada por ningún contrato de franquicia con un tercero.

3. La empresa no debe estar vinculada a otra por un contrato de franquicia según lo previsto en el artículo L.330-3 del Código de Comercio.

Las condiciones que debe cumplir la librería que quiera ser certificada con el sello de calidad son los siguientes:

1. Obtener al menos el 50% del volumen total de las ventas mediante la venta al detal de libros nuevos.

2. Comercializar su fondo libero en un local con libre acceso a todo público.

3. Tener en *stock* y disponer para la venta de una oferta variada de títulos, siendo el mínimo:



- 6.000 títulos para las librerías generales (enciclopédicas), cuya cifra de venta de libros al detal es igual o superior a 600.000 €.
- 6.000 títulos para las librerías especializadas en cómics o libros infantiles y juveniles.
- 3.000 títulos para las demás librerías especializadas en uno de las áreas previstas por el CNL (arte, libros en lenguas extranjeras, novela negra y de ciencia ficción, regionalismo y lenguas regionales, religión, ciencias humanas y sociales, ciencias, técnicas, medicina, economía y gestión, viajes).

4. Destinar al menos el 12,5% de la facturación anual de venta de libros a pagar los salarios de los funcionarios asignados a esta actividad.

5. Mantener una oferta de actividades culturales, cuya regularidad y calidad serán juzgadas por una comisión competente que pondrá especial atención en la diversidad de las acciones y en el impacto sobre los públicos concernidos.

<http://www.centrenationaldulivre.fr/?-Aide-aux-librairies->

## Argentina

En Argentina, la Ley 25.542, también llamada Ley de Defensa de la Actividad Librera, establece el precio fijo para libros.

[http://www.cerlalc.org/revista\\_precio/pdf/ley\\_argentina.pdf](http://www.cerlalc.org/revista_precio/pdf/ley_argentina.pdf)

## Brasil

En diciembre de 2011, el Ministerio de Cultura de Brasil (MinC), la Comisión Permanente de Educación y Cultura (CEC) y el Consejo Consultivo del Frente Parlamentario Mixto en Defensa de la Cultura –



compuesto por representantes de la sociedad civil, escogidos entre artistas e intelectuales– presentaron las 53 metas del Plan Nacional de Cultura de Brasil.

Éste tiene como finalidad la puesta en marcha de políticas públicas de largo plazo, dirigidas a la protección y promoción de la diversidad cultural brasileña en el término de una década. En el marco de su implementación, la Fundación Biblioteca Nacional desarrolla algunos proyectos que involucran a las librerías o a los puntos de venta de libros<sup>2</sup>, encauzando a través de estas adquisiciones para las bibliotecas públicas. En paralelo se trabaja en la creación de espacios de venta de libros llamados *livraria popular*.

Este proceso ha involucrado la intermediación de 384 librerías – aquellas que se inscribieron en el Catálogo Nacional de Puntos de Venta-, entre 2.114 bibliotecas y 274 editoriales, así como la ejecución de 20.960.000,00 reales. Asimismo, con la inscripción en el catálogo se ha comenzado a establecer un mapa del sector librero de Brasil.

Los proyectos impulsados por la Fundación Biblioteca Nacional se configuran de la siguiente manera:

***1. Edicto de convocatoria pública para selección y adquisición de libros por parte de las bibliotecas públicas estatales, municipales, comunitarias, rurales y puntos de lectura inscritos en el Catálogo Nacional de Bibliotecas del Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP), a través de los puntos de venta habilitados en el Catálogo Nacional de Libros y Puntos de Venta.***

---

<sup>2</sup> El edicto de convocatoria pública para la conformación de un Catálogo Nacional de Libros, cuyo precio final de venta al consumidor no exceda los diez reales, y para la creación de un Catálogo Nacional de Puntos de Venta, interesados en vender esos libros a las bibliotecas de acceso público inscritas en el Catálogo Nacional de Bibliotecas Públicas, del Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas–SNBP, en el numeral III del glosario ofrece esta definición de punto de venta: “Puntos de venta = librero y comerciante de libros; persona jurídica o representante comercial autónomo que se dedica a la venta de libros” <http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/Edital-Chamada-Pontos-de-Venda-FBN-2011.pdf>





### *Objeto de la convocatoria*

- Adquisición de libros a través de los puntos de venta habilitados en el Catálogo.

### *Sobre los recursos presupuestados*

- El objeto de esta convocatoria prevé la utilización de recursos presupuestarios por el monto de R\$20.960.000,00 (veinte millones novecientos sesenta mil reales).
- Esos recursos serán utilizados en beneficio de cada Biblioteca inscrita y habilitada, en la proporción y forma definidas en este edicto y el pago será efectuado directamente a los puntos de venta seleccionados por las bibliotecas beneficiarias, mediante la utilización de la tarjeta de una institución bancaria oficial asociada.

### *Sobre la habilitación de los puntos de venta*

Estarán habilitados los puntos de venta que se hayan adherido al Portal del libro de la Biblioteca Nacional y que estén aptos para atender las especificaciones de este Edicto en cuanto a:

- a) Capacidad de intermediar y ofrecer los libros escogidos por las bibliotecas.
- b) Capacidad de recibir pagos a través de tarjeta bancaria y que confirmen ese interés aceptando los términos de este edicto en el Sistema Portal del Libro, alojado en el sitio electrónico de la Biblioteca Nacional.

Entiéndase por capacidad de intermediar la posibilidad del punto de venta de obtener los títulos inscritos por los editores, a lo largo de la cadena productiva del libro, con el fin de atender a las bibliotecas.



### *Sobre la elección de los puntos de venta*

- En el plazo indicado, cada biblioteca deberá ingresar al sistema para indicar cuál será el punto de venta que la atenderá.
- Las bibliotecas participantes podrán verificar, en el sitio electrónico de la Biblioteca Nacional, los puntos de venta geográficamente más cercanos para poder realizar la elección.
- La elección del punto de venta por parte de la biblioteca beneficiaria deberá atender al principio de impersonalidad, mediante criterios objetivos como la proximidad geográfica.

### *Sobre la adquisición de los libros a través de los puntos de venta*

- Finalizado el proceso de selección, previa validación de los términos establecidos en el Anexo I de este Edicto, las bibliotecas iniciarán el proceso de adquisición de los libros a través de los puntos de venta catalogados en el Portal del Libro de la Biblioteca Nacional.
- El sistema confirmará el envío del pedido de las bibliotecas a los puntos de venta previamente seleccionados, los cuales informarán de la recepción de los libros y de la disponibilidad para su entrega.

### *Sobre la comprobación de entrega/recepción de los libros*

- Para la confirmación de la entrega de los libros por parte de los puntos de venta, estos deberán acceder al sistema, declarar la entrega y adjuntar copia digitalizada del talón de la(s) nota(s) fiscal(es) y/o el comprobante de entrega.



- Para la confirmación de la recepción de los libros por parte de las bibliotecas beneficiarias, éstas, en posesión de los libros solicitados y de la(s) nota(s) fiscal(es) de venta, deberán acceder al sistema e informar de su recepción y adjuntar copia digitalizada de la(s) nota(s) fiscal(es).

### *Sobre el pago*

- Entregadas las obras a las bibliotecas, y hechas las confirmaciones de entrega y recepción, el sistema pondrá a disposición de forma inmediata, a través de la institución financiera asociada, la autorización del pago de la respectiva nota fiscal. Ello, mediante la liberación de los recursos en la tarjeta bancaria de la biblioteca por el valor correspondiente,.
- Hecha la liberación de los recursos, la biblioteca deberá ir hasta el punto de venta y efectuar el pago a través del terminal de pago con tarjeta en el establecimiento dispuesto.
- Tanto la biblioteca beneficiaria como el punto de venta deberán mantener en su posesión la nota fiscal de venta, sujeta a verificación conforme a la ley, y enviarla a la Fundación Biblioteca Nacional de ser solicitada.

### *Anexo I*

#### Criterios para la habilitación de editores y puntos de ventas

- Los puntos de venta inscritos deberán ser aptos para adquirir obras de cualquiera de los editores inscritos, directamente o por medio de sus distribuidores, de acuerdo con las prácticas usuales del mercado, así como tener la capacidad de recibir pagos por medio de tarjetas bancarias.
- La biblioteca deberá acceder al sistema. Éste indicará cuáles son los puntos de venta habilitados.



- Es conveniente que los puntos de venta sean escogidos por un criterio de proximidad a la biblioteca (aspecto geográfico), puesto que la ejecución de la venta dependerá de la presencia física del responsable financiero de la biblioteca en el momento de cerrar la operación por medio de la tarjeta bancaria.
- El sistema indicará, inicialmente, la existencia de un(os) punto(s) de venta en el municipio y/o región de la biblioteca, teniendo la biblioteca la potestad de ampliar esas posibilidades.

<http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/3%20EDITAL%20DE%20CHAMADA%20PUBLICA%20PLP.pdf>

**2. Edicto de convocatoria pública para la selección de libros para el programa de ampliación y actualización del acervo de bibliotecas de acceso público, y adquisición por las bibliotecas públicas estatales y municipales a través de los puntos de venta registrados en el Catálogo Nacional de Puntos de Venta.**

*Sobre los recursos presupuestados*

El objeto de esta convocatoria prevé la utilización de recursos presupuestarios por el monto de R\$ 16.000.000,000 (dieciséis millones de reales)

*Sobre la habilitación de los puntos de venta*

Estarán habilitados los establecimientos registrados en el Catálogo Nacional de Puntos de Venta, disponible en el Portal del Libro FNB, aptos para atender las especificaciones de este Edicto en cuanto a su capacidad para:

- a) Intermediar y ofrecer los libros escogidos por las bibliotecas.
- b) Recibir pagos por medio de tarjeta bancaria.



Por capacidad de intermediar entiéndase la capacidad del establecimiento de obtener para la venta, a través del mercado librero, los títulos inscritos por los editores en el Catálogo Nacional de Libros de Bajo Precio, con el fin de atender a las bibliotecas participantes en este edicto.

#### *Sobre la selección del punto de venta*

- Las bibliotecas participantes en este Edicto deberán señalar en el Portal del Libro FBN, en el plazo indicado, el punto de venta de su preferencia para la adquisición de libros de la Colección, haciendo su elección con base en el principio de la impersonalidad, mediante criterios objetivos, como la proximidad geográfica.
- Las bibliotecas participantes en este Edicto podrán consultar en el Portal del Libro FBN la lista de los establecimientos inscritos en el Catálogo Nacional de Puntos de Venta, los cuales deben presentarse mediante criterios objetivos de georeferenciamiento por proximidad de número postal y organizados por orden alfabético.

#### *Sobre la adquisición de libro a través de los puntos de venta*

- Finalizado el proceso de negociación con las editoriales y de formación de la Colección, las bibliotecas participantes en este Edicto serán notificadas, en un plazo de hasta 5 (cinco) días hábiles, sobre la lista final elaborada por la FBN con hasta 400 obras seleccionadas.
- La FBN informará a las bibliotecas participantes, en un plazo de hasta 5 (cinco) días hábiles después de finalizada la negociación con las editoriales, sobre el cronograma de entrega de los libros para que la que mismas puedan dar inicio al proceso de



adquisición a través de los puntos de venta seleccionados por ellas en el Portal del Libro FBN.

- Los puntos de venta, en posesión de los libros para atender el presente Edicto, deberán emitir las respectivas notas fiscales para las bibliotecas participantes y enviar copias digitales de las mismas por medio del Portal del Libro FBN, para que sea liberado el valor respectivo en la tarjeta bancaria de la biblioteca participante.
- Los responsables financieros de las bibliotecas participantes deberán acercarse, en posesión de la tarjeta bancaria denominada Tarjeta Libro, que ha de haber sido retirada en la institución bancaria asociada, al punto de venta seleccionado para finalizar el proceso de adquisición.
- Las bibliotecas participantes deberán confirmar, en el Portal del Libro de FBN, en un plazo de 5 (cinco) días hábiles, la recepción de los libros previstos en este Edicto, así como anexar copia digitalizada de la respectiva nota fiscal.
- Las bibliotecas y los puntos de venta participantes deberán mantener en su posesión la nota fiscal de venta, sujeta a verificación conforme a la ley, y enviarla a la Fundación Biblioteca Nacional de ser solicitada.

#### *Criterio para la habilitación de los editores y de los puntos de venta*

- Los puntos de venta inscritos deberán ser aptos para adquirir obras de cualquiera de los editores inscritos, directamente o por medio de sus distribuidores, de acuerdo con las prácticas usuales del mercado, así como tener la capacidad de recibir pagos por medio de tarjetas de tarjetas bancarias.



### *Criterios para la selección de los puntos de venta*

- La biblioteca deberá acceder al Portal del Libro FBN, el cual presentará los puntos de venta habilitados, de acuerdo con criterios geográficos y por orden alfabético.
- Es conveniente que los puntos de venta sean escogidos por un criterio de proximidad a la biblioteca, aspecto geográfico, puesto que la ejecución de la venta dependerá de la presencia física del responsable financiero de la biblioteca en el momento de cerrar la operación por medio de la tarjeta bancaria.
- El sistema indicará, inicialmente, la existencia de un(os) punto(s) de venta en el municipio y/o región de la biblioteca, teniendo ésta la potestad de ampliar esas posibilidades.

<http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/Edital-4-Portal-do-Livro.pdf>

### **3. Librería popular**

#### *Objetivos*

El estímulo a la creación y a la manutención de Librerías Populares tiene como objetivo garantizar el acceso al libro popular, con el fin de que una mayor cantidad de brasileños ingresen al mundo del libro y de la lectura. Es una actividad que se enmarca en el Plan Nacional del Libro y la Lectura, y que sigue sus cuatro ejes:

1. Democratización del acceso.
2. Fomento de la lectura y de la formación de mediadores.
3. Valorización institucional de la lectura e incremento de su valor simbólico.



4. Desarrollo de la economía del libro. Entre los propósitos de este numeral está el de conformar un equipo de gestión del proyecto, la formación de librereros, la producción de material de comunicación (carteles, comerciales, volantes, etc.) y la distribución de materiales.

### *Metas*

- Crear el sello Librería Popular.
- Promover la economía del libro nacional y fomentar la bibliodiversidad de las economías regionales, haciendo llegar el libro al mercado, sobre todo en ciudades que no tienen librerías.
- Incentivar los negocios entre editores, librereros, distribuidores y otros agentes de la cadena de producción del libro.
- Sistematizar la presencia del Libro Popular en todo el territorio nacional mediante la exposición y venta de libros.
- Crear el Portal de Libros Populares.
- Crear el Plan de Comunicación de las Librerías Populares a partir de un kit de divulgación (campañas de prensa, carteles, folletos, etc).
- Realizar, con el apoyo de la Red de Puntos de Lectura y Bibliotecas Comunitarias, el Circuito Nacional de Ferias del Libro y la Caravana de Autores: seminarios, talleres, debates y encuentros temáticos sobre prácticas sociales de lectura, con importantes autores y especialistas en políticas públicas del libro y la lectura.
- Realizar los encuentros de los comités regionales de PROLER (Programa Nacional de Lectura), de la Fundación Biblioteca Nacional, así como talleres y cursos de formación de agentes





mediadores de lectura, con el fin de promover prácticas sociales de lectura y la creación de Planes Municipales del Libro y la Lectura.

- Crear el programa de capacitación para la apertura, gestión y atención de librerías, en asociación con SEBRAE e instituciones afines.
- Desarrollar/recomendar un *software* de gestión de librerías, de acceso libre, para la utilización por parte de éstas.
- Incluir las Librerías Populares en la programación del Circuito Nacional de Ferias del Libro.
- Valorizar, por medio de actividades culturales, los escritores brasileños, con énfasis en los autores locales.
- Asesorar a los gobiernos estatales y municipales sobre la importancia de la creación de programas de adquisición de acervos para las bibliotecas y/o la distribución de libros para profesores y alumnos, durante el año escolar o durante las ferias del libro.

<http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/Projeto-Basico-3-FBN-2011.pdf>

**4. Edicto de concurso público N.6–Edicto pro cultura para la programación cultural en las librerías. Ministerio de Cultura, Fondo Nacional de Cultura.**

*Objeto*

Constituye el objeto de este edicto la selección de 100 proyectos de iniciativas culturales en librerías de pequeño y mediano tamaño que busquen desarrollar una programación cultural enfocada en la promoción del libro, la lectura y la literatura. El propósito es fortalecer



las librerías y fomentar su actuación como mediadoras y promotoras del libro y la lectura.

Las acciones propuestas deberán contemplar las siguientes disposiciones:

- Desarrollar una programación cultural enfocada en la promoción del libro y la lectura en un período de 12 meses, tales como seminarios, coloquios, veladas literarias, encuentros con autores, grupos de lectura, recitales, talleres de escritura creativa, entre otras de la misma naturaleza.
- El calendario anual de la programación cultural de la librería, haciendo énfasis en su función social en la formación de lectores.
- Las actividades deben ser realizadas preferentemente en el interior de las librerías.
- Para participar en este Edicto de selección pública, los interesados deben elaborar sus proyectos de acuerdo al Formato para la elaboración de Proyectos, en concordancia con los criterios estipulados en el presente edicto.
- Es prerequisite obligatorio para las librerías interesadas ser pequeñas o de mediano tamaño, con las características definidas en este edicto.

<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2010/10/Edital-procultura-para-programa%C3%A7%C3%A3o-cultural-de-livrarias.pdf>



## España

### ***Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas***

En su Artículo 7, Promoción de la industria editorial y del comercio del libro, la Ley española de la lectura, del libro y de las bibliotecas establece que: “La Administración General del Estado y sus organismos públicos establecerán programas de apoyo a la industria y al comercio del libro para garantizar la pluralidad y diversidad cultural y facilitar el acceso a la lectura en consideración a los valores culturales que el libro representa y a su importancia industrial y económica. Estos programas tendrán en cuenta a las librerías no sólo como lugares de venta de libros, sino también en su calidad de agentes culturales”<sup>3</sup>.

### ***Observatorio de la librería y otros estudios***

Desde hace más de tres décadas, el Gobierno de España, a través del antiguo Ministerio de Cultura, hoy Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, ha desarrollado programas de apoyo para el fomento y promoción de las librerías. El impacto que estas iniciativas han tenido sobre el sector librero ha sido diverso, como diversos han sido los desafíos que las librerías han enfrentado a través de los años. Una constante en las políticas públicas españolas ha sido el estímulo de la continua modernización de las estructuras libreras y el decidido apoyo a las asociaciones de libreros, agrupados en la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL). Ya a finales de los años setenta, CEGAL gestionó ante el Ministerio ayudas para la informatización y adaptación de las librerías a las nuevas tecnologías. Desde entonces ha venido trabajando en diferentes estudios y proyectos para la defensa de los intereses de los libreros y la ordenación del comercio del libro.

---

<sup>3</sup> [http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases\\_datos/doc.php?id=BOE-A-2007-12351](http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2007-12351)



CEGAL, con la ayuda del Ministerio de Cultura, realizó el primer Mapa de Librerías de España en el año 1999 y anualmente ha venido presentando, en el marco del Observatorio de la librería, indicadores estadísticos y de gestión que, a través de datos históricos, permiten conocer la evolución del sector dando una visión detallada del mundo de las librerías. De la misma manera, la actualización continua, tanto del censo como del mapa de librerías, ha posibilitado el análisis y la reflexión sobre la situación de las librerías dentro del contexto nacional, y plantar estrategias de mejoramiento ininterrumpido en su gestión. Por otra parte, el Observatorio promovió la elaboración de un informe sobre la comercialización del libro en España que describió las deficiencias y fortalezas de la cadena de distribución para poder elaborar estrategias de optimización.

### ***Apoyo a las librerías como centros de promoción de la lectura***

Otra de las vertientes de apoyo a las librerías que se gestiona desde CEGAL, con la colaboración del Ministerio de Cultura, es el plan de ayuda a las librerías como centros de promoción de la lectura. El objetivo de este programa es fomentar el hábito lector comprometiendo a las librerías en el acercamiento a los lectores y en su formación. Durante la implementación del proyecto se adelantan actividades relacionadas con el fomento y la promoción de la lectura en los espacios de las librerías, lo cual trae réditos tanto para los lectores como para las librerías, puesto que, al tiempo que se crea un lugar para las sinergias y los encuentros entre lectores, se mejora la calidad del servicio de la librería al aportar valor agregado (actividades culturales) y al contribuir con la formación profesional de los recursos humanos en actividades de formación lectora. El Club Kirico (Club del lector infantil y juvenil) patrocina la librería como lugar para el acceso a guías de lectura, exposiciones y material editorial, y al librero como conocedor y orientador dentro del mundo de la literatura infantil y juvenil.



### ***Premio Librería Cultural***

El Premio Librería Cultural es otorgado por CEGAL, con el apoyo del Ministerio de Cultura. Es una iniciativa que busca establecer y cimentar el reconocimiento público de las librerías que trabajan como dinamizadores culturales a través de la difusión del libro y de la lectura.

### ***Congresos nacionales de libreros***

Por medio de CEGAL, el Ministerio de Cultura apoya la realización de los Congresos nacionales de libreros, que en 2011 llegaron a su vigésimo segunda edición. Estos son un espacio donde libreros comparten, discuten y analizan los intereses del sector.

### ***CEGAL en Red***

En 2007, con ayuda del Ministerio de Cultura de España, CEGAL desarrolló CEGAL en Red, una herramienta de gestión que conecta librerías, bibliotecas, distribuidores y editores permitiéndoles intercambiar datos. Esta base de datos se alimenta de páginas como DILVE, ISBN y SINLI, ofreciendo un *ranking* de ventas de libros. El conocimiento de la situación del mercado en tiempo real permite a editores, libreros y distribuidores conocer la disponibilidad de los títulos para optimizar los procesos de venta, reposición y entrega. Asimismo, CEGAL en Red incluye una interfaz pública (la plataforma [todostuslibros.com](http://todostuslibros.com)) donde el comprador final puede consultar la ubicación física de los títulos en venta.

### ***Plan de Fomento de las Industrias Culturales***

El Ministerio de Cultura de España presentó en 2009 el Plan de Fomento de las Industrias Culturales. Éste está enfocado en la creación de riqueza y generación de empleo en el sector de las industrias culturales, mediante el aumento del crédito para un sector que se vio afectado con las restricciones de la crisis financiera internacional. El programa de ayudas comprendió una dotación presupuestaria para



otorgar subvenciones y ayudas reembolsables con el fin de favorecer a las industrias de la cultura, en especial a las PYMES, en el desarrollo de proyectos de innovación y modernización. El Plan de Fomento de las Industrias Culturales incluyó una línea de crédito para Creadores y Emprendedores Culturales dedicada a “profesionales que se dediquen a la producción, distribución y/o comercialización de bienes culturales”<sup>4</sup>. Línea en la cual la creación de nuevas librerías tenía una opción de financiamiento.

## México

### *Ley de Fomento para la Lectura y el Libro y Reglamento de la Ley*

El Artículo 4 de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro de México, en el cual se establece su objeto, dispone que ésta ha de “Fomentar y apoyar el establecimiento y desarrollo de librerías, bibliotecas y otros espacios públicos y privados para la lectura y difusión del libro”. Y debe también “hacer accesible el libro en igualdad de condiciones en todo el territorio nacional para aumentar su disponibilidad y acercarlo al lector”.

Asimismo, el Reglamento de la Ley, publicado en el Diario Oficial en abril de 2010, en el capítulo tercero, “Del fomento para la lectura y el libro”, establece que entre sus funciones a CONACULTA le corresponde de manera concurrente:

VIII. Apoyar aquellos programas orientados a la apertura de librerías, la modernización de su infraestructura física, la actualización de sus procesos operativos y administrativos, su especialización, la

---

<sup>4</sup> [http://www.mcu.es/novedades/2008/novedades\\_PlanFometoIndustrias2009.html](http://www.mcu.es/novedades/2008/novedades_PlanFometoIndustrias2009.html). Estas ayudas van dirigidas a los titulares de microempresas de nueva creación y a los profesionales de nacionalidad española, inscritos, independientemente de su forma jurídica, en el Impuesto de Actividades Económicas, que inicien una nueva actividad perteneciente a los siguientes sectores de la industria cultural: el cine, las artes audiovisuales, la edición de libros, las artes escénicas, la pintura, la escultura, la fotografía, la música, la arquitectura, el diseño, la moda, nuevos géneros creativos multimedia, industrias de contenidos digitales de ocio y audiovisual.



capacitación de su personal y, en general, a mejorar su viabilidad financiera, propiciando que las librerías sean espacios de promoción de lectura.

XII. Establecer indicadores y sistemas de información que reflejen la situación de la lectura, del libro, de las bibliotecas y de las librerías.

XV. Crear campañas de difusión de los servicios y programas que ofrecen bibliotecas públicas, salas de lectura y librerías.

XVII. Promover la capacitación y formación de los encargados de bibliotecas escolares y públicas, se salas de lectura y de librerías.

## **EDUCAL**

México tiene una larga tradición de Estado editor, distribuidor de textos, impulsor de bibliotecas públicas y librero, siendo EDUCAL parte fundamental de esa tradición. Se crea en 1982 como una empresa de participación estatal mayoritaria, constituida como Sociedad Anónima de Capital Variable, integrada con aportaciones del Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), el Banco Mexicano Somex, Meridiano, Lanza y Eductrade.

Actualmente, EDUCAL distribuye los fondos editoriales de CONACULTA, del Subsistema de Preparatoria Abierta de la SEP y de una centena de instituciones culturales estatales, universidades, centros de investigación, etcétera. Esta función de distribución es asumida por una empresa paraestatal para solventar el poco interés que empresas privadas tienen en publicaciones especializadas y para garantizar el suministro de material escolar a casi dos millones de estudiantes vinculados al sistema SEP. Desde 1990, EDUCAL fomenta la apertura de librerías en el interior de la república y comercializa los fondos editoriales producidos por CONACULTA, contribuyendo a fortalecer la industria editorial mexicana. La Red Nacional de Librerías es la cadena de librerías más grande de México y cuenta con 90 puntos de



venta en 31 estados y el Distrito Federal, además de 10 librerías móviles (librobús).

En 1982, la fundación de EDUCAL tuvo por objeto diseñar, fabricar, importar y exportar material didáctico para dotar los sistemas y programas del sector educativo. No fue sino hasta 1990 que se modificó su objeto social con el propósito de ampliar sus funciones en el sector de la comercialización, el establecimiento y la administración de librerías.

En el marco del Programa Nacional de Educación y Programa de Cultura 2007-2012, EDUCAL es el punto de enlace entre todos los organismos que integran el subsector cultura y opera como un facilitador en la comercialización de bienes y servicios al asumir dos compromisos fundamentales: incrementar su red de librerías propias con el fin de contribuir a fortalecer la oferta de libros en el país y realizar la distribución de las publicaciones de CONACULTA en todo el territorio nacional. En la actualidad, además de su amplia cadena de librerías y de ser la empresa distribuidora de libros con mayor cobertura nacional, EDUCAL realiza ventas en línea ([www.educal.com.mx](http://www.educal.com.mx)) y ventas especiales a Bibliotecas, a la SEP y a otras instituciones del sector público y privado.

#### *Programa de recompensas EDUCAL*

Uno de los programas de fomento que se llevan a cabo desde EDUCAL es el de recompensas. Consiste en un monedero virtual al cual se abona un porcentaje de las compras que hagan los clientes. Posteriormente ese saldo puede ser redimido en cualquiera de los puntos de venta de la Red Nacional de Librerías por productos tales como libros, CD, DVD, productos infantiles, artículos promocionales o publicaciones periódicas.





### *EDUCAL en el Programa de Fomento para el Libro y la Lectura*

México Lee es el nombre del Programa de Fomento para el Libro y la Lectura iniciado en 2008 por la Secretaría de Educación Pública. El Programa fue aprobado en el seno del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura, donde participan la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, la Sociedad General de Escritores de México, la Asociación de Libreros Mexicanos, la Asociación Mexicana de Bibliotecarios.

El Programa reconoce la función de la librería como plataforma de apoyo para su propio sostenimiento. Asimismo, destaca la existencia del precio único para libros como garante de la bibliodiversidad y de la subsistencia de las librerías, y plantea como uno de sus principales objetivos apoyar esquemas que permitan el tránsito de la librería común hacia espacios libreros culturales. Uno de los logros esperados en el Programa es el diseño de un plan de negocios para las librerías en México, bajo la responsabilidad de CONACULTA, EDUCAL y ALMAC.

<http://educal.gob.mx/inicio>

## **Venezuela**

### *Misión*

Formular, coordinar y ejecutar políticas culturales que permitan el desarrollo de un sistema efectivo de promoción y circulación del libro Venezolano, Latinoamericano y del Caribe, a través de estrategias que accedan al fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo soberano, para de esta manera afianzar nuestros valores en el modelo de sociedad expuesto en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

### *Visión*

Ser el organismo de referencia nacional e internacional en el diseño y desarrollo de sistemas de distribución del libro nacional, bajo la visión



de desarrollo social integral y participativo, en el marco del nuevo modelo de desarrollo democrático y de participación popular que coadyuvé al fortalecimiento y consolidación de la integración Latinoamericana y Caribeña.

<http://libreriasdelsur.gob.ve/nuevositio/>

## **Asociaciones e iniciativas privadas**

### ***IndieCommerce, IndieBound***

La American Booksellers Association (ABA) ha apoyado diferentes proyectos para el fomento de las librerías independientes de los Estados Unidos de América. Uno de ellos es IndieCommerce, un proyecto que, a través de una plataforma desarrollada en código abierto, permite a las librerías independientes tener presencia en Internet e incursionar en el comercio electrónico manteniendo su independencia. Para hacer parte de esta iniciativa, las librerías deben ser parte de la ABA y afiliarse al proyecto pagando una cuota de mantenimiento mensual de algo menos de doscientos dólares.

IndieCommerce incorpora en su sistema la base de datos de la distribuidora de libros Ingram que actualmente cuenta con más de cinco millones de títulos. A esto se suma a la posibilidad de crear páginas web personalizadas, permitiendo el uso de la marca y el logo propios de cada librería, así como la incorporación de herramientas de comercio electrónico: motor de búsqueda, carro de compras, procesador de tarjetas de crédito, procesador de tarjetas de regalo, etcétera. IndieCommerce está desarrollado sobre Drupal, un gestor de contenidos de código abierto que, por su naturaleza, permite que múltiples desarrolladores trabajen en él.

Además de la base de datos aportada por Ingram, el sistema permite crear y gestionar bases de datos propias o inventarios, posibilitando la comercialización de títulos con los que no cuenta la distribuidora u otras mercancías que estén a la venta en las diferentes librerías



(papelería, suvenires, CD, etcétera). IndieCommerce también ha integrado el sistema de reventa de Google e-Books para la venta de libros electrónicos, y actualmente está desarrollando una alternativa propia que estará en operación en 2013.

El modelo de negocio que ABA ha estipulado para el funcionamiento de IndieCommerce prevé una gran asociación con la distribuidora Ingram Book Company, una de las compañías más grandes en el mercado hoy. El modelo permite que las ventas se hagan por medio de las librerías y que sea el distribuidor quien maneje el pedido y el envío de la mercancía; de esta manera las pequeñas librerías tienen acceso al gran catálogo de Ingram, sin necesidad de asumir costos asociados al bodegaje y manejo de la mercancía. ABA calcula que, por concepto de las ventas realizadas a través de Ingram, el librero debe recibir un promedio del 30% del valor total del libro, mientras que una orden tramitada desde la librería debería reportar una ganancia del 40%. Pese a que modelo estipula la participación de la distribuidora, las librerías pueden programar un algoritmo para que IndieCommerce priorice las mercancías propias o que estén en sus inventarios sobre aquellas de Ingram. De esta forma prevalecen las ventas directas que traen mayores réditos para las librerías.

IndieCommerce ofrece a las librerías independientes una estrategia de trabajo en conjunto donde se favorecen las sinergias entre el sector y los diferentes miembros de la cadena del libro. Además, les permite hacer parte y competir en el mercado electrónico de libros, tanto físicos como digitales, a través de una única herramienta y, aun así, mantener el rasgo de independencia que las define. IndieCommerce reconoce la importancia que tiene la explotación de las marcas propias de las librerías en el ámbito de Internet para lo cual les proporciona una plataforma versátil y fácil de usar.

Dentro de los servicios que ofrece IndieCommerce cabe resaltar los siguientes:



### *Contenido y personalización*

- Facilidad para crear listas de sugerencias detalladas y asociadas a metadatos ricos.
- Gestor de contenidos integrado en la página web que permite actualizaciones en tiempo real.
- Página web personalizable a través de 25 plantillas prediseñadas a las que se les puede cambiar el color, 6 diseños de pantalla o la posibilidad de usar el un diseño propio.
- Número ilimitado de páginas con contenidos relacionados.

### *Manejo de órdenes e inventario*

- Posibilidad de manejar y sincronizar herramientas para el manejo de inventarios.
- Seguimiento el inventario en los estantes.
- Soporte para el inventario en múltiples puntos de venta.
- Tramitar las ventas a través de Ingram o de la librería.
- Pago en línea y recogida de la mercancía en la tienda.
- Control sobre el algoritmo de búsqueda para que se refleje el inventario propio.
- incluir cualquier producto personalizado dentro del inventario.
- Procesador de tarjetas de regalo.



- El inventario incluye libros electrónicos sin costos de manejo adicionales. Estos se ofrecen en varios formatos compatibles con iPad, Nook, Sony Reader, etcétera.
- Se puede usar Google Preview para enriquecer los metadatos.
- Mercadeo y optimización del motor de búsqueda.
- El programa incluye reportes de tráfico y ventas para todos los afiliados.
- Se incluye Google Analytics integrado al carro de ventas.
- Calendario de eventos personalizable, con posibilidad de integrarlo con páginas de eventos individuales y listas de libros relacionadas.
- Permite insertar archivos con audio, video, contenido de las redes sociales y *widgets*.

Otro de los proyectos impulsados por la American Booksellers Association para apoyar a los libreros independientes es una campaña de mercadeo y publicidad, cuyo propósito es concientizar sobre la importancia del consumo local y el valor de la librería como comercio independiente en las comunidades vecinales. IndieBound se presenta como un movimiento con conciencia social que apoya el comercio independiente invitando a comprar local, privilegiando las librerías independientes. En este sentido, como campaña de mercadeo, IndieBound apela a nociones de colectividad, comunidad y cohesión social para promover un consumo con conciencia, el orgullo por la comunidad y la creación de un lugar socialmente responsable de sí mismo.

El movimiento está conformado principalmente por las librerías independientes que hacen parte de ABA (aunque se invita a participar a editores y al público en general). La American Booksellers Association



entrega a aquellas librerías interesadas material de promoción para que se identifiquen como negocios independientes y socialmente comprometidos. Asimismo les reparte material para que puedan vincular a la comunidad.

Dentro de aquellas acciones publicitarias llevadas a cabo por IndieBound cabe resaltar, en primera medida, la capacidad de crear un sentido de comunidad con corresponsabilidades en el mantenimiento de los comercios locales e independientes, para lo cual se utilizan diferentes herramientas dirigidas, por un lado, a conformar y comprometer a la comunidad y, por el otro, a dar visibilidad a las mercancías y propiciar su venta.

Las librerías que hacen parte de la comunidad reciben periódicamente material publicitario P.O.P (*Point of Purchase*) para entregarlo o ubicarlo en la librería. Dentro de este material se incluyen rompe tráfico para las estanterías, marca páginas, catálogos, bolsas, volantes, afiches y, en algunos casos, galeras, muestras de títulos sin valor comercial y libros de cortesía cedidos por editores socios de ABA. Uno de los materiales más publicitados es un afiche donde se enumeran diez beneficios que aporta la compra en librerías independientes. Éste titula “He aquí lo que acabas de hacer” y refiere lo siguiente:

1. Mantuviste el dinero en nuestra economía

Por cada \$100 que gastas en un comercio local, \$68 permanecen en la comunidad. ¿Qué pasa cuando gastas \$100 en una cadena nacional? Sólo \$43 permanecen en la comunidad.

2. Te acogiste a lo que nos hace únicos

No querrías que tu casa luciera igual que todas las demás en EE.UU, entonces ¿por qué querrías que nuestra comunidad luciera así?

3. Creaste puestos de trabajo locales



Los comercios independientes son mejores creando empleos mejor pagados entre los vecinos.

#### 4. Ayudaste al ambiente

Comprar en comercios locales conserva energía y recursos al usar menos combustible en transporte y menos empaques. Además adquieres productos bien hechos porque nos conoces y sabes cómo trabajamos.

#### 5. Creaste comunidad

Te conocemos y tú nos conoces. Estudios han demostrado que los comercios locales hacen donaciones a la comunidad que duplican las de las cadenas.

#### 6. Conservaste el dinero de tus impuestos

Gastar local asegura que el dinero de tus impuestos sean reinvertidos donde pertenecen: ¡justo aquí en tu comunidad!

#### 7. Ayudas a ampliar la oferta

Nosotros elegimos los libros y productos que vendemos basados en lo que sabemos que buscas y quieres. Las librerías locales tienen una oferta más diversificada porque ofrecen productos para un mercado individual y no de masas.

#### 8. Te beneficias de nuestra experiencia

Eres amigo y vecino, nosotros tenemos el mayor interés en conocerte y servirte. Nos encanta hacer lo que hacemos, ¿por qué no beneficiarse de ello?

#### 9. Invertiste en el emprendimiento



La creatividad y el emprendimiento son las bases sobre las que se fundó la economía de los EE.UU. Apoyar a los comercios locales asegura una comunidad fuerte y arraigada.

#### 10. Nos conviertes en un destino

Entre más interesantes y únicos seamos como comunidad, atraeremos más y mejores vecinos, visitantes e invitados. ¡Esto nos beneficia a todos!

Asimismo, las librerías participan en diferentes actividades de promoción de ventas y según su nivel de participación reciben más o menos material de promoción. Dentro de esas actividades se encuentra la creación de un ranking de recomendaciones llamado *Indie Next List*, al cual cada librería postula, cada 15 días, máximo seis de los títulos nuevos que considera que tienen gran valor y serán las novedades mejor apreciadas. Esta lista se actualiza con regularidad en la página web de *IndieBound*, en la página de cada librería que esté afiliada a *IndieCommerce* y en las de aquellas librerías que así lo deseen. De igual manera, ABA exhorta a las librerías para que organicen en los locales un estante de exhibición con estas novedades, indicando con el material de marketing que éstas pertenecen a las novedades sugeridas por la comunidad de libreros independientes.

Por otra parte, las librerías crean un reporte semanal de ventas que ABA utiliza para establecer la lista de los títulos más vendidos (*bestsellers*). La lista, publicada semanalmente en *IndieBound* y en las librerías, refleja los títulos más vendidos a nivel nacional, regional y por materias. Estos *rankings* de recomendaciones y de *bestsellers*, además de ser muy apreciados por los consumidores estadounidenses, quienes responden de manera positiva a las clasificaciones de popularidad, les dan a los libreros información sólida para rotar y configurar el fondo. Finalmente, alrededor de estas acciones se han desarrollado herramientas y aplicaciones de uso masivo en Internet que funcionan en iPhone, iPad, Android, etcétera. Algunas de éstas indican la ubicación de las librerías y muestran las listas de recomendación y





ventas actualizadas en tiempo real; otras procuran una interacción mayor con los internautas, ofreciendo la posibilidad de compartir y recomendar libros desde páginas web propias o redes sociales, obteniendo una porcentaje de ganancia si la venta se hace efectiva a través de la recomendación.

La combinación de una masiva campaña de mercadeo dirigida a despertar sentimientos de solidaridad, responsabilidad y arraigo por las librerías locales, sumada a las ventas mediante las listas de recomendaciones y de popularidad, para abrir la posibilidad de que los mismos consumidores participen en la promoción a través de la web 2.0, ha sido una estrategia, alejada de las subvenciones estatales y de la dependencia de los dineros públicos, que refuerza los lazos y el trabajo en equipo de los libreros, integrando exitosamente las nuevas tecnologías.

<http://bookweb.org/index.html>

<http://www.indiebound.org/>

<http://www.indiecommerce.com/>

<http://www.ingrambook.com/default.aspx>

### **National Book Token, Booksellers Book Tokens, Australian Book Voucher**

El sistema unificado y nacional de venta de tarjetas de regalo para libros es una iniciativa que las asociaciones de libreros del Reino Unido e Irlanda (National Book Token), Nueva Zelanda (Booksellers Book Tokens) y Australia (Australian Book Voucher) han puesto en marcha con gran éxito, en el caso de los dos primeros desde 1932.

Este sistema permite a los clientes adquirir y redimir los *tokens* en cualquier librería asociada, sin que necesariamente la compra y el canje se hagan en el mismo local comercial. El modelo de negocio está diseñado de manera que sea rentable tanto para las librerías vendedoras como para las que canjean los títulos. Aquellas que realizan la venta del *token* reciben el 12,5% de su valor, mientras que las que lo redimen, el



87.5%. La entidad o empresa encargada de su funcionamiento cobra el 1% sobre el total.

Dentro de las ventajas asociadas con los *tokens* están el libre tránsito de clientes a través de todo el del tejido librero, dada la posibilidad de redimir el título en cualquier librería asociada; el incremento en el valor de las ventas, ya que un porcentaje superior al 50% de los clientes añade dinero extra a las tarjetas de regalo en el momento de hacer la compra, y fidelización de los clientes con la red de librerías asociadas, toda vez que los *tokens*, aun siendo de uso nacional, no pueden ser redimidos en supermercados o tiendas en línea como Amazon.

Los *tokens* pueden canjearse únicamente por libros físicos o libros electrónicos; quedan así excluidos lectores y tabletas de lectura. La compra por Internet, tanto de libros físicos como electrónicos, también es permitida siempre y cuando las librerías cuenten con un sistema de venta en línea e instalen el servicio indicado para permitir la validación de los *tokens*.

Otro de los servicios ofrecidos es el de *tokens* para estudiantes. Este sistema conecta dos tarjetas que se separarán tras la compra. La principal permite transferir dinero a la segunda, la cual se le entregará al estudiante para que adquiera sus textos escolares o universitarios en la librería local. Dado que la tarjeta es de uso nacional y sólo permite la adquisición de libros, permite asegurar que estudiantes que cambian de ciudad para sus estudios accedan efectivamente a los libros que requerirán.

<http://www.nationalbooktokens.com/>

<http://www.nationalbooktokens.com/studentbookcard/>

<http://www.booksellers.co.nz/>

<http://www.aba.org.au/book-vouchers>



## Casos de éxito

### ***Fundación del Libro Universitario–LIBUN***

<http://www.libun.edu.pe/principal.php/nosotros>

### ***Librería Gandhi***

La librería Gandhi se fundó en el año 1971 en el Distrito Federal de México y hoy es la cadena privada de librerías más importante del país, con 25 puntos de venta repartidos por todo el territorio.

Desde el año 2001, ha complementado su modelo comercial con una exitosa campaña de publicidad que le ha permitido consolidar el reconocimiento y la percepción positiva de la marca, al tiempo que incrementa sus ventas y el tráfico de clientes en sus tiendas.

La exitosa campaña combina estrategias ATL y BTL, es decir, a través medios publicitarios convencionales y formas no masivas de comunicación en las que textos cortos, en tono coloquial y divertido, invitan a la lectura. Cabe resaltar el uso de las vallas publicitarias cuyos textos hacen referencia a sucesos coyunturales locales. Gracias a la alta rotación que tienen estos mensajes, la librería ha logrado, con pocos espacios, mantener la atención al referir sucesos de actualidad y estacionales. Además, Gandhi ha hecho un importante trabajo en redes sociales, donde ha lanzado exitosas estrategias virales con gran acogida de los cibernautas.

Además, la librería ha incorporado la venta de libros electrónicos a través de su portal de Internet y establecido una tarjeta de lealtad con la que, por medio de promociones directas y de beneficios para los clientes, fomenta la recompra.



### ***Northshire Bookshop***

Northshire Bookstore es una librería independiente fundada en 1976 en la localidad de Manchester Center, Vermont, en los Estados Unidos. Hace parte del proyecto IndeBound, impulsado por la American Booksellers Association. Se caracteriza por ser una de las pocas librerías que a la fecha tiene una Espresso Book Machine, con la cual pretende aprovechar las crecientes oportunidades de negocio que brindan la impresión por demanda y la autoedición.

La librería tiene una amplia gama de servicios basados, justamente, en las posibilidades de esta máquina de impresión y encuadernación instantánea. Entre ellos, la posibilidad de imprimir libros en dominio público que hayan sido escaneados por Google y aquellos que la industria editorial ha venido digitalizando para ponerlos a disposición del público a través del servicio de impresión por demanda. Sin embargo, la gama de servicios más atractivos son aquellos que van dirigidos a los cada vez más abundantes autores-editores.

Con la creación de la imprenta Shires Press, la librería pone a disposición de los autores la posibilidad de imprimir su libro en los volúmenes que requiera, empezando en un ejemplar. El servicio está organizado en cuatro paquetes diferentes que le dan al cliente varias opciones de precio y asistencia en la etapa de preparación inicial del libro. El costo de impresión depende del número de ejemplares y de la cantidad total de páginas. Así, un libro con máximo 100 páginas tiene un valor de USD 7 por ejemplar; si el libro tiene entre 102 y 400 páginas el valor es de USD 5, más 0,45 por página; si tiene entre 402 y 700 páginas, el valor será de USD 5, más 0,35 por página.

Los servicios que Northshire Bookstore ofrece a los autores en la etapa de preparación o *edición* son los siguientes:

#### 1. Impresión por demanda–paquete personal

- Reunión de información de ½ hora.



- Revisión del material.
- Preparación.
- Prueba de impresión.
- Impresión (un ejemplar, si se requieren impresiones adicionales estas tienen costos extras).

## 2. Impresión por demanda–paquete Northshire

- Reunión de información de ½ hora.
- Revisión del material.
- Preparación.
- Prueba de impresión.
- Segunda prueba de impresión electrónica.
- Impresión.
- Exhibición y venta en la librería por tres meses.
- Exhibición y venta en la librería en línea.
- Pago del 100% de las regalías por derecho de autor.

## 3. Impresión por demanda–Paquete Shires Press

- Reunión de información de ½ hora.
- Revisión del material.
- Preparación.



- Prueba de impresión.
- Segunda prueba de impresión electrónica.
- Impresión.
- Exhibición y venta en la librería por tres meses.
- Exhibición y venta en la librería en línea.
- Pago del 100% de las regalías por derecho de autor.
- Tramitación del ISBN.
- Tramitación del código de barras.
- Contrato de no exclusividad.

#### 4. Impresión por demanda–Paquete Premier

- Reunión de información de ½ hora.
- Revisión del material.
- Preparación.
- Prueba de impresión.
- Segunda prueba de impresión electrónica.
- Impresión.
- Exhibición y venta en la librería por tres meses.
- Exhibición y venta en la librería en línea.



- Pago del 100% de las regalías por derecho de autor.
- Tramitación del ISBN.
- Tramitación del código de barras.
- Contrato de no exclusividad.
- Diseño de carátula.
- Distribución a través de Lightning Source (LS), el archivo digital queda en la base de datos de Ingram para que se pueda imprimir desde cualquier punto de impresión por demanda.
- Exhibición y venta en Amazon.com.

Además de los ya mencionados paquetes, la librería ofrece servicios de edición, diseño, conversión de archivos, escaneado de manuscritos con reconocimiento de caracteres y gestión de ventas en Amazon.com.

<http://www.northshire.com/pod-personal-package>

### ***Blackwell Bookshop***

La cadena de librerías Blackwell, fundada en 1846 en Oxford, cuenta con más de 40 puntos de venta en todo el Reino Unido. A lo largo de los años, la librería puso en marcha una estrategia que le permitió consolidarse como líder en el mercado de libros académicos y universitarios. Blackwell ha logrado esta posición en el mercado como resultado de tener puntos de venta en los recintos universitarios y mediante la diversificación y constante modernización de su portafolio de servicios dirigido a estudiantes y universidades. La librería, además de sus puntos de venta tradicionales, cuenta con servicio de compra en línea tanto para libros electrónicos como para libros físicos, los cuales envía por correo postal.



Dentro de los diferentes servicios que presta la librería cabe resaltar los siguientes.

### *Estudiantes*

A través de su tienda en línea y de sus locales comerciales, ofrece significativos descuentos sobre los libros de texto nuevos. Asimismo dispone de un servicio para adquirirlos de segunda mano con un descuento del 33% sobre el valor total de compra. Para asegurar la disponibilidad de este material, la librería garantiza a sus clientes la recompra de todos sus textos académicos a un costo del 40% del total pagado en primera instancia. De esta manera fomenta el flujo permanente y la fidelización de sus clientes. Adicionalmente, ofrece la posibilidad de alquilar esos mismos libros por períodos de 30, 60 o 90 días, en caso de que los estudiantes no estén interesados en adquirirlos.

### *Universidades*

A través de su tienda en línea, Blackwell ofrece la posibilidad de que los maestros hagan públicas las listas de lectura de los cursos universitarios que se estarán dictando en diferentes centros, al tiempo que permite a los alumnos adquirir ese material en paquetes que pueden ser enviados por correo o comprados directamente en las tiendas.

Por otra parte, la librería brinda a las universidades la posibilidad de crear y entregar becas a sus estudiantes para la adquisición de textos, de acuerdo con uno o varios esquemas. La beca se entrega en una tarjeta cargada con crédito que sólo es redimible en los establecimientos o en la página web de Blackwell. Con ésta los estudiantes podrán adquirir el material para sus cursos universitarios. Adicionalmente, la librería ofrece la opción de personalizar el diseño de la tarjeta de beca con el logo de la institución, así como una página web asociada para compras en línea que permite rastrear los movimientos y el uso que le dan los estudiantes.





Finalmente, en asociación con VitalSource Bookshelf, Blackwell cuenta con una aplicación multisoprote de distribución y lectura de libros electrónicos, con la cual las universidades pueden ofrecer acceso a sus estudiantes a una base de datos con libros electrónicos de texto desde cualquier dispositivo. De esta manera, la librería se asegura de prestar los mejores servicios.

### *Bibliotecas*

Apoyándose en la plataforma de distribución Collection Manager, especializada en servicios bibliotecarios, Blackwell permite adquirir diferentes tipos de material a través de múltiples vías, que van desde *software*, CD, DVD, videocasetes, audiocasetes, microfilmes, mapas, afiches y libros electrónicos, hasta la búsqueda de libros descatalogados, pasando por un servicio de adquisiciones urgentes y de publicaciones seriadas físicas o en línea. Las bibliotecas se ven beneficiadas puesto que encuentran un amplio portafolio de servicios centralizados en una plataforma versátil, a través de la cual pueden gestionar todas sus adquisiciones.

### *Instituciones*

El principal servicio que Blackwell ofrece a sus clientes institucionales – compras gubernamentales, instituciones académicas privadas o públicas, empresas– es la posibilidad de crear una cuenta de usuario para simplificar el trámite de adquisición. Abrirla no tiene costo, ni monto mínimo en las transacciones que se realicen. De igual modo, los clientes podrán contar con la asesoría permanente de un ejecutivo de cuenta. Una vez tengan una, las instituciones podrán consultar una base de datos con más de siete millones de títulos, entre ellos, libros descatalogados y libros electrónicos.

### *Libros antiguos y de colección*

La librería Blackwell ofrece un servicio de compra y venta de libros antiguos y de colección. Servicio que se ha prestado de manera



continúa desde la fundación del segundo espacio comercial en 1879. Para ello tiene un espacio especializado y expertos curadores encargados de la adquisición. A través de su página web, la librería pone a disposición catálogos en formato ePub, que actualiza dos veces al año, donde incluye generosos metadatos, fotos y descripción de los libros en venta. La librería participa en ferias del libro de Estados Unidos y del Reino Unido exhibiendo parte de su colección.

<http://bookshop.blackwell.co.uk/jsp/editorial/index.jsp?dept=Book>

[Fin del documento]

