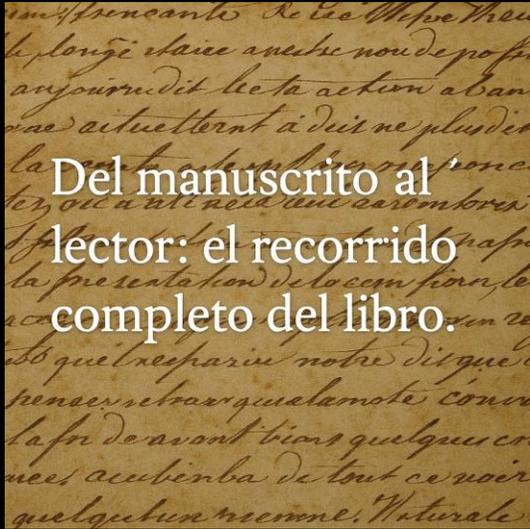




EDICIÓN XXXIV  
**BECA JUAN GRIJALBO**  
19 al 25 de octubre de 2025

PATROCINADA POR  Penguin  
Random House  
Grupo Editorial





Del manuscrito al lector: el recorrido completo del libro.

# La estructura de la empresa editorial

## Gestión y proceso editorial

Georgina Adame

Beca Grijalbo 2025



EDICIÓN XXXIV  
**BECA JUAN GRIJALBO**  
19 al 25 de octubre de 2025

PATROCINADA POR



# La estructura de una empresa editorial

## El orden interno que da vida a los libros

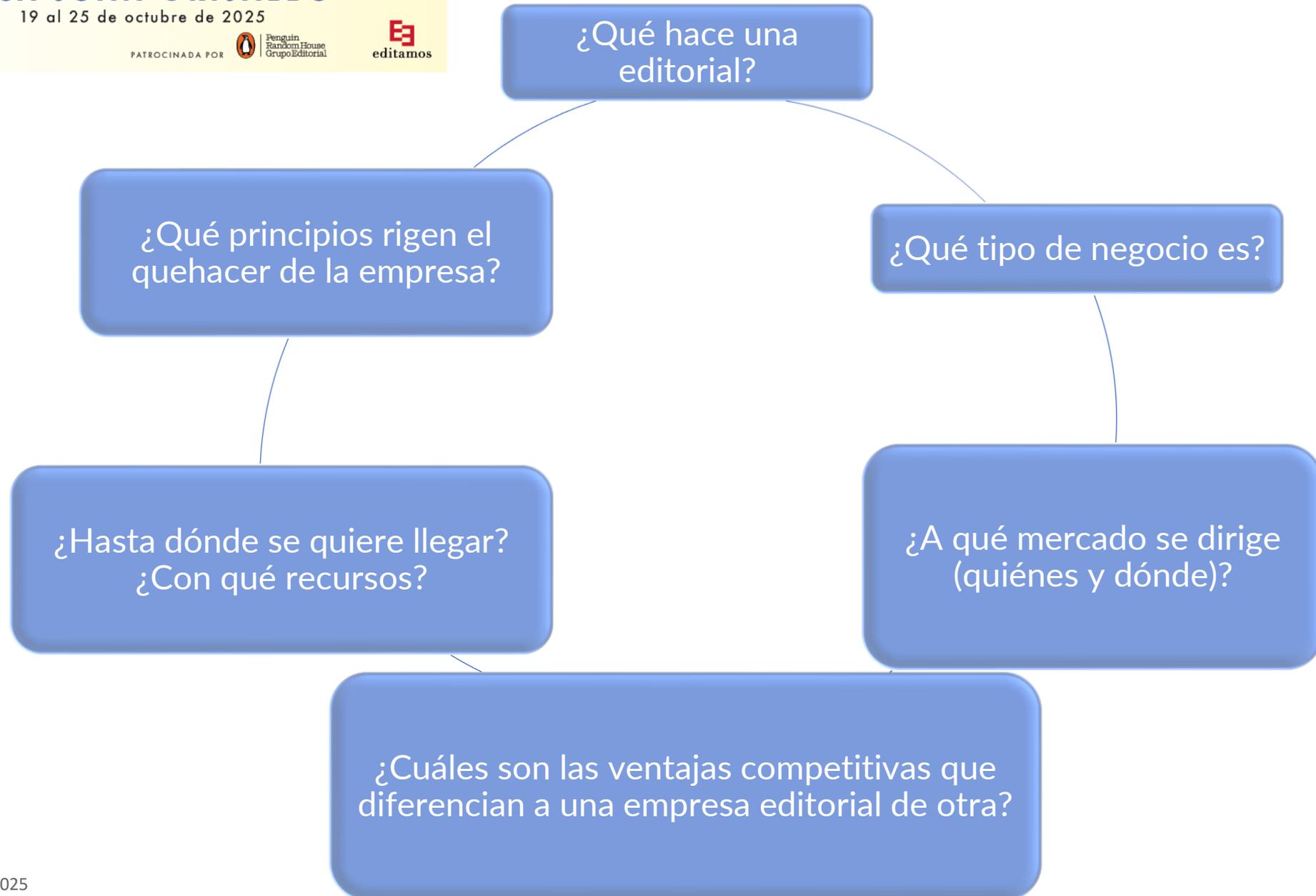


## Propósito

Comprender cómo se organiza una empresa editorial y cómo cada área contribuye al éxito de una publicación.

*...hay un principio esencial que distingue a la edición de todas las demás empresas: ese objeto fabricado, el libro, a pesar del cuidado que se ponga en su fabricación, de la calidad del papel y de la tipografía, no tiene, por sí mismo, el más pequeño valor comercial. El único precio de un libro es su calidad espiritual.*

René Julliard. (2015). En: Esteves, Fernando. *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*. Ariel. P. 65





# Modelos de organización

**Tradicional  
Jerárquico**



**Colaborativo  
Horizontal**



**Híbrido  
Combina  
formalidad y  
flexibilidad**





EDICIÓN XXXIV  
**BECA JUAN GRIJALBO**  
19 al 25 de octubre de 2025

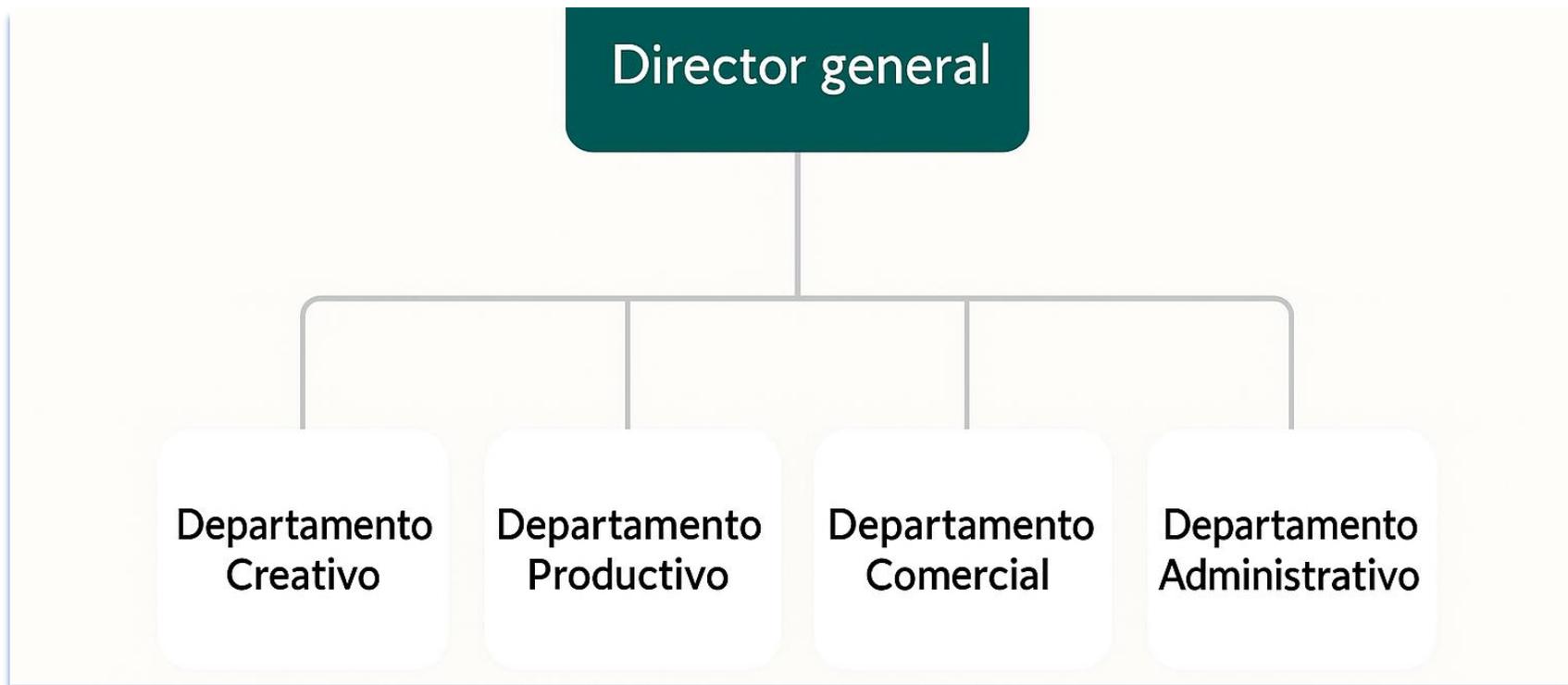


PATROCINADA POR  Penguin  
Random House  
Grupo Editorial



¿Quién asume el riesgo  
comercial de los libros?

Organizaciones empresariales	Fines
Privadas.	Buscan un beneficio económico. Para ser exitosas tienen que ser rentables.
Culturales o educativas. (Universitarias, Estatales, religiosas).	No persiguen el lucro, los fines comerciales son secundarios, algunas, incluso, no los tienen.



## Ejes principales de la empresa editorial

- Creativo: Dirección, edición, corrección.
- Productivo: Diseño, arte, producción.
- Comercial: Marketing, ventas, distribución.
- Administración: soporte transversal.



La complejidad de dicha estructura depende, también, del tipo de producto que cada editorial publica:

Literatura  
(General,  
infantil y  
juvenil)

Textos y  
materiales  
educativos

Textos  
Universitarios  
o para  
mercados  
académicos  
específicos

Interés general

Pueden ser explícitos o no, sin embargo, en todo momento orientan el quehacer de la empresa, que se refleja en la conformación de su catálogo, en sus políticas y estrategias comerciales, y en el público objetivo al que llegan sus productos.



Misión. Es la razón de su existencia. ¿Qué hace? ¿Para qué lo hace? ¿Para quién lo hace?

Visión. Define hacia dónde se dirige la empresa. ¿Qué la define y la diferencia de otras empresas del ramo? ¿Cuáles son las metas? ¿Cuál es la proyección al futuro?

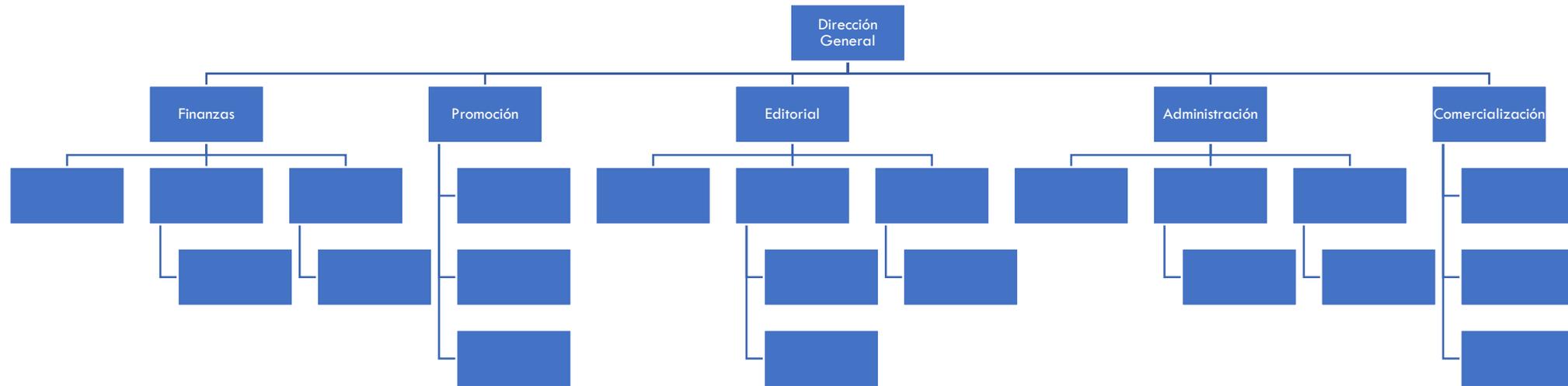
Valores: Son los principios de la empresa. A partir de ellos define una cultura corporativa que determina las políticas de trabajo, de servicio al cliente y los compromisos que asume ante la sociedad.

### Estructura de una empresa editorial.

De acuerdo con el tamaño de la empresa, la estructura puede ser **compleja o sencilla**; sin embargo, en todos los casos es indispensable contar con una administración y con recursos humanos y materiales que garanticen un funcionamiento adecuado.



A partir de los elementos anteriores se elabora el **organigrama** de la empresa en el que se reflejan las áreas que la conforman y la manera en que se relacionan jerárquicamente. Su distribución nos permite observar, a primera vista, la complejidad o la sencillez de la estructura organizacional y la manera en que se gestiona el proceso editorial, desde el original de autor, hasta su llegada al mercado.



Elabora el organigrama de tu empresa editorial ideal.

Compárala con la real.

¿Qué áreas están más fuertes y cuáles necesitan apoyo?



La estructura no  
limita la creatividad:  
la hace posible.



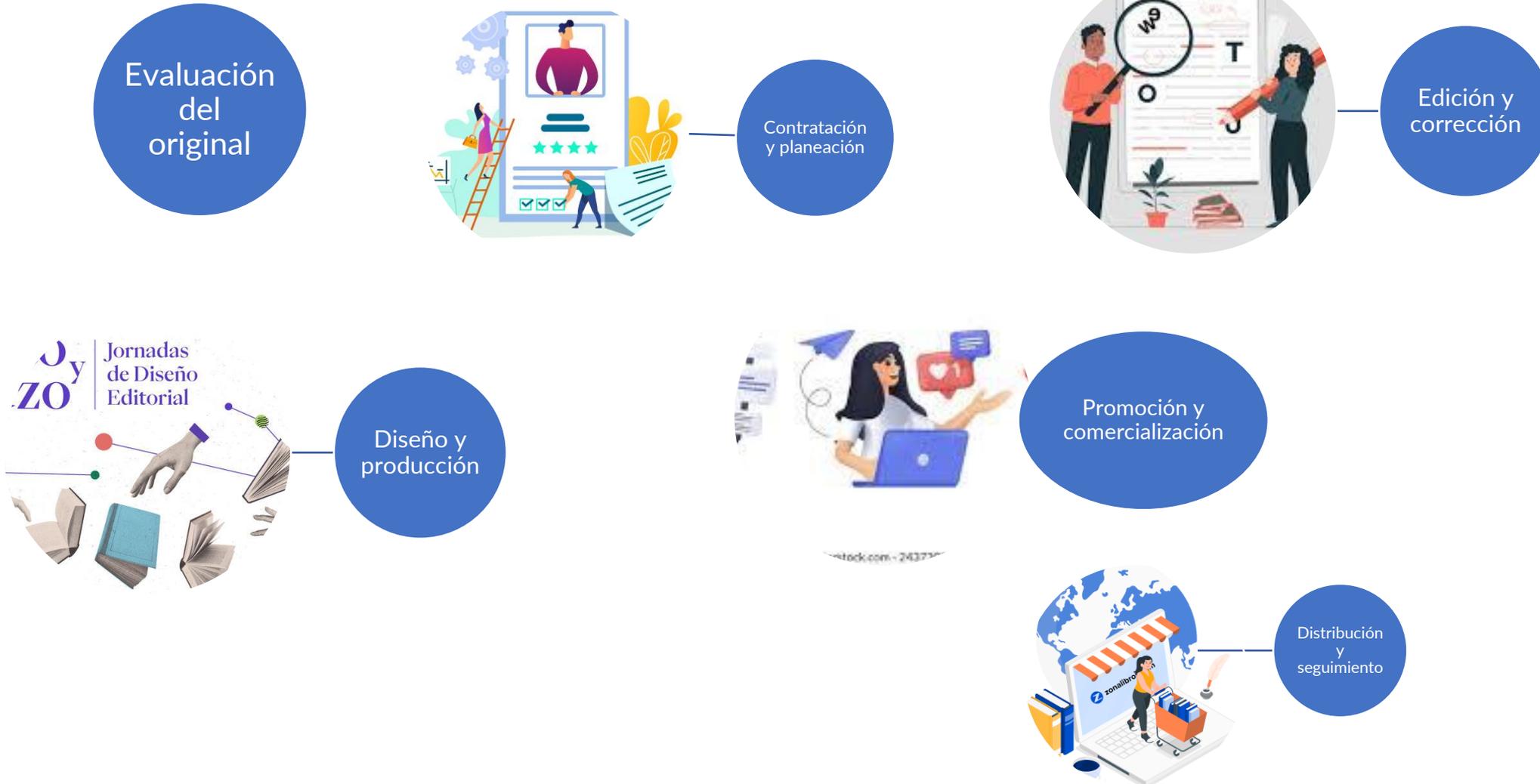
EDICIÓN XXXIV  
**BECA JUAN GRIJALBO**  
19 al 25 de octubre de 2025

PATROCINADA POR

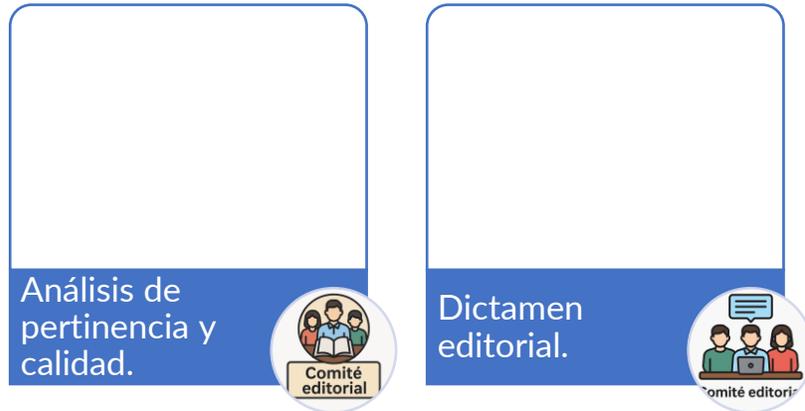


# LA GESTIÓN EDITORIAL

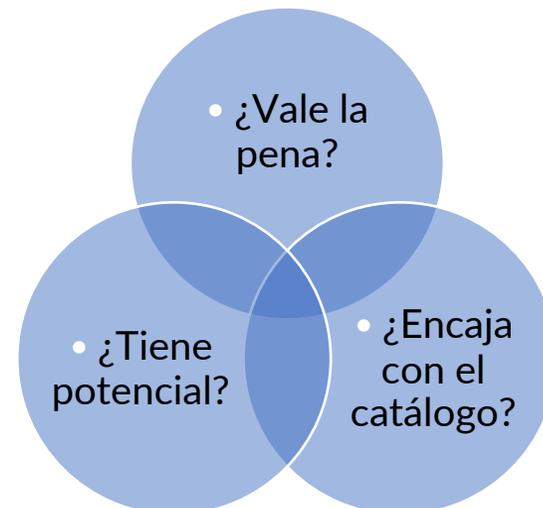
# Fases del proceso editorial



# Fase 1: Evaluación del original



Preguntas clave:



## Fase 2: Contratación y planeación

Formalización del proyecto.  
Contratos, derechos, plazos.



# Fase 3: Edición y corrección

Autoría

Edición

Corrección

Diseño

Claves:  
claridad,  
coherencia,  
tono, revisión  
técnica.



## Fase 4: Diseño y producción

De la maqueta a la  
impresión.

La forma también  
comunica.

Tipografía, materiales,  
color y ritmo visual.

La editorial establece el vínculo entre autores y lectores

a través de la publicación de materiales impresos, digitales o auditivos.

¿Qué hay que hacer para que un libro llegue a manos de los lectores?

# Fase 5: Promoción y comercialización

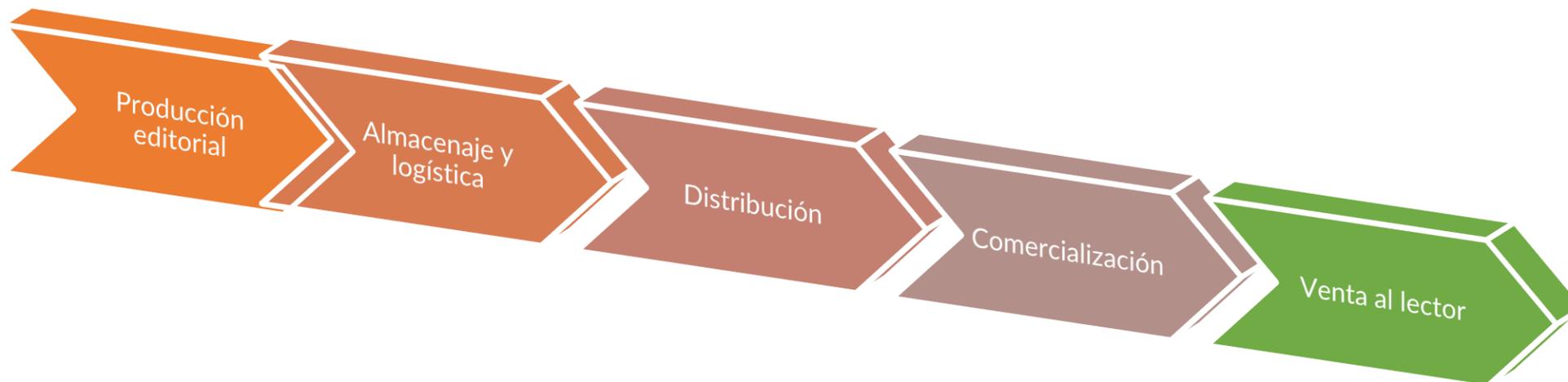
Lanzamientos, reseñas, redes,  
ferias, alianzas.

Un libro bien  
hecho pero mal  
comunicado  
puede pasar  
inadvertido.

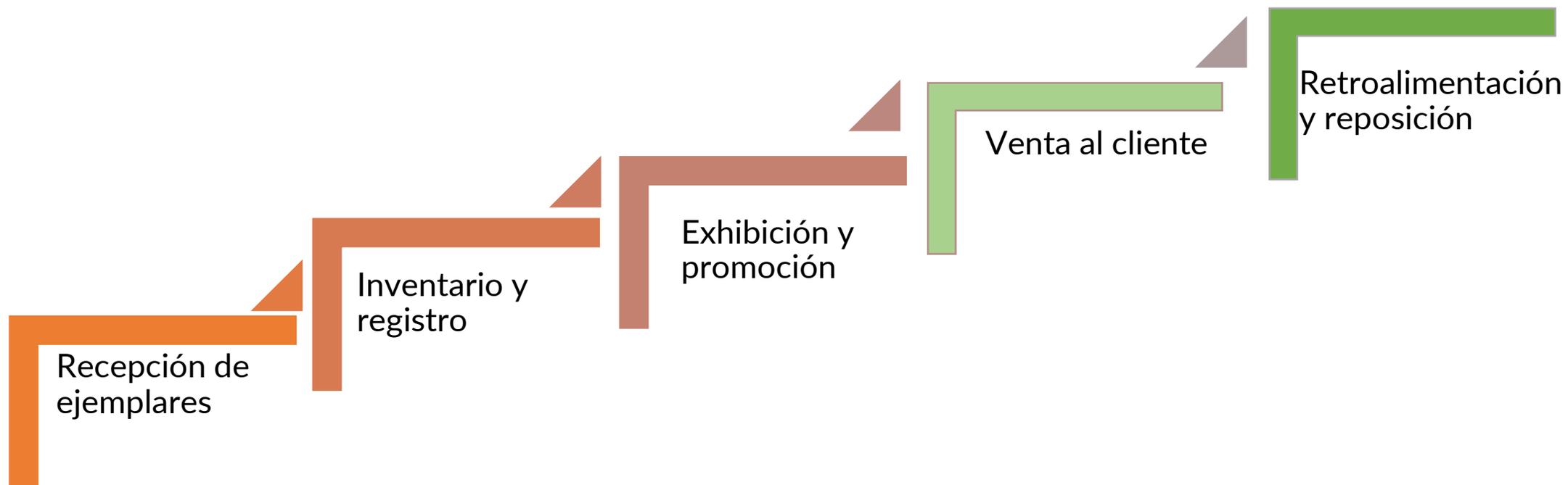


# Fase 6: Distribución y seguimiento

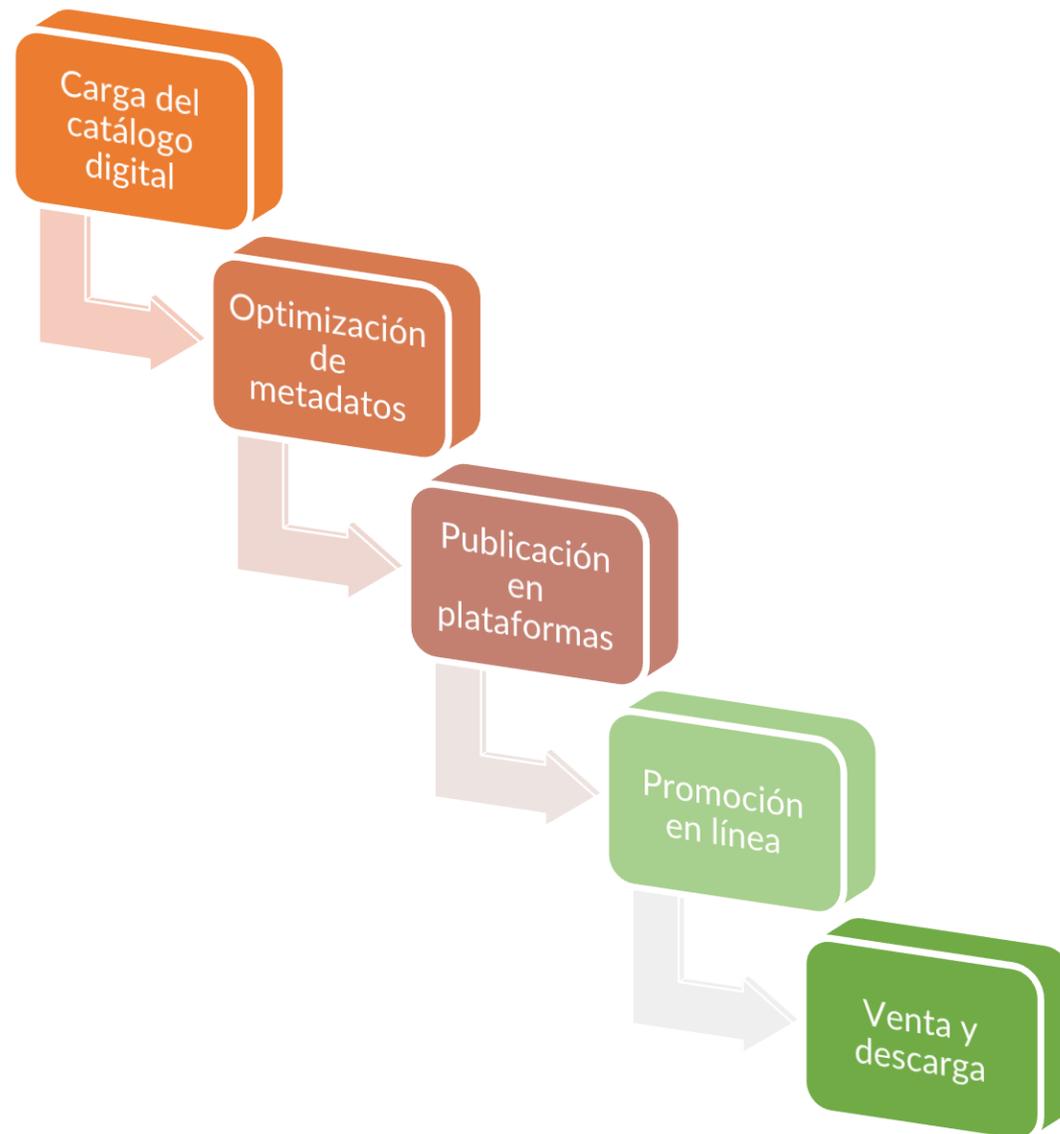
## Proceso de venta directa



## Proceso de venta en librerías



## Proceso en plataformas digitales





EDICIÓN XXXIV  
**BECA JUAN GRIJALBO**  
19 al 25 de octubre de 2025

PATROCINADA POR  Penguin  
Random House  
Grupo Editorial



# GESTIÓN EDITORIAL



Salvo los materiales educativos, los libros, cualquiera que sea el contenedor, no son bienes de consumo básico.

Las empresas editoriales crean un producto y, a la vez, tienen que crear la necesidad de adquirirlos. Una ardua tarea en la que no están solas, ya que diversos actores sociales (autores, bibliotecarios, librerías, promotores de lectura, docentes, ferias del libro, distribuidores, impresores...) se involucran de manera cotidiana en la construcción de una sociedad lectora.

# Cierre conceptual

Dar forma,  
sentido y  
permanencia a  
las ideas: ese es  
el corazón del  
trabajo editorial.

*En papel o en pantalla, la gestión y los procesos editoriales no pueden soslayarse si el interés se centra en la calidad y la importancia de los contenidos.*



# Beca Grijalbo 2025

---

Georgina Adame