



PERÚ

Ministerio de Cultura

Disposiciones básicas para la organización de una feria del libro

The background of the entire page is a repeating pattern of stylized, colorful books. The books are depicted in various orientations, some standing upright and others lying flat. They come in three main colors: red, yellow, and blue. The pattern is dense and covers the entire surface of the page.

Disposiciones básicas para la organización de una feria del libro

Alfredo Martín Luna Briceño
Ministro de Cultura

Gisella Mariell Escobar Rozas
Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales

Carlos Felipe Palomares Villanueva
Secretario General

María Carina Moreno Baca
Directora de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes

Leonardo Arturo Dolores Cerna
Director de la Dirección del Libro y la Lectura

Disposiciones básicas para la organización de una feria del libro ©
Ministerio de Cultura del Perú.
Av. Javier Prado Este n.º 2465, San Borja, Lima, Perú
Teléfono: (511) 618 9393
www.gob.pe/cultura

Equipo elaborador:
Silvia Alejandra Ágreda Carbonell, Jade Jazmín García Wong,
Lilian Rosa Farías Irrazábal.
Corrección de estilo:
Bárbara Dávila Raffo
Diseño y diagramación:
María Jose Baquerizo Barrios

ISBN: 978-612-5137-35-7
Primera edición, febrero de 2026
Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2026-02016



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

Libro electrónico disponible en perulee.pe
Se permite la reproducción parcial siempre y cuando se cite la fuente.

Contenido

1. Organizadores	7
2. Objetivos	7
3. Lugar, fechas, inauguración y atención al público	8
4. Inscripción	9
5. Expositores	9
6. Estands (espacio físico designado para la exhibición y venta)	10
7. Venta de libros	11
8. Restricciones	11
9. Montaje y desmontaje	14
10. Servicios brindados por la feria	15
11. Programación cultural	15
12. Organización y autoridades	16
13. Responsabilidades	16
14. Difusión en medios tradicionales y redes sociales	17
15. Normas complementarias de prevención	17
Glosario	18
Anexos	19
Anexo I. Modelo de ficha para la inscripción virtual de los expositores	19
Anexo II. Modelo de ficha para actividades culturales	20
Anexo III. Modelo de parrilla para la organización de actividades culturales	21
Anexo IV. Modelo de reglamento de actividades culturales y/o artísticas	22

Disposiciones básicas para la organización de una feria del libro

Este documento tiene como objetivo brindar asistencia técnica —mediante disposiciones y definiciones clave— a las organizaciones, instituciones o personas naturales que deseen organizar una feria del libro. Para este fin, aborda y desarrolla aspectos, dimensiones y/o componentes indispensables para el planeamiento y gestión de una feria del libro.

Se recomienda revisar el Glosario para una mejor comprensión de los términos.

1. Organizadores

La entidad organizadora de la feria, ya sea de carácter público o privado, debe presentarse. Se sugiere mencionar el número de ferias que ha organizado o si es la primera vez que realiza este tipo de eventos.

2. Objetivos

Los objetivos de la feria dependen del motivo de la entidad organizadora para su realización y alcance esperado. Estos pueden ser:

Vinculados a la dimensión comercial

- Contribuir con el desarrollo económico del mercado editorial
- Impulsar la actividad comercial de la industria editorial local y nacional

Vinculados a la dimensión de fortalecimiento del sector editorial

- Acercar una variada oferta de libros nacionales y/o internacionales a la población
- Promover la circulación de autores y autoras nacionales y/o internacionales
- Colaborar con la circulación de novedades editoriales nacionales y/o internacionales

Vinculados a brindar un servicio a la población

- Contribuir con el fomento a la lectura
- Ofrecer a la población un programa de actividades culturales y artísticas relacionadas con el libro y la lectura

El planteamiento de objetivos para una feria debe contemplar las formas de medición del cumplimiento de esos objetivos. Por ejemplo, si el objetivo es contribuir al crecimiento económico de las editoriales, se debe establecer un punto de partida de las ventas para luego señalar cuánto crecieron con el desarrollo de la feria.

Si bien cada entidad organizadora puede decidir y definir los objetivos para su feria del libro, se recomienda que no sean más de cinco; de este modo, podrán ser atendidos, y posteriormente medidos, con facilidad.

3. Lugar, fechas, inauguración y atención al público

A continuación, se proponen algunas precisiones que la entidad organizadora debe tomar en cuenta respecto al lugar, las fechas, el evento de inauguración y la atención al público durante la realización de una feria:

3.1 Lugar. Para definir el lugar se debe tener en cuenta diversos factores:

- i) **La dinámica de la ubicación.** ¿Se trata de una locación con flujo comercial o está aislada? ¿Se identifica como un espacio de actividad cultural? ¿Qué tipo de negocios existen en los alrededores?
- ii) **Accesos e ingresos fluidos.** ¿Qué vías de acceso tiene? ¿Qué medios de transporte pueden movilizar a los públicos? ¿Cuenta con acceso peatonal?
- iii) **Accesibilidad para la diversidad de públicos.** ¿Es un espacio que cuenta con rampas o ascensores? ¿La infraestructura está diseñada para facilitar el acceso?
- iv) **Gestión de permisos para el uso de espacios públicos.** En caso de realizar la feria en parques o plazas públicas, es necesario contemplar un cronograma con los plazos que tomará gestionar los permisos requeridos. Esos plazos se determinan de acuerdo con los cronogramas y requisitos establecidos por cada municipio o gobierno local.
- v) **Tipos de infraestructura y servicios.** De acuerdo con el lugar y la temporada en la que se proyecta realizar la feria será necesario evaluar qué tipo de infraestructura requiere. Es decir, qué servicios serán necesarios para una buena atención a los públicos y a las editoriales y/o librerías participantes: servicios higiénicos fijos o portátiles, fluido eléctrico, seguridad, entre otros.

3.2 Fechas. Para la elección de las fechas de la feria se deben considerar factores como el clima, la coincidencia con fechas importantes (feriados, festividades, efemérides), la coyuntura social, entre otros que puedan afectar la asistencia del público a la feria.

3.3 Duración. El plazo de duración de la feria depende de factores como el planeamiento, los permisos municipales, el tipo de feria que se proyecta realizar y la experiencia previa en organización de ferias del libro, entre otros.

3.4 Prensa y difusión. Con el fin de dar a conocer la feria, y generar una expectativa sobre la misma entre públicos potenciales, es importante **diseñar e implementar una campaña de comunicación y prensa**. Esta debe incluir la elaboración y envío

de notas de prensa a medios de comunicación y plataformas de difusión; el envío de invitaciones a agentes clave del sector, o actores de relevancia como autoridades municipales, funcionarios públicos, entre otros. De igual manera, es importante **contar con una identidad gráfica que identifique a la feria** y que se encuentre plasmada en algunos impresos como *banners*, cuadernillos, lapiceros, fólderes, etc.

De acuerdo con el perfil de la feria también se puede incorporar invitaciones a *booktubers*, *influencers*, entre otros agentes vinculados a la difusión a través de redes sociales.

3.5 Inauguración. La ceremonia de inauguración suele realizarse el primer día de la feria, antes de iniciar la atención de los stands al público y/o iniciada la misma. Ello dependerá de la propuesta de la entidad organizadora.

Asimismo, la ceremonia de inauguración requiere de algunas consideraciones previas: i) redacción de un discurso inaugural; ii) preparación de una lista de invitados/as estratégicos para los fines que se consideren; iii) gestión de un servicio de *catering* o brindis de honor; iv) entrega de *merchandising*; v) invitación a medios de prensa, entre otros.

3.6 Horario de atención al público. El horario de atención al público debe ser definido por los organizadores. A modo de ejemplo, si el horario de la feria fuese de 11:00 a. m. a 10:00 p. m., se debe contemplar la atención continua del público en los stands durante el horario completo.

Los organizadores se pueden reservar el derecho de modificar las fechas y lugar de realización de la feria, siempre y cuando haya una justificación por caso fortuito o fuerza mayor.

4. Inscripción

Los organizadores deben definir la forma de inscripción de los expositores. Se recomienda que esta sea a través de una ficha de inscripción virtual (**Anexo I**), la cual deberá ser debidamente cumplimentada, solicitando la participación en la feria como expositores.

Para ello, debe establecerse un plazo de recepción de esta información, la cual permita asegurar y contabilizar la participación de todos los expositores de acuerdo con el número establecido de stands.

5. Expositores

A continuación se brinda detalles referidos a las definiciones y diferentes responsabilidades del expositor o participante:

5.1 Expositores o participantes. Instituciones públicas, empresas privadas y personas naturales afines al rubro educativo, cultural, artístico, editoriales, librerías, etc., invitadas a participar por los organizadores de la feria.

5.2 Identificación. Los organizadores deben entregar credenciales de identificación para el personal de atención en los stands. Este documento es de uso personal, obligatorio e intransferible.

5.3 Horario de ingreso de los expositores. Los expositores y el personal designado para permanecer en el stand deben tener en cuenta que el horario de ingreso al recinto ferial debe ser **una hora antes al horario señalado para el ingreso del público**, con la finalidad de abrir, ordenar sus stands y reponer los libros y/o productos editoriales afines; desde esa hora y hasta el cierre de la feria, la responsabilidad de los bienes del expositor corre por su cuenta. De igual manera, al final del día, **deben retirarse a más tardar quince minutos después de la hora de cierre al público**, para lo cual deben asegurar adecuadamente el acceso de su stand con precintos de seguridad.

Los expositores deben cumplir el horario de atención al público, en caso contrario, los organizadores pueden aplicar una penalidad, a través de una multa de 1% de la UIT y 3% de la UIT si reincide en la falta, siempre con la debida justificación mediante una comunicación escrita.

5.4 Conducta. Los organizadores deben sancionar las conductas realizadas por cualquier expositor o su personal que vayan en contra de la moral y/o que constituyan conductas delictivas o violatorias de los derechos de terceros asistentes a la feria, tales como: acoso sexual, discriminación, consumo de bebidas alcohólicas o sustancias estupefacientes, perturbar con emisiones sonoras no autorizadas, etc. La entidad organizadora de la feria debe expresar tolerancia cero hacia cualquier expresión o forma de violencia.

6. Estands (espacio físico designado para la exhibición y venta)

A continuación, se describen aspectos que la entidad organizadora debe tomar en cuenta al momento de implementar el espacio físico de exhibición y venta en una feria:

6.1 Dimensiones y características. Los organizadores deben considerar el tamaño de los stands y las características técnicas que pueden ofrecer. Algunas opciones a tomar en cuenta son las siguientes:

6.1.1 Estand convencional. Estand cuyas medidas aproximadas puede ser de 2 metros de largo por 3 metros de profundidad, con una altura aproximada de 2,50 metros, armado con componentes del sistema de exhibición de Octanorm, iluminación

básica interna, friso con el nombre del expositor y un tomacorriente para un consumo máximo de potencia, según indique la entidad organizadora.

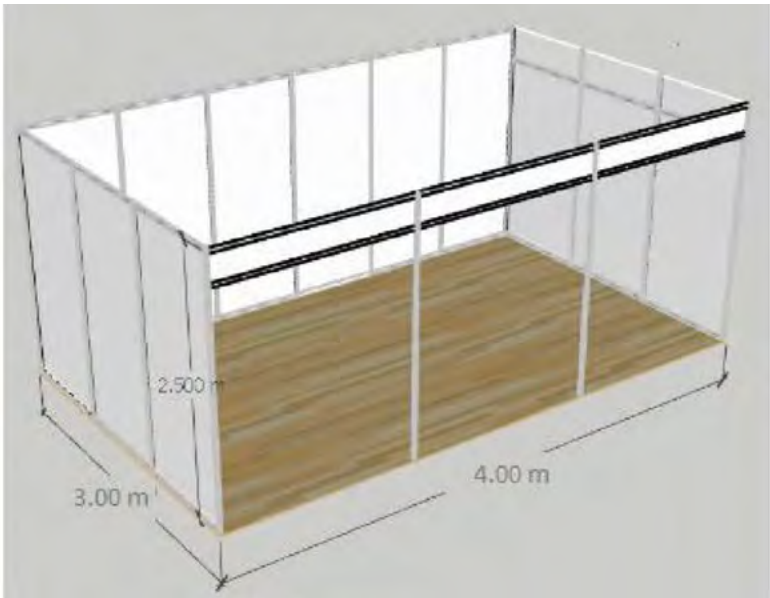


Imagen referencial

6.1.2 Estand no convencional. Espacio designado para la exhibición y venta, consiste en la distribución de mesas, cuyas medidas aproximadas son 1,60 metros de largo por 1 metro de alto, con una silla y un rótulo que contenga el nombre del expositor.



Imagen referencial}

6.2 Ocupación del stand. Los organizadores deben verificar que solo el expositor y/o su personal atiendan en el área contratada. El número de personas encargadas de la administración o venta en el stand debe guardar una relación armoniosa con el área de exposición, de manera que les permita desarrollar sus actividades con comodidad. Se recomienda restringir la posibilidad de subarrendar del stand, total o parcialmente; la inobservancia de esta disposición debería motivar el cierre definitivo del mismo.

6.3 Instalaciones adicionales. Se debe precisar a los expositores que las instalaciones adicionales (televisores, luces adicionales, sonido, entre otros) que se requieran en el stand corren por cuenta.

Estas son algunas consideraciones que se pueden tener en cuenta sobre este punto:

- Se deben respetar las especificaciones de energía eléctrica señaladas por el organizador.
- No se debe sobrepasar la altura señalada por el organizador.
- Se debe cumplir con las medidas de protección y seguridad para su personal y los visitantes a la feria.
- Se deben respetar las normas establecidas por los organizadores con la finalidad de no afectar la estética del conjunto de stands ni del recinto ferial en general.
- No se permitirá la instalación de equipos luminosos adicionales más allá de la potencia máxima establecida.
- No están permitidos el uso de reflectores, excepto si son lámparas led e instalados de tal manera que no enceguezcan la visión de las personas.
- En cuanto a los muebles, no se permitirá utilizar mobiliarios que se recuesten sobre la panelería del stand, tampoco muebles inestables o en mal estado de conservación.
- Todos los muebles, vitrinas, accesorios, exhibidores, y otros soportes publicitarios que utilice el expositor sólo podrán ubicarse dentro del stand.
- No está autorizado el uso de equipos de reproducción o amplificación de sonido, excepto cuando se requiera para una muestra audiovisual que sea propio al giro del expositor y siempre que cuenten con las autorizaciones de las instituciones competentes que cautelan los derechos de reproducción audiovisual, en cuyo caso el volumen no deberá interferir con el normal desenvolvimiento de los demás expositores ni tampoco perturbar el desarrollo de otras actividades que se realicen en la feria.
- Los organizadores podrán retirar los materiales bibliográficos o muebles del expositor que sobrepasen los límites del stand.

7. Venta de libros

A continuación, se presentan algunas precisiones que deben tomarse en cuenta, tanto por la entidad organizadora como por los expositores, respecto a la venta de libros en el recinto ferial:

7.1 Lugar. Las exhibiciones y/o ventas deben realizarse dentro del perímetro del stand o área contratada.

7.2 Exclusividad. Las ventas sólo podrán efectuarse por la entidad inscrita como expositora y para retiro inmediato. De verificarse lo contrario, se debe considerar la clausura definitiva del stand o área otorgada y la exclusión definitiva de la entidad infractora de todos los eventos feriales que se organicen posteriormente.

7.3 Artículos de exposición y venta. Se contemplan libros, revistas, cómics, folletos, material bibliográfico divulgativo, didáctico, y/o productos editoriales afines en concordancia con los derechos de autor.

7.4 Abastecimiento. Se realizará todos los días y durante la hora previa al inicio de la atención del público, siendo transportados por carretillas ligeras o a mano.

7.5 Salvaguarda del derecho de autor. Se debe restringir totalmente la exhibición, venta y cualquier otra forma de transmisión de la propiedad o posesión, de todo tipo de contenidos y materiales que reproduzcan o contengan obras y producciones protegidas por el derecho de autor, sin la correspondiente autorización de los titulares de derechos sobre los mismos (piratas), tales como libros, revistas, cómics, mangas, polos, tazas, *souvenirs*, entre otros.

7.6 Comprobantes de pago. Todos los expositores están obligados a extender los comprobantes de pago por las ventas realizadas y cumplir con las disposiciones legales vigentes; asimismo, deberán acatar los procedimientos establecidos para la obtención de las autorizaciones que correspondan ante la Sunat, municipios y otras instituciones afines. **Debe restringirse la entrega de comprobantes de pago con una razón distinta a la del expositor inscrito.** Estos comprobantes podrán requerirse al azar por el personal de control de salidas.

8. Restricciones

A continuación, se señalan algunas restricciones que la entidad organizadora debe plantear a los expositores para que las tomen en consideración y brinden su aceptación al momento de su inscripción en la feria:

- No se debe exponer ni vender alguna publicación que haga apología al terrorismo, fomente cualquier tipo de expresión o forma de violencia o atente contra la dignidad humana¹.

¹ Dignidad humana: según el artículo 1º de la Declaración Universal de Derechos Humanos, "todos somos libres e iguales en dignidad", entendida esta como valor intrínseco e inherente a toda persona, la cual se fundamenta en la libertad, la justicia y la paz en el mundo.

- No se debe permitir la venta sin contar con el comprobante de adquisición formal de la mercadería.
- No se debe permitir propaganda política u otra actividad ajena a la comercial o de los servicios que se ofrezcan.
- Los sorteos y las rifas que promuevan los expositores deben contar con autorización de los organizadores y cumplir con las disposiciones legales pertinentes.
- Debe restringirse la actuación de promotores de venta en los corredores o estands ajenos; de verificarse el incumplimiento de esta norma se puede proceder con el cierre del stand.

9. Montaje y desmontaje

Los organizadores deben tomar en cuenta los siguientes criterios respecto a los procesos de montaje y desmontaje, a fin de informar adecuadamente a los expositores participantes:

9.1 Decoración e instalación. Los trabajos de montaje del stand se deben realizar de acuerdo con el cronograma que indiquen los organizadores. Suelen ser uno o dos días antes de la inauguración de la feria.

A continuación, se plantean algunas consideraciones para la decoración e instalación de cada stand:

- No se puede emplear materiales como clavos, pegamentos, elementos autoadhesivos, entre otros, que pudieran dañar los paneles del stand y/o la superficie del área contratada.
- No se permite modificar la apariencia general de las unidades del recinto ferial, ni utilizar materiales inflamables para la decoración, equipos de soldadura o pintura en muebles o paneles, ni instalar alfombras u otro tipo de superficies adicionales.
- Para la instalación de cuadros, fotos, afiches u otros materiales se recomienda el uso de cintas autoadhesivas de doble cara.
- No se puede colgar objetos en el frontis del stand o cambiar la apariencia del letrero de los estands.
- Los estands deben estar limpios de escombros, cajas y materiales que no sean parte de la exhibición (únicamente se permitirá durante el periodo de montaje o reposición de los libros).
- Los organizadores deben habilitar depósitos de basura.
- En caso de que los componentes del stand sufrieran algún daño causado por el expositor y/o su contratista, los organizadores, si así lo establecen con anticipación, pueden aplicar alguna penalidad.

9.2 Incumplimiento del montaje. En caso de incumplimiento del cronograma de montaje, los organizadores podrán inhabilitar a los expositores y retirarles el derecho de uso del stand, salvo que presenten una justificación debidamente sustentada.

9.3 Desmontaje. Los trabajos de desmontaje del stand se realizan generalmente un día después de concluida la feria. Los organizadores deben informar con tiempo el cronograma de desmontaje a todos sus expositores o feriantes.

10. Servicios brindados por la feria

Son aquellos servicios que corren por cuenta del organizador de la feria en beneficio de los expositores y público asistente.

10.1 Limpieza. La limpieza de los corredores del recinto ferial debe estar a cargo de los organizadores. El expositor será responsable de la limpieza del interior de su stand.

10.2 Vigilancia. Los organizadores tienen a su cargo la vigilancia general del recinto ferial. Este servicio no incluye el cuidado de cada stand y/o mercadería que se exponga durante el horario de circulación de los expositores, el cual corre por cuenta y responsabilidad de cada uno de ellos.

10.3 Servicios higiénicos. Se recomienda tener un adecuado número de servicios higiénicos que cuenten con abastecimiento de agua, papel higiénico, jabón y, de ser posible, un personal de limpieza que garantice el uso correcto por parte de los expositores como del público asistente.

11. Programación cultural

Los organizadores deben definir la forma de inscripción para las actividades culturales. Se recomienda que esta sea a través de una ficha de inscripción virtual (**Anexo II**). La solicitud de actividades puede ser realizada por un expositor u otro agente externo, a quien en este documento se le denominará “agente responsable de la actividad”.

11.1 Consideraciones para la elaboración del programa cultural

- Debe tenerse en cuenta los espacios (salas, auditorios, espacios abiertos en parques, entre otros) disponibles, así como su capacidad, para la realización de las actividades culturales y artísticas.
- Los horarios para la realización de actividades culturales pueden definirse según i) tipo de actividad; ii) temática; iii) presencia de autores, autoras y/o invitados que convocan a mucho público; iv) actividades propuestas por los expositores de la feria, entre otros. Por ejemplo, si se tratara de una actividad infantil, se deben priorizar horarios durante las tardes o los fines de semana (**Anexo III**).

- Deben considerarse actividades culturales en torno al libro, tales como presentaciones de libros y/o catálogos editoriales, recitales, conversatorios, narración oral, cuentacuentos para el público infantil, así como talleres de lectura y/o escritura.
- Deben tomarse en cuenta actividades artísticas como presentaciones musicales o escénicas en torno a libros, cine, entre otras.
- Los organizadores de la feria recibirán las propuestas de actividades culturales y/o artísticas únicamente mediante la ficha virtual elaborada para tal fin.
- La designación de los espacios y horarios solicitados para las actividades culturales será establecida por los organizadores, quienes deben enviar vía correo electrónico, u otro medio que consideren pertinente, la confirmación del mismo al solicitante de la actividad.

Se recomienda realizar un programa cultural y artístico diverso con presentaciones relacionadas al libro y la lectura, actividades artísticas, familiares y musicales, que hagan más atractiva al público la visita a la feria. Asimismo, se sugiere plantear un reglamento a fin de que los agentes responsables de la actividad puedan adecuar sus propuestas. **(Anexo IV)**.

12. Organización y autoridades

Los organizadores pueden establecer una comisión organizadora, compuesta por distintas personas vinculadas a la entidad, como la autoridad máxima. Dicha comisión será la responsable de fijar las políticas generales del evento y, para la ejecución de la feria, la encargada de delegar facultades en su personal. Por ejemplo, un jefe de feria, quien se encargue de recibir y atender las consultas de los expositores y velar por el cumplimiento del reglamento y de las demás disposiciones que la comisión emita.

13. Responsabilidades

El expositor será responsable por cualquier daño o perjuicio que cause a la propiedad de la feria.

Asimismo, los organizadores de la feria no se hacen responsables de los siguientes aspectos:

- El incumplimiento de pagos o disposiciones legales por parte del expositor o de sus contratistas.
- La pérdida y daños causados a vehículos, mercadería, muestras, instalaciones, herramientas y material de decoración que el expositor o sus contratistas ingresen al recinto ferial.
- Los accidentes que pueda sufrir el personal propio o contratado por el expositor.
- Los daños o perjuicios que pueda ocasionar el expositor a terceras personas.

14. Difusión en medios tradicionales y redes sociales

Se debe apostar por tener presencia en medios de prensa tradicionales, como radio y televisión, así como por una participación activa en redes sociales, pues ello permite una mayor visibilidad, una mejor difusión y la captación de nuevos públicos para la feria.

- **Medios tradicionales:** entrevistas en radio, televisión y prensa escrita a cargo de los organizadores.
- **Redes sociales:** contar con la presencia en la feria de *influencers* vinculados al libro y la lectura, a fin de potenciar la difusión del evento.
- **Interacciones en las redes sociales del organizador:** utilizar las redes sociales como herramienta principal de promoción de la feria y de su programa cultural, con el propósito de atraer público asistente.

15. Normas complementarias de prevención

15.1 Extintores. Por recomendación del Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci), y de acuerdo con las disposiciones técnicas establecidas para eventos, el **expositor está obligado a tener dentro de su área de exposición un extintor contra incendios de 6 kg o más**, colgado sobre un soporte metálico o colocado sobre una base de madera, y señalando su posición.

15.2. Instalaciones eléctricas. Es importante también asegurar un adecuado manejo de las instalaciones eléctricas. En ese sentido, se recomienda lo siguiente:

- Toda instalación eléctrica adicional debe realizarse con cable vulcanizado N° 14 (o cordón sólido entubado) y únicamente desde el tomacorriente del área de exhibición que ocupa el expositor.
- Se debe restringir el uso de cordones eléctricos mellizos. Los organizadores deben retirar inmediatamente cualquier instalación que no cumpla con esas especificaciones o que sea observado por el inspector de Defensa Civil. Para los casos de corte intempestivo de fluido eléctrico se recomienda proveerse de linternas o lámparas, tomando las precauciones necesarias para evitar accidentes. No se debe permitir el uso de velas.

Glosario

Para efectos de las presentes disposiciones, se definen algunos conceptos relacionados a las ferias de libros, a partir de lo establecido en la Ley N° 31053, Ley que reconoce y fomenta el derecho a la lectura y promueve el libro.

- 1. Ecosistema de la lectura y del libro.** Espacio que se crea a partir de la interacción de agentes vinculados a la lectura y al libro que, en el desarrollo de sus actividades, establecen relaciones de interdependencia.
- 2. Feria del libro.** Evento organizado de manera permanente u ocasional orientado a la difusión del libro y productos editoriales afines y a su venta a precios accesibles a las grandes mayorías.
- 3. Industria editorial:** Sector editorial y librero nacional, encargado de editar, imprimir y/o distribuir obras científicas, educativas y literarias en forma de libros o productos editoriales afines, que son puestos a disposición del público. Comprende, en forma concatenada a agentes literarios, editores, distribuidores y libreros.
- 4. Libro.** Toda obra unitaria, no periódica, publicada en uno o más volúmenes, tomos o fascículos, a través de la cual se transmiten creaciones, opiniones, experiencias y/o conocimientos literarios, artísticos y/o científicos. Es el objeto de la actividad editorial, tanto en su formato impreso como en su formato digital (libros en edición electrónica), o en formatos de audio o audiovisuales (libros hablados en casetes, discos compactos u otros soportes), o en código táctil o escritura en relieve (sistema braille); comprende todas las formas de libre expresión creativa, educativa o de difusión literaria, artística, científica, cultural y turística.
- 5. Productos editoriales afines.** Son las publicaciones periódicas no noticiosas, los fascículos coleccionables y las publicaciones en sistema braille, que en todos los casos sean de contenido estrictamente científico, educativo o cultural. Asimismo, las historietas, tiras cómicas, las guías turísticas y las publicaciones de partituras de obras musicales. No están comprendidos en la definición anterior los catálogos informativos y comerciales no bibliográficos, las publicaciones que contengan horóscopos, fotonovelas, modas, juegos de azar y las publicaciones pornográficas y sucedáneos, así como todos aquellos artículos o productos que acompañen como elemento complementario o accesorio a los productos señalados anteriormente que no tengan contenido estrictamente científico, educativo o cultural.

Anexos

Anexo I. Modelo de ficha para la inscripción virtual de los expositores

A continuación, se plantean las secciones que se deben considerar al momento de crear la ficha de inscripción virtual de los expositores. Para recabar la información de manera eficiente, se sugiere el uso de formularios virtuales.

a. Breve introducción:

Nuestra organización se encuentra realizando la Feria del Libro, en esta edición tenemos el objetivo de promover la literatura peruana y la interacción cultural en el país. Si se encuentra interesado en participar, por favor, inscribise.

b. Datos clave:

*Fechas del evento
Horario del evento
Lugar lugar del evento*

c. Información a solicitar al expositor:

*Número de RUC
Razón social
Nombre comercial de la empresa
Nombre del representante legal o encargado del evento
Región de procedencia
Número de contacto
Correo electrónico*

d. Información sobre actividades culturales:

¿Desea participar en el programa cultural?, si la respuesta es afirmativa inscriba su propuesta de participación

Anexo II. Modelo de ficha para actividades culturales

A continuación, se plantean las secciones que se deben considerar al momento de crear la ficha de actividades culturales. Para recabar la información de manera eficiente, se sugiere el uso de formularios virtuales.

a. Breve introducción:

El presente formulario tiene como finalidad reunir las propuestas de las actividades culturales que serán programadas en la Feria del Libro. Al momento de inscribirse, deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Se determinan como actividades culturales a los talleres, conversatorios, charlas, mesas redondas, recitales, cuentacuentos, etc., que promuevan el acercamiento de la comunidad a la cultura en sus diferentes manifestaciones.
- Cada actividad tiene un tiempo máximo de 45 minutos.
- La programación de cada actividad cultural estará sujeta a disponibilidad de horario.
- El número máximo de participantes en mesa será de 4 personas incluida la persona encargada de la moderación.

b. Información sobre el postulante:

- Número de RUC
- Razón social
- Nombre comercial de la empresa
- Nombre del representante legal o encargado del evento
- Región de procedencia
- Número de contacto
- Correo electrónico

c. Información sobre la propuesta cultural

- Presentación de libro
- Conversatorio
- Mesa redonda
- Recital poético
- Lectura dramatizada
- Presentación infantil
- Otros

d. Información específica

Describe brevemente en qué consiste su actividad.

Anexo III. Modelo de parrilla para la organización de actividades culturales

El modelo de parrilla para la organización de actividades culturales consta de un horario en el que se indica la disposición de la realización de actividades culturales. Este se organiza de acuerdo al inicio y duración de la feria, puede ser de la siguiente manera:

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
3:00 pm - 3:50 pm							
4:00 pm - 4:50 pm							
5:00 pm - 5:50 pm							
6:00 pm - 6:50 pm							
7:00 pm - 7:50 pm							
8:00 pm - 8:50 pm							
actividades para público infantil							

Anexo IV. Modelo de reglamento de actividades culturales y/o artísticas

Se denominan actividades culturales de una feria del libro a las presentaciones de libros, recitales poéticos, talleres, conversatorios, charlas, mesas redondas, cuentacuentos, etc., que promuevan el acercamiento de los públicos.

Las actividades culturales también consideran intervenciones artísticas como presentaciones musicales, conciertos acústicos, danzas, obras de teatro, proyecciones de películas, etc.

Responsabilidades de los organizadores:

1. Los organizadores pondrán a disposición del público uno o más auditorios, ubicados en el recinto ferial para la realización de actividades culturales. La asignación y uso de los auditorios están normados por el presente reglamento.
2. Los organizadores deberán asignar a un personal responsable de las actividades culturales, quien coordinará y se hará responsable del desarrollo de dichas actividades.
3. Los organizadores son los encargados de revisar, evaluar y asignar horarios para las actividades propuestas por los expositores
4. Los organizadores deben consignar horarios de acuerdo a la afluencia del público, así como a la pertinencia de la edad. Por ejemplo, es importante determinar un horario estelar para aquellas actividades que convoquen mayor afluencia de público, teniendo en cuenta el aforo del salón o auditorio.
5. Los organizadores se reservan el derecho de aceptar o de rechazar las actividades propuestas, teniendo en cuenta el contenido, la línea temática de la feria, el público al que está dirigido, entre otros.
6. Los organizadores establecerán un cronograma de convocatoria, según la cantidad de actividades proyectadas y el número de auditorios con el que se cuente.
7. Los organizadores asegurarán la disponibilidad de los siguientes servicios en los auditorios:
 - Servicio de electricidad
 - Servicio de sonido básico (3 micrófonos y personal de atención técnica) y un asistente de auditorio
 - Proyector y ecran, así como un operador de los mismos
 - Rótulos de mesa para colocar los nombres de los ponentes o participantes y un moderador(a)

- Agua para cada ponente o participante
- Disponibilidad de la sala por un mínimo de 45 minutos por actividad

Términos y condiciones del uso de los auditorios:

1. El agente responsable de la actividad debe presentarse en el auditorio correspondiente, por lo menos quince minutos antes del inicio de su actividad. Debe identificarse presentando su documento de identidad al encargado del auditorio.
2. El agente responsable de la actividad debe contratar y operar el equipo audiovisual y/o de traducción requerido para la actividad.
3. Toda solicitud de actividades culturales, remitida por un agente responsable, debe realizarse mediante el formulario establecido, y entregado por las vías correspondientes. No se recibirán ni se tomarán en cuenta aquellas que se realicen a través de otros medios.
4. El agente responsable de la actividad no debe cambiar las características del evento previamente aprobado o realizar eventos adicionales no autorizados.
5. El agente responsable de la actividad podrá colocar un banner del evento y/o logo del solicitante de la actividad.
6. Se permitirá el ingreso de público a las salas o auditorios hasta completar el aforo de estas (según lo establecido por las normas de Defensa Civil).

Si las características del evento requieren condiciones especiales de seguridad y/o aforo, estas deben ser comunicadas a los organizadores para su autorización. Dicha solicitud debe ser por escrito y notificada con 48 horas de anticipación al desarrollo del evento. Los gastos adicionales de seguridad que deriven de ello deben ser solventados por el agente responsable de la actividad.

De la cancelación de los eventos:

1. Los organizadores de la feria pueden cancelar las actividades durante su desarrollo si no corresponden con lo indicado en la descripción de la solicitud.
2. El organizador tiene la facultad de cancelar el evento si no se cumplen las condiciones de este reglamento, se afecta la seguridad de los asistentes o se contravienen las normas legales vigentes. De igual manera, no se permite la presentación de publicaciones que hagan apología al terrorismo, fomenten cualquier tipo de expresión o forma de violencia, o atenten contra la dignidad humana.

3. El agente responsable de la actividad debe respetar estrictamente los horarios establecidos para la realización de sus actividades culturales en los auditorios del recinto ferial. El personal encargado de cada sala está autorizado por el organizador a interrumpir una actividad cultural si es que se excede del horario establecido independientemente de las penalidades que se aplicarán al expositor en caso de incurrir en esta falta.



www.gob.pe/cultura

Av. Javier Prado Este n.º 2465, San Borja
Lima - Perú

 @mincu.pe  @minculturape  @minculturape  @minculturape  @minculturape

