

# Participación en ferias del libro

Guía para la industria editorial colombiana

## **Cámara de Comercio de Bogotá**

Presidente Ejecutiva

**Mónica de Greiff**

Vicepresidente de Fortalecimiento

Empresarial

**Juan David Castaño Avendaño**

Director de Fortalecimiento Empresarial

**David A. Rico Avellaneda**

Coordinadora de Industrias Creativas,

Culturales y de Comunicación Gráfica

**Ángela María Reyes Gómez**

## **Cámara Colombiana del Libro**

Presidente Ejecutivo

**Enrique González Villa**

Gerente de Ferias

**Sandra Pulido Urrea**

Coordinadora de Contenido Infantil y Juvenil

**Juana Silva**

Coordinadora Profesionales

**Isabel Cristina Giraldo**

Asesor

**Bernardo Jaramillo Hoyos**

La guía de referencia para promover la participación de los empresarios de la industria editorial colombiana en las Ferias Nacionales e Internacionales del Libro es una herramienta que la Cámara de Comercio de Bogotá desea poner a disposición de todos los actores de la industria editorial colombiana tomando la experiencia de la Cámara Colombiana del Libro. Esto, con el fin de difundir los elementos esenciales que toda empresa interesada debería conocer.

# Contenidos

<b>Las ferias del libro</b>	<b>5</b>
Las grandes ferias globales	7
Las ferias multinacionales	9
Las ferias especializadas	11
Las ferias nacionales	12
Las ferias locales	13
<b>¿A qué ferias ir?</b>	<b>15</b>
Ferias del libro y cambio tecnológico	23
<b>Ferias y mercado del libro</b>	<b>24</b>
El mercado internacional	26
Política de internacionalización del libro colombiano	28
<b>Calendario de ferias nacionales e internacionales</b>	<b>32</b>
<b>Salones temáticos</b>	<b>38</b>
Salones infantiles	39
Salones de traducción	40
Salones de ilustración, cómic y novela gráfica	41
Salones de derechos	42
<b>Apoyos para colombianos en ferias internacionales</b>	<b>43</b>
<b>La Cámara Colombiana del Libro y su participación en ferias internacionales</b>	<b>46</b>
2016 - Feria Internacional de Lima, Colombia País Invitado	48
2017 - Feria Internacional del Libro de Panamá, Colombia País Invitado	52
2018 - Feria del Libro Infantil de Bolonia (BCBF)	58
Feria Internacional del Libro de Frankfurt	64
Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil de México FILIJ 38	69
Feria Internacional del Libro de Guadalajara	74

# I | Las ferias del libro

## Hay de dónde escoger

La diversidad de la oferta global de títulos editoriales ha crecido exponencialmente en las últimas décadas. En Iberoamérica, por ejemplo, el registro de títulos editoriales pasó de 139.000, en el 2000, a cerca de 310.000, en el 2015, de acuerdo con datos del CERLALC.

El comercio mundial del libro llegó a 16.000 millones de dólares, en el 2017 (en el 2001, era de 11.000 millones de dólares aproximadamente). Estos dos hechos, entre otros, demandan la creación y fortalecimiento de los canales a través de los cuales interactúan todos los agentes involucrados en la producción y el comercio del libro. Esas circunstancias explican, en buena parte, el auge que han alcanzado las ferias del libro en el mundo. Desde las altamente especializadas y de carácter global, pasando por las tradicionales ferias nacionales del libro, hasta las más pequeñas ferias regionales y locales.

Las ferias del libro constituyen, en todo el mundo, el momento clave para el sector editorial. Desde el punto de vista del sector empresarial e institucional del mundo del libro, son el punto de confluencia de todos los actores de la cadena de valor: autores, editores, diseñadores, ilustradores, agentes literarios, traductores, distribuidores, libreros, impresores, bibliotecarios y otras actividades conexas. La Feria del Libro, así con mayúsculas, es el evento esperado, cada año, por todos ellos.

El imperativo para cualquiera de estos actores es participar en las ferias, llevar allí sus bienes y servicios, contactarse con posibles clientes, explorar posibilidades de vender o comprar derechos de obras, examinar las nuevas tendencias en el mercado, aprovechar la abundante oferta académica y de actualización profesional, mirar qué y cómo lo hace la competencia. En fin, son muy diversos los intereses de aproximación a las ferias del libro. No todas son iguales. Del amplio abanico de ferias –internacionales, nacionales y locales–, ¿cuál escoger? Una tipología de las ferias del libro contribuye a tener un primer filtro, importante a la hora de tomar decisiones. Una aproximación a esa tipología podría ser:

## I.I | Las grandes ferias globales

No son muchas, pero son muy importantes. Se ubican en los epicentros de la edición en el mundo: Frankfurt, Londres, Nueva York. Son ferias para profesionales del libro, son de corta duración (entre tres y cinco días), pero de intensa preparación<sup>1</sup>. Allí se cierran los grandes negocios del mundo editorial: ventas de derechos, distribuciones territoriales, fusiones y adquisiciones. Se concretan muchas de las negociaciones que han transitado por los pasillos de las casas editoriales y que han gestionado los agentes literarios. Es en donde se hacen realidad muchas de las negociaciones que a lo largo del año se fabrican en los espacios virtuales, se dibujan las grandes tendencias del sector hacia el mediano plazo: los nuevos modelos de negocio y las innovaciones tecnológicas encuentran en estos *marketplaces* su público de interés.

¿Ferias para grandes empresarios? Sí. Pero la reflexión que tendría que hacer cualquier empresario, pequeño, mediano o grande, tiene que ver con el hecho de la trascendencia de la actividad escogida: ser editor (por ejemplo). Ello implica tener una visión de largo plazo con respecto a su sector; estar al tanto de las tendencias del mercado y de las innovaciones que afectan y afectarán el desarrollo de su negocio. Es fácil establecer una perfecta correlación entre la participación en ferias y el éxito empresarial. Obviamente, por razones de costos, no es fácil para un empresario pequeño o mediano tener en su agenda anual la asistencia a estos eventos globales. Pero existen formas de reducir costos (esfuerzos gremiales, iniciativas de política pública, etc.) que hacen posible la participación. Reserve periódicamente una pequeña suma de sus utilidades operacionales para propósitos de este tipo. Tenga la certeza del retorno de esa inversión.

---

<sup>1</sup> Frankfurt (5 días), Bolonia (4 días) y Londres (3 días).

**Importante:** Asistir a una feria de este tipo con una oferta de bienes y servicios no es una condición indispensable. Vaya como un simple espectador, analice la oferta editorial disponible, escuche las charlas, mire qué traen de nuevo los proveedores de materias primas y de tecnologías, etc. Regresará, seguro, con nuevas ideas para su negocio. Pero si va con una oferta de bienes y servicios o con una demanda en el mismo sentido, prepárese previamente. La corta duración de estas ferias hace que sean momentos de cierre de negocios. Las citas tienen que estar agendadas con meses de anticipación.

Si se miran desde América Latina, estas ferias globales presentan un atractivo potencial para emprendedores de la región. Son miles de obras literarias y de contenidos científicos y técnicos, que casi nunca llegan hasta acá. No ha habido empresarios que naveguen con profundidad en esas aguas. Emprendimientos multinacionales (editores de varios países), con el apoyo de instancias gubernamentales, pueden propiciar que se acuda a estas ferias a negociar posibles derechos de autor y de traducción que, mediante el mecanismo de la coedición, puedan generar nuevas oportunidades de negocio en el mercado regional.



## 1.2 | Las ferias multinacionales

Son pocas, pero de gran trascendencia. La Feria del Libro de Guadalajara puede ser el mejor ejemplo. No se le puede catalogar como una de las ferias internacionales típicas, nació como una de ellas, pero su trayectoria la ha ido perfilando como una feria bastante singular. Es de alguna manera, considerada hoy, como el principal evento de la edición en lengua española. Es la cita anual de todos los actores del libro en el mundo hispanohablante. Tiene una duración de 9 días. La FIL Guadalajara combina un sólido segmento de actividades profesionales, -con las que emula algunas de las ferias globales-, con las actividades típicas de las ferias nacionales (internacionales, como han dado en llamarse) del libro: una gran librería abierta al público; cientos de presentaciones de libros y un sinfín de actividades paralelas. Ofrece, también, un espacio creciente para la negociación de derechos de autor.

La visita a una feria de este tipo puede ser tanto para ofrecer bienes y servicios, como para simplemente enterarse de qué está pasando en el sector. Allí se encontrará con libreros y distribuidores de toda la región, podrá contactar a bibliotecarios que llegan a ver novedades, conocerá a autores y sus agentes. En resumen: de allí saldrá con una buena idea de lo que está pasando en el mercado editorial en español. La participación puede ser más fácil, por razones de costos y de idioma, por ende, es importante que reserve una fracción de las utilidades de sus operaciones para asistir a este evento.

Existe otra feria que bien podría clasificarse en esta categoría: LIBER, en España. La feria se realiza cada año y cambia de sede anualmente -un año en Madrid, el siguiente

en Barcelona. Liber es una feria puente, es un momento de paso hacia la Feria de Frankfurt. Allí se reúne la oferta editorial española, que convoca, principalmente, a editores, librerías, distribuidores y bibliotecarios de América Latina y Estados Unidos. Está centrada en los profesionales del libro. Su duración es de tres días.

**Importante:** Hay una mayor oportunidad de asistir a una feria de este tipo con una oferta de bienes y servicios, pero no es indispensable. La oportunidad que ofrece el idioma para el mercado colombiano es relevante. Vaya como espectador y dese cuenta de qué está pasando en el mundo del libro a nivel profesional, explore caminos, tendencias, y consolide relaciones de negocio. A diferencia de las ferias globales, estas ferias multinacionales ofrecen una perspectiva más “local” para el mundo del libro en español específicamente. Ahora, si ya tiene consolidada su empresa, tener un stand es una buena idea. Más adelante ahondaremos en esto.

## 1.3 | Las ferias especializadas

La edición se especializa cada vez más. Hay nichos del mundo del libro que ameritan ferias dedicadas. El mejor ejemplo es el de la literatura infantil y juvenil, pero puede pensarse, también, en ferias especializadas en los campos del libro religioso, del libro universitario, del cómic, del libro jurídico, del libro científico y técnico, del libro artístico. La Feria del Libro Infantil de Bolonia, con características de feria global, pero altamente especializada, es el mejor referente. En la región, una feria que empieza a ganar fuerza es la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil FILIJ, que anualmente se celebra en Ciudad de México.

## 1.4 | Las ferias nacionales

¿Habrá algún país en el mundo en el que no haya nacido la iniciativa de realizar una feria nacional del libro? No deben ser muchos. Si se recorre la geografía de América y Europa, es factible construir un extenso calendario de citas anuales del mundo del libro. Generalmente, se realizan en las ciudades capitales de los países y han adquirido el nombre de Ferias Internacionales, con merecida distinción, pues además de mostrar los avances en la edición nacional, a las mismas concurren casas editoriales internacionales (la globalización editorial...) y se suele, además, tener un país invitado, para acercar la oferta cultural del mismo a los habitantes locales. El acrónimo FIL, junto con el nombre del país o de su ciudad capital, permite identificarlas fácilmente.

Las hay de todos los tamaños, correlacionadas con las dimensiones de las economías nacionales y de sus sectores editoriales. Son ferias cuya duración promedio es de casi dos semanas en las que, además de reservar unos cuantos días para jornadas profesionales y de negocios, hay afluencia masiva de público y una intensa programación cultural, que va más allá de las presentaciones de libros. Algunas de ellas, por sus dimensiones en cuanto a público y oferta y la acogida desde países vecinos, casi que podrían catalogarse como ferias subregionales. Buenos Aires y Bogotá pueden ser las que puedan recibir mejor esta denominación, por su importancia en el mercado del Cono Sur y en el mercado de la Región Andina.

## 1.5 | Las ferias locales

Este es el otro gran universo del negocio de las ferias del libro. Dada la fragilidad del tejido librero en los países de la región y la alta concentración de este en las ciudades capitales, los circuitos de ferias locales del libro suelen ser la mejor forma para fortalecer la circulación de los productos editoriales. En México, por ejemplo, se habla de casi 100 ferias del libro al año en todo el territorio nacional.

En Colombia existe hoy una Red de Ferias del Libro que cubre buena parte del territorio nacional. Son más de 10 eventos que cada año se consolidan (Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cúcuta, Ipiales, Manizales, Medellín, Montería, Pasto, Pereira, Popayán y Quibdó). En el último encuentro liderado por la Cámara Colombiana del Libro se muestra que, con datos de once eventos, hubo una participación de 984.000 personas y cerca de 350.000 libros vendidos, además de una intensa actividad académica. Si se le suma Bogotá, que de alguna manera es también una feria local, las cifras se incrementan a 1,5 millones de participantes y 595.000 libros vendidos.

Llegar a esos pequeños mercados –algunos no tan pequeños– (Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga) tiene complejidades. Si se mira en términos de volumen de negocios, algunos de los eventos no son rentables para el sector editorial, ya que el retorno sobre la inversión –en términos estrictamente comerciales– no permite recuperar los costos de participación. Sin embargo, es indudable que, como estrategia de mercadeo, de acercar el libro y de crear demanda, este criterio tiene que cambiarse por una visión de mediano y largo plazo. La política pública y la acción gremial han apoyado estos eventos.

En Colombia, país de ciudades, quedan muchas poblaciones sin atender a través de esta estrategia de ferias locales del libro. Llegar a más poblaciones tendría que combinar otras estrategias, en las que la interacción de libreros locales, casas de la cultura, universidades y bibliotecas podría funcionar eficientemente. Este podría ser el camino, además, para fortalecer el tejido librero del país.

La presencia del sector editorial colombiano en ferias locales en otros países de la región podría ser bastante interesante en términos de internacionalización. Piénsese, por ejemplo, en la Feria del Libro de Madrid, que se realiza anualmente en el Parque de El Retiro, una feria cuyos protagonistas son las librerías de la ciudad y a la que durante dos semanas acuden cerca de 2,2 millones de personas. Al norte de Chile, en la zona con el más alto PIB per-cápita se realiza anualmente una exitosa feria del libro FILZIC.

La edición colombiana, en especial la independiente, tiene en estas ferias y en las ferias nacionales arriba mencionadas, un mercado de gran interés. En México, anualmente, se realiza la Feria Internacional del Libro del Zócalo, que puede atraer más de un millón de visitantes.

# 2 | ¿A qué ferias ir?

Esta es la pregunta del millón para cualquier editor. Las grandes casas editoriales, por obvias razones, están presentes en casi todas las ferias globales, multinacionales y nacionales. Incluso en las ferias locales su presencia se hace sentir en los mercados más grandes y a través de distribuidoras o de librerías en los mercados más pequeños.

Para las editoriales pequeñas y medianas, la decisión de ir a ferias tiene muchos determinantes. Por el tamaño de sus catálogos, su estructura de personal y los volúmenes de tirada, su objetivo central suele ser la asistencia a las ferias nacionales y locales. En el caso de Colombia, dada la debilidad del tejido librero, la presencia en las ferias locales se convierte en la mejor herramienta de visibilidad y mercadeo de los fondos editoriales. Las editoriales más pequeñas han ensayado, con relativo éxito, la presencia colectiva en ferias en estos escenarios. De tal forma que puedan ayudar a reducir costos y garantizar la participación. En los últimos años, han surgido pequeñas distribuidoras vinculadas a colectivos de editores independientes que llevan esta representación.

La presencia en las ferias internacionales, decisiva en la estrategia de ampliar el mercado, divulgar la cultura nacional y visibilizar la producción local, es fundamental para el sector editorial, en particular para las pequeñas y medianas empresas. La participación colectiva puede y debe ser la manera más eficiente, en cuanto a costos, de llegar a nuevos mercados. Pero la participación en una feria internacional debe estar atada a una estrategia empresarial de penetración de nuevos mercados y a una política pública de internacionalización de la oferta.

Las ferias nacionales podrían considerarse el principal objetivo de mercado de cualquier editor, que, en cualquier ciudad de América Latina, esté desarrollando una oferta para el mercado de la lengua. Las divagaciones a este respecto podrían ser muchas, pero se pueden redondear en unas cuantas. Obviamente, hay una porción significativa del mercado editorial que atiende necesidades locales específicas y no tiene muchas posibilidades de salida en los mercados internacionales (aunque, ojo con las bibliotecas). En primer lugar, hay que entender el concepto del mercado de la lengua (algo que la edición española lo ha tenido muy en claro desde comienzos del siglo pasado).



Cuando se habla del mercado del libro, dentro de cualquier plan de negocio de una empresa editorial, el mercado de la lengua debe ser una variable para contemplar. Las empresas editoriales, que nacieron pequeñas (todas, sin duda alguna), que han logrado expandir sus fondos allende las fronteras, lo han logrado explorando el mercado de la lengua. Puede sonar grandilocuente y exagerado hablar de un mercado potencial de más de 500 millones de personas.

El Instituto Cervantes señalaba, al finalizar 2017, que “más de 572 millones de personas hablan español en el mundo, de los que 477 son hablantes nativos, cinco millones más que hace un año. A mediados de este siglo, los hispanohablantes serán 754 millones. El español sigue siendo la segunda lengua materna por número de usuarios, solo superada por el chino mandarín (950 millones). Hoy habla español el 7,8% de la población mundial, un porcentaje que permanecerá inalterado hasta al menos el año 2050, mientras que desciende la proporción de hablantes de chino y de inglés”. En ese contexto, un sector que multiplica su producción, que se enfrenta a contextos locales de bajos niveles de lectura, debe buscar ampliar su público objetivo. Y las ferias nacionales del libro son una excelente oportunidad.

Desde Colombia, cuando se habla de hacer misiones comerciales a ferias, los nombres que saltan en primera instancia son Frankfurt, Guadalajara y Buenos Aires. Entendible, por su magnitud e importancia. Pero es indudable que la edición colombiana necesita fortalecer su presencia en el mercado regional (las exportaciones hacia los principales mercados de destino han descendido vertiginosamente en la última década). ¿Alguien se ha sentado a analizar con detalle los mercados de Perú, Ecuador, Uruguay, Chile, Costa Rica, Bolivia, Guatemala y otros países de la región? ¿Ha habido un esfuerzo en el atractivo mercado mexicano, más allá de la participación en Guadalajara?

Llegar a estos mercados no puede ser solo el ejercicio de conseguir un stand, consolidar una muestra y encargar a alguien de comercializarla durante el evento ferial.

Hacer negocios, internacionalizar la oferta, requiere ahondar en la estrategia. Llegar a una feria nacional demanda hacer previa inteligencia comercial. Conocer detalles del país a visitar, de sus tendencias demográficas y educativas, los indicadores de lectura, la red de bibliotecas y otros factores relacionados. Los organismos estatales de promoción del comercio exterior tienen dentro de sus tareas ayudar a construir estos perfiles de mercado, a no dejar que sus empresarios lleguen a ciegas a las citas de negocios. Chile es un buen ejemplo de esto. En los últimos años ha construido una sistemática presencia en las ferias nacionales del libro, previa a la elaboración de estudios de mercado y acercamientos a la red de comercialización y distribución. En esta tarea, los organismos gremiales del sector tienen un gran reto.

Necesario es insistir en la presencia en las ferias globales, aquellas en las que los resultados comerciales no son tan evidentes, pero en las que cualquier empresario puede obtener mayores valores agregados: conocer las tendencias del mercado, la evolución de la tecnología aplicada a la edición, nuevos modelos de negocio. Todo ello es lo que le permitirá construir una visión de largo plazo. Igualmente, estos son los espacios privilegiados para ponerse en contacto con el gran mercado internacional de derecho de autor.

| ¿Va a visitar una feria internacional por primera vez?

¿Es un visitante asiduo de ferias internacionales?

**Estos consejos le servirán:**

Es presumible que cualquier actor del mundo del libro en Colombia ha visitado, en alguna ocasión, la Feria Internacional del Libro de Bogotá (ya van 31 ediciones). Esa es una buena experiencia. Todas las ferias de este tipo tienen puntos en común. Habrá algunas particularidades (el tipo de recinto ferial, la distribución de los pabellones, los horarios, la intensidad de la programación profesional y académica, los servicios logísticos, etc.). Sin embargo, no sobran algunos consejos para esa nueva experiencia:

- Entre todos los días a la página web oficial del evento. Esto le permitirá estar al tanto de las novedades en cuanto a expositores y programación cultural, académica o profesional.
- Converse con colegas locales que hayan estado en la feria.
- Esté atento a las convocatorias de estímulos a la participación en ferias internacionales (Ministerio de Cultura, secretarías de cultura, organizaciones de fomento del comercio exterior, asociaciones gremiales).
- Consiga información sobre el mercado de destino (competencia, oferta, reglamentación de importaciones, costumbres comerciales).
- Prepare o consiga modelos de contrato (distribución, derechos de autor, etc.).
- Establezca una relación amable y sistemática con los responsables de los visitantes internacionales. Le van a ser de gran ayuda cuando llegue a su destino.

- Cerciórese de la disponibilidad y costos de servicios conexos a su participación (internet, decoración, etc.).
- Reserve con anticipación sus tiquetes aéreos y el hotel. Su balance se lo agradecerá.
- Busque un hotel cercano al recinto ferial. Ideal si se puede ir caminando.
- La conexión personal a internet es indispensable en estos tiempos. Si no tiene un servicio de *roaming*, consiga una conexión temporal durante su estancia.
- Revise la lista de participantes (editores, librereros, distribuidores y actividades conexas a la edición). Navegue en la red por sus páginas. Esto le dará mayor precisión a la identificación de contactos.
- Estudie el mapa de la exhibición. Llegar tarde a una cita puede ser imperdonable. Familiarícese con el recinto ferial.
- De ser posible, llegue con uno o dos días de anticipación.
- Si va a tener un estand, asegúrese de contactar al mejor proveedor. La organización de la feria o sus colegas experimentados le pueden ayudar en esto. No siempre el precio es el factor determinante. Más de una sorpresa se han llevado participantes en ferias.
- Identifique posibles socios locales para exhibir en su estand. Disminuirá costos y tendrá un socio que conoce el mercado.
- Las pequeñas y medianas empresas editoriales (editoriales independientes), con recursos financieros escasos, han encontrado en las participaciones colectivas una herramienta eficaz para garantizar su presencia en otros mercados. Identifique los colegas locales con los que podría participar en un estand grupal.

- Si va en un estand colectivo (país invitado, por ejemplo), manténgase al tanto de la preparación (tamaño, ubicación, distribución de la muestra). Así, cuando llegue con sus libros, tendrá una mejor idea de cómo disponerlos en la exhibición.
- Si tiene venta al público, analice muy bien las cantidades de libros que va a llevar. Conocer las preferencias del público local puede ser importante.
- Las nuevas tecnologías de impresión lo pueden sacar de apuros. También le puede servir para consolidar su presencia después de la feria. Identifique proveedores de este tipo de servicios en el país de destino.
- Prepare un plan de mercadeo y de publicidad que respalde su participación. Identifique gente de los medios de comunicación en la feria. Las posibilidades de *free press* son altas. Prepare una narrativa atractiva sobre su oferta y su historia empresarial.
- Cerciórese de tener disponibilidad de ventas con tarjetas crédito o débito. Tenga disponibilidad de cambio en la moneda local.
- Trate de hacer los contactos de negocios con la suficiente anticipación. No haga una agenda demasiado apretada. Las citas, a veces, se prolongan.
- No se encierre en el hotel en las noches. En las ferias suele haber mucha actividad social. Ese es un buen momento para nuevos contactos o para fortalecer contactos previos.
- Lleve muchas tarjetas de presentación. Nunca son suficientes.
- Prepare una presentación clara, rápida y concisa de su oferta o de sus necesidades. Ensaye la misma con su equipo. Esto hará más eficiente su participación.

- Recuerde que las jornadas de negocios tienen corta duración. Cuando estas terminan sus posibilidades de hacer contactos se reducen drásticamente. Muchos se van del sitio; otros se dedican a vender sus libros al público.
- Al finalizar, trate de reconstruir su viaje. Identificará cómo puede mejorar en la próxima visita.
- Haga seguimiento a los contactos realizados. Los cientos de tarjetas de presentación que recibió tienen que tener un destino útil. Vaya construyendo una base de datos con las mismas.
- Planee su próxima visita a partir de su experiencia. Abrir mercado en el exterior no es cosa de un día.

## 2.1 | Ferias del libro y cambio tecnológico

Hasta hace algunos años, una feria del libro se podía describir como una gran librería, con cientos de miles de títulos a disposición del público. Cuando se ampliaba el abanico de la oferta, aparecían impresores, fabricantes de papel y de otros suministros y los servicios ligados a la edición.

Hoy, una feria del libro es mucho más que eso.

La revolución tecnológica en los últimos 20 años ha modificado profundamente la estructura del sector. Desde el lado de la oferta, la irrupción del libro electrónico es una realidad y las ferias tienen el reto de abordarla. Al lado del libro electrónico, vienen los servicios de digitalización, los dispositivos de lectura, las aplicaciones, etc.

Muchas ferias tradicionales han sido reacias a abrir su espacio a estos nuevos modelos de negocio. Lo típico es ver una sala especial, dedicada a las novedades tecnológicas. Pero es indudable que, en el corto plazo, las ferias y los expositores que en ellas participan tienen que adecuar su oferta y la forma de presentarla, a las nuevas tendencias del mercado.

# 3 | Ferias y mercado del libro

Hay que tener claridad en que la participación en una feria del libro no tiene como propósito central modificar las tendencias de ventas. Si se logra, maravilloso. Sin embargo, la decisión de acudir a una feria tiene que ver más con visibilidad en el mercado, difusión del catálogo, promoción de nuevos títulos y, de repente, identificación de posibles nichos no explorados anteriormente o de nuevos canales de comercialización.



**Propósito de participación:**

El contacto con los lectores y la promoción de los autores son los motores de la presencia en las ferias. Para buena parte de los editores pequeños y medianos, lograr el punto de equilibrio, recuperar los costos de participación (estand, publicidad, diseño, transporte, recursos humanos, etc.) se convierte en un síntoma de éxito de participación en cualquier evento.

En un sector que poco invierte en mercadeo y publicidad, la participación en estos escenarios se convierte en el presupuesto anual de este rubro. Y esa debe ser la premisa que guíe la participación: visibilidad, mercadeo, promoción.

## 3.1 | El mercado internacional

Si se mira el ámbito de la participación en ferias internacionales, esa premisa debe ser potenciada. En un sector en que la circulación de los bienes y servicios que produce es libre, desde hace muchas décadas, la competencia es más intensa. Pero, también, en el sector editorial, la diferenciación del producto final es alta y ese es un factor clave para ingresar al mercado internacional. De nuevo, las grandes empresas siempre estarán allí, directamente o a través de sus filiales o distribuidoras. Para la pequeña y mediana editorial el tránsito hacia el mercado internacional es más difícil. De ahí que moverse más allá de las fronteras nacionales demande elementos de política pública y de gestión gremial, que apoyen la internacionalización del sector editorial.

Colombia se caracterizó, en décadas pasadas, por ser el principal exportador de libros en América Latina. Las exportaciones de libros desde Colombia tenían dos facetas.

En primer lugar, el país se había convertido en un importante centro de manufactura de libros para editoriales extranjeras. Se conjugaron una industria gráfica modernizada, con una industria papelera floreciente y un contexto internacional que hacía competitiva la exportación de servicios de impresión desde Colombia. Los libros colombianos, como servicios de manufactura, llegaban eficientemente a mercados como Argentina, Brasil, Chile, México y Estados Unidos.

En segundo lugar, Colombia, dada su estabilidad macroeconómica en tiempos difíciles para la región latinoamericana, se convirtió también en un importante receptor de inversión extranjera de la industria editorial multinacional,

que exportaba desde Colombia parte de su oferta. Además, se desarrollaron en el país importantes casas editoriales que llegaron a tener alcance regional. Los libros colombianos, como producto editorial, llegaban eficientemente a mercados como Venezuela, Ecuador, Perú y Centroamérica.

Esa situación cambió radicalmente en la última década. Colombia pasa de exportar 178 millones de dólares en el 2008, a 32 millones de dólares en el 2017. La estrategia de internacionalización es, entonces, urgente. Y las ferias del libro internacionales juegan un papel central dentro de la misma.

## 3.2 | Política de internacionalización del libro colombiano

La bibliodiversidad se encuentra en el centro de una política de internacionalización del libro. La libre circulación de los productos editoriales nació atada a la libre circulación de las ideas y del conocimiento, principio consagrado por la multilateralidad desde los años cincuenta. Ligado a ese principio es que el comercio del libro se fortalece en el mundo y se desarrollan sectores económicos para atender ese crecimiento: papel, impresión, industria editorial y actividades conexas. En el contexto del idioma español, el mejor ejemplo de internacionalización es el de la industria editorial española, que negocia derechos, traduce y edita para el mercado de la lengua española. Otro mercado que viene creciendo notablemente gracias a su nueva política es Chile.

Cada día es más cercana la relación entre el sector público y el privado. Llevar los contenidos editoriales colombianos hacia el mercado internacional implica un trabajo conjunto entre los Ministerios de Cultura, Relaciones Exteriores, y Comercio, Industria y Turismo (ProColombia y Bancóldex), y los organismos privados de representación del sector.

Una política de internacionalización de la oferta editorial, tanto desde el punto de vista del sector y del país, como de la gestión empresarial, tiene que tener elementos como:

## **Definición de una estrategia de país, creación de marca:**

Consolidar una marca de país en el campo cultural y editorial es fundamental para una estrategia de comercialización. La marca “Creado en Colombia” puede ser un motor para llevar los productos editoriales locales a otros países, en particular los de Iberoamérica.

## **Identificación de mercados potenciales:**

Conocer los mercados potenciales tiene que ser un ejercicio previo a cualquier esfuerzo de comercialización. Los organismos de comercio exterior pueden dotar a los editores locales de herramientas de conocimiento sobre las dinámicas sociales, económicas y culturales de los mercados potenciales de destino.

## **Realizar o acceder a un buen estudio de mercado, sin pretender tener un diagnóstico completo de la situación del sector, debería incluir:**

- Aspectos generales del país (PIB, estructura demográfica, niveles de ingreso de la población).
- Aspectos educativos del país: matrícula en los diferentes niveles; años promedio de escolaridad.
- Indicadores de lectura en el país.
- Conectividad a internet y uso de dispositivos.
- Infraestructura bibliotecaria.
- Compras públicas de libros.

- Descripción general de la industria editorial local: número de editoriales (privadas, públicas, ONG, universitarias, etc.) y volumen de producción en cuanto a títulos.
- Evolución reciente del sector editorial.
- Principales editoriales locales.
- Listado de casas distribuidoras, según especialidad.
- Listado de librerías existentes.
- Principales áreas temáticas en la producción editorial (a partir del registro ISBN).
- Importaciones de libros (según país de origen), en valor y en unidades.
- Exportaciones de libros (según país de destino), en valor y en unidades.
- Información sobre eventos relacionados con el sector editorial (en particular sobre ferias locales).
- Normativa relacionada con el mercado del libro.
- Aproximación a las costumbres comerciales en el sector editorial.

## **Capacitación de los actores involucrados:**

Las entidades públicas y las organizaciones gremiales organizamos seminarios previos a la participación en las diferentes ferias y misiones comerciales, en los que se ilustra a los participantes sobre diferentes temas de interés:

- Características generales de la feria a visitar.
- Resultados del estudio de mercado.
- Identificación de oportunidades y fortalezas en el mercado escogido.
- Asesoría sobre la oferta a llevar al mercado destino.

Averigüe los cursos específicos que cada entidad ofrece y mantenga una relación cercana con las entidades para poder retroalimentar sobre su necesidad específica.

## **Diseño de herramientas de estímulo a la internacionalización de la oferta:**

- Tarifas preferenciales de transporte de mercancías.
- Créditos para la financiación de compras de derechos de autor.
- Apoyos a la financiación de participación en ferias (transporte aéreo, costos del stand, recursos humanos).
- Apoyo a la movilización de autores relacionados con la oferta a ser exhibida.

# 4 | Calendario de ferias nacionales e internacionales



Durante los últimos años, el número de ferias del libro ha tenido un crecimiento extraordinario; sin embargo, los empresarios del sector editorial colombiano y latinoamericano suelen asistir a un número reducido de estas. Con el fin de ampliar su visión del mercado a continuación, se presenta un listado con el calendario de ferias más importantes del año, ferias que podrían abrir o consolidar un nuevo mercado para la industria editorial del país.

REGIÓN	PAÍS	NOMBRE	ORGANIZADOR
Iberoamérica	Argentina	Feria Internacional del Libro de Buenos Aires	Fundación el Libro
		Feria del Libro Infantil y Juvenil	Fundación el Libro
		Feria de Editores FED (independientes)	Ediciones Godot
	Bolivia	Feria Internacional del Libro de La Paz	Cámara Departamental del Libro de La Paz
		Feria Internacional del Libro de Santacruz	Cámara Departamental del Libro de Santacruz
	Brasil	Bienal Internacional do Livro de Sao Paulo	Câmara Brasileira do Livro CBL
		Bienal Internacional do Livro Río	Sindicato Nacional dos Editores de Livros SNEL
	Chile	Feria Internacional del Libro de Santiago FILSA	Cámara Chilena del Libro
		La Furia del Libro	La Furia del Libro
	Colombia	Feria Internacional del Libro de Bogotá FILBo	Cámara Colombiana del Libro - Corferias
		Fiesta del Libro y la Cultura Medellín	Alcaldía de Medellín
		Feria Internacional del Libro de Cali	Fundación Spiwak
	Costa Rica	Feria Internacional del Libro Costa Rica	Cámara Costarricense del Libro - Ministerio de Cultura y Juventud
	Cuba	Feria Internacional del Libro La Habana	Instituto Cubano del Libro
	Ecuador	Feria Internacional del Libro y la Lectura Quito	Ministerio de Cultura y Patrimonio - Cámara Ecuatoriana del Libro - Alcaldía de Quito
	España	Liber (Madrid y Barcelona)	Federación de Gremios de Editores de España FGEE
		Feria del Libro de Madrid	Asociación de Librerías de Madrid- Asociación de Distribuidores FANDE
	Guatemala	Feria Internacional del Libro en Guatemala FILGUA	Gremial de Editores de Guatemala
México	Feria Internacional del Libro de Guadalajara	Universidad de Guadalajara	
	Feria Internacional del Libro en el Zócalo México D. F.	Secretaría de Cultura de la Ciudad de México	
	Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería México	Universidad Nacional Autónoma de México	
	Feria Internacional del Libro Universitario FILUNI México	Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial Universidad Nacional Autónoma de México	

MES DE REALIZACIÓN	DURACIÓN	PÁGINA WEB
Abril - mayo	19 días	<a href="https://www.el-libro.org.ar/fundacion/">https://www.el-libro.org.ar/fundacion/</a>
Julio	20 días	<a href="https://www.el-libro.org.ar/fundacion/">https://www.el-libro.org.ar/fundacion/</a>
Agosto	3 días	<a href="http://www.feriadeeditores.com.ar/">http://www.feriadeeditores.com.ar/</a>
Agosto	12 días	<a href="http://camaralibrolapaz.org.bo/web_vi/feria-internacional/">http://camaralibrolapaz.org.bo/web_vi/feria-internacional/</a>
Mayo - junio	12 días	<a href="https://es-la.facebook.com/Feria-Internacional-Del-Libro-De-Santa-Cruz-1428537477448638/">https://es-la.facebook.com/Feria-Internacional-Del-Libro-De-Santa-Cruz-1428537477448638/</a>
Octubre - noviembre	10 días	<a href="http://www.bienaldolivros.com.br/">http://www.bienaldolivros.com.br/</a>
Agosto - septiembre	10 días	<a href="http://www.bienaldolivro.com.br/">http://www.bienaldolivro.com.br/</a>
Octubre - noviembre	17 días	<a href="https://camaradellibro.cl/ferias/filsa/">https://camaradellibro.cl/ferias/filsa/</a>
Diciembre	4 días	<a href="http://www.lafuriadellibro.com/">http://www.lafuriadellibro.com/</a>
Abril - mayo	16 días	<a href="https://feriadellibro.com/">https://feriadellibro.com/</a>
Septiembre	10 días	<a href="https://fiestadellibroylacultura.com/">https://fiestadellibroylacultura.com/</a>
Octubre	10 días	<a href="https://es-la.facebook.com/califerialibro/">https://es-la.facebook.com/califerialibro/</a>
Agosto - septiembre	10 días	<a href="http://www.feriadellibrocostarica.com/">http://www.feriadellibrocostarica.com/</a>
Febrero	11 días	<a href="http://www.filcuba.cult.cu/">http://www.filcuba.cult.cu/</a>
Noviembre	10 días	<a href="http://www.fillquito.com/">http://www.fillquito.com/</a>
Octubre	3 días	<a href="https://www.ferialibromadrid.com/">https://www.ferialibromadrid.com/</a>
Mayo - junio	17 días	<a href="https://www.ferialibromadrid.com/">https://www.ferialibromadrid.com/</a>
Julio	11 días	<a href="http://filgua.com/">http://filgua.com/</a>
Noviembre - diciembre	9 días	<a href="https://www.fil.com.mx/">https://www.fil.com.mx/</a>
Octubre	10 días	<a href="http://www.filzocalo.cdmx.gob.mx/">http://www.filzocalo.cdmx.gob.mx/</a>
Febrero - marzo	13 días	<a href="http://filmineria.unam.mx/feria/4ofil/index.html">http://filmineria.unam.mx/feria/4ofil/index.html</a>
Agosto	6 días	<a href="http://www.filuni.unam.mx/">http://www.filuni.unam.mx/</a>

REGIÓN	PAÍS	NOMBRE	ORGANIZADOR
Iberoamérica	Panamá	Feria Internacional del Libro de Panamá	Cámara Panameña del Libro
	Paraguay	Feria Internacional del Libro de Asunción	Cámara de Libros de Asunción CLAP
	Perú	Feria Internacional del Libro de Lima	Cámara Peruana del Libro
	Portugal	Feira do Livro de Lisboa	Asociación Portuguesa de Editores de Libros APEL
	República Dominicana	Feria Internacional del Libro Santo Domingo	Ministerio de Cultura de la República Dominicana
	Uruguay	Feria Internacional del Libro de Montevideo	Cámara Uruguaya del Libro
	Venezuela	Feria Internacional del Libro de Venezuela	Centro Nacional del Libro
Norteamérica	Canadá	Salon du livre de Montréal	ND
		Feria Internacional del Libro de Quebec	ND
	Estados Unidos	Book Expo America	Reed Pop (AAP-ABA-AAR)
		Book Con (New York)	Reed Pop
		New York Comic Con	Reed Pop
Europa	Alemania	Frankfurter Buchmesse (Frankfurt)	
		Leipziger Messe (Leipzig)	
	Bélgica	Feria Internacional del Libro de Bruselas	Brussels' Book Fair
	Francia	Salón del Libro de París	Syndicat National de l'édition
	Finlandia	Feria Internacional del Libro de Helsinki	The Finnish Fair Corporation
	Grecia	Feria Internacional del Libro de Tesalónica	Hellenic Foundation for Culture
	Italia	Bologna Children's Book Fair	Bologna Fiere
		Feria Internacional del Libro de Turín	Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura
	Polonia	Feria Internacional del Libro de Varsovia	Murator EXPO
	Reino Unido	The London Book Fair	Reed Exhibitions
Rusia	Feria Internacional del Libro de Moscú	Expo-Park Exhibition Projects jsc	
Suecia	Feria Internacional del Libro de Gotemburgo	Swedish Exhibition & Congress Centre	
Resto del mundo	China	Feria Internacional del Libro de Hong Kong	Hong Kong Trade Development Council
	India	Feria Internacional del Libro de Nueva Delhi	National Book Trust
	Japón	Feria Internacional del Libro de Tokio	ND

MES DE REALIZACIÓN	DURACIÓN	PÁGINA WEB
Agosto	6 días	<a href="http://www.capali.com.pa/filpanama/">http://www.capali.com.pa/filpanama/</a>
Mayo - junio	11 días	<a href="http://clap.com.py/">http://clap.com.py/</a>
Julio - agosto	12 días	<a href="http://www.fillima.com.pe/">http://www.fillima.com.pe/</a>
Junio	20 días	<a href="http://feiradolivrodelisboa.pt/">http://feiradolivrodelisboa.pt/</a>
Abril	12 días	<a href="https://www.facebook.com/ferilibro">https://www.facebook.com/ferilibro</a>
Octubre	14 días	<a href="https://www.camaradellibro.com.uy/ferias-de-libros/feria-internacional-del-libro-montevideo/">https://www.camaradellibro.com.uy/ferias-de-libros/feria-internacional-del-libro-montevideo/</a>
Noviembre	11 días	<a href="http://filven.cenal.gob.ve/">http://filven.cenal.gob.ve/</a>
Noviembre	6 días	<a href="http://www.salondulivredemontreal.com/">http://www.salondulivredemontreal.com/</a>
Abril	4 días	ND
Mayo	3 días	<a href="http://www.bookexpoamerica.com/">http://www.bookexpoamerica.com/</a>
Junio	2 días	<a href="http://www.thebookcon.com/">http://www.thebookcon.com/</a>
Octubre	4 días	<a href="http://www.newyorkcomiccon.com/">http://www.newyorkcomiccon.com/</a>
Octubre	4 días	<a href="https://www.buchmesse.de/en">https://www.buchmesse.de/en</a>
Marzo	4 días	<a href="http://www.leipziger-buchmesse.com/?language=en">http://www.leipziger-buchmesse.com/?language=en</a>
Febrero	4 días	<a href="http://flb.be/en/book-fair/">http://flb.be/en/book-fair/</a>
Marzo	4 días	<a href="https://www.livreparis.com/">https://www.livreparis.com/</a>
Octubre	4 días	<a href="https://kirjamessut.messukeskus.com/?lang=en">https://kirjamessut.messukeskus.com/?lang=en</a>
Mayo	4 días	<a href="http://thessalonikibookfair.com/">http://thessalonikibookfair.com/</a>
Abril	4 días	<a href="http://www.bolognachildrensbookfair.com/en/home/878.html">http://www.bolognachildrensbookfair.com/en/home/878.html</a>
Mayo	4 días	<a href="http://www.salonelibro.it/it/">http://www.salonelibro.it/it/</a>
Mayo	4 días	<a href="http://www.targi-ksiazki.waw.pl/en-home">http://www.targi-ksiazki.waw.pl/en-home</a>
Marzo	3 días	<a href="http://www.londonbookfair.co.uk/">http://www.londonbookfair.co.uk/</a>
Septiembre	4 días	<a href="http://mibf.info/english">http://mibf.info/english</a>
Septiembre	3 días	<a href="https://goteborg-bookfair.com/">https://goteborg-bookfair.com/</a>
Julio	6 días	<a href="http://hkbookfair.hktdc.com/en/index.html">http://hkbookfair.hktdc.com/en/index.html</a>
Enero	7 días	<a href="http://www.newdelhiworldbookfair.gov.in/">http://www.newdelhiworldbookfair.gov.in/</a>
Julio	3 días	<a href="https://tokyoartbookfair.com/en/">https://tokyoartbookfair.com/en/</a>

# 5 | Salones temáticos

Los salones temáticos son espacios dedicados a profundizar en uno o más aspectos de interés para los asistentes a una feria del libro. Actualmente, las ferias más reconocidas del mundo han abierto salones temáticos de traducción, libro digital, ilustración y profesionales, entre otros, con el objetivo de cautivar a una audiencia especializada que busca contenidos específicos y que encuentra en estos lugares una oportunidad para conocer a futuros y potenciales colegas o aliados. Es una oportunidad de negocio creciente para los empresarios que se especializan en su oferta de productos o servicios, pues esta presentación en las ferias está hasta ahora comenzando y diversificándose.

## 5.1 | Salones infantiles

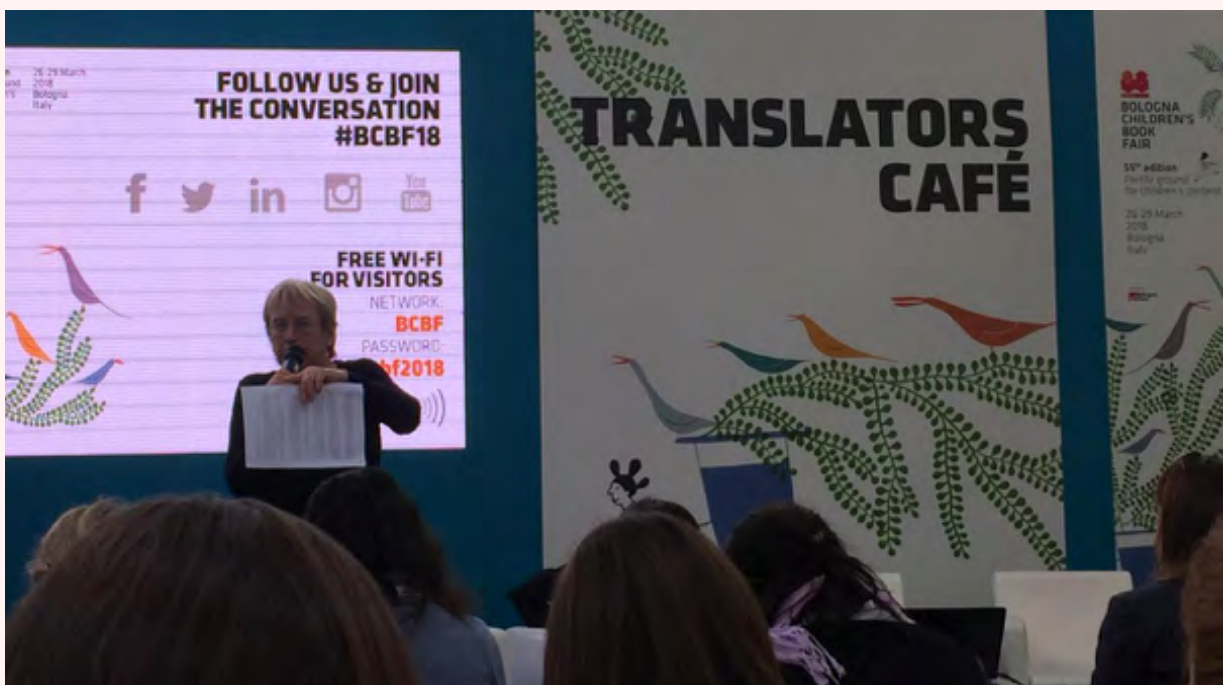
Están enfocados en atender a un público familiar, interesado en una oferta curada de literatura infantil y juvenil en un espacio que permita la libre exploración de los lectores de todas las edades en instalaciones diseñadas especialmente para ellos. Salones infantiles como el de la Fiesta del Libro y la Cultura (Medellín) ofrecen una selección de libros para niños y jóvenes de distintas editoriales, organizados temáticamente en un espacio que ofrece, además, lugares para sentarse a leer con los lectores de primera infancia y asesoría informada de libreros especializados.



## 5.2 | Salones de traducción

Menos comunes en ferias, pero de gran importancia para el sector, los salones de traducción ofrecen un espacio de visibilización del trabajo de estos profesionales, charlas especializadas y para público general, y plataformas de encuentro entre pares. Un salón de traducción reconocido internacionalmente es el Centro de Traducción que ofrece la Feria del Libro Infantil de Bolonia (Bologna's Children Book Fair – BCBF), especializado en literatura infantil y juvenil. Allí, traductores profesionales y estudiantes se reúnen cada año alrededor de conversatorios sobre el ejercicio del traductor, talleres y un espacio de encuentro para tejer redes de negocios de traducción, entre otros. Además, en este salón se complementa y promueve el World Directory of Children's Book Translators, una lista de todos los traductores de literatura infantil activos con obra publicada que permite a los editores y demás interesados conocer, de primera mano, a los profesionales del sector y sus trayectorias.

40





## 5.3 | Salones de ilustración, cómic y novela gráfica

Gracias a la gran oferta de libros ilustrados, cómics y novelas gráficas que en los últimos años han cautivado a lectores de todas las edades, muchas ferias han optado por abrir salones dedicados a explorar la relación entre los lenguajes gráficos y los productos editoriales. En estos espacios, los ilustradores y creadores gráficos son los protagonistas de charlas, conversatorios y talleres para público general y especializado.

Un ejemplo del creciente interés por este tema es el Salón del Cómic + Novela Gráfica de la FIL Guadalajara que, desde que salió, ha sido muy bien recibido por el público. Se realiza después de las jornadas profesionales, cuenta con un espacio de exhibición especializada por país y se complementa con un programa de charlas y mesas con autores y artistas invitados entre la FIL y los países. La participación de Colombia ha sido liderada por la Cámara Colombiana del Libro y se ha invitado a librerías especializadas y se ha contado con el apoyo del Idartes para su realización.



## 5.4 | Salones de derechos

Cada día cobran más fuerza los salones de negociación de derechos de autor. Un segmento que había estado concentrado en las grandes ferias globales ahora aparece con mayor frecuencia en las ferias multinacionales y nacionales. Frankfurt es el gran centro en este campo. En 2017, participaron 321 agencias literarias y 788 agentes. En Guadalajara, el Salón de Derechos gana mayor importancia en cada edición. En 2018, “el Salón de Derechos de la Feria había congregado a 140 empresas y 328 agentes literarios, al tiempo que se dieron cita 19.740 profesionales de la cadena del libro”.

# 6 | Apoyos para colombianos en ferias internacionales

Las diferentes ferias del libro tienen programas de becas, pasantías, apoyos y financiación para la participación en ellas. A continuación, haremos un recuento de las últimas ayudas que usted podría indagar para postularse.

### | FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE SANTIAGO:

Semana de Editores y Traductores: una actividad donde expertos revisan el panorama actual de nuestro mercado editorial junto a profesionales del rubro, con el fin de coordinar negociaciones y contactos laborales entre representantes de distintos países.

### | FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE SHANGHAI:

*Shanghai Visiting International Publishers Project (SHVIP)* es el primer proyecto de becas dedicado exclusivamente a publicaciones infantiles. Ofrece a un pequeño grupo de especialistas en libros infantiles la oportunidad de obtener una visión detallada del panorama editorial de China.

### | FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE ESTAMBUL:

*Istanbul Fellowship Program*. La Feria Internacional del Libro de Estambul establece un sistema de citas que permite a los editores turcos reunirse con editores internacionales para intercambiar catálogos y crear oportunidades de negocios futuras.

### | FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA:

*FIL Rights Exchange*. Es un programa de becas para editores de países donde el español no es el idioma oficial. Busca promover el mercado de derechos en Iberoamérica mediante la creación de nuevas oportunidades a través de reuniones previamente organizadas por la FIL Guadalajara.

### | FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE FRANKFURT:

La Feria Internacional del Libro de Frankfurt tiene dos programas de becas dirigidos a editores internacionales. El primero es el *Invitation Programme* que, con ayuda del Ministerio Federal de Relaciones Exteriores de Alemania, invita a pequeñas editoriales de países de mercados emergentes

a un programa de formación profesional en temas como la compra y la venta de derechos, el mercadeo y el diseño editorial y, durante la Feria, les ofrece un estand de cuatro metros cuadrados para que exhiban su muestra editorial. Este programa existe desde el 2012 y promueve la creación de redes y el diálogo Sur-Sur y Sur - Este, así como el acceso al mercado alemán. El segundo programa es el *Fellowship Programme*, lanzado hace 20 años para conmemorar el aniversario número 50 de la Feria. Este programa apoya la visita de profesionales con mayor trayectoria en el sector, para que durante la semana previa a la Feria visiten y creen contactos con casas editoriales y librerías de tres ciudades alemanas.

En Colombia, tanto el Ministerio de Cultura, como el Instituto Distrital para las Artes (Idartes), publican, en el primer trimestre del año, convocatorias y estímulos para que los empresarios puedan viajar, enviar sus libros o hacer eventos con sus autores.

# 7 | La Cámara Colombiana del Libro y su participación en ferias internacionales

Desde su fundación en 1951, la Cámara Colombiana del Libro (CCL) es la entidad representante de los editores, distribuidores y libreros de Colombia, tanto a nivel nacional como en mercados internacionales. Su misión principal es defender los intereses de los actores de la cadena y promover el libro como instrumento fundamental en la construcción de país. Al mismo tiempo, representa el sector editorial colombiano en el exterior, como afiliada a la Unión Internacional de Editores (IUE) -corporación que reúne a todas las Cámaras del Libro del mundo- y al Grupo Iberoamericano de Editores (GIE).

Durante sus 68 años de existencia, la Cámara Colombiana del Libro tiene como misión fundamental promover espacios de negocios para los actores de la cadena, su labor se constituye en un engranaje fundamental entre las entidades públicas y privadas, lo cual garantiza la participación del Estado en este tipo de actividades.

Por esta razón, ha preparado esta guía. Su principal interés es que la experiencia de la Cámara Colombiana del Libro sea de utilidad para los actores de la cadena como ejemplo para que puedan aprender y, por qué no, sumarse a alguna de sus participaciones en un futuro o bien preparar el suyo de forma individual.

Colombia ha sido invitada de honor en distintas ferias internacionales del libro, a continuación, los pormenores fundamentales de estas participaciones más recientes que han sido esenciales en el proceso de internacionalización de la industria editorial.

## 7.1 | 2016 - Feria Internacional de Lima, Colombia País Invitado

La Feria Internacional del Libro de Lima es un evento organizado anualmente por la Cámara Peruana del Libro que se realiza el mes de julio en el parque Los Próceres de Jesús María. Colombia asistió con un stand de 24 metros de exhibición operada por la librería Fondo de Cultura Económica de Perú. La empresa La Silueta Ediciones se encargó del diseño gráfico. La impresión y construcción corrió por cuenta de la empresa peruana Publicitarq.

### | Registro fotográfico de los espacios:









La Cámara Colombiana del Libro convocó a sus afiliados y se negociaron las condiciones de comercialización. El resultado de la convocatoria: 1.300 ejemplares y 346 títulos disponibles. Participaron representantes de 20 editoriales:

1. Apidama Ediciones
2. Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia – ASEUC
3. Babel Libros
4. Carvajal Soluciones Educativas
5. Círculo de Lectores
6. Difundir
7. Ediciones Aurora
8. Editorial Planeta
9. Editorial Tiempo de Leer
10. Educar Editores
11. Ícono Editorial
12. La Diligencia Libros
13. Lemoine Editores
14. Océano
15. Rey + Naranjo Editores
16. Santillana
17. Siglo del Hombre Editores
18. Sílabas Editores
19. Taller de Edición Rocca
20. Tragaluz

## 7.2 | 2017 - Feria Internacional del Libro de Panamá, Colombia País Invitado

La Feria Internacional del Libro de Panamá es un evento organizado anualmente por la Cámara Panameña del Libro. Se ha convertido en uno de los encuentros culturales más importantes del país y de la región. En su última edición registró una asistencia de 100.000 visitantes.

El Gobierno de Colombia había recibido la invitación a participar en esta feria, la más grande de Centroamérica, desde hace varios años. Esta invitación se hizo realidad en el 2017 y se preparó con más de un año de anterioridad. En 2016 Colombia tuvo un pequeño stand en la feria para conocer de cerca el mercado, los visitantes y las posibilidades de lo que se podría llevar a cabo. Luego, previo a la feria, hubo una visita de campo por parte del Ministerio de Cultura de Colombia y de la CCL para tomar las decisiones respecto a la participación de Colombia.



## | Aspectos a tener en cuenta

- **Estand:** saber cuántos, dónde y de qué tamaño son los espacios que ofrecen. En este caso Colombia contó con tres espacios: una exposición, un stand infantil exclusivo para talleres y una gran librería.
- **Programación académica y cultural:** en conjunto con el Ministerio de Cultura de Colombia, los encargados de la programación de la feria y de la Cámara Colombiana del Libro, se construyó una programación cultural que incluyó la participación de 14 autores colombianos invitados.
- **Materiales de comunicación y divulgación:** con base en una estrategia de comunicaciones conjunta, elaborada por las entidades organizadoras, se realizaron distintas piezas de promoción impresas y digitales, que acompañaron la gestión de *free press* y publicidad. Para esta feria se elaboraron 30 mil cuadernillos de programación impresos que fueron entregados en el recinto ferial, 15 mil postales y un paquete de piezas promocionales para las redes sociales y páginas web.
- **Presencia de empresarios:** es clave que los libros viajen siempre con sus editores. En este caso, participaron 18 empresarios colombianos.

A continuación, los detalles de la participación de Colombia en Panamá que fue posible gracias a un convenio de asociación entre el Ministerio de Cultura de Colombia y del departamento de ferias de la Cámara Colombiana del Libro, con apoyo de la Cancillería y del Instituto Distrital para las Artes (Idartes).

Entre los equipos de Literatura de la Dirección de Artes del Ministerio de Cultura y ferias de la Cámara Colombiana del Libro, se definió el concepto del diseño. Después de revisar 3 propuestas, se eligió a la empresa Big Brand Lab, quienes se encargaron de diseñar las piezas. El material se imprimió en Panamá, con una empresa local que se encargó de la producción, montaje y desmontaje de los stands.

Colombia, como país invitado de honor, contó con una librería de 136 metros cuadrados, en donde se exhibieron para la venta más de 1.000 títulos de distintas editoriales colombianas con novedades y clásicos de diversas temáticas, incluyendo una exhibición especial para los libros de los 14 autores colombianos invitados a la FIL Panamá. En total llegaron 1.973 ejemplares.

La librería estuvo a cargo de la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI) con la presencia permanente de un librero colombiano y del personal de la Librería El Hombre de la Mancha como encargados de la administración y del inventario de este espacio durante los días de la feria. En el stand de Colombia se incluyó una muestra de la editorial Siglo del Hombre Editores, con la presencia de uno de sus libreros. El total de libros vendidos fue de 1.394, un muy buen resultado para 5 días de feria.

En el **pabellón infantil** se incluyó una programación permanente de actividades para niños y jóvenes, con algunos de los autores infantiles invitados, quienes realizaron talleres lúdicos, actividades musicales, lecturas en voz alta, etc. De igual forma, dos promotores de lectura colombianos estuvieron presentes durante los días de feria en representación del Ministerio de Cultura, para desarrollar talleres de promoción de lectura y diversas actividades para dar a conocer el Plan Nacional de Lectura y Escritura, “Leer es mi cuento”. El espacio de 90 metros cuadrados contó con ejemplares gratuitos de “Leer es mi cuento”, así como con tabletas con contenidos digitales del Ministerio de Cultura.

| Registro fotográfico de los espacios:



55



A FIL Panamá se llevó la exposición 'Nereo y el río de nuestra vida'. En 54 metros cuadrados se realizó la muestra fotográfica dividida en tres temáticas: personajes, paisajes y situaciones de los viajes realizados por Nereo López en el río Magdalena, uno de los fotorreporteros más destacados del siglo xx en Colombia.

La Cámara Panameña del Libro invitó a editores de Panamá y Centroamérica a un espacio de negocios en el cual Enrique González Villa, como presidente ejecutivo de la Cámara Colombiana del Libro, realizó una presentación de la industria editorial colombiana. Este único encuentro tuvo como principal objetivo acercar a los editores y distribuidores colombianos con sus pares en Panamá y Centroamérica. 10 editoriales de Colombia estuvieron presentes.







Feria Internacional del Libro de Panamá  
COLOMBIA PAÍS INVITADO DE HONOR  
PROGRAMACIÓN CULTURAL  
15-20 AGOSTO 2017

COLOMBIA  
LITERATURA PARA EL MUNDO

GOBIERNO DE COLOMBIA

COLOMBIA

Cámara Colombiana del Libro

ALCALDÍA DE BOGOTÁ

BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS

## 7.3 | 2018 - Feria del Libro Infantil de Bolonia (BCBF)

### | Introducción e información sobre la feria:

La Feria del Libro Infantil de Bolonia se ha venido realizando anualmente desde 1964, año en el que participaron 44 expositores de 11 países, y hoy en día es considerada un espacio propicio para el encuentro de negocios entre profesionales del sector, para el análisis de tendencias en el campo de la literatura infantil y juvenil, y para el descubrimiento de iniciativas culturales no solo por parte de los profesionales implicados en la creación y difusión del libro infantil sino también por parte del público general. En 1969, el evento deja de realizarse en el centro de la ciudad y pasa al *Quartiere Fieristico*, y en 1995 se crea el *Bologna Ragazzi Award* (BRAW), un certamen reservado a los expositores de la feria en el que se premian distintas iniciativas de la LIJ.

### | Las categorías premiadas son:

- Fiction
- Non Fiction
- Opera Prima
- New Horizons
- Books & Seeds
- Art & Architecture

## Adicionalmente, durante la feria se entregan los siguientes premios:

- BOP (galardón a la mejor editorial por continente)
- BRAW Digital Award (Fiction, Non Fiction y AR)
- International Award for Illustration (en asociación con la Fundación SM)
- ARS IN FABULA Grant Award
- The Strega Ragazze e Ragazzi Award

En la actualidad, la feria cuenta con algunos espacios dedicados a categorías profesionales específicas que buscan ofrecer contenidos a traductores, docentes, ilustradores, agentes literarios, entre otros. Son de destacar espacios como el Centro de Agentes Literarios; los Cafés (o centros de actividades) para traductores, autores, ilustradores e iniciativas digitales, y la Muestra de Ilustradores.

Durante la edición 55 de la feria, que se llevó a cabo entre el 26 y el 29 de marzo del 2018, se contó con la presencia de 1.390 expositores provenientes de 77 países o regiones del mundo. Además, 27.642 profesionales se dieron cita durante los cuatro días del evento y asistieron a los más de 250 eventos que conformaron la programación oficial de la BCBF 55.

Dado su impacto a nivel internacional, la presencia de numerosos agentes del sector de distintos países y la riqueza de oferta editorial se considera un espacio propicio para que editoriales colombianas puedan conocer nuevas propuestas del sector, contactarse con distintos profesionales (ilustradores, traductores, agentes, etc.) y dar a conocer sus catálogos.

- a. **Año de creación:** 1964
- b. **Fecha de realización:** 26 y el 29 de marzo del año 2018
- c. **Expositores:** 1.390 expositores provenientes de 77 países o regiones del mundo
- d. **Eventos:** más de 250

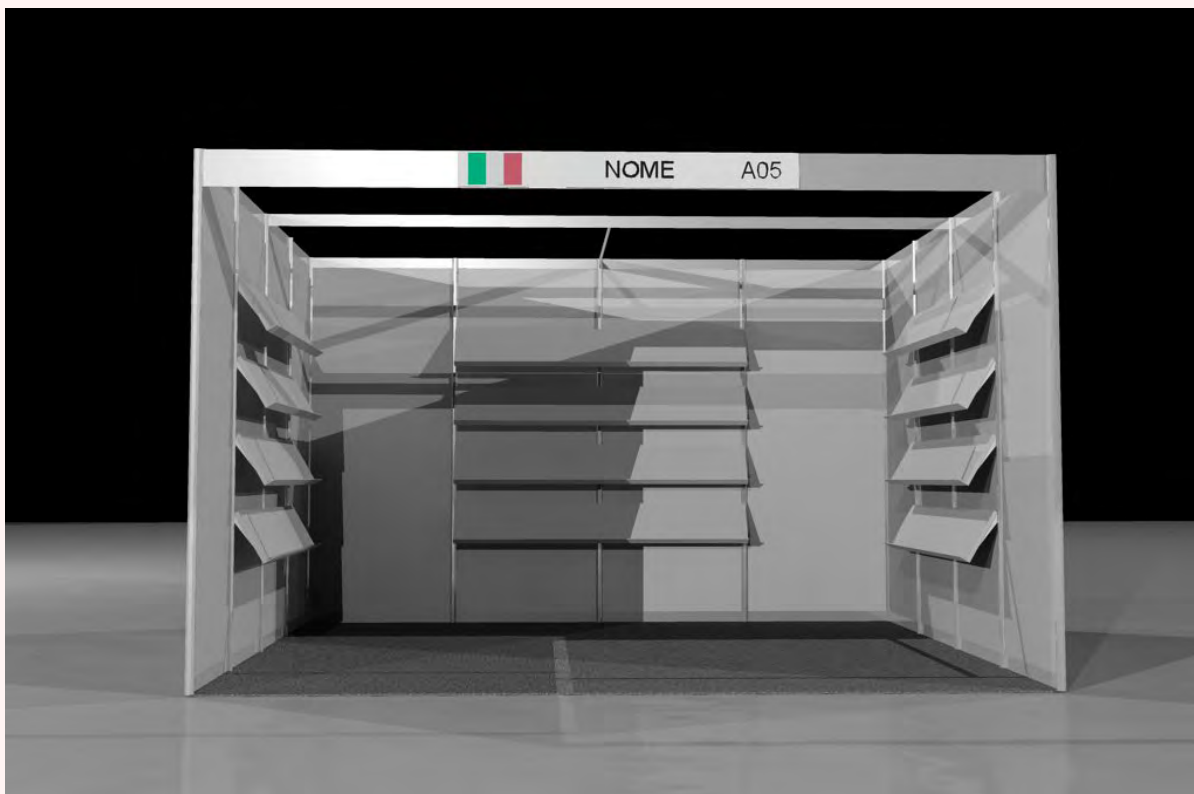
## Antecedentes de la CCL en la feria:

Las editoriales colombianas han participado en la Feria del Libro Infantil de Bolonia con el apoyo de la Cámara Colombiana del Libro ininterrumpidamente desde el año 2010. Hasta el 2017, la participación había ocurrido gracias al apoyo brindado por la misma feria a países en vía de desarrollo, a los cuales les era dado un stand gratuito compartido para que pudieran exhibir una muestra de la oferta de sus editoriales nacionales. En 2018, Colombia decidió apostar por un stand de país.



El estand, amoblado de 8 metros cuadrados, fue elegido cerca a otros países latinoamericanos como Argentina, Chile y México. Allí, una delegación de editores e ilustradores colombianos se dio cita para dar a conocer la oferta nacional, reunirse con potenciales aliados y concertar oportunidades de negocio. A cada una de las editoriales participantes se les comunicó que tenían derecho a enviar un máximo de 7 kg de libros por cuenta de la Cámara Colombiana del Libro, de modo que pudieran servir para la muestra a ser exhibida dentro del estand de Colombia.

Estand A4I, ubicado en el Hall 22, como se puede ver en el siguiente plano:



La Cámara Colombiana del Libro fue la encargada de la compra del stand, de la gestión del envío de libros y de la participación colombiana en los *Bologna Ragazzi Awards* (BRAW). Además, una delegada de la CCL estuvo presente durante toda la feria apoyando la participación de editores colombianos.

## | En los últimos años, Colombia ha recibido los siguientes premios dentro del certamen *Bologna Ragazzi Award*:

- 2017:
  - » Premio *New Horizons* para “La mujer de la guarda” de Sara Bertrand y Alejandra Acosta (Babel Libros).
  - » Premio BOP para Babel Libros (mejor editorial del continente).
- 2016:
  - » Mención especial para “Conquistadores del Nuevo Mundo” de Grassa Toro y Pep Carrió (Tragaluz editores).
- 2015:
  - » Mención especial para “Mil orejas” de Pilar Gutiérrez y Samuel Castaño (Tragaluz editores).
- 2014:
  - » Premio *New Horizons* para “La chica de polvo” de Jung Yumi (Rey + Naranja).

**Presencia de empresarios:** Una vez confirmada la participación de Colombia, a través del stand adquirido por la Cámara Colombiana del Libro, se envió una convocatoria abierta a editoriales afiliadas y no afiliadas que estuvieran interesadas en participar bajo un esquema de participación conjunta que les permitía presentar libros para las diferentes categorías de los premios BRAW y aparecer en el catálogo oficial de la feria como expositores con su información particular de contacto. El beneficio de ser parte del stand es exclusivo para

afiliados. Como resultado de esta convocatoria, 9 editoriales optaron por participar bajo el esquema propuesto.

**Bolsa de apoyos para afiliados:** como un apoyo para sus editoriales afiliadas, la Cámara Colombiana del Libro destinó una bolsa de apoyos de COP 25'000.000 que fue repartida entre las editoriales participantes afiliadas (9). Para poder acceder a estos apoyos, cada editorial debía cumplir con ciertos requisitos.

**Diseño e imagen del stand:** originalmente se pidió a la agencia de marketing estratégico MOBS que hiciera una propuesta para el diseño del stand de Bolonia; sin embargo, las propuestas presentadas no fueron aprobadas por los miembros del Comité Infantil y Juvenil. A raíz de esto se convino que las mismas editoriales enviaran propuestas de diseño centradas en autores o ilustradores de literatura infantil y juvenil. Finalmente, el equipo de Tragaluz Editores se encargó del diseño, recurriendo a una ilustración original de la ilustradora colombiana Elizabeth Builes y se contrató a una empresa local para el montaje.

## 7.4 | 2018 - Feria Internacional del Libro de Frankfurt

### Introducción e información sobre la feria:

La Feria del Libro de Frankfurt, FBF, (Frankfurter Buchmesse) es la feria de libro más grande del mundo con una tradición que abarca 550 años. Las primeras ediciones de la feria comenzaron a celebrarse poco después de la creación de los tipos móviles por Johannes Gutenberg, pero en 1949 fue constituida bajo la forma de organización que tiene hoy. Con una duración de cinco días, la feria, organizada por Frankfurter Buchmesse GmbH -una filial de la Asociación Alemana de Editores y Libreros-, se celebra en el recinto ferial Messe Frankfurt. Por lo general, dispone de los primeros tres días para visitantes profesionales y el fin de semana para el público general.

<b>Año de creación</b>	1949
<b>Organizador</b>	Frankfurter Buchmesse GmbH
<b>Periodicidad</b>	Anual
<b>Duración</b>	5 días
<b>Fecha habitual de realización</b>	Comienzos o mediados de octubre
<b>Recinto ferial</b>	Messe Frankfurt
<b>Tipo de recinto</b>	Cerrado
<b>Área</b>	366.000 m <sup>2</sup> de área interior, 96.000 m <sup>2</sup> de área libre
<b>Asistentes (2018)</b>	300.000
<b>Expositores (2018)</b>	7.000
<b>Eventos (2018)</b>	4.000



De las becas que ofrece la feria, mencionadas anteriormente, destacamos que las editoriales colombianas que han sido beneficiadas por este programa son: Rey + Naranjo Editores (Fellowship Programme 2015), Intermedio Editores (Fellowship Programme 2017), Laguna Libros (Invitation Programme 2017) y Luna Libros (Invitation Programme 2018).

### Antecedentes de la CCL en la feria:

El siguiente cuadro muestra la forma en la que la participación de Colombia se ha organizado desde el 2002. Como puede verse, entre 2002 y 2004 la organización corrió a cargo del consulado de Colombia en Frankfurt, sin embargo, desde el 2006 ha sido la Cámara Colombiana del libro (CCL) quien se ha ocupado de ese trabajo, y desde el 2017 se ha realizado en conjunto con Siglo del Hombre Editores (SHE).

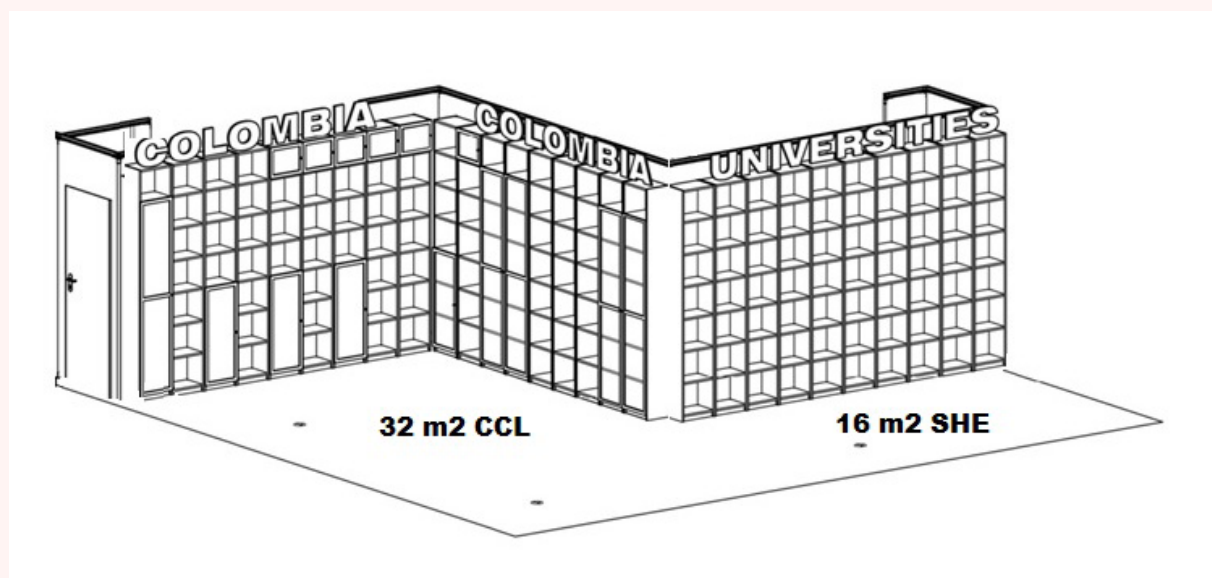
AÑO	TAMAÑO	ORGANIZADOR
2002	32 m <sup>2</sup>	Consulado
2003	44 m <sup>2</sup>	Consulado
2004	48 m <sup>2</sup>	Consulado
2005	No hubo stand	No hubo stand
2006 - 2009	8 m <sup>2</sup>	Cámara Colombiana del Libro
2010	40 m <sup>2</sup>	Cámara Colombiana del Libro
2011 - 2016	36 m <sup>2</sup>	Cámara Colombiana del Libro
2017	52 m <sup>2</sup>	Cámara Colombiana del Libro y Siglo del Hombre Editores
2018	48 m <sup>2</sup>	Cámara Colombiana del Libro y Siglo del Hombre Editores

Fuente: Anne-Kathrin Haefner (Senior Sales Manager Frankfurter Buchmesse GmbH).



La participación de Colombia en el 2018: del 10 al 14 de octubre de 2018, Colombia participó en la Feria del Libro de Frankfurt con un stand de 48 metros. La Cámara Colombiana del Libro y Siglo del Hombre Editores representaron alrededor de 50 sellos editoriales. Participaron los editores Salomé Cohen de Laguna Libros, Fernando Rojas de Editorial Panamericana, Daniel Villarreal de Editorial Tiempo de Leer, Juan Felipe Córdoba de la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia, Aseuc, Jaime Iván Hurtado de Hipertexto, y Érica Álvarez y Emilia Miranda de Siglo del Hombre Editores. Los editores John Naranjo de Rey + Naranjo Editores y Luis Alejandro Díaz de Editorial Caballito de Acero obtuvieron la beca para editores relacionados con el campo literario, ofrecida por la Cámara Colombiana del Libro y el Instituto Distrital de las Artes (Idartes). Pilar Quintana, autora de *La Perra* (Penguin Random House Colombia), ganadora del Premio Biblioteca de Narrativa Colombiana, asistió a dos eventos con el apoyo de la CCL, Aseuc y la Feria del Libro de Frankfurt.

**El stand:** desde 2017, la Cámara Colombiana del Libro adquiere un stand en conjunto con Siglo del Hombre Editores (SHE), distribuidora de libros Universitarios. En 2017 se adquirieron 52 metros cuadrados, 36 de los cuales estaban a cargo de la CCL y 16 de SHE. En 2018, se adquirieron 48 metros cuadrados, 32 a cargo de la CCL y 16 de SHE. Con el fin de mantener la armonía del stand, se decidió ubicar en la pared de SHE un encabezado con el título “Universities” y situar en las otras dos paredes un encabezado con el título “Colombia”, como lo muestra la siguiente imagen. La empresa A M B G Aduanas s.A.s. fue la encargada de transportar los libros a Frankfurt. Se enviaron 13 cajas que contenían 517 libros con un peso de 215 kilos.



**Participación de empresarios:** con más de 3 meses de anterioridad se emitió una convocatoria dirigida a los afiliados a la Cámara Colombiana del Libro interesados en enviar libros para la muestra editorial del stand con unos requisitos específicos. Respondieron en total 6 empresarios. Participar en el stand de país les garantiza las credenciales de entrada que a su vez tienen el beneficio del uso gratuito del transporte público en la ciudad durante los días de la feria.

**Beca “Bogotá Literaria” para asistir a la Feria:** La Cámara Colombiana del Libro le solicitó en específico al Idartes, en el marco del proyecto “Bogotá Literaria”, un apoyo para los editores interesados en viajar. Se evaluó en comité y finalmente se lanzó la convocatoria de una beca para apoyar los gastos de transporte aéreo de un editor para asistir a la Feria Internacional del Libro de Frankfurt, esto con el objetivo de promover el fortalecimiento de las relaciones comerciales existentes y la creación de nuevos contactos para los empresarios bogotanos con actores del sector editorial de otros países. Al final, el Idartes aprobó el apoyo para dos editoriales: Rey + Naranjo Editores y Editorial Caballito de Acero.

**Catálogo digital de afiliados a la Cámara Colombiana del Libro:** desde el 2017, la Cámara Colombiana del Libro ha creado un catálogo cuyos libros fueron seleccionados directamente por las editoriales afiliadas con el objetivo de mostrar lo mejor de su producción editorial. Este catálogo se actualiza todos los años para la Feria Internacional del Libro de Frankfurt y aspira a ser una ventana para la producción editorial colombiana contemporánea. A lo largo de sus páginas se encuentra una serie de libros de ficción y no ficción, así como de literatura infantil y juvenil. También hay una amplia producción editorial académica y profesional publicada recientemente en Colombia, cuyos derechos están disponibles para la venta.

En 2018, contribuyeron en la construcción de este catálogo 21 editoriales de ficción, no ficción y universitarias. A diferencia de 2017, no participaron editoriales religiosas. El catálogo, en versión español e inglés, se encuentra disponible en la página web de la Cámara Colombiana del Libro y será de suma utilidad para presentar la más reciente producción editorial colombiana en el Salón Internacional de Negocios de la Feria Internacional del Libro, FILBo 2019.

## 7.5 | 2018 - Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil de México FILIJ 38

La Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ), es un espacio de promoción a la lectura dirigido a niños y jóvenes y difusión editorial; además, dispone de un foro de encuentro con destacados y prestigiosos autores, estudiosos, investigadores, especialistas e interesados en literatura infantil y juvenil (LIJ).

La FILIJ, a partir de su primera emisión en 1981, ofrece un espacio comercial con editoriales independientes y grandes casas editoriales, un extenso programa de actividades tales como talleres de fomento a la lectura para niños y jóvenes, espectáculos escénicos (teatro, *clown*, danza, circo, títeres), cuentacuentos, música, cine, exposiciones y charlas con escritores. Aliados indiscutibles en la LIJ son los ilustradores; por ello, en el marco de la feria se convoca a dos grandes concursos: Concurso Nacional de Cartel “Invitemos a Leer” y Catálogo de Ilustradores de Publicaciones Infantiles y Juveniles.

En 2018, Colombia participó como invitado de honor en el marco de la Alianza del Pacífico junto a Chile, Perú y México, con una delegación de 5 artistas incluyendo autores e ilustradores, además del grupo musical “Tu Rockcito”.



## | Aspectos a tener en cuenta

- **Estand:** en este caso se contó con unas estanterías de Colombia de la librería dentro la carpa de la Alianza del Pacífico, además del auditorio que se encontraba dentro de la misma carpa. También se contó con una exhibición de ilustradores de los 4 países, 10 de cada uno.
- **Programación académica y cultural:** el Ministerio de Cultura de Colombia y la Cámara Colombiana del Libro concertaron la participación de 5 autores invitados, el grupo musical Tu rockcito, además de editores y libreros especializados.
- **Materiales de comunicación y divulgación:** se evaluaron los mejores materiales a diseñar para dar a conocer la participación de Colombia en la feria. Finalmente, se realizaron 10 mil unidades de la programación de Colombia en la Filij. Se decoró de manera especial el espacio ofrecido, además de las piezas digitales para redes sociales (*banners*, memes, firma digital).
- **Presencia de empresarios:** es clave que los libros viajen siempre con sus editores. En el marco de la Feria se realizó también la 8ª parada de la Ruta Iberoamericana del Libro con editores y libreros independientes colombianos. Los invitados María Osorio y Alba Lucía Silva, de Babel Libros; Carolina Rey, de Rey + Naranja; Lucas Insignares, de la librería Mr. Fox y Juan Pablo Mojica, de Cataplum Libros, participaron en distintas actividades, incluyendo encuentros con sus pares y con el público visitante en los que abordaron temas relacionados con la creación, producción y distribución de libros de literatura infantil y juvenil en América Latina.

| Registro fotográfico de los espacios:







La librería estuvo operada a través de la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI) en convenio con EDUCAL, entidad perteneciente a la Secretaría de Cultura de México, pero con autonomía para desempeñar funciones como organismo privado.

Colombia participó con una muestra editorial de 428 títulos, 1.326 libros, cuya selección tuvo en cuenta los títulos que hicieron parte del primer catálogo de la LIJ colombiana correspondiente a la creación y producción nacional desde el 1 de enero de 2015, hasta el 30 de junio de 2018. Este proyecto del Comité de Libros Infantiles y Juveniles de la Cámara Colombiana del Libro y de la Asociación Colombiana para el Libro Infantil y Juvenil (ACLIJ), apoyado por el Ministerio de Cultura, permitió seleccionar los libros de edición colombiana que hicieron parte de la librería de la Alianza del Pacífico, región invitada de honor y fue presentado por primera vez en este espacio. Se vendieron 490 libros.

Colombia en FILIJ contó con la presencia de dos promotores de lectura para la primera infancia y la infancia. El promotor Ricardo Ruiz estuvo a cargo de dictar talleres enfocados a dar a conocer el Plan Nacional de Lectura y Escritura “Leer es mi cuento”. Por su parte, Marleys Meléndez, estuvo a cargo de los talleres para primera infancia a partir de la plataforma virtual del Ministerio de Cultura Maguaré / MaguARED. A partir de videos y actividades disponibles en la plataforma, la promotora se encargó de animar a los asistentes en el estand de Alianza del Pacífico y, además, explicó los componentes principales de la plataforma a padres y maestros.

## 7.6 | 2018 - Feria Internacional del Libro de Guadalajara

### **Introducción e información sobre la feria:**

la gran cita del mundo editorial en español se realiza en la FIL Guadalajara. Autores, agentes literarios, bibliotecarios, librerías y más de 2.280 casas editoriales de 47 países se encuentran cada año. Más de 800 mil visitantes recorren sus pasillos y su programación. Se realiza desde 1986 sin interrupción y se consolida en el mercado internacional como la feria a visitar para conocer el mercado del libro en español.

### **Antecedentes de la CCL en la feria:**

durante muchos años la presencia de Colombia en la FIL ha sido liderada por ProColombia, ellos hacen la convocatoria a los empresarios que quieren ser parte del stand y con ellos definen el diseño gráfico e industrial a tener en cuenta. El lugar es el mismo desde hace años, referente ya para todos los visitantes, y cada empresario es responsable de llevar sus libros y montarlos un día antes.



**La participación de Colombia en el 2018:** la participación de Colombia en 2018 fue relevante puesto que el Ministerio de Cultura y la Cámara Colombiana del Libro se sumaron activamente para enriquecer su participación con la extensión de 56 metros dispuestos para una librería y biblioteca.

**El stand:** contó con 180 metros cuadrados (56 metros adicionales) y la participación de 16 editoriales colombianas; una librería operada por la Asociación Colombiana de Libreros Independientes (ACLI), con más de 3 mil ejemplares en exhibición y una biblioteca de 28 títulos que hicieron parte del catálogo *Reading Colombia*, una selección de narrativa colombiana contemporánea, iniciativa liderada por la Biblioteca Nacional de Colombia y el Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura,

en asocio con la Cámara Colombiana del Libro. De igual forma, la librería tuvo un espacio para conmemorar la vida y obra del autor colombiano Roberto Burgos Cantor, Premio Nacional de Novela 2018 quien falleció en el mes de octubre. La Cámara se encargó del envío de los libros. Se vendieron 500 libros.

**Inauguración del stand:** se inauguró el stand celebrando la participación de todos los empresarios colombianos presentes en la FIL y brindando por la editora colombiana, María Osorio, ganadora del premio al Mérito Editorial FIL 2018, uno de los premios más importantes que año tras año otorga la Feria con el fin de destacar el oficio del editor.

**Participación de empresarios:** se realizaron varias reuniones con más de 6 meses de anterioridad entre empresarios y ProColombia para comenzar a ver las condiciones de participación de este año. Al final, 16 decidieron hacerlo en las condiciones señaladas. Adicionalmente, en el marco de la FIL Guadalajara, la Cámara Colombiana del Libro realizó dos *Matchmakings* entre empresarios colombianos y empresarios de Corea del Sur y Taipei, con el fin de generar nuevos contactos y nuevas oportunidades de negocios al otro lado del Océano.

## Recomendación final

Después de cada participación en ferias, la Cámara Colombiana del Libro realiza internamente un análisis DOFA, se recomienda a los empresarios hacer uso de esta herramienta para cada una de las ferias o eventos en los que participen. Esto permite conocer en qué se puede mejorar, qué errores se están cometiendo para evitarlos y aprovechar las oportunidades que se presentan.

## Fuentes consultadas

- <https://www.kotobee.com/blog/infographic-international-book-fairs-2018/>
- [https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES\\_OLB\\_Las-ferias-del-libro-Manual-para-expositores-y-visitantes-profesionales\\_VI\\_011112.pdf](https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_Las-ferias-del-libro-Manual-para-expositores-y-visitantes-profesionales_VI_011112.pdf)
- <http://2seasagency.com/international-book-fair-calendar/>
- Informes de participación de la Cámara Colombiana del Libro en Ferias Internacionales del 2016 al 2018.



Cámara  
Colombiana  
del Libro



Cámara  
de Comercio  
de Bogotá