

**EDITORIAL LA FÁBULA**  
**EL LUGAR DE LOS NIÑOS, LAS NIÑAS Y LOS JÓVENES AUTORES**



**MARÍA CAROLINA SUÁREZ SANDOVAL**

**UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**MAESTRÍA EN GESTIÓN Y PRODUCCIÓN CULTURAL Y AUDIOVISUAL**  
**BOGOTÁ**  
**2020**

**EDITORIAL LA FÁBULA**  
EL LUGAR DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y JÓVENES AUTORES

MARÍA CAROLINA SUÁREZ SANDOVAL

Trabajo de grado para optar al título de  
Magíster en Gestión y Producción Cultural y Audiovisual

Director  
FABIÁN TELLO TORRES

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
MAESTRÍA EN GESTIÓN Y PRODUCCIÓN CULTURAL Y AUDIOVISUAL BOGOTÁ  
2020



A los niños, niñas y jóvenes que no han callado su voz.

A los niños, niñas y jóvenes que fuimos.

Y a los niños, niñas y jóvenes que vendrán.



## Agradecimientos

Seguramente me quedare corta en los agradecimientos, pues son muchas las personas que de una manera u otra contribuyeron para que **Editorial la fábula** pudiera ver la luz.

Iniciaré dando gracias a la vida, que me llevó por este camino de los libros, que me ha dejado tantas enseñanzas y buenos amigos. A mis padres, que siempre me acompañan, apoyan y guían en cada una de mis aventuras. A mí hermano, que se unió a esta causa aún desconociendo el tema y confiando en mis decisiones. También, debo agradecerle a mis amigos y amigas que tuvieron un rol importante en esta primera fase de mi proyecto, en especial a Marco Giraldo Barreto, quien además de ser un gran editor es uno de los conspiradores de los frutos que se están recibiendo; a Dayan Viviana Cuesta Pinzón, quien con su complicidad y conocimiento en literatura infantil y juvenil ha sido el apoyo para visualizar los horizontes de la editorial, y a Fabián Tello Torres, el director de mi trabajo grado, quien me guío y entendió lo que quería hacer, identificó mi interés en trabajar por los niños, niñas y jóvenes de Colombia desde mi experticia y contribuyó significativamente, con su amplia experiencia en pedagogía infantil y primera infancia, en la sustentación de este proyecto.

De igual manera, quiero agradecerle a la Universidad Jorge Tadeo Lozano y, desde luego, a la Maestría en Gestión y Producción Cultural y Audiovisual, por dejarme volar con esta idea que tenía en mente y no pensaba que podía hacer realidad. En este sentido, le agradezco a Santiago Trujillo, director del programa; a Maribel Cortés, coordinadora académica y a todos los docentes que con su experiencia y conocimientos me ayudaron a construir y darle fuerza a un sueño que no tenía planeado cuando entré a estudiar. Jamás olvidare el “jalón de orejas” de Adriana González Hassig, para que empezara este proyecto y me dejara llevar por lo que me apasiona, y las instrucciones de María Claudia Parias, para darle forma.

Pero todo el trabajo realizado no tendría el valor suficiente sin los niños, niñas y jóvenes que participaron en la primera convocatoria para autores noveles “Mi historia cuenta”, a todos los que confiaron en nosotros y enviaron sus textos, y a sus familias, muchas gracias, ustedes son la base de esta editorial y el motor que nos permite continuar, para ustedes está pensado y diseñado este espacio, su espacio. Asimismo, miles y miles de agradecimientos y felicitaciones a los ganadores, los autores de nuestros primeros tres libros bajo el sello **Editorial la fábula**; ustedes, Hakim Rashad, Karol Maldonado y Santiago López son la muestra del talento, la dedicación y la capacidad de creación, lo que los hace expertos en el arte de construir significados propios y recrearlos. Sin ustedes y sin todos esos autores anónimos esta editorial no tendría sentido.

A todos y a los que se me pasó mencionar muchas gracias, deseamos, desde **Editorial la fábula**, seguir construyendo el camino junto a ustedes.

# Tabla de contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>7</b>
<b>Capítulo 1. Entrando al laberinto de los libros .....</b>	<b>13</b>
<b>Diagnóstico .....</b>	<b>13</b>
El entorno económico actual .....	14
La edición de libros en las Cuentas Nacionales de Cultura y Economía Naranja.....	16
Algunas estadísticas de desempeño .....	19
Un aporte adicional: el libro digital en Colombia.....	27
Consumidores y compradores. La brújula que guía el camino del libro.....	28
Un análisis a nuestros potenciales autores.....	30
Política Nacional de Infancia y Adolescencia 2018 – 2030 .....	31
Política nacional sobre el libro y la lectura.....	32
Fiestas del libro y la lectura: las ferias.....	35
<b>El contexto. La literatura infantil y juvenil, los autores, la edición de libros.....</b>	<b>38</b>
Literatura infantil y juvenil, el camino a donde llegan los libros .....	38
Las hormiguitas detrás de las obras: los autores colombianos .....	42
El niño, la niña, y el joven como sujeto de derechos en la escritura .....	43
La modistería del libro: la Editorial .....	46
<b>Capítulo 2. Editorial la fábula.....</b>	<b>49</b>
<b>Descripción.....</b>	<b>50</b>
<b>Objetivo general del proyecto.....</b>	<b>51</b>
<b>Objetivo general de la Editorial.....</b>	<b>51</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>51</b>
<b>Propósito .....</b>	<b>52</b>
<b>Misión.....</b>	<b>52</b>
<b>Visión.....</b>	<b>53</b>
<b>Filosofía corporativa .....</b>	<b>53</b>
Principio.....	53
Marco ético .....	53
Campo de acción .....	53
<b>Marco legal de la Editorial.....</b>	<b>54</b>
Constitución.....	54
Registro de marca.....	55
Aspectos jurídicos ligados a la actividad .....	55
<b>Estructura del entorno.....</b>	<b>58</b>
Factores externos: los autores .....	58
Factores externos: los lectores.....	61
<b>Fuente de ingresos.....</b>	<b>64</b>

<b>Recursos</b> .....	<b>67</b>
Recursos humanos .....	67
Recursos físicos y digitales .....	69
<b>Estructura de costos</b> .....	<b>69</b>
<b>Aliados estratégicos</b> .....	<b>70</b>
<b>Plan de mercadeo y comunicación</b> .....	<b>71</b>
Análisis del mercado.....	71
Canales de comunicación online .....	74
Canales de comunicación offline.....	76
Mensaje diferenciador .....	77
<b>Conclusiones</b> .....	<b>78</b>
<b>Referencias</b> .....	<b>79</b>



## Introducción

Colombia es un país pluriétnico y multicultural, esta gran diversidad establece el desarrollo activo de las poblaciones asentadas en el territorio nacional. Lo que se refleja en las incontables manifestaciones, expresiones y memorias que representan a algunas regiones del país y su gente, como por ejemplo, la gastronomía, las tradiciones, las costumbres e incluso la lengua y la geografía. Elementos que permiten, hoy en día, establecer una interacción por medio de un diálogo cultural, que brinda un intercambio de saberes, muchas veces transmitidos desde la oralidad y la escritura, y de generación a generación, cargados de historias, mitos y creencias.

Muchas de las formas de expresión propias y prácticas sociales que conocemos son el resultado de ese intercambio cultural que, en muchos casos, guardan relación con los rasgos geográficos y lenguas originales; por ejemplo, “la lengua palenquera es el medio de transmisión de los conocimientos de medicina tradicional y los rituales, rezos, cantos y funebrias de la comunidad palenquera que habita en San Basilio de Palenque” (Ministerio de Cultura de Colombia, 2013, p. 6). Esta transmisión de conocimiento ha permitido que su cultura y tradición no mueran, al contrario, ha cruzado sus fronteras logrando que otras comunidades la conozcan y las valoren como resultado de la diversidad cultural del país.

Según la Unesco (2001), “la diversidad cultural se caracteriza por ser patrimonio común de la humanidad” (art. 1), y este, como parte del patrimonio histórico de la región, debe acercarse a los ciudadanos para que adquiera valor, el necesario para que perdure en el tiempo, se conserve y se conozca. Situación que solo se puede dar mediante la difusión y la divulgación.

Para brindar apoyo a este proceso de divulgación, surgieron las industrias culturales, que “representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural” (Unesco, 2002, p. 11), para cimentar y difundir valores culturales de interés individual y colectivo. Convirtiéndose en

un elemento esencial para promover y la diversidad cultural, y democratizan el acceso a la cultura; debido a que, “con la generalización de los bienes y servicios culturales el hecho cultural pierde el carácter presencial que lo hacía históricamente elitista” (Rey, 2009, p. 69; citando a Corral, 2006).

Estas industrias culturales, también conocidas como “industrias creativas”, incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. En el caso de la edición, el aporte va más allá de la divulgación de contenidos históricos y culturales por medio de sus productos (bienes y servicios); radica en el reconocimiento de las ideas y las manifestaciones literarias, escriturales y de diseño como resultado de un proceso creativo de la humanidad; de esta manera, pretende “transmitir ideas, valores, modos de vida y contenidos simbólicos que reflejan el perfil espiritual de una comunidad, preservando así el sentido de pertenencia a su identidad” (Ministerio de Cultura de Colombia, 2010, p. 559); obedeciendo, a su vez, a las reglas económicas de la producción y el comercio; para contribuir, también, en el desarrollo económico y social del país.

Al respecto, el viceministro de Creatividad y Economía Naranja, David Melo, indicó que “el sector editorial es el más fuerte de las industrias culturales en el país y el que tiene más consolidada la cadena de valor en la actualidad” (2018, citando a Melo D.). Este aspecto es importante si se tiene en cuenta todo el trabajo que los diferentes miembros del sector han realizado para la formalización de la actividad editorial.

Un ejemplo de este fortalecimiento se puede evidenciar en la edición de libros infantiles y juveniles, que para el 2018 ya había aumentado sus cifras de producción editorial en comparación de los años anteriores, esto lo confirma María Osorio, directora de Babel libros y coordinadora del Comité de Libros para Niños y Jóvenes de la Cámara Colombiana del Libro, en un informe realizado por la Cámara Colombiana del Libro y la Asociación Colombiana de Literatura Infantil y Juvenil (ACLIJ); en dicho documento ella manifiesta que

“desde el 1º de enero de 2015 hasta el 30 de junio de 2018 se produjeron en Colombia 3045 títulos para niños y jóvenes –aproximadamente 870 títulos por año—, de los cuales 362 son edición colombiana.” (2018, p. 6).

Este panorama es importante para las industrias creativas en general, pues reflejan el aporte social, cultural y económico al país. En cuanto al campo de lo editorial, lo significativo de las cifras no solo está en el auge de la literatura infantil y juvenil en la región, que es valioso por lo que implicó abrir un espacio para este tipo de literatura en los hogares, colegios y ferias; lleva consigo un proceso de reflexión que incluye un análisis del contenido, el papel de los autores frente al concepto de infancia y el “mundo” de los jóvenes y, por supuesto, el papel del lector como consumidor final, pues es él quién aprueba o desaprueba el libro. Esta discusión refleja nuevas comprensiones sobre las infancias y lo que ello implica para reconocerle como un momento muy importante en la vida humana; es decir, no es solamente la especificidad del lenguaje o del concepto editorial, sino que el movimiento literario surge como necesidad de visibilizar los lenguajes infantiles y juveniles como posibilidad creadora.

Según Yolanda Reyes, escritora y experta en la formación de lectores desde la primera infancia, se debe “incluir la formación literaria en la canasta familiar de los niños [y niñas], como alternativa de nutrición emocional y cognitiva y como equipaje básico para habitar mundos posibles, a la medida de cada ser humano” (*El Litoral*, 2019, párr. 4). Esto implica un trabajo para fomentar la lectura y la escritura, derechos inalienables del ser humano, con la mediación de los padres, los docentes, escritores, editores, bibliotecarios y demás adultos acompañantes de los niños, niñas y jóvenes. De acuerdo con Petit (2016), la tarea de los mediadores es fundamental y facilita la comprensión de lo cultural desde la representación que cada uno construye, a su manera, para que ellos escriban su propia historia entre las líneas leídas, y de esta manera entender el acto de leer como la creación de un mundo habitable para ellos, que resulta de la construcción de nuevos mundos a partir de la propia escritura de los niños, niñas y jóvenes. En este sentido, el mediador (adulto),

brinda las herramientas necesarias para la apropiación de los saberes, fomenta el intercambio de aprendizaje y la creación de nuevos contenidos por parte de los niños, niñas y jóvenes.

En este punto, surge un nuevo panorama en la escritura de libros infantiles y juveniles, y está relacionado con el papel de la niña, el niño y el joven como autor de sus propios libros en un sector culturalmente legitimado por los adultos, pues la mayoría de escritores de textos infantiles y juveniles colombianos oscilan entre los 25 y 58 años de edad; un ejemplo de ello son sus autores más representativos: Jairo Aníbal Niño, Yolanda Reyes, Celso Román, Ivar Da Coll, Amalia Satizábla y, la cuota juvenil, Juliana Muñoz Toro, quien ganó, en 2016, el Concurso Internacional de Escritura Tragaluz, Novela Juvenil, con *24 señales para descubrir a un alien*, a sus 28 años de edad.

Por lo anterior, se considera que, actualmente, el sector editorial colombiano ha enmarcado su producción a un número de autores determinados, cerrando espacios a los noveles, infantiles y juveniles, que están iniciando en la escritura de libros y requieren un espacio que incentive su continuidad y fortalezca sus procesos creativos. Vale la pena destacar, en este espacio, que muchos de los autores considerados próceres de la literatura iniciaron sus pasos desde muy jóvenes, como es el caso de Lope de Vega, que inició como dramaturgo a los doce años, y es un ejemplo de inmenso talento desde una edad muy temprana. Otro caso es Anna Frank, que a sus trece años escribió su famoso diario; obra que se mantiene vigente hoy en día y que ha impresionado a los lectores por su contenido más que por la forma. Así como estos dos grandes autores tenemos muchos más ejemplos de escritores jóvenes que contaron con el apoyo de un mediador (familia, editorial) para dar a conocer sus obras.

Varios autores, expertos en el área, coinciden en que para escribir textos infantiles y juveniles se debe conocer muy bien el “público” y de esta manera tener la capacidad, marcada por la empatía, para poder mirar las cosas desde el punto de vista y desde la

perspectiva de los niños y los jóvenes” y así llamar su atención. Sin embargo, la situación cambia cuando es el mismo niño, niña y joven que le escribe a su “par<sup>1</sup>” pues no se trata de hallar su perspectiva sino hacerlos parte de ella, para que sean partícipes y protagónicos desde sus voces. Y esto surge porque los niños, niñas y jóvenes expresan su interioridad a través de la palabra, el juego, el arte, y comparten inclinaciones e ideologías por medio de sus vestimentas y estilos, lo que les permite interpretar el mundo y les facilita la comunicación, reduciendo las diferencias generacionales.

Lo anterior fundamenta la necesidad de crear nuevos esos espacios que apoyen la publicación de los textos escritos o diseñados por los niños, niñas y jóvenes, ya sea desde una experiencia personal o a partir de apoyos lúdicos como los talleres de escritura creativa. Y, de esta manera, demostrar la importancia que tienen los niños, niñas y jóvenes en el desarrollo y consumo de los libros infantiles y juveniles, y dar solución a la ausencia de canales de producción y divulgación de este contenido por medio de nuevas tecnologías, que recortan distancias, rompen barreras y permiten una mayor apropiación y acceso del lector a los productos editoriales. Un lugar donde prime el gusto por lo narrativo de la imagen, de la sensación literaria, lo escrito por los niños, niñas y jóvenes; donde lector sea el factor final de un proceso sensible que permita reconocer todo un desarrollo cognitivo en los niños y niñas y en la vida de los seres humanos.

Un lugar organizado exclusivamente para la edición de libros de niños, niñas y jóvenes autores colombianos; ya que las evidencias muestran que el sector editorial colombiano no cuenta con estos espacios para este tipo de autores; pues mas allá de las convocatorias y concursos de cuentos, la posibilidad de ver uno de sus textos convertido en libro, apoyado por una editorial, es muy limitada; y eso se da porque este campo siempre ha estado liderado y reconocido por las voz del adulto que, en algunos casos, utilizan temas comerciales poco asociados con la vida y la cultura de su lector para establecer una conexión desde una mirada lejana.

<sup>1</sup> adj. Igual o semejante totalmente. Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/par>

Para finalizar, se debe tener presente que el papel de los niños, niñas y jóvenes como autores y agentes creadores está asociado al rol de estos como sujetos de derecho frente a la literatura infantil y juvenil, desde la Convención de los derechos de los Niños (1989) en Colombia y la Ley 1098 “Código de la Infancia y la adolescencia” de 2006. La idea de que el niño, la niña y los jóvenes se piensen a sí mismos como sujetos de derecho mediante la escritura de textos literarios es muy importante, ya que el hecho mismo de que se asuman como autores y creadores de historias, le otorga un lugar a la imaginación, al protagonismo de sus ideas, y resonancia a sus palabras. Se trata, por lo tanto, del reconocimiento del mundo vital de los niños, niñas y jóvenes al que vale la pena darle un lugar en una Editorial especializada para estos autores noveles, como ***Editorial la fábula***.



# Capítulo 1. Entrando al laberinto de los libros



## Diagnóstico

"Para escribir solo hay que tener algo que decir."

Camilo José Cela.

Concebir a Colombia como una “potencia editorial” no es algo extraño, pues una creciente oferta de producción editorial nacional, un sector de la educación en pleno modelo de expansión e importantes inversiones nacionales y extranjeras en las industrias editorial y gráfica, han hecho favorable la inversión en el sector, generando, desde hace un tiempo, que la marca “editado e impreso en Colombia” no solo se consolide, sino que se convirtiera en el valor agregado para pequeños proyectos; razón por la cual, la edición universitaria e independiente, así como la autoedición, han crecido a la par de la oferta (González, 2018).

Para hablar de la edición de libros en Colombia es importante mencionar, inicialmente, los espacios que la sociedad, desde sus diferentes instituciones, ha credo para el reconocimiento de la labor del editor(a), como sucedió en el año 2014, cuando el Ministerio de Cultura de Colombia incluyó en su portafolio, por primera vez, una beca de investigación sobre el ámbito de la edición a través del Programa Nacional de Estímulos; o la Beca Instituto Caro y Cuervo de Investigación en Historia de la Edición en Colombia.

Frente a la profesionalización de la labor, en el año 2016, el Instituto Caro y Cuervo lanzó su Maestría en Estudios Editoriales; la primera que se ha abierto en el país relacionada con este campo profesional; más adelante, en el 2018, la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano abrió su pregrado en Estudios Literarios y Edición. Estas iniciativas académicas

relacionadas con el sector son una muestra del alcance y el auge que la producción y edición de libros, revistas, manuales, cartillas, entre otros, ha tenido en Colombia.

Un panorama más claro de este auge se puede encontrar en el entorno económico del sector, indagando en aquellos datos que muestran el comportamiento de la edición en el país, estadísticas que brindan una perspectiva del trabajo que los autores, editores, editoriales, imprentas, organizaciones, entre otros, han venido llevando a cabo en los últimos años.

Por lo tanto, la información que se va a presentar a continuación ha servido de base para la generación del proyecto que se va a presentar en la segunda sección del documento, pues da un panorama de la situación del sector editorial, en el cual se desarrollará el emprendimiento, y soportan la necesidad de crear una editorial independiente especializada en la producción de libros infantiles y juveniles, provenientes de niños, niñas y jóvenes, que permita no solo divulgar el trabajo que están llevando a cabo, sino crear un catálogo artístico de los escritores emergentes que sea un referente en el reconocimiento de las voces de los niños, las niñas y los jóvenes en Colombia y una plataforma de lanzamiento para los futuros ganadores del Premio Hans Christian Andersen, conocido también como el Pequeño Nobel.

### ***El entorno económico actual***

Las fuentes de información cuantitativa sobre el sector editorial, que permiten visibilizar el estado de las actividades productivas que se llevan a cabo dentro del territorio nacional, son variadas. Esto se debe al interés que tiene el sector en la generación de información e investigación a través de instituciones y agremiaciones de la sociedad civil, como la Cámara Colombiana del Libro, la Asociación Colombiana de Librerías Independientes (ACLI), la Red de Editoriales Independientes de Colombia (REIC), la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC), la Asociación Colombiana de Literatura Infantil y Juvenil (ACLIJ) entre otras.

Como resultado del alto volumen de datos y con el propósito de realizar una valoración económica que recoja y potencie la utilidad de los mismos, el equipo de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN), conformado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y el Ministerio de Cultura de Colombia, ha consolidado un ejercicio investigativo dirigido al desarrollo de estadísticas

(...) que se aproximen a los fenómenos culturales y permitan evidenciar sus distintas manifestaciones; las cuales, son acciones de gran utilidad para el diseño de políticas en los países de América Latina que han incorporado la cultura en sus estrategias de desarrollo y para la toma de decisiones de los agentes que hacen parte de ella. (Convenio Andrés Bello, 2009, p. 13.)

En este sentido, y teniendo como referencia la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), la Clasificación Central de Productos (CPC) y la propuesta de segmentación y taxonomía incluida en el documento “Cuentas Satélites de Cultura en Latinoamérica”, se lograron identificar las actividades y productos característicos del sector de libros y publicaciones<sup>2</sup>. De acuerdo con la CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia (de acuerdo con la Resolución 139 de 2012), forman parte de este segmento del campo cultural:

- Edición de libros, folletos y partituras (5811). Esta posición incluye la edición de libros en general, incluso libros de texto, atlas y mapas, folletos, partituras y otras publicaciones similares (en cualquier formato).
- Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (5813). Esta posición incluye la edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas de contenido técnico o general, revistas profesionales, tiras cómicas, etc. (en cualquier formato).

<sup>2</sup> Como se evidencia en el Documento Metodológico Cuenta Satélite de Cultura (CSC) 2005 – 2010, “la actividad editorial se considera una actividad productiva (de acuerdo con lo que el SCN considera como producción valorada económicamente) dentro del campo cultural, puesto que consiste principalmente en la obtención de productos editoriales, los cuales tienen como finalidad recoger y divulgar contenidos simbólicos. (p. 14)

- Otros trabajos de edición (5819). Esta posición incluye la edición de fotografías, grabados y tarjetas postales, horarios, formularios, carteles, reproducción de obras de arte y otras obras impresas. Las actividades de microedición (en cualquier formato).

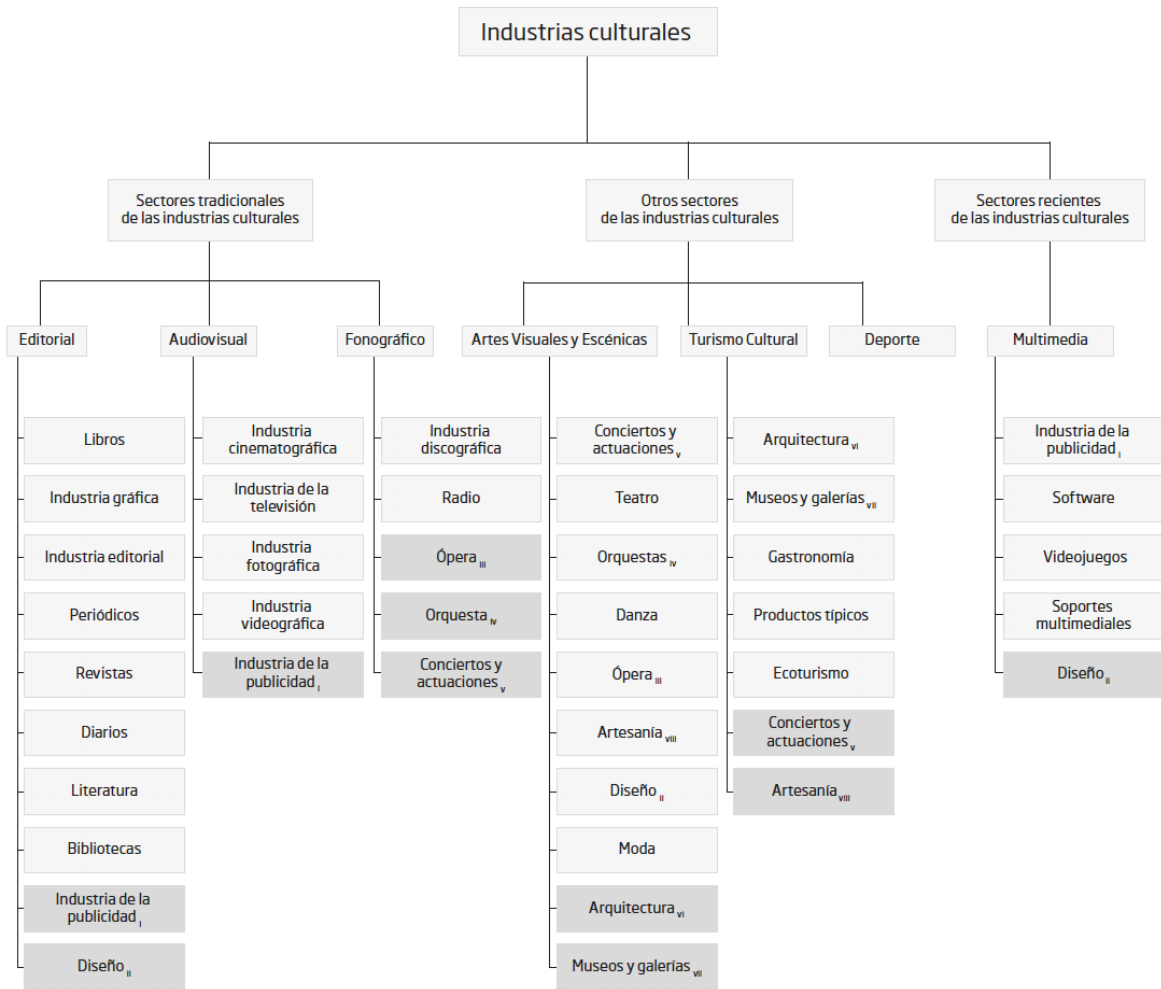
Esta clasificación permite identificar el mercado potencial de la zona de influencia de interés, la información segmentada del mercado de acuerdo con los productos y/o servicios que se ofrece, así como el tamaño del mercado y sus principales características. Lo que, a su vez, permite establecer unas estadísticas basadas en el comportamiento del libro y las empresas del sector.

### ***La edición de libros en las Cuentas Nacionales de Cultura y Economía Naranja***

La medición de las grandes variables del sector editorial (producción, valor agregado, consumo intermedio) dentro de las cuentas nacionales de Colombia se realiza, como ya se mencionó, a través de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN). La última edición de la CSCEN fue publicada en 2019 (actualizada en septiembre de 2019), con cifras hasta 2018. Esta información “presenta los recientes resultados en el marco de los avances metodológicos de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja para las 34 actividades consideradas totalmente creativas, y para 67 actividades consideradas de inclusión parcial” (Dane, 2019, información). De esta manera el DANE avanza, con la promulgación de la Ley 1834 de 2017, en la “delimitación, descripción y medición de las actividades de la Economía Naranja clasificadas en tres áreas diferentes: las artes y el patrimonio, las industrias culturales y las creaciones funcionales” (Dane, 2019, Información).

Para este proyecto se hará énfasis en el área de las industrias culturales, ya que el sector editorial es uno de los segmentos que la compone.

**Figura 1. Industrias culturales**



Fuente: Ministerio de Cultura de Colombia (2010).

Al respecto, es importante mencionar, a manera de entrada, que en el año 2018, el valor agregado de las industrias culturales ascendió a 7.347 mil millones de pesos, mientras que para el año 2017 el valor agregado fue de 6.983 mil millones de pesos, a precios corrientes. Esto refleja un aumento en el valor agregado de las industrias culturales en la economía del país. En este sentido, el segmento editorial aporta el 27.6% a dicho valor agregado, (valor provisional). (DANE, 2019)

**Tabla 1.** Participación editorial en el en el área de las industrias culturales

Concepto	Millones de pesos	
	2016	2018 <sup>P</sup>
<b>Producción</b>	<b>3.041.375</b>	<b>2.764.256</b>
Creación literaria	3.376	5.627
Edición de libros	728.337	695.581
Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	1.461.751	1.179.545
Otros trabajos de edición	64.938	66.145
<b>Consumo intermedio</b>	<b>1.185.543</b>	<b>1.124.006</b>
Creación literaria	2.695	4.046
Edición de libros	311.703	292.736
Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	559.393	503.484
Otros trabajos de edición	28.227	24.384
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>1.855.832</b>	<b>1.640.250</b>
Creación literaria	681	1.581
Edición de libros	416.634	402.845
Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	902.358	676.061
Otros trabajos de edición	36.711	41.761

Fuente: DANE, Cuentas Nacionales.

<sup>P</sup>provisional. (Actualizado el 20 de septiembre de 2019).

Estas cifras son un panorama del sector editorial en Colombia para el 2018, y aunque aún son cifras provisionales, es importante destacar, de los datos presentados, la producción total de la creación literaria como actividad principal, de 5.627 millones de pesos, crecimiento representativo con respecto a 2016 (3.376 millones de pesos). Situación similar frente al consumo intermedio y el valor agregado.

Estos datos son valiosos para el proyecto *“Editorial la fábula”*, debido a que su misionalidad está centrada en la creación literaria, en ese proceso de creación personal que surge del trabajo personal de los niños, niñas y jóvenes, o del resultado de los talleres creativos.

## ***Algunas estadísticas de desempeño***

En Colombia el sector editorial se ha caracterizado en las últimas décadas por contar con un gran dinamismo, lo que se pone de manifiesto en el crecimiento acelerado de la oferta editorial en el país.

La Cámara Colombiana del Libro (CCL), como agencia colombiana del ISBN y entidad gremial de derecho privado que fomenta el desarrollo de la industria editorial en el país, defiende los intereses de los libreros, distribuidores y gente del sector, y promueve el libro en Colombia, realiza anualmente, desde el 2011, una consulta entre las empresas del sector, con el fin de medir la evolución de sus principales variables. Para el año 2019, la CCL optó por realizar un rediseño metodológico de la operación estadística anual, que combina cambios en el formulario y una nueva definición del universo de empresas. En ese sentido, la operación estadística del 2018 constituye una línea base para medir la evolución del sector hacia adelante. Los principales resultados que arrojó este análisis están centrados en cuatro aspectos básicos: producción, venta, canales de comercialización y empleo. La información recolectada por la encuesta de la CCL es procesada para construir series para cada uno de los subsectores. Para el efecto se ha dividido al sector en cuatro categorías: Libros didácticos (LD); libros de interés general (LIG); libros Científicos y técnicos (LCT); y libros religiosos (LR).

La clasificación por subsectores en la Encuesta de la CCL es la siguiente:

- Didáctico (LD): empresas que producen o importan libros del área de textos escolares de todos los niveles, excepto los de educación superior. Además, incluye material de apoyo didáctico y ayudas para-escolares.
- Interés general (LIG): empresas que producen o importan libros de literatura, artes, deportes, entretenimiento, superación personal, autoayuda, esoterismo, obras de referencia y consulta, turismo, bienestar y salud, culinaria nutrición y economía del hogar y otros.

- Científico y técnico (LCT): empresas que producen o importan libros del área de filosofía, psicología, ciencias sociales, ciencias puras, tecnologías y ciencias aplicadas, entre otras; que no son textos escolares y que se emplean para el estudio técnico o universitario y para la vida profesional.
- Religioso (LR): empresas que producen o importan libros religiosos de diversas sectas y religiones.

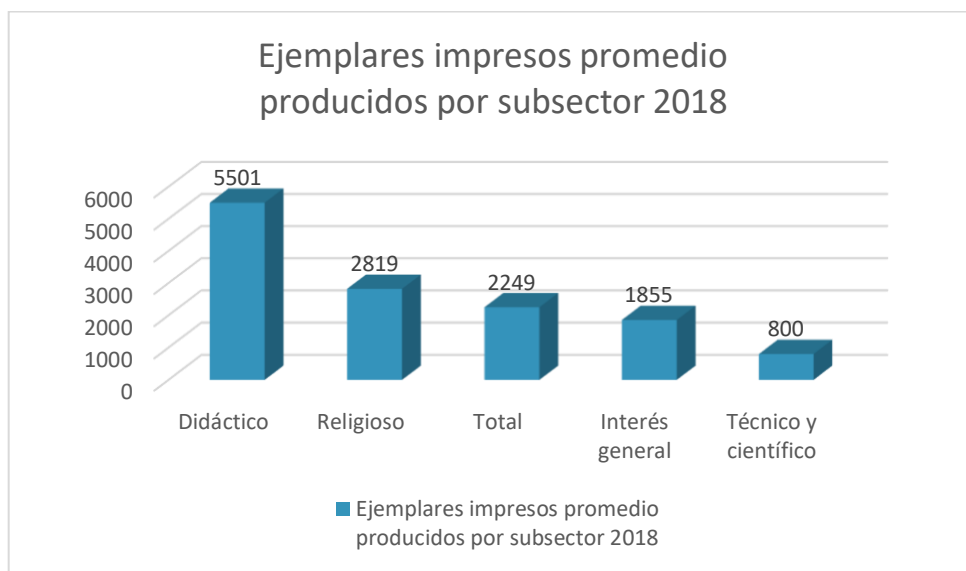
### *Producción*

Según el análisis, para el año 2018 el total de la producción editorial reportada es de 19.813 títulos y 44.5 millones de ejemplares. Los subsectores de mayor participación fueron “interés general”, que representó el 54% de los títulos y el 44% del número de ejemplares producidos; y el subsector de “libros didácticos”, con 17% del número de títulos y el 41% del total de ejemplares.

El número de ejemplares editados por cada título (que se conoce como tirada promedio) es uno de los indicadores que mejor ejemplifica la transformación que ha sufrido el sector editorial a nivel mundial. Por ejemplo, el desarrollo tecnológico en el campo de la impresión digital permite reducir significativamente las tiradas de los libros, haciendo más eficiente el proceso editorial, en especial frente a la reducción de inventarios y la descentralización de la producción, lo que ha incidido en la reducción de los volúmenes de libros en el comercio internacional. No obstante, en algunos casos, la reducción de las tiradas tiene que ver también con la caída de la demanda de algunos mercados.

La tirada promedio para el 2018 fue de 2249 ejemplares por título. Las diferencias por subsector son bastante notables. Mientras que en el segmento de libros didácticos la tirada promedio fue de 5501 ejemplares, en el sector de interés general fue de 1855.

**Figura 2.** Ejemplares impresos promedio producidos por subsector 2018



Fuente: Cámara Colombiana del Libro (2018).

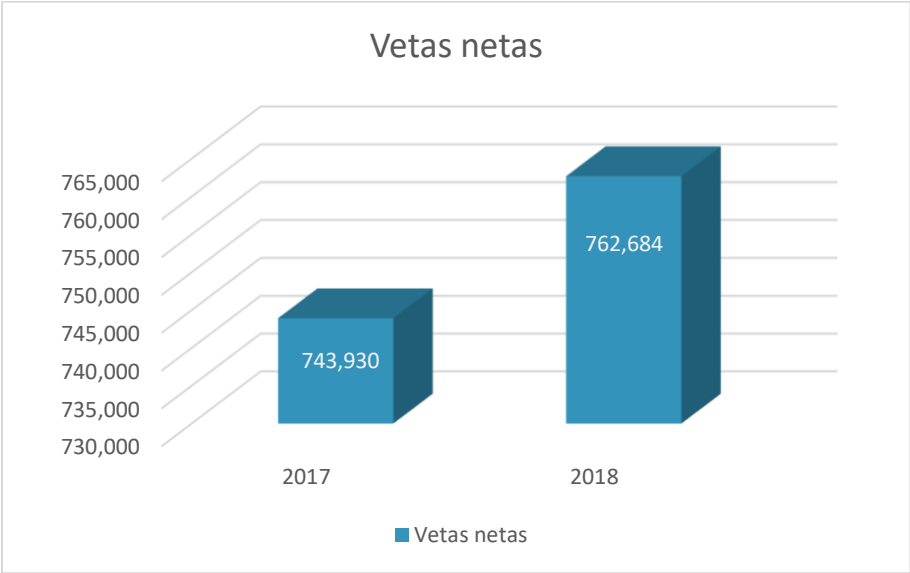
### *Ventas*

En un análisis realizado al sector se pudo evidenciar que entre los años 2010 y 2016, las ventas totales crecieron a una tasa promedio anual de 4.0%. El único año en que se registra una caída de las ventas totales fue 2014 (con una reducción de -0.1%), que se reflejó esencialmente en el subsector de libros de interés general. Por otra parte, el año que marca el mejor desempeño en lo que va de la década, con un crecimiento de las ventas totales de 7%, es el 2012, a pesar de una fuerte caída en las exportaciones (-33%).

En el 2018, el total de ventas fue de \$762.684 mil millones de pesos, lo cual indica un crecimiento del 2.5% con relación a la cifra del año anterior. La participación porcentual de las ventas por subsector se divide así: “libros didácticos” registró la mayor participación (35.1%), seguido de “interés general” con el 34.1%, “científico y técnico” con el 23.5% y finalmente “religioso” con el 7.3%. Las ventas al mercado nacional, en valor, conformadas por libros de edición nacional y libros importados, representaron el 92.4% del total de ventas del año. De esta manera, la venta de libros de edición nacional constituye el 64.7%, y las ventas al exterior el 7.6% del total de las ventas. Las ventas al mercado nacional, por número de ejemplares, fueron de 42 millones. El 84% de esta cifra corresponde a

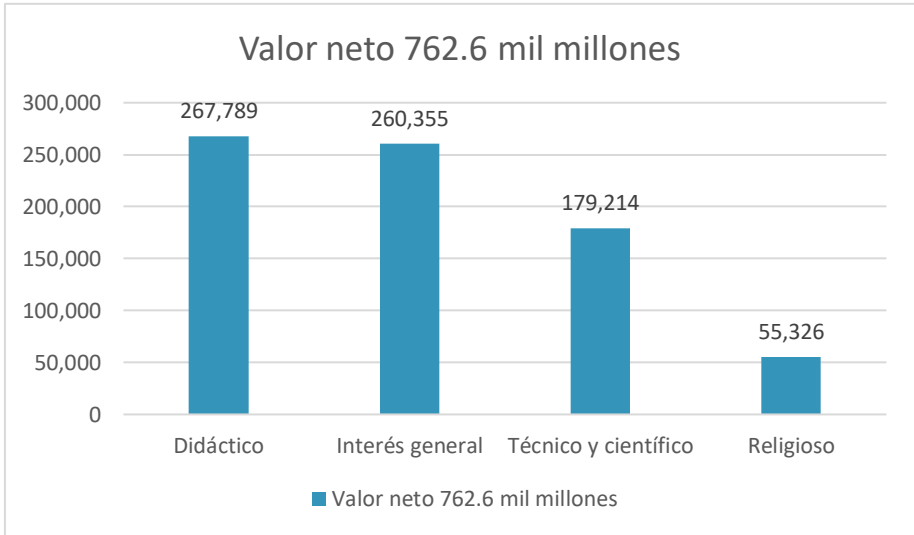
ejemplares de edición local. Los ejemplares importados vendidos en el mercado local se estiman en 6.6 millones.

**Figura 3. Ventas netas**



Fuente: Cámara Colombiana del Libro (2018).

**Figura 4. Ventas por subsector**



Fuente: Cámara Colombiana del Libro (2018).

Este crecimiento en las cifras, con respecto al años 2017 evidencia una mayor participación del sector editorial en el mercado internacional, por sus ventas al exterior; de igual manera,

representan la importancia que el lector le está dando al libro de edición nacional y su respectivo consumo.

Con relación al proyecto, el libro infantil y juvenil se mueve entre el subsector de “libros didácticos” y de “interés general. Esto depende del tipo de edición y del contenido que tenga el libro; generalmente, cuando se habla de literatura se relaciona con libros de interés general; sin embargo, muchos de estos textos están siendo diseñados como material didáctico para niños y niñas, para colegios o para consumo en el hogar.

### *Canales de comercialización y consumo del libro*

Los resultados de la encuesta muestran, en primer lugar, el mayor peso relativo del canal tradicional, conformado por distribuidoras, librerías, grandes superficies y otros intermediarios. Este canal representó el 53.1% de las ventas totales. La venta directa por parte de las editoriales representó el 46.9%.

Dentro del canal tradicional, la mayor participación corresponde a las ventas a través de Librerías, que representan el 64% de las ventas a través de este canal y el 34% de las ventas totales. Las cadenas de librerías (establecimientos con más de dos puntos de venta) concentraron el 52% de las ventas del canal librerías; las librerías propias de las empresas editoriales el 26%; las demás librerías físicas el 20.4%. Las librerías virtuales solo representaron el 1.9% de las ventas.

Las ventas de libros de “interés general” son realizadas en un 54.8% a través de librerías. En el sector de libros didácticos y científicos y técnicos, por el contrario, la venta directa por parte de las empresas editoriales representa el 59.3% y el 52.6%, respectivamente. Las ventas de contenidos editoriales en formato electrónico solo representan el 5.7% de las ventas totales.

**Tabla 2.** Participación por canal de comercialización

Canal	Valor neto	Participación porcentual
Librerías	258.998.922.247	34.0%
Distribuidoras	91.204.522.969	12.0%
Textos educativos y plan lector (sector privado)	75.120.068.281	9.8%
Exportaciones	58.275.655.324	7.6%
Grandes superficies	51.783.374.925	6.8%
Otras ventas directas	44.802.394.635	5.9%
Bibliotecas	38.648.053.138	5.1%
Ferias del libro	33.102.153.907	4.3%
Promotores de venta	30.453.423.562	4.0%
Ventas en línea	24.231.191.704	3.2%
Ventas a terceros para licitaciones públicas	19.447.788.898	2.5%
Plataformas educativas	9.492.459.891	1.2%
Ventas de derechos de autor	6.038.632.030	0.8%
Textos educativos y plan lector (sector público)	5.789.152.864	0.8%
Placismo	4.858.839.485	0.6%
Otras ventas al sector público	4.635.796.285	0.6%
Otros modelos de negocio	3.082.632.262	0.4%
Plataformas digitales (Bookwire, Librandia, Digitalia)	2.718.730.549	0.4%
<b>Total</b>	<b>762.683.792</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cámara Colombiana del Libro (2018).

Este panorama refuerza, aún más, uno de los propósitos del presente proyecto, que está relacionado con el fortalecimiento de la venta directa como manera de llegar al lector, porque es a través de esta donde se afianzan lazos y se genera confiabilidad; además de permitir identificar de primera mano las necesidades y expectativas del lector y su entorno, aunque esto implique el desarrollo de una estrategia de marketing directo. Este tipo de venta, funciona, principalmente, para reducir costos de distribución y de esta manera establecer precios bajos a los clientes; en especial para empresas pequeñas que están empezando. En el caso de *Editorial la fábula* esta venta directa nos permite establecer una

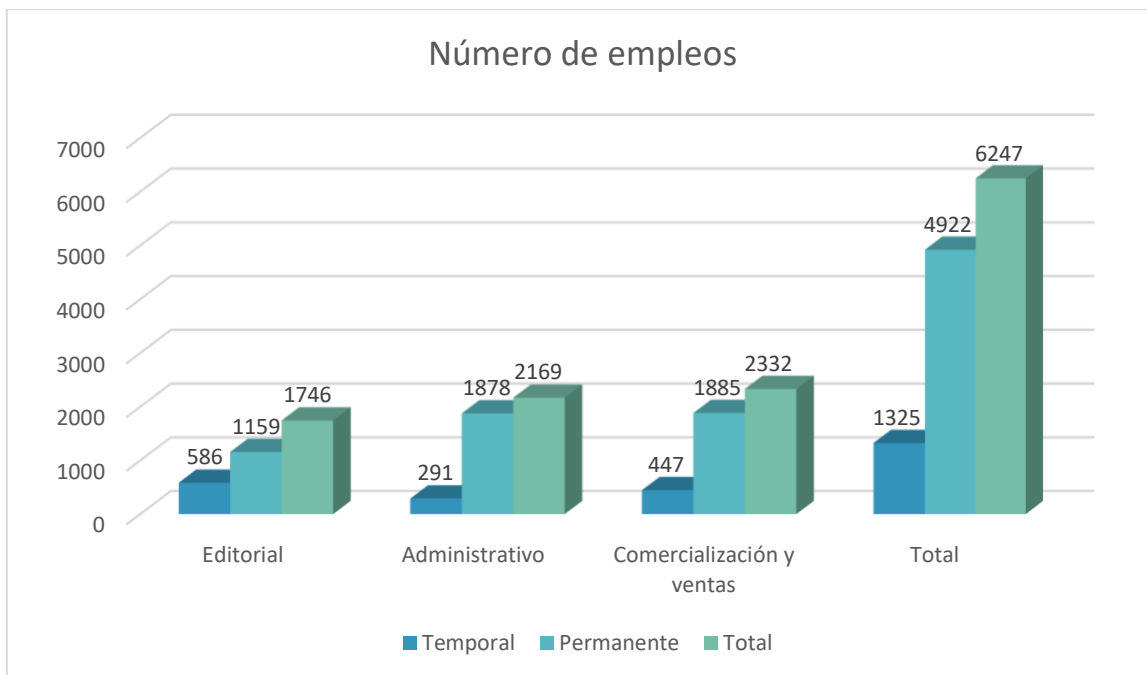
cercanía con el lector y posible autor. Sin embargo, esto no implica dejar a un lado el papel que las librerías cumplen en la cadena de venta y promoción del libro, por medio del canal tradicional. De igual manera, implica reforzar el canal de distribución digital, porque, aunque las ventas son bajas, no deja de ser un canal en pleno crecimiento, que con un plan de mercado integrando redes sociales y formatos electrónicos más llamativos se puede gestionar un buen número de ventas.

### *Empleo*

El mercado laboral es uno de los factores e indicadores de productividad que más afecta el sector editorial, pues actualmente son muchas las personas que se han capacitado en las diferentes actividades del sector, pero son reducidos los espacios destinados para acceder a un trabajo.

Según el informe de la Cámara Colombiana del Libro (2019), el número de puestos de trabajo generados en el 2018 fue de 6.247, que se concentraron, principalmente, en el empleo permanente (78.8%); mientras que el empleo temporal tuvo una participación relativamente baja (21.2%). En la clasificación por área de trabajo, la encuesta muestra que el área comercial y ventas alcanzó el 37.3%, seguido por el área administrativa con el 34.7% y, finalmente, por el área editorial con el 27.9%. Haciendo el análisis por subsector, se encontró que las áreas de mayor participación para el “didáctico” fue el área comercial y ventas con el 45%; en “interés general” el área editorial concentró el 39.2%; en el “científico y técnico”, fue el área administrativa con el 42.7% y para el subsector de “libros religiosos” la concentración estuvo en el área de comercialización y ventas el 52.9%.

**Figura 5. Empleos**



Fuente: Cámara Colombiana del Libro (2018).

Estas estadísticas dejan a la luz dos aspectos importantes, el primero está relacionado con el crecimiento de la vinculación permanente a los puestos de trabajo ofertados, lo que significa un paso para la formalización de la actividad entre los demás sectores de la economía; en segundo lugar, se encuentra la baja contratación, permanente y temporal, en el área editorial, este aspecto es retador, en especial cuando aumenta los puestos de trabajo para la comercialización y ventas de productos editoriales que salen del área editorial.

Este aspecto, refuerza la línea motivadora de *Editorial la fábula*, donde el área editorial tiene un papel fundamental para la producción del libro, ya que se valida en los autores, editores, correctores, diseñadores e impresores, el valor real del libro, pues la calidad y el contenido pesa más que la comercialización.

### ***Un aporte adicional: el libro digital en Colombia***

Un tema de particular importancia en el análisis del sector editorial en la actualidad está relacionado con la evolución de la producción en los formatos y soportes existentes. El registro ISBN es un buen indicador de la evolución de la producción editorial. Al respecto, en 2019, la Agencia Colombiana del ISBN asignó 19.934 registros, que significó un decrecimiento del 4.5% frente a los 20.867 registros del 2018. Según la Cámara Colombiana del Libro (2019), “este decrecimiento se explica fundamentalmente por el registro excepcional de versiones digitales de obras editadas por parte de cajas de compensación familiar e instituciones de Educación Superior en 2018” (p. 18).

**Tabla 3.** Registros ISBN 2019

Agente editor		N.º de registros
Editorial	Persona jurídica	17.210
	Persona natural	445
Autopublicación		2.279
<b>Total</b>		<b>19.934</b>

Fuente: CCL (2019).

Según el soporte, el formato impreso sigue representando la mayor participación del total de registros, con 14.713 (74%). Frente al registro en medios digitales, el Agencia asignó 5.221 registros, de los cuales el 25% corresponden al soporte digital virtual y el 1% al soporte digital físico. Los diferentes formatos del soporte digital dan una variedad de archivos digitales que pueden ser usados de acuerdo al contenido y el lector final, entre estos se encuentran: ePub, PDF, HTML, iBook, entre otros.

**Tabla 4.** Registros ISBN en soporte digital, según formato

Posición	Formato	N.º de registros
1	Pdf (.pdf)	3.073
2	ePub (.epub)	1.314
3	Html (.htm, .html)	217
4	XHTML (.xhtml, .xht)	126
5	Pdf/A (.pdf)	120
6	iBook	99
7	Amazon Kindle (.azw)	81
8	Formato MP3	58
9	Exe (Exebook .exe)	18
10	DAISY 2: texto completo y sin audio	46
<b>Subtotal</b>		<b>5.152</b>
<b>Total de registros</b>		<b>5.074</b>

Fuente: CCL (2019, p. 19).

## ***Consumidores y compradores. La brújula que guía el camino del libro***

### *Encuesta de consumo cultural (ECC)*

El comportamiento de los colombianos en torno a los productos editoriales es medido periódicamente por el DANE, a través de la Encuesta de consumo cultural, que se realiza cada dos años y tiene una cobertura en cabeceras municipales de seis regiones: Bogotá, Caribe, Oriental, Central, Pacífica y Amazonía/Orinoquía.

La última encuesta corresponde a 2017 y fue publicada en el 2018. Algunos de los indicadores que arroja, para la población mayor de 12 años, son: El 50.3% de la población declaró haber leído libros, con un mayor peso relativo en las mujeres (54.2%).

Los grupos de edad en los que se concentran los lectores de libros son de 12 a 25 años (66.8%) y el grupo de 26 a 40 años (47.4%). El promedio de libros leídos por parte de las personas de 12 años y más, durante el año 2017 (población lectora), corresponde a 4.2 libros.

Con relación a este grupo de personas de 5 a 11 años, al 72.5% les gusta leer y al 74.7% les gusta que les lean. Los que les gusta leer manifiestan haber leído un promedio de 4.1 libros. Este aspecto es importante para los fines de **Editorial la fábula** con sus libros infantiles y juveniles, ya que su consumidor principal son los niños, niñas y jóvenes y con ellos sus familias, profesores, tutores y demás personas involucradas en el acto de leer y escribir, quienes por medio de los libros, la lectura y la escritura fortalecen los lazos y construyen espacios de formación colectiva.

### *Encuesta nacional de lectura (ENLEC)*

La Encuesta Nacional de Lectura - ENLEC tiene como objetivo principal contar con indicadores comunes que describan el comportamiento lector en Colombia y permitan el diseño, formulación y evaluación de políticas y planes de lectura y escritura.

La ENLEC recoge datos sobre los hábitos de lectura y escritura, así como la asistencia a bibliotecas, y las actividades que realizan las personas de menores de 5 años. Tiene representatividad para el total nacional, las cabeceras municipales, centros poblados y rural disperso y cada una de las 32 ciudades capitales.

De la ENLEC se deben rescatar varios datos asociados al soporte (digital o impreso) o formato que leen los colombianos; por ejemplo, para el 2017, en el total nacional, el 82.0% de las personas de 5 años y más leyeron en soporte impreso, y el 70.4% en soporte digital. En este mismo sentido, un 51.7% lee libros, el 48,0% periódicos y un 32.2 % revistas. Estos datos refuerzan la idea que el soporte impreso o físico sigue vigente, pero la lectura digital sigue creciendo en la sociedad. Esto quiere decir, que el uso de los dos soportes, en una estrategia de mercado editorial, amplía el alcance de la publicación y, por lo tanto, existe un mayor consumo del libro.

Con respecto a la **escritura**, la ENLEC indicó que, en el total nacional, el 34.7% de las personas de 12 años y más, afirmaron que le gustaba escribir; en las cabeceras municipales el 37.0%, en los centros poblados y rural disperso, el 25.4% y en el promedio de las 32

ciudades el 38.3%. De este grupo el 34.6% escribió documentos de trabajo, el 29.0% documentos académicos y el 10,9% literatura, poesía, cuentos y novelas. Las ciudades que tienen porcentajes más altos en gusto por la escritura son: Valledupar (46.5%), Bogotá (44.3%) y Yopal (44.2%). Las ciudades con los porcentajes más bajos en gusto por la escritura son Mitú (14.0%), Armenia (14.1%) e Inírida (14.6%). Esta información es básica para los planes editoriales, las convocatorias de publicación y los talleres diseñados por **Editorial la fábula** para el fomento de la escritura en la población infantil y juvenil colombiana.

Este comportamiento de los lectores y escritores en los últimos años está relacionado con las estrategias que diversas entidades públicas y privadas en el país han puesto en marcha para el fomento de la producción y distribución de libros infantiles y juveniles, esfuerzos encaminados en hacer de Colombia un país lector.

Uno de los aportes más importantes en la producción de libros para niños y niñas lo ha hecho el Ministerio de Cultura, que ha enfocado sus acciones con la convicción de que el hábito de la lectura se debe adquirir desde la primera infancia.

Estos datos son significativos para el proyecto que se está presentando, pues se evidencia el trabajo que los niños, niñas y jóvenes vienen desarrollando frente a los procesos de lectura y escritura, y nos ayuda a definir, aún más, las metas que se tiene con el proyecto frente al fortalecimiento de la lectura y la práctica de la escritura.

## ***Un análisis a nuestros potenciales autores***

### *Aspectos sociodemográficos*

Según el último Censo Nacional de Población y Vivienda realizado por el DANE en el 2018, Colombia cuenta con una población total de 48.258.494 habitantes, de los cuales 51,2% son mujeres y 48,8% son hombres. En cuanto a la población infantil y juvenil, el Censo indica que el 22,6% son niños y niñas de 0 a 14 años y el 8,72% son jóvenes de 15 a 18 años; en cifras eso equivale a 10.906.420 niños y niñas de 0 a 14 años y 4.208.141 jóvenes

colombianos. Bogotá, por su parte, tiene una población de 7.181.469, de los cuales 18,58% son niños y niñas de 0 a 14 años de edad y 7,74% son jóvenes.

De acuerdo a las estadísticas del 2018, la tasa de analfabetismo, que se mide en personas de 15 años y más, con el índice de lectura y escritura, arrojó que 94,81% de personas saben leer y escribir y 5,19% aún no sabe. Esto muestra una reducción del 8 % desde el censo de 2005, lo que refleja un resultado importante frente a las estrategias que el Estado, las organizaciones gubernamentales, y demás instituciones vienen desarrollando.

Las cifras anteriores demuestran que el proyecto está apuntando a una población en crecimiento, que concentra el 26.1% de niños y jóvenes entre los 14 y 18 años; la cual merece mejores condiciones de bienestar y acceso a oportunidades que les permita potenciar sus capacidades y alcanzar el máximo nivel de garantía de sus derechos” (Gobierno de Colombia, 2018, p. 7), con equidad, respeto y acompañamiento, siempre pensando un desarrollo integral.

Asimismo, se evidencia que aún hay mucho trabajo por hacer en los municipios y regiones apartadas de las ciudades capitales, y es allí donde el proyecto también tiene cabida, no solo como productora de posibilidades para la creación de contenidos, sino como apoyo a los procesos educativos que se llevan a cabo frente a las actividades de lecto-escritura en niños, niñas y jóvenes.

### ***Política Nacional de Infancia y Adolescencia 2018 – 2030***

En el 2018 el Gobierno nacional de Colombia presentó “La Política Nacional de Infancia y Adolescencia” un instrumento diseñado para contribuir con el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes; en este sentido, el documento “reconoce a todas las niñas, todos los niños y todos los adolescentes como sujetos titulares de derechos prevalentes y ordena la acción del Estado alrededor su desarrollo integral, sin restricción de ningún tipo, ni de situación, condición o contexto” (Gobierno de Colombia, 2018, p. 7).

Al respecto, el proyecto presentado se ha formulado teniendo en cuenta los lineamientos establecidos en la Política, los cuales se requieren para construir un país como lo merecen todas y cada una de nuestras niñas, niños y adolescentes, siempre pensando en el mejoramiento continuo y en “la realización de los derechos de los niños, niñas y adolescentes” (p. 8).

De igual manera, se reconoce a las niñas, los niños y los adolescentes como sujetos titulares de derechos, cuya garantía se materializa con la participación significativa acorde con sus capacidades y momento del curso de vida, goce efectivo de los derechos; asimismo, se valora el papel que cumplen como agentes de cambio y transformación social y cultural desde la diversidad. Aspectos fundamentales para el desarrollo del presente proyecto.

En relación con el Objetivo general de la Política “generar las condiciones de bienestar, acceso a oportunidades con equidad e incidencia de las niñas, los niños y los adolescentes en la transformación del país” (Gobierno de Colombia, 2018, p. 29), el presente proyecto busca incidir en esa participación activa, generando las condiciones necesarias para el fortalecimiento de sus capacidades, contribuyendo con la difusión y divulgación de sus talentos, para potenciar la capacidad de agencia y protagonismo de niñas, niños y adolescentes como respuesta a sus necesidades e intereses.

### ***Política nacional sobre el libro y la lectura***

El Plan Nacional de Lectura y Escritura (PNLE) *Leer es mi cuento* es una de las estrategias establecidas por el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación de Colombia, comenzó en 2010 con el fin de aumentar el índice de lectura de los colombianos de 1.9 a 3.2 libros leídos al año. En el marco del PNLE los Ministerios han implementado acciones para que niñas, niños, adolescentes y jóvenes, incorporen la lectura y la escritura a su vida cotidiana. En ese sentido, el Ministerio de Educación Nacional propuso el diseño y la ejecución de acciones para fomentar el desarrollo de las competencias comunicativas en la

educación inicial, preescolar, básica y media, a través del fortalecimiento de la escuela y la familia en la formación de lectores y escritores.

El PNLE se implementa a través de cinco líneas estratégicas:

1. Producción editorial, materiales de lectura y escritura: busca que niñas, niños, adolescentes y jóvenes del país cuenten con libros y materiales de lectura de calidad que les ayuden a fortalecer sus procesos de aprendizaje y a mejorar sus competencias comunicativas.
2. Fortalecimiento territorial de la escuela y de la biblioteca escolar: brinda asistencia técnica a las Secretarías de Educación y a los establecimientos educativos para que impulsen dinámicas innovadoras y se conviertan en el semillero de las presentes y futuras generaciones de lectores y escritores.
3. Formación de mediadores de lectura y escritura: trabaja en la formación de directivos docentes, maestros, familias y estudiantes para que se conviertan en mediadores que contribuyan a mejorar las prácticas de lectura y escritura que están presentes en la cotidianidad de la escuela, el hogar y otros espacios extraescolares.
4. Movilización: adelanta diferentes actividades de comunicación y movilización que reflejan, en distintos escenarios, la importancia de la lectura y la escritura en la vida cotidiana, en la construcción del conocimiento, en el intercambio de la información, pero, sobre todo, en la formación de lectores y escritores.
5. Seguimiento y evaluación: desarrolla las actividades propias del monitoreo, seguimiento y evaluación para rendir cuentas a la sociedad sobre las acciones adelantadas.

De esta manera, los dos ministerios ejecutan un plan con los mismos objetivos, pero cada uno en su ámbito y con poblaciones y programas específicos, logrando que la lectura y la escritura se consideren como un asunto que trasciende el aula escolar y se convierte en un asunto transversal que atañe a todos los sectores relacionados con el desarrollo humano.

Leer y escribir en la sociedad es fundamental para el ejercicio de los derechos, entre otras cosas, para acceder a la oferta de servicios que el Estado debe brindarnos.

Otras entidades como Fundalectura han dirigido sus esfuerzos a la formación en lectura y escritura de niños entre los 0 y 6 años, la cual ha mostrado un aumento en los últimos años pasando de 55.142 en 2017 a 59.694 niños en 2018. Dentro de estas iniciativas han llevado a cabo programas de lectura en espacios no convencionales con los que alcanzaron 37.273 beneficiarios directos entre los 0 y 6 años para 2018.

Por su parte, el Plan Distrital de Lectura y Escritura *Leer es Volar* de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y la Secretaría de Educación de Bogotá, ha contribuido a la circulación del libro infantil en la Red de Bibliotecas Públicas y espacios no convencionales como los Paraderos Paralibros Paraparques (PPP), Biblioestaciones, el Biblobus y Plazas de mercado, de la mano con Fundalectura. Uno de los alcances más importantes se observa en los PPP, en los cuales el total de usuarios de primera infancia (0-6 años) pasó de 25.982 en 2015 a 34.730 en 2018.

Lo anterior, deja planteada la ineludible necesidad de seguir fortaleciendo los espacios diseñados para el fomento de la lectura y la escritura en los niños, niñas y jóvenes colombianos, desde todos los actores relacionados, como las editoriales, las cuales deben ofrecer las condiciones pertinentes para que los niños, niñas y jóvenes ingresen a la cultura escrita y estén en condiciones de participar, de manera efectiva, en las prácticas sociales y culturales que la lectura y escritura ofrecen.

En virtud de lo señalado, y con el objetivo de fortalecer estos procesos de aprendizaje y de inclusión de la escritura en la temprana edad, se contempla a ***Editorial la fábula***, como una alternativa editorial que busca fomentar la escritura creativa y la producción literaria en las diversas regiones de Colombia en niños, niñas y jóvenes de 6 a 17 años, el propósito de la editorial es recuperar la voz y la mirada de los niños y niñas, sus pensamientos y sus deseos,

y hacer que tengan un espacio en el mundo legitimado culturalmente por las voces de los adultos. Porque es necesario darles la palabra y convertirlos en autores de sus propias historias. Puesto que, en general, estos miembros de la sociedad tienen mucho para contar.

### ***Fiestas del libro y la lectura: las ferias***

Según la Unesco (2010):

Las ferias son espacios concentradores que reúnen a compradores y vendedores profesionales de forma periódica, durante un lapso acotado (por ejemplo, una o dos semanas cada año o cada dos años). La mayoría están abiertas al público en general. La potencialidad de cada espacio suele estar perfectamente identificada por los actores sectoriales, quienes conocen la modalidad comercial particular en la que se desenvuelve cada una. La actuación del sector público se produce de dos maneras: 1) mediante la presencia directa del Estado a través de stands u otro tipo de participación oficial, y 2) facilitando la presencia de empresas privadas en el evento. (p. 118)

En este mismo sentido, declara que las ferias son industrias culturales y creativas, incluyendo las ferias del libro.

En realidad, no existe otro evento cultural donde todos los agentes del sector editorial como los autores, editores y lectores se congreguen alrededor de un tema en común –el libro– como las ferias del libro; un espacio diseñado como canal de circulación para promover la bibliodiversidad, el intercambio cultural, la promoción de la lectura y, últimamente, la inclusión. En Colombia, La Feria Internacional del Libro de Bogotá -FILBo- es el evento de promoción de lectura y de la industria editorial más importante del país, y uno de los más relevantes de América Latina. Cada año durante la feria, los escritores, los libros y los lectores se convierten en los protagonistas del escenario cultural del país.

La trigésima segunda edición de la Feria Internacional del Libro de Bogotá, FILBo, se celebró del 25 de abril al 6 de mayo de 2019. Durante 12 días, 605.000 personas visitaron la feria y

disfrutaron de 1.993 eventos culturales, académicos y profesionales con 680 invitados internacionales y nacionales que se unieron a la celebración del evento cultural y literario más importante del país. Léete fue el lema y el enfoque central de esta edición. Se realizaron ruedas de negocios con 350 participantes de 25 países, lo que permitió que los diferentes agentes del sector pudieran concretar negocios entorno a la producción editorial, la venta y compra de derechos, y la promoción de los bienes y servicios de las editoriales.

No obstante, no es la única feria el libro que tiene Colombia, otras regiones se han sumado a estos escenarios, denominados Ferias Regionales del libro, a la fecha se registran 16 ferias del libro que han permitido descentralizar el canal de circulación del libro y abrir un espacio para que las editoriales tengan presencia en las regiones.

**Tabla 5.** Ferias Regionales del Libro 2020

Evento	Fecha
Fiesta de la Lectura y la Escritura del Chocó, Flecha (Quibdó)	12 al 22 de marzo de 2020
Feria del Libro de Santa Marta	19 al 24 de mayo de 2020
Feria del Libro de Cartagena	21 al 25 de julio de 2020
Feria del Libro de Itagüí	23 al 26 de julio de 2020
Feria del Libro de Manizales	29 de julio al 2 de agosto 2020
Feria del Libro de Barranquilla	30 de septiembre al 4 de octubre 2020
Feria del Libro de Bucaramanga	24 al 30 de agosto 2020
Feria del Libro de Cúcuta	2 al 7 de septiembre de 2020
Fiesta del Libro de Medellín	11 al 20 de septiembre de 2020
Temporada de Letras y Fiesta del Libro de Pasto	21 al 26 de septiembre de 2020
Feria del Libro de San Andrés	23 al 27 de septiembre 2020
Feria del Libro de Pereira	29 de septiembre al 4 de octubre de 2020
Temporada de Letras y Fiesta del Libro de Ipiales	7 al 10 de octubre de 2020
Feria Internacional del Libro de Cali	15 al 25 de octubre de 2020
Montería	13 al 18 de octubre de 2020
Popayán Ciudad Libro	23 de octubre al 1 de noviembre de 2020

Fuente: Cámara Colombiana del Libro (2020). <https://camlibro.com.co/estructura/ferias-regionales/>

A nivel mundial, existen 243 ferias del libro repartidas en 48 países, pero las que han tenido mayor reconocimiento por su tradición y prestigio a nivel mundial son: Feria Internacional de Guadalajara, Feria Internacional de Libro de Lima, Feria Internacional del libro de Buenos Aires, Feria del Libro de Fráncfort, Salón del Libro de París, Feria del Libro América y la Feria Mundial del Libro de Nueva Delhi. Respecto al libro infantil, la Feria del Libro de Bolonia, es la más importante de su tipo, ya que ha forjado una generación de autores, ilustradores y editores especializados en niños; así como la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil FILIJ de México.

**Figura 6. Las ferias del libro más importantes**



Fuente: La República (2018). <https://www.larepublica.co/ocio/conozca-las-cifras-de-las-ferias-del-libro-mas-importantes-que-se-realizan-en-la-region-2717770>

## El contexto. La literatura infantil y juvenil, los autores, la edición de libros

### *Literatura infantil y juvenil, el camino a donde llegan los libros*

A nivel general, la historia de la literatura infantil y juvenil ha pasado por un largo itinerario cargado de dificultades; por una parte, se encuentran los problemas establecidos por las condiciones socioeconómicas de los países y sus Gobiernos y, por otra, están los “preceptos imperantes en épocas en que los niños y jóvenes no gozaban de sus derechos humanos, y mucho menos del derecho a contar con una literatura que contemplara los aspectos cognitivos de su desarrollo integral” (Montoya, 2011, párr. 3).

Sin embargo, se puede decir que actualmente la literatura infantil y juvenil (LIJ) tiene el mismo estatus que la literatura adulta. Esto se evidencia en los espacios exclusivos que las bibliotecas y librerías le han dedicado en sus exhibidores; además, tiene sus propios premios y sus listas de *bestsellers* independientes a la literatura adulta. De esta manera, los niños, niñas y jóvenes son “reconocidos” como una audiencia lectora, importante para la industria, ya sea por los ingresos que entran al sector editorial a nivel mundial, o por los espacios que se están generando en ferias de libros o eventos culturales relacionados. No obstante, esto no siempre fue así, la historia evidencia que la literatura dirigida a niñas, niños y jóvenes es un fenómeno bastante reciente. Por ejemplo, antes del siglo XVI los niños y niñas aprendieron a leer por medio de textos religiosos, no existía una diferencia entre escribir un libro para niños o uno para adultos, y sucedía lo mismo con los libros para jóvenes, quienes practicaban la lectura con los libros para adultos.

Los primeros libros dirigidos a un público infantil y juvenil fueron las colecciones de cuentos tradicionales y cuentos de hadas, recogidos de la tradición oral. Por ejemplo, en Francia, sobresalen autores como Jean de La Fontaine y Jean-Pierre Claris de Florian con sus fábulas, Charles Perrault con sus cuentos de hadas, François Fénelon con su novela bizantina,

Jeanne-Marie Leprince de Beaumont con su *Almacén de los niños* (1757), donde aparece por vez primera *La bella y la bestia* de Gabrielle-Suzanne Barbot de Villeneuve.

Sin embargo, en el siglo XVIII ocurren dos acontecimientos trascendentes para la que hoy se conoce como literatura infantil y juvenil; por un lado, está la publicación de *Robinson Crusoe* de Daniel Defoe (1719) y, por otro, la publicación de *Los viajes de Gulliver* (1726), dos temas que reúne la LIJ: los relatos de aventuras y el adentrarse en mundos imaginados, inexplorados y diferentes.

En el siglo XIX la LIJ se transforma, con el movimiento romántico que da origen al siglo de oro de la literatura infantil y juvenil. Son muchos los autores que representan esta época, algunos de ellos son Hans Christian Andersen, Condesa de Ségur, Wilhelm y Jacob Grimm, Oscar Wilde, Pedro Antonio de Alarcón, Gustavo Adolfo Bécquer, Saturnino Calleja y Fernán Caballero en España. De igual manera, resaltan las novelas de Lewis Carroll, como *Alicia en el país de las maravillas* (1865); *La isla del tesoro* (1883), de Robert L. Stevenson; *El libro de la selva* (1894), de Rudyard Kipling; *Pinocchio* (1880), de Carlo Collodi; las novelas góticas o de terror como *Drácula* (1897), de Bram Stoker o *Frankenstein* (1823), de Mary Shelley; *Las aventuras de Tom Sawyer* (1876), de Mark Twain, entre otras obras; que propiciaron un contexto novedoso para la instauración de un nuevo género literario destinado al lector más joven en el siglo XX.

Son muchas las obras que posteriormente siguieron marcando el camino de la LIJ, algunas de ellas son *Peter Pan* (1904), de James M. Barrie; *El Principito* (1943), de Antoine de Saint-Exupéry; *El viento en los sauces* (1908), de Kenneth Grahame y *Pippi Calzaslargas* (1945), un clásico de la escritora sueca Astrid Lindgren; entre otras, en todas ellas se destaca una nueva visión que ofrece al pequeño y joven lector temas clásicos como las aventuras o el descubrimiento de nuevos mundos, se habla sobre la superación de los miedos, la libertad, las aspiraciones, el mundo de los sueños y los deseos.

Para las décadas de los 70, 80 y 90 la producción aumentó significativamente, al mismo tiempo que dio paso a nuevos formatos como el libro álbum o libro ilustrado, todo gracias a las técnicas pictóricas de la época y la ilustración, donde las palabras comienzan a estar acompañadas de imágenes que contextualizan la narración.

### *Colombia*

La literatura infantil y juvenil en Colombia también tiene sus orígenes en la tradición oral, a partir de las historias transmitidas por los abuelos a su descendencia; es un proceso que ha ido transitando de generación en generación, ya sea por medio de relatos, cuentos, fábulas, mitos, leyendas y cantos. Muchas de las obras que tenemos hoy en día surgieron de esa práctica comunicativa; un ejemplo de ello está en nuestras antiguas comunidades indígenas, que dejaron a sus descendientes el legado de su cultura, costumbres y sus tradiciones, con fines de permanencia cultural, orden y control de su comunidad, por medio de la oralidad (Fernández, 1985).

Frente al concepto de oralidad en Latinoamérica, Beatriz Helena Robledo indica que:

Nuestra oralidad, [...] es resultado de la simbiosis de tres vertientes culturales: la indígena, la africana y la española. Conviven así, en nuestra memoria colectiva, los mitos indígenas, desafortunadamente empobrecidos por el adoctrinamiento de los españoles (1997, p. 3).

Es por medio de la mezcla fantástica y propia de las leyes de la tradición oral, que vincula lo mitológico, con el cuento y la religión, donde surgen los seres mágicos, con poderes provenientes de un ser superior o de las fuerzas de la naturaleza, personajes que forman parte esencial de nuestra cultura, como la madre monte, la patasola, el mohán, que son creaciones legítimamente americanas, resultado del mestizaje cultural.

Según Robledo (1997):

los personajes y las estructuras de los cuentos maravillosos y de los cuentos más antiguos de Europa, África y América, se armonizan con los hábitos, paisajes,

costumbres y creencias locales, creando una fuente propia, casi inagotable de historias, leyendas, poemas narrativos, mitos, legado del cual se han apropiado los niños de generación en generación. (p. 3)

Lo valioso de esta tradición se refleja en los relatos que varios autores han recogido con el propósito de rescatar esa riqueza y variedad del folclor colombiano. Muchas de estas narraciones son del agrado de los niños, por su temática y por la sencillez con la que fueron reescritas, pensando en los niños como receptores, aspecto que no se ha tenido mucho en cuenta en el oficio literario en los periodos siguientes.

Por otra parte, pero no muy lejano al tema del contenido, Colomer (2010) se refiere a la literatura infantil como “un discurso adulto dirigido a los niños, donde se ve lo que se cree que un niño puede entender y lo que la sociedad adulta piensa que es bueno que conozca o no a determinadas edades” (p.16). Esta situación nos permite abrir una discusión sobre la importancia de reconocer las voces de los niños, niñas y jóvenes como autores de sus propias obras, lo que implica dar espacio a la generación de un discurso producido desde la misma experiencia y por sus mismos lectores, donde no se muestre lo que se “cree que un niño, una niña o un joven pueden entender” sino donde ellos muestren lo que realmente entienden.

En este sentido, se puede decir que la literatura infantil y juvenil colombiana ha tenido muy pocos y momentos en los cuales ha logrado manifestarse como el reflejo “de un imaginario social, que considere a los niños y niñas como lectores independientes, capaces de disfrutar una obra como sujeto cultural, mas allá de las intenciones pedagógicas, didácticas o moralistas de los adultos” (Robledo, 1998, p. 45).

No obstante, un trabajo que vale destacar de esta época es el de Víctor Eduardo Caro, con la revista *Chanchito*, un espacio diseñado para que los niños y niñas de Colombia tuvieran la oportunidad de conocer y divertirse con lo mejor de la literatura infantil universal.

Finalmente, se puede decir que la producción editorial enfocada en literatura infantil y juvenil colombiana ha incrementado significativamente en los últimos años. Cada vez hay más escritores que incursionan en este tipo de literatura y publican su trabajo con elaboradas ilustraciones para crear textos más llamativos para un público que cada vez más pide cosas nuevas e innovadoras. En general, son treinta y dos editoriales las que han trabajado, de alguna manera, en literatura infantil y juvenil, entre las que se destacan están Tragaluz, Planeta, Laguna Libros, Panamericana, Rey Naranja Editores y Penguin Random House. Esas editoriales se han dedicado los últimos años en ofrecer un importante número de textos para niños y jóvenes escrito por adultos. (*Arcadia*, 2017, párr. 2).

### ***Las hormiguitas detrás de las obras: los autores colombianos***

Es importante situar, frente al contexto colombiano, una serie de autores que vienen de un periodo anterior a 1990, y se mantienen, actualmente, como representantes de la LIJ colombiana, entre estos se encuentran: Celso Román, Triunfo Arciniegas, Jairo Aníbal Niño, Yolanda Reyes e Ivar Da Coll. Todos ellos son referentes importantes para el desarrollo de la literatura infantil y juvenil en el país, pues han construido una carrera cargada de muchos logros y reconocimientos, sin mencionar la cantidad de libros publicados.

Con relación a este tema, Borja y Alonso (2018) indican que “la mayor cantidad de autores de LIJ en Colombia, con fuerte producción literaria, oscilan entre los 40 y 69 años” (p. 53) una edad muy lejana a sus lectores, pero no por ello los hace menos importantes. De igual manera, precisan que la mayoría de los autores “tienen su procedencia en la ciudad, lo cual implica mayor representatividad de grandes regiones como Bogotá y los departamentos de Antioquia, Santander y Atlántico. Un aspecto para tener en cuenta del análisis realizado por Borja y Alonso, es el papel que tiene el adulto como autor, y la ausencia de autores infantiles y juveniles en obras dirigidas para este mismo público; es como si la calidad y el estatus del autor se midiera solo por la edad y la cantidad de experiencia, y no por la conexión que se crea con el lector, conexión que es más fácil de establecer con miembros de la misma generación.

De igual manera, en la investigación realizada por Borja y Alonso (2018), “los escritores de LIJ colombiano buscan incentivo a partir de convocatorias a premios, independientemente de su formación” (p. 54). En la actualidad los premios siguen siendo un incentivo y reconocimiento a escritores de la LIJ en Colombia, en especial para los autores nuevos que no son solicitados por las casas Editoriales, como les sucede a los autores de gran trayectoria. El problema de las convocatorias no está en su esencia o fin, radica en la exclusión de los textos no ganadores, que en muchos casos quedan a la deriva, sin una asesoría o contribución que le permita al autor “pulir” el texto para una posterior publicación. No existe un seguimiento post-presentación, se olvida el documento y con ello el tiempo dedicado del autor.

Según un análisis realizado, en el año 2019 se llevaron a cabo 97 convocatorias para la presentación de obras asociadas a la literatura infantil y juvenil en Bogotá, de estas convocatorias surgían aproximadamente 210 ganadores, si a cada una se presentaban como mínimo 10 personas, ¿qué pasó con los 760 textos que no ganaron?, ¿dónde quedó el trabajo de los autores?, ¿cuántos de esos 760 textos tienen la posibilidad, con una buena asesoría, de publicar su obra con una editorial? Estas son algunas de las preguntas que se contemplan desde *Editorial la fabula* para la elaboración de sus convocatorias, donde más allá de elegir uno o unos ganadores, se busca fortalecer y apoyar el proceso de escritura de los niños, niñas y jóvenes autores, donde nadie pierda y todos ganen, ganen experiencia, asesoría y la posibilidad de publicar su libro.

### ***El niño, la niña, y el joven como sujeto de derechos en la escritura***

La Convención sobre los Derechos del Niño (1989) define como niño a toda persona hasta los 18 años. La Ley 1098 del 2006, en el artículo 3, define como sujetos titulares de derechos a todas las personas menores de 18 años, entiende por niño o niña a las personas entre los 0 a los 12 años y por adolescente a las personas entre 12 y 18

años. A su vez, en el Artículo 29 determina que la primera infancia comprende la franja poblacional que va de los 0 a los 6 años. (Gobierno de Colombia, 2018, p. 24)

Concebir la idea de que los niños, niñas y jóvenes se piensen a sí mismos como sujetos de derechos por medio de la escritura de textos literarios puede ser muy valiosa teniendo en cuenta varios aspectos. El primero de ellos es “el hecho mismo de que los niños, niñas y jóvenes se asuman como autores y creadores de historias lo que le otorga un lugar importante a su manera de ver el mundo, dando lugar a su participación, su voz, sus ideas y resonancia a su palabra” (Ruiz y Prada, 2014, p. 24). Se trata del reconocimiento del mundo vital de los niños, niñas y jóvenes al que se le debe continuar dando un lugar en la sociedad. Este reconocimiento permite que tengan lugar las preguntas, dudas e inconformidad de los niños, niñas y jóvenes con algunos asuntos que les afectan, les rodean y les suscitan inquietudes y retos. El desarrollo de la producción escritural acostumbra a enlazar algunas de estas cuestiones permitiéndoles a los niños, niñas y jóvenes expresar una parte importante de su universo simbólico, que entra en diálogo con otras formas de expresión y de comprensión de los problemas y situaciones que van surgiendo en el tejido de palabras y silencios que configura la experiencia escolar, familiar y social.

En el mismo sentido, la elaboración de historias y textos en múltiples formatos, y a temprana edad, da paso a una valoración positiva sobre el oficio de escribir y abre espacio a una consideración especial donde “a través de las letras los seres humanos pueden imaginar, idear, interpretar, crear, expresar y soñar mundos posibles” (Ruiz y Prada, 2014, p. 24).

De acuerdo con Ruiz y Prada (2014), en el ejercicio de la expresión literaria el valor de la palabra escrita se enlaza con el de la palabra leída; de esta manera, se va dibujando la curva que enlaza al escritor con el lector, curva que indica que “todo acto escritural compromete éticamente un acto lector” (p. 24), un esfuerzo por percibir y reconocer el significado de la palabra del otro.

Una de las autoras jóvenes más reconocidas a nivel mundial es Ana Frank, una niña alemana con ascendencia judía, de trece años de edad. Su escritura es en gran parte un estudio de personajes, y examina a cada persona de su círculo con un ojo astuto, inflexible. De vez en cuando parece cruel y a menudo parcial, sobre todo en sus representaciones de Fritz Pfeffer y de su propia madre; según varios autores expertos de la época, Ana canalizó los cambios de humor normales en la adolescencia a través de su obra. Esta situación refleja esa posición establecida por Ruiz y Prada (2014), quienes manifiestan que los textos escritos por los niños, niñas y jóvenes recogen realidades que no son desconocidas para ellos: algunas de estas aparecen en las noticias (por ejemplo, la realidad del secuestro, la violencia); otras remiten a diversos temas abordados en la escuela y la familia asociados con los derechos de los niños y los adultos (amor y cuidado, maltrato, violencia y descuido, por ejemplo) y otros surgen por una transferencia de tradiciones, de relatos familiares, costumbres de las comunidades y manifestaciones culturales de donde habitan; pero todos apelando a diversos recursos propios de una imaginación narrativa en formación, que se soportan en la esperanza de superar las situaciones que sus autores, pero también los personajes de sus historias, desean superar.

En este reconocimiento de los niños, niñas y jóvenes como creadores de contenidos literarios, es decir autores, reside la promesa de toda creación editorial, donde el espíritu de apertura está anclado hacia nuevos y futuros lectores, hacia nuevas y futuras interpretaciones y apreciaciones sobre lo creado, donde no podría haber un jurado más calificado que sus mismos destinatarios, en especial cuando hacen parte de su misma generación.

La contracara de esta apertura suscitada por la escritura literaria es la lectura literaria, que hace del autor comprometido y recursivo un lector curioso, abierto, agradecido, que encuentra en los textos una forma de hacerse sujeto moral mediante la identificación con personajes, situaciones, decisiones y acciones

capaces de interrogar sus propios ideales de vida, de cuestionar las normas que asume y de acrisolar las convicciones que se juegan en situaciones de conflicto. (Ruiz y Prada, 2014, p. 28).

### ***La modistería del libro: la Editorial***

El sector editorial es una de las industrias culturales más consolidadas del campo cultural colombiano. Su aparición data de fines del siglo XIX y a lo largo de la historia, se ha establecido como generador de espacios de participación en escenarios políticos y de agremiación.

Respecto a la edición como actividad económica, la Cámara Colombiana del Libro la define como una empresa “dedicada a la adquisición de manuscritos y a la edición de textos, siendo su objetivo, en algunos casos, el desarrollo de escritores” y según el tamaño pueden comercializar directamente sus productos por medio de canales propios. (2016, p. 18).

Entre este sector se encuentran las editoriales independientes, la particularidad de su negocio radica en cuatro rasgos básicos: no venden libros de contenido didáctico, no producen contenidos religiosos, son de origen colombiano y, generalmente, no cuentan con librerías propias, por lo que su distribución y circulación la hacen por medio de librerías independientes o por ventas directas. Dentro de este grupo se incluyen tres editoriales que han marcado la historia del sector independiente, y son: Ícono Editorial, Babel Libros y Rey Naranja Editores, que tienen dos características adicionales: importación de libros y tienen puntos de venta.

En cuanto al contenido, las editoriales independientes producen “contenidos de interés general, que incluyen una gran diversidad de géneros y propuestas que les permiten trabajar con mayor autonomía y creatividad” (Cámara Colombiana del Libro, 2016, p. 43), con la intención de llegar a un lector con intereses variados. Aunque la mayoría de contenidos se produce en papel, los formatos digitales tienen una participación cada vez

más alta, esto se ve reflejado en el avance que ha tenido hacia la digitalización, especialmente en contenidos de literatura infantil, gracias al interés por la lectura de contenidos ofrecidos en soportes electrónicos interactivos (Cámara Colombiana del Libro, 2016).

### *Cadena de valor del sector editorial*

A raíz de las actividades de una empresa se crea una serie de relaciones o eslabones que tienen como objetivo aportar el mayor valor posible para el cliente, denominada cadena de valor (Porter, 1986). La cadena de valor sectorial es el proceso que cumple un bien o servicio antes de llegar al consumidor final. Es una cadena de relaciones entre empresas que, en conjunto, satisfacen necesidades específicas de un mercado. Siempre el consumo o mercado es el último eslabón de la cadena. Este trabajo en cadena permite lograr beneficios para todos los “eslabones” y generar valor para el consumidor final.

**Figura 7.** Cadena de valor del sector editorial



Fuente: <http://grupomba-umg-economia-naranja.blogspot.com/p/cadena-de-valor-creativo.html>

# Editorial La fábula



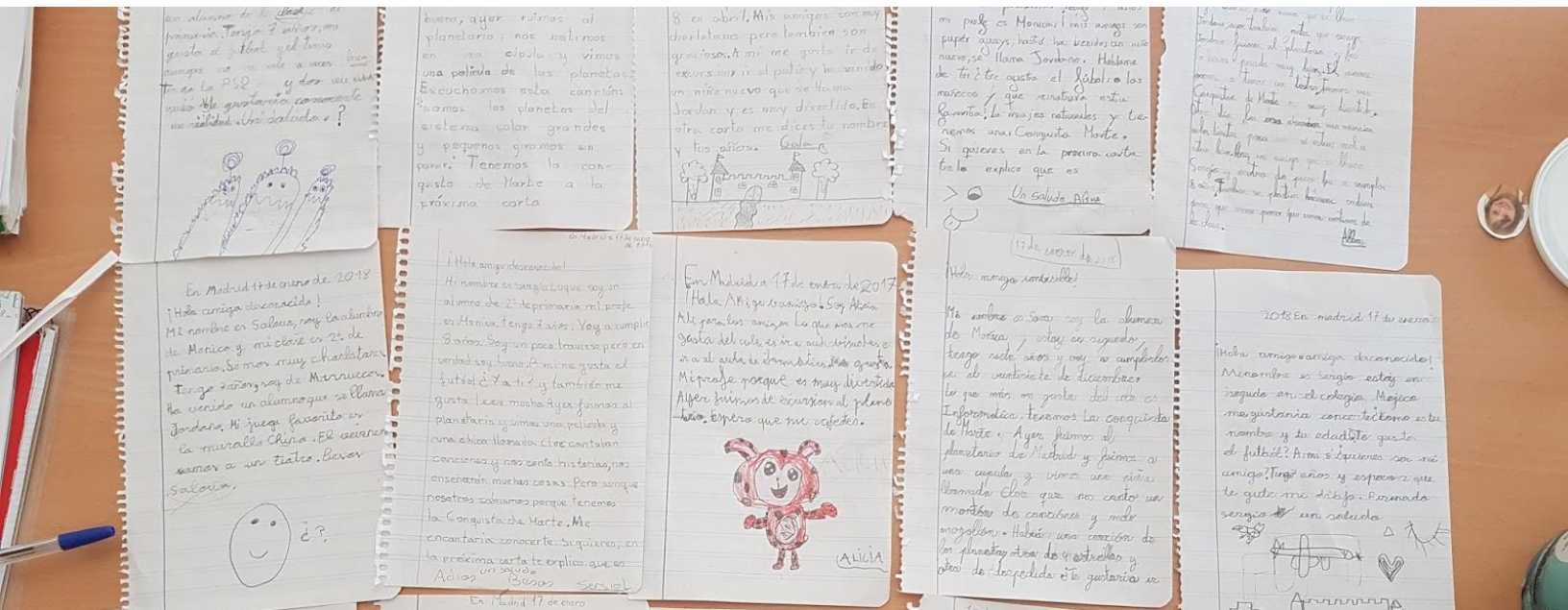
*El lugar de los niños, las niñas  
y los jóvenes autores*



## Capítulo 2. Editorial la fábula

**Editorial la fábula** surge a partir de la ausencia de editoriales especializadas en la edición de textos producidos por niños, niñas y jóvenes colombianos; aún cuando se ha demostrado la pertinencia de la creación artística literaria desde la primera infancia, y se han fortalecido los procesos de escritura mediante el Plan Nacional de Lectura y Escritura (PNLE) y los diversos concursos y convocatorias para la creación de cuentos, historias y demás contenidos dirigidos a este tipo de lector-autor.

Nace con la necesidad de brindar un lugar donde los niños, niñas y jóvenes, como ciudadanos activos, tengan derecho al disfrute de la creación, que les garantice la expresión de ideas y puntos de vista sobre asuntos que les afectan o que sencillamente les posibilite ser protagonistas en la misma construcción de sociedad a través del ejercicio efectivo de sus derechos por medio de la participación; una participación dentro de un sector que ha sido exclusivo de los adultos. Nace como un movimiento literario a partir de la necesidad de visibilizar los lenguajes infantiles y juveniles como posibilidad creadora.



En este sentido, **Editorial la fábula** busca que las experiencias que promueven la participación de los niños, las niñas y los jóvenes vayan más allá del activismo y del uso de su figura como forma de dar cuenta de un desarrollo o progreso académico, gubernamental, científico y/o disciplinar. La participación, en la Editorial permite a los implicados proyectarse en las incidencias reales de la toma de decisiones. “Es decir, la participación se da hacia la generación de propuestas en las que se valoren las voces y vivencias de las niñas, niños [y jóvenes], con proyección de estas hacia la toma de decisiones a nivel social y [cultural]” (Ardila y Esteban, 2017, pp. 19-20).

Sumado a lo anterior, existe una meta por alcanzar con el Plan Nacional de Lectura y Escritura: que Colombia sea el país más educado de Latinoamérica en 2025. La clave está, según el informe *El sector editorial en Colombia: una breve aproximación a sus dinámicas*, en incentivar la lectura en toda la población colombiana, ampliando las estrategias para llegar a todas las comunidades.

Al respecto, **Editorial la fábula** se une a esas estrategias para fortalecer, no solo la lectura, sino también la escritura en Colombia por medio de su producción editorial y su catálogo de autores noveles, en especial para la comunidad infantil y juvenil, teniendo presente que estos procesos de apropiación se deben iniciar desde edad temprana. Para cumplir con este fin se ha diseñado un plan de trabajo que incluye formación para niños, niñas y jóvenes autores, así como un espacio destinado para la publicación de sus obras y su divulgación por medio de plataformas digitales y redes sociales.

## Descripción

**Editorial la fábula** es un emprendimiento del sector editorial que busca fomentar la producción de literatura colombiana en la línea infantil y juvenil, se trata de una editorial independiente que además de ofrecer servicios de mediación entre los nuevos talentos (niños, niñas y jóvenes) y el sector editorial, brinda espacios de creación por medio de talleres de encuentros creativos, con el fin de promover el gusto por la escritura entre niñas,

niños, jóvenes de diferentes comunidades, generando, a su vez, redes de intercambio social y cultural.

La característica diferenciadora de la Editorial es el **contenido de sus libros**, ya que este es estructurado, escrito y diseñado principalmente por los niños, niñas y jóvenes, es lo que llamamos “libro para niñas, niños y jóvenes, hechos por niñas, niños y jóvenes”, este contenido es el resultado de un trabajo creativo realizado por los niños, niñas y jóvenes de diferentes regiones de Colombia, ya sea por medio de las convocatorias permanentes para la postulación de textos o por los talleres de escritura creativa, donde se busca fortalecer su papel de creadores y constructores de realidades; esto se da como reconocimiento y apropiación de dicha comunidad en la sociedad actual. Nuestra propuesta siempre está vinculada con la identidad y la idiosincrasia de cada región, comunidad y contexto social, con el arte y la literatura como medio de expresión y comunicación.

## Objetivo general del proyecto

- Crear una editorial independiente, de niños, niñas y jóvenes autores, especializada en la producción, gestión y divulgación de textos infantiles y juveniles “multiformatos” en Colombia.

## Objetivo general de la Editorial

- Fomentar la escritura, la lectura y la producción de literatura infantil y juvenil en Colombia, de autores noveles, principalmente niños, niñas y jóvenes de 6 a 17 años.

## Objetivos específicos

- Estimular la producción de la literatura infantil y juvenil de nuevos autores colombianos, a partir de las convocatorias permanentes y de la red de talleres de escritura creativa en varias regiones de Colombia.

- Coordinar y promover acciones de publicación y circulación de la producción intelectual de los niños, niñas y jóvenes entre los 6 y 17 años.
- Asesorar a los niños, niñas, jóvenes y adultos en el proceso de escritura y producción de textos.
- Posicionar a la Editorial en el segmento líder en edición de literatura infantil y juvenil, buscando la innovación, calidad y servicio; así como garantizar la satisfacción de nuestros autores y clientes finales.
- Ofrecer servicios editoriales de calidad a personas naturales y empresas.
- Desarrollar un catálogo propio, con colecciones temáticas para niños, niñas y jóvenes.
- Ser parte activa de la red de editoriales independientes y tener presencia en ferias y eventos relacionados con el libro.

## Propósito

**Editorial la fábula** se propone recuperar y visibilizar la voz y la mirada de los niños, niñas y jóvenes, sus pensamientos y sus deseos, en la sociedad actual, y hacer que tengan un espacio en el mundo legitimado culturalmente por las voces de los adultos, donde puedan contar y compartir sus historias, tradiciones y costumbres como reflejo de su identidad cultural y social; con el objetivo de ofrecerle al lector una experiencia socio-cultural vista desde la mirada de autores noveles.

## Misión

Contribuir al fortalecimiento de la escritura creativa y el reconocimiento de los lenguajes infantiles y juveniles de Colombia, mediante la producción de libros infantiles y juveniles, resultado de la red de talleres de escritura en diferentes regiones del país y las convocatorias permanentes para autores, desde una perspectiva de inclusión, derechos y diversidad cultural.

## Visión

**Editorial la fábula** será reconocida por la alta calidad de su producción editorial, su especialidad en literatura infantil y juvenil con enfoque social y cultural, y su catálogo de nuevos autores, principalmente niños, niñas y jóvenes entre los 6 y 17 años; así como por la garantía de su sostenibilidad financiera y social.

## Filosofía corporativa

### *Principio*

**Editorial la fábula** cree en el rol que tienen las niñas, los niños y jóvenes colombianos como sujetos creadores y, por lo tanto, en el poder transformador de su escritura, así como en el estímulo que los libros proporcionan al desarrollo de las facultades del ser humano y de la sociedad desde la temprana edad.

### *Marco ético*

Las decisiones y la producción de **Editorial la fábula** están enmarcadas en la excelencia de sus contenidos, el trabajo en equipo, la inclusión social y el enfoque de derechos de las niñas, niños y jóvenes colombianos.

### *Campo de acción*

El quehacer de **Editorial la fábula** se sitúa en la intersección del subsector editorial de la cultura, la educación y el desarrollo social. Contribuye desde la edición de libros infantiles y juveniles a:

- Fomentar en los niños, niñas y jóvenes la lectura y la escritura como actividad de ocio y disfrute.
- A la promoción de los objetivos del Plan Nacional de Lectura y Escritura.

- Disminuir la brecha existente entre las diferentes regiones, municipios y establecimientos educativos con relación al acceso no homogéneo a la lectura y la escritura.
- Salvaguardar los derechos de los niños, niñas y jóvenes.
- La formación de tejido social y el reconocimiento de las costumbres y tradiciones colombianas.
- Formación de nuevos autores e ilustradores en literatura infantil y juvenil.
- Establecer redes de escritura creativa para niños, niñas y jóvenes en las diferentes regiones del país, mediante la celebración de talleres de formación en escritura y lectura crítica en ciudades y municipios de Colombia.

## Marco legal de la Editorial

### *Constitución*

Para que **Editorial la fábula** pueda invocar los beneficios de la Ley n.º 98 de diciembre 22 de 1993, más conocida como la *Ley del libro*, donde “Se entiende por empresa editorial la persona jurídica responsable económica y legalmente de la edición de libros, revistas, folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural, pudiendo realizar su producción en talleres propios o de terceros, total o parcialmente”; fue necesaria su constitución formal como persona jurídica a través de una **Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)** de carácter unipersonal, con un término de duración indefinido pero cuyo objeto social es la edición y publicación de libros para niños, niñas y jóvenes de carácter social y cultural (Anexo 2).

Con esta constitución se busca, además de formalizar la actividad, que **Editorial la fábula** pueda “gozar de la exención total del impuesto sobre la renta y complementarios, durante veinte (20) años, contados a partir de la vigencia de la Ley n.º 98”, cuando la edición e impresión se realice en Colombia” (art. 21). Además de estar exentos “del impuesto sobre las ventas. Modificado Ley 788 de 2002 (artículo 478 del Estatuto Tributario)” (art. 23). Sin

olvidar el acceso a “las líneas de crédito del Instituto de Fomento Industrial, IFI, bien sea a través de los créditos directos o del mecanismo de redescuento para la pequeña y mediana industria” (art. 8), entre otros beneficios.

## ***Registro de marca***

De igual manera, con el fin de proteger la marca y garantizar su buen uso en el sector, se llevará a cabo el registro de ***Editorial la fábula*** en la Superintendencia de Industria y Comercio, para ello se debe elegir los productos o servicios que distinguirán la marca, para catalogarlos según la Clasificación Internacional de Niza, que es una clasificación internacional de productos y servicios que se aplica al registro de las marcas. En la revisión realizada se logra establecer que la marca, en la categoría de servicios, se clasifica en la Clase 41<sup>3</sup>, que corresponde a “Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales”, específicamente en la 410024 “publicación de libros”, 410016 “publicación de textos que no sean publicitarios”, 410091 “publicación en línea de libros y revistas especializadas en formato electrónico”, 410184 “redacción de textos”, y la 410076 “organización y dirección de talleres de formación”.

## ***Aspectos jurídicos ligados a la actividad***

### *Propiedad intelectual*

Además de los aspectos legales de formación y constitución, ***Editorial la fábula***, en el desarrollo de su actividad, velará y acatará las disposiciones estipuladas en la Ley 23 de 1982 “Sobre derechos de autor”, y sus respectivas modificaciones. Para garantizar su cumplimiento se usa como herramienta el Contrato de cesión de derechos patrimoniales.

La cesión de derechos de autor está regulada por la Ley 23 de 1982, artículo 182 y siguientes. Por medio de este contrato, el autor original de una obra transfiere de

<sup>3</sup>Ver:

[https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub/es/en/?basic\\_numbers=show&class\\_number=41&explanatory\\_notes=show&lang=es&menulang=es&mode=flat&notion=&pagination=no&version=20200101](https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub/es/en/?basic_numbers=show&class_number=41&explanatory_notes=show&lang=es&menulang=es&mode=flat&notion=&pagination=no&version=20200101)

forma total o parcial sus derechos patrimoniales, cediendo y otorgando a otro la titularidad derivada sobre los mismos. Una vez transferido el derecho, el nuevo titular puede actuar en nombre propio y disponer de los derechos patrimoniales como suyos. (Useche, 2016, párr. 2)

Este contrato puede o no tener una contraprestación económica, ya que puede tener una contraprestación en especie. En el caso de la Editorial, por publicarle a niños, niñas y jóvenes este contrato es firmado por sus tutores legales, como representantes del menor de edad, y la contraprestación se puede dar con un número determinado de ejemplares de la obra o económicamente, esto se define de acuerdo al tipo de proyecto e intereses de las dos partes (ver Anexo 2. Modelo contrato de cesión de derechos).

Frente al trabajo que se llevará a cabo con los niños, niñas y jóvenes, **Editorial la fábula** se apega a la Ley 1098 de 2006 (noviembre 8) en la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia y a su vez a Ley 1878 de 2018 (enero 9) por la cual se modifican algunos artículos de la Ley 1098 de 2006, ambas tienen por objeto:

establecer normas sustantivas y procesales para la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes, garantizar el ejercicio de sus derechos y libertades consagrados en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos, en la Constitución Política y en las leyes, así como su restablecimiento. Dicha garantía y protección será obligación de la familia, la sociedad y el Estado.

Asimismo, se acoge a los lineamientos establecidos en la Línea de Política para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil y Protección Integral del Adolescente Trabajador 2017-2027, al respecto se precisa que los niños, niñas y jóvenes que publican con **Editorial la fábula** no tienen una vinculación laboral establecida, pues el proceso editorial se lleva a cabo por solicitud de ellos y sus familias, o por medio de convocatorias de participación voluntaria, y como reconocimiento a las voces de los niños, niñas y jóvenes y su derecho a

participar en escenarios donde puedan desarrollarse integralmente. No hay un pago por dicha participación, se brinda un incentivo para que puedan seguir desarrollando su proceso de creación artística y literaria que, en muchos casos no es en efectivo, sino con ejemplares de su obra o con material literario.

Teniendo en cuenta el Código de Infancia y Adolescencia, **Editorial la fábula** busca garantizar, por medio de su actividad, la protección integral de los niños, niñas y jóvenes, inclusive aquellos pertenecientes a los pueblos indígenas y demás grupos étnicos de nuestro país. De igual manera, se vela por el cumplimiento de sus derechos y libertades, incluyendo el Derecho a la educación (art. 28); el Derecho a la recreación, participación en la vida cultural y en las artes (art. 30); el Derecho a la participación de los niños, niñas y jóvenes (art. 31); el Derecho de asociación y reunión (art. 32), y demás derechos.

Asimismo, trabajaremos por el cumplimiento de las obligaciones que como miembros de la sociedad tenemos para garantizar el bienestar de los niños, niñas y jóvenes.

A su vez, **Editorial la fábula** basa su trabajo en los principios señalados en el marco internacional de los derechos humanos para la infancia, recopilados en la Convención sobre los Derechos del Niño, que fue adoptada por la Asamblea General de Las Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1989 y ratificada en Colombia por medio de la Ley 12 de 1991. En este sentido, **Editorial la fábula** ratifica los principios rectores sobre los derechos de los niños y las niñas, haciendo énfasis en la “Libertad de expresión, la Libertad de asociación y el Derecho al ocio y la cultura”.

Además, **Editorial la fábula** trabaja bajo la siguiente normativa:

- Decreto 1080 – Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura. Para el manejo del Depósito legal.
- Ley 98 de diciembre 22 de 1993 – Democratización y Fomento del Libro Colombiano.

- Resolución 1508 de 2000 – Por la cual se establecen procedimientos de carácter general para determinar el carácter científico o cultural de libros, revistas, folletos, coleccionables seriados o publicaciones, y se delega una función.
- Política Nacional de Infancia y Adolescencia 2018-2030.

## Estructura del entorno

El plan de negocios de **Editorial la fábula** está diseñado teniendo en cuenta la estructura del entorno, para este fin se tienen en cuenta dos factores, los externos, de cara a los clientes, y los internos, que están relacionados al funcionamiento del proyecto. Los factores externos se plantean a dos segmentos de mercado diferentes, por una parte están los **autores** y por otra los **lectores**; esto es debido a que las necesidades de los clientes demandan una oferta diferente.

### **Factores externos: los autores**

De manera directa, los esfuerzos de **Editorial la fábula** están dirigidos principalmente a los niños, niñas y jóvenes entre 6 y 17 años de edad de Colombia y, a través de ellos, a sus familias, por ser menores de edad.

#### *Propuesta de valor*

**Editorial la fábula** ayuda a los niños, niñas y jóvenes autores publicando sus obras con altos estándares de calidad editorial, promocionándolas en plataformas digitales, ferias del libro y eventos asociados a la divulgación del libro.

## Propuesta de valor

- Producción de libros infantiles y juveniles.
- Edición de textos, diseño e ilustración.
- Apoyo en la elaboración y estructuración de textos.
- Promoción y divulgación de libros bajo el sello **Editorial la fábula**.
- Inclusión en el catálogo editorial.
- Asesoría en derechos de autor para la industria editorial.
- Lanzamiento del libro en librerías, centros culturales y demás sitios acorde con el contenido y el potencias lector.

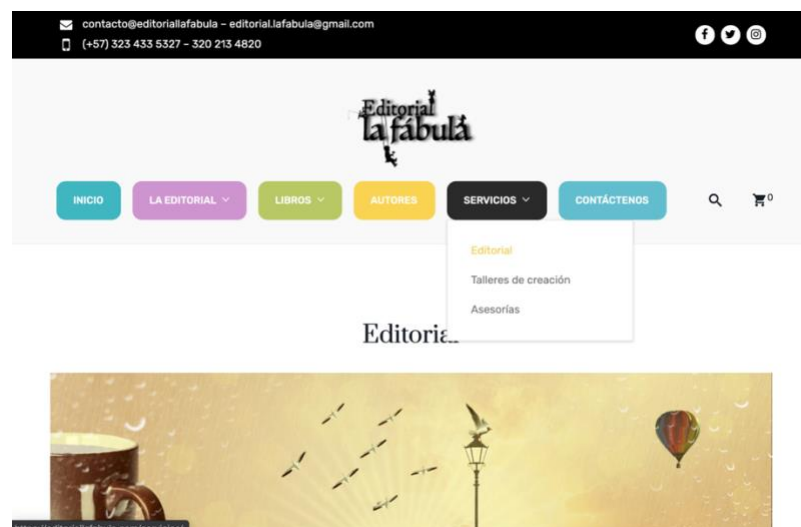
## Beneficios

- Edición y producción de libro bajos los más altos estándares de calidad editorial.
- Todos los niños, niñas y jóvenes de 6 a 17 años pueden enviar sus textos para ser publicados, sin importar su trayectoria.
- Relación directa con los editores, diseñadores e ilustradores.
- Oportunidad de presentar los textos o historias gráficas que deseen. Sin límite.
- Generación de regalías por ventas de libros.
- Negociación transparente por medio de contratos y licencias de edición formalizados ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor.
- Circulación de los libros en formato físico y/o digital por medio de las plataformas de la Editorial, y en las Ferias del Libro a las que asista la **Editorial la Fábula**.
- Posibilidad de crear una hoja de vida como autores de libros infantiles y juveniles en el sector editorial.

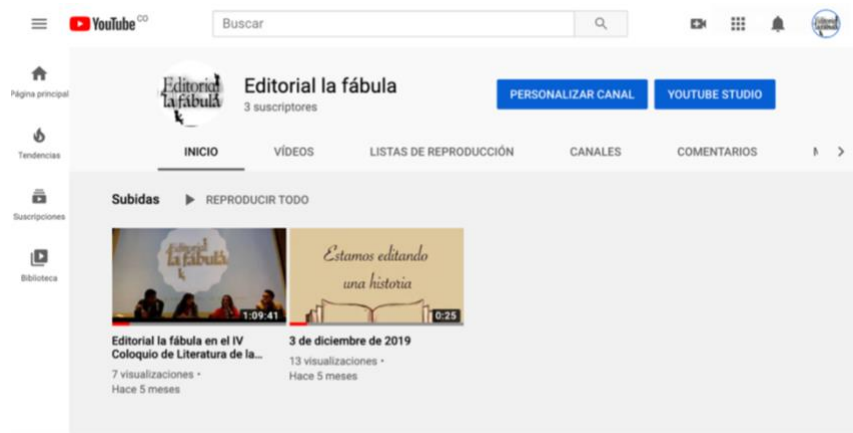
## Canales

Los canales de **Editorial la fábula**, han sido diseñados para mantener un contacto permanente con los clientes, dar a conocer los servicios, y así generar la compra y consumo de estos.

- Plataforma web



- Redes sociales



- Eventos literarios



- Voz a voz y comunicaciones directas en instituciones educativas.
- Plan de Mercadeo y Comunicación.

## Fases



### Información

- Presentación del catálogo editorial con los servicios ofrecidos por: la página web, redes sociales y base de datos de instituciones educativas, asociaciones infantiles y juveniles, entre otras entidades.
- Convocatorias diseñadas para la publicación de libros, con periodicidad semestral.



### Evaluación

- Interacciones en la página, blog y redes sociales.
- Número de autores que envían sus textos como respuesta a las convocatorias.
- Número de cotizaciones solicitadas para adquirir alguno de los servicios ofrecidos.



### Compra

- Contratación del servicio de producción editorial.



### Entrega

- Edición del libro y su publicación en la página web, evento de lanzamiento, difusión en redes sociales y presencia en librerías.
- Memorias de las sesiones de los talleres de escritura creativa dictados.



### Post venta

- Participación en el catálogo de autores en la página web y en su versión física, la cual se distribuirá en librerías, bibliotecas y eventos literarios como ferias del libro.

## Factores externos: los lectores

### *Perfil del consumidor: tipos de público*

- **Público objetivo:** niños, niñas y jóvenes entre 6 y 17 años de edad, de cualquier región del país, que les gustan los libros, las historias nuevas, los cuentos ilustrados y por ende la escritura y la lectura.

- **Público activo:** familiares, cuidadores de los niños, las niñas y los jóvenes entre 6 y 17 años de edad, que reconocen la importancia de la lectura-escritura y tienen un hábito de compra del libro.
- **Público comprometido o socio:** otros autores, editores y miembros del sector Editorial que les gusta la literatura infantil y juvenil, el intercambio cultural y la generación de redes.
- **Publico ocasional:** adultos interesados en la literatura infantil que apoyan los procesos creativos y consumen ocasionalmente este tipo de libros.
- **Público potencial:** el Gobierno y en especial las secretarías de educación y las alcaldías. Bibliored para que los libros sean adquiridos para las bibliotecas públicas. Otras editoriales.

### *Propuesta de valor*

**Editorial la fábula** llega a los lectores de la literatura infantil y juvenil de manera virtual y con el apoyo de las ventas directas y las librerías, por medio del catálogo de autores noveles entre 6 y 17 años.

Propuesta de valor	Beneficios
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros infantiles y juveniles escritos por niños, niñas y jóvenes con altos estándares de calidad editorial.</li> <li>• Acceso al libro desde la página web en diferentes formatos.</li> <li>• Invitaciones a lanzamientos de los libros.</li> <li>• Participación en eventos organizados por la Editorial.</li> <li>• Merchandising de <b>Editorial la fábula</b>.</li> <li>• Ventas digitales y libros de acceso abierto.</li> <li>• Información sobre novedades, lanzamientos, eventos, convocatorias por medio del Blog, los boletines informativos y las redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros infantiles y juveniles elaborados por un equipo especializado en literatura infantil y juvenil y edición de libros, con amplia experiencia en el sector.</li> <li>• Acercamiento entre el autor y el lector, para la generación de nuevas experiencias, e incentivar a nuevos autores.</li> <li>• Divulgación del catálogo editorial a nivel regional</li> <li>• Promover hábitos de lectura, escritura y consumo cultural.</li> <li>• Consolidar la Editorial como un lugar especializado para niños, niñas y jóvenes autores noveles.</li> <li>• Disminuir la brecha existente entre el libro y el lector por medio de plataformas de acceso gratuito.</li> </ul>

## Canales

Los canales de **Editorial la fábula**, han sido diseñados para mantener un contacto permanente con los lectores (consumidores), dar a conocer los servicios, y así generar la compra y consumo de los productos.

- Plataforma web
- Redes sociales
- Correo electrónico
- Plan de Mercadeo y Comunicación
- Ferias del libro

## Fases



### Información

- Presentación del catálogo editorial con los libros editados.



### Evaluación

- Interacciones en la página, blog y redes sociales.
- Número de libros comprados.
- Estadísticas de visitas e interacción del cliente con la página web, redes sociales y suscripciones a noticias.



### Compra

- Venta de los libros editados por **Editorial la fábula**, de manera presencial o por medio de la página web.



### Entrega

- Acceso a los libros infantiles y juveniles de manera física y por medio de la página web.



### Post venta

- Invitación a los lectores a eventos como: lanzamientos, ferias del libro, eventos de la editorial.
- Boletines informativos con novedades editoriales.

## Fuente de ingresos

**Editorial la fábula** tiene dos líneas de financiación que conforman su catálogo de servicios y se desglosan así:

### 1. Servicios editoriales

**Editorial la fábula** no solo ofrece a los autores la posibilidad de publicar su libro con nuestro sello editorial; también, ofrece servicios editoriales para empresas e instituciones, los cuales pueden solicitarse de manera conjunta o separada; estos servicios son:

- Gestión editorial.
- Edición de textos.
- Corrección ortotipográfica y de estilo.
- Diseño y diagramación.
- Asesoría en la elaboración de contratos de edición.
- Traducciones.
- Impresión.
- Conversión a formato digital.
- Venta de libros.
- Difusión y promoción.

Ver tarifario de procesos en el Anexo 3.

### 2. Talleres creativos

Los talleres creativos son espacios diseñados para niños, niñas y jóvenes de los 6 a 17 años, tanto para quienes tienen vocación artística, como para quienes desean simplemente potenciar sus capacidades expresivas y creativas. Tiene un enfoque hacia la lectura y la escritura, pero visto desde el arte y sus diferentes manifestaciones. Su metodología está diseñada para que los participantes sean los protagonistas del proceso, con el apoyo del guía. Las herramientas utilizadas son adecuadas a las necesidades del grupo.

Los talleres son ofrecidos a:

- Padres de familia
- Instituciones educativas
- Centros culturales
- Fundaciones para niños y jóvenes
- Entidades públicas de orden distrital y nacional



**Editorial la fábula** maneja un portafolio de talleres con dos opciones: “Talleres a la carta” y “Arma tu taller” para intereses especiales, cuya cotización se realiza de acuerdo a la información suministrada por el cliente. Para mayor información sobre cotizaciones realizadas ver el Anexo 4.

#### ***Talleres a la carta***

Las inscripciones y pagos se pueden hacer en línea o por depósito o transferencia.

#### ***Escritura creativa para jóvenes***

Costo: \$200.000

Horario: jueves de 5:00 pm a 7:00 pm

Duración: 4 sesiones de dos horas c/u (8 horas)

Dirigido a: jóvenes de 12 a 17 años

Cupos: 15

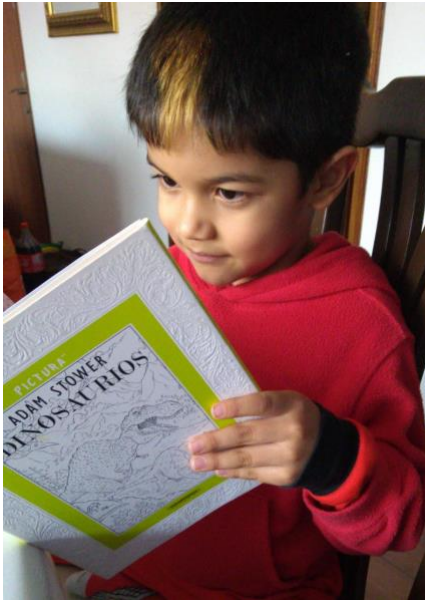
Ingresos con la venta total de los cupos: \$3.000.000

Gastos de producción: \$1.430.000

- Tutor: \$980.000
- Espacio: \$300.000
- Refrigerios: \$150.000

Total de ingresos por el taller: \$1.570.000

### **Cuentos para niños y niñas**



Costo: \$150.000

Horario: sábados de 9:00 am a 11:00 am

Duración: 4 sesiones de dos horas c/u (8 horas)

Dirigido a: niños y niñas de 6 a 12 años

Cupos: 15

Ingresos con la venta total de los cupos: \$2.250.000

Gastos de producción: \$1.380.000

- Tutor: \$980.000
- Espacio: \$300.000
- Refrigerios: \$100.000

Total de ingresos por el taller: \$870.000

### **Pintura para niños y niñas**



Costo: \$180.000 + \$15.000 materiales

Horario: miércoles de 4:00 pm a 6:00 pm

Duración: 4 sesiones de 2 horas c/u (8 horas)

Dirigido a: Niños y niñas de 6 a 12 años

Cupos: 15

Ingresos con la venta total de los cupos: \$2.700.000

Gastos de producción: \$1.430.000

- Tutor: \$980.000
- Espacio: \$300.000
- Refrigerios: \$150.000

Total de ingresos por el taller: 1.270.000

Una tendencia actual que ha venido mostrando resultados en Europa, Norteamérica y algunos países de Latinoamérica (sobresalen Brasil y Argentina en la región) es el modelo de *crowdfunding*, que consiste en la financiación colectiva basada en una relación directa

entre el creador del contenido y su público usuario, donde el primero diseña un rango de retribuciones a cambio del apoyo de un público que desde la voluntad individual logra un efecto masivo en la gestión económica de las iniciativas.

En muchas oportunidades, de los talleres pueden surgir textos o productos viables para publicar, en este sentido, la producción del libro resultado de los talleres hará parte del contrato realizado con la entidad o, dependiendo el caso, se hará uso del modelo de *crowdfunding*, con donaciones de aliados y recursos propios de la editorial procedentes de otras actividades o servicios ligados a la producción editorial para otros proyectos (corrección de estilo, edición, diagramación).

## Recursos

### *Recursos humanos*

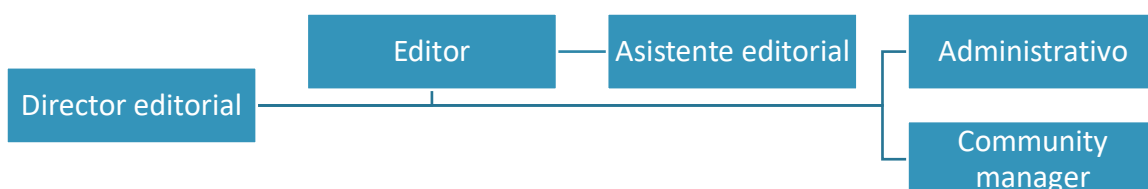
Debido a las exigencias del proyecto, es indispensable que el equipo humano tenga sólidos conocimientos en literatura infantil y juvenil, edición de libros, corrección de estilo, diseño, ilustración; además, es necesario que estén vinculados desde la experiencia o a partir de los estudios con los libros infantiles y juveniles. Es importante precisar que algunos recursos humanos del área de producción no hacen parte de la nómina oficial de la editorial, pues pueden ser contratos según el proyecto que se esté editando; lo mismo sucede para el área administrativa.

El equipo editorial está conformado por:

- Director general: es el responsable legal de **Editorial la fábula**. Se encarga de las relaciones con los clientes, tanto para la producción de libros como para los talleres. Consigue patrocinios, auspicios o colaboraciones. Es el encargado de aprobar las publicaciones y definir las líneas de los talleres. Además, administra los recursos humanos y financieros de cada proyecto y asigna al editor encargado.

- Editor: su función es conducir, administrar y supervisar el contenido de las publicaciones, se encarga de coordinar las fases del proceso editorial, en su preparación, realización y finalización.
- Asistente de editor: Corrector de estilo, depende del editor y tiene a su cargo además de apoyar el proceso de revisión de estilo de los textos, las múltiples y diferentes funciones, ya sean planificadas o requeridas en el momento como la legalización de derechos de autor.
- Diseñador editorial: profesional en diseño gráfico, diseño editorial, publicidad, entre otros. Es el encargado de diseñar las maquetas de los libros, elaborar cubiertas, diagramar textos y proponer formatos novedosos. Además, se encarga de la adaptación para los formatos digitales. Contrato por proyecto.
- Ilustrador: si el proyecto lo requiere el ilustrador es el encargado de dibujar o ilustrar las imágenes asociadas a la palabra para darle mayor fuerza a la narrativa de los textos. Contrato por proyecto.
- Community manager: encargado de visibilizar los productos y servicios de la Editorial en redes sociales.
- Administrativo: es quien maneja los recursos financieros mediante el presupuesto y el flujo de caja, según los recursos necesarios para la implementación del proyecto, dando a su vez los informes de gestión correspondientes. Trabaja de la mano con el Revisor Fiscal y el contador (Contrato por obra y labor).

### Organigrama



## Recursos físicos y digitales

- Infraestructura de oficina: escritorios, computadores, teléfono, artículos de oficina.
- *Software* de diseño y edición.
- Redes sociales.
- Plataforma digital: Dominio, host, CMS (WordPress: gestor de contenidos).
- Data Analytics: Google Analytics.
- Bases de Datos.
- Plataforma de venta *online*

## Estructura de costos

Inversión inicial	
Actividad	Costo
Diseño página web, compra de Hosting y dominio	\$1.200.000
Compra ilustraciones página web	\$350.000
Registro público Cámara Colombiana del Libro	\$106.000
Asesoría para registro Cámara Colombiana del Libro	\$300.000
<b>Total</b>	<b>\$1.956.000</b>

Costos fijos anuales	
Actividad	Costo
Pago Hosting	\$1.200.000
Pago dominio	\$350.000
Renovación registro público Cámara Colombiana del Libro	\$106.000
Software de diseño	\$2.261.000
Servicio de Internet 100 Megas + Telefonía	\$1.546.800
Servicios	\$1.800.000
Gastos administrativos	\$1.200.000
Recurso humano	\$128.400.000
Arriendo oficina	\$18.000.000

<b>Subtotal</b>	<b>\$154.863.800</b>	
Seguros, aspectos tributarios y financieros	\$61.945.520	40%
<b>TOTAL COSTO DE FUNCIONAMIENTO ANUAL</b>	<b>\$216.809.320</b>	

<b>Costos variables por proyecto</b>	
<b>Ejemplo: libro <i>La Repartición</i></b>	
<b>Actividad</b>	<b>Costo</b>
Corrección de estilo páginas	\$115.500
Diseño pauta gráfica	\$150.000
Diagramación páginas	\$135.000
Diseño de cubierta	\$198.000
Ilustraciones	\$1.800.000
Solicitud ISBN - eISBN	\$75.000
Impresión libro	\$2.400.000
Conversión eBook	\$500.000
Comisiones ventas	\$350.000
Promoción y publicidad	\$500.000
Gestión editorial	\$800.000
<b>Total costo proyecto editorial</b>	<b>\$7.023.500</b>
Plan editorial 6 libros al año	
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES ANUAL</b>	<b>\$84.282.000</b>

<b>COSTOS FIJOS ANUALES</b> (12 meses)	<b>COSTOS VARIABLES ANUALES</b> (12 meses)
\$216.809.320	\$84.282.000
<b>TOTAL COSTO DE FUNCIONAMIENTO ANUAL</b>	<b>\$301.091320</b>

## Aliados estratégicos

- Ministerio de Cultura
- Alcaldía de Bogotá a través de IDARTES, por medio de la Gerencia de Literatura.
- Secretarías e institutos distritales y departamentales de cultura y educación.

- La Red Nacional de Bibliotecas Públicas.
- Cámara Colombiana del Libro.
- Dirección Nacional de Derechos de Autor.
- Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad Nacional de Colombia.
- Fundaciones como Fundalectura, ente otros.
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
- Empresas privadas como: Fundación Éxito y Creasotol.

## Plan de mercadeo y comunicación

### *Análisis del mercado*

**Editorial la fábula** hace parte del sector editorial Colombia, un sector que día a día se vuelve más exigente y, por lo mismo, está en pleno crecimiento, siendo uno de los sectores que más le aporta al desarrollo económico del país.

De acuerdo con el último informe de la Cámara Colombiana del Libro en Colombia existen 105 editoriales formalizadas, de las cuales 45 son independientes y el restante son universitarias y comerciales.

### *La competencia*

En general son 32 editoriales las que han trabajado, de alguna manera, en literatura infantil y juvenil, entre las que se destacan, Babel, Cataplum, Tragaluz, Planeta, Laguna Libros, Panamericana, Rey Naranjo Editores y Penguin Random House. Estas editoriales se han dedicado los últimos años a ofrecer un importante número de textos para niños y apoyar a los escritores que tienen ideas frescas sobre literatura infantil, además de sus otras líneas editoriales.

Varios de los autores referentes de la literatura infantil y juvenil, publicados por estas editoriales, han ganado premios a nivel mundial y han sido incluidos en diversos catálogos

internacionales. En total son 77 artistas, entre escritores e ilustradores, que tienen una gran trayectoria, algunos de ellos son: Celso Román, Triunfo Arciniegas, Jairo Aníbal Niño, Yolanda Reyes e Ivar Da Coll.

Sin embargo, no existe a nivel nacional una editorial (formalizada) dedicada a la publicación de libros escritos y diseñados por niños, niñas y jóvenes, su competencia directa se encuentra a nivel internacional, específicamente en España:



**Editolandia:** es una plataforma multidisciplinar para los niños y jóvenes autores. Creada en 2014 por Macarena de Torres; se encuentra ubicada en Madrid, España. Actualmente tienen un catálogo con 22 publicaciones.

Página web: <https://editolandia.com/>

### *Intermediarios*

Un intermediario puede ser una persona natural o jurídica, que congrega a productores y compradores sin ejercer propiedad de los productos o servicios; y recibe una comisión sobre el monto de la transacción. El intermediario aporta valor, y su conocimiento del mercado es una fuente de crecimiento para los negocios (Reportedigital.com, 2019).

En el sector editorial el representante comercial de las editoriales independientes es la Diligencia Libros, la primera distribuidora de libros autofinanciada y rentable; formada por editores para editores. Acoge a más de 18 sellos editoriales colombianos con un catálogo diverso que se mueve por todo el país. “Tienen desde libros para niños hasta fanzines, pasando por poesía y cómic, los cuales se encuentran en librerías, tiendas de diseño, galerías y museos a nivel nacional” (ArtBo, 2018, párr. 1).

Este tipo distribución es lo que West (1991) denominaría “distribución indirecta”, que se encarga específicamente de la comercialización del producto y servir de enlace entre los negocios y el minorista. Sus ventajas están relacionadas con la posibilidad de llegar a esos lugares a los que la editorial no tiene alcance, lo que lleva a mejorar la cobertura del mercado; además, apoya la logística de los envíos y el almacenamiento, reduciendo el número de transacciones y papeleo, pues solo se trabaja con un cliente directo “el distribuidor”. No obstante, este tipo distribución no es gratuita, ya que un porcentaje de las ventas deben ser pagados a la distribuidora, lo que implica “un ajuste al precio del libro para incluir el margen de beneficios del intermediario, lo que puede reducir la rentabilidad” (West, 1991, p. 38) de la editorial.

Otra alternativa más frecuente que están usando las editoriales para llegar a los lectores es la “distribución directa” donde la transferencia se da entre editorial y cliente, sin intermediarios. Esta apuesta ayuda a reducir algunos gastos asociados al pago que se le hace al distribuidor por el porcentaje de ventas, pero implica otros esfuerzos destinados a fortalecer el canal de comunicación con el cliente, que puede ser el lector, la librería, el encargado de las compras públicas, entre otros). Por ello, los canales de contacto se convierten en una herramienta importante para satisfacer las necesidades de los visitantes, así como para alcanzar un mercado más amplio.

Otro elemento asociado a la venta directa es la posibilidad de hacer impresiones por demanda, para reducir o minimizar los gastos de almacenamiento y logística, ya que la impresión bajo demanda permite reducir los tirajes sin limitar el acceso a los mismos.

De acuerdo con Almanza (2015), la impresión baja demanda posibilita el acceso a todos los libros del catálogo editorial, imprimiendo desde un único ejemplar; esto permite el acceso a un mayor número de libros durante un periodo indefinido. En este sentido, “el libro pasa de ser un producto de oferta un producto de demanda” (p. 160).

## Canales de comunicación online

### *Página web de la editorial*

La página web de **Editorial la fábula** fue diseñada para contribuir con el posicionamiento de la marca, así como su identidad visual; presentar al consumidor los servicios editoriales y talleres que se ofrece; visibilizar el catálogo de autores y de libros; posicionar la plataforma como un medio digital de difusión y acceso a libros producidos por niños, niñas y jóvenes; ser un referente editorial para la edición de libros infantiles y juveniles.

Los contenidos están alojados en la dirección [www.editoriallafabula.com](http://www.editoriallafabula.com). La plataforma funciona por medio de WordPress como CMS (Content Management System) y fue diseñada por Creasotol, quien además está a cargo del hosting.

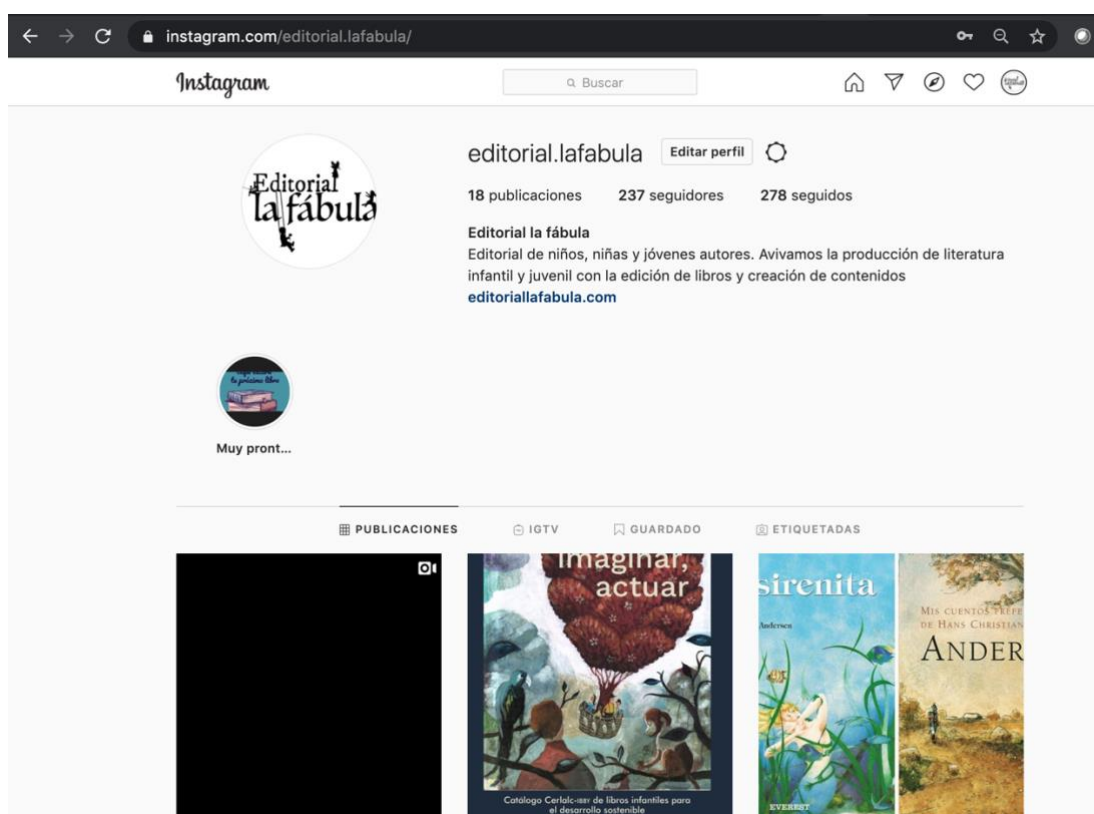
La página ofrece secciones de Autores, Libros, Servicios y sobre La Editorial, cuenta con tienda virtual para las ventas de los libros físicos y digitales. Además, tiene una conexión con las redes sociales de la editorial (Facebook, YouTube e Instagram) y un blog donde se publicarán reseñas, noticias, entrevistas, y la agenda de lanzamientos.



El posicionamiento de la página se trabaja por medio de SEO (Search Engine Optimization), para que la página aparezca entre las primeras posiciones de los motores de búsqueda; además, se hará uso de la herramienta AdWords de Google para llegar a nuevos clientes y obtener posicionamiento en buscadores por medio de anuncios en internet.

### *Redes sociales*

Las redes sociales son parte fundamental de la editorial, porque además de apoyar el contenido de la página web, permite crear comunidad en torno a la literatura infantil y juvenil escrita por niños, niñas y jóvenes; generar interacciones entre autores y seguidores; establecer contacto con aliados clave; divulgar nuestros talleres y servicios editoriales; presentar eventos y promover nuestros libros.





## ***Canales de comunicación offline***

### *Librerías*

Según las estadísticas del sector, las librerías tienen un papel muy importante en la venta del libro físico, pues el librero, como conocedor del producto, establece una conexión con el cliente a tal punto de incidir en su compra. Actualmente las librerías han incluido dentro de su portafolio de servicios una agenda cultural que cautiva cada vez más al público, y lo invita a asistir al lugar, relacionarse con los libros y conocer a los autores. Estos espacios son los apropiados para los autores noveles que quieren dar a conocer sus obras, pero también para las editoriales independientes, porque se convierten en su ventana de salida para un catálogo nuevo y exclusivo.

Las desventajas de las librerías están en la cantidad de publicaciones que manejan y en la prioridad que les dan a las editoriales con un alto recorrido y un catálogo más grande.

Al respecto, ***Editorial la fábula*** le apunta a librerías independientes y a las especializadas en literatura infantil y juvenil. Esto, por medio de la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI).

Dentro de sus miembros le apuntamos a:

- Babel libros
- Librería Espantapájaros
- Librería Wilborada 104
- Mr. Fox Librería
- Casa Tomada Libros
- Había una Vez Children Bookstore
- Entre otras...

#### *Asistencia a ferias y eventos*

Las ferias del libro son la vitrina editorial más importante en el sector, pues congrega en un mismo espacio todos los actores que intervienen en el proceso del libro, desde la preproducción hasta la postproducción. Este espacio cultural permite la presentación del autor y del libro ante una comunidad que siempre le apuesta a las nuevas propuestas editoriales. En nuestro caso, el pabellón infantil y juvenil de la Feria Internacional del Libro de Bogotá es el lugar indicado para nuestros autores y sus libros. De igualmente le apostamos a otras ferias como las regiones, que actualmente se llevan a cabo en Bucaramanga, Cali, Cúcuta, Ipiales, Manizales, Medellín, Montería, Barranquilla, Pasto y Pereira. Internacionalmente nos inclinamos por tener presencia en la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil FILIJ de México y en la Feria del Libro de Bolonia.

#### ***Mensaje diferenciador***

Libros infantiles y juveniles de niños, niñas y jóvenes colombianos para niñas, niños y jóvenes de Colombia y el mundo, con un contenido social y cultural extraído de la experiencia propia del autor, en su papel autónomo como escritor e ilustrador.

## Conclusiones

De acuerdo con lo analizado y trabajado durante la conceptualización del presente proyecto y un primer acercamiento a los niños, niñas y jóvenes autores por medio de la primera convocatoria lanzada en el 2019 “Mi historia cuenta” (ver Anexo 5), se puede concluir que:

- Las niñas, niños y jóvenes talentos necesitan un respaldo y un espacio de divulgación de sus obras, fruto de su trabajo creativo y gusto por la escritura y la lectura.
- A los padres de familia y adultos responsables de las niñas, niños y jóvenes les interesa apoyar los procesos creativos de ellos y ellas, por medio de una Editorial especializada en literatura infantil y juvenil que contribuya a la divulgación de sus obras, esto como incentivo y motivación para que sigan publicando.
- Los niños, niñas y jóvenes son sujetos derechos y, por lo tanto, requieren de todo nuestro apoyo y colaboración generando las condiciones necesarias donde ellos puedan desarrollarse integralmente, y acceder a espacios que les permitan potencializar su papel como sujetos de cambio social y cultural.
- El ejercicio de producción de literatura infantil y juvenil no puede ser de una sola vía, del adulto al niño o del adulto al joven, se debe dar la oportunidad para que los mismos niños, niñas y jóvenes puedan escribirle a niños, niñas, jóvenes y adultos. De esta manera se generan nuevas lecturas y se fomentan otras escrituras que no son ajenas al trabajo que los autores consagrados han venido desarrollando. La postura no es escoger uno o la otra (el escritor adulto o el escritor niño, niña y joven) se trata de abrir nuevos caminos y brindar nuevas experiencias creativas.
- El público infantil y juvenil son los mas interesados en acceder a este tipo de publicaciones, eso se pudo evidenciar con la acogida de la convocatoria y en los eventos donde se presento ***Editorial la fábula***.



## Referencias

- Almanza, L. (2015). *Gestión del producto editorial (UF1900)*. Madrid: Editorial E-learning.
- ArtBo*. (2018). La Diligencia. <https://www.artbo.co/Feria/Secciones/Libro-de-artista/2018/La-Diligencia>
- Arcadia*. (1 de noviembre 2017). Por fin hay un catálogo de literatura infantil y juvenil. <https://www.revistaarcadia.com/agenda/articulo/catalogo-de-literatura-infantil-colombia-escritores-colombianos/66506>
- Ardila, J y Esteban, E. (2017). *Las voces de los niños como camino para enriquecer la política educativa. Una experiencia de participación protagónica e influyente*. [Trabajo de Grado para optar al título de Licenciadas en Educación Infantil]. Universidad Pedagógica Nacional – UPN. <http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/9243/TE-21066.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cámara Colombiana del Libro (2016). *Caracterización del sector editorial en Colombia. Una aproximación al mundo editorial en el país 2013*. [https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2018\\_Caracterizaci%C3%B3n-del-sector-editorial-en-Colombia.pdf](https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/2018_Caracterizaci%C3%B3n-del-sector-editorial-en-Colombia.pdf)
- Cámara Colombiana del Libro (2018). *Estadísticas del libro en Colombia 2018*. [https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2019/11/estadisticas-libro2018\\_CCL.pdf](https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2019/11/estadisticas-libro2018_CCL.pdf)
- Cámara Colombiana del Libro (2019). *Memorias y estados financieros 2019*. [https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2020/03/memorias2019\\_digital\\_paraLectura26-03-20.pdf](https://camlibro.com.co/wp-content/uploads/2020/03/memorias2019_digital_paraLectura26-03-20.pdf)
- Colomer, T. (2010). El desenlace de los cuentos como ejemplo de las funciones de la literatura infantil y juvenil. *Revista de Educación*, 2005, 203-216. [http://www.revistaeducacion.educacion.es/re2005/re2005\\_16.pdf](http://www.revistaeducacion.educacion.es/re2005/re2005_16.pdf)
- Congreso de Colombia. (28 de enero de 1982). [Ley N.º 23]. *Sobre derechos de autor*. <http://derechodeautor.gov.co/documents/10181/182597/23.pdf/a97b8750-8451-4529-ab87-bb82160dd226>
- Congreso de Colombia. (22 de diciembre de 1993). [Ley N.º 98]. *Por medio del cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano*. <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-104559.html>
- Congreso de Colombia. (8 de noviembre de 2006). [Ley N.º 1098]. *Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia*. <https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/ley1098de2006codigoinfancia.pdf>
- Convenio Andrés Bello. (2009). *Cuentas satélites de cultura Manual metodológico para su*

*implementación en Latinoamérica*. <https://oibc.oei.es/uploads/attachments/381/Cuentas-Satelites-de-Cultura-manual-metodologico-para-su-implementacion-en-America-Latina.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2018). Demografía y población. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2019). *Encuesta de Consumo Cultural (ECC) 2017*. [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/bole\\_ecc\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/bole_ecc_2017.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2019). *Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN) 2014-2018*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-2014-2018p>

*El Litoral* (2019). Leernos: ¿por qué la lectura es un derecho cultural indispensable? [https://www.ellitoral.com/index.php/id\\_um/200805-leernos-por-que-la-lectura-es-un-derecho-cultural-indispensable-junio-dia-del-libro-y-del-escriitor-por-martin-duarte-opinion.html](https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/200805-leernos-por-que-la-lectura-es-un-derecho-cultural-indispensable-junio-dia-del-libro-y-del-escriitor-por-martin-duarte-opinion.html)

Gobierno de Colombia (2018). Política Nacional de Infancia y Adolescencia. [https://www.icbf.gov.co/system/files/politica\\_nacional\\_de\\_infancia\\_y\\_adolescencia\\_2018\\_-\\_2030\\_0\\_002.pdf](https://www.icbf.gov.co/system/files/politica_nacional_de_infancia_y_adolescencia_2018_-_2030_0_002.pdf)

González, E. (2018). *El libro y la lectura en Colombia*. <https://camlibro.com.co/uflip/el-libro-y-la-lectura-en-colombia/pubData/source/ellibroylalecturaencolombia.pdf>

*La República*. (2018). *Las ferias del libro de América Latina que tienen mayor área de exhibición*. [Figura 5]. <https://www.larepublica.co/ocio/conozca-las-cifras-de-las-ferias-del-libro-mas-importantes-que-se-realizan-en-la-region-2717770>

Ministerio de Cultura de Colombia. (23 de octubre de 2007). [Resolución 1508]. *Por la cual se establecen procedimientos de carácter general para determinar el carácter científico o cultural de libros, revistas, folletos, coleccionables seriadados o publicaciones, y se delega una función*. [https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/09/36\\_Resoluci%C3%B3n\\_1508\\_Colombia.pdf](https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/09/36_Resoluci%C3%B3n_1508_Colombia.pdf)

Ministerio de Cultura de Colombia. (2010). *Compendio de Políticas Culturales*. [http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas\\_artefinalbaja.pdf](http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas_artefinalbaja.pdf)

Ministerio de Cultura de Colombia. (2013). Diversidad cultural. <https://www.mincultura.gov.co/areas/poblaciones/publicaciones/Documents/Cartilla%20Diversidad%20Cultural.pdf>

Ministerio de Cultura de Colombia. (2017). *Indicadores Plan Nacional de Lectura y Escritura “Leer es mi cuento” de 2010 a 30 de abril del 2017*. <http://www.mincultura.gov.co/leer-es-mi-cuento/Paginas/indicadores.aspx>

Ministerio de Educación de Colombia. (2007). *Primera infancia, la etapa fundamental de la formación del ser humano*. <https://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/fo-article-133858.pdf>

Ministerio de Educación de Colombia. (2017). *Plan Nacional de Lectura y Escritura*. Recuperado <https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-325393.html>

Montoya, V. (2011). La literatura infantil, un derecho indiscutible de los niños. *La Tinta Invisible*. <https://latintainvisible.wordpress.com/2011/11/18/la-literatura-infantil-un-derecho-indiscutible-de-los-ninos-5/>

Osorio, M. (2018). *LII COLOMBIA 2015-2018. Libros infantiles y juveniles editados en Colombia*. Asociación Colombiana de Literatura Infantil y Juvenil – ACLIJ: Bogotá.

Petit, M. (2016). *Leer el mundo: experiencias actuales de transmisión cultural*. México: Fondo de Cultura Económica.

*Reportedigital.com* (8 de abril 2019). Tipos de intermediario y sus ventajas empresariales. <https://reportedigital.com/negocios/gestion/intermediario/>

Rey, G. (2009). Industrias culturales, creatividad y desarrollo. [http://www.lacult.unesco.org/docc/2009\\_Ind\\_Cult\\_CreativvDes\\_AECID.pdf](http://www.lacult.unesco.org/docc/2009_Ind_Cult_CreativvDes_AECID.pdf)

Reyes, Y. (2005). *La lectura en la primera infancia*. Bogotá, Colombia: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe – CERLALC

Robledo, B. (1997). *Antología de los mejores relatos infantiles*. <http://babel.banrepcultural.org/cdm/ref/collection/p17054coll9/id/8>

Robledo, B. (1998). *Literatura infantil y juvenil en América Latina*. Bogotá, Colombia: Norma. [https://gredos.usal.es/jsui/bitstream/10366/115336/1/EB10\\_N094\\_P45-47.pdf](https://gredos.usal.es/jsui/bitstream/10366/115336/1/EB10_N094_P45-47.pdf)

Unesco. (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. [http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Unesco. (2002). *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas*. [https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13\\_politica\\_emprendimiento\\_industrias\\_culturales.pdf](https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13_politica_emprendimiento_industrias_culturales.pdf)

Unesco. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Madrid, España: Ediciones UNESCO.

Unicef. (1991). [Ley 12]. Derechos de los niños, niñas y adolescentes. <https://www.unicef.org.co/derechos-del-ninio>

Useche, D. (2016). El contrato de cesión de derechos de autor. *asuntos:legales*. <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/el-contrato-de-cesion-de-derechos-de-autor-2341841>

West, A. (1991). *Gestión de la distribución comercial*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Editorial Gedisa.

