

Taller de discusión sobre el proyecto de ley de precio único del libro en Colombia realizado por el Observatorio Editorial Colombiano del Instituto Caro y Cuervo

Comentarios de los participantes

Bogotá, 26 de marzo de 2021

Proceso de participación

Con motivo de la invitación que desde el Grupo de Literatura del Ministerio de Cultura se hizo al Instituto Caro y Cuervo ICC y se extendió al Observatorio Editorial Colombiano OEC para contribuir con sus comentarios en la redacción del proyecto de ley de precio único del libro en Colombia, se tuvo la iniciativa de realizar un taller como un ejercicio de análisis y reflexión para la formulación de políticas públicas desde los estudios editoriales.

La invitación al taller fue enviada a profesores, investigadores, funcionarios, estudiantes y egresados de la Maestría en Estudios Editoriales del Instituto Caro y Cuervo el 11 de marzo y el 17 de marzo el OEC envió un correo electrónico con la Exposición de motivos y el articulado del proyecto de ley en construcción remitidos por el Grupo de Literatura del Ministerio de Cultura (anexo 1) y la bibliografía sobre el precio único del libro: 1982-2021, recopilada por el OEC (anexo 2).

El viernes 19 de marzo de 9:00 a 11:00 a.m. se realizó el taller a través de la plataforma *Microsoft Teams* con la participación de 14 personas. Durante el taller se realizó la contextualización del proyecto de ley, el OEC explicó la metodología del taller y presentó siete temas y diferentes preguntas vinculadas con cada uno de los temas formulados a partir del articulado del proyecto de ley en construcción.

A continuación, se presentan las respuestas recibidas a través del formulario que fue enviado a las 14 personas que participaron en el taller. El formulario estuvo abierto desde el viernes 20 de marzo hasta el martes 23 de marzo, el miércoles 24 el OEC organizó las respuestas sin hacer ningún tipo de cambios o ajustes al contenido y envió ese mismo día el documento con las respuestas a las personas que asistieron al taller. Finalmente, hasta el jueves 25 de marzo se recibieron comentarios relacionados con la integridad del documento final que le fue enviado al Ministerio de Cultura el viernes 26 de marzo de 2021.

Temas, preguntas y respuestas

1. Objeto de la ley

- ¿El país necesita una ley de precio único del libro?
- ¿La ley de precio único favorece la disponibilidad y el acceso equitativo al libro en Colombia?
- ¿Cómo fortalece el crecimiento de editoriales, librerías y distribuidoras de libros impresos la ley de precio único del libro en Colombia?
- ¿A quiénes favorece la ley del precio único del libro en Colombia?

Participante 1

La ley del precio único favorece a las librerías y, a través de ellas, a todos los agentes del sector, pues son las librerías las que permiten que llegue el libro a su destino final: los lectores.

La ley no favorece el acceso, pues este es un tema muy diferente.

Participante 2

La ley de precio único podría favorecer a las librerías independientes (que no tendrían que competir en desventaja aplicando fluctuaciones al precio de venta con las cadenas de librerías, grandes superficies y plataformas de comercio electrónico) y a los compradores / lectores (que podrían escoger dónde comprar sus libros sin tener en cuenta la variable precio).

La ley de precio único también podría favorecer la sostenibilidad y viabilidad económica de las librerías independientes, así como incentivar el surgimiento de nuevos establecimientos de este tipo (sobre todo en zonas donde la presencia de librerías es escasa o nula).

Participante 3

Como se mencionó en el taller una Ley de Precio Único es importante “pero no así”. La Ley de Precio Único debe tener claro un objetivo y en este caso no es así. El documento leído y analizado no es una ley para proteger a los libreros independientes, tampoco a la totalidad de la cadena del libro en Colombia, incluyendo al lector, que como señaló en su momento Catalina Holguín brilla por su ausencia. En este momento y según se ha propuesto el debate

la Ley solo beneficiaría a los jugadores dominantes de la cadena: CCL, editoriales transnacionales, las dos cadenas de librerías y a espacios como las ferias del libro como destino de los descuentos que motivarían la compra masiva por parte de los lectores afectando precisamente a quienes debería proteger. Esto sin mencionar las dificultades en las que pone a los distribuidores de libros importados que solo pueden responder a las condiciones de la ley si elevan los precios de una manera exorbitante. Hay que mencionar además que el afán demostrado por el Ministerio de Cultura para radicar la ley el día del libro señala que su interés es más publicitario que de apoyar a una industria afectada en los últimos 25 años. También no se puede perder del radar la reforma tributaria que amenaza a la Ley del Libro vigente.

Participante 4

En principio, la ley podría favorecer a las librerías del país, una vez regularía los precios en circulación, evitaría descuentos o rebajas agresivas por parte de las empresas o cadenas dominantes, y las cubriría frente al poder de grandes tiendas en línea, cuyas estrategias tienden a reducir el área de acción de las pequeñas librerías, afectando su estabilidad y capacidad de competencia o multiplicación. Ahora bien, el texto preliminar de la ley no es claro en cómo esta norma puede favorecer el acceso al libro o su disponibilidad. No sabemos tampoco, por falta de estudios, si esta ley fortalecería a las librerías o fomentaría su crecimiento. En otras palabras, antes de pensar en establecer una ley de precio único, se hace necesario investigar a fondo sus ventajas o desventajas para el contexto local y nacional.

Participante 5

El acceso equitativo se favorece con la red de bibliotecas públicas, con desarrollo serio y sostenido de bibliotecas escolares y compras públicas del MEN en esa dirección, con el estímulo a editoriales y sectores de la economía naranja. Me parece que el objeto principal de la ley es equívoco, y que esta ley lo que busca es estimular a las librerías, que son un punto de la cadena del libro. Así las cosas, no, no se necesita esta ley. Se necesita quizá una ley de Activación del sector del libro, que tenga en cuenta múltiples acciones como: a) desarrollo tecnológico de plataformas para estimular e-commerce de librerías; b) apoyo o descuento en prediales u otras estrategias urbanas que reconozcan que una librería puede revitalizar tejido urbano; c) tecnificación de cadena de distribución, almacenamiento, impresión bajo demanda

y otras acciones que permitan competir a cualquier vendedor de libros con un Amazon o plataforma similar; d) direccionar ciertas compras públicas por librerías; e) estímulo a ferias más pequeñas y capilares... en fin.

2. Producción y diversidad de libros impresos

- ¿Cómo contribuye la ley de precio único con el fortalecimiento de la producción y la diversidad de libros impresos en el país?
- ¿Crear una ley para el precio único del libro impreso podría generar un desequilibrio con la producción, oferta y comercialización del libro digital?
- Si como se considera en la Exposición de motivos, las editoriales independientes son garantes de la diversidad, ¿se les impondría una condición que afectaría la igualdad en la competencia?

Participante 1

La ley del precio fijo favorece la bibliodiversidad, pues las librerías ya no tendrán que competir por precio, sino por otros aspectos en cómo llegar al lector, al cliente. En este sentido, se protege a las librerías pequeñas o independientes, sobre todo.

Participante 2

No veo una correlación entre la ley de precio único y el fortalecimiento de la producción y la diversidad de libros en el país.

Participante 3

El actual documento no fortalece la cadena y menos la idea de la bibliodiversidad. La regulación del precio como única medida es una señal más del desconocimiento de la circulación del libro por parte de quienes redactaron el texto en cuestión. Acá lo importante no es la dimensión “académica”, no se trata de lo “independiente” como categoría de análisis sino de la comprensión de una industria y un mercado precario que esta ley, en su afán, lo único que haría es perjudicarlo aún más. Lo que debería regularse son las lógicas de descuentos que han impuesto las editoriales transnacionales y que debido a las excepciones van a continuar, pero amparadas por un marco legal hecho a la medida de esas mismas empresas y espacios de comercialización.

Participante 4

En el papel, la ley de precio único podría garantizar que un porcentaje mayor de libros excluidos de las categorías best-sellers o ajenos a los grandes conglomerados tengan mayor estabilidad y visibilidad en el mercado. Lo que en últimas podría estimular apuestas por una producción editorial más singular, diversa y, en efecto, independiente. No obstante, es difícil responder a las primeras dos preguntas con toda la confianza del caso. Carecemos de análisis que permitan sostener que las editoriales independientes realizarán apuestas mayores o distintas a las que ya hacen, sobre todo porque sus apuestas también tocan variables como la población consumidora, la inflación, los salarios, todos elementos inestables en el actual contexto. En cuanto a las librerías, comparto que existe una relación entre independencia y diversidad. No obstante, esta diversidad también puede quedar atrapada por la labor de dos o tres distribuidoras que las alimentan. La oferta de muchas librerías independientes es marcadamente similar. Promueven las independientes españolas y algunas argentinas, pero no tanto las independientes mexicanas, peruanas, ecuatorianas, brasileñas, chilenas o centroamericanas. En otras palabras, es una independencia marcada por preferencias orientadas por distribuidores concretos.

Participante 5

Lo que hace falta es una política y presupuestos claros de compras de libros impresos (y de paso digitales) por parte de MinCultura, MEN y gobernaciones, donde se privilegie (como en una ley de cuotas) el contenido nacional, a los productores nacionales, a los distribuidores nacionales. Me parece además problemática la definición de “librería independiente”, porque quizá esa definición sea útil en Chapinero y en la 93, pero no en otras zonas del país, con otros esquemas comerciales, donde la librería se mezcle con papelería, con café, con galería de arte, etc.

3. Oferta y distribución editorial

- ¿Cómo contribuye la ley de precio único a diversificar y ampliar la oferta y cómo contribuye a descentralizar la distribución del libro impreso en las regiones del país?

- ¿De qué manera el precio único fomenta el surgimiento de librerías en los territorios no centrales?
- En la Exposición de motivos se dice que los pequeños libreros independientes son garantes de la diversidad bibliográfica y de la presencia de la librería en pequeñas comunidades locales, ¿se excluiría entonces a cadenas de librerías, grandes superficies y plataformas digitales de esa función?

Participante 1

Tanto las cadenas de librerías como las independientes son necesarias dentro de la cadena del libro. Sin embargo, es cierto que son las pequeñas las que más necesitan la ley del precio único para no estar en desventaja frente a las de cadena, que obtienen más descuentos por parte de distribuidoras y editoriales.

Si bien esta ley no es suficiente para fomentar la creación de librerías en territorios no centrales, sí protegería a las pequeñas librerías de competencia desleal.

Participante 2

No hizo comentarios sobre este tema.

Participante 3

Ninguna de las preguntas anteriores tiene respuesta en el documento presentado. La exposición de motivos, que podría pensarse está bien redactada, no corresponde ni a la realidad del país ni al articulado que le sigue. Lo que se necesita es una Ley del Libro que contemple realmente a las librerías y que no solo beneficie a unos pocos. Tal como está el documento es patente de curso para estandarizar e imponer la oferta que podría sobrevivir a los términos acá propuestos es decir la de los grandes jugadores del mercado.

Participante 4

Como se mencionó antes, una ley de precio único, por sí sola, no garantiza la ampliación de la oferta y menos la descentralización del comercio del libro. Si queremos alcanzar ambos logros, se hace necesaria una ley que contemple el precio fijo, pero que también estimule la creación de librerías nuevas o la reproducción de las existentes, vía exenciones tributarias, subsidios al alquiler o compra de locales destinados a librerías, estímulos o becas periódicas que, mediante actividades artísticas o literarias, contribuyan a la afirmación de los

establecimientos en sus barrios o áreas de influencia. En fin, el precio único puede ser un factor de fomento, pero creo que resultaría insuficiente sin un apoyo estructural y prolongado que realmente anime inversiones nuevas o la toma de riesgos por parte de las librerías independientes existentes.

Participante 5

No veo cómo la ley de precio único [contribuya] a diversificar y ampliar la oferta y cómo contribuye a descentralizar la distribución del libro impreso en las regiones del país.

4. Competencia desleal

- ¿Cómo previene la ley de precio único la competencia desleal?
- ¿Cómo promueve la ley de precio único la competitividad?
- ¿Cómo protege la ley de precio único a las librerías de la competencia desleal de las plataformas digitales?
- ¿Cómo fomenta la ley de precio único la capacidad empresarial de las librerías frente a la capacidad empresarial de las plataformas digitales?

Participante 1

La ley del precio fijo (fijado por los editores e importadores) regularía el máximo de descuentos que se pueden dar en el momento de venta de un libro, así lo haga la editorial directamente o la distribuidora, la plataforma de venta electrónica o la librería. El libro deberá llegar con el mismo precio a cualquier lector, independientemente del medio que elija para comprarlo.

Participante 2

La ley de precio único simplemente elimina el precio de venta al público como variable que al someterse su valor a fluctuación permite generar ventajas a favor de quien establezca un precio más bajo.

Si bien con la ley de precio único los compradores / lectores podrían escoger dónde comprar sus libros sin tener en cuenta la variable precio, seguramente las librerías verán surgir nuevas tensiones con las distribuidoras y editoriales en la medida en que en la gestión de los pedidos

probablemente tenderán a aplicarles mayores descuentos a aquellos puntos de venta que registren mayores volúmenes de ventas, facturación y cuota de mercado (cadenas de librerías, grandes superficies y plataformas de comercio electrónico).

Participante 3

La pandemia se está utilizando como excusa para regular una serie de prácticas esas sí desleales que han impulsado hace muchos años directamente las editoriales para saltar eslabones de la cadena, principalmente a las librerías. Una Ley del libro debería ayudar a todo esto, pero el documento que presentó el Ministerio de Cultura no responde a las necesidades del sector. Es necesaria una ley integral y que beneficie a todos.

Participante 4

El documento que se discutió en el taller no es claro en este aspecto, sobre todo porque no hace explícitos los límites de los descuentos, que sería un elemento de emparejamiento, ni regula o prohíbe la puesta en marcha de sistemas de promociones o de “envíos gratis” que solo las grandes plataformas pueden ofrecer. Si buscamos que la ley proteja las librerías, la ley de precio único debe acompañarse de un marco mucho más claro de elementos de orden comercial, que sopesen a su vez la realidad del mercado de importaciones y cómo la probable fijación de precios puede terminar afectando las inversiones de las librerías y representarles pérdidas. En cuanto a la última pregunta, creo que la ley de precio único puede fomentar la capacidad empresarial de las librerías solo en relación con otro tipo de estímulos o protecciones. La ley podría emparejar los precios de mercado, pero no empareja el poder, la capacidad de crédito o endeudamiento, el flujo de caja o la capacidad de distribución, todos elementos que las plataformas seguirán manteniendo y aprovechando, como es lógico, para comandar el mercado.

Participante 5

La competitividad se promueve con estímulos a la producción, a la tecnificación en la distribución, a la eficiencia en el transporte, con estímulos urbanos (prediales, etc.). La ley de precio único no fomenta la capacidad empresarial de las librerías frente a la capacidad empresarial de las plataformas digitales, porque no contempla desarrollos ni estímulos en esa dirección.

5. Temas que hacen falta incluir en el proyecto de ley

Participante 1

Especificar que las compras públicas se hagan a través de las librerías y que estas también deberán tener un tope máximo de descuento.

Participante 2

Aplicación de descuentos permanentes por parte de los puntos de venta (no superiores al 10%).

Participante 3

Este es un documento fallido. Es más lo que falta y lo que hay resulta muy peligroso e irresponsable. Eso sí hay que mencionar que brilla por su ausencia el concurso de las instancias que por Ley deberían estar incluidas como el Consejo Nacional de Literatura. Cosa que es resultado del bombardeo sistemático a los escenarios de participación definidos por diferentes leyes, entre esas la del libro de 1993.

Participante 4

Pienso que este proyecto debe reorientarse al fortalecimiento de las librerías y la bibliodiversidad más allá del precio único. Elementos mencionados, como subsidios al arriendo o la compra de locales para las librerías, el fortalecimiento de las exenciones existentes, o el apoyo para constituir plataformas propias de venta online (bookshop.uk o bookshop.org), deberían ser contempladas.

Participante 5

Que sea una ley de librerías, o de activación del sector del libro (las ferias han sufrido mucho, por ejemplo, con la pandemia).

6. Temas que no deberían estar en el proyecto de ley

Participante 1

Todos los que aborda me parecen pertinentes.

Participante 2

No hizo comentarios sobre este tema.

Participante 3

Es vergonzoso y a todas luces contraproducente el vacío que se abre con las exclusiones y la falta de claridad sobre quién sería el encargado de velar por el incumplimiento de la Ley ¿Acaso la misma CCL que desde hace más de 10 años se ha negado a dar una discusión transparente sobre el tema?

Participante 4

No deberían incluirse elementos que no estén sustentados en estudios o investigaciones realizadas en el contexto colombiano, o que no hayan sido previamente discutidas con los actores del mundo del libro.

Participante 5

Que sea una ley de librerías, o de activación del sector del libro (las ferias han sufrido mucho, por ejemplo, con la pandemia).

7. Comentarios finales

Participante 1

- 1) El precio fijo no debe tener fecha de caducidad; esta debe ser potestad de los editores, pues obedece a la fluctuación de precios del mercado y al modelo de negocios propio de la edición.
- 2) Las compras estatales para dotación de bibliotecas se deben hacer a través de librerías y con un tope máximo de descuento fijado en la ley.
- 3) El documento debe establecer cuál es el descuento máximo para Ferias. Incluir Congresos o Exposiciones es demasiado vago y relativiza en exceso los alcances de la ley.
- 4) El artículo 9 debe quedar mucho más claro.
- 5) En la exposición de motivos, se deben presentar estudios comparativos de aplicación de la ley en varios países, cómo ha sido la experiencia y los resultados (mercados similares al colombiano).

- 6) Además de la ley del precio fijo, se debería pensar en la reforma de la Ley del Libro o en un pacto entre distribuidores, editores y librerías para evitar reglas poco claras en las formas de comercialización del libro en el país. La ley del precio fijo no es suficiente para mejorar el acceso y la circulación del libro en el país.

Participante 2

Durante la segunda mitad del taller algunas posiciones tóxicas y nada constructivas acapararon y desviaron la conversación.

Participante 3

Esta ley tal como se presenta es inviable. La discusión debe ser mucho más amplia y compleja que como se ha planteado y no podemos supeditar esto al afán por celebrar el 23 de abril por parte del nuevo ministro y la llamada Economía Naranja. Con respecto a la pregunta 9 sobre la inclusión de mi nombre esta solo debería hacerse después de conocer el documento que el ICC presente como órgano consultivo y “crítico” como mencionó Adriana González cuando instaló el espacio de discusión.

Participante 4

Ojalá el proyecto de ley desacelere su desarrollo. Se trata de un tema sensible, que amerita discusiones largas, inclusivas y medidas acompañadas por datos, observaciones o proyecciones.

Participante 5

No hizo comentarios sobre este tema.

Identificación de los participantes

El formulario tenía la opción “¿Quiere que su nombre y apellido sean incluidos en el documento final?” y tres de los cinco participantes se identificaron, ellos son: Martín Gómez, Paula Andrea Marín Colorado y Valentín Ortiz Díaz.

Anexos

Anexo 1. Exposición de motivos y articulado del proyecto de ley de precio único del libro en Colombia remitidos por el Grupo de Literatura del Ministerio de Cultura.

Anexo 2. Bibliografía sobre el precio único del libro: 1982-2021, recopilada por el Observatorio Editorial Colombiano del Instituto Caro y Cuervo.

Exposición de motivos proyecto de ley de precio único en Colombia

Borrador No. 1.

Grupo de Literatura -Dirección de Artes

Marzo 12 de 2021

En 2005, la Conferencia General de la Unesco aprobó la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de Expresiones Culturales, a la que Colombia accedió el 19 de marzo de 2013. La Convención parte de la afirmación de que la diversidad cultural es un patrimonio común de la humanidad, que debe ser valorado y protegido, y subraya su importancia para el pleno ejercicio de derechos y libertades fundamentales contenidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Además, reafirma y resalta la importancia del vínculo existente entre la cultura y el desarrollo para todos los países. La Convención llenó un vacío en el ordenamiento jurídico internacional en el ámbito de la cultura, en un escenario donde procesos propios de la globalización se han ido acelerando, especialmente la liberalización del comercio internacional y la rápida evolución de las tecnologías de la información y la comunicación, al reconocer la necesidad de adoptar medidas de protección de la diversidad de expresiones culturales y sus contenidos, de otorgarles un trato preferencial y diferenciado.

La Convención reitera, además, “la índole específica de las actividades y los bienes y servicios culturales en su calidad de portadores de identidad, valores y significado” —especificidad que les fue reconocida en el orden internacional desde la aprobación en 1950 del Acuerdo para la Importación de Objetos de Carácter Educativo, Científico o Cultural, el llamado Acuerdo de Florencia— y consagra como derechos de las partes el conservar y adoptar medidas encaminadas, en general, a la protección y promoción de la diversidad de expresiones culturales y, en particular, a “proporcionar a las industrias culturales independientes nacionales y las actividades del sector no estructurado un acceso efectivo a los medios de producción, difusión y distribución de bienes y servicios culturales”. Como señaló Audrey Azuley, directora general de la Unesco, en una publicación que reúne los textos fundamentales de la Convención, aparecida en 2017, “la cultura no es una mercancía. Las películas, los libros, las artes visuales y la diversidad de las expresiones culturales contemporáneas son el reflejo de nuestras ideas,

identidades y aspiraciones. También generan empleo, desarrollo e innovación. Esa doble dimensión cultural y económica es un aspecto central de los debates actuales sobre el desarrollo sostenible”.

“El Estado”, como se señala en la *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*, publicado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc) en 2013, “es, a la vez y al menos, una combinación de agente regulador de los intercambios entre privados, prescriptor de contenidos culturales, principal promotor de la lectura, agente fiscal, productor de contenidos y facilitador de las infraestructuras sociales”. Dentro de estos roles, continúa la *Nueva agenda*, “es ineludible su papel de agente regulador del mercado en cuanto a desarrollar, al máximo posible, los propósitos de la bibliodiversidad, actuando sobre las disposiciones que podrían orientarlo a la concentración, con la mira puesta, simultáneamente, en la competitividad interna y externa”.

En el ordenamiento jurídico colombiano, en cumplimiento y desarrollo de los mandatos constitucionales que reconocen el derecho a la cultura¹, en 1993 se expidió la Ley 98, también llamada Ley del Libro, “por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano”, y en cuyo Artículo Primero se destaca como objetivo principal: “Lograr la plena democratización del libro y su uso más amplio como medio principal e insustituible de la difusión de la cultura, la transmisión del conocimiento, el fomento de la investigación social y científica, la conservación del patrimonio de la Nación y el mejoramiento de la calidad de vida de todos los colombianos”.

Cabe resaltar que La Ley del Libro ha sido fundamental para el desarrollo del sector editorial en el país durante las últimas décadas, pues aborda temas primordiales como los aranceles para los materiales de producción de libros, las exenciones de

¹ La Constitución estableció una serie de principios y reglas orientadas al fomento y protección de la cultura. Ya en el artículo 2 se consagra como uno de los fines esenciales del Estado el de facilitar la participación de todos “en las decisiones que los afectan y en la vida (...) cultural de la Nación”. Mientras que en el artículo 7, al referirse a los principios fundamentales en los que se apoya el régimen constitucional, impone el deber de reconocer y preservar “la diversidad étnica y cultural (...)”, y en el artículo 8 se establece la “obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas culturales (...) de la Nación”. Además, en el artículo 44, donde se enumeran los derechos de los niños, el de la cultura se consagra como un derecho fundamental, por cuanto constituye una vía de “acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura”. Por su parte, en su sentencia C-671 de 1991, la Corte Constitucional destaca como uno de los aspectos novedosos de la Constitución de 1991 el consagrar entre los derechos fundamentales el del acceso a la cultura, lo que, de paso, supone reconocer que en sus diversas manifestaciones la cultura es fundamento de la nacionalidad. La misma Corte, en su sentencia C-742 de 2006, señaló que, en vista del acento puesto por la Constitución de 1991 en el reconocimiento de la cultura como pilar fundamental, que debe ser objeto de protección, fomento y divulgación por parte del Estado, la doctrina denomina al conjunto de normas respectivas como la Constitución Cultural.

renta para empresas editoriales, apoyo a la formación en oficios relacionados con el sector, entre otros. Sin embargo, no incluye ninguna regulación respecto a la fijación del precio de los libros.

Hablar de diversidad de oferta bibliográfica en un país como Colombia, implica propiciar condiciones que permitan la coexistencia de títulos de mayor rotación - libros altamente comerciales- con títulos del llamado *campo medio* y de nicho. Esto es, establecer unas condiciones, acciones y regulaciones que permitan que la cantidad de libros publicados y disponibles en el mercado sea cada vez mayor en términos cualitativos: diversidad de temáticas, áreas del conocimiento, géneros literarios, relatos desde y sobre los territorios, entre otros. Esta coexistencia entre los libros más comerciales -los llamados *best sellers*- y aquellos que no lo son, pero apuntan a poner en circulación voces relacionadas con la identidad de los territorios y las diferentes etnias y poblaciones del país, contenidos diversos, amplios, especializados, estéticamente más sofisticados o intelectualmente más complejos, entre otras consideraciones, depende no solo de incentivar la producción de este tipo de contenidos, sino de la existencia de marcos regulatorios, y canales de exhibición y venta en todo el territorio que permitan a los lectores su descubrimiento.

En el caso de Colombia, el país arrastra carencias estructurales para la circulación del libro en su territorio, y su tejido librero y de puntos de venta de libros se caracteriza por la exigüidad y alta concentración en la capital y algunas ciudades principales. Suele, por otra parte, coincidir en que, pese a su posición estratégica en la cadena de valor, las librerías son su eslabón más débil y, frente a la creciente influencia de lo digital en las prácticas de producción y consumo cultural, uno de los más amenazados². En los últimos años, por otra parte, se han insertado en la cadena de valor tradicional nuevos jugadores provenientes del ámbito tecnológico: las plataformas. Como explicó Octavio Kulesz, en su artículo “Las políticas culturales en la era de las plataformas digitales”, aparecido en el informe mundial de seguimiento de 2018 de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de Expresiones Culturales, *Repensar las políticas culturales. Creatividad para el desarrollo*, “por definición, una plataforma facilita con gran eficacia la interacción entre los usuarios o compradores, por un lado, y los vendedores, creadores consumidores, etc., por otro lado, imprimiendo así un gran dinamismo al tejido cultural. Sin embargo, a medida que se va desarrollando una plataforma se corre el riesgo de que debilite, o incluso suprima directamente, los demás eslabones

² Por supuesto, no se trata de insistir sin más en una defensa irreflexiva de las librerías que soslaye la necesidad de su reconfiguración en un sentido amplio: así como se reconoce su importancia distintiva para el conjunto de la cadena —basada en sus dos características más salientes, la proximidad física y su papel como instancia de prescripción y visibilidad—, es necesario avanzar en la exploración de nuevas alternativas para avanzar su inserción en el entorno digital y en la mejora de sus servicios tanto remotos como *in situ*.

mediante un proceso conocido por el nombre de ‘desintermediación’, que puede desembocar a medio o largo plazo en una superconcentración”. De no mediar acciones que lo impidan, el protagonismo adquirido por las plataformas puede conducir a la conformación de un monopolio de facto en el mercado editorial.

En este contexto, una de las acciones que el Estado colombiano puede desarrollar para proteger de ecosistema del libro frente a las dinámicas actuales del mercado y al surgimiento de tecnologías disruptivas es la Ley de Precio Único del Libro, que busca establecer un marco regulatorio cuyo propósito es equilibrar la participación de los diversos actores de comercialización y circulación de los libros hasta que este llegue al comprador final (editoriales, distribuidoras, librerías independientes, de cadena, grandes superficies, etc.). Lo anterior, a través de restricciones a los descuentos sobre el precio de venta al público que editoriales, librerías y demás empresas comercializadoras de libros pueden trasladar a los compradores. Los editores o importadores fijarán un precio de venta para cada uno de sus libros producidos en Colombia o importados para circulación en el país, sobre el cual no podrán hacer ningún descuento para su venta durante el periodo de tiempo determinado por la ley y las excepciones contempladas por ella: ferias del libro, temporada escolar, etc.

Es importante tener en cuenta el contexto histórico de este tipo de medidas que empezaron a adoptarse en Europa a principios del siglo XIX, como acuerdos entre los editores y libreros para establecer escenarios de competencia igualitaria y proteger, de esa manera, al ecosistema del libro en los diversos países. En el siglo XX, dichos acuerdos, establecidos entre los actores del sector, fueron adoptados como leyes en la mayoría de los países, lo cual permitía un control más eficaz y una formalización a través de las leyes de precio único. En todos los casos, los objetivos principales fueron: fomentar la biodiversidad, proteger el tejido librero, y establecer las condiciones para apoyar el surgimiento de nuevas librerías en zonas donde no las hubiere. Cabe mencionar, a manera de ejemplo comparativo, el estado en el que se encontraban las librerías independientes en el año 2014 en Francia y el Reino Unido: en Francia, donde se estableció la Ley de Precio Único en 1981 (la llamada Ley Lang), la cual todavía está vigente, en 2014 existían 2.500 librerías independientes, que representaban el 22% de las ventas; mientras que en el Reino Unido, donde la Ley de Precio Único fue abolida en 1995, entre 2005 y 2014 cerraron un tercio de sus librerías independientes y a esa fecha representaban tan solo el 4% del mercado.³ Cabe destacar también que, en América Latina, los dos

³ Global Fixed Book Price Report. 23rd May 2014. International Publishers Association. Consultado en: <https://www.internationalpublishers.org/images/reports/2014/fixed-book-price-report-2014.pdf>

países con una industria editorial más fuerte cuentan con Ley de Precio Único del libro: Argentina, en donde fue establecida en 2001, y México, en 2008.

De acuerdo con lo anterior, el precio único para los libros constituye una medida para posibilitar la sana competencia de editores, distribuidores, libreros y demás puntos de venta de libros en condiciones equiparables, no restringidas únicamente por la capacidad financiera de dichos actores, sino también por el respeto por la bibliodiversidad de cada país. En términos generales, esta disposición legal busca fomentar la diversidad de puntos de venta de libros, tanto físicos como en línea, pues crea un escenario donde es posible competir independientemente del músculo económico, e incentivar a los editores a apostar por títulos con contenidos diversos en los cuales está cifrada la diversidad de la oferta editorial. La Ley de Precio Único permite que los editores puedan establecer un modelo en el cual las ganancias de los libros más comerciales permitan financiar la publicación de obras especializadas o de nicho, fomentando la diversidad de títulos en el mercado y por tanto la diversidad de la oferta cultural.

La ausencia de regulación da lugar a que los canales de venta establezcan precios predatorios, es decir, ofrecer productos a un precio sustancialmente menor al de los competidores, a través de descuentos que son imposibles de alcanzar para los pequeños comerciantes como las librerías independientes o de ciudades apartadas de la capital. Esta estrategia se usa con el propósito de captar consumidores, aun a costa de las ganancias. Los vendedores mayoristas nacionales o internacionales, que no dependen exclusivamente de la venta de libros, podrían incursionar en el mercado ofreciendo títulos a precios inferiores a los de sus competidores, gracias a estrategias de mercado consistentes en bajar los precios de productos específicos en momentos concretos y subir los de otros para compensar lo que dejan de percibir por los primeros. A esto se suma la existencia de compañías que pueden operar a largo plazo sin generar utilidades, pues entienden el concepto de recuperación desde una perspectiva más amplia⁴. Por ejemplo, el posicionamiento de una empresa y de sus marcas puede ser mucho más significativo y rendir mayores frutos que la ganancia inmediata de utilidades por la venta de libros, pues no dependen exclusivamente de ellos. Las empresas o plataformas que funcionan bajo modelos cercanos al *dumping* (venta a pérdida para acumular porciones del mercado) reúnen dos elementos que permiten su funcionamiento: por un lado, su estrategia comercial se basa en disminuir sus utilidades por largos periodos de tiempo —con el apoyo de sus asociados—, siempre que se gane dominancia de un mercado, y, por otro,

⁴ Shaoul Sussman, Prime Predator: Amazon and the Rationale of Below Average Variable Cost Pricing Strategies Among Negative-Cash Flow Firms, *Journal of Antitrust Enforcement*, Volume 7, Issue 2, July 2019, pp. 208.

como se mencionaba anteriormente, no dependen exclusivamente de las ventas de un producto o grupo de productos en particular.

En esa medida, como se indica en el documento *En defensa de las librerías. Recomendaciones en materia de políticas públicas, gremiales e individuales para el fortalecimiento de las librerías en Iberoamérica*, publicado por el Cerlalc en 2019,

(...) 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.

La existencia de monopolios de facto puede generar graves daños en la cadena de valor del libro: no solamente el tejido librero podría verse aún más mermado, sino que la diversidad de la oferta bibliográfica podría verse comprometida, si se considera que estos agentes dominantes se enfocan en títulos de mayor rotación, en detrimento de la oferta más especializada de editoriales independientes, académicas y científicas y de editoriales locales emergentes. El establecimiento de una regulación para la fijación del precio del libro evita el uso de prácticas anticompetitivas cercanas al *dumping*, busca mantener el equilibrio en un mercado y traslada la competencia para añadir valor agregado a otros aspectos que pueden ser más relevantes que el precio en el caso del mercado editorial, como el servicio, la atención y, sobre todo, la diversidad de contenidos.

El precio único del libro es sustancialmente diferente a los acuerdos de fijación de precios horizontales, que son considerados anticompetitivos conforme al numeral 1 del artículo 47 del Decreto 2153 de 1992, en esencia porque no se trata de un acuerdo entre competidores, sino entre un agente del mercado y su canal de distribución. Son los editores o distribuidores quienes fijan los precios a los cuales los libreros deben vender los libros. Los acuerdos de fijación de precios — especialmente, la fijación vertical— han pasado por un cambio de interpretación recientemente: ya no se considera que toda fijación es ilegal y anticompetitiva, sino que se revisa caso a caso y se incentiva si se considera que tiene efectos sobre la competitividad. En ese orden de ideas, resulta fundamental la valoración del libro

como un bien cultural fundamental para la preservación y comunicación del patrimonio, y como vehículo del pensamiento, la creatividad, las ideas y la memoria, el cual no debe regirse por consideraciones meramente mercantiles referidas a la competencia y la oferta y demanda.

En el ámbito nacional, la Superintendencia de Industria y Comercio ha estudiado este tipo de acuerdos y ha adoptado una posición favorable, como consta en las resoluciones n.º 48092 de 2012 y 40598 de 2014. En la primera reconoce que “en Colombia, rígidamente, se les ha dado el mismo alcance prohibitivo a escenarios económicamente disímiles. La eficiencia económica impone no realizar una aplicación normativa idéntica para las relaciones verticales y para las relaciones horizontales, dada su diversa naturaleza, y teniendo en cuenta que el principal requisito para que una conducta sea susceptible de sanción, es que esta sea anticompetitiva”⁵.

Los acuerdos anticompetitivos horizontales implican un pacto ilegítimo entre dos o más competidores que se encuentran en el mismo eslabón de los procesos productivos o de suministro, lo que afecta a los consumidores, toda vez que, en un escenario donde no hubiese tal pacto, podrían beneficiarse de una disminución de precios derivada de la competencia por el mercado entre los diferentes agentes que lo componen. En relación con el precio único del libro, no existe en la actualidad un pacto entre las editoriales, ni entre los diferentes competidores del mercado del libro, por lo que el consumidor final seguirá encontrando en los canales de venta precios diferenciales y competitivos. Con la fijación de un precio único, las editoriales y distribuidoras no pretenden hacer acuerdos para evitar que otras editoriales o distribuidoras ingresen al mercado, ni buscan repartirse el mercado geográficamente o de cualquier otra forma. En suma, no persiguen fines que puedan ser catalogados como actos de competencia desleal. Por el contrario, la ley busca fijar unos precios para los libros, y unos límites a los descuentos sobre los mismos, para que el comprador final pueda acceder a ellos de manera equitativa, democrática y justa sin importar cuál sea el lugar en que realice la compra; de igual manera, los comercializadores de libros (librerías independientes, de cadena, grandes superficies) podrán competir entre ellos en igualdad de condiciones, fortaleciendo así aspectos como la atención, la calidad del servicio, la capacidad de crecimiento de sus negocios, la bibliodiversidad de su oferta, entre otros, sin depender únicamente de su músculo financiero. Por último, como ya se dijo, es también una herramienta que busca incentivar la creación de nuevas librerías en el territorio para garantizar, de esta manera, el acceso al libro en las regiones, el

⁵ Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia. Resolución 48092 de 2012, pp. 11.

derecho a la cultura reconociendo, de esta manera, la relación existente entre la cultura y el desarrollo del país.

La fijación de un precio único para los libros se aproxima a un acuerdo vertical, puesto que tiene lugar entre agentes con funciones diferentes en la cadena de valor —por lo general, productor y distribuidor—. Pueden ser, por lo demás, tanto unilaterales como de común acuerdo. Son precisamente este tipo de acuerdos los que han llevado a adoptar una interpretación más flexible, así como a optar por un análisis individualizado que pondere si redundaría en favor de la competencia. Así lo pone de manifiesto la resolución n.º 48092 de 2012, cuando dice: “En relación a los canales de comercialización, la fijación de precios de reventa permite una red más estable y amplia de distribuidores, ya que en la competencia por precios solo los más eficientes perdurarían. Lo que a veces pretende el productor es que su bien tenga el mayor acceso posible para los consumidores, sobre todo cuando el producto está recién entrando al mercado”⁶.

De igual modo, al considerar los acuerdos verticales como potenciales generadores de eficiencias, en la resolución n.º 40598 de 2014, la Superintendencia reitera lo dicho en el concepto n.º 01082559 de 2001: “Ahora bien, cuando el acuerdo es vertical, es decir, cuando esta se realiza entre quienes intervienen en un mismo proceso productivo pero en diferentes instancias, como por ejemplo, entre el productor y sus distribuidores, no opera la legalidad por se por cuanto las empresas no se encuentran en posición de competencia, y por ende no se genera indefectiblemente su restricción. En consecuencia, si lo pretendido por los intervinientes de una misma cadena productiva es optimizar y mejorar la eficiencia de una operación, como resultado del cual, inclusive, puedan verse favorecidos los consumidores al obtener productos a mejores precios, el acuerdo no estaría, por ese simple hecho, en contradicción con las normas sobre libre competencia”⁷.

En la misma resolución⁸, la Superintendencia hace un estudio comparado con las últimas decisiones que se han tomado sobre acuerdos de precios y fijación de precios en Estados Unidos y la Unión Europea, para sacar una serie de conclusiones adaptadas a la realidad económica y jurídica de Colombia. Las relacionadas con la fijación de precios y los acuerdos verticales aplicables a este caso pueden sintetizarse así:

⁶ Ibidem.

⁷ Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia. Resolución No. 40598 de 2014, pp. 85.

⁸ Ibidem, pp. 88 -90.

- Para considerar que un acuerdo es lícito se debe tener en cuenta la participación en el mercado de los agentes que impongan la restricción. Por ejemplo, si un agente tiene una participación muy grande o una posición de dominio habrá un mayor riesgo. En cambio, como es el caso en el mercado del libro, si ambos agentes tienen cuotas bajas de participación en el mercado habrá menos posibilidades de que se trate de un acuerdo anticompetitivo.
- La fijación de precios mínimos y fijos debe analizarse caso por caso, pues se reconoce que puede traer efectos deseables para la competencia, como incentivar a los distribuidores a invertir en servicios; mitigar fallas del mercado como el parasitismo; superar los problemas de cautividad; evitar problemas de doble marginalización, etc.
- Se deben tener en cuenta los efectos en el largo plazo, puesto que puede haber medidas que tengan un efecto negativo o ambiguo en el corto plazo, pero uno positivo en el largo plazo.

En ese sentido, se deben reconocer las especificidades del mercado del libro al considerar los efectos del precio único del libro, tal como ha ocurrido con los acuerdos en otros sectores de la economía. En muchos casos, los entornos anticompetitivos se crean por la falsa creencia de que el precio es, si no el único, sí el factor más relevante para fomentar la competencia. En el caso del mercado editorial, la aparición de competidores que pongan a disposición de los consumidores productos más baratos puede traer aparejada la ilusión de que reportará ventajas tanto para el mercado como para favorecer el acceso a la información y a la cultura. Sin embargo, la posibilidad de que el mercado editorial sea dominado por empresas que no están especializadas y que no priorizan la selección de contenidos diversos, como sí lo hacen las librerías, afectará la oferta disponible al menoscabar la producción editorial que circula en tirajes menores y cuya rotación es progresiva.

Si se analizan las cifras de libros editados e impresos en Colombia entre 2018 y 2019, la producción de títulos editados en formato impreso en el país pasó de 19.627 a 17.075, según cifras de la Cámara Colombiana del Libro; de igual manera, y consecuentemente, según la misma fuente, la cantidad de ejemplares impresos en el país disminuyó de 43.8 millones en 2018 a 39.2 millones en 2019. La cantidad de ejemplares vendidos en Colombia también descendió de 46.5 millones de ejemplares en 2018, a 43.7 millones de ejemplares en 2019. Sin embargo, las ventas en dinero crecieron en un 4,7%: en 2018 las ventas fueron por valor de 763.200 millones de pesos, a precio de venta neto del editor, mientras que, en 2019, crecieron a 798.838 millones de pesos.

Si bien dicha tendencia se puede atribuir a múltiples aspectos socioeconómicos, es preocupante constatar una tendencia a la baja en los índices de libros editados e impresos en Colombia, lo cual implica un detrimento en la bibliodiversidad. En tiempos de crisis, es comprensible que las editoriales quieran concentrar sus esfuerzos en aquellos libros que, de forma casi segura, permitirán ganancias inmediatas; sin embargo, el efecto cultural de esta tendencia es preocupante pues la reducción de contenidos implica también una reducción del acceso, la circulación y la difusión de libros que, como se ha mencionado, tienen un valor social, cultural y patrimonial.

El impacto que, en ese sentido, tendría la Ley de Precio Único apuntaría al crecimiento de una oferta editorial en el país con mayor bibliodiversidad y descentralización, como resulta necesario. Esto porque en Colombia, según datos de la Cámara Colombiana del Libro del año 2020, hay identificadas 122 librerías; de estas, 2 son librerías de cadena, con 68 puntos de venta en todo el territorio. Las restantes 120 son librerías independientes, y 56 de ellas están ubicadas en Bogotá, 26 en Medellín, 4 en Cali y 4 en Bucaramanga. La Cámara da cuenta de 123 editoriales identificadas; de estas, 4 son multinacionales y tienen su sede en Bogotá, y 119 son independientes; de estas últimas 92 están en Bogotá, 16 en Medellín, 3 en Cali, 2 en Cartagena y 2 en Ibagué. De igual manera, los registros de distribuidores afiliados a la Cámara reportan 23 empresas distribuidoras de libros.

La evidente concentración del sector editorial en Colombia implica un gran reto para lograr la descentralización de la oferta y ampliar el acceso al libro y la lectura.



Fecha actualización: 17/03/2021

Bibliografía sobre el precio único del libro: 1982-2021

Presenta 70 referencias bibliográficas de libros, artículos de revistas académicas, artículos de conferencias, trabajos de grado, documentos legislativos, artículos de opinión y grabaciones de vídeo recopilados a través de las palabras 'precio único libro', 'precio fijo libro' y 'ley precio libro' desde 1982 al 2021 en las bases de datos especializadas y buscadores Google Académico, Microsoft Académico, Dimensions, Worldcat, Youtube y Google. Las referencias están organizadas en orden cronológico.

1. Argüelles, J. D. **El precio único: de libros, lectores y libreros.**
<https://www.jornada.com.mx/2007/04/22/sem-juan.html> (accessed Mar 11, 2021).
2. Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana CANIEM. *Tener un precio único del libro se hace muy importante para las librerías del interior del país; 2021.*
<https://www.youtube.com/watch?v=sZI4Cu8nMZA>
3. **El precio único de los libros es constitucional, determina la Corte.**
<https://expansion.mx/entretenimiento/2013/04/23/el-precio-unico-de-los-libros-es-constitucional-determina-la-corte> (accessed Mar 11, 2021).
4. **Francia: primera propuesta de ley de precio único del libro digital.**
<https://www.scoop.it/topic/edicion-en-digital> (accessed Mar 11, 2021).
5. Goldin, D. **El precio único, condición indispensable.**
<http://www.letraslibres.com/mexico/el-precio-unico-condicion-indispensable> (accessed Mar 11, 2021).
6. **La Corte Suprema avala constitucionalidad de precio único del libro en México.**
<https://www.elpais.com.co/entretenimiento/cultura/la-corte-suprema-avala-constitucionalidad-de-precio-unico-del-libro-en-mexico.html> (accessed Mar 11, 2021).
7. Quiroga, R. **Diputados aprueban extensión a 36 meses el precio único del libro.**
<https://www.economista.com.mx/arteseideas/Diputados-aprueban-extension-a-36-meses-el-precio-unico-del-libro-20210203-0135.html> (accessed Mar 11, 2021).



8. **“Precio único del libro, necesario, no suficiente”**.
<https://www.eluniversal.com.mx/cultura/letras/precio-unico-del-libro-necesario-no-suficiente> (accessed Mar 11, 2021).
9. Cámara Colombiana del Libro. *Estadísticas del libro en Colombia 2019, 2020*.
<https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2020/11/Estad%C3%ADsticas-del-Libro-en-Colombia-2019.pdf>.
10. Cámara Colombiana del Libro. *Ley del precio único, una perspectiva comercial y de marketing; 2020*. <https://www.youtube.com/watch?v=hAk7THW1uGs>
11. Cámara Colombiana del Libro. *La ley del precio único: ¿Qué implicaciones tiene para libreros y editores independientes?; 2020*.
<https://www.youtube.com/watch?v=mlwGk6tQ0L8&t=364s>
12. Comisión de la Comunidad Andina. **Decisión Andina 486 de 2000. Régimen Común sobre Propiedad Industrial**, Pub. L. No. 2000, 486 Decisión (s/f).
<http://acpi.org.co/wp-content/uploads/2016/11/DECISI%C3%93N-486.pdf>.
13. Senado de México. *Que costo de libros sea el mismo en todas las librerías de la República: Sen. Harp (Morena)*; México, 2020.
<https://www.youtube.com/watch?v=QMapRRBwCq4>
14. Cámara Colombiana del Libro. *Estadísticas del libro en Colombia 2018, 2019*.
https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2019/11/estadisticas-libro2018_CCL.pdf.
15. Castañeda, A.; Martínez, O.; Ruiz, D. **La fijación de precios de reventa únicos por los editores de libros**. *El trimestre económico* 2019, 86 (341).
<https://doi.org/10.20430/ete.v86i341.835>.
16. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe Cerlalc. *En defensa de las librerías. Recomendaciones en materia de políticas públicas, gremiales e individuales para el fortalecimiento de las librerías en Iberoamérica*. Bogotá, 2019.
<https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2019/04/En-defensa-de-las-libreri%CC%81as.pdf>.
17. Sussman, Shaoul. **“Prime Predator: Amazon and the Rationale of Below Average Variable Cost Pricing Strategies Among Negative-Cash Flow Firms”**. *Journal of Antitrust Enforcement* 7, núm. 2 (el 1 de julio de 2019): 203–19.
<https://doi.org/10.1093/jaenfo/jnz002>.



18. Cámara Colombiana del Libro. *Estadísticas del libro en Colombia 2017, 2018*. <https://camlibro.com.co/estadisticas-sector-editorial-en-colombia-2017/>.
19. Congreso de Colombia. **Ley 1915 de 2018. Por la cual se modifica la Ley 23 de 1982 y se establecen otras disposiciones en materia de derecho de autor y derechos conexos**, Pub. L. No. 2018, 1915 Ley. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1915_2018.html.
20. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Unesco. *Repensar las políticas culturales. Creatividad para el desarrollo*. Convención de 2005 Informe Mundial. Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Unesco, 2018. <https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2019/10/15-Informe-Mundial-2018-Repensar-las-pol%C3%ADticas-culturales-creatividad-para-el-desarrollo.pdf>.
21. Cámara Colombiana del Libro. *Estadísticas del libro en Colombia 2016, 2017*. https://camlibro.com.co/uflip/estadisticas-del-libro-en-colombia-2016/page_1.html.
22. Rivera, P.; Rodríguez, H. **Precio único o fijo del libro en Chile**. Thesis, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, 2017. <http://bibliotecadigital.academia.cl/xmlui/handle/123456789/4067>
23. Unesco. Diversidad de las expresiones culturales. “**La directora general de la UNESCO presenta el Informe Mundial ‘Re|Pensar las políticas culturales’**”, 2017. <https://es.unesco.org/creativity/news/directora-general-de-unesco-presenta-informe-mundial>.
24. International Publishers Association. “**Global Fixed Book Price Report 23rd May 2014**”, 2014. <https://www.internationalpublishers.org/images/reports/2014/fixed-book-price-report-2014.pdf>
25. Ley 1712 de 2014. **Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones**, Pub. L. No. 2014, 1712 Ley (s/f). https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-7147_documento.pdf.
26. Ley 1712 de 2014. **Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones**, Pub. L. No. 2014, 1712 Ley (s/f). https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-7147_documento.pdf.



27. NotimexTV. *Precio único en el libro ayudaría a la industria*; 2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=d3PpOvk2quI>
28. Editorial Miguel Ángel Porrúa. *Precio único del libro 2008, parte 3*; México, 2013.
<https://www.youtube.com/watch?v=QqyJrZIEkcU>
29. Editorial Miguel Ángel Porrúa. *Precio único del libro 2008, parte 2*; México, 2013.
<https://www.youtube.com/watch?v=9MTOyuT3YMw>
30. Editorial Miguel Ángel Porrúa. *Precio único del libro 2008, parte 1*; México, 2013.
<https://www.youtube.com/watch?v=DIm66t4AXuc>
31. Editorial Miguel Ángel Porrúa. *Precio único del libro*; 2013.
<https://www.youtube.com/watch?v=mJsuOwzSMVQ>
32. Gil, M. **¿Vulnera el precio único la administración?** *Antinomias del libro*, 2013.
<https://antinomiaslibro.wordpress.com/2013/04/29/vulnera-precio-unico/>
33. Igarza, Roberto y Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Cerlalc. *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*. Bogotá: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Cerlalc, 2013.
34. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). *Textos fundamentales de la Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. París, 2013.
<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/>
35. Vidal, M. J. **El sistema de precio fijo de los libros y las cooperativas de consumo**. *Revista Jurídica* 2013, No. 24. <http://ciriec-revistajuridica.es/wp-content/uploads/024-011.pdf>
36. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Superintendencia de Industria y Comercio. **Resolución 48092 de 2012. Por la cual se ordena un archivo de una averiguación preliminar**, Pub. L. No. 2012, 48092 Resolución (s/f).
https://www.sic.gov.co/sites/default/files/estados/Resolucion_48092_Archivo_Averiguacion_Preliminar_Exitosa_Ktronix_Fallabella.pdf



37. Núñez, V. **El precio fijo y único del libro: un debate permanente.** *Trama y Texturas* 2011, No. 15. <https://www.jstor.org/stable/41349410?seq=1>
38. Villaseñor, N. **A Propósito de la Ley del precio “único” del libro en México.** *Trama y Texturas* 2010, No. 13. <https://www.jstor.org/stable/27926834?seq=1>
39. Alcaldía Mayor de Bogotá, Canal Capital. **Intersecciones precio único libro; 2009.** https://www.youtube.com/watch?v=DMw_BYG_42M
40. Rodríguez, F. **El precio único del libro en México.** *Casa del tiempo.* 2009, 2 (19), 81–85. <https://biblat.unam.mx/fr/revista/casa-del-tiempo/articulo/el-precio-unico-del-libro-en-mexico>
41. Rodríguez, F. **La ley para el fomento de la lectura y el libro en México: la política del precio único del libro.** *Observatoire Des Amériques* 2008, No. 20. <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/116>
42. Bolaños, B. **Leer aumenta su vocabulario, doctor: la ley del precio único de los libros.** *Isonomía* 2007, No. 26, 221–229. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1405-02182007000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=es
43. Gobierno de España. **Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas.** 2007. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-12351>
44. Argüelles, J. D. **Libros y precio fijo: un debate necesario.** *Pensar el libro* 2006, No. 4, 12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246794>
45. Arcila, P. **Acerca de la necesidad de una ley del precio fijo.** *Pensar el libro* 2006, No. 4, 15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246808>
46. Cabanellas, A. M. **Precio fijo.** *Pensar el libro* 2006, No. 4, 2. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246678>
47. Jaramillo, B. **Un fantasma recorre el mundo del libro. Es el fantasma del precio fijo.** *Pensar el libro* 2006, No. 4, 10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246778>
48. Palmas, L. **El mantenimiento del precio fijo de los libros: algunos elementos para el debate entre promoción de la cultura y eficiencia económica.** In *XIII Encuentro de*



Economía Pública: Playadulce (Almería), Hotel Playadulce. 2 y 3 de febrero, 2006, ISBN 84-8240-795-3, pág. 27; Servicio de Publicaciones, 2006; p 27.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3132645>

49. Pablo, V. de. **El precio del libro en España.** *Pensar el libro 2006*, No. 4, 5.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246702>
50. Leder, E. **La ley de precio fijo y la experiencia argentina. Ni tanto ni tan poco.** *Pensar el libro 2006*, No. 4, 6.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246705>
51. Uribe, R.; García de la Torre, M. A. **El precio fijo: una estrategia en pro de las librerías.** *Pensar el libro 2006*, No. 4, 8.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246739>
52. Uribe, M. **El acceso al libro y el precio único.** *Pensar el libro 2006*, No. 4, 7.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246715>
53. Sich, V. **El sistema de precios fijos del libro en Alemania: Una breve visión general de la historia, las regulaciones y el efecto del sostenimiento del precio minorista.** *Pensar el libro 2006*, No. 4, 3.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246687>
54. Sebastià, T. **El precio fijo en el Ecuador.** *Pensar el libro 2006*, No. 4, 11.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246784>
55. Sá-Earp, F.; Kornis, G. **El precio único del libro: solución frágil para un problema grave.** *Pensar el libro.* Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) 2006. https://hugepdf.com/download/el-precio-unico-del-libro-solucion-fragil-para-un-problema_pdf
56. Robin, C. Precio y Cultura. **El precio único del libro en Europa.** *Trama y Texturas 2006*, No. 1. <https://www.jstor.org/stable/27926551?seq=1>
57. Zaid, G. **La Ley del Libro en México.** *Pensar el libro 2006*, No. 4, 4.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2246698>
58. Delgado, G. **¿Es posible una ley de precio único del libro en México?** *Libros de México 2005*, No. 76, 9–17. <https://biblat.unam.mx/es/revista/libros-de-mexico/articulo/es-posible-una-ley-de-precio-unico-del-libro-en-mexico>



59. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París, 2005.
<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text>.
60. Zaid, G. **Librerías y precio fijo**. *Letras Libres* 2005.
https://www.letraslibres.com/sites/default/files/files6/files/pdfs_articulos/pdf_art_10633_7999.pdf
61. Schwartz, P. *La liberación del libro: Una crítica del sistema del precio fijo*; Idelco: Madrid, 2000.
62. Martínez, R. *Precio fijo del libro, ¿por qué?*; Federación Española de Cámaras del Libro: Madrid, 2000.
63. Méndez, F.; Rodríguez, C. **Alfred Marshall y el precio fijo de los libros**. *Revista de Economía* 1999, No. 779. <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/24/24>
64. Tribunal de Defensa de la Competencia de España. **Informe sobre el precio fijo de los libros**. 1997. https://www.cnmc.es/sites/default/files/1185778_0.pdf
65. Congreso de Colombia. **Ley 256 de 1996. Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal**, Pub. L. No. 1996, 256 Ley (s/f).
<https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co062es.pdf>.
66. Congreso de Colombia. **Ley 98 de 1993. Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano**, Pub. L. No. 98, Ley (1993).
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0098_1993.html.
67. Ministerio de Desarrollo Económico. **Decreto 2153 de 1992. Por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones**, 2153 Decreto § (1992).
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2153_1992.html.
68. Sanz, G. **El precio fijo del libro y las ardillas**. *El libro español: revista mensual del Instituto Nacional del Libro Español* 1986, No. 336–339, 48–49.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4615035>



69. Congreso de Colombia. **Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor**, Pub. L. No. **1982**, 23 Ley. <http://derechodeautor.gov.co:8080/documents/10181/182597/23.pdf/a97b8750-8451-4529-ab87-bb82160dd226>.
70. Prasteau, J. Francia: **La nueva Ley sobre el libro: los sueños a precio fijo**. *El libro español: revista mensual del Instituto Nacional del Libro Español* **1982**, No. 289–290, 66–68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4645419>