



Guía ESG PARA EL MERCADO EDITORIAL

Cómo llevar la
sostenibilidad
hacia adentro de
su organización

Resumen

- 04 Cómo usar la guía
- 06 Mensaje del presidente
- 08 Composición y responsabilidades del GT
- 10 Sostenibilidad en la práctica
- 14 Por dónde empezar
 - Pacto de editores para los ODS
- 16 Metas, monitoreo y comunicación
- 17 Procesos y personas
- 18 Entrevista con Karine Pansa
- 20 Responsabilidad ambiental
- 21 Oportunidades de la cadena de valor
- 34 Consumo de papel
- 26 Gestión y soporte
- 27 Sostenibilidad en el comercio minorista
 - Difusión de cuestiones ambientales
- 28 Acciones sociales
- 29 Desarrollo y cuidado con los colaboradores
 - Diversidad, inclusión y equidad
- 31 Responsabilidad social
- 32 Educación
 - Contenido que marca la diferencia
- 33 Libertad de expresión
 - Rol social del libro
- 35 Gobernanza e integridad
- 36 Órganos de gobernanza corporativa
- 37 Compliance
- 38 Código de ética
- 39 LGPD
- 40 Eventos más sostenibles
- 42 Referencias y recomendaciones



CÓMO USAR LA GUÍA

Con esta publicación, ofrecemos a los miembros de la Cámara Brasileña del Libro (CBL) una guía práctica con acciones que contribuyen a que la cadena de producción del libro sea cada vez más sostenible, desde una perspectiva ambiental y social, basada en una gobernanza ética y transparente. Nos esforzamos por proporcionar información y orientación actualizadas en un formato sencillo y práctico para ayudar a las organizaciones a incorporar la agenda ESG (sigla del inglés para “environment”, “social” y “governance”; o ambiental, social y gobernanza) en sus actividades diarias.

El contenido principal de la guía se divide en cuatro capítulos. El primer capítulo busca destacar el estado actual de la sostenibilidad y la importancia del tema para el sector, destacando algunos supuestos fundamentales que deberían formar parte del proceso de cualquier empresa hacia la implementación de acciones alineadas con el modelo ESG.

Los siguientes capítulos abordan temas específicos relacionados con las dimensiones ambiental, social y de gobernanza. Al final, también encontrará instrucciones sobre dónde encontrar más información sobre los temas tratados.

Sobre todo, la elaboración de esta guía se guió por el deseo de brindar a los miembros una herramienta que sirva de apoyo en la tarea que se cierre sobre todas las empresas, de acuerdo con su perfil, realidad y necesidades.



MENSAJE DEL PRESIDENTE

A la vanguardia, protegiendo el futuro del mercado editorial.

Un sector que mira hacia el futuro. Esta es una forma muy acertada de describir el mercado editorial actual, que construimos día a día con esfuerzo.

Con este futuro en mente, la Cámara Brasileña del Libro creó el Comité ESG de la CBL y, ahora, la Guía ESG para el Mercado Editorial. Me enorgullece presentar este material, que satisface a la perfección las necesidades de las empresas en todos los niveles de la cadena de producción editorial.

Desde distribuidores hasta librerías, incluyendo editoriales grandes y pequeñas, hoy en día las tres letras de ESG —que representan los pilares de la gobernanza ambiental, social y corporativa— deben permear la toma de decisiones de los empresarios de nuestro sector y ser consideradas en toda la planificación estratégica si queremos mantenernos a la vanguardia, a la par de otros sectores brasileños que innovan en esta agenda.

Con Brasil posicionándose cada vez más como un país clave en el escenario global y albergando eventos como el Grupo de los Veinte (G20), que reunirá a líderes mundiales para debatir sobre sostenibilidad, nuestra guía cobra aún mayor relevancia.

En ella, encontrará información actualizada sobre la agenda ESG, con orientación sobre cómo aplicar iniciativas ambientales, sociales y de gobernanza corporativa en las diversas actividades que conforman el recorrido del libro al lector, así como entrevistas con actores clave en el tema. Todo de forma sencilla y práctica, con el objetivo de que nuestra cadena de producción sea cada vez más sostenible, basada en una gobernanza ética y transparente.

Los invito a embarcarse en este viaje y a visualizar juntos un mercado editorial que se preocupe profundamente por el bienestar y la integridad de sus profesionales, el ecosistema de personas impactadas por nuestra cadena de suministro y nuestro planeta. Y, lo más importante, con la Guía ESG para el Mercado Editorial, descubrirán cómo pueden empezar a implementar los cambios necesarios hacia un futuro más sostenible ahora.

¡Feliz lectura!

Sevani Matos
Presidente de la Cámara Brasileña del Libro



COMPRENDA LAS RESPONSABILIDADES DEL COMITÉ ESG DE CBL

El Comité ESG de CBL tiene como objetivo promover prácticas sostenibles, de responsabilidad social y de buena gobernanza en el sector editorial. Sus principales responsabilidades incluyen identificar y difundir iniciativas que reduzcan el impacto ambiental y fomenten el uso de materiales reciclables y sostenibles, así como proponer acciones para reducir los residuos y aumentar la eficiencia energética.

En su responsabilidad social, el Comité impulsa iniciativas que benefician a las comunidades relacionadas con el sector editorial, impulsando programas de inclusión y diversidad y apoyando proyectos sociales que fomentan la lectura y la educación. En su gobernanza corporativa, una de sus responsabilidades es difundir las mejores prácticas, establecer directrices de transparencia y ética, y apoyar la formación profesional.

Entre los objetivos del Comité se encuentra la creación de un club de lectura sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, centrado en la contribución del sector editorial al logro de las metas establecidas. Además, el grupo busca alianzas con otras entidades para fortalecer las iniciativas ESG y trabaja para definir métricas que permitan evaluar el impacto de las acciones sociales y ambientales.



SOSTENIBILIDAD EN LA PRÁCTICA

Diariamente, nos encontramos con noticias, artículos de opinión, estudios y movimientos que nos instan a involucrarnos más en la construcción de un futuro sostenible para el planeta. Existe una creciente preocupación y un sentido de urgencia con respecto al cambio climático, la degradación de los recursos naturales y las vulnerabilidades sociales, entre otros temas.

En este contexto, empresas de diversos sectores han recibido demandas muy tangibles de consumidores, inversores, empleados y, en cierta medida, de la sociedad en general. La idea es que las empresas busquen alcanzar sus objetivos financieros, al mismo tiempo que operan con la debida responsabilidad social y ambiental.

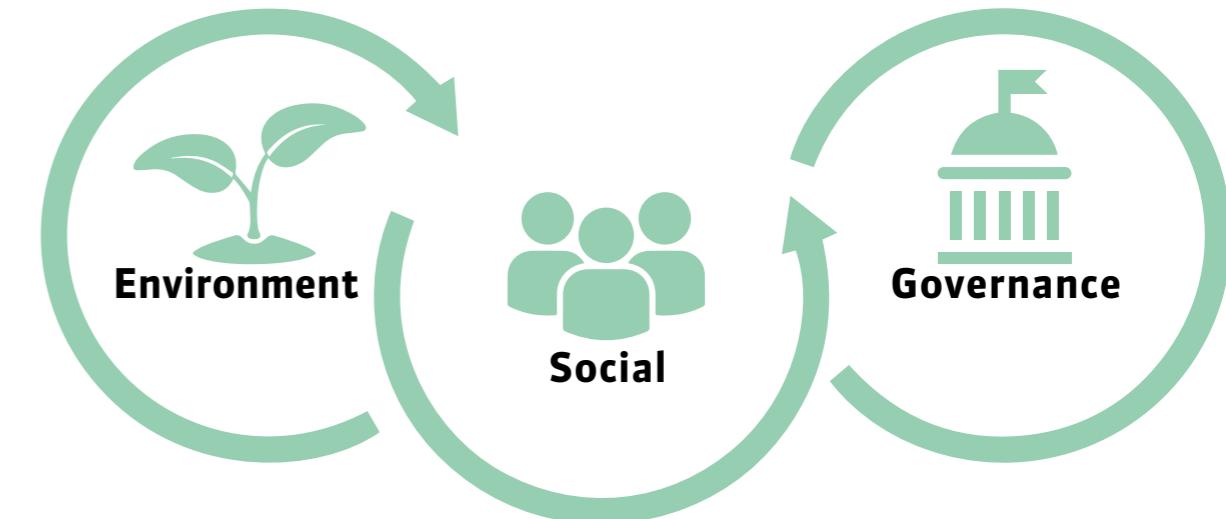
Así es como el modelo ESG cobra impulso. La alineación con una agenda que conduce a la implementación y práctica de acciones en estos tres frentes ha servido como referencia para evaluar a las empresas, influyendo directamente en la confianza del mercado, la imagen de marca e incluso en el rendimiento y los resultados económicos. Las investigaciones muestran que los analistas de mercado, por ejemplo, tienen en cuenta tanto la rentabilidad y la capacidad de innovación como la gobernanza corporativa y la gestión eficiente de los riesgos ambientales y sociales (tanto propios como de terceros).

Igualmente importante es la tendencia de los gobiernos a aumentar el nivel de regulación. La legislación se ha ampliado y se ha vuelto más estricta en cuanto a la protección ambiental, el cumplimiento de las normas laborales y sociales, y los requisitos de transparencia e integridad en las actividades empresariales.

Por todas estas razones, a la hora de integrar la sostenibilidad en la organización, ahora es el momento. Más allá de las posibles obligaciones, las organizaciones deben centrarse en los beneficios que la agenda ESG puede aportar a la sociedad, con el objetivo de mitigar los impactos ambientales y sociales y mejorar las relaciones con el público, especialmente con los jóvenes.

No importa si su empresa es pequeña o grande. Cada paso, cada acción implementada, cada programa exitoso con resultados concretos marca la diferencia en este camino. No es necesario abordar todos los frentes de forma inmediata y simultánea, pero no hay tiempo que perder. Lo más importante es el compromiso con la búsqueda colectiva de soluciones a los problemas que afligen a la sociedad.

Esta Guía avanza en esta dirección, destacando algunos requisitos cruciales desde las etapas iniciales e indicando posibilidades y oportunidades para ayudar a quienes abordan cuestiones de sostenibilidad en el mundo editorial.



Sostenibilidad y ESG

Más información

Los orígenes del modelo ESG (sigla del inglés para environment, social e governance, o medio ambiente, social y gobernanza) se remontan a 2004. Una publicación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en colaboración con el Banco Mundial, registró la primera reunión entre importantes instituciones financieras para crear una plataforma capaz de conectar a empresas, organismos públicos y profesionales de la inversión en torno a una agenda que abarcaba las dimensiones ambientales, sociales y de gobernanza.

A partir de esto, ya es posible comprender la diferencia entre sostenibilidad y ESG. Ser sostenible es un concepto amplio, relacionado con la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

El modelo ESG, a su vez, proporciona criterios para evaluar objetivamente el desempeño de las organizaciones en sus esfuerzos por minimizar sus impactos sociales y ambientales, mediante prácticas de gobernanza sólidas y con base en indicadores que pueden comunicarse a los inversores y otras partes interesadas.

Por dónde empezar

El primer paso para implementar la agenda ESG es el propósito de la organización, que está necesariamente vinculado al liderazgo. Los gestores son responsables de definir el rumbo de la empresa y su negocio, así como de inspirar y guiar a los empleados para que contribuyan en el marco de sus responsabilidades.

Una empresa comprometida con la sostenibilidad aborda las cuestiones sociales y ambientales de forma amplia y, lo que es más importante, estratégica y directamente relacionada con los objetivos del negocio. Esto promueve la incorporación de acciones y programas en la planificación empresarial, fomenta la innovación en procesos y productos, y busca consolidar una cultura organizacional favorable que valore las prácticas apropiadas y el compromiso de las personas.

Una vez que su organización haya adoptado estos principios, debe explorar iniciativas exitosas y prácticas efectivas. En la cadena de producción editorial, una iniciativa reciente apunta precisamente en esta dirección: el Pacto de Editores por los ODS.

Pacto de editores para los ODS

La Asociación Internacional de Editores [International Publishers Association] (IPA), en colaboración con las Naciones Unidas (ONU), publicó en octubre de 2020 un documento con diez acciones destinadas a la contribución del sector editorial para acelerar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos por las Naciones Unidas. Desde entonces, más de 300 organizaciones, incluyendo empresas y asociaciones, como CBL, ya se han comprometido con el pacto propuesto, incluyendo la disposición a compartir datos y mejores prácticas e identificar las brechas que aún deben abordarse. (Consulte dónde encontrar el texto completo y los ODS en la página 42).

Los diez compromisos ayudan a responder la pregunta que muchos empresarios y ejecutivos comparten cuando se enfrentan a los desafíos de la sostenibilidad: ¿qué puedo hacer y por dónde empezar?

Además, es evidente que existen dos dimensiones fundamentales en la labor del sector editorial.

La primera dimensión es común a todos los sectores de la economía. Se trata del compromiso de las empresas con la agenda ESG, que se traduce en medidas efectivas implementadas en sus operaciones diarias. Por ejemplo, la recomendación de concienciar y promover los ODS entre empleados y proveedores, así como la importancia de contar con líderes responsables de impulsar el tema internamente.

La segunda dimensión es más específica del sector editorial, que, a través de autores y contenido publicado, puede concienciar y promover el tema de la sostenibilidad entre diferentes públicos, empezando por los niños. Al fin y al cabo, editoriales, distribuidores y librerías forman parte de un ecosistema con un papel importante en la lucha contra la desinformación.



Manténganse al tanto

El documento de la IPA refuerza la idea de que no se recomienda intentar abarcar una gama excesivamente amplia de causas sociales y medioambientales. En el punto 10, el texto recomienda “actuar en al menos una meta de los ODS” y compartir los avances anuales.

En los siguientes capítulos, detallaremos oportunidades de acción en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza que, de alguna manera, se conectan con los ODS.

Metas, monitoreo y comunicación

Al igual que en los negocios, su empresa debe definir metas claras para la agenda ESG dentro de la compañía. Esto implica:

- Diagnosticar la situación actual de la empresa en relación con los tres frentes de acción del modelo ESG.
- Identificar las prioridades, incluyendo las áreas con mayor impacto potencial, tanto desde la perspectiva de la propia empresa como de sus grupos de interés.
- Definir metas medibles, con hitos a alcanzar y un plazo para su consecución.
- Establecer indicadores que permitan monitorear el progreso, tanto de formacuantitativa como cualitativa.
- Comunicar las metas y resultados alcanzados al público interno y externo. Este es un paso decisivo para construir una relación de confianza entre el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y las iniciativas implementadas, así como para involucrar a empleados, proveedores y otros socios.

Al evaluar los resultados y, especialmente, al comunicarlos al público, se debe tomar una precaución esencial: la transparencia y la coherencia con los logros reales.

Cualquier actitud que pueda interpretarse como un intento de exagerar los logros de la empresa, o incluso inflar acciones con menor impacto, puede ser extremadamente perjudicial para la imagen y la marca de la empresa. Incluso existen términos para esto: “greenwashing”, que es la práctica engañosamente adoptada por algunas empresas que afirman ser más responsables o sostenibles con el medio ambiente de lo que realmente son; y “socialwashing”, que también infla los verdaderos resultados de las iniciativas sociales de las organizaciones.

Procesos y personas

Una vez que su organización haya establecido objetivos dentro de la agenda ESG, el siguiente paso es revisar los procesos para que produzcan los resultados deseados, garantizar la participación del equipo, abarcando todos los niveles jerárquicos, y brindar la orientación adecuada a proveedores y socios.

Más allá de los límites corporativos, un ejercicio valioso es escuchar activamente a las partes interesadas y crear mecanismos de colaboración capaces de apoyar la implementación de la agenda ESG de manera viable y eficaz a largo plazo.

El esfuerzo para involucrar a las personas puede incluir capacitación, herramientas de reconocimiento e incentivos, y proyectos sociales y ambientales en colaboración con terceros.

Partes interesadas

Más información

Esta es una distinción útil a lo largo del proceso de incorporación de criterios ESG en su organización, especialmente en lo que respecta a las iniciativas de comunicación, escucha activa y participación.

Las partes interesadas son aquellos con quienes la organización mantiene una interacción directa. Incluyen clientes, socios comerciales, proveedores, colaboradores, inversores y grupos con los que es importante mantener una relación positiva, lo que beneficia la reputación y la imagen.

Las partes interesadas, a su vez, forman un grupo más amplio de personas o entidades que se ven afectadas por las actividades o decisiones de la empresa, pero con quienes no necesariamente se mantiene una relación directa. Esto puede incluir, por ejemplo, comunidades específicas, organizaciones no gubernamentales (ONG) y universidades. Es valioso comprender las necesidades, preocupaciones y expectativas de la organización, teniendo en cuenta estos factores en el proceso de toma de decisiones.



“Unir el sector para actuar con la suficiente rapidez”

Entrevista con Karine Pansa

Socia y Directora Editorial de Girassol Brasil y Presidenta de la Asociación Internacional de Editores (IPA)

¿Qué importancia tiene el Pacto de Editores para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas?

Es una iniciativa importante que permite a los editores declarar expresamente su compromiso con los ODS y dar los primeros pasos prácticos para contribuir a la consecución de los objetivos propuestos.

Muchos editores ya realizan contribuciones significativas a través de sus libros. Sin embargo, el Pacto también nos ayuda a reflexionar sobre cómo llevar a cabo nuestras actividades de acuerdo con los ODS.

Desde su lanzamiento en 2020, más de 300 editoriales y asociaciones de editoriales han firmado el documento. Hemos observado un gran interés por parte de las editoriales y sus asociaciones en compartir las mejores prácticas, y esta comunidad de signatarios del pacto está liderando el camino.

¿Cuál es su evaluación del estado actual de las prácticas ESG en el sector editorial?

Desde una perspectiva internacional, las organizaciones se encuentran en etapas muy diversas. Creo que la mayoría de las principales editoriales ya han incorporado criterios del modelo ESG en sus negocios. El último informe 2030 Publishing Accelerator se centró en el aspecto contable del negocio y cómo esto podría afectar las decisiones de sostenibilidad de las editoriales.

Al mismo tiempo, la mayoría de las editoriales son pequeñas y tienen muchas más dificultades para involucrarse directamente con la agenda ESG, a pesar de su interés en los temas sociales y ambientales. También hay regiones donde publicar un libro es un desafío logístico tal que la sostenibilidad se deja de lado. En estos casos, las asociaciones de editores pueden desempeñar un papel clave en el apoyo a todo el sector.

¿Podría mencionar alguna iniciativa destacada?

Hay muchas iniciativas que vale la pena destacar. Por ejemplo, la Asociación de Editores del Reino Unido ha lanzado una calculadora de carbono que permite a sus miembros monitorear las emisiones de carbono en varios aspectos de su negocio, evaluando su desempeño desde una perspectiva de sostenibilidad.

En la IPA, contamos con el Panel de los ODS que destaca diferentes iniciativas de varias editoriales y asociaciones, categorizadas por ODS.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el sector en el avance de la agenda ESG?

El principal desafío será unir a todo el sector, a nivel internacional, hacia un objetivo común. Cada mercado tiene su propio régimen regulatorio y sus propios obstáculos.

Como ocurre con la mayoría de los trabajos en diferentes sectores, la pregunta también será si podemos actuar con la suficiente rapidez.

Además de poner en marcha acciones sostenibles ¿cómo puede contribuir el sector al debate sobre el tema?

Tenemos la capacidad de impulsar conversaciones sobre los ODS para diversos públicos. El Club de Lectura de los ODS, por ejemplo, demostró que existen excelentes obras que abordan temas relacionados con los ODS de forma accesible para los jóvenes.

¿Qué mensaje le gustaría transmitir al sector editorial?

Me gustaría animar a todas las editoriales del mundo a dar el primer paso, aunque sea pequeño. Firmen el Pacto de Editores por los ODS, identifiquen un aspecto de su negocio en el que puedan centrarse para mejorar y no actúen solos. Trabajen con asociaciones locales para compartir las lecciones aprendidas y busquen aprender de otras editoriales que también estén en este camino.

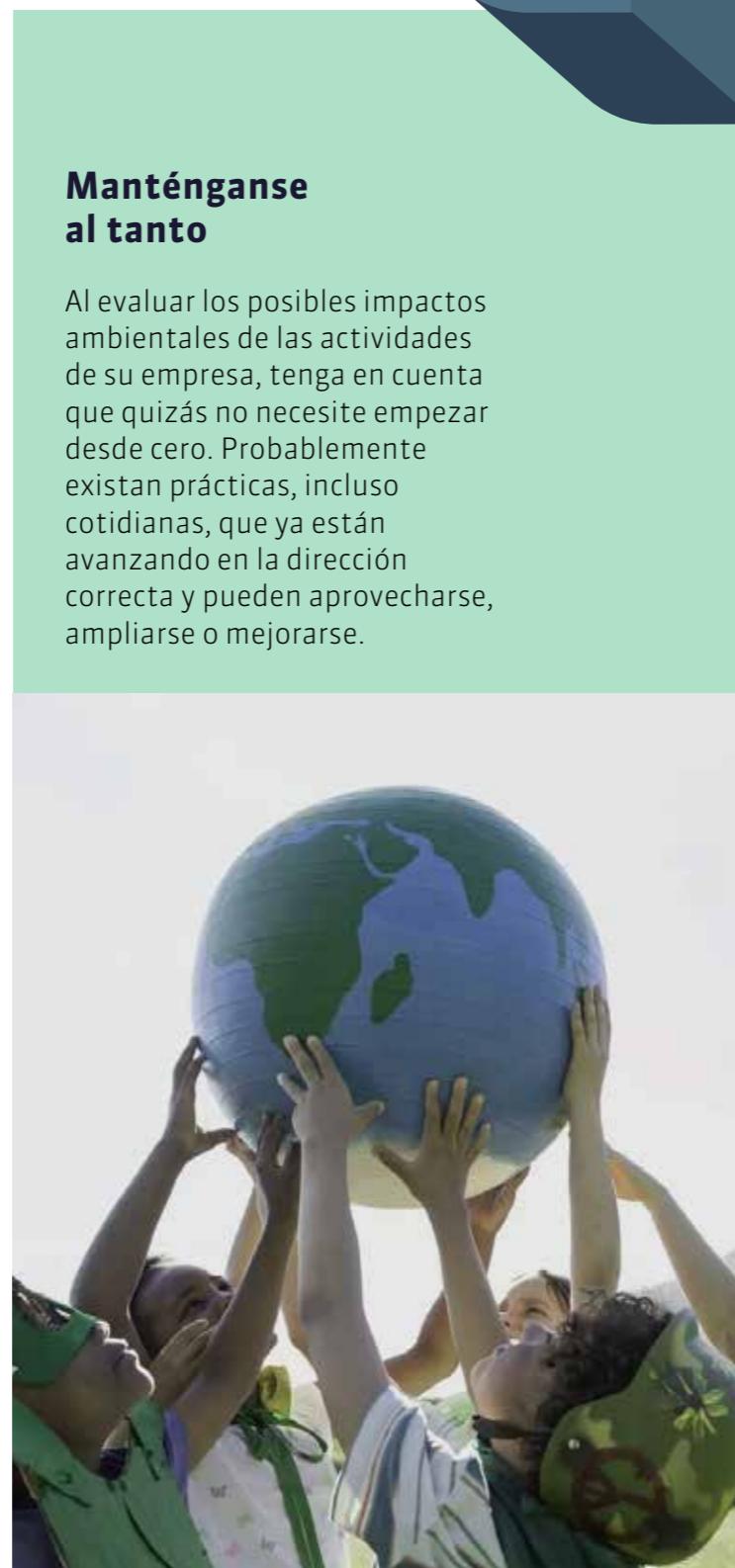
RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

En cuanto a la dimensión ambiental del modelo ESG, el objetivo más general de una organización, independientemente de su tamaño, debería ser eliminar o reducir los impactos negativos de sus actividades y, en consecuencia, los riesgos asociados a ellos. Este es un paso esencial para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de las operaciones y el negocio.

Existen impactos comunes a la mayoría de las empresas y sectores de la economía, como las emisiones de gases de efecto invernadero y la generación de residuos. Asimismo, existen problemas relacionados con las actividades de gestión y soporte, que se realizan dentro de las oficinas, pero también implican trabajo externo, como los viajes en coche y avión, por ejemplo.

Al mismo tiempo, es posible identificar oportunidades específicas asociadas a la producción editorial y, por lo tanto, a toda la cadena de valor del sector editorial. Finalmente, cada empresa puede establecer objetivos ambientales específicos según su perfil, el trabajo que realiza, sus grupos de interés e incluso las características de su ubicación.

Con tal abanico de posibilidades por explorar, es fundamental comprender los impactos ambientales actuales de su empresa, realizando una evaluación exhaustiva de su desempeño ambiental en las áreas relevantes de sus operaciones. A continuación, se establece un marco de prioridades y metas realistas y se define cómo alcanzarlos, incluyendo planes de mejora.



Manténganse al tanto

Al evaluar los posibles impactos ambientales de las actividades de su empresa, tenga en cuenta que quizás no necesite empezar desde cero. Probablemente existan prácticas, incluso cotidianas, que ya están avanzando en la dirección correcta y pueden aprovecharse, ampliarse o mejorarse.



Oportunidades de la cadena de valor

Analizar la cadena de valor del sector editorial puede ayudar a empresas y profesionales a identificar diferentes perspectivas para optimizar procesos, evitar desperdicios, reducir costos y lograr mejoras de eficiencia que, además de beneficiar a las empresas, también generen beneficios directos e indirectos para el medio ambiente.

Esto implica revisar todas las etapas del recorrido de un libro hasta el lector, incluyendo autores, proveedores, imprentas, transportistas, etc. El propio Pacto de Editores de la IPA (véase la página 14) menciona la importancia de la colaboración y las alianzas en el desarrollo e implementación de acciones y soluciones innovadoras.

En este contexto, un enfoque igualmente relevante es la gestión de riesgos, que debe mapearse, evaluarse y medirse en todos los eslabones de la cadena.

Además de los riesgos propios de cada empresa, puede ser necesario considerar los relacionados con las actividades de proveedores, prestadores de servicios y socios comerciales.

Manténganse al tanto

La innovación es un elemento central en la búsqueda de nuevos procesos, enfoques alternativos y mejoras graduales para satisfacer las demandas de sostenibilidad, especialmente en el ámbito medioambiental.

Es importante fomentar la creatividad creando un entorno donde los equipos se sientan cómodos proponiendo nuevas ideas e incluso probándolas sin temor a un posible fracaso.

En este movimiento hacia la innovación, tenga en cuenta que los cambios tecnológicos y la disponibilidad de productos con menor impacto ambiental aumentan cada día. Nada es definitivo en este campo. Lo importante es estar atento a los nuevos desarrollos y estudiar como implementar los cambios.

Independientemente de las evaluaciones y los esfuerzos específicos, algunas áreas ya están surgiendo como fuentes de oportunidades para obtener beneficios ambientales, incluyendo beneficios directos para las empresas, como la optimización de costos:

Papel: los avances continuos en esta área allanan el camino para una mayor alineación con las mejores prácticas ambientales (véase el texto específico a continuación).

Diseño gráfico y especificaciones: se pueden lograr ahorros de recursos y energía, por ejemplo, eligiendo el formato del libro (para minimizar el desperdicio de papel), adoptando procesos de encuadernación sostenibles, diseñando productos sin plástico o utilizando recursos no derivados del petróleo. La elección de la fuente utilizada en los textos, a su vez, puede reducir el tamaño del libro sin comprometer la legibilidad, lo que impacta en toda la cadena de producción, distribución y ventas. También debe considerarse la cuestión de la durabilidad. Por ejemplo, los laminados plásticos para cubiertas de libros son más duraderos, pero menos ecológicos que el barniz para máquinas, especialmente en formulaciones a base de agua; y las tapas duras son más robustas, pero menos sostenibles. En algunos casos, incluso puede ser deseable tener libros más frágiles que sean fáciles de reciclar.

Fomento de la economía circular: este es un concepto relevante en la lucha contra el desperdicio y el exceso de residuos, que está ganando cada vez más fuerza en diversos sectores de actividad. Resulta beneficioso apoyar la donación de libros usados a bibliotecas, escuelas y organizaciones comunitarias, por ejemplo, para prolongar la vida útil de cada ejemplar y, asimismo, para facilitar el reciclaje de aquellos que han llegado al final de su vida útil, en colaboración con cooperativas de recicladores y otras iniciativas comunitarias. Además, en el proceso de producción de libros, es fundamental cuidar el desperdicio de papel, incluyendo recortes o sobrantes, que pueden reutilizarse o convertirse en subproductos, como materiales de papelería.

Otros materiales: tintas, pegamentos, acabados y laminados generalmente contienen ingredientes contaminantes y no renovables. Vale la pena aprender más sobre materiales alternativos y respetuosos con el medio ambiente y estudiar su impacto ambiental y económico en colaboración con las imprentas para tomar una decisión más informada.

Impresión: una alternativa en auge es la impresión con tinta a base de agua. Además, la impresión digital está evolucionando y puede ser una opción en algunos casos, como para tiradas más pequeñas y para cubrir la falta de inventario.

Consumo energético: las imprentas deben garantizar la eficiencia energética de sus equipos e, idealmente, buscar fuentes de energía renovables, si no directamente, a través del mercado libre de energía, lo que también puede resultar en tarifas reducidas. Esta también es una opción para las oficinas, considerando las características de consumo y suministro de energía de cada empresa.

Embalaje: cada vez es más posible buscar alternativas renovables al uso de plástico y otros materiales no sostenibles.

Transporte: esto representa un impacto ambiental significativo debido a las emisiones de gases de efecto invernadero. Sin embargo, el desafío es considerable debido al tamaño del país y al predominio de las carreteras. Una posibilidad es promover la eficiencia logística, especialmente en lo que respecta a los volúmenes transportados y la selección de rutas. En el caso de los viajes aéreos, siempre se recomienda intentar reducir el número de vuelos. Si esto no es posible, solicitar una compensación puede ser una opción.

Información: en este sentido, uno de los principales problemas son los materiales utilizados en las piezas, además de la posible generación de residuos. Investigue formas de recolectar muestras o busque información sobre la eliminación adecuada de estos materiales.

Residuos: es muy recomendable contar con un sistema de gestión de residuos, que incluya desde la reutilización de embalajes hasta la eliminación de los residuos reciclables que se generan a diario. En las oficinas, garantice la correcta eliminación de todos los residuos y, si es posible, utilice servicios especializados en gestión de residuos. Todo lo que se produce en una oficina puede eliminarse adecuadamente, desde el reciclaje de papel hasta la conversión de residuos orgánicos en biomasa.

Eliminación de aparatos electrónicos: al reemplazar computadoras e impresoras, busque centros especializados en la recepción, el reciclaje o la recuperación de estos equipos. Pueden devolverse para su uso como donaciones o desmontarse para obtener componentes.

Consumo de agua: un futuro sostenible implica necesariamente un consumo racional de agua. Comience por identificar y monitorear las principales fuentes de consumo de agua en sus operaciones para evaluar las oportunidades de reducción y optimización. Las mejoras suelen lograrse mediante procesos más eficientes, mantenimiento preventivo y cambios en el comportamiento de las personas.

Gases refrigerantes: las prácticas seguras de manipulación y almacenamiento son esenciales para prevenir fugas y minimizar los riesgos para la salud y el medio ambiente.

Al reemplazar o desechar equipos refrigerantes, se debe considerar el reciclaje o la recuperación adecuados de los gases refrigerantes. También disponemos de servicios de reciclaje certificados.



Consumo de papel

La industria papelera destaca por su suministro de materias primas de origen sostenible, energía renovable y altas tasas de reciclaje. En Brasil, el sector de la celulosa y el papel cultiva más de tres millones de hectáreas de árboles para su propio consumo, fomentando el desarrollo forestal sostenible y adquiriendo madera de empresas reforestadoras y productores independientes cualificados. Además de plantar árboles para uso industrial, preserva las áreas forestales naturales.

Recientemente, ha cobrado impulso la tendencia hacia el uso de papel certificado, es decir, papel reconocido por su producción sostenible y responsable. Existen diversas certificaciones, entre las que destacan el Forest Stewardship Council [Consejo de Administración Forestal] (FSC), el Programme for the Endorsement of Forest Certification [Programa para el Reconocimiento de la Certificación Forestal] (PEFC) y, a en Brasil, la Certificación Forestal Brasileña (CERFLOR).

En la práctica, estas certificaciones garantizan que el papel proviene de bosques gestionados de forma sostenible, donde se respetan las leyes ambientales y los derechos laborales. Paralelamente, pueden incluir requisitos para la conservación de la biodiversidad, la protección de áreas sensibles y la reducción del impacto ambiental de las operaciones forestales.



Certificaciones forestales

Más información

Estas iniciativas buscan promover prácticas de gestión forestal ambientalmente apropiadas, socialmente beneficiosas y económicamente viables; garantizar la trazabilidad de los productos hasta el origen de la madera; y apoyar la estrategia de comercialización de productos certificados.

El FSC es una organización independiente sin fines de lucro fundada en 1994 con la necesidad de garantizar la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible de los bosques en todo el mundo.

CERFLOR es una iniciativa brasileña de certificación forestal, cuyos estándares se desarrollan en el ámbito de la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT) y su aplicación es gestionada por el Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología (INMETRO). Cuenta con el aval de PEFC, una organización independiente, no gubernamental y sin fines de lucro fundada en 1999.

También es importante saber que existen dos tipos de certificaciones: la de gestión forestal, que garantiza que la madera utilizada proviene de un bosque gestionado responsablemente, y la de Cadena de Custodia, que proporciona la trazabilidad de las materias primas certificadas en todas las etapas de su procesamiento, desde el bosque hasta el consumidor final.

Gestión y soporte

Las funciones de gestión y soporte, esenciales para el funcionamiento de cualquier empresa, presentan a diario diversas oportunidades para el consumo racional de energía y la reducción del uso de plástico y papel, entre otros. Se debe prestar especial atención a los viajes y el transporte, tanto en coche como en avión, considerando medidas como:

- priorizar los vehículos propulsados por etanol o híbridos;
- apoyar el uso de medios de transporte alternativos;
- limitar los viajes aéreos, especialmente los internacionales.

Compensación de carbono

Más información

Las empresas comprometidas con la sostenibilidad deben buscar siempre reducir significativamente las emisiones de carbono, pero esto no siempre es factible. En estos casos, existen alternativas, como la compensación. Este sistema permite reducir el impacto de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Esta compensación de emisiones se logra mediante iniciativas para reducir o capturar carbono. Por ejemplo, plantar árboles para capturar y almacenar carbono de la atmósfera, o incluso preservar los bosques existentes, evitando su deforestación y la liberación de carbono.

Otra posibilidad es la compra de créditos de carbono, equivalentes a sus emisiones, lo que contribuye a financiar proyectos sostenibles.

Sostenibilidad en el comercio minorista

En contacto directo con los consumidores, las librerías tienen numerosas oportunidades de involucrarse con la sostenibilidad, tanto en relación con el medio ambiente como con los problemas sociales que afectan al público. De esta manera, pueden fortalecer la imagen y la reputación de la empresa, atraer clientes conscientes, involucrar a los empleados e incluso posicionarse a la vanguardia de un movimiento que se está consolidando cada vez más en diversos sectores minoristas.

Desde una perspectiva ambiental, la forma en que las tiendas gestionan materiales como papel, embalajes y plásticos, así como el uso responsable de la electricidad, marcan la diferencia. La gestión de residuos, el uso de fuentes de energía renovables, la gestión del agua y el uso de gases de refrigeración respetuosos con el medio ambiente son otras iniciativas que pueden implementarse en el entorno físico de las librerías.

La creatividad también debe ser un factor diferenciador; por ejemplo, utilizar el espacio para diversas actividades, como la recogida de materiales para reciclar, promover debates y mostrar las mejores prácticas.

Difusión de cuestiones ambientales

Según el Pacto de Editores de la IPA para los ODS, la misión del sector editorial es promover contenido que aborde temas de los ODS, como la igualdad, la sostenibilidad, la justicia y la preservación del medio ambiente. Esto implica difundir conocimiento, fomentar el debate sobre temas como la escasez de recursos naturales y la crisis climática, y combatir la desinformación. Esta labor puede comenzar con los niños, despertando su interés por el futuro sostenible del planeta.



ACCIONES SOCIALES

La acción social dentro del modelo ESG es bastante integral: abarca desde la promoción de la diversidad hasta la responsabilidad social mediante acciones que contribuyen al bienestar de la comunidad, incluyendo la salud y la seguridad de los colaboradores. En el caso del sector editorial, también es posible añadir la contribución que editoriales, distribuidores y librerías deben realizar a la difusión de temas como la equidad y la libertad de expresión, pilares del trabajo de CBL.

En todos estos aspectos, el objetivo no es minimizar los efectos nocivos de las actividades, sino generar un impacto social positivo. En otras palabras, mediante acciones concretas y prácticas de gestión, el mundo editorial puede desempeñar un papel importante en la construcción de una sociedad más justa, equitativa y sostenible.

Esta acción se dirige fundamentalmente a tres grupos de interés: los colaboradores, la comunidad y la sociedad en general. A pesar de la multiplicidad de acciones potenciales, algunos temas destacan y ofrecen excelentes oportunidades para un trabajo eficaz.

Bibliodiversidad

Más información

Un concepto que ha ido ganando terreno es la bibliodiversidad. La idea es promover una mayor diversidad en el mundo editorial, reflejada en la representación de diferentes identidades étnicas, religiosas, lingüísticas y regionales, así como en los diversos géneros literarios y las innumerables formas de expresión lingüística, y en los numerosos problemas que preocupan a la sociedad actual.

Un beneficio muy claro de la bibliodiversidad es que permite que un mayor número de lectores se identifiquen consigo mismos en las páginas de los libros. Esto aplica tanto a los adultos —que consumen obras literarias, por ejemplo— como a la educación de niños y jóvenes, a través de las bibliotecas escolares y el trabajo en el aula.



Desarrollo y cuidado con los colaboradores

Ofrecer empleos de calidad y oportunidades profesionales contribuye, en sí mismo, al bienestar social de las comunidades donde operan las empresas. Pero es necesario ir más allá, apoyando el crecimiento de las personas mediante planes de desarrollo individual (personal y profesional) y la impartición de cursos de formación. Este desarrollo, a su vez, debe darse en un entorno laboral saludable, seguro e inclusivo.

Diversidad, inclusión y equidad

Uno de los temas centrales en la agenda de las empresas comprometidas con el modelo ESG, en todos los sectores de actividad, es cómo promover la diversidad, la inclusión y la equidad, tanto dentro como fuera de la organización. En una sociedad tan diversa como la brasileña, fomentar una cultura más inclusiva es crucial.

Esto implica promover la diversidad en todos los niveles de la organización, desde la base hasta la alta dirección, abarcando la igualdad de género, etnia, edad, orientación sexual y habilidades. Al igual que con otros elementos del modelo ESG, este es un desafío que debe considerarse desde la perspectiva de los beneficios, no de las obligaciones.

Numerosos estudios demuestran que una mayor diversidad impulsa la innovación, así como decisiones más conectadas con el mosaico de perspectivas, hábitos y preferencias que conforman la sociedad.

Procurar un entorno pluralista donde todos puedan alcanzar su máximo potencial y ser valorados por sus habilidades únicas. Entre las medidas concretas se incluye la creación de una cultura inclusiva mediante estándares y campañas de concienciación, así como apoyo a la formación.

Más mujeres en puestos de liderazgo

Manténganse al tanto

Para saber cómo aumentar la diversidad en el sector editorial, en la práctica, conviene conocer una iniciativa que está ganando cada vez más fuerza a nivel internacional: PublisHer, un movimiento que busca abordar la desigualdad de género. Entre los problemas que hay que superar, uno de los más significativos es la falta de movilidad y desarrollo profesional, que, de hecho, impide a las mujeres ascender de actividades operativas a puestos estratégicos.

Promover la diversidad y la inclusión internamente en la organización contribuye eficazmente a una mayor equidad. Sin embargo, este principio también debe traducirse en políticas de compensación justas y transparentes y en beneficios accesibles para todos los empleados. Más allá de las fronteras de la empresa, se deben adoptar criterios similares para proveedores y prestadores de servicios.

Libros accesibles

Más información

La accesibilidad en el país está contemplada en varios instrumentos legales, como la Ley de Inclusión Brasileña. Se garantiza a la persona con discapacidad, por ejemplo, el derecho a la cultura y el entretenimiento en igualdad de condiciones. En la práctica, esto significa acceso a bienes culturales, como libros en formatos accesibles (archivos digitales que pueden ser reconocidos y accedidos por software de lectura de pantalla u otras tecnologías de asistencia que los reemplacen), lo que permite la lectura con voz sintetizada, ampliación de caracteres, diferentes contrastes e impresión en Braille. CBL apoya iniciativas para garantizar la accesibilidad de los libros.

Responsabilidad social

La responsabilidad social puede entenderse como el conjunto de prácticas que permiten a una empresa marcar la diferencia en las comunidades en las que opera y en la sociedad en general, lo que abarca la conducta empresarial, la gestión corporativa y proyectos específicos.

Un paso fundamental es respetar y proteger los derechos humanos en todas las operaciones y cadenas de suministro, combatiendo la discriminación, el trabajo infantil y otras violaciones.

Las iniciativas de infraestructura, salud, educación y cultura pueden influir directamente en el desarrollo socioeconómico y la calidad de vida de los residentes. En consecuencia, también se logran resultados en la reducción de las desigualdades sociales, generando así una mayor equidad.

El proceso de desarrollo e implementación de iniciativas culturales y educativas es tan importante como los propios objetivos. Las iniciativas siempre son bienvenidas, pero para garantizar que sean más eficientes y lleguen al público, es fundamental establecer un diálogo abierto, continuo y transparente, y sobre todo, una escucha activa, con respeto, empatía y sensibilidad hacia las necesidades, preocupaciones e intereses de las comunidades. De esta manera, es posible forjar una relación a largo plazo, más productiva que los logros puntuales.

Aplicable a todos

La responsabilidad social debe permear toda la cadena de valor del libro. Editoriales, distribuidores y librerías deben seguir principios de responsabilidad y tener la oportunidad de implementar iniciativas sociales según las particularidades de sus negocios y personas interesadas. Las alianzas con organizaciones sin fines de lucro permiten diagnosticar necesidades y priorizar acciones de manera efectiva.

Educación

Debido a la conexión natural con los libros y la lectura, las inversiones en educación son un medio natural para las empresas del sector editorial. Además de cobrir carencias específicas, los proyectos educativos aumentan las oportunidades de empleo y, por lo tanto, el progreso social.

En este sentido, destaca la educación inclusiva, basada en el propósito de garantizar que niños, niñas y jóvenes, independientemente de sus características individuales, tengan acceso a una educación de calidad, respetando sus diferencias y necesidades individuales. Este enfoque es especialmente valioso para los niños con discapacidad. Cabe destacar proyectos de este tipo, que a menudo implican colaboraciones entre diferentes actores, como gobiernos, escuelas, organizaciones de la sociedad civil y otras empresas.

Contenido que marca la diferencia

Los libros son, sin duda, una herramienta poderosa para construir una sociedad y un planeta mejores. La diversidad de autores, temas y formatos, entre otros aspectos, responde de forma proactiva a la creciente demanda de representación e inclusión por parte de los lectores y grupos de la sociedad. De este modo, las empresas de la cadena de valor del libro se benefician simultáneamente de satisfacer las demandas sociales y fortalecer sus marcas y su posicionamiento en el mercado.

Libertad de expresión

Igualmente importante es la defensa de la libertad de expresión, condición esencial para la difusión del conocimiento, el debate y el progreso que la sociedad anhela. Recientemente, CBL fue una de las entidades firmantes de una declaración internacional sobre la libertad de expresión. “Es responsabilidad y misión de editores, libreros y bibliotecarios, mediante su criterio profesional, dar pleno sentido a la libertad de lectura, facilitando el acceso de todos a las obras de los autores”, afirma el documento.

Rol social del libro

Directamente o a través de entidades representativas, como la propia CBL, es importante que todas las empresas que forman parte de la cadena de producción del libro actúen para cumplir plenamente con la responsabilidad social del sector editorial: en la generación de empleo e ingresos; en la difusión de información y la transmisión de conocimientos; en la educación de niños, jóvenes y adultos; en la libre expresión de las múltiples voces que conforman la sociedad; en la promoción de debates que respeten los principios democráticos; y en innumerables otras áreas.





GOBERNANZA E INTEGRIDAD

La gobernanza es esencial para garantizar que las empresas actúen de forma sostenible, con responsabilidad social y ambiental, y generen beneficios para todos sus grupos de interés, más allá de las fronteras corporativas. En gran medida, este es el “cómo” del modelo ESG.

Mediante prácticas de gobernanza, las organizaciones crean estructuras y procesos que brindan transparencia en la toma de decisiones, incluyendo aquellas que afectan las acciones ambientales y sociales. Esta misma transparencia debe estar presente en los acuerdos a lo largo de la cadena de valor, preferiblemente con la debida formalización.

Las medidas que promueven una buena gobernanza incluyen la definición de políticas claras, la rendición de cuentas y el cumplimiento de las leyes, regulaciones y estándares de conducta. Una gobernanza eficaz también beneficia a las empresas al ayudar a mitigar riesgos y proteger la reputación de la marca y la alta dirección.

La integridad desempeña un papel especial en la agenda de gobernanza dentro del modelo ESG. La adhesión a los principios éticos y la adopción de mecanismos que garanticen el cumplimiento de los estándares fortalecen los lazos de confianza dentro de la cadena de valor de una empresa, así como entre inversores, clientes, colaboradores y la comunidad en general.

Manténganse al tanto

Las buenas prácticas de gobernanza corporativa no se limitan a las grandes corporaciones. Mientras que las grandes empresas suelen tener estructuras más complejas, las pequeñas y medianas empresas pueden beneficiarse de medidas y acciones adaptadas al modelo ESG, que se ajusten a su tamaño, estructura corporativa y actividades, por ejemplo.

Órganos de gobernanza corporativa

Uno de los propósitos de la gobernanza corporativa es lograr una gestión más eficaz, responsable y transparente, que generalmente no esté concentrada en unas pocas manos. Los órganos de gobernanza corporativa son instrumentos fundamentales para lograr este objetivo, con sus sistemas de toma de decisiones, control y fiscalización.

Un buen ejemplo, adoptado por la mayoría de las grandes empresas, es el Consejo de Administración independiente, responsable de definir la estrategia de la empresa y supervisar la gestión ejecutiva. En las empresas más pequeñas, por otro lado, un Consejo Asesor, compuesto por expertos externos, puede ser una valiosa ayuda para la orientación estratégica y la reducción de riesgos, por ejemplo. Un órgano de control interno es igualmente importante para la gobernanza corporativa. Este es el caso de la auditoría interna y el área de compliance.

Por lo tanto, como primer paso, es necesario comprender el contexto de su organización y, con base en esta evaluación, diseñar un modelo de gobernanza eficaz. Es importante considerar aspectos como el tamaño y la complejidad de la empresa, las características de sus actividades y negocios, las necesidades específicas, la estructura, la cultura organizacional e incluso los objetivos a largo plazo.



Cumplimiento Normativo

En el modelo ESG, la existencia de un esfuerzo eficaz de compliance es esencial. En la práctica, significa “estar en cumplimiento normativo”, es decir, garantizar el cumplimiento de las normas y la legislación.

En las grandes empresas, las actividades de compliance suelen formar parte de los programas de integridad, junto con el Código de Ética, las políticas corporativas y un canal de denuncia, basados en la confidencialidad y la tramitación ágil de las denuncias recibidas. Igualmente común es el desarrollo de políticas anticorrupción que priorizan las relaciones con los funcionarios públicos. Para difundir la cultura de la ética y la integridad, son decisivas la formación, las campañas internas y las acciones de seguimiento de los progresos.

Sin embargo, incluso las pequeñas empresas pueden beneficiarse de la designación de un profesional, o incluso un líder, dedicado a las actividades de compliance, con conocimientos y experiencia en el ámbito regulatorio, especialmente en lo que afecta al sector editorial. Sobre todo, deben tener autonomía para tomar decisiones sin interferencias internas ni presiones externas indebidas, incluyendo medidas disciplinarias y revisiones de políticas y procedimientos.

Más información

Ley anticorrupción

Instituída em 2013, conhecida também como Lei da Empresa Limpa, tornou-se um dos principais focos de trabalho da área de Compliance em todas as empresas. Na prática, demanda que as organizações intensifiquem a criação de normas internas, a disseminação dos valores éticos, os mecanismos de controle e as punições. Também estabelece que as empresas podem ser responsabilizadas por atos de corrupção, independentemente de culpa ou dolo.

Código de ética

El desarrollo de un Código de Ética es una iniciativa accesible para organizaciones de todos los tamaños y perfiles. Desempeña un papel fundamental en la consolidación de una cultura que promueve la integridad y la transparencia, enviando un mensaje claro al mercado sobre su compromiso con las mejores prácticas de gobernanza. Para empresas más pequeñas con estructuras de gestión más ágiles, este puede ser un paso aún más decisivo.

La decisión de contar con un Código de Ética puede aportar beneficios desde el mismo proceso de elaboración, permitiendo a los colaboradores e incluso a otras partes interesadas participar en ciertas etapas. Este enfoque fortalece los lazos de confianza y facilita la participación necesaria para cumplir con las normas.

Una vez completado y validado por la dirección de la empresa, el Código de Ética tendrá la función principal de definir normas de conducta para todos los trabajadores de la organización y para terceros, estableciendo una distinción objetiva entre el comportamiento esperado y el inaceptable. Sirve como guía para posibles dilemas éticos, estableciendo, por ejemplo, procedimientos para abordar situaciones en las que los intereses personales puedan entrar en conflicto con los intereses de la empresa.

Los códigos de conducta también suelen reflejar el compromiso de la organización con la libre competencia y la libre empresa, no solo a través del cumplimiento de la legislación del país. Un capítulo específico sobre este tema debería incluir normas sobre publicidad, prácticas de precios y relaciones comerciales, entre otras.

Manténganse al tanto

Además de desarrollar el Código de Ética, la intensa labor de comunicación de los principios de integridad y respeto a la ley es intrínseca a la implementación de una agenda ESG. Las políticas y los estándares son muy importantes, pero marcan la diferencia cuando llegan a las personas en sus actividades diarias.

LGPD

Una legislación que ha supuesto un reto para las empresas en general, y en particular para las que gestionan contenido, es la Ley General de Protección de Datos (LGPD). El impacto en el sector editorial implica:

- Datos de colaboradores y otras partes interesadas en el proceso editorial (autores, traductores, correctores, por ejemplo): la LGPD garantiza que esta información esté rigurosamente protegida.
- Lectores y consumidores: sus datos también están protegidos. La información debe procesarse de forma transparente, con el consentimiento de los interesados.
- Actividades de marketing: siguen permitidas, pero deben adaptarse. En general, es fundamental mantener la transparencia en la recopilación y el tratamiento de datos, solicitando siempre el consentimiento del interesado.



EVENTOS MÁS SOSTENIBLES

Las ferias, exposiciones, conferencias y otros eventos implican una amplia variedad de materiales, recursos y procesos. Por lo tanto, son una oportunidad para demostrar un compromiso con la sostenibilidad mediante medidas prácticas. Consulte algunos consejos.

 Opte por materiales reciclados y reciclables, o que puedan reutilizarse en otros eventos.

 Siempre que sea posible, priorice a los pequeños proveedores locales.

 Utilice equipos y mobiliario que se utilizarán en futuras ediciones de su evento.

 Asegúrese de que los proveedores utilicen tecnología moderna y de bajo consumo de energía.

 Divulgue de forma transparente los datos del evento relacionados con los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

 Minimice el uso de embalajes.

 Planifique con antelación la eliminación de todo lo que utilizará en su stand y la correcta eliminación de residuos.

 Considere la posibilidad de compensar las emisiones de carbono de los vuelos.

 Intente utilizar coches eléctricos para el transporte cerca del evento.

 Fomenta la diversidad durante el evento.

 Promoción de los ODS y los temas de sostenibilidad.

 Utilice criterios de accesibilidad en el recinto del evento, en las conferencias y en los materiales impresos, por ejemplo.

 Coloque contenedores de reciclaje.

 Además, opte por iluminación LED.

 Asegúrese de apagar las luces por la noche.

REFERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Pacto de los Editores por los ODS

<https://sdg.internationalpublishers.org>

<https://sdg.internationalpublishers.org/sdg-publishers-compact/>

Pacto Global

<https://www.pactoglobal.org.br/>

Carbon Disclosure Project (CDP)

<https://www.cdp.net/en>

Global Reporting Initiative (GRI)

<https://www.globalreporting.org/>

CBL – Club de Lectura

<https://www.cblservicos.org.br/clube-de-leitura-ods/obras-selecionadas/>

Two Sides

<https://twosides.org.br/>

Plataforma Liderança com Valores [Liderazgo con Valores]

<https://ideiasustentavel.com.br/lideranca-com-valores/>

Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa (IBGC)

<https://www.ibgc.org.br/>

Todos por la Educación

<https://todospelaeducacao.org.br/>

Alana Lab

<https://alana.org.br/alana-lab/>

DIRECCIÓN CÁMARA BRASILEÑA DEL LIBRO BIENIO 2023/2025

Presidente

Sevani Matos | VR Editora

Vicepresidente Administrativo y Financiero

Diego Drumond | Drummond Livraria Ltda.

Vicepresidente de Comunicación y Sostenibilidad

Luciano Monteiro | Ed. Moderna / Santillana

Vicepresidente de Operaciones

Hubert Alquéres | BCMD Participações S.A.

Directores Editores

Carolina Riedel – Editora Pensamento Cultrix Ltda

Daniel Pinksy – Editora Contexto/Labrador

Henrique Farinha – Editora Évora Eirelli EPP

Directores Libreros

Leandro Teles – Leitura Distribuidora e Representação Ltda

Mara Cortez – Cortez Editora e Livraria Ltda

Rute Pedri – Distribuidora Curitiba de Papéis e Livros Ltda

Directores Distribuidores

Marcelo Gioia Antunes de Oliveira – Bookwire Brazil

Distribuição de Livros Digitais Ltda

Paulo Victor - Inovação Distribuidora de Livros Ltda

Vitor Tavares – Distribuidora Loyola de Livros Ltda

Directores de Empresas de Venta Directa de Libros

Jonatha Abel Santos Jacintho – Ciranda Cultural

Editora e Distribuidora Ltda

Karine Pansa – Girassol Brasil Edições Ltda

Luis Antonio Torelli – RM Perez Editora Ltda – Trilha

Educacional

Directores Suplentes

James Antonio Misse – James Antonio Misse Editora e

Distribuidora Ltda – Editora Pé da Letra

Miriam Gabbai – Callis Editora Ltda

Paulo Vicente Ruiz de Las Heras Moregola – Editora

FTD S.A.

Renata Sturm – Maquinaria Sankto Editora e

Distribuidora Ltda

COMITÉ ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE) DE LA CÁMARA BRASILEÑA DEL LIBRO

Coordinación

Luciano Monteiro | Santillana / Ed. Moderna

Miembros

Cinthia Favilla | Câmara Brasileira do Livro

Fernanda Garcia | Câmara Brasileira do Livro

Flávia Alves Bravin | Grupo Cogna

Gerson Ramos | Editora Planeta

Sevani Matos | VR Editora

Viviane Lima | Suzano Papel e Celulose

FICHA TÉCNICA

Coordinación editorial

Luciano Monteiro

Contenido

Fernando Leal

Revisión de texto

Interteia Comunicação

Isadora Pinheiro

Proyecto gráfico | Editoración

Via Impressa Design Gráfico

Carlos Magno Bomfim

Jailton Leal

Diagramación – Versión en español

Kiko Welbber



- www.cbl.org.br
- [@camaradolivro](https://www.facebook.com/camaradolivro)
- [@cbloficial](https://www.instagram.com/cbloficial)
- [@cbl_oficial](https://twitter.com/cbl_oficial)
- [camara brasileira do livro](https://www.linkedin.com/company/camara-brasileira-do-livro/)
[câmara brasileña del libro]

Rua Cristiano Viana, 91
Pinheiros São Paulo SP 05411-000
Teléfono: (11) 3069-1300