BECA
JUAN GRIJALBO

EDICIÓN XXXV

BECA JUAN GRIJALBO

18 al 24 de octubre de 2026

PATROCINADA POR

CANIEM

editamos

Penguin Random House Grupo Editorial



La estructura de una empresa editorial

El orden interno que da vida a los libros.

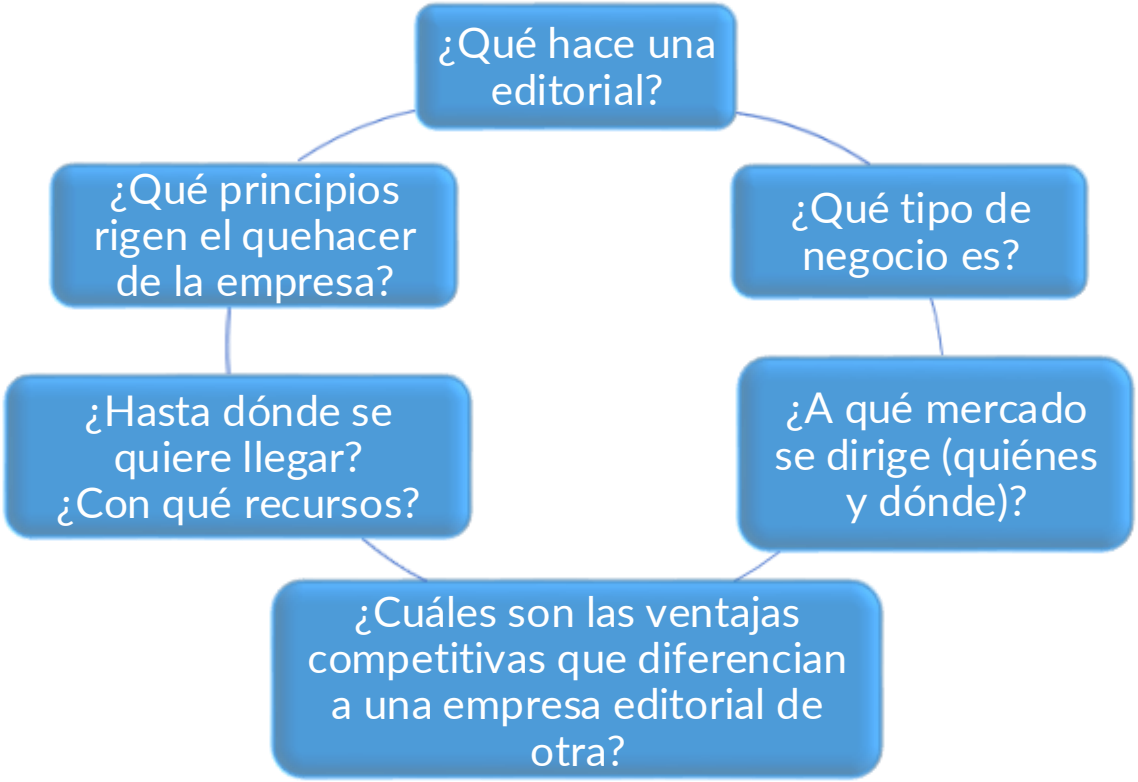
Propósito

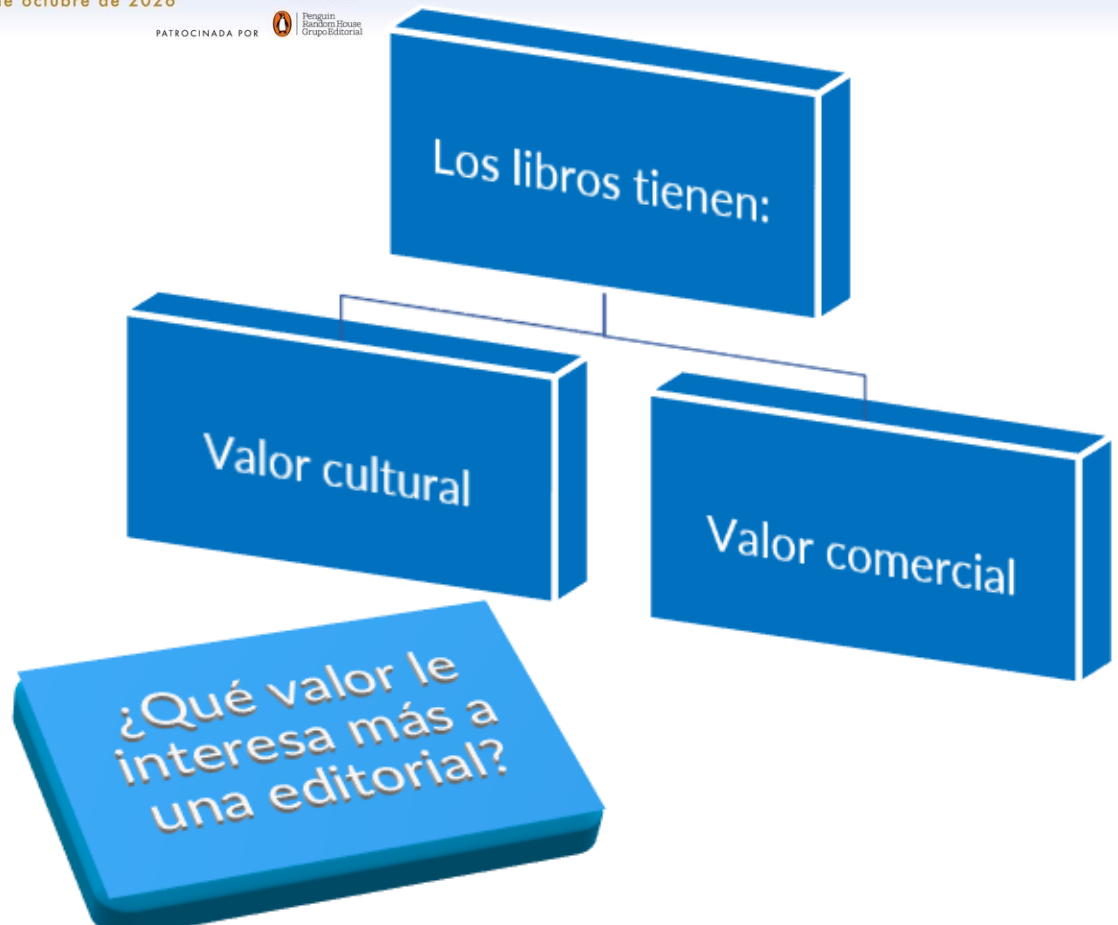


Comprender cómo se organiza una empresa editorial y cómo cada área contribuye al éxito de una publicación.

…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.*

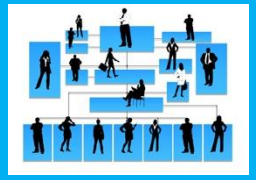
René Julliard. (2015). En: *Esteves, Fernando. Manual de supervivencia para editores del siglo XXI. Ariel. P. 65*


¿Qué hace una editorial?
¿Qué principios rigen el quehacer de la empresa?
¿Qué tipo de negocio es?
¿Hasta dónde se quiere llegar? ¿Con qué recursos?
¿A qué mercado se dirige (quiénes y dónde)?
¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a una empresa editorial de otra?


Los libros tienen:
Valor cultural
Valor comercial
¿Qué valor le interesa más a una editorial?

Modelos de organización

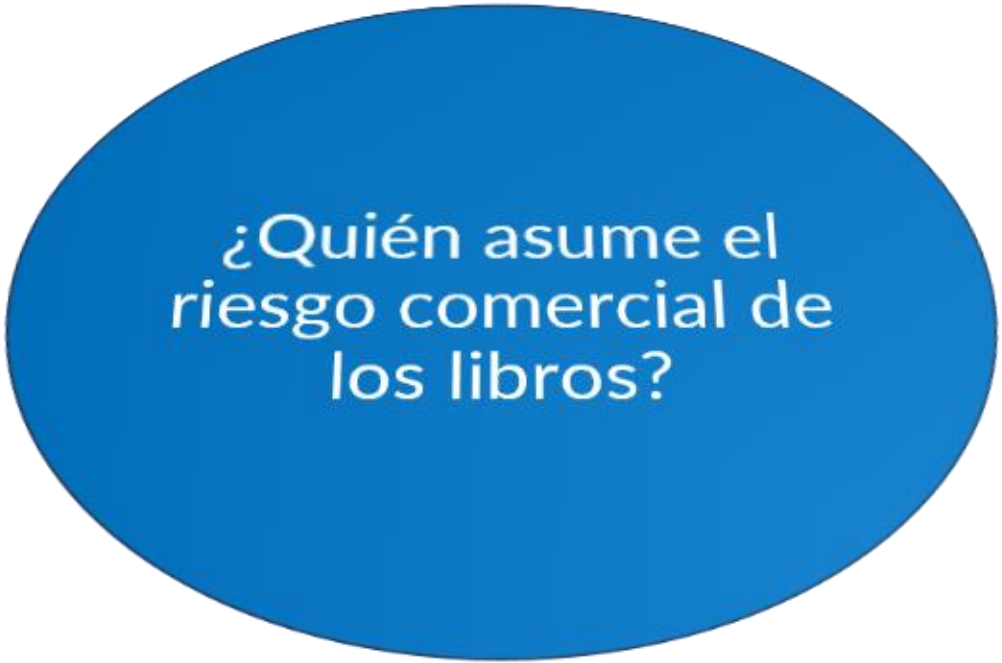
Tradicional
Jerárquico



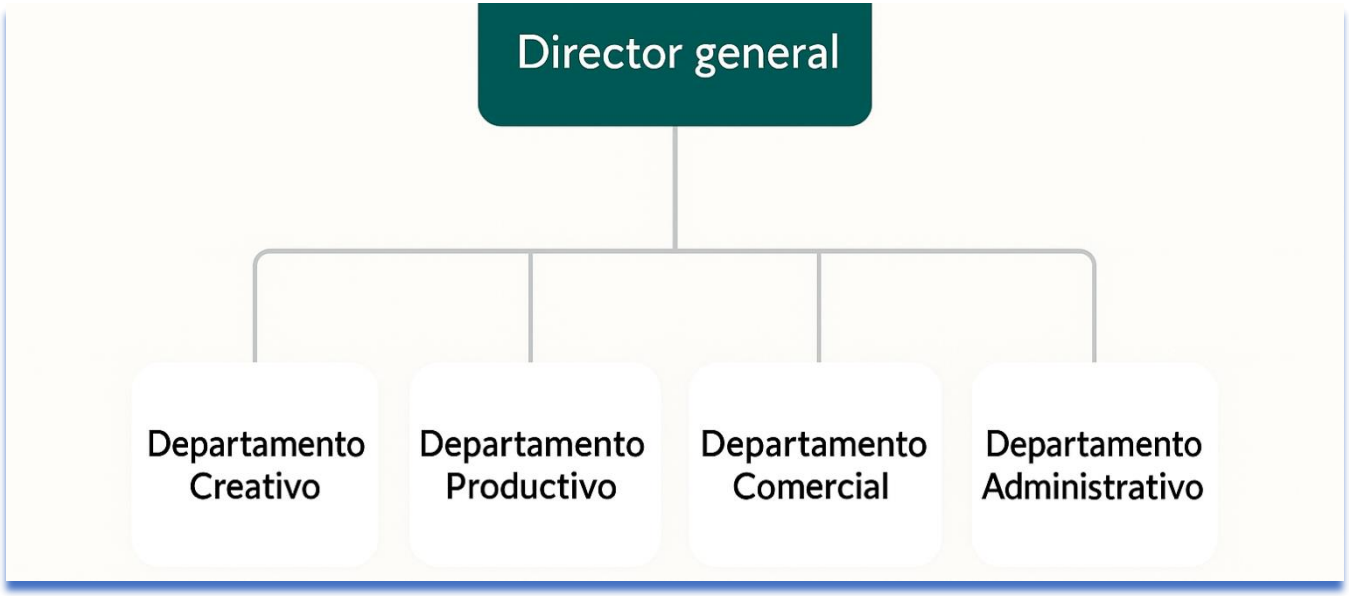
Colaborativo
Horizontal



Híbrido
Combina formalidad y flexibilidad


¿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.


Director general
Departamento Creativo
Departamento Productivo
Departamento Comercial
Departamento Administrativo

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

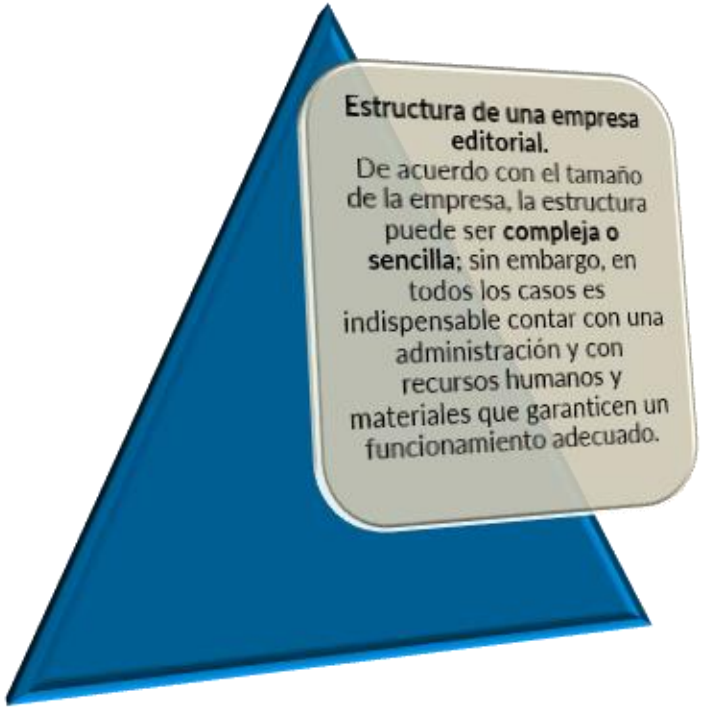


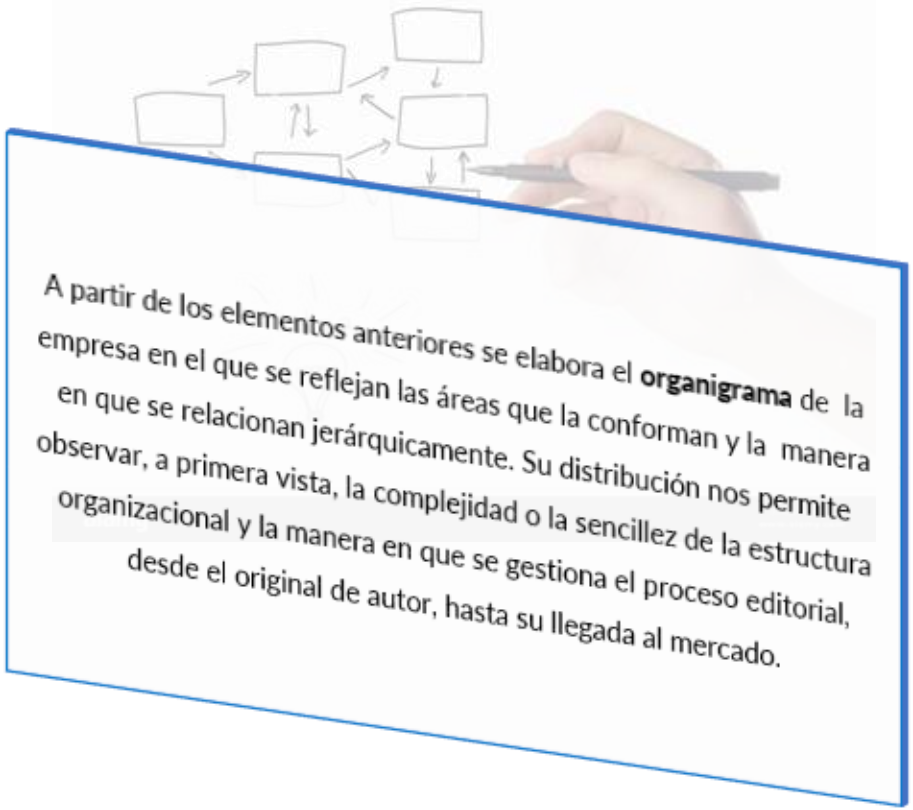
Misión. Es la razón de su existencia. ¿Qué hace? ¿Para qué lo hace? ¿Para quién lo hace?

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.

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.


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.

LA GESTIÓN EDITORIAL

Evaluación del original



Contratación y planeación



Edición y corrección



Promoción y comercialización



Diseño y producción



Distribución y seguimiento



Fase 1: Evaluación del original

Análisis de pertinencia y calidad.



Dictamen editorial.



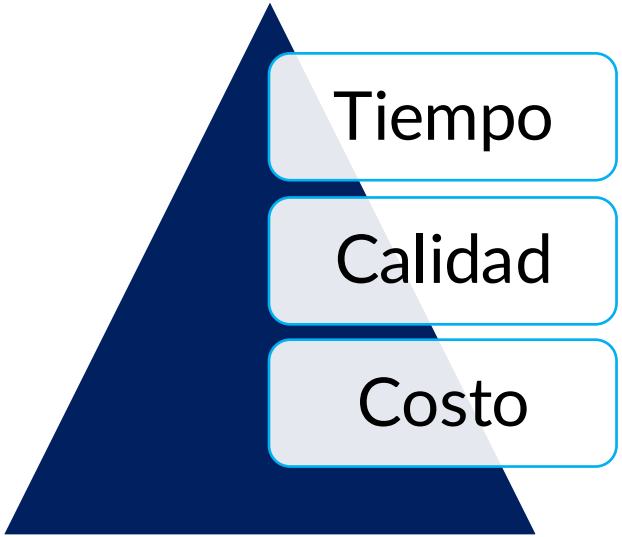
Preguntas clave:

- ¿Vale la pena?
- ¿Tiene potencial?
- ¿Encaja con el catálogo?

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.


¿Qué más?
Manuales que expliquen detalladamente el funcionamiento de cada área y los roles que corresponden a todos y cada uno de los puestos que integran dicha área.
Criterios y normas que determinan los estilos del trabajo editorial, de la revisión de textos y de la imagen de los textos (arte y diseño) determinan la imagen de la empresa en el mercado.
El cuidado editorial, en todas sus dimensiones, es uno de los activos más importantes de una editorial.

Fase 4: Diseño y producción

De la maqueta a la imprenta.

Tipografía, materiales, color y ritmo visual.

La forma también comunica.

La editorial establece el vínculo entre autores y lectores

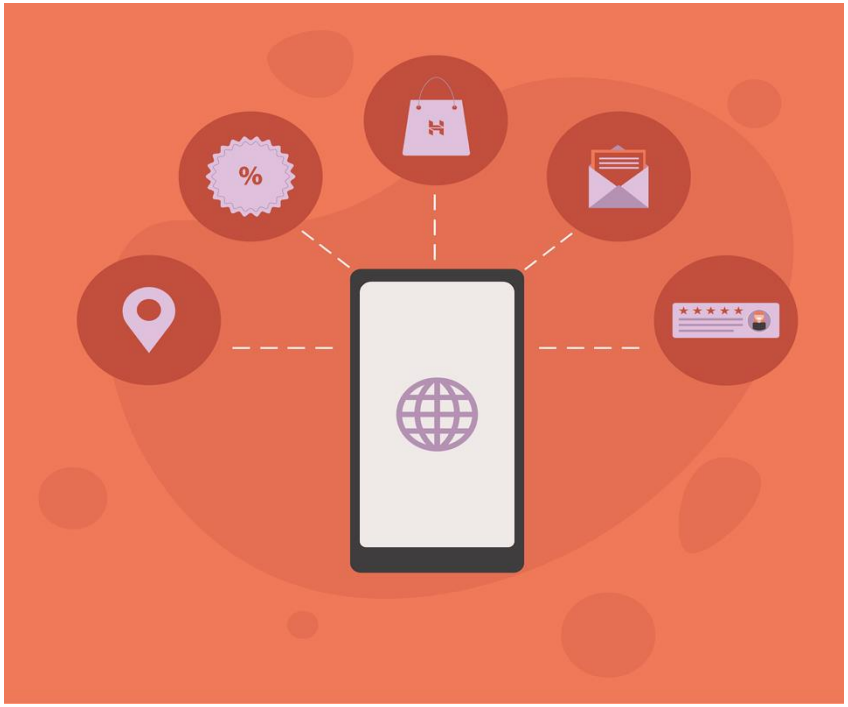
a través de la publicación de materiales impresos, digitales o auditivos.

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

Fase 5: Promoción y comercialización

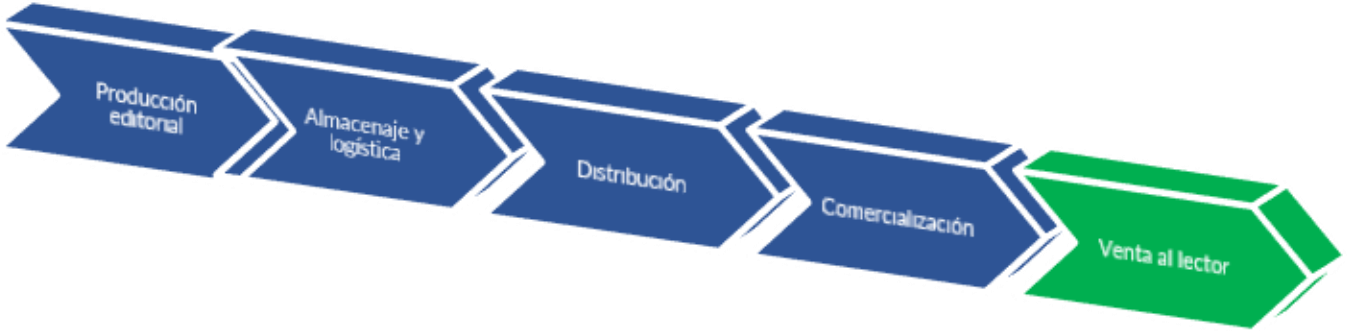
Lanzamientos, reseñas, redes, ferias, alianzas.

Un libro bien hecho pero mal comunicado puede pasar inadvertido.



Fase 6: Distribución y seguimiento

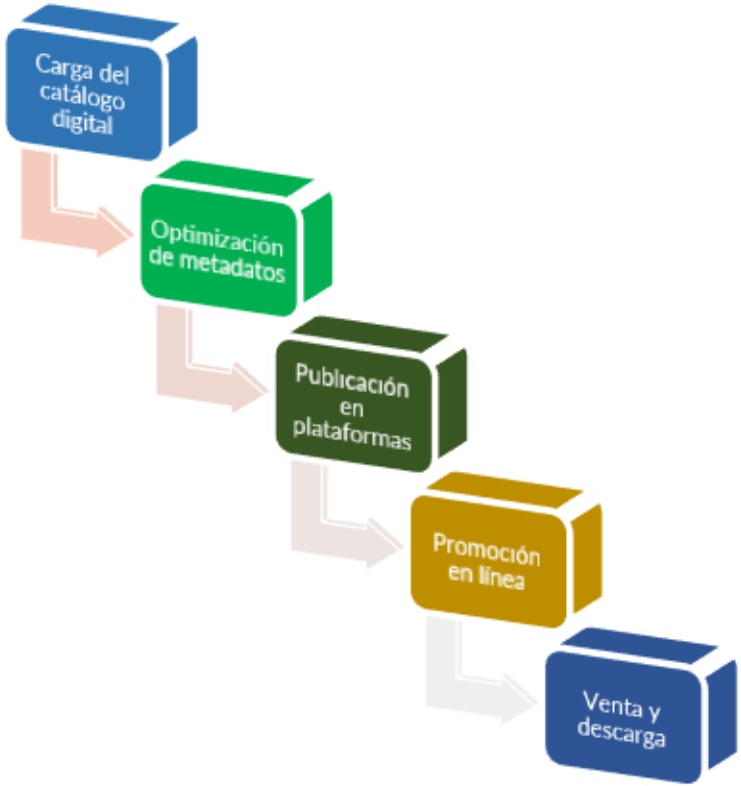
Proceso de venta directa



Proceso de venta en librerías



Proceso en plataformas digitales



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.


¡Gracias!
BECA GRIJALBO
OCTUBRE
2026