



NORMAS CSL



# NORMAS PARA LA MEJORA DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE LIBROS (CSL)

INFORMACIÓN Y RECOMENDACIONES

Octubre 2017

# INTRODUCCIÓN

En 2005, representantes de FGEE, CEGAL y FANDE constituyeron un Grupo de Trabajo para avanzar en todos aquellos aspectos de mejora referidos a los procesos en el devenir de un libro desde que sale de la imprenta hasta que llega al lector.

Desde entonces se ha trabajado en las áreas de actuación que contemplaba el diagnóstico de situación:

- **CÓDIGO CSL: DESARROLLO DE UN CÓDIGO ÚNICO DE IDENTIFICACIÓN GLOBAL DE CADA UNO DE LOS AGENTES DE LA CSL (2008).**
- **DEFINICIONES CONSENSUADAS SOBRE LOS DIFERENTES ESTADOS O SITUACIONES DEL LIBRO (2008).**
- **DESARROLLO DE UN PROTOCOLO ADMINISTRATIVO SOBRE PEDIDOS Y DEVOLUCIONES (2008).**
- **UTILIZACIÓN DE SINLI COMO BASE DE LOS PROCESOS DE LA CSL (2008).**
- **PROTOCOLO SOBRE COMUNICACIÓN DE NOVEDADES (2009).**
- **PROTOCOLO SOBRE IDENTIFICACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS LIBROS (2009).**
- **CLASIFICACIÓN COMERCIAL DE MATERIAS IBIC (2011).**
- **PROTOCOLO PARA LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE IMPRESIÓN BAJO DEMANDA DESDE UN EJEMPLAR EN EL SECTOR DEL LIBRO: IBD1X1 (2011).**
- **PROTOCOLO PARA EL SUMINISTRO Y LA DEVOLUCIÓN DE LIBROS (2014).**

En este documento se desarrollan las normas aprobadas por los representantes de editores, distribuidores y librerías en el Grupo de Trabajo, y referidas a estas líneas de actuación.

El Grupo de Trabajo CSL tiene vocación de continuidad para seguir planteando propuestas y proyectos futuros de cara a la mejora conjunta de todo el sector del libro.

## RECOMENDACIONES

En cuanto empiece a utilizar las normas CSL que se detallan a continuación, será conveniente informar a sus interlocutores comerciales para que todos puedan entender los nuevos códigos empleados (código CSL de identificación de empresas, codificación de las distintas situaciones del libro), adopten el protocolo administrativo sobre pedidos y devoluciones y utilicen SINLI.

Incluya el logotipo del programa CSL en sus documentos comerciales indicando que se puede conseguir información en FANDE, CEGAL y FGEE (consulte datos completos de cada organización al final de este documento).

Envíe la carta modelo completándola con los datos de su empresa (el logotipo se puede descargar de cualquiera de las webs de las organizaciones mencionadas o se puede solicitar en sus secretarías).

## RECUERDE

EL USO DE LAS NORMAS CSL ES ABSOLUTAMENTE GRATUITO, SIN NINGÚN GASTO DE ALTA. TAMPOCO REQUIERE LA UTILIZACIÓN DE NUEVOS PROGRAMAS INFORMÁTICOS. LAS NORMAS PUEDEN SER APLICADAS POR CUALQUIER EMPRESA DEL SECTOR, ESTÉ O NO ASOCIADA A LAS ORGANIZACIONES PROMOTORAS FANDE, CEGAL O FGEE.

# 1

## >

## CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN CSL

DESARROLLO DE UN CÓDIGO PROPIO QUE SEA FÁCILMENTE TRANSFORMABLE EN CÓDIGO DE BARRAS, COMO FÓRMULA DE IDENTIFICACIÓN DE CADA AGENTE QUE PARTICIPA EN CADA UNO DE LOS PROCESOS DE LA CADENA DE SUMINISTRO DEL LIBRO.

Se parte de la base de un código que ya está siendo utilizado por casi 3.000 empresas del sector del libro: el código de Buzón SINLI.

Es un código único denominado CÓDIGO SINLI / CSL formado por 8 posiciones y que será transformable en código de barras bajo el formato CODE 128.

Las empresas que ya tienen asignado un código de buzón SINLI, disponen de forma automática de su CÓDIGO SINLI/CSL.

Las que no estén dadas de alta en SINLI, podrán solicitar el código, sin ser obligatorio que operen con SINLI (transmitan ficheros).

Este CÓDIGO SINLI / CSL identificará de forma única a cada agente participante en la Cadena de Suministro del Libro. Además servirá de código de identificación si también participa en la Comunidad SINLI mediante la transmisión electrónica de ficheros.

- Los buzones SINLI de las empresas que ya forman parte de la Comunidad SINLI cuya estructura es LIBXXXXX, pasarán a denominarse CÓDIGO SINLI / CSL conservando su estructura actual.
- A las nuevas altas de empresas se les asignará un CÓDIGO SINLI / CSL con la estructura LXXXXXXX, manteniéndose las ocho posiciones previstas en el código.

### ¿QUIÉN TIENE QUE SOLICITAR UN CÓDIGO CSL?

Deben solicitar un código CSL todas las empresas que no están dadas de alta en SINLI:

- Si ya tiene un código SINLI, no hace falta solicitar el código CSL
- Solicitar el código CSL no implica el alta en SINLI, dicha alta se tendrá que gestionar a parte (véase página 9 de este documento: SINLI como base de los procesos de la CSL).

### ¿DÓNDE Y CÓMO SOLICITAR UN CÓDIGO CSL?

Debe dirigir su solicitud a la organización profesional que le corresponda, esté o no asociado a ella: FANDE, CEGAL y FGEE (consulte datos de cada organización al final del documento).

El código CSL se puede solicitar a través de Internet (web de cada organización), por correo electrónico, por fax o por correo postal.

Las solicitudes deberán indicar obligatoriamente todos los datos detallados a continuación:

Nombre Comercial; Sector (Opciones: Editorial, Distribuidor, Librería, Servicios de Apoyo, Papelería, Imprenta, Biblioteca, Transportista, Otros Puntos de Venta); CIF/NIF; Persona de contacto; Teléfono de contacto; E-mail de contacto; Dirección; Código Postal; Localidad; Provincia; País.

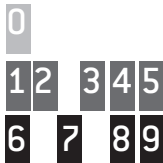
### RECUERDE

ES NECESARIO COMUNICAR A SUS INTERLOCUTORES PROFESIONALES QUE UTILIZA EL CÓDIGO DE IDENTIFICACION Y PEDIRLES QUE HAGAN LO MISMO.

# 2 SITUACIONES DEL LIBRO

**OBJETIVO:**  
DEFINICIÓN DE UN LISTADO ÚNICO NORMALIZADO DE LAS SITUACIONES DEL LIBRO, DE USO PARA TODO EL SECTOR (EDITORES, DISTRIBUIDORES Y LIBREROS).

## RELACIÓN DE SITUACIONES DEL LIBRO



0. DISPONIBLE
1. SIN EXISTENCIAS PERO DISPONIBLE A CORTO PLAZO.
2. SIN EXISTENCIAS INDEFINIDAMENTE.
3. EN REIMPRESIÓN.
4. NOVEDAD. PRÓXIMA PUBLICACIÓN.
5. SUSTITUYE EDICIÓN ANTIGUA.
6. IMPRESIÓN BAJO DEMANDA 1X1 [\*]
7. NO PERTENECE A NUESTRO FONDO O NO IDENTIFICADO.
8. AGOTADO.
9. DESCATALOGADO.

### 0. DISPONIBLE

Hay disponibilidad inmediata de ejemplares. Es la situación por defecto. Si no hay disponibilidad ha de especificarse en cuál de las siguientes situaciones se encuentra el libro.

### 1. SIN EXISTENCIAS PERO DISPONIBLE A CORTO PLAZO

No hay disponibilidad inmediata, pero sí a corto plazo (no más de 20 días), bien por recibirse de importación, de otro almacén o de devoluciones. Si el proveedor recibe ejemplares en ese plazo de 20 días, el pedido se sirve directamente.

Pasado el plazo de 20 días sin disponer de existencias, el libro pasa al estado **2. Sin existencias indefinidamente**. El proveedor debería mantener la información de pedidos pendientes de este título un tiempo, p. ej., dos meses, e informar a los clientes con pedidos pendientes cuando disponga de ejemplares dentro de esos dos meses.

### 2. SIN EXISTENCIAS INDEFINIDAMENTE

No hay disponibilidad a corto plazo, pero no se puede asegurar que el libro esté agotado. El pedido se mantiene pendiente en los mismos plazos que en la situación **1. Sin existencias**. Disponible a corto plazo. Sólo pasa al estado **8. Agotado** por indicación del editor.

### 3. EN REIMPRESIÓN

En proceso de reimpresión. Debe aportarse la fecha prevista de disponibilidad. El pedido queda pendiente. Si el plazo es superior a 20 días porque no se ha tomado aún la decisión de si reimprimir o no, el estado del libro es **8. Agotado**.

### 4. NOVEDAD. PRÓXIMA PUBLICACIÓN

Novedad en proceso de publicación (conviene aportar fecha prevista de salida a la venta). El pedido queda pendiente.

### 5. SUSTITUYE EDICIÓN ANTIGUA

Cuando se pide un libro que está agotado, pero hay edición nueva con otro ISBN. Conviene incluir también el ISBN al que sustituye.



## 6. IMPRESIÓN BAJO DEMANDA 1X1 (\*)

El editor comunica expresamente que el libro tiene disponibilidad inmediata desde un ejemplar, mediante impresión digital. El plazo máximo de provisión al librero o consumidor final es de una semana natural, sin derecho a devolución.

## 7. NO PERTENECE A NUESTRO FONDO O NO IDENTIFICADO

Libros que no los distribuye o publica este proveedor o editor (si es posible, indicar el código del operador correcto), o que no han podido identificarse con los datos aportados. El pedido queda anulado.

## 8. AGOTADO

No hay ejemplares disponibles ni se está en proceso de haberlos. Si se reimprime vuelve al estado de **3. En reimpresión**, y posteriormente al estado **0. Disponible**. Sólo el editor puede confirmar que un título está agotado. Es obligación del editor comunicar fehacientemente a sus clientes (distribuidores y/o librerías) que disponen de un plazo razonable para la devolución de los ejemplares. Lo mismo deberá hacer el distribuidor con sus clientes. El pedido queda anulado.

## 9. DESCATALOGADO

Además de no tener ejemplares disponibles, los derechos de la obra ya no pertenecen a la editorial que editó este ISBN, por lo tanto queda descatalogado de su catálogo. Mientras los derechos pertenezcan a una editorial, el libro puede estar **8. Agotado** pero no descatalogado. El pedido queda anulado.

---

(\*) La nueva situación del libro **IMPRESIÓN BAJO DEMANDA 1X1** identifica únicamente aquellos títulos producidos desde 1 ejemplar mediante impresión digital, cuyos editores hayan comunicado expresamente que estos títulos se encuentran en esta situación. El proceso **IBD1x1** es aplicable a títulos agotados, de los que ya no existen ejemplares en el canal comercial, o son difíciles de encontrar. No debe confundirse con los títulos en impresión bajo demanda para tiradas cortas, sistema que las editoriales utilizan para reimpressiones de títulos vivos.

# 3

## V

## PROTOCOLO ADMINISTRATIVO SOBRE PEDIDOS Y DEVOLUCIONES

### OBJETIVO:

EL OBJETIVO ES MEJORAR LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE SE INTERCAMBIA DE FORMA HABITUAL EN EL ÚLTIMO TRAMO DE LA CADENA DE SUMINISTRO.

DISTRIBUIDOR <<<>>> PUNTO DE VENTA

---

### JUSTIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La documentación presenta frecuentemente lagunas que producen ineficiencias en las operaciones de este tramo de la CSL.

### ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

- Se fijan requisitos de información con carácter de mínimos. Cualquier agente de la CSL podrá unilateralmente añadir más información a la documentación que acompaña a los pedidos y devoluciones.
- Los mínimos establecidos serán de uso obligatorio.

# 3

## V

## PROTOCOLO ADMINISTRATIVO DE PEDIDOS

### VÍAS DE ENTRADA

PREFERIDAS: SINLI, EDI O WEB  
NO RECOMENDADAS: FAX Y TELÉFONO.

RECUERDE: EL TELÉFONO SEGUIRÁ SIENDO UNA VÍA  
VÁLIDA DE COMUNICACIÓN PARA CASOS DISTINTOS DE LA  
CAPTURA DE PEDIDOS.

### INFORMACIÓN MÍNIMA PARA CAPTURA DE PEDIDOS

#### (I) CABECERA:

- Fecha
- Nombre del cliente y código CSL
- Dirección de entrega

#### (II) DETALLE DEL CONTENIDO:

- Código EAN 13 / ISBN 13
- Título
- Ejemplares

IMPORTANTE: EL CLIENTE DEBERÁ FACILITAR EL  
EAN 13 / ISBN EN LOS PEDIDOS REALIZADOS POR  
TELÉFONO Y FAX.

### ACUSE DE RECIBO DEL PEDIDO:

PARA LOS PEDIDOS CURSADOS POR SINLI Y WEB, SE  
DEBERÁ EMITIR DE FORMA AUTOMÁTICA EL ACUSE DE  
RECIBO DE LOS MISMOS.

### INFORMACIÓN SOBRE EL ESTADO DEL PEDIDO

El Distribuidor deberá estar en condiciones de in-  
dicar la situación en que se encuentra el pedido  
de un Cliente, utilizando para ello la siguiente no-  
menclatura:

- Grabado
- Preparado
- En reparto

En los estados “pedido preparado” y “pedido en  
reparto” el sistema elegido mostrará el contenido  
definitivo del pedido así como los libros no servi-  
dos acompañados de los “códigos de situación”  
respectivos.

### ALBARÁN DE ENTREGA

#### (I) CABECERA:

- Número de albarán / su pedido número...
- Fecha
- Nombre del cliente y código CSL
- Dirección de entrega
- Datos identificativos del proveedor y código CSL

#### (II) DETALLE DEL CONTENIDO

- Código EAN 13 / ISBN 13
- Título
- Ejemplares
- PVP con IVA
- PVP sin IVA
- Descuento
- Importe Neto

### ETIQUETA DE BULTO

- Número de albarán / su pedido número...
- Nombre del cliente y código CSL
- Dirección de entrega
- Datos del Distribuidor y código CSL
- Número de bultos total del pedido

## 3



## PROTOCOLO ADMINISTRATIVO DE DEVOLUCIONES

### AVISO DE RECOGIDA / ENVÍO

El punto de venta deberá contactar con el Distribuidor para solicitar la recogida/ anunciar el envío, así como para intercambiar el número de devolución del cliente y el número de orden de recogida del Distribuidor.

El Distribuidor cursará comunicación inmediata al transportista de la orden de retirada de la devolución.

---

### ALBARÁN DE DEVOLUCIÓN

#### (I) CABECERA:

- Número de devolución del cliente (si existe)
- Número de recogida del distribuidor (si existe)
- Fecha
- Identificación del cliente y código CSL
- Identificación del distribuidor y código CSL
- Dirección de entrega
- Número de bultos

#### (II) DETALLE DEL CONTENIDO

- Código EAN 13 / ISBN 13
- Título
- Ejemplares

---

### ETIQUETA DE BULTO

- Número de devolución del cliente (si existe)
- Número de devolución del distribuidor (si existe)
- Identificación del cliente y código CSL
- Identificación distribuidor y código CSL
- Dirección de entrega
- Número de bultos de la devolución

---

### VENTAJAS DE LA UTILIZACIÓN DE SINLI DE FORMA HABITUAL

Todos los Clientes que utilicen SINLI habitualmente para cursar sus pedidos y documentar sus devoluciones, tendrán garantizado el abono de éstas últimas en el mismo mes en que sean puestas a disposición del Distribuidor, si dicha puesta a disposición tuviera lugar dentro de los 10 primeros días del mes, o en el mes siguiente si se superara este plazo.

Esta norma no será de aplicación para las devoluciones de texto escolar.

### RECUERDE

COMUNIQUE A SUS INTERLOCUTORES PROFESIONALES QUE UTILIZA EL PROTOCOLO ADMINISTRATIVO CSL SOBRE PEDIDOS Y DEVOLUCIONES Y PÍDALES QUE HAGAN LO MISMO.



# 4 SINLI COMO BASE DE LOS PROCESOS DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE LIBROS



## OBJETIVO:

ADOPCIÓN DE UN PROTOCOLO ÚNICO DE COMUNICACIÓN PARA LAS OPERACIONES COMERCIALES DEL SECTOR, A TRAVÉS DEL FORMATO ELECTRÓNICO SINLI, QUE PERMITA, DE FORMA FÁCIL, LA INTEGRACIÓN DE INFORMACIÓN EN LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE CADA EMPRESA, REDUCIENDO COSTES ADMINISTRATIVOS Y MEJORANDO LA CALIDAD Y RAPIDEZ EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN.

SINLI es un sistema de normalización de los documentos comerciales habitualmente intercambiados entre profesionales del sector: editores, distribuidores y libreros. Es utilizado hoy en día por casi 3.000 empresas de todo el sector.

Su uso ofrece numerosas ventajas como fiabilidad de los datos transmitidos y rápida incorporación a los sistemas informáticos de gestión de los usuarios, ahorro de tiempo, mejora de la gestión administrativa, etc.

Las normas CSL recomiendan, como mínimo, el uso de los documentos SINLI siguientes:

1. ALBARÁN DE PEDIDO DEL CLIENTE (PEDIDO)
2. ALBARÁN DE ENTREGA (ENVIO)
3. ALBARÁN DE DEVOLUCIÓN (DEVOLU)
4. FACTURA (FACTUL)
5. CAMBIOS DE PRECIO (CAMPRE)
6. CAMBIOS DE ESTADO (ESTADO)
7. FICHA DEL LIBRO (FICHA)\*

(\* En lo que refiere a la FICHA DEL LIBRO, se apoyará el desarrollo de los proyectos DILVE y CEGAL EN RED, como bases de datos de referencia para la extracción en formato SINLI de la información sobre la ficha del libro.

## ALTA EN SINLI:

Toda la información sobre SINLI (pasos a seguir para utilización y alta) está disponible en la web de FANDE [www.fande.es](http://www.fande.es) (sección SINLI).

# 5 > PROTOCOLO SOBRE COMUNICACIÓN DE NOVEDADES (VERSIÓN OCTUBRE 2017)

## OBJETIVO:

DESARROLLO DE UN PROTOCOLO REFERIDO A LA INFORMACIÓN MÍNIMA SOBRE LAS NOVEDADES QUE CADA EDITOR DEBE COMUNICAR A LA RED COMERCIAL, DE FORMA PREVIA A LA SALIDA DEL LIBRO AL MERCADO.

## JUSTIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Los distribuidores y libreros deben contar con esa información, para que la comercialización del libro sea la adecuada. Este protocolo sobre comunicación de novedades favorecerá la creación de una base de datos de libros en venta que sea completa y actualizada.

La transmisión de información por parte del editor es el fundamento para adecuar muchos procesos en la cadena de suministro de libros, y debe considerarse por el propio editor como una inversión y nunca como un gasto.

## ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

Se fijan requisitos de partida con carácter de mínimos. Cualquier agente de la CSL podrá unilateralmente añadir más información o perfeccionar la presente propuesta.

## COMUNICACIÓN DE NOVEDADES

La comunicación de la información sobre las novedades editoriales debe ser previa al envío del libro a los medios, o a distribuidores y libreros.

Se plantea como plazo razonable mínimo, para que el editor facilite la información sobre la novedad 1 mes antes de la salida del libro al mercado, entendiendo como su salida al mercado, su fecha de comercialización (preventa).

Esta comunicación deberá hacerse a un solo órgano, que será quien ponga en circulación los datos. A este respecto, se plantea que la base de datos DILVE sea quien recoja la información de las fichas del libro de todos los editores,

para su posterior acceso a esta información, por parte de todo el sector. DILVE ha de convertirse en el “proveedor de información” sobre novedades para todo el sector.

Los datos mínimos que cada editor deberá comunicar en el plazo antes referido, son:

- Título
- **Subtítulo (\*\*)**
- Autor
- Editorial (Nombre y Código CSL)
- ISBN
- Materia
- Fecha de publicación (Mes/Año)
- Precio (al menos con 15 días de antelación a la salida del libro) (\*)
- N° páginas
- Idioma de publicación
- Portada
- Resumen
- Colección
- **Nivel de edad (\*\*)**
- **Dimensiones (\*\*)**
- **Peso (\*\*)**

(\*) Según lo establecido en la 9ª Norma CSL sobre Suministro y Devolución de Libros (Mayo 2014).

(\*\*) Nuevos datos mínimos incorporados a la Norma (octubre 2017).

Asimismo, el editor deberá mantener actualizado el estado del libro (estados CSL: disponible, agotado, en reedición...) a través de DILVE, así como incorporar la información adicional que enriquezca la ficha del libro (portadas, resúmenes, extractos, índices, elementos promocionales...).

# 5

## (\*\*) PROPUESTA DE NUEVOS CAMPOS A INCLUIR EN LA NORMA

**SUBTÍTULO:** Si el libro tiene un subtítulo indicarlo en este campo. Utilizarlo para dar información complementaria del título. En libros de ciclos formativos poner el ciclo, el grado...

**DIMENSIONES:** Indicar las dimensiones del libro, en milímetros. Las dimensiones del libro son de utilidad para los distribuidores, a efectos de almacenaje, paletización y envíos; y para las librerías y bibliotecas para su localización.

**PESO:** Indicar el peso exacto del libro, en gramos. La indicación del peso permite que las páginas web de comercio electrónico puedan calcular correctamente y con bastante exactitud los gastos de envío de los pedidos, evitando gestiones innecesarias posteriores.

**NIVEL DE EDAD:** Muy especialmente en el libro infantil y juvenil debería indicarse la edad o edades a las que va destinado el libro.

**ESTADO DEL LIBRO:** Determinar el estado real del libro, según las definiciones de la Norma CSL respectiva "Situaciones del libro". Indicar los cambios de estado solo el interviniente autorizado para ello. Un distribuidor no puede catalogar un libro como Agotado si no lo tiene, solo el editor puede hacerlo (lo puede tener otro distribuidor o la propia editorial). No variar la situación de los libros por intereses de tramitación momentáneos: cambio de distribuidor...

## ANEXO

Aclaración sobre la información mínima a aportar por el Editor

### TÍTULO

Debe ser exactamente el del libro (no incluir en este campo otros datos tales como colección, formato, premio...).

En los libros de texto o con varios tomos o volúmenes debe mantenerse el orden del título en todos los volúmenes (Propuesta formato: Tomo 1 o T.1 / Volumen 1 o Vol.1).

El artículo debe figurar siempre al principio.

Máximo de caracteres para este campo (Propuesta: 150 caracteres).

Si precisa de más caracteres se puede utilizar el campo Subtítulo.

### AUTOR

Debe especificarse el autor o autores. Si son varios especificarlos todos. Si no caben en la longitud del campo incluir los que quepan y al final "y otros".

El orden debe ser APELLIDO, NOMBRE o 1.º APELLIDO 2.º APELLIDO, NOMBRE.

NOTA: Se justifica el apellido primero porque es muy habitual buscar los libros por un determinado autor. En muchas ocasiones el nombre es compuesto, o tiene distinta grafía [sobre todo en autores extranjeros], por lo que si el orden fuera NOMBRE - APELLIDO los libros del mismo autor podrían salir mezclados con los de otros autores. P. ej.: Juan Carlos Quevedo podría aparecer como J. Carlos Quevedo, Juan C. Quevedo o Juan Carlos Quevedo, y en una consulta saldrían todos los Juan Carlos juntos, todos los J. Carlos, etc., por lo que no hay forma de obtener juntos los del mismo autor. Jules Verne o Julio Verne.



Si son varios autores separarlos por \_/\_ (espacio/ espacio).

Se debería indicar, si es preciso, en calidad de qué figura el autor: Director: (dir.), Coordinador (coord.), Ilustrador (ilust.).

Máximo de caracteres para este campo (Propuesta: 150 caracteres).

## EDITORIAL

La raíz del ISBN determina la editorial. No debería utilizarse una misma raíz para distintos sellos editoriales. En caso de que se pretenda seguir usando una misma raíz para distintas editoriales debería adaptarse la base de datos para que el tratamiento informático permita asignar la editorial correctamente al dar entrada a un libro, y no se tenga que corregir a mano, como ocurre en la actualidad.

## ISBN

Utilizar un ISBN para cada título. No reutilizar el mismo ISBN para varios títulos.

## MATERIA

Se debe indicar la materia IBIC (o Thema) de forma correcta y con el máximo nivel de definición posible, eliminando las generalidades actuales, los errores y el recurrente GTG “Estudios generales”.

## FECHA DE PUBLICACIÓN

Indicar los datos correctos de la edición: fecha de publicación, número de la edición, número de la reimpresión...

## PORTADA

Deberá anexarse la portada. Debería fijarse una resolución mínima, que permita su ampliación en webs e impresión en catálogos con la calidad precisa.

## RESUMEN

El resumen o reseña del libro es muy importante, debe suministrar la información precisa para que el librero y el lector puedan conocer qué se van a encontrar en el libro.

Debería fijarse unos requisitos de formato que impidan la aparición de caracteres raros, de códigos de formato, etc. La longitud del campo debe ser amplia pero no excesivamente.

## COLECCIÓN

Las colecciones deben tener un nombre único determinado, que deberá figurar impreso en el libro al menos en la página en que figuran los datos bibliográficos.

Cada editorial debería determinar sus colecciones con un código único e invariable, que permitiera el correcto tratamiento informático. No utilizar este campo para códigos internos de la editorial.

## NÚMERO DE LA COLECCIÓN

Indicar el número de la colección. No poner el número junto al nombre de la colección, ya que informáticamente se identifica como una colección distinta. No utilizar este campo para códigos internos de la editorial.

# 6 >

## PROTOCOLO SOBRE IDENTIFICACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS LIBROS

### OBJETIVO:

EL OBJETIVO ES FACILITAR LA GESTIÓN PARA PROVEEDORES Y PUNTOS DE VENTA, EN LA INCORPORACIÓN DEL PVP DE LOS LIBROS, MANTENIENDO EL PRECEPTO LEGAL DE FACILITAR INFORMACIÓN SOBRE ESTE PVP A LOS CONSUMIDORES.

---

### JUSTIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Habitualmente, el etiquetaje o marcado del precio de venta al público de los libros por parte de las librerías y de otros puntos de venta, genera situaciones en las que los libros que no han sido vendidos, y que son devueltos a su proveedor respectivo, llevan incorporadas identificadores del precio (ya sean etiquetas o anotaciones), lo que provoca que el proveedor deba realizar un trabajo de retirada de esos identificadores del precio, para que el libro pueda volver a la cadena de comercialización.

Esto genera importantes costes, así como incidencias y quejas de las librerías, cuando las etiquetas no son removidas por el proveedor, y el libro retorna a la cadena comercial.

### ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

Se fijarán requisitos de partida con carácter de mínimos (Información mínima a comunicar y plazo de comunicación previo a la salida del libro al mercado).

---

### IDENTIFICACIÓN DEL PVP

#### LEGISLACIÓN:

El Real Decreto 3423/2000 de 15 de Diciembre (BOE Número 311 de 28.12.2000), por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios, establece en su artículo 4.1 Características y presentación de los precios:

El precio de venta (precio final de una unidad del producto, incluidos IVA y todos los demás impuestos) deberá ser:

- a. *Inequívoco, fácilmente identificable y claramente legible, situándose en el mismo campo visual.*
- b. *Visible por el consumidor sin necesidad de que este tenga que solicitar dicha información.*



## OPCIÓN PRIORITARIA/ IDENTIFICACIÓN DEL PVP A TRAVÉS DE CÓDIGO DE BARRAS

Tomando como punto de partida estas premisas legales, y habida cuenta que el sistema de etiquetaje de libros, además de generar mayores costes, provoca incidencias en la devolución, deterioro del libro en la manipulación para retirar las etiquetas, y problemas ante las modificaciones de precios por parte del editor, se plantean como prioritarios los sistemas basados en la inserción por parte del editor del código de barras en la contraportada del libro, para que el comprador pueda informarse sobre el PVP a través de lectores de código de barras vinculados a bases de datos, de tal forma que no sea necesario el posterior etiquetado o marcado del precio por parte de las librerías.

Este sistema permite contar con información directa facilitada por el editor sobre el PVP del libro, a la cual puede acceder el consumidor a través de lectores de código de barras (fórmula ya existente en varias librerías).

En cualquier caso, para que cualquier sistema de identificación de precios funcione correctamente, es prioritario contar con información actualizada por el editor sobre el PVP de los libros sometidos al régimen de precio fijo. A este respecto, es fundamental la actualización de la información en calidad y plazo, en las bases de datos de libros en venta (DILVE y CEGAL en RED). El protocolo sobre comunicación de novedades también incluido en estas Normas CSL 2014, desarrolla este punto.

## OPCIÓN SECUNDARIA/ ETIQUETAJE POR PARTE DE LA LIBRERÍAS CON ETIQUETAS REMOVIBLES

Si el punto de venta optara por la inclusión de etiquetas identificativas del precio de venta al público del libro, las mismas deberán ser obligatoriamente del tipo removible.

CEGAL, FANDE y FGEE llegarán a acuerdos con proveedores de este tipo de etiquetas para ofrecer a todas las librerías y puntos de venta del sector, tarifas preferentes para su adquisición.

Los libros deberán llegar a la librería sin etiquetas ni marcajes por parte del proveedor. De igual forma, los libros que se devuelvan por parte del librero al proveedor respectivo, deberán también estar libres de etiquetas de precio o marcajes.

A este respecto, podrán rechazarse los libros que se entreguen o devuelvan con etiquetas o marcajes, o como alternativa, se podrá repartir con la librería respectiva el coste que pudiera suponer para el proveedor la gestión de los libros que sean devueltos con etiquetas.

### INFORMACIÓN MÍNIMA QUE DEBE FIGURAR EN LA ETIQUETA

Por obligación legal, deberá figurar como mínimo el PVP del libro. El resto de campos o información

adicional que se desee incluir se considera optativa.

### LUGAR DONDE DEBE FIGURAR LA ETIQUETA

La etiqueta siempre deberá figurar en la contraportada del libro, teniendo especial precaución en no tapar el código de barras.

### ETIQUETAS DE SEGURIDAD ANTIRROBO

La inserción en los libros por parte de algunos puntos de venta de etiquetas de seguridad que son muy difíciles de retirar y que provocan el deterioro del libro, genera incidencias importantes para el proveedor de los libros, cuando recibe estos devueltos.

A este respecto, se propone apoyar el desarrollo de medidas específicas para la inclusión de sistemas de seguridad en origen por parte del editor, que eviten el posterior etiquetado de seguridad.

### ETIQUETAS RFID

Se analizará la posibilidad futura de incorporar progresivamente al sector este tipo de etiquetas, cuando por coste sea factible.



# CLASIFICACIÓN COMERCIAL DE MATERIAS IBIC

## OBJETIVO:

DISPONER DE UNA CLASIFICACIÓN, NORMALIZADA E INTERNACIONAL, DE MATERIAS PARA EL SECTOR DEL LIBRO EN ESPAÑA, DESDE UNA PERSPECTIVA COMERCIAL, QUE SIRVA COMO REFERENTE PARA LA ASIGNACIÓN DE MATERIAS EN CADA TÍTULO, POR PARTE DE LOS EDITORES, Y FACILITE EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN SOBRE EL LIBRO, POR PARTE DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN.

---

## ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

Tras el trabajo conjunto desarrollado por representantes de editores, distribuidores y libreros, se ha elaborado la versión en español del Sistema de Clasificación de Materias IBIC para el sector del libro. Tanto el listado completo de materias como el manual de uso se pueden descargar en: [www.dilve.es/IBIC](http://www.dilve.es/IBIC)

Desde 1 de enero del 2012, este sistema de clasificación de materias del libro es obligatorio en la solicitud de alta en el ISBN. Además, la Agencia del ISBN ha transformado todas las fichas de editores anteriores a esa fecha para la conversión de la anterior materia CDU a la nueva clasificación IBIC.

También DILVE permite ya a todos los editores dar de alta sus títulos incluyendo las materias según la clasificación IBIC.

Se recuerda que al menos deberán utilizarse dos letras de identificación según la lista de materias a la cual puede accederse en [www.dilve.es/IBIC](http://www.dilve.es/IBIC)

08  
V

# PROTOCOLO PARA LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE IMPRESIÓN BAJO DEMANDA DESDE UN EJEMPLAR EN EL SECTOR DEL LIBRO (IBD 1x1)

## OBJETIVO:

FOMENTAR LA UTILIZACIÓN DE LOS SISTEMAS DE IMPRESIÓN BAJO DEMANDA DESDE UN EJEMPLAR POR PARTE DEL SECTOR DEL LIBRO (EDITORES, DISTRIBUIDORES, LIBREROS Y SOCIOS IBD) COMO FÓRMULA PARA GENERAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CONJUNTO (ACCESO A LIBROS AGOTADOS O DESCATALOGADOS), ASÍ COMO REDUCCIÓN DE COSTES (ALMACENAMIENTO, DEVOLUCIÓN...).

---

## JUSTIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

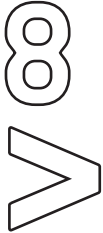
En España, el sector y los medios de comunicación en general, se están centrando casi exclusivamente en los aspectos de la digitalización que tienen que ver con la venta de contenidos digitales (e-books), sin darse cuenta que existe un amplio abanico de opciones para utilizar la digitalización de contenidos y las posibilidades que nos brindan las tecnologías de la información y la comunicación como herramientas de apoyo para la promoción y venta de más libros en papel.

A este respecto, un modelo claro en el que la librería del futuro, en colaboración con distribuidores y editores, debe integrarse, es el de la impresión bajo demanda. Cada vez se venden menos cantidades de libros pero de un mayor número de títulos, mientras el número de “best sellers” anuales, con ventas millonarias, se reduce paulatinamente. A este respecto, se hace necesario un desarrollo más eficaz y competitivo de la impresión bajo demanda, sistema que parte de la digitalización de contenidos, como fórmula de atender una demanda cada vez más fragmentada.

Este tipo de iniciativas permitirían disponer siempre de todos los libros del catálogo editorial para su impresión desde un ejemplar. En definitiva se trataría de poner a disposición del potencial comprador la oferta más amplia posible.

Imaginemos una situación ideal en la que todos los libros están disponibles para el consumidor a través de ficheros digitales, y se pueden imprimir desde un único ejemplar, el potencial de crecimiento de la cifra de negocio, para toda la cadena de comercialización del libro es evidente, además del ahorro de costes por las menores necesidades de espacio para almacenaje, y la posible reducción de los costes de devolución, al tratarse de libros que se piden en firme. Así, el libro pasa de ser un producto de oferta a un producto de demanda.





## ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

1. Se crea una nueva situación del libro (IMPRESIÓN BAJO DEMANDA 1X1) para identificar los títulos cuyos editores deseen comunicar al resto de la cadena de suministro que están disponibles de forma inmediata desde un ejemplar, mediante impresión digital. El plazo máximo de provisión al librero o consumidor final será de una semana natural, sin derecho a devolución.
2. La nueva situación del libro IMPRESIÓN BAJO DEMANDA 1X1 identifica únicamente aquellos títulos producidos desde 1 ejemplar mediante impresión digital, cuyos editores hayan comunicado expresamente que estos títulos se encuentran en esta situación. El proceso IBD 1x1 es aplicable a títulos agotados, de los que ya no existen ejemplares en el canal comercial, o son difíciles de encontrar. No debe confundirse con los títulos en impresión bajo demanda para tiradas cortas, sistema que las editoriales utilizan para reimpressiones de “títulos vivos”.
3. Los libros no llevarán ningún tipo de identificación especial por tener esta situación.
4. Una vez que el editor comunique a la cadena de suministro, directamente o a través de su distribuidor, que el libro tiene esta situación, las librerías que dispongan de ejemplares de este título dispondrán de dos meses para devolverlos, salvo que hayan pedido el libro con la situación de Impresión Bajo Demanda.
5. Los sistemas informáticos de los distintos componentes de la cadena de suministro se adaptarán para:
  - a. Permitir que el librero efectúe el pedido de títulos con esta situación, aceptando expresamente sus condiciones.
  - b. Permitir que el librero pueda hacer pedidos detallando los datos del cliente final, y sus propios datos y anagrama, para el envío directo por parte del socio IBD. Esto supondrá la aceptación de los gastos de envío, los cuales será necesario especificar.
  - c. Comunicar en la web de las librerías electrónicas la situación especial del libro y que, al “fabricarse especialmente para el cliente final, no tiene derecho a devolución”.
6. Se desarrolla un logo que permita identificar, en las páginas web o en los catálogos, los títulos que están disponibles en IBD 1x1.

## 9

## PROTOCOLO PARA EL SUMINISTRO Y LA DEVOLUCIÓN DE LIBROS

### OBJETIVO:

RACIONALIZAR LOS PROCESOS DE SUMINISTRO Y DEVOLUCIÓN DE LIBROS ENTRE TODOS LOS AGENTES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN, PARA TRATAR DE MINIMIZAR LAS INCIDENCIAS Y COSTES AÑADIDOS, ASÍ COMO OPTIMIZAR TANTO LA ATENCIÓN DE LOS PEDIDOS TRANSMITIDOS DESDE LA LIBRERÍA A LOS PROVEEDORES RESPECTIVOS, COMO LA GESTIÓN DE LAS DEVOLUCIONES.

### JUSTIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Establecer un marco de referencia entre los distintos agentes que conforman la cadena de suministro de libros (Editores, Distribuidores y Libreros), que permita hacer frente a las ineficiencias que se producen en los procesos de suministro y devolución de libros, motivadas por diferentes factores.

### ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

#### SUMINISTRO DE LIBROS

#### GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

Es prioritario utilizar las herramientas de las que dispone el sector (SINLI, DILVE, CEGAL en RED) como base de optimización y agilización de los procesos, tanto del suministro como de la devolución de libros.

#### PEDIDOS

Se recuerda la importancia de la correcta identificación de los pedidos que se realizan a través de las librerías a los proveedores respectivos, atendiendo a lo establecido en el Protocolo Administrativo de Pedidos (3ª Norma CSL).

Asimismo, en el mismo Protocolo antes aludido se destaca que las vías prioritarias para la atención de pedidos serán SINLI, EDI o la web del proveedor, siendo las opciones no recomendadas el teléfono y el fax.

Sería necesaria establecer un marco de referencia respecto a los pedidos mínimos que se realizan desde la librería

al proveedor respectivo, con la premisa de que la gestión de pedidos, por debajo del mínimo de ejemplares establecido, implica una serie de costes.

#### INFORMACIÓN SOBRE NOVEDADES

Para la cadena de comercialización es fundamental conocer con exactitud la fecha de entrega de los libros, y ofrecer un servicio de información al cliente sobre la fecha en que puede recoger su pedido.

En este sentido es muy importante, para distribuidores y libreros, contar con información anticipada de las novedades, para que la comercialización del libro sea la adecuada.

A este respecto, se reitera la importancia de la aplicación por parte de los editores, del Protocolo sobre Comunicación de Novedades (5ª Norma CSL) referido a la información mínima a comunicar y plazo de comunicación previo a la salida del libro al mercado.

Se acordó como plazo razonable mínimo, para que el editor facilite la información sobre la novedad 1 mes antes de la salida del libro al mercado, entendiendo como su salida al mercado, su fecha de comercialización (preventiva).

Esta comunicación deberá hacerse a un solo órgano, que será quién ponga en circulación los datos. A este respecto, se plantea que la base de datos DILVE sea quien recoja la información de las fichas del libro de todos los editores, para su posterior acceso a esta información, por parte de todo el sector. DILVE ha de convertirse en el “proveedor de información” sobre novedades para todo el sector.

# 9 V

Los datos mínimos que cada editor deberá comunicar en el plazo antes referido, son:

- Título
- Autor
- Editorial (Nombre y Código CSL)
- ISBN
- Materia
- Fecha de publicación (Mes/Año)
- Precio (al menos con una semana de antelación a la salida del libro)
- N° páginas
- Idioma de publicación

Asimismo, el editor deberá mantener actualizado el estado del libro (estados CSL: disponible, agotado, en reedición...) a través de DILVE, así como incorporar la información adicional que enriquezca la ficha del libro (portadas, resúmenes, extractos, índices, elementos promocionales...).

Habida cuenta de las nuevas necesidades de información surgidas, se plantea la incorporación como **nuevos datos mínimos** a aportar por el editor, en el plazo previsto en la 5ª Norma CSL, de la **PORTADA, RESUMEN y COLECCIÓN** de cada novedad, así como la comunicación del **PVP con, al menos, 15 días de antelación a la salida del libro.**

## TAMAÑO E IDENTIFICACIÓN DE CAJAS

Se recuerda la importancia de aplicación de los criterios establecidos para la identificación de las cajas, tanto para envío como devolución, según lo establecido en el Protocolo Administrativo sobre Pedidos y Devoluciones (3ª Norma CSL).

En lo que respecta al tamaño de las cajas, atendiendo a la legislación sobre prevención de riesgos laborales, se establece que el peso máximo de las cajas (tanto para envío como para devoluciones), no deberá superar los 14 kg. Asimismo, se plantea como necesario utilizar por parte del proveedor respectivo un adecuado tamaño de las cajas para cada envío.

## INFORMACIÓN EN LOS ALBARANES DE ENTREGA

Los albaranes deben incluir el ISBN de cada libro. Deberán también incluir los precios de venta al pú-

blico (con IVA, y sin IVA al menos en Canarias), el descuento y el vencimiento en cada albarán. También sería muy útil que los albaranes estén valorados y que aparezca explícito el número total de ejemplares del envío. Cuando pertenezcan a un distribuidor de varias editoriales, debería aparecer en cada título la editorial, siempre que el formato lo permita, porque simplifica bastante la revisión para la librería.

## ETIQUETADO DE LOS LIBROS SUMINISTRADOS Y DEVUELTOS

En lo que refiere al etiquetado de los libros entregados, se recuerda lo establecido en el Protocolo sobre Identificación del PVP de los Libros (6ª Norma CSL):

“ *Los libros deberán llegar a la librería sin etiquetas ni marcajes por parte del proveedor. De igual forma, los libros que se devuelvan por parte del librero al proveedor respectivo, deberán también estar libres de etiquetas de precio o marcajes.*

*A este respecto, podrán rechazarse los libros que se entreguen o devuelvan con etiquetas o marcajes, o como alternativa, se podrá repartir con la librería respectiva el coste que pudiera suponer para el proveedor la gestión de los libros que sean devueltos con etiquetas.* ”

Asimismo, se acuerda que el editor pueda incorporar impreso en el libro, junto al código de barras, la MATERIA IBIC correspondiente, como fórmula para facilitar la identificación en librería.

Ante cualquier solicitud de etiquetados especiales por parte del minorista, para que sean realizados por el proveedor respectivo, habida cuenta de los costes añadidos que supone, los mismos podrán ser repercutidos al minorista que solicite esta labor especial.

## DISPONIBILIDAD

Se fomentará entre todos los distribuidores el que aporten información a CEGAL en RED, o a cualquier otro servicio de información sectorial, sobre la disponibilidad de libros en almacén, como fórmula para garantizar que la red de librerías cuente con este tipo de información para poder realizar los pedidos correspondientes.



## DEVOLUCIÓN DE LIBROS

Las devoluciones, en la magnitud en que ahora se producen, generan costes muy importantes para toda la cadena de comercialización. El sector del libro al completo debería comprometerse en reducir el volumen de devoluciones, tanto a través del control del número de novedades y de los ejemplares de cada título, como en la calidad y plazo de la información que se envía por parte del editor a la cadena de comercialización, previa de la salida del libro al mercado, lo que podría permitir adecuar el suministro de libros, a la demanda potencial en librerías.

### RACIONALIZACIÓN EN LA GESTIÓN DE LOS PROCESOS DE DEVOLUCIÓN

El proceso de devolución se iniciaría mediante la identificación clara de los bultos que se envían, siguiendo unos criterios comunes, según establece el Protocolo Administrativo de Devoluciones (3ª Norma CSL).

En el caso de envío de libros devueltos que por error se hacen llegar a un proveedor distinto del que los sirvió, se podrán trasladar al cliente los costes vinculados a esta gestión añadida para corregir el error.

### DEVOLUCIÓN DE LIBROS DESCATALOGADOS

Una vez que el editor informe a toda su red de comercialización sobre la situación como descatalogado de algún libro de su fondo, el plazo máximo para la devolución de estos libros desde la librería al proveedor respectivo, será de 3 meses. El distribuidor contará con un mes más para devolver al editor los libros descatalogados.

La comunicación por parte del editor sobre la situación de descatalogado de títulos que compongan su fondo, se realizará a DILVE, así como a través del correspondiente envío de información a través de SINLI a toda su red de comercialización.

La fecha a partir de la cual comenzará a contar el plazo de 3 meses antes aludido, será la fecha en la que se incorpore a DILVE la información sobre el cambio de situación del libro como descatalogado.

### DEVOLUCIÓN DE LIBROS ANTE CAMBIO DE DISTRIBUIDOR

El editor deberá comunicar el cambio en el distribuidor de su fondo a toda su red de comercialización, y responsabilizarse de las incidencias que pudieran producirse en el proceso de cambio.

Debería recogerse en el contrato entre editor y distribuidor la casuística ante la rescisión del propio contrato, incluyendo un posible sistema de garantías, (aval hasta una cantidad), por las posibles devoluciones que se reciban en el plazo de tiempo pactado.

Asimismo, el contrato con un nuevo distribuidor debería incluir un punto donde se establezca que el acuerdo con el saliente está firmado y garantizado.

También sería necesario explicitar el compromiso del nuevo distribuidor para el abono del stock que el anterior distribuidor haya dejado desprotegido.



Se establece un plazo de 3 meses, a partir de la comunicación fehaciente al librero sobre el cambio de distribuidor, para la recepción de las devoluciones de las librerías al distribuidor que deja de distribuir ese fondo. Este plazo será de otros 2 meses más, para las devoluciones que efectúa el distribuidor al editor.

El principio básico sería la aceptación por parte del distribuidor que deja el fondo, de las devoluciones de las librerías, en el plazo de tiempo antes descrito.

Por otra parte se considera importante establecer mecanismos de comunicación y acuerdo con el editor respectivo en cada caso, para que los libros pudieran mantenerse en las librerías, sin que resultara necesaria la devolución física de los mismos.

### ABONO DE LAS DEVOLUCIONES

En relación a este asunto, se recuerda lo establecido en el Protocolo Administrativo de Devoluciones (3ª Norma CSL), “Todos los clientes que utilicen SINLI habitualmente para cursar sus pedidos y documentar sus devoluciones, tendrán garantizado el abono de estas últimas en el mismo mes en que sean puestas a disposición del distribuidor, si dicha puesta a disposición tuviera lugar dentro de los 10 primeros días del mes, o en el mes siguiente si se supera este plazo”

A este respecto, se recomienda ajustar la fecha de facturación de la novedad a las librerías, con las fechas del abono de la devolución.

# 10 PROTOCOLO SOBRE EL DEPÓSITO DE LIBROS EN LIBRERÍA



## OBJETIVO:

RACIONALIZAR LOS PROCESOS QUE INTERVIENEN EN LA ENTREGA DE LIBROS EN DEPÓSITO ENTRE TODOS LOS AGENTES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN, PARA TRATAR DE MINIMIZAR LAS INEFICIENCIAS Y COSTES AÑADIDOS, ASÍ COMO OPTIMIZAR TANTO LA ATENCIÓN DE LOS PEDIDOS TRANSMITIDOS DESDE LA LIBRERÍA A LOS PROVEEDORES RESPECTIVOS, COMO LA GESTIÓN Y CONTROL DE LOS EJEMPLARES.

## JUSTIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Establecer un marco de referencia entre los distintos agentes que conforman la cadena de suministro de libros (Editores, Distribuidores y Libreros), que permita hacer frente a las incidencias que se producen en los procesos de entrega de libros en depósito al canal de librerías, motivadas por diferentes factores.

El editor o distribuidor podrá en cualquier momento realizar un recuento “in situ” del depósito a través de sus comerciales.

Los depósitos de libros de fondo (no los de presentaciones o campañas temáticas a corto plazo) tendrán como vencimiento máximo 12 meses. Pasado este tiempo, el Distribuidor valorará la rentabilidad de este depósito. La rentabilidad la indicará la facturación en firme del cliente a lo largo del año. Habrá un depósito en Librería equilibrado con su facturación en cada caso.

## ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

Los libros en depósito entregados a la Librería son propiedad de las Editoriales distribuidas por el proveedor respectivo (Distribuidor).

A la entrega del depósito, el librero recibirá un documento indicando el contenido del mismo, y el vencimiento. La aceptación de este documento supondrá la aceptación del depósito y las condiciones del mismo.

La Librería comunicará diariamente al Editor o Distribuidor las ventas que se produzcan del depósito por medios electrónicos (documento SINLI correspondiente o medios similares) para que estos repongan los ejemplares vendidos o, en caso de rotura de stock, los facturen en firme y los retiren del depósito. Si no fuera posible hacerlo diariamente lo deberá hacer al menos una vez al mes.

## TIPOS DE DEPÓSITOS

**PRESENTACIONES:** Serán considerados depósitos de presentaciones aquellos ligados a un acto y con un número de referencias limitado (máximo).

**CAMPAÑAS:** Serán depósitos relacionados con acciones puntuales gestionadas por parte del editor o de la librería y soportadas por material promocional, catálogos temáticos...

**FONDO:** Resto de depósitos que no atiendan a las anteriores clasificaciones.

# 10

## >

Si la valoración fuera negativa (Rotación inferior al XX%) pedirá a la Librería su devolución. Si por el contrario fuera positiva, de acuerdo con la Librería, se podrá renovar el depósito por 6 meses más y así sucesivamente.

Rotación = Libros Liquidados del depósito/ Libros en depósito

En la primera entrega y en la renovación del depósito se firmarán por parte de la Librería los documentos del depósito, los cuales se considerarán los últimos conformes válidos. Si debido a necesidades de auditoría el editor tuviera que tener los depósitos firmados por el cliente en un solo documento, el librero firmará la relación que el editor le envíe, por medios normales o telemáticos

Se considerará igualmente válido la aceptación de la factura/albarán de Depósito por parte del cliente (por aceptación expresa o por no rechazo de la factura/albarán). La factura / albarán deberá identificar el cliente, el número de depósito, vencimiento de depósito, vencimiento de la factura que se genere y condiciones de descuento, y deberá ir acompañada de la documentación de transporte firmada / sellada por el cliente.

La Librería se compromete a devolver los libros agotados que se le soliciten de su depósito. Si no los devuelve en la fecha fijada por el Distribuidor, se le cargarán en firme.

Si la Librería tiene el mismo ejemplar en firme y depósito, en caso de devolución, por defecto se abonará en depósito, salvo acuerdo expreso en contra.

La devolución deberá realizarse separada de otro tipo de devoluciones e ir debidamente señalizada como **“Devolución Depósito”**.

La Librería no podrá solicitar un nuevo depósito de fondo si ya tiene uno de estas características,

primero tendría que devolver/liquidar el anterior, salvo que se considere ampliación del depósito ya existente.

La Librería se compromete a tener los libros que recibe en depósito bien expuestos al público y en perfecto estado.

La devolución de libros deteriorados se tratará según las condiciones habituales, rebajándose del depósito o facturándose en firme en función del motivo del deterioro, del historial de incidencias, etc.

La Librería también se compromete a devolver ediciones descatalogadas de los títulos que tenga en depósito, en el tiempo que indique el Distribuidor, y sustituirlas por las nuevas ediciones.

El Distribuidor no abonará en depósito libros descatalogados devueltos fuera de los plazos indicados, sino que los facturará en firme.

Las modificaciones de precio, descatalogados, petición de devolución, fecha, etc., se comunicarán a través de las herramientas desarrolladas por el sector (DILVE, CEGAL en RED o SINLI) con plazo suficiente para su tramitación por parte de la librería (mínimo un mes, mayor plazo en fechas especiales (navidad, ...)).

Las liquidaciones de depósitos se cargarán al precio vigente en catálogo en la fecha de cargo.

Traspaso de depósitos por cambio de distribuidor. Cuando se realice un cambio de distribuidor, el librero y el nuevo distribuidor pueden llegar a acordar el mantenimiento del depósito. Para ello el librero y el nuevo distribuidor deben crear un nuevo documento de depósito firmado y aceptado por ambas partes indicando el contenido y condiciones del mismo (vencimiento, descuentos, etc...).

# 11 PROTOCOLO SOBRE GESTIÓN DE CÓDIGOS DE BARRAS EN LIBROS



## OBJETIVO:

DESARROLLO DE UN PROTOCOLO REFERIDO A LA GESTIÓN POR PARTE DEL EDITOR RESPECTIVO DE LOS CÓDIGOS DE BARRAS QUE SE INCLUYEN EN CADA EJEMPLAR, PARA FACILITAR LOS DIFERENTES PROCESOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL LIBRO.

## JUSTIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Los distribuidores y libreros deben contar de forma accesible y simple, con la información que provee el código de barras que el editor respectivo incluye en cada uno de los ejemplares de los títulos que lanza al mercado, ya que muchos de los procesos logísticos y de comercialización que se llevan a cabo, se basan en la información vinculada al código de barras.

La gestión adecuada por parte del editor en lo que refiere a los códigos de barras impresos en cada ejemplar, son una de las bases para facilitar muchos procesos en la cadena de suministro de libros.

En el código de barras figura parcialmente el código ISBN dentro del total de números del EAN-13. Así, si un ISBN empieza siempre por 978, le sigue el código de país, el código de editor y el código de publicación, para obtener el EAN-13 se prescinde del último dígito de control del ISBN y se recalcula e incorpora otro propio de EAN-13.

Es necesario insistir en el hecho de que ISBN y EAN-13 son dos sistemas de codificación complementarios, pero diferentes.

## ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

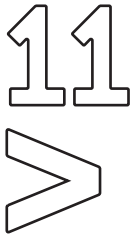
El formato EAN-13 es un código internacional de trece dígitos que identifica a cada producto. Su forma gráfica es el típico código de barras que podemos ver en la mayoría de productos.

La codificación en barras permite que los datos de un producto sean reconocidos por un lector de códigos. De esta manera se facilita la información sobre la gestión comercial y logística del producto.

Los libros y publicaciones también pueden tener insertados su código de barras o EAN-13 para su comercialización o almacenamiento.







A este respecto, se fijan requisitos de partida con carácter de mínimos respecto a la gestión adecuada del código de barras por parte del Editor, siguiendo las recomendaciones que establece AE-COC-GS1 respecto a esta materia:

- **SELECCIONAR TIPO DE CÓDIGO DE BARRAS:** Si el código de barras debe ser leído en el punto de venta, sin incluir información adicional de las características variables del producto (lote, fecha de caducidad, número de serie), se debe utilizar el código GTIN-13, representado en un EAN13.
- **SELECCIONAR LAS DIMENSIONES DEL CÓDIGO:** Las dimensiones del código dependerán del tipo de símbolo para adaptarse a determinados tamaños, según las necesidades y situaciones. El tamaño del símbolo también se verá afectado por el espacio disponible para su ubicación, las limitaciones de los sistemas de impresión y el entorno en el que se leerá el símbolo.
- **SELECCIONAR EL COLOR DEL CÓDIGO:** La combinación óptima para la lectura del símbolo es el **color negro para las barras del código y el color blanco para el fondo.**

- **SELECCIONAR LA LOCALIZACIÓN DEL CÓDIGO:** Para evitar incidencias, no se debe tapar, dañar o ubicar el símbolo en zonas del libro que impidan su lectura.

Si el libro lleva una faja informativa, o cualquier otro elemento impreso de promoción, por encima de la portada y/o contraportada, que pudiera llegar a tapar el código de barras, se deberá imprimir también el código de barras en el material publicitario.

**De forma general se incluirá el código de barras en la parte inferior derecha de la contraportada.**

- **DEFINIR UN PLAN DE CALIDAD:** Se recomienda definir un plan de calidad para garantizar sistemáticamente la lectura del código de barras en cualquier parte de la cadena de suministro. A este respecto, se recomienda realizar pruebas de lectura del código por parte de la editorial respectiva.

En este mismo sentido, se constituirá una Comisión Sectorial de Incidencias en Códigos de Barras, que controlará las incidencias comunicadas al respecto por distribuidores y libreros, para su traslado al editor respectivo.

Las Normas CSL son una iniciativa del Grupo de Trabajo sobre Cadena de Suministro del Libro, integrado por representantes de **FANDE, CEGAL y FGEE**.



## **FANDE**

**Federación de Asociaciones  
Nacionales de Distribuidores  
de Ediciones**

c/ Santiago Rusiñol, 8  
28040 Madrid  
Tel. 915 334 777  
fande@fande.es  
www.fande.es



## **CEGAL**

**Confederación Española  
de Gremios y Asociaciones  
de Libreros**

c/ Santiago Rusiñol, 8  
28040 Madrid  
Tel: 915 336 407  
cegal@cegal.es  
www.cegal.es



**FEDERACIÓN DE GREMIOS  
DE EDITORES DE ESPAÑA**

## **FGEE**

**Federación de Gremios  
de Editores  
de España**

c/ Cea Bermúdez, 44-2.º Dcha.  
28003 Madrid  
Tel.: 915 345 195  
fgee@fge.es  
www.federacioneditores.org

Este proyecto ha recibido una ayuda del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

