

En defensa de las librerías

Recomendaciones en materia
de políticas públicas, gremiales
e individuales para el fortalecimiento
de las librerías en Iberoamérica



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

CERLALC

Centro Regional para el Fomento del
Libro en América Latina y el Caribe
Bajo los auspicios de la UNESCO



Ulla Holmquist
Ministra de Cultura de Perú
Presidente del Consejo

Silvia Elena Regalado
Ministra de Cultura de El Salvador
Presidenta del Comité Ejecutivo

Marianne Ponsford
Directora

Alberto Suárez
Secretario general (e)

Francisco Thaine
Subdirector técnico

En defensa de las librerías. Recomendaciones en materia de políticas públicas, gremiales e individuales para el fortalecimiento de las librerías en Iberoamérica

Publicado por

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

Calle 70 n.º 9-52

Tel. (57-1) 518 70 70

libro@cerlalc.org

www.cerlalc.org

Bogotá, D. C., Colombia

Documento elaborado por Joaquín Rodríguez

Abril de 2019



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No comercial-No derivar 3.0 (CC BY-NC-ND).

Contenido

Presentación	7
Introducción: razones para la defensa de la lectura y la librería	11
Legislaciones iberoamericanas y promoción de la librería	13
Encuesta a expertos iberoamericanos sobre las políticas públicas y gremiales de apoyo a las librerías	29
Recomendaciones en materia de políticas públicas, gremiales e individuales para el fortalecimiento de las librerías en Iberoamérica	43
Políticas públicas	49
Administrativas y/o legales	49
Orientadas a la relación con los gremios	51
Orientadas a la relación con la comunidad	51
Financieras y fiscales	52
Comerciales	54
Distribución, logística y transporte	55
Formativas	57
Digitales	58
Políticas privadas	59
Administrativas	59
Orientadas a los miembros del gremio	60
Orientadas a la relación con la comunidad	60
Financieras y fiscales	61

Comerciales	61
Distribución, logística y transporte	62
Formativas	62
Digitales	63

Bibliografía	65
---------------------	----

Presentación

Cuando se habla de librerías es difícil no caer en el encomio. Es natural que eso ocurra. Para los lectores asiduos y entusiastas, entre los que me cuento, la librería será siempre un lugar muy especial. Cultivar una relación con una determinada librería y un cierto librero, coleccionar visitas a librerías, recordar el lugar donde se compró un título puntual conforman eso que tiene de insustituible la librería para los que somos visitantes habituales. La librería es, además, un lugar en torno al cual se han forjado toda suerte de mitificaciones, que no podemos evitar cultivar, ni dejar de engrandecer: el librero de trato áspero que conoce uno a uno los volúmenes que tiene en sus estanterías; la librera sabia a la que ningún algoritmo podrá equiparse nunca; la librería favorita de esta o aquella escritora; la librería que depara ese libro que no buscábamos pero que parecía estarnos destinado, etcétera.

Por lo menos en la última década, si no desde más atrás, este encomio de la librería ha solido ir acompañado de predicciones catastrofistas sobre su inminente desaparición. Es innegable, como coinciden innumerables análisis, que las librerías se encuentran hoy en una situación de inestabilidad

originada por la incidencia de lo digital en el mundo libro. Sin embargo, el elogio de las librerías desemboca, en no pocas ocasiones, en la idea sobre la urgente necesidad de salvarlas. Por este camino, se termina abogando por la preservación de las librerías sin dar cabida a un análisis más profundo, que parta de la comprensión de que ciertos cambios no son inminentes, sino que están ya instalados entre nosotros —o que, cuanto menos, son irreversibles—. Insistir en esta aproximación a la actual situación de las librerías necesariamente deriva en un estrechamiento de miras y, en consecuencia, en una limitación de las posibles soluciones o, lo que es peor, en la proscripción de determinadas alternativas solo por perseverar en la protección de una idea más bien romántica de la librería.

Es claro, por un parte, que las librerías son el eslabón más débil del ecosistema del libro y, por otra, que se trata de la instancia principal para propiciar el contacto de los libros con los lectores. No menos cierto resulta que es, precisamente, en las características que le otorgan un valor agregado —la proximidad física y el fungir como instancia de prescripción y de visibilidad— donde se origina su crisis. Con todo, en la medida en que coincidimos en que cumplen una función fundamental para el conjunto del ecosistema del libro —toda vez que constituyen el vínculo privilegiado entre este y los lectores—, convendremos también en que, tal como señala en la *Nueva agenda por el libro y la lectura*: “su fragilidad implica un debilitamiento colectivo que debería estimular la solidaridad de todos los actores sociales” (Igarza, 2013, p. 95).

No debería, por tanto, haber peor noticia para el sector que la progresiva disminución de las superficies de exhibición que sigue al cierre de librerías, lo que resulta en una disminución de las posibilidades de que los nuevos títulos sean descubiertos. Una situación que se torna aún más dramática a raíz de la sobreproducción de títulos, por cuenta de la cual se ha terminado por imponer una lógica —no del todo sana— de permanente rotación, que no solo asfixia muchas de las novedades, sino que va en contravía de las posibilidades de constituir librerías de fondo.

Ahora bien, como he insistido hasta el momento, a tono con lo expuesto en la *Nueva agenda por el libro y la lectura*, más que pensar que la salvación de las librerías implica crear las condiciones para que todo permanezca más o menos inalterado,

es necesario admitir la complejidad de la situación y ampliar la vista para, por un lado y una vez más, revelar la heterogeneidad de la situación y la importancia relativa distinta que tienen las librerías frente a las cadenas y, por

otro, reavivar el debate de lo que significa la penetración de nuevos actores sociales en la cadena de la prescripción y de la venta, sobre todo, cuando estas se realizan en la web (Igarza, 2013, p. 97).

Es preciso también reconocer la existencia de carencias estructurales, una herencia con la que debe lidiar cualquier acción, emprendida tanto desde lo público como desde lo privado, encaminada al fortalecimiento de las librerías. Sería ingenuo desconocer, por ejemplo, la concentración de las librerías en las capitales e inclusive dentro de las propias ciudades, así como la escasez de puntos de venta de libros, lo que hace que hablar de *tejido librero* en muchos de los países miembros del Cerlalc sea más una expresión del deseo que un postulado sobre la realidad. El reto, en esa medida, es doble: apostar por la creación de nuevas librerías, al tiempo que se avanza en su *resignificación* como instancias de venta y prescripción.

Con el propósito de ofrecer elementos para configurar una hoja de ruta para afrontar este desafío, que no es menor, como ya vimos, el Cerlalc publica este documento, que parte de un análisis comparativo de las leyes para el fomento del libro, la lectura y las bibliotecas, vigentes en los países de la región, a fin de entender el lugar que ocupan en estas la librería y el librero. Quisimos, además, consultar las voces de los propios libreros, de otros agentes de la cadena de valor y de especialistas para que, a partir de sus propias experiencias y análisis, ofrecieran elementos para dar forma a las recomendaciones con las que concluye el documento. Del análisis de las legislaciones, la consulta y sistematización de las respuestas, así como de la elaboración de las recomendaciones se encargó el consultor Joaquín Rodríguez, quien ha venido reflexionando desde hace ya varios años sobre este tema, con la mirada puesta en los cambios que se están gestando tanto en las prácticas de lectura como en las formas de circulación y acceso al libro. El conjunto de medidas propuestas, resultado tanto de las consultas realizadas como del criterio del consultor, debería servir como punto de partida para la implementación de acciones concretas en cada uno de los países. Eso es lo que esperamos.

Las recomendaciones que aquí se plantean no están encaminadas únicamente a propiciar iniciativas de los hacedores de políticas públicas, sino de las agremiaciones de librerías y de las librerías a título individual. Si bien es cierto que las librerías han sido casi siempre las olvidadas dentro de las políticas públicas de los países de la región y que es urgente, por tanto, la acción pública para crear condiciones que permitan su fortalecimiento frente a la incidencia de lo digital, también es verdad que suele olvidarse la parte de

responsabilidad que recae sobre librerías y libreros en este proceso de resignificación. Mercadeo, experiencia de visita y de compra, servicio al cliente y estrategias de diferenciación deberían ser consideradas como parte de las alternativas para su fortalecimiento.

En ese sentido, puede resultar útil remitirse no solo a las medidas administrativas implementadas en los países que suelen mencionarse como ejemplos en estas discusiones, sino revisar lo que está ocurriendo en países como Estados Unidos o el Reino Unido, donde, a la sombra de Amazon y tras la desaparición de cadenas de librerías, han venido apareciendo pequeñas librerías, que apelan a campañas publicitarias de alcance nacional para reivindicar y celebrar las librerías, a incentivar la compra de proximidad o a programas para la fidelización de la clientela. No quisiera con esto restar importancia a la urgentísima necesidad de que las administraciones públicas implementen acciones con celeridad. Se trata, más bien, de aportar alternativas desde una perspectiva amplia, tal como se propone en las páginas que siguen.

Marianne Ponsford
Directora

Introducción: razones para la defensa de la lectura y la librería

Vivimos hoy en un contexto de abruptos cambios; las prácticas y los hábitos de lectura se transforman y los espacios de encuentro del lector con el libro varían. La irrupción de Internet en las últimas tres décadas, de las redes ubicuas de comunicación digital y de los dispositivos portables ha modificado profundamente nuestra manera de vivir, nuestras pautas de consumo y de atención, nuestro uso del tiempo y nuestras preferencias y prácticas culturales. Este documento no pretende desaprobado o contravenir ninguna de esas tendencias, sino llamar la atención sobre la importancia y la pertinencia, en primer lugar, de preservar determinadas prácticas de lectura como fundamento de la atención, de muchas de nuestras más altas capacidades cognitivas y, sobre todo, de los valores éticos que sustentan nuestras sociedades, y, en segundo lugar, de la librería como uno de los espacios

preferentes del encuentro entre el lector y el libro, como uno de los focos de actividad cultural y comercial más significativos de nuestros espacios urbanos, y como eje vertebrador de la vida comunitaria y de los valores de diversidad democrática.

Este documento no es ajeno en absoluto a las irreversibles tendencias de cambio en los hábitos de lectura, consulta y adquisición de libros y otros bienes culturales que la red propicia. No cabe soslayar estos cambios ni negarlos como si fueran fenómenos pasajeros o ajenos. Antes bien, las librerías deben entender cabalmente las profundas transformaciones que la digitalización de nuestras sociedades conlleva, para aprovecharlas y realizar una propuesta de valor bien fundamentada. Podemos mantener la presencia de la librería en nuestras ciudades como foco civilizatorio al tiempo que promovemos su presencia en la red y expandimos, así, su influencia.

Este no es, por tanto, un texto meramente defensivo, porque no tendría mucho sentido intentar preservar estructuras caducas en contextos de cambio global y acelerado. Se trata, más bien, de sugerir y crear las condiciones —o de perseverar en su aplicación— para que las librerías puedan seguir desempeñando un papel clave, al igual que las bibliotecas, en la articulación civil de nuestras sociedades, en la promoción del acceso a la rica variedad de los contenidos culturales locales e internacionales, y en la difusión de los valores asociados a la lectura —y, simultáneamente, en la defensa y la promoción del comercio local y de cercanía que ayuda a vertebrar la vida comunitaria—.

Con la misma voluntad con que fueron redactados dos textos previos promovidos también por el Cerlalc —*Nueva agenda por el libro y la lectura* y *Modelo de ley para el fomento de la lectura, el libro y las bibliotecas*—, este documento quiere entender la variedad de coberturas que ofrecen las legislaciones de los países iberoamericanos con la intención de complementarlas, de escuchar y recoger las sugerencias que varias decenas de expertos y profesionales han realizado en respuesta a una encuesta específica sobre las políticas de refuerzo y apoyo a la librería, y de sugerir y proponer —adicionalmente y como conclusión— un conjunto de medidas que puedan servir a las autoridades culturales, a los gremios profesionales y a los libreros particulares, para que afrontemos con más solidez, estabilidad y continuidad el futuro de la lectura y las librerías.

**Legislaciones
iberoamericanas
y promoción
de la librería**

En la mayoría de las legislaciones iberoamericanas en torno a la promoción del libro y la lectura encontramos alusiones al librero como una “persona física o jurídica que se dedica, exclusiva o principalmente, a la venta de libros por cualquier forma de comercialización, sea al detalle o al por mayor”, que es la definición que proporciona la Ley del libro del Gobierno uruguayo, Ley 15.913. Encontramos alusiones a la librería —como sucede en el caso peruano— por medio de una descripción de su dimensión doble, física y virtual (Cap. II, art. 5, 22), y de las modalidades de venta que puede utilizar, como ocurre en el caso de la legislación del Distrito Federal mexicano (art. 5, IV). La definición nunca es una cuestión baladí porque sobre ella recaen los estímulos, los beneficios y las medidas que los gobiernos pueden arbitrar. Existen otras enunciaciones de la naturaleza del trabajo del librero (en México y Perú, por ejemplo), pero todas advierten que se trata del canal principal a través del cual los libros llegan a sus compradores. Resulta particularmente interesante, a este respecto, reparar en dos de los considerandos de la Ley 502-08 (2008) del Gobierno de la República Dominicana porque sitúan en buena medida el problema al que nos enfrentamos:

Considerando: que el proceso de poner en contacto al libro y al lector implica un contexto económico, industrial y social que pasa por un conjunto de etapas relativas a la creación literaria, la gestión editorial, las actividades industriales de impresión y fabricación de libros y productos editoriales, las operaciones comerciales de distribución y venta, y que culmina con el lector a quien debe facilitarse su acceso democrático y utilitario a la lectura a través de medidas de promoción e intervención necesarias.

Considerando: que la industria cultural de la edición de libros tiene el efecto de preservar y potenciar la identidad cultural de los pueblos, por una parte, y de influir en el crecimiento económico de los países a través de la movilización de procesos industriales y comerciales.

Previa a la formulación de la ley, los legisladores destacaron dos aspectos esenciales: que, para poner en contacto a los lectores con los libros, la librería sigue siendo un espacio privilegiado que merece una atención específica, y que la industria cultural tiene, entre otras responsabilidades, la de la preservación y salvaguardia de la identidad cultural de un país, sin demérito de que pueda acoger otras manifestaciones foráneas que enriquezcan su propio acervo. Se introducen, así, tres principios sobre los que vale la pena reflexionar: primero, la función que las librerías deben desempeñar para garantizar que un bien cultural como el libro pueda llegar a quienes lo demanden; segundo, el rol que la librería debe asumir en la defensa de la singularidad de la cultura y de la industria que la promueve, y, tercero, el papel que la librería puede tener como motor económico local.

En el artículo 6.1 de la ley antes mencionada, se consolidaban esas presunciones por medio de la invocación de los instrumentos de la acción pública necesarios para alcanzar las finalidades y los objetivos señalados en las consideraciones previas mediante el fomento del sistema nacional de bibliotecas, librerías y puntos de venta. La librería, por tanto, se consideraba uno de los canales esenciales para promover el acceso público al libro y la lectura.

El tratamiento que la librería recibe es, sin embargo, muy dispar, y las medidas que la amparan o la respaldan son de muy distinta índole y de diverso calado. Si la librería es ese punto en el que se preserva y difunde la cultura que un país genera, que garantiza el acceso a una clase de bienes culturales y que, en paralelo, promueve el bienestar económico, parecería adecuado que se abordaran de manera más sistemática las distintas facetas comprometidas en su funcionamiento. No solamente se trata de legislar sobre cuestiones

administrativas y fiscales o, en algunos casos, sobre procesos de formación continua; se trata, más bien, como sugeriremos en el documento de propuestas normativas, de abordar de manera holística las medidas necesarias para garantizar la articulación de todos los aspectos de la librería.

En una situación como la actual, en la que el deterioro del tejido librero en la mayoría de los países de América Latina y en España resulta manifiesto, parece necesario que convengamos en una serie de medidas estratégicas que abarquen todos los posibles ámbitos del desempeño de la librería —administrativo y legislativo, financiero y fiscal, gremial, comunitario, formativo, digital, logístico y comercial— y que contribuyan a su fortalecimiento.

Dividiremos las medidas propuestas entre el ámbito público y el privado y, dentro de cada ámbito, contemplaremos las providencias referentes a cada uno. Por medidas administrativas se entenderán aquellas actuaciones con rango legal que las diferentes administraciones públicas puedan promulgar y habilitar y, también, todas las actuaciones que supongan algún tipo de regulación gerencial u organizativa en el ámbito público o privado. Por medidas financieras y fiscales se deben entender aquellas acciones encaminadas a la financiación directa de los asuntos relacionados con la librería y, adicionalmente, las medidas de apoyo indirecto que comporten descuentos o deducciones. Por medidas gremiales entenderemos aquellas que provengan de las asociaciones profesionales y del consenso entre sus miembros. Por medidas comunitarias deberán comprenderse las encaminadas a fortalecer los lazos de las librerías con su entorno más cercano, desde las instituciones escolares y culturales hasta las bibliotecas o las asociaciones de vecinos. Por medidas formativas comprenderemos todas aquellas destinadas a la instrucción permanente de los profesionales del sector. Por medidas digitales entenderemos aquellas relacionadas con el despliegue de las infraestructuras y el diseño de protocolos de comunicación en el ámbito digital. Por medidas logísticas deberán entenderse aquellas relacionadas con la gestión, el transporte y la distribución de los bienes comercializados a través de las librerías. Por medidas comerciales entenderemos aquellas concebidas para impulsar la venta de libros.

El rango legal de todas esas medidas y su eventual inclusión en las leyes del libro de los países a los que este estudio atañe es un asunto soberano que los ministerios nacionales deben considerar. Cabe advertir, no obstante, que en una realidad atravesada por los flujos digitales transnacionales conviene pensar en medidas que traspasen las fronteras de los países y busquen sinergias globales.

Antes de realizar una serie de propuestas para la promoción y el reformamiento de las librerías, es necesario que conozcamos con mayor detalle el tratamiento que las distintas legislaciones dispensan a las librerías.

Desde el punto de vista de las administraciones públicas, los libreros forman parte, en algunos países, de los consejos nacionales del libro, como en los casos de Chile (Tít. 1, art. 5, f), Guatemala (Cap. II, art. 5), Costa Rica (Decreto 32.662), Nicaragua (Decreto 32 de 2005), Panamá (Decreto ejecutivo 451) y Cuba (Resolución 826 de modificación del objeto del Instituto Cubano del Libro), porque se considera esencial su criterio en las decisiones que puedan afectar la cadena de valor del libro. En países como México (Cap. 1, art. 4, III) y Colombia (Cap. 1, art. 1, I) se menciona expresamente el esfuerzo gubernamental por respaldar la creación y el desarrollo de las librerías en el mismo rango que las bibliotecas, seguramente porque resulta difícil concebir un país democrático y civilizado sin la presencia pacificadora y educativa de esos dos espacios. En México, adicionalmente (Cap. II, art. II, v), se insiste en la importancia de la implicación de las municipalidades y las entidades federativas en el estímulo y el fomento de las librerías, porque casi siempre es una garantía de éxito confiar en el principio de subsidiariedad para dotar a la comunidad más cercana de los recursos culturales que necesita. En países como Venezuela se menciona expresamente el “fortalecimiento y desarrollo de las redes de librerías públicas y privadas” como garantía del “acceso público lector a los libros y a las publicaciones” (Cap. III, art. 17), lo cual las reconoce como el canal por antonomasia de la circulación de los libros entre las empresas editoras y el público lector.

La Ley 10/2007 de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas promulgada por el Estado español menciona, en el preámbulo, el “especial reconocimiento” que merece “la labor de los libreros como agentes culturales”. Esta condición llevó a la creación, en 2015, del sello de librerías de calidad (<https://libreriasdecalidad.com/>), que tiene entre sus objetivos el de consolidar las librerías como espacios de encuentro, reflexión y discusión en las comunidades en las que ellas se ubican, mediante su transformación en espacios culturales y sociales, y el de fomentar la diversidad del patrimonio bibliográfico mediante la protección de una red de librerías que ofrezca tanto los libros de rápida rotación como los de fondo. Con esta iniciativa se pretende establecer un mecanismo que permita mejorar la situación económica de las librerías y estimularlas para que sigan introduciendo mejoras en la atención al cliente y ampliando su oferta cultural (<https://www.cegal.es/sello-de-calidad-de-las-librerias/>). Hay que anotar que, aunque es una idea encomiable, la acreditación como “librería de

calidad” no está vinculada de manera explícita a ninguna ventaja apreciable más allá del distintivo, y que la vacilación de las administraciones públicas españolas en la adscripción del sello a uno u otro departamento ministerial socava su recorrido y su factibilidad.

Entre las medidas legislativas más debatidas podemos encontrar en varios ordenamientos nacionales las políticas de precio fijo de los libros. En el caso español, la Ley de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas, de 2007, establece el principio general del precio fijo de los libros —y aclara que se busca facilitar “el acceso igualitario y diverso a la cultura, tal y como exige el [...] artículo 44 de nuestra Constitución”—, pero lo matiza a través del Real Decreto-Ley 6/2000 de 23 de junio, en el que se liberaliza el descuento aplicable a los libros de texto, con el argumento de que tal descuento favorece las economías familiares sin que afecte el ejercicio de los libreros minoristas, que no constituyen —así se asume— un canal prioritario para la venta. La ley antedicha argumenta que se “posibilita la protección de la red de librerías existente, salvaguardando el mantenimiento de una oferta cultural diversificada”. En la legislación española se abre una puerta, con criterios temporales, a los descuentos sobre el precio marcado por el editor. En el punto 1.1. del artículo 10, “Exclusiones al precio fijo”, puede leerse:

El librero o detallista podrá aplicar precios inferiores al de venta al público a los libros editados o importados transcurridos dos años desde la última edición siempre que hayan sido ofertados por los mismos durante un periodo mínimo de seis meses. La oferta y exposición de estos libros deberá realizarse separada y suficientemente indicada de la de los libros sujetos a precio fijo.

También, de acuerdo con el artículo 11, “Excepciones al precio fijo”, se observan tres supuestos que pueden permitir que el librero establezca descuentos extraordinarios: en conmemoraciones, en ferias y en días del libro; en su relación comercial con instituciones educativas y culturales, como bibliotecas, archivos, museos, universidades, etc., y —con una formulación imprecisa que se presta a la interpretación— “mediante acuerdo entre editores, distribuidores y libreros, podrá establecerse una oferta anual de precios para fondos específicos, periodos concretos y delimitados en el tiempo”.

En Portugal, los decretos ley 216/2000 y 196/2015 establecen la Ley del Precio Fijo del Libro. En ellos se asume que la medida tiene como principal objetivo la “corrección de anomalías verificadas en el mercado del libro” y la creación de las “condiciones para la revitalización del sector” y para el

“desarrollo de políticas culturales de desarrollo en los dominios del libro y de la lectura”. La ley portuguesa establece, igualmente, algunas excepciones sobre la regla general: los manuales escolares, los libros usados o de bibliófilo, los libros agotados o descatalogados y las suscripciones en fase de republicación.

En Argentina, la Ley de Defensa de la Actividad Librera, Ley Nacional 25542, promulgada en 2002, hace las veces de ley del precio fijo. En ella se enuncia de manera explícita —desde su mismo título— el propósito de la legislación: proteger el canal de las librerías como punto de contacto primordial entre el lector y el libro. Esta ley establece, también, márgenes de flexibilidad para la aplicación de descuentos en circunstancias excepcionales: ventas realizadas durante ferias, días y semanas consagradas al libro, y ventas realizadas a bibliotecas y otras instituciones culturales.

En Brasil, la Ley 81-766 Relativa al Precio del Libro, modificada por la Ley 81-500 de 1985, establece el precio fijo del libro y deja en manos del minorista descuentos no superiores al 5% del precio originalmente establecido por el editor. Contempla la excepción de establecer descuentos adicionales sobre aquellos libros editados o importados que tengan más de dos años y cuya última reposición se haya hecho más de seis meses atrás.

En Ecuador, la Ley del Libro, Ley 2006-47, determina en su Capítulo iv (art. 17-20) las políticas relacionadas con el precio fijo y los descuentos, bajo el precepto de que “deberá establecerse un precio uniforme de venta al consumidor final [...] independiente del lugar o punto de venta”, y asume excepciones relacionadas con libros editados en número limitado, libros artísticos, libros antiguos y de colección, libros usados y libros descatalogados.

En México, el Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura, por acuerdo de 2015, publicó los Lineamientos para el Funcionamiento del Registro Único de Venta al Público de los Libros con la voluntad de “establecer las reglas para crear y mantener permanentemente actualizada la base de datos, con acceso libre al público, que contenga el Registro del Precio Único de Venta al Público de los Libros”. No parece que se hayan estimado excepciones a la regla general.

El grueso de las medidas que se arbitran en las legislaciones latinoamericanas tiene que ver, sobre todo, con medidas fiscales y/o financieras. La ley colombiana ofrece de manera explícita recursos para el otorgamiento de créditos para la apertura o la ampliación de las librerías (Cap. vi, art. 29) y ofrece deducciones a la renta sobre las inversiones que se realicen para la constitución o extensión de librerías (art. 30). La Ley 98 del 22 de diciembre de 1993 invita, adicionalmente, a que los municipios que acojan librerías las exoneren en un

porcentaje determinado de los impuestos de industria y comercio (art. 34). La ley chilena, por su parte, establece descuentos fiscales sobre el inventario en función del número de años que el librero conserve los fondos (Tít. II, art. 10). El artículo 12 del Capítulo IV de la Ley del Libro ecuatoriana propone abrir y canalizar líneas de crédito preferentes, de la banca privada y pública, a favor de personas naturales y jurídicas que quieran invertir en el establecimiento de nuevas librerías [...] destinadas a propiciar sus actividades específicas. El Gobierno de Guatemala ofrece, en términos generales, sin especificación, beneficios fiscales, ayuda material y estímulos a las empresas que se dediquen a la comercialización y difusión del libro (Cap. IV, art. 15).

La Ley de Fomento para la Lectura y el Libro mexicana deja a discreción de las autoridades competentes la adopción de políticas y medidas jurídicas, fiscales y administrativas que contribuyan a fomentar y fortalecer el mercado del libro (Cap. IV, art. 15). En cuanto al Distrito Federal se mencionan, expresamente, incentivos fiscales para las medidas encaminadas a la renovación tecnológica y la modernización de todos los agentes de la cadena de valor, incluyendo las librerías.

Perú, por su parte, en su Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura, ofrece beneficios tributarios generales para todas las fases de la industria editorial, entre ellas el establecimiento de librerías y la comercialización de libros (Tít. IV, Cap. I, art. 17, 1). En el artículo 19 se añade una exoneración específica del Impuesto General a las Ventas (IGV) para la importación y venta de libros y productos editoriales. Por último, en el artículo 23, se estipulan los descuentos en las tarifas postales para el envío de libros y productos editoriales. La República Dominicana, en el Capítulo I de su ley, en la sección de “Términos y definiciones”, establece una serie de instrumentos de acción pública para la adopción de un régimen tributario de incentivos para los actores del proceso de creación intelectual del libro, del proceso editorial y del sector librero (Cap. I, 3), y la promoción de un régimen crediticio preferencial y de acceso a los mecanismos de impulso a las industrias nacionales para los partícipes en el proceso editorial y librero (Cap. I, 6). En su Título III, dedicado al “Régimen de incentivo y apoyo a la oferta y demanda editorial y al fortalecimiento del sistema nacional de bibliotecas”, ofrece incentivos a la actividad empresarial para las librerías constituidas como personas jurídicas; las exonera del impuesto sobre la renta durante un periodo de diez años siguientes a la entrada en vigor de la ley (art. 13).

Por último, dentro de su artículo 9.6, el Consejo Nacional para la Política del Libro promueve campañas específicas de adquisición de libros con énfasis

en la empresa y la economía locales. En Uruguay, el Capítulo II, referido al “Régimen económico fiscal”, establece, en su artículo 10, tarifas específicas de consumo eléctrico equiparables a las de los diarios, periódicos y talleres gráficos con los que trabajen. En el artículo 11 añade otros beneficios de asistencia crediticia mediante los cuales las instituciones bancarias oficiales puedan establecer sistemas promocionales que establezcan descuentos de vales, conformes, letras y títulos para editores y libreros. Finalmente, concede descuentos especiales para tarifas postales (art. 14). La Ley del Libro venezolana de 1997, en el Capítulo I, “Del fomento editorial”, artículo 27, concede a las empresas editoriales dedicadas exclusivamente a la impresión, edición o publicación de libros en el país, al igual que a las librerías, la exención del impuesto sobre la renta durante los primeros diez años siguientes a la entrada en vigor de la ley.

En lo relativo a la capacitación y formación continua de los profesionales de la librería, al menos seis países ofrecen una formulación legal con respecto a su fomento y regulación: la Ley del Fomento del Libro y la Lectura, Ley 25446, del Gobierno argentino, en su Capítulo V, sobre el “Fomento de la demanda editorial y de los hábitos de lectura”, se preocupa por coordinar con otros organismos del Estado nacional, provincial y municipal los programas de capacitación de los autores, los trabajadores de la industria editorial y las artes gráficas, los libreros, los bibliotecarios, los traductores, los redactores editoriales y los agentes literarios (art. 20). En el Capítulo III de la Ley del Libro colombiana se dictamina que, con el fin de dotar a la industria editorial y a las instituciones pertenecientes al sector del libro que presten servicios a la comunidad, tales como librerías y bibliotecas, de personal idóneo con formación a nivel tecnológico, se creará un centro nacional de capacitación que pueda crear, a su vez, centros regionales para la formación de sus profesionales. La Ley del Libro ecuatoriana, en su artículo 4.c. apuesta por “contribuir a la formación y capacitación técnica de los recursos humanos que necesita la producción, edición, comercialización y distribución de libro”. El Distrito Federal de México contiene, en su Capítulo II, artículo 9, la oferta de cursos de capacitación, conferencias, talleres y otras actividades vinculadas a la escritura, el trabajo editorial, gráfico, librero y bibliotecario: una panoplia de cursos formativos al servicio de la comunidad profesional. Por su parte, en la República Dominicana, se establecen políticas y mecanismos para la capacitación y la educación continuada de los trabajadores y agentes del sector editorial, impresor, gráfico, distribuidor y librero instalado en el territorio nacional (art. 7). En Uruguay también se proporciona apoyo a la formación y capacitación de editores, libreros, técnicos en artes gráficas, bibliotecólogos y en general a

quienes desarrollen actividades relacionadas con el libro (Cap. I, I). Por último, en el Capítulo I, artículo 39, de la Ley del Libro venezolana, se insta a que el Gobierno nacional, así como los gobiernos estatales y locales a instancias del Centro Nacional del Libro, dicten las medidas necesarias en concordancia con otros organismos e instituciones para el fomento de la capacitación y educación continua de los trabajadores de la industria editorial y de las artes gráficas, y en especial de los libreros, traductores, redactores editoriales y agentes literarios, con el fin de que se vinculen activamente a la gestión del sector y se beneficien de su desarrollo.

Un solo país, Guatemala, contempla medidas específicamente comerciales. En su Capítulo I, artículo 2, se enuncian los objetivos de otorgar y sostener el sistema proteccionista de la industria editorial exclusivamente mientras esta cumpla con los objetivos de distribuir, comercializar técnicamente el libro y expenderlo a precios que contribuyan a mantenerlo al alcance de los sectores mayoritarios de la población y de los estudiantes en todos los niveles de la enseñanza. Protege explícitamente, por tanto, la industria librera nacional. Por otra parte, en el artículo 32 del Capítulo VII, “Disposiciones generales”, establece que, con un previo informe técnico que deberá ajustarse a las normas establecidas, el Consejo costeará la publicación de obras de autores guatemaltecos que considere fundamentales o importantes para la enseñanza de la cultura en general y procederá a su comercialización por contrato con una empresa privada.

Solamente en un caso, el del Gobierno mexicano, se arbitran medidas relacionadas con el desarrollo y la expansión digital de las librerías, algo muy necesario hoy en día. En el Capítulo III, artículo 15, VI, se habla de la promoción del desarrollo de sistemas integrales de información sobre el libro, de su distribución, de la lectura y de los derechos de autor, y también de la creación de una base de datos que contemple catálogos y directorios colectivos de autores, obras, editoriales, industria gráfica, bibliotecas y librerías mexicanas, y que esté disponible para la consulta en red desde cualquier país. Sin esa infraestructura, basada en la recopilación y la normalización de datos y en la sistematización de muchos de los procesos asociados a la edición, la producción, la distribución y la venta de los libros, es difícil concebir que las librerías de los distintos países puedan construir plataformas digitales conjuntas que ofrezcan alternativas efectivas a los usuarios.

Tras el examen de las legislaciones latinoamericanas se advierte que existe una clara preocupación por incluir las librerías en los órganos de decisión de las direcciones del libro; que a las librerías se les otorgan beneficios fiscales de

distinta naturaleza, e incluso se procura preservar comercialmente su espacio; que se piensa en la necesidad de la actualización permanente de los conocimientos profesionales y, también, en la construcción de repositorios comunes digitales que sirvan para facilitar el acceso a los contenidos editoriales y para agilizar su comercialización. Sin embargo, el examen de las legislaciones también muestra que parece necesario abordar de manera más sistemática y estratégica el apoyo a las librerías como canales predilectos de difusión y comercialización del libro. En consecuencia, se puede pensar en la posibilidad de que se amplíen los ámbitos de intervención de legisladores y hacedores de políticas públicas, y que estos entren en aspectos relacionados con la organización gremial, la distribución y la logística, la dimensión digital del negocio y la armonización transnacional. Por otro lado, parece deseable la existencia de una batería de medidas en todos los ámbitos —administrativas, gremiales, de distribución, formativas, comerciales, digitales, financieras y comunitarias— que puedan servir como inspiración a las autoridades competentes de cada país para reformular sus políticas de apoyo público a la librería.

Ahora más que nunca resulta necesario, en un contexto mundial de rediseño de la cadena de valor del libro y de irrupción de grandes agentes multinacionales, observar la manera como las autoridades culturales pueden afianzar y fortalecer el papel económico, social y cultural de las librerías.

Es importante y apropiado recordar, para concluir esta sección, que en 2011 el Cerlalc publicó el *Modelo de ley para el fomento de la lectura, el libro y las bibliotecas* con la intención de:

ofrecer a los países un instrumento efectivo en el proceso de definición de nuevas leyes de la lectura, el libro y las bibliotecas que se ocupe de manera equilibrada de los componentes del sector y que permita avanzar en la construcción de sociedades lectoras (Cerlalc, 2011, p. 13).

Efectivamente, a menos que la sociedad esté íntimamente persuadida del valor de los libros y de la lectura, y esté dispuesta a invertir el tiempo y el dinero que su disfrute exige, difícilmente la adopción de medidas podrá amparar de manera efectiva la supervivencia de los libros y la lectura. La intención del comité encargado de la redacción del *Modelo de ley para el fomento de la lectura, el libro y las bibliotecas* apostaba por

difundir esta propuesta, hacer que en cada país de la región se genere un diálogo fructífero entre todos los agentes involucrados; motivar a esos agentes;

capacitar multiplicadores y encontrar, al final, el conjunto de herramientas que cada país considera necesario y eficaz para enfrentar las nuevas realidades del sector (Cerlalc, 2011, p. 13).

No puede ser otra la intención del documento presente.

Las medidas específicas que aquella propuesta contemplaba con respecto a las librerías incluían acciones que, al menos parcialmente, ya recogen las legislaciones particulares de cada uno de los países latinoamericanos y que, como mostraremos, anticipan en buena medida las preocupaciones expresadas por los expertos encuestados para la elaboración de este informe.

El punto 3.4. del *Modelo de ley para el fomento de la lectura, el libro y las bibliotecas* marcaba, con gran ambición, el ámbito de intervención de la ley:

Las políticas pertinentes incluyen la adopción de incentivos tributarios, de crédito y de fomento; la promoción de ediciones que faciliten el acceso al libro por parte de todos los grupos de la población (arts. 44 y 49); el fortalecimiento de los sistemas de distribución, en particular, de librerías que cubran todo el país. Incorpora, también, el impulso a las exportaciones y la circulación internacional del libro mediante la reducción de costos y tributos; el apoyo a ferias y mecanismos de información y distribución eficientes; el estímulo a la edición digital, promoviendo la creación de contenidos apropiados, definiendo los marcos para proteger los derechos de editores y autores en este campo; y el apoyo a la modernización de la industria, sobre todo mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Igualmente, las políticas para promover la bibliodiversidad y la edición independiente (Cerlalc, 2011, p. 26).

Se mencionaban, en un sólo enunciado, las políticas de incentivos fiscales, la facilitación del crédito, la promoción de ediciones accesibles al público general, el estímulo a la circulación transnacional del libro mediante la reducción de tributos aduaneros, el apoyo a la presencia y la comunicación en ferias profesionales, la protección de los derechos de autor y el uso de las tecnologías digitales para la disposición de plataformas de información compartida. El resto de las proposiciones legislativas complementaban o ampliaban esta primera voluntad: el artículo 48 delineaba la necesidad de que las administraciones públicas se implicaran en el diseño y el desarrollo de catálogos en línea nacionales, interoperables, con la vocación de construir repositorios de información compartidos que pudieran servir como base para diversas accio-

nes ulteriores, entre ellas la comercial. El artículo 51 abogaba por la adopción de medidas capaces de visibilizar y hacer circular la oferta editorial local, muy mermada por la pujanza de la oferta internacional.

Para lograr sus fines, la ley preveía varios tipos de apoyos complementarios: el abaratamiento de los transportes, la financiación para la participación en ferias del libro, el fortalecimiento de las redes de distribución, la coproducción con otros países del entorno mediante el uso de las tecnologías de la impresión digital; la conformación, en fin, de catálogos comerciales con una masa crítica de contenidos suficiente y atractiva. Las autoridades culturales de cada uno de los países podrían desempeñar —según el enunciado del artículo 55, que concreta las intenciones globales del artículo 54— un papel definitivo en el fomento de creación de librerías mediante la cesión de espacios públicos, el apoyo a las actividades de fomento de la lectura y la transparencia en las condiciones de participación en las licitaciones públicas de adquisición de fondos editoriales. En la nota aclaratoria a ese mismo artículo se especificaba que, dada la dificultad de que el pequeño negocio de la librería pudiera asentarse en pequeñas poblaciones, resultaría apropiado pensar en fórmulas de exención de impuestos nacionales y locales por periodos determinados de tiempo para favorecer su implantación. También sería necesario proveer ayuda en el uso de tecnologías de la comunicación para ampliar el rango de la influencia de la librería, así como brindar asesoría en técnicas de gestión comercial. La idea era que las librerías, en un círculo virtuoso, contribuyeran a la creación de los lectores que serían su sustento. Las autoridades locales podrían apoyar la tarea mediante la cesión de espacios públicos e, incluso, mediante el fomento de redes públicas de librerías, como en algunos casos señalados.

El artículo 56 se ocupa de uno de los asuntos más mencionados en las demandas profesionales: la necesidad de impulsar el comercio transnacional del libro entre los países de la región iberoamericana mediante la negociación de tarifas postales preferenciales y la reducción o exoneración de los impuestos asociados a los trámites aduaneros. La sobrecarga burocrática y el peso financiero representados por estos impuestos y tarifas impiden en buena medida —debido a los estrechos márgenes comerciales— la circulación del libro.

En la nota al artículo 57 se aborda otro de los temas de debate más controvertidos de la industria: la política del precio fijo de los libros. La propuesta de ley aboga por “la adopción de una política de precio fijo, sobre todo para apoyar la conservación de las librerías como medios de sostener una producción bibliográfica diversa y amplia”. Para el eventual apoyo a esa política, se advierte sobre la importancia de fijar los montos máximos de descuento, del

tratamiento que deben recibir las compras públicas destinadas a bibliotecas y centros escolares, de las posibles excepciones a la norma que puedan suponer los libros de texto y otros bienes particulares (libros raros y antiguos), y de las distorsiones que podría generar la importación directa de libros extranjeros para dotaciones bibliotecarias o entidades educativas.

El artículo 59 insiste en la importancia de garantizar a las pequeñas librerías condiciones de acceso preferencial a los fondos estatales de garantía de crédito, para que no tengan que depender exclusivamente de los requisitos, en muchas ocasiones inasumibles, que imponen las entidades financieras. Ya que la pequeña librería es un negocio con márgenes reducidos, pero de alto impacto cultural, la ley se encamina a que las administraciones puedan apunlarla crediticiamente.

El artículo 61 y su comentario subsiguiente tratan sobre la necesidad de encarar medidas arriesgadas, pero necesarias, para sostener inicialmente la implantación de pequeñas librerías: la exención eventual del impuesto sobre la renta por periodos determinados de tiempo, para ayudar al asentamiento y la consolidación del negocio.

El artículo 69 de la propuesta precursora del Cerlalc intercedía por la dotación de fondos específicos para apoyar las acciones culturales emprendidas por las librerías. Instaba a promover, en fin, la circulación que los pequeños negocios locales de cercanía proporcionan para la construcción de una sociedad lectora.

**Encuesta a expertos
iberoamericanos sobre
las políticas públicas
y gremiales de apoyo
a las librerías**

Resultaba imprescindible, para la redacción de las conclusiones de este informe sobre políticas públicas de apoyo a las librerías, conocer antes las historias y las opiniones de los expertos de los países iberoamericanos, quienes podrían proporcionar una visión global de la región y aportar sugerencias.

Las preguntas que se les formularon fueron las siguientes:

1. ¿Qué políticas relacionadas con el respaldo a las librerías podría destacar en su país?
2. ¿Qué medidas cree posibles y necesarias para el fortalecimiento y el desarrollo de las librerías en su país?
3. ¿Qué clase de políticas e iniciativas, a escala iberoamericana, cree que sería conveniente poner en marcha?
4. ¿Entiende que podría ser recomendable una labor estratégica de coordinación y gestión entre los países de la región con respecto a la política de librerías? En caso positivo, exponga cuáles pueden ser las medidas y las ventajas derivadas de esa cooperación internacional. En caso negativo, exponga, por favor, cuáles pueden ser los impedimentos o inconvenientes.

5. ¿Existe algún ejemplo en el ámbito internacional que considere plausible adoptar en el ámbito iberoamericano?
6. ¿Considera que aún hay margen de maniobra para desarrollar una alternativa a las estrategias de venta de libros de las grandes plataformas multinacionales?
No
Sí
Sí es posible, pero con dificultades
7. Si su respuesta ha sido positiva a la pregunta anterior, ¿cuáles serían las medidas más urgentes que deberían ponerse en marcha a nivel local, nacional o regional para plantear una alternativa real?
8. ¿Cuáles son las medidas que podrían desarrollarse a nivel gremial para fortalecer la red de librerías independientes en su país? (Aunque las medidas que pudieran desarrollarse coincidan con las de ámbito transnacional, agréguelas).
9. ¿Cree que cabe desarrollar medidas a nivel individual, a nivel de cada una de las librerías independientes? ¿Cabría diseñar y desarrollar alguna clase de servicios que agregaran valor real a la experiencia del lector, del usuario?

Los resultados de la encuesta, agrupados por epígrafes, fueron los siguientes:

1. **¿Qué políticas relacionadas con el respaldo a las librerías podría destacar en su país?**

En algunos países del entorno iberoamericano se aplica la exención del IVA (Impuesto sobre el valor añadido) a la venta de libros. Una reclamación de la mayoría de los encuestados fue la supresión o al menos la aplicación de un IVA superreducido. En algunos países, como en el caso de El Salvador, la exención fiscal parece extenderse más allá de ese impuesto y abarcar todo lo que tiene que ver con la venta del libro. En Paraguay, la política fiscal exime del IVA la venta e impresión de libros. En otros países, como en el caso de México, llegó a existir la Ley del Precio Fijo de los Libros, si bien esta dista mucho de cumplirse cabalmente debido a las prácticas de venta directa, que no siempre respetan el canal preceptivo. En otros países, como en México y Chile, se establece la obligación legal de la capacitación permanente del personal que interviene en la creación, la producción y la difusión de los libros (diagramadores, ilustradores, fotocompositores, libreros, bibliotecarios y otros). Se trata de una acción de apoyo estatal a la formación continua necesaria en tiempos de cambio constante. Algunas leyes iberoamericanas

contemplan ayudas a la inversión para el establecimiento de librerías. En algunos casos, por ejemplo, en Chile, se contribuye tanto a la apertura como a las mejoras materiales y tecnológicas en librerías ya instaladas. Los libreros ecuatorianos subrayan que su legislación contribuye a resolver uno de los problemas más mencionados por los encuestados: los costes de aranceles y aduanas en la importación de libros extranjeros. En Ecuador, los libros importados no abonan arancel alguno. Aunque esta política arancelaria parece extendida por el resto del continente de una manera bastante homogénea, lo cierto es que el GIE (Grupo Iberoamericano de Editores) (http://www.gestioncultural.org/cc_ong_cooperacion_internacional.php?id_institucion_empresa=206317) pidió, en 2016, en su Declaración de Barcelona (<http://federacioneditores.org/img/documentos/121016-2-notasprensa.pdf> y https://www.ritmos21.com/images/carpeta_gestor/archivos/DECLARACION_DE_BARCELONA.pdf), leída con ocasión de la Feria Internacional del Libro, Liber, celebrada entre el 11 y el 14 de octubre de 2016), la eliminación de los obstáculos físicos, burocráticos y mentales que dificultan la circulación del libro. Ese documento fue entregado en la XXV Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y Gobierno en Cartagena de Indias, en octubre de 2017. En su punto tercero reclama la

ejecución de un plan con un tiempo máximo de dos años para la eliminación de las trabas arancelarias y fiscales que aún existen para la libre circulación del libro y, sobre todo, de las barreras no arancelarias y administrativas aún hoy muy abundantes en la región, y el compromiso del no establecimiento de nuevas trabas y barreras.

Ese mismo mandato fue trasladado a la XXVI Cumbre Iberoamericana de noviembre de 2018, y realzado en ella. En su punto B.8. plantea:

Fortalecer las industrias culturales y creativas iberoamericanas, considerando los diversos modelos de economía creativa y cultural existentes, procurando la vinculación de los programas e iniciativas de cooperación cultural con el fin de facilitar la innovación, la accesibilidad y la circulación de las expresiones culturales en nuestra región y evitar nuevas exclusiones sociales en la prestación de bienes y servicios culturales; para ello, impulsar el Plan Estratégico para Fortalecer las Industrias Culturales y Creativas Iberoamericanas.

2. **¿Qué medidas cree posibles y necesarias para el fortalecimiento y el desarrollo de las librerías en su país?**

En cuanto a las medidas que los expertos encuestados consideran posibles, se encuentra una amplia variedad de posibilidades:

- 2.1. Administrativas: el fomento de la conexión permanente entre las autoridades educativas y culturales de cada país y los gremios editoriales, con el fin de diseñar políticas conjuntas de promoción del libro y la lectura.
- 2.2. Comerciales: la obligatoriedad, para las entidades estatales, los colegios y las bibliotecas, de realizar sus compras de libros en librerías, respetando el canal comercial establecido; el fomento de políticas transparentes en las licitaciones y compras públicas, que les permitan, a todos los agentes implicados, el concurso en igualdad de condiciones; la adopción, en cuanto a los tratos comerciales, de políticas de descuentos homogéneas e igualitarias por parte de las editoriales.
- 2.3. Distribución, transporte y logística: la reducción o la desaparición de los aranceles ligados al transporte, la circulación, la exportación y la importación de libros; la promoción de alianzas estratégicas con correos y empresas de *courier* privadas.
- 2.4. Financieras y fiscales: la exención, en los países donde aún no se haya impuesto, del IVA a los libros y/o la imposición de una tasa cero (0%) de IVA para operaciones de venta en librerías; la concesión de créditos blandos para la apertura de librerías y/o para las inversiones iniciales necesarias, a devolver cuando se haya consolidado la instalación; el apoyo económico para la sistematización informática de los procesos de trabajo, así como para la normalización y el enriquecimiento de los datos bibliográficos; el respaldo para todos los procedimientos que sustenten la interoperabilidad de la cadena de valor del libro; la promoción de alquileres de locales de bajo costo en lugares preferentes para generar un tejido urbano en el que la promoción de ciertos valores culturales sea sólida (en algunos casos, se sugiere que estas ayudas estén vinculadas a desempeños y trabajos culturales de valía); la destinación de ayudas directas para la modernización de los espacios de las librerías, para la renovación y la modernización de las telecomunicaciones, y para las conexiones a Internet y los sistemas informáticos; la disposición de fondos específicos para la contratación de consultoría estratégica

- especializada (para elaborar planes de negocios, para asistir en la comercialización y la comunicación, etc.).
- 2.5. Comunitarias: involucración activa del Estado en políticas de promoción de la lectura, consistentes y a largo plazo, y en el apoyo a las librerías capaces de proponer una agenda cultural propia; la ayuda para la promoción de la industria editorial nacional en ferias internacionales mediante la financiación de la instalación, la logística y la promoción.
 - 2.6. Legales: el combate legal contra la piratería, que devalúa el valor de la creación y atenta contra los intereses comerciales de los diferentes agentes de la cadena del libro; la persecución y penalización de la industria de la fotocopia, que genera un mercado a veces equivalente y en algunos países muy superior al mercado legal; la imposición de la política de precio único o fijo, mediante el uso de instrumentos o recursos legislativos, como garantía de supervivencia de la red de librerías y de la diversidad de su oferta.
 - 2.7. Digitales: el diseño y el desarrollo de bases de datos bibliográficas conjuntas de la producción editorial total y de los libros comercializados a escala iberoamericana; el desarrollo de plataformas conjuntas que den visibilidad a la oferta editorial existente y que garanticen una calidad óptima del servicio.
 - 2.8. Formación: la creación de centros especializados para la formación continua, promovidos desde instancias estatales y gremiales; la promoción de una formación permanente del personal librero, sobre todo en lo que atañe al aspecto digital del oficio.
 - 2.9. Gremiales: la fundación y promoción de gremios profesionales capaces de expresar y representar los intereses de las librerías; la propiciación de relaciones más fluidas y transversales con el resto de los agentes de la cadena del libro (editores, distribuidores, etc.), así como con instituciones y establecimientos afines (bibliotecas, centros educativos, clubes de lectura, etc.), con el fin de que se teja y se fortalezca una red de intereses afines; la realización de un censo sistemático de la red de librerías de cada país, en sus diversas tipologías, y de los tipos de fondo que estas librerías comercializan.
3. **¿Qué clase de políticas e iniciativas, a escala iberoamericana, cree que sería conveniente poner en marcha?**
- Resulta decisivo que algunas de las políticas que podrían adoptarse sobrepasen las fronteras nacionales, si pretendemos que las librerías y la

industria del libro deben enfrentarse a los retos de la economía digital y de la penetración de las plataformas multinacionales. Los expertos encuestados apuestan por los siguientes paquetes de medidas:

- 3.1. **Administrativas:** la consideración de las librerías como patrimonio de interés cultural; el apoyo decisivo a la política de precio único o fijo del libro.
 - 3.2. **Comercial:** la regulación de las políticas de compra mediante el establecimiento de descuentos homogéneos y generales; el establecimiento de acuerdos de buenas prácticas globales para el respeto del canal de comercialización; la concesión de subsidios al comercio exterior del libro.
 - 3.3. **Distribución, transporte y logística:** el abaratamiento de los costes asociados al transporte para la circulación de los libros en el espacio iberoamericano; la promoción del impulso de acuerdos de coproducción con otros países del entorno para el favorecimiento de la impresión bajo demanda o la impresión de tiradas superiores; la simplificación de los procedimientos de gestión en aduanas.
 - 3.4. **Financieras y fiscales:** la concesión de beneficios fiscales; la disminución o la eliminación de aranceles a la exportación y la importación; el subsidio al comercio exterior del libro.
 - 3.5. **Comunitarias:** la realización de campañas de publicidad regionales para autores de diferentes países; el fomento y la facilitación de la visita de autores a otros países del entorno; el diseño de planes de fomento de la lectura en colaboración con autoridades educativas.
 - 3.6. **Digital:** el impulso a la implantación de procedimientos y tecnologías que promuevan el conocimiento y la relación entre los libreros de los países iberoamericanos; la elaboración de bases de datos de libros editados y comercializados.
 - 3.7. **Formación:** la creación de una escuela de formación de libreros a nivel regional.
 - 3.8. **Gremiales:** la fundación de una asociación o federación de asociaciones de libreros para la defensa y la comunicación de los intereses profesionales.
4. **Entiende que podría ser recomendable una labor estratégica de coordinación y gestión entre los países de la región con respecto a la política de librerías? En caso positivo, exponga cuáles pueden ser las medidas y las ventajas derivadas de esa cooperación internacional. En**

caso negativo, exponga, por favor, cuáles pueden ser los impedimentos o inconvenientes.

La cuarta pregunta planteada se refiere a la necesidad imperativa de explorar fórmulas de coordinación que trasciendan los límites estatales en un contexto de mercados digitales globales. Los profesionales encuestados exponen las siguientes posibilidades:

- 4.1. Administrativas y/o legislativas: el desarrollo de políticas de control efectivo de respeto a la ley de precio único; la lucha coordinada contra la violación de los derechos de propiedad intelectual.
 - 4.2. Comerciales: el aumento de la diversidad bibliográfica de las librerías, con la incorporación del acervo procedente de otros países iberoamericanos; el acuerdo con respecto a las políticas globales de descuentos comerciales homogéneos; la desincentivación de las políticas de compras estatales centralizadas, que benefician, sobre todo, a multinacionales editoriales españolas en detrimento de las ventas a través del canal de las librerías.
 - 4.3. Distribución, logística y transporte: la negociación de tasas preferenciales de transporte; el desarrollo de una estrategia de fusión progresiva de entidades y empresas de distribución, para la optimización de la logística y el transporte.
 - 4.4. Financieras y fiscales: la concesión de líneas crediticias favorables para la apertura de nuevas librerías; la exención de impuestos para estas nuevas librerías, hasta su consolidación.
 - 4.5. Comunitarias: el diseño de políticas de conocimiento del acervo editorial y cultural de los países del entorno iberoamericano.
 - 4.6. Formación: el desarrollo de políticas de capacitación continua para profesionales en distintos ámbitos: comercial, administrativo, digital, etc.
 - 4.7. Gremiales: la creación de redes de librerías asociadas a escala iberoamericana; el fomento de su asociación, para la defensa y la comunicación de sus intereses compartidos.
- 5. ¿Existe algún ejemplo en el ámbito internacional que considere plausible adoptar en el ámbito iberoamericano?**

Los problemas a los que se enfrentan los libreros iberoamericanos no son exclusivos de sus países y regiones, aunque en cada uno de ellos se presenten características singulares. En el ámbito internacional, otros países ya han enfrentado estos mismos retos y han encontrado diversas soluciones. Los expertos consultados comentan algunas de ellas:

-
- 5.1. De Francia, se destaca el desarrollo del sello de calidad concedido a librerías que cumplan con una serie de requisitos; se recuerda, igualmente, la ley de excepcionalidad cultural promovida en los años 90 por el ministro de cultura francés Jack Lang.
 - 5.2. En cuanto a Estados Unidos, se señala la relación prioritaria que los editores dispensan a los libreros independientes, y cómo esta redundante en mejoras comerciales y en diversidad bibliográfica; se distingue, también, el trabajo de la American Bookseller Association en apoyo al desarrollo de plataformas compartidas de libreros independientes (<https://www.indiebound.org/>).
 - 5.3. En Inglaterra, se da especial importancia a las iniciativas de coalición de pequeñas librerías independientes en plataformas digitales compartidas (<https://www.hive.co.uk/WhatsHiveallabout>).
 - 5.4. Con respecto a España, se hace énfasis en el desarrollo de políticas de interoperabilidad entre sistemas y en la mejora de los procedimientos que permiten una mejor comunicación entre los diversos agentes de la cadena de valor del libro (Cegal en red; Librired; Todostuslibros; Sinli, etc.); también se pone de manifiesto el desarrollo reciente de un sello de calidad propio.
 - 5.5. De Alemania, se destaca el firme compromiso con la política de precio fijo del libro y el modelo de distribución centralizado.
 - 5.6. En Chile, sobresale la iniciativa del desarrollo de cooperativas de libreros.
 - 5.7. En cuanto a México, se ponen de relieve el interés y la importancia del encuentro anual de libreros para la mejora de la comunicación y el intercambio de buenas prácticas.
- 6. ¿Considera que aún hay margen de maniobra para desarrollar una alternativa a las estrategias de venta de libros de las grandes plataformas multinacionales?**
- No
- Sí
- Sí es posible, pero con dificultades**
- La mayoría de los encuestados estima que, aunque con dificultades, cabría emprender acciones que equilibraran la preponderancia de las plataformas multinacionales en el comercio y la distribución del libro.
- 7. Si su respuesta ha sido positiva en la pregunta anterior, ¿cuáles serían las medidas más urgentes que deberían ponerse en marcha a nivel local, nacional o regional para plantear una alternativa real?**

Las medidas que, a nivel local y nacional, convendría poner en marcha para que la librería se convierta en un polo verdaderamente relevante en el comercio del libro, según los expertos participantes en la encuesta, serían las siguientes:

- 7.1. Administrativas y/o legislativas: la redacción de una ley del libro con líneas consistentes de actuación que incluyan de manera explícita las librerías; la promoción de y el apoyo a la ley del precio fijo del libro; el acuerdo con las autoridades educativas para la confección de un canon de lecturas obligatorias comercializadas a través de las librerías.
- 7.2. Comerciales: la cesión de espacios gratuitos en ferias del libro; la interdicción de aquellas prácticas, sobre todo en editoriales extranjeras, de comercialización directa de los libros con instituciones educativas sin respetar el canal de venta; el abaratamiento general del precio de los libros en contextos económicos que los hacen inaccesibles y los convierten en bienes de consumo de lujo; el respaldo a las políticas de descuentos comerciales homogéneos para todos los puntos de venta, independientemente de su tamaño; la diversificación de los productos y servicios que las librerías pueden llegar a ofrecer; la especialización de contenidos y catálogos para distinguirse de manera consistente de la competencia.
- 7.3. Distribución, logística y transporte: la realización de una logística rápida y eficiente que responda de manera diligente a la demanda; el abaratamiento de los costes de importación de libros, sobre todo en países con rentas per cápita inferiores a las medias de la región.
- 7.4. Financieras y fiscales: las mejoras fiscales que permitan a las librerías independientes competir en igualdad de condiciones con las grandes cadenas; la concesión de préstamos blandos no reembolsables ligados al fondo comercializado por las librerías y a las actividades culturales programadas.
- 7.5. Comunitarias: el diseño de librerías atractivas como espacios que acojan una oferta cultural diversa y sugerente; el desarrollo de acciones coordinadas con las autoridades culturales para el fomento del libro y la lectura; la construcción de una red de bibliotecas públicas de cercanía como complemento necesario al fomento de la lectura.
- 7.6. Gremiales: la promoción de asociaciones y la creación de redes de librerías independientes que puedan convertirse en alternativas reales a las plataformas multinacionales.

8. ¿Cuáles son las medidas que podrían desarrollarse a nivel gremial para fortalecer la red de librerías independientes en su país? (Aunque las medidas que pudieran desarrollarse coincidieran con las de ámbito transnacional, agréguelas).

Es decisivo que los problemas a los que se enfrentan las librerías no se aborden de manera individual y aislada. De lo contrario, apenas hay margen de maniobra más allá de la diferenciación de la oferta y de los servicios a nivel local. Si el reto es superior y se espera que trascienda las librerías, es preciso reforzar las estructuras de cooperación nacional e internacional con el fin de construir un proyecto diferenciador y convincente. Las medidas que, a nivel gremial, plantearon los expertos encuestados fueron las siguientes:

- 8.1. El reforzamiento de las estructuras cooperativas con la voluntad de beneficiar por igual a pequeños, medianos y grandes.
- 8.2. La intersectorialización o transversalización de las estructuras de cooperación, de manera que se generen redes de colaboración entre editores, distribuidores y librerías.
- 8.3. La cooperación en el diseño de programas culturales para las ferias del libro.
- 8.4. La promoción de la colaboración internacional para facilitar la visita de autores a diversos países.
- 8.5. El respaldo de negociaciones colectivas para la obtención de descuentos homogéneos a las librerías.
- 8.6. El impulso a las compras conjuntas y centralizadas para la obtención de precios más económicos, de la misma manera como lo gestionan las redes de bibliotecas.
- 8.7. El fomento al desarrollo de bases de datos integradas que proporcionen fácil acceso a la producción bibliográfica general y a la relación de títulos comercializados.
- 8.8. El aliento, desde los gremios, a la capacitación continua de sus miembros.
- 8.9. La defensa a ultranza de la política de precio fijo del libro.
- 8.10. La protección del canal de la librería contra las ventas directas o las licitaciones públicas que no lo tienen en cuenta.
- 8.11. El acuerdo de fórmulas de financiación o de beneficios fiscales, con las autoridades competentes, para la apertura e instalación de librerías.
- 8.12. La realización de un esfuerzo para mejorar e intensificar las relaciones con la comunidad circundante: las municipalidades, las bibliotecas, los centros educativos, los clubes de lectura, etc.

- 8.13. La producción y el fortalecimiento de iniciativas gremiales transnacionales, en el ámbito iberoamericano, a través del apoyo intelectual y técnico del Cerlalc.
- 8.14. La lucha legal contra la piratería y el contrabando.
- 8.15. La gestión, allí donde no esta no se haya establecido, de la reducción del IVA vinculado al precio del libro.

9. **¿Cree que cabe desarrollar medidas a nivel individual, a nivel de cada una de las librerías independientes? ¿Cabría diseñar y desarrollar alguna clase de servicios que agregaran valor real a la experiencia del lector, del usuario?**

No cabe duda de que es necesario que cada librería desarrolle una estrategia propia basada en la diferenciación, en la calidad y la variedad del servicio, en la oferta cultural, en la implicación con la comunidad circundante, en la capacitación permanente, etc. Los libreros y profesionales que respondieron a la encuesta opinaron que las medidas más pertinentes serían las siguientes:

- 9.1. El trabajo, de manera consistente y perdurable, en una oferta de valor diferenciadora, sobre todo en cuanto a la variedad y la calidad de los servicios ofrecidos al cliente.
- 9.2. El diseño y la propuesta de una oferta cultural atractiva y significativa.
- 9.3. La colaboración cercana con editores independientes en la promoción de sus catálogos y autores.
- 9.4. La consecución de ayudas de las editoriales para el desarrollo de campañas de *trade marketing* en el punto de venta (*displays*, productos promocionales, publicidad, etc.).
- 9.5. La búsqueda de una formación continua, sobre todo en el desarrollo y el diseño de servicios, en la gestión económica y en la dimensión digital de la librería.
- 9.6. El fomento de las relaciones con la comunidad circundante; el estrechamiento de lazos con municipalidades, bibliotecas públicas, bibliotecas escolares, centros educativos, etc.
- 9.7. La búsqueda de fórmulas de financiación alternativas como el micro-mecenazgo o el *crowdfunding*.

**Recomendaciones
en materia de políticas
públicas, gremiales
e individuales para
el fortalecimiento
de las librerías en
Iberoamérica**

El conjunto de recomendaciones en materia de políticas públicas para el fortalecimiento de las librerías es un documento no vinculante que se ha preparado con los siguientes insumos: el análisis de las legislaciones de los países iberoamericanos con respecto al apoyo actual dispensado a las librerías, el contraste con otras legislaciones internacionales en materia de políticas públicas en materia de cultura, el sondeo entre especialistas y profesionales de la mayor parte de los países iberoamericanos, y el criterio propio del responsable del informe.

Cabe pensar en un conjunto de medidas de muy diverso carácter que puedan ser impulsadas por las autoridades públicas responsables, por los gremios de los que las librerías dependen y por los profesionales de las librerías en el ejercicio cotidiano de su actividad. Existen, al menos, tal como se explicó previamente, ocho dimensiones del desempeño profesional de la librería sobre las que se podría incidir a distintos niveles: administrativa, gremial, comercial, logística, financiera y fiscal, digital, formativa y comunitaria. Muchas de las medidas adoptables podrían ser independientes en su aplicación; es decir, que podrían gestionarse y llevarse a efecto sin reparar en su posible interdependencia. Otras

muchas podrían llegar a formar un conjunto coherente que permitiera que las librerías recibieran un tipo de reconocimiento especial que impulsara definitivamente su trabajo. Esta modalidad se basaría en la creación de un sello de excelencia que distinguiría a aquellas librerías que cumplieran con determinados requisitos y que se singularizaran por su proyección comunitaria, por su defensa de la industria editorial independiente, por la calidad y la cantidad de servicios prestados a sus usuarios, y por su implicación gremial en el desarrollo de estrategias globales innovadoras, entre otras.

Es posible plantear, por tanto, dos vías complementarias de trabajo que podrían o no confluir: una batería de medidas relacionadas con las dimensiones mencionadas, que ampliarían las coberturas que las legislaciones nacionales ya proporcionan y que podrían ser aplicadas y gestionadas por las autoridades públicas y/o gremiales, y un subconjunto específico y consecuente de todas las medidas posibles, que podía llegar a convertirse en un distintivo de excelencia que avalara la calidad del trabajo de las librerías.

En el caso de la concesión de un sello de excelencia a las librerías con prerrogativas vinculadas a determinadas responsabilidades, parece razonable vincular el posible respaldo público a las librerías al cumplimiento de una serie de condiciones que tengan como objetivo la puesta en valor del fondo editorial independiente y el apoyo a la creación autóctona; el acceso mejorado de la población a los bienes culturales, en particular a los contenidos escritos; la dinamización cultural de las comunidades, y la implicación de las librerías en la alfabetización y la educación permanentes; la promoción y el fomento real de la lectura, sobre todo entre quienes tienen más dificultades para disfrutarla, etc. Bajo esas premisas cabe concebir un edificio de contraprestaciones que apunte a las librerías y que, de paso, refuerce la creatividad de los autores, la labor de los editores y las posibilidades de los lectores.

Más allá de las políticas públicas que cada uno de los países pueda implementar siguiendo o no estas recomendaciones, parece decisivo en nuestra era digital que se diseñen, se desarrollen y se adopten ciertas medidas de colaboración nacionales y transnacionales, destinadas a la creación de plataformas comunes capaces de ofrecer a los usuarios la masa crítica de contenidos, la calidad de los servicios y la diligencia en la entrega que ellos demanden. En tiempos de traspaso digital de las fronteras, se imponen estrategias globales, y las librerías no son la excepción.

En resumen, cabe pensar en tres ámbitos de intervención: medidas de apoyo singulares que extiendan las respectivas coberturas actuales de las legislaciones nacionales; medidas de apoyo locales vinculadas a los indicadores

que se establezcan para la obtención del sello de excelencia; medidas transnacionales que valoricen el patrimonio cultural escrito de Latinoamérica, y que lo hagan accesible y fácilmente localizable para sus potenciales usuarios.



Es importante tener en cuenta una advertencia que se formuló en un informe previo del Cerlalc, *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*, en la que se nos prevenía contra la creencia de que salvar las librerías es posible mediante la mera interposición de un escudo de medidas legales:

Liberados de la idea de que “salvar” las librerías es encontrar el modo de que sigan funcionando como hasta ahora, lo que queda es la resignificación, entendida en sentido amplio, no en un único sentido y, menos aun, en el sentido en que el mercadeo indica solamente. Es necesario admitir la complejidad de la situación y ampliar la vista para, por un lado y una vez más, revelar la heterogeneidad de la situación y la importancia relativa distinta que tienen

las librerías independientes frente a las cadenas y, por otro, reavivar el debate de lo que significa la penetración de nuevos actores sociales en la cadena de la prescripción y de la venta, sobre todo, cuando estas se realizan en la web (Igarza, 2013, p. 156).

Recomendaciones en materia de políticas públicas para el fortalecimiento de las librerías en Iberoamérica



Salvar las librerías del cambio en los hábitos de lectura, del cambio en las interrelaciones personales y en la adquisición de bienes y servicios no parece que pueda hacerse mediante una mera batería de medidas legales. En todo caso, si creemos que las librerías pueden y deben seguir desempeñando un papel preponderante en la sociedad del conocimiento y la información, esto se debe a que ellas aportan un valor diferencial y reconocible. Si bien es verdad que el estado y las autoridades públicas pueden ayudar de manera decisiva a

crear algunas de las condiciones necesarias para que las librerías desempeñen su papel, en última instancia la batalla se libra atendiendo a la importancia que el libro y la lectura tienen en nuestra sociedad contemporánea, considerando el espacio y el tiempo que estamos dispuestos a concederles, y observando la manera en que las librerías pueden involucrarse en la campaña por poner el libro en boca de todos.

Las recomendaciones y medidas se agrupan en públicas y privadas. Dentro de ellas, se despliegan las siguientes categorías: administrativas y/o legales, gremiales, comunitarias, financieras y fiscales, logísticas, formativas, comerciales y digitales.

Políticas públicas

Administrativas y/o legales

Una de las acciones administrativas principales que las autoridades públicas podrían poner en marcha es la creación del Sello de Librerías Excelentes. Es posible que en muchos países iberoamericanos el traspaso de competencias culturales a las autonomías o municipalidades dificulte la creación de una certificación global que pueda dar derecho a la obtención de las ventajas asociadas al cumplimiento de una serie de requisitos. El propósito del sello es la profundización de la calidad y la subsidiariedad de los servicios que puede ofrecer la librería, por medio de la recompensa a un conjunto de buenas prácticas. El sello no es sustituto ni reemplazo de las medidas que las administraciones de cercanía pueden adoptar, sino un complemento destinado a suplementarlas. La obtención de tal acreditación debería depender del cumplimiento de determinados requisitos relacionados con el fondo exhibido, la formación del personal de la librería, etc., y debería otorgar una serie de ventajas que justificarían el esfuerzo realizado:

- i. Las autoridades culturales públicas podrían promover la convocatoria anual de una acreditación en forma de sello de excelencia para las librerías, que dependería de varios factores asociados:
 - a. Variedad y cantidad del fondo exhibido y comercializado.
 - i. Alto porcentaje (35%) de títulos procedentes de sellos independientes autóctonos.
 - ii. Porcentaje de venta sobre novedades: 50% para librerías independientes y 70% para el resto.
 - iii. *Stock* de la librería en función del contenido comercializado.
 - b. Dimensiones y ubicación de la librería.

- c. Tamaño de la empresa, garantías de independencia, número de empleados e inversiones destinadas a su mantenimiento.
 - d. Capital de la empresa durante el ejercicio valorado.
 - e. Política de compras.
 - f. Indicadores de formación permanente.
 - g. Indicadores de implicación con la comunidad.
 - h. Indicadores de celebración de actos públicos y/o desarrollo de programas de fomento de la lectura.
 - i. Indicadores de participación en las asociaciones profesionales y de participación en programas transnacionales.
 - j. Indicadores de oferta de servicios físicos y en línea al público lector, de calidad del servicio ofrecido y de atención dispensada a los usuarios.
 - k. Facturación anual en función del tipo de fondo comercializado y del número de ejemplares en *stock*.
 - l. Indicadores vinculados a la sostenibilidad:
 - i. Uso de materiales reciclables en empaquetados y embalajes, expositores, material promocional, etc.
 - ii. Uso contrastado de energías renovables para el abastecimiento del centro comercial.
2. Las contrapartidas por la obtención del Sello de Librerías Excelentes podrían adoptar el siguiente formato:
- a. Medidas específicas para el acceso a las licitaciones públicas mediante la agregación de puntuaciones adicionales que promuevan su cualificación (medidas que tendrían que ser contempladas en las leyes de contratos de los sectores públicos de cada país para estipular las condiciones y establecer los límites de facturación).
 - b. Exenciones fiscales y exoneración de determinado tipo de contribuciones.
 - c. Condiciones comerciales favorables por parte de proveedores en forma de descuentos mínimos, acortamiento de los periodos de retorno de crédito, etc.
 - d. Ayudas específicas para la formación del personal librero.
 - e. Ayudas financieras para la compra de suministros.
 - f. Ayudas específicas para el mantenimiento de alquileres en entornos urbanos.
 - g. Ayudas específicas para el desarrollo de plataformas de comercio electrónico y soluciones informáticas para la prestación de servicios.
 - h. Mediación en el reparto de márgenes entre libreros y editores.

Orientadas a la relación con los gremios

Las autoridades culturales deberían favorecer el contacto regular entre las asociaciones gremiales implicadas en la cadena de valor del libro de varias maneras complementarias:

1. Al promover la colaboración y la generación de sinergias positivas que redunden en la mejora de los servicios y en la calidad de la competitividad.
2. Al poner en marcha actuaciones para la dinamización del tejido de asociaciones mediante la firma de acuerdos con consejerías o departamentos de otras áreas que se dediquen a la promoción empresarial y al impulso de la innovación.
3. Al impulsar redes colaborativas a escala transnacional con empresas del mismo sector valiéndose para ello de programas sustentados por la OEI, Organización de Estados Iberoamericanos, y organismos similares.
4. Al desarrollar infraestructuras para el fomento de foros de encuentro específicos, B2B, con el fin de mejorar el conocimiento mutuo relativo a la oferta de contenidos y servicios (empresas de todos los países que puedan publicar sus catálogos de productos y servicios, realizar búsquedas de socios adecuados para la cadena de valor, negociar contratos y suministros logísticos, y asegurar la privacidad de los datos).
5. Al estimular proyectos dirigidos al diseño, el desarrollo y la construcción de plataformas conjuntas de colaboración y comercialización B2C.
6. Al desarrollar indicadores específicos de participación en foros y asociaciones profesionales.

Orientadas a la relación con la comunidad

Es necesario que las librerías se comprometan con su entorno y sus potenciales usuarios. La librería debe entender y tratar de satisfacer las expectativas, las necesidades y las demandas de sus potenciales lectores y, para eso, debe ser un agente dinámico que realice propuestas de interés y valor. Además, la librería debe contribuir a poner el libro en boca de todos; debe ensalzar y poner de relieve los valores intrínsecos del libro. Para ello, debe hacer uso de toda clase de mecanismos y canales. La implicación de la librería en la vida de su comunidad circundante es decisiva para el cumplimiento cabal de su rol, así como para la construcción de una comunidad de intereses y afinidades que garantice su viabilidad. En este sentido, se recomienda que las autoridades culturales adopten las siguientes medidas:

1. Las autoridades culturales públicas deben integrar las librerías de manera frecuente en el diseño, la elaboración y la puesta en marcha de los programas de fomento de la lectura.
2. Las autoridades culturales públicas deben procurar que se afiance la relación entre las librerías de barrio y las bibliotecas públicas de sus distritos para emprender acciones conjuntas de promoción de la lectura.
3. Las autoridades culturales públicas deben fomentar la relación entre las librerías de barrio y las bibliotecas escolares de los centros de educación pública de cada distrito para emprender acciones conjuntas de formación de lectores y, eventualmente, de comercialización de títulos.
4. Puntualmente, las autoridades educativas deben contribuir a impulsar las relaciones entre las librerías de barrio y los órganos de representación de los colegios públicos, incluyendo las asociaciones de padres, con el fin de impulsar planes y programas de lectura y, con el tiempo, condiciones de comercialización favorables.
5. Las autoridades públicas deben favorecer la relación de las librerías con las asociaciones vecinales, los centros de mayores, etc., para el desarrollo de políticas de fomento de la lectura en entornos desfavorecidos.
6. Las autoridades culturales deben favorecer, con el acompañamiento de las autoridades fiscales, la creación de clubes de lectura presenciales y en línea, mediante subvenciones específicas, con el fin de crear comunidades estables de interés.
7. Las autoridades culturales deben estimular el uso de las redes sociales por parte de las librerías para mantener una comunicación regular y específica con usuarios y lectores potenciales.
8. Las autoridades culturales deben promover la participación de las librerías en ferias públicas y ayudar a la confección de programas específicos de actividades para el estímulo del interés lector.
9. De acuerdo con los gremios, las autoridades públicas deben contribuir al desarrollo de programas conjuntos para la difusión y la promoción de la lectura a través de la radio y la televisión públicas.
10. Por último, como fruto del mismo acuerdo, convendría desarrollar indicadores específicos que tengan en cuenta la asiduidad y la calidad de las acciones emprendidas.

Financieras y fiscales

Las librerías, en su gran mayoría negocios de pequeñas o medianas dimensiones, necesitan estímulos fiscales indirectos y ayudas financieras directas para

mantener su actividad profesional. Dado el interés cultural intrínseco de su labor, resultaría apropiado que se adoptara una serie de medidas de estímulo y exención, ya sea como medidas generales, o como resultado del cumplimiento de las condiciones especificadas en el Sello de Librerías Excelentes.

1. Conceder exenciones vinculadas al sello de excelencia:
 - a. Exenciones fiscales vinculadas a la formación.
 - b. Exenciones fiscales vinculadas a las compras.
 - c. Exenciones fiscales vinculadas a la contratación.
 - d. Exenciones fiscales sobre alquileres en centros urbanos.
2. Convocar ayudas específicas con distinto objeto:
 - a. Ayudas específicas para la formación del personal librero.
 - b. Ayudas financieras para la compra de suministros.
 - c. Ayudas específicas para el mantenimiento de alquileres en entornos urbanos.
 - d. Ayudas específicas para el desarrollo de plataformas de comercio electrónico y soluciones informáticas para la prestación de servicios.
3. Promover la armonización impositiva entre los países miembros, con vistas a la progresiva creación de un verdadero mercado único de circulación de libros y bienes culturales en todo el territorio iberoamericano.

En el debate sobre la fiscalidad de los productos culturales, sería recomendable que las autoridades culturales, de acuerdo con las fiscales, establecieran un IVA de 0% sobre el precio de los libros o, alternativamente, un IVA superreducido.

En la misma lógica, parece conveniente que las autoridades públicas convengan en promover el precio fijo de los libros, limitando el descuento máximo que las librerías puedan ofrecer a sus clientes, para asegurar que los pequeños libreros independientes, garantes de la diversidad bibliográfica y de la presencia de la librería en pequeñas comunidades locales, puedan competir en igualdad de condiciones con los agentes de grandes dimensiones. La experiencia muestra que la confrontación por los descuentos, en mercados donde el precio se liberalizó completamente, condujo al cierre de gran parte del tejido librero independiente, incapaz de soportar la reducción drástica de los márgenes comerciales. Sin su principal fuente de financiación, apenas cabe pensar que pueda extenderse una red sana y auto-suficiente de librerías.

Es cierto que la fijación del precio de los libros por ley impediría que las librerías pudieran utilizarlo como una de las estrategias para la captación de clientes y lectores, sobre todo en situaciones en las que el precio final de los

libros importados resulta difícilmente asumible, o en situaciones en las que, simplemente, el poder adquisitivo de la población o el reducido tamaño del mercado exige descuentos adicionales. No existe unanimidad con respecto a la pertinencia o a la impracticabilidad de esta medida; sin embargo, parece claro que la sujeción del precio estabiliza y estimula el tejido global de las librerías, y garantiza su capilaridad en todo el territorio. Se trata, en consecuencia, de una medida que pretende respaldar un bien cultural común más allá de los beneficios individuales que puedan derivarse de la gestión particular de los precios y los descuentos. Es una estrategia estatal que cada cual deberá o no aplicar después de sopesar factores de diversidad cultural, acceso y alfabetización, y factores de libre comercio y distribución.

Comerciales

La comercialización de libros se ha visto drásticamente afectada por varias razones coincidentes: por el despliegue de las plataformas digitales y de los nuevos hábitos y prácticas de compra y lectura, por el declive progresivo de las cifras de compra de libros en competencia con otros hábitos culturales concurrentes, y por la pérdida progresiva de protagonismo del libro en el espacio cultural. Si entendemos que las librerías deben ser polos culturales que contribuyan, con su oferta y sus acciones, a la conformación de una comunidad de interés, y que participen en la vida del barrio o del distrito mediante su implicación en toda clase de acciones de fomento de la lectura, las ayudas públicas a la comercialización parecen precisas y deben centrarse en:

1. Fomentar las compras públicas a través de las librerías respetando escrupulosamente el canal principal de comercialización.
2. Desarrollar un acuerdo intergremial de buenas prácticas al respecto.
3. Ofrecer ayudas a la exportación, siguiendo modelos conocidos y contrastados, bajo distintas modalidades:
 - a. Concesión de ayudas para el diseño y el desarrollo de planes de exportación a mercados objetivos; prestación de servicios de asesoramiento en el diseño de los planes de negocio e inversión, y financiación de la proyección internacional.
 - b. Financiación de las inversiones en activos productivos, necesarias para la puesta en marcha de los planes de internacionalización y exportación.
 - c. Financiación de la implantación comercial en otros países, en el caso de que las empresas pretendan radicarse fuera de su territorio original.

- d. Protección frente a posibles impagos de contratos de exportación en cuantías por determinar.
- e. Anticipos de facturación en mercados exteriores y/o prefinanciación para la cobertura de los costes asociados a la elaboración y/o preparación del bien exportado:
 - i. Anticipo de facturas generadas por operaciones de exportación con una fecha de vencimiento determinada.
 - ii. Financiación hasta del 100% de los importes de las ventas de los libros hasta un tope máximo por determinar.
4. Ofrecer ayudas para el diseño, el desarrollo y la puesta en marcha de plataformas de comercialización digital centralizadas y de soluciones informáticas para el desarrollo de nuevos servicios al usuario.
5. Vincular las ayudas fiscales a la exhibición de un catálogo de editores autóctonos e independientes tal como se establece en la articulación del Sello de Librerías Excelentes.
6. Financiar proyectos vinculados a la apertura de establecimientos comerciales en centros urbanos y sobre todo en medios rurales, con el fin de promover la comercialización y de favorecer el acceso a bienes de interés cultural.
7. Mediar, en la medida en que las leyes de libre mercado lo permitan, en la fijación de márgenes comerciales globales e igualitarios para la red de librerías.
8. Reducir los aranceles vinculados a la importación de catálogos extranjeros.

Distribución, logística y transporte

En muchos países, la fragmentación y la multiplicación de las empresas distribuidoras dificulta que los lectores puedan acceder con puntualidad y eficiencia a los libros y a los contenidos que piden y necesitan. En algunos otros sectores económicos se ha demostrado que la distribución es un factor clave para la satisfacción de las necesidades de los usuarios, y se ha optado por un modelo de progresiva sinergia y agrupación empresarial que garantice la entrega puntual de los bienes adquiridos.

La situación se agudiza cuando se trata de compras a través de plataformas digitales. Por una parte, los usuarios adquieren bienes físicos que esperan recibir en el plazo más breve posible. Su expectativa, incrementada por el tipo de servicios que ofrecen las plataformas multinacionales competidoras, debe satisfacerse mediante el diseño de un servicio de entregas ágil y puntual, que implicaría un proceso de fusión que probablemente requiera de la ayuda y el

estímulo públicos. Por otra parte, en países y espacios donde la construcción o la habilitación de librerías físicas es difícil, conviene impulsar proyectos de distribución digital de contenidos a dispositivos móviles. Con ese fin, la ayuda pública directa para la digitalización de contenidos, para el diseño y el desarrollo de plataformas de venta, descarga y distribución, y para el desarrollo de aplicaciones móviles constituiría un incentivo interesante.

Finalmente, los costes para arancelarios y de desaduanización, y de transportes y mensajerías lastran tanto la importación de libros extranjeros como el comercio entre los diversos países iberoamericanos. La variedad de la oferta bibliográfica y el conocimiento de la diversidad cultural entre las naciones iberoamericanas se ve constreñido por una intrincada legislación aduanera y costosos fletes de transporte y abonos de aranceles. Todas las políticas a este respecto deben orientarse a la facilitación de la circulación de los libros y al abaratamiento de las tasas e impuestos vinculados.

Las medidas de carácter general que podrían arbitrarse son:

1. Ofrecer ayudas públicas para la fusión de cooperativas y/o empresas de determinado volumen de negocio:
 - a. Gastos de constitución generados por la fusión de empresas (legalización, auditorías, información y difusión del proyecto de integración de socios, empleados y consejos rectores, y asesoramiento), con hasta un 100% del importe.
 - b. Gastos de consolidación realizados dentro de los dos primeros años de funcionamiento de la empresa fusionada, que incluyan gastos de promoción de la integración, de formación y de administración derivados de la fusión (integración de sistemas informáticos, sistemas productivos, etc.). Estos gastos se cubrirán con hasta un 50% del importe.
2. Impulsar proyectos estratégicos transversales centrados en el desarrollo de soluciones digitales innovadoras (*apps*, web, Big Data) que faciliten la búsqueda, la reserva, la consulta, la visualización, impresión o descarga, la compra y el pago de los contenidos adquiridos y su posterior distribución personalizada mediante desplazamientos intermodales (cuando sea necesario) que mejoren la integración territorial.
3. Diseñar y desarrollar proyectos que impulsen la construcción de catálogos en línea globales para la consulta de la producción editorial global y de los títulos efectivamente comercializados.
4. Establecer, en consecuencia, todos los procedimientos y protocolos necesarios para que las editoriales, las distribuidoras y las librerías

- intercambien una documentación comercial estandarizada y alimenten los datos necesarios preocupándose por su calidad:
- a. Códigos únicos de identificación global para los agentes CSL.
 - b. Definición de las diferentes situaciones del libro (definiciones consensuadas sobre los diferentes estados o situaciones del libro —agotado, descatalogado, en reimpresión, etc.—).
 - c. Protocolos administrativos sobre pedidos y devoluciones.
 - d. Protocolos sobre comunicación de novedades.
 - e. Protocolos sobre identificación del precio de venta al público de los libros.
 - f. Clasificación de materias desde el punto de vista comercial (BIC o Thema).
 - g. Protocolos de implantación de la impresión bajo de manda B2B.
 - h. Protocolo para el suministro y devolución de libros.
 - i. Protocolos sobre el depósito de libros.
 - j. Protocolos sobre la gestión de códigos de barras de los libros.
5. Fomentar, desarrollar y modernizar las infraestructuras intermodales marítimas, de ferrocarril, de carretera y aéreas, y favorecer un grupo de excelencia de centros intermodales previamente identificados.
 6. Implantar deducciones por inversión en la adquisición de vehículos industriales de la categoría que se establezca o establecer mecanismos fiscales para favorecer la adquisición de vehículos industriales menos contaminantes.
 7. Diseñar políticas arancelarias y aduaneras que faciliten la circulación de los catálogos editoriales entre los países iberoamericanos por medio de la reducción significativa o la eliminación de las tasas y los gravámenes asociados.
 8. Armonizar, en la medida de lo posible, el tratamiento arancelario para las importaciones de libros extranjeros, independientemente de su procedencia.

Formativas

La formación permanente de los profesionales de la librería es un requisito esencial para que la prestación de servicios que ellos ofrecen sea de la mayor pertinencia y la mejor calidad posibles. La transformación digital de las empresas, sobre todo, requiere que los profesionales de la librería se actualicen y se pongan al día en sus competencias profesionales.

1. Definir colaborativamente, con los agentes implicados, escenarios futuros de la profesión de librero para especificar sus nuevas competencias.
2. Estudiar la viabilidad y la pertinencia de la creación de escuelas permanentes, de ámbito nacional, para la formación de librereros y/o explorar posibles acuerdos con escuelas de formación profesional para la habilitación de programas específicos.
3. Ofrecer ayudas fiscales para el fomento de la formación permanente vinculadas al sello de excelencia. Otorgar ayudas, igualmente, para la movilidad de los profesionales, bien sea para la asistencia a ferias y eventos con componente formativo, o para la realización de prácticas y pasantías en países de la región.
4. Desarrollar indicadores para la verificación de la formación permanente anual de las librerías y para el análisis de la evolución de la demanda de competencias.

Digitales

Como en muchos otros sectores económicos, la transformación digital de las empresas y de los hábitos de compra y consumo ha supuesto, en el sector de las librerías, una verdadera revolución. Resultan por eso necesarias todas las intervenciones públicas que estén encaminadas a la digitalización de contenidos, al fomento del comercio electrónico, a la mejora de la experiencia de usuario y al desarrollo de servicios de valor añadido en la red. En esas circunstancias resultarían aconsejables las siguientes medidas públicas:

1. Ofrecer ayudas vinculadas al desarrollo de infraestructuras de comunicación, bases de datos, protocolos interoperables y procedimientos asociados que sirvan como fundamento para el desarrollo de plataformas digitales integradas.
2. Ofrecer ayudas para el diseño, el desarrollo y la implantación de plataformas comerciales unificadas con una oferta de contenidos representativa de los países iberoamericanos.
3. Ofrecer ayudas para la integración de servicios de valor añadidos como: impresión bajo demanda, compra física, compra digital, etc.
4. Ofrecer ayudas para el desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles digitales en entornos BYOD. En entornos donde resulte dificultosa la construcción y la implantación de nuevas librerías, será primordial que los ciudadanos puedan acceder con facilidad a contenidos digitales de calidad a través de aplicaciones que hayan sido desarrolladas, administradas y curadas por la comunidad librera.

5. Ofrecer ayudas para la promoción de la distribución y la comercialización de contenidos digitales.
6. Ofrecer ayudas para la promoción de la lectura digital y para planes de estudio y seguimiento de los hábitos y las prácticas lectoras que se hayan desarrollado.
7. Promover la formación permanente de los libreros en el uso y el aprovechamiento de las tecnologías digitales.

Políticas privadas

Si bien las autoridades públicas son las responsables de generar condiciones que favorezcan la diversidad de la oferta cultural, la accesibilidad universal y la protección de la propiedad intelectual, los gremios y los libreros particulares tienen, por su parte, la responsabilidad de fortalecer un tejido que promueva asociaciones, de desarrollar iniciativas conjuntas que generen un claro valor añadido para los usuarios y de promover la formación permanente de sus miembros. Su labor también puede desplegarse en los ocho ámbitos ya mencionados.

Administrativas

Los gremios deberán promover entre sus miembros la adopción de procedimientos de trabajo orientados al cumplimiento de todos los requisitos que harían posible que las librerías consiguieran el sello de excelencia y los beneficios a él asociados. Entendemos por acciones administrativas aquellas orientadas al cumplimiento de las pautas del sello de calidad.

En consecuencia, los libreros deberían tratar de:

1. Gestionar un fondo variado y de calidad con un alto porcentaje de títulos propios.
2. Ubicar la librería en lugares de tránsito de peatones donde se acceda fácilmente a la oferta editorial.
3. Diseñar y acondicionar locales acogedores en los que puedan celebrarse encuentros culturales de diversa índole.
4. Desarrollar relaciones permanentes y regulares con los miembros y las instituciones de la comunidad.
5. Fomentar el empleo de calidad y la formación permanente de los empleados.
6. Preocuparse por el impacto ambiental de sus políticas de compras y de la gestión de su negocio.

Orientadas a los miembros del gremio

Por su parte, los gremios que forman parte de la cadena o —cada vez más— de la red de valor del libro, deberían:

1. Apostar por estructuras de colaboración transversal que permitan conformar grupos de trabajo específicos en torno a retos o problemas determinados.
2. Romper, en la medida de lo posible, con las estructuras estancas y verticales tradicionales que impiden el planteamiento de retos comunes.
3. Trabajar en pos de la creación de una red conformada por agentes de toda índole que puedan aportar valor real a nuevos modelos de negocio.
4. Promover medidas de sostenibilidad del modelo de negocio entre todos los profesionales agremiados (uso de materiales reciclables en embalajes y productos promocionales, atención al uso de energía, etc.) mediante la puesta en marcha de un pacto de cero emisiones.

A nivel individual, o al nivel de cada librería, es recomendable:

1. Que participen de la vida gremial y comunitaria, pues en la colaboración está la fuerza de sustentación y transformación.
2. Que valoren y protejan la industria editorial independiente, la creación literaria y el pensamiento, autóctonos, sin demérito de la incorporación a su oferta del resto de la producción editorial de valor.
3. Que se conviertan en polos de oferta cultural de primera calidad en sus respectivas comunidades.
4. Que procuren satisfacer los criterios necesarios para el sello de excelencia que las administraciones, eventualmente, podrían otorgar.
5. Que se conviertan en valedoras de las políticas medioambientales de impacto cero.

Orientadas a la relación con la comunidad

Los gremios profesionales podrían:

1. Implicarse en toda clase de acciones y campañas destinadas a la promoción del libro y la lectura.
2. Establecer un marco de relaciones estable con las autoridades locales para el diseño y el desarrollo de campañas de fomento de la lectura y de promoción de la librería.
3. Gestionar una relación estrecha y regular con la red de bibliotecas públicas y escolares.
4. Proporcionar a los libreros argumentos y material para la gestión de campañas de promoción del libro y la lectura.

En cuanto a las acciones que los libreros podrían poner en marcha a nivel individual se encuentran las siguientes:

1. Establecer relaciones con las bibliotecas públicas, los centros escolares, las asociaciones vecinales y otras organizaciones de su entorno.
2. Promover y difundir activamente una oferta cultural constante, de interés para su entorno más inmediato, y en especial aquellas acciones dirigidas a implicar a un potencial público lector infantil y adolescente.
3. Participar en las campañas de promoción del libro y la lectura por medio de actos y exposiciones dentro y fuera de la librería.
4. Gestionar activamente sus perfiles en redes sociales, mostrando sus apuestas editoriales, su oferta cultural y su línea estratégica de trabajo.

Financieras y fiscales

Los gremios deberán procurar, junto a las administraciones culturales municipales y/o nacionales, que se destinen anualmente bolsas de ayuda para la revalorización cultural y la modernización de las librerías, y deberán facilitar a sus miembros las gestiones necesarias para la obtención de dichas bolsas. Como parte de la misma dinámica, los gremios deberán trabajar con otras dependencias de las administraciones públicas para la obtención de beneficios fiscales y de ayudas directas en asuntos relacionados con la exportación y la importación de libros, los trámites aduaneros, la adquisición de infraestructuras para la gestión del negocio y la formación permanente de personal.

Comerciales

El papel de los gremios en asuntos comerciales podría basarse en:

1. Interceder por la simplificación de los procedimientos aduaneros de importación de libros y por la exoneración de las tasas asociadas.
2. Facilitar protocolos de consultoría especializada a las editoriales agremiadas para el diseño de planes de negocio globales con especial atención a la gestión comercial y a la viabilidad financiera.
3. Mediar, ante las autoridades públicas y las distintas agencias implicadas en el comercio interior y exterior, para la obtención de ayudas financieras y estímulos fiscales a la comercialización del libro.

Las librerías podrían poner en marcha, a título individual, estrategias como:

1. La negociación, con las distribuidoras y/o editoriales, de márgenes comerciales superiores en función del tratamiento que ofrezcan a los libros de sus catálogos y en función de su implicación en la promoción de los libros.

2. La colaboración estrecha con los distribuidores y/o editores para precisar el perfil de la oferta más adecuada para cada espacio.

Distribución, logística y transporte

Es recomendable que los gremios y las empresas asociadas:

1. Promuevan la generación de fusiones y/o sinergias entre empresas distribuidoras con miras a la mejora del servicio al cliente.
2. Estudien fórmulas de reparto de los márgenes comerciales entre los agentes implicados en la cadena de comercialización y distribución (en el caso de que una venta pudiera producirse en una plataforma sindicada en la que el usuario no haya atribuido la compra a ninguna librería en particular).
3. Profundicen en la elaboración y la accesibilidad de bases de datos únicas de libros editados y disponibles, así como en los protocolos de comunicación y normalización de intercambio de datos. Que trabajen en pos de la calidad y la cualificación de los metadatos vinculados a cada libro.
4. Negocien con las autoridades competentes la reducción significativa de los impuestos de aduanas vinculados a la importación de libros.
5. Negocien con las empresas de transportes y mensajería precios globales para el sector, teniendo en cuenta los márgenes comerciales del producto específico.
6. Negocien precios específicos con las empresas de mensajería y transporte internacional para facilitar la circulación de los libros y de otros bienes culturales entre los países iberoamericanos.

Desde la perspectiva de las librerías, las acciones que parecen aconsejables son:

1. La participación activa en la estrategia de construcción de plataformas compartidas de bienes y servicios.
2. La adopción de las normas dictadas por los organismos reguladores en cada país referentes al intercambio de información entre los agentes de la cadena de valor, a la visibilidad de su oferta y a la calidad de los datos ofrecidos.

Formativas

El papel de los gremios profesionales en este aspecto parece, igualmente, capital. Consistiría en:

1. Diseñar mallas o propuestas curriculares orientadas a la adquisición de las competencias necesarias para el desempeño del oficio de librero.

2. Deliberar sobre el nivel académico de las posibles titulaciones. Estas podrían adscribirse, en cada país, a itinerarios de formación profesional o a titulaciones de grado superior, dependiendo de las circunstancias y necesidades particulares.
3. Diseñar ofertas anuales de cursos de formación continua para profesionales en ejercicio con especial atención a la dimensión digital del oficio.
4. Encaminar esfuerzos a la creación de una escuela permanente en la que puedan participar diversas entidades, ya sea privadas o educativas.
En cuanto a las librerías, cabría esperar que se decidieran a:
 1. Participar regularmente en las formaciones continuas propuestas por las escuelas de libreros, especialmente en el caso de que aspiraran a obtener los beneficios derivados del sello de excelencia.
 2. Proponer a los gremios temas y asuntos de interés que pudieran formar parte de la oferta formativa.
 3. Contratar en régimen de prácticas a los aspirantes a libreros, con las posibles exenciones fiscales que marcara la ley.

Digitales

El papel de los gremios en este ámbito podría basarse en:

1. Promover la formación de sus agremiados en el conocimiento y el uso de las herramientas digitales, y en el valor de las economías de escala que pueden generarse mediante la adición de contenidos y servicios.
2. Favorecer la creación de los sistemas, los protocolos y la documentación que sean necesarios para informar sobre los libros en venta. Impulsar la formalización de normas concretas sobre contenido, formato y nombres que permitan el intercambio de información entre los componentes de la cadena del libro, los editores, los distribuidores y las librerías, de manera automatizada.
3. Fomentar la agregación de contenidos a las bases de datos compartidas sobre los libros en venta, con la calidad y atención que se requiere.
Las librerías deberían hacer un esfuerzo especial para:
 1. Sumarse a todos los esfuerzos que supongan la construcción de plataformas compartidas, pues no se trata solamente de acrecentar la cantidad de oferta disponible, sino también de mejorar la calidad del servicio, la disponibilidad y la eficiencia de cara a los clientes.
 2. Procurar que todos los empleados de la librería se formen en el uso y el manejo de las herramientas y los recursos digitales, para obtener el máximo provecho de ellos.

3. Participar en todas las iniciativas que entrañen la agregación de contenidos a bases de datos compartidas.
4. Seguir estrictamente los protocolos desarrollados por las asociaciones gremiales y/o las instancias estatales.
5. Hacer un esfuerzo adicional para proyectarse a través de la red, gestionando su identidad digital de manera activa.

Bibliografía

Igarza, R. (2013). *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*. Bogotá: Cerlalc.

Cerlalc. (2011). *Modelo de ley para el fomento de la lectura, el libro y las bibliotecas*. Bogotá: Cerlalc.

Legislación y normativa

Argentina

Ley 25.446- Ley del Fomento del Libro y la Lectura (2001).

Ley 25.542- Ley de Defensa de la Actividad Librera (2002).

Bolivia

Ley 366- Ley del Libro y la Lectura Óscar Alfaro (2013).

Brasil

Ley 81-766- Relativa al precio del libro, modificada por la Ley 81-500 (1985).

Chile

Ley 19.227- Por la cual se crea el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, modificada por la Ley 20.435 (2010).

Colombia

Ley 98- Democratización y Fomento del Libro Colombiano (1993).

Resolución 1508- Carácter científico o cultural de los libros (2000).

Costa Rica

Decreto 32662-C- Creación del Consejo Nacional del Libro y la Lectura (2005).

Cuba

Resolución 826- Modifica el objeto del Instituto Cubano del Libro (2010).

Guatemala

Decreto 58-89- Ley de Fomento del Libro (1989).

Ecuador

Ley 47- Ley del Libro (2006).

El Salvador

Decreto Legislativo 808- Ley del Libro (1994).

España

Ley 10/2007 de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas (2007).
Real Decreto-Ley 6/2000 (2000).

Honduras

Decreto 218- Ley de Fomento para la Lectura y el Libro (2012).

México

Ley de Fomento para la Lectura y el Libro (2008).
Acuerdo II-CNFL.08.2015-Lineamientos para el Funcionamiento del Registro del Precio Único de Venta al Público de los Libros (2015).

México Distrito Federal

Ley de Fomento para la Lectura y el Libro del Distrito Federal (2011).

Nicaragua

Decreto 32-2005- Creación del Consejo Nacional del Libro (2005).

República Dominicana

Ley 502-08- Por el cual se dictan normas para el fomento del libro y la democratización de la lectura (2008).

Panamá

Decreto Ejecutivo 451- Por el cual se crea el Consejo Nacional del Libro y la Lectura (2005).

Paraguay

Ley 24- Ley de Fomento del Libro (1991).

Perú

Ley 28086- Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura (2003).

Portugal

Decreto Ley 216/2000.
Decreto Ley 196/2015.

Uruguay

Ley 15.913- Ley del Libro (1987).

Venezuela

Ley del Libro (1997).