UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

DEPARTAMENTO: EDICIÓN

MATERIA: ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA EDITORIAL.

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN: EF

MODALIDAD DE DICTADO: Ajustado a lo dispuesto por REDEC-2024-2526-UBA-DCT#FFYL

PROFESOR/A: GARCIA VENTURINI, Alejandro

CUATRIMESTRE: 2º CUATRIMESTRE 2025

AÑO: 2025

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN
CÓDIGO Nº: 0909
MATERIA: ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA EDITORIAL
MODALIDAD DE DICTADO: Ajustado a lo dispuesto por REDEC-2024-2526-UBA-DCT#FFYL
CARGA HORARIA: 96 HORAS
CUATRIMESTRE Y AÑO: 2º C – 2025

PROFESOR: GARCÍA VENTURINI, ALEJANDRO

EQUIPO DOCENTE:[1]

JTP: MARADEI, PABLO
JTP: TENNER, GABRIELA
Aydte. de 1º: GUTIERREZ, ESTEBAN
Aydte. de 1º: VISENTIN, JUAN Aydte. de 1º: POLONI, NOELIA
Aydte. de 1º: D´AMICO, PAULA

a. **Objetivos:**

Que los alumnos:

- dominen los conceptos básicos de la administración de la empresa editorial; distingan entre distintos tipos de editoriales (comerciales, cooperativas, universitarias, etc.)
- caractericen la empresa editorial a partir de la articulación de sus áreas específicas;
- distingan la lógica del negocio editorial respecto de la de otras actividades económicas;
- sepan utilizar las herramientas necesarias para analizar la viabilidad económica y financiera de un proyecto antes de decidir su publicación pero que también sepan que la viabilidad económica no siempre es lo único a tener en cuenta;
- apliquen las herramientas administrativo-financieras de uso habitual en una editorial, tanto en el desarrollo del negocio como en un proyecto de inversión;
- conozcan los trámites habituales y las instituciones vinculadas al libro (ISBN, Cámara del Libro, Dirección Nacional de Derecho de Autor, Fundación del Libro, Registro de la Propiedad Intelectual, etc.);
- estén capacitados para confeccionar presupuestos de distintos productos (libros físicos, revistas, e-books, etc.) y en distintas modalidades (off-set, por demanda).
- apliquen en distintas áreas de la administración las nuevas tecnologías.

[1] Los/as docentes interinos/as están sujetos a la designación que apruebe el Consejo Directivo para el ciclo lectivo correspondiente.

b. **Contenidos**

Unidad 1: Los costos

Clasificación de los costos: fijos, variables, directos e indirectos. Costeo directo y por absorción. Costos industriales, costo producto unitario, costo directo unitario. Costos totales. Costos de estructura. Costos de impresión por demanda. Los costos globales. Confección de presupuestos en la modalidad "por demanda". El cuadro de resultados. Análisis comparativo de los costos de la impresión en off-set y por demanda. La rentabilidad.

Unidad 2: El escandallo, el punto de equilibrio

- Ingreso editorial
- Descuento y canales de comercialización
- Derechos de autor y anticipos a cuenta de derechos
- Dotación de invendidos: la obsolescencia, deteriorados, otros casos
- Gastos comerciales y promocionales
- Dotación de incobrables
- El margen de contribución unitario y porcentual

El escandallo como herramienta para obtener los márgenes de contribución marginal. El punto de equilibrio en distintos modelos de administración. Resolución gráfica del punto de equilibrio. Punto de equilibrio con rentabilidad o ganancia. Punto de equilibrio de varios títulos. La fijación del precio de venta al público.

Unidad 3: Distintos emprendimientos editoriales

Organizaciones con y sin fines de lucro. Empresas unipersonales, sociedades (de hecho, de responsabilidad limitada, anónimas), cooperativas, fundaciones, editoriales universitarias. Los nombres de fantasía y la razón social. Encuadramiento impositivo: tasas e impuestos nacionales y provinciales por las que son alcanzadas. El libro frente al IVA y los ingresos brutos. Situación frente a la IGJ y a la AFIP. La Ley de fomento del Libro y la Lectura.

Unidad 4: Escuelas de administración

Distintos tipos de escuelas: la Escuela Clásica de Administración: la Escuela de Administración Científica (Taylor), y la Escuela de Administración General (Fayol). La Escuela de las relaciones humanas (Mayo, Munsterberg). Contexto histórico en el que surgen, características de cada una de ellas. Repercusiones de la Teoría de las Relaciones Humanas. Organización de en emprendimiento editorial teniendo en cuenta estas escuelas. El Gantt de Producción. Nuevas tendencias en Administración: La responsabilidad social empresaria, Administración de la calidad, Benchmarking, Reingeniería de procesos, Gestión del conocimiento.

Unidad 5: El libro y el mercado

Los bienes culturales como generadores de beneficio económico. El aspecto cultural y el aspecto empresarial de la administración de una empresa editorial. Bienes homogéneos y heterogéneos. Estructuras desde el vendedor: monopolios, oligopolios, competencia perfecta, competencia monopolística. Estructuras desde el comprador: monopsonios, oligopsonios, competencia perfecta, competencia monopsónica.

- El libro como producto (componentes tangibles e intangibles).
- Economía de mercado. Definiciones básicas (demanda, mercado, competencia, etc.).
- La diferencia entre el libro y otros bienes transables (ciclo de vida útil del libro).
- Mercado, géneros y temáticas (la división del mercado en el ámbito editorial; el público lector).
- La incidencia del producto en la lógica del negocio (decisiones estratégicas).
- Las Cámaras empresarias: la Cámara Argentina del Libro, la Cámara Argentina de Publicaciones).
- Las editoriales independientes, sus características. La Feria del Libro independiente. La Bibliodiversidad.
- El Estado como comprador: Programas de Opción libros, Conabip.
- Historia de las editoriales en la Argentina.

Unidad 6: La toma de decisiones

Modelos de gestión basados en los márgenes de contribución absolutos y porcentual promedios para decidir el curso de acción a seguir sobre un conjunto de títulos publicados. Posibles decisiones: seguir igual, mejorar el marketing, mejorar el margen de contribución, discontinuar la publicación.
Integración del tema con el punto de equilibrio.

Unidad 7: Planificación económica, financiera y productiva

El plan económico. La planilla financiera. Distribución de ingresos y egresos a lo largo del año.
Evaluación de la capacidad económica y financiera de hacer frente a los pagos.
El diagrama de Gantt: distribución de las tareas teniendo en cuanta sus secuencias y la capacidad de pago.

Unidad 8: La administración de la editorial

La cadena productiva

La producción intelectual, el rol de los autores, los agentes literarios La producción material: la preproducción y la producción industrial. La impresión en offset y la impresión por demanda. La distribución y comercialización. Los distintos puntos de venta.
La administración

Conceptos generales de administración aplicados a la empresa editorial. El organigrama de la empresa editorial y la interacción entre las distintas áreas.
La administración de la empresa editorial requiere conocer la dinámica de producción y gestión de su producto. Para ello se tratarán los siguientes temas:

- Edición y arte
- Producción
- Administración
- Marketing; comunicación y prensa
- El comité editorial
- La articulación de las distintas áreas de la organización desde el punto de vista de la administración de los recursos y la consecución del beneficio.
- La coordinación
- El medio editorial: el nicho, la misión

- La organización
- La departamentalización
- La coordinación
- Selección del personal
- El PVP, leyes que lo regulan.
- Distintas modalidades de pago, el cheque: distintas formas de emitirse y posibilidades de uso.

Unidad 9: Identificación de una publicación

El ISBN, ISSN, IBSN, la catalogación en fuente, el formulario de obra publicada, tasas y aranceles. El código Dewey. El registro en la Dirección Nacional del Derecho de autor.

Unidad 10: Las nuevas tecnologías – el mundo virtual

Los e-books: distintos formatos. El escandallo para un e-book: cálculo de los costos. Estudio comparativo del escandallo para un libro físico y un e-book. Características distintivas (fragmentación, fan-fiction, distractores) y los desafíos que generan en el editor los e-book. Google books.

c. **Bibliografía, filmografía y/o discografía obligatoria, complementaria y fuentes, si correspondiera**

Unidad 1

Faga, Héctor y Ramos Mejía, Mariano (1997) *Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables*. Barcelona: Cuadernos Granica.
Pablo Maradei (2022), *Administración Editorial: herramientas útiles,* 2º edición, capítulo 2. FFyL., Buenos Aires.
Material de la cátedra.

Unidad 2

Faga, Héctor y Ramos Mejía, Mariano (1997) *Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables*. Barcelona: Cuadernos Granica.
Pablo Maradei (2014), *Administración Editorial: herramientas útiles,* 2º edición, capítulo 3 y 4. FFyL., Buenos Aires.
Material de la cátedra.

Unidad 3

Material de la cátedra. Estatutos de EUDEBA, estatuto de cooperativas.
Resoluciones de la AFIP y de la IGJ. Normas impositivas.

Unidad 4

Chiavenato, Adalberto (2010), *Introducción a la teoría general de la administración, 7º edición*. México, McGraw-Hill.
Da Silva, Reinaldo O. (2002), *Teorías de la Administración*, México, Thomson Internacional.
Material de la cátedra

Unidad 5

Woll, Thomas (2003), *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*. México: FCE, 2003.

Mochón, Francisco, Becker, Víctor, (2008), *Economía: principios y aplicaciones*. México, McGraw Hill,

AA. VV. (2002), El mundo de la edición de libros, Buenos Aires: Paidós.

Páginas de Internet de las respectivas instituciones:
www.editores.org.ar, www.publicaciones.org.ar.

García, Eustasio, (2000), "Historia de la empresa editorial de la Argentina. Siglo XX." en "*Historia de las empresas editoriales en América Latina. Siglo XX*". CERLALC

Material de la cátedra.

Unidad 6

Pablo Maradei (2014), *Administración Editorial: herramientas útiles,* 2º edición, capítulo 5. FFyL., Buenos Aires.

Material de la cátedra

Unidad 7

Woll, Thomas (2003), *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*. México: FCE, 2003.

Pablo Maradei (2014), *Administración Editorial: herramientas útiles,* 2º edición, capítulo 6, FFyL., Buenos Aires.

Material de la cátedra.

Unidad 8

Pablo Maradei (2014), *Administración Editorial: herramientas útiles,* 2º edición, capítulo 1, FFyL., Buenos Aires.

Woll, Thomas (2003), *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*. México: FCE, 2003.

Chiavenato, Adalberto (2010), *Introducción a la teoría general de la administración, 7º edición*. México, McGraw-Hill.

De Sagastizábal, Leandro y Esteves Fros, Fernando (Comp.), (2002). *El mundo de la edición de libros.* Buenos Aires. Paidós.

Chiavenato, Idalberto, (2001). *Administración, Proceso Administrativo*, 3º Edición. México DF. Mc Graw-Hill.

Mintzberg, Henry, (2001), *Diseño de las organizaciones eficientes*, El Ateneo, Buenos Aires.

Instructivos del Banco Central.

www.clientebancario.cl/clientebancario/cuentas-corrientes-5

Material de la cátedra.

Unidad 9

Formularios de la Cámara del Libro

Formularios de la Dirección Nacional de derecho de Autor.

Formularios del Centro Argentino de Información Científica y Tecnológica.

www.librosar.com.ar

Unidad 10

Material de Cátedra

www.books.google.com/

Bibliografía sugerida

Aguilar Muñoz, Manuel (1964), *Una experiencia editorial*. Madrid, Aguilar.

Barvo, Carmen (1996), *Manual de edición. Guía para autores, editores, correctores de estilo y diagramadores*. Santa Fe de Bogotá: CERLALC.

Dahl, Svend (1999), *Historia del libro*. Madrid: Alianza.

Dickey, Ferry (1994), *Cómo elaborar un presupuesto*. Grupo Editorial Iberoamérica.

Faga, Héctor y Ramos Mejía, Mariano (2000), *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. Buenos Aires: Cuadernos Granica.

Handscombe, Richard (1992), *El jefe de producto*. Mc. Graw Hill/Interamericana de España.

Mangada Sanz, Alfonso (1998), *Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Pirámide.

Romero Romero, Álvaro (1993), *Técnicas de investigación editorial*. Santa Fe de Bogotá: CERLALC.

Smith, Datus (1991), *Guía para la publicación de libros*. Universidad de Guadalajara.

Terragno, Danila y Lecuona, María Laura (1999), *Cómo armar un plan de negocios*. Buenos Aires: Coyuntura.

Unseld, Siegfried, *El autor y su editor*. Madrid: Taurus

Unwin, Sir Stanley (1964), *La verdad sobre el negocio editorial*. Segunda edición corregida y aumentada. Barcelona: Juventud.

Vázquez, Juan Carlos (2000), *Costos*. Buenos Aires, Aguilar.

Cole, David (2003), *Marketing editorial: la guía*. México: FCE.

a. **Organización del dictado de la materia:**

La materia se dicta en modalidad presencial atendiendo a lo dispuesto por REDEC-2024-2526-UBA-DCT#FFYL la cual establece pautas complementarias para el dictado de las asignaturas de grado durante el Ciclo Lectivo 2025.

Materia de grado (Bimestrales, Cuatrimestrales y Anuales):
Las materias de grado pueden optar por dictar hasta un treinta por ciento (30%) de sus clases en modalidad virtual. El dictado virtual puede incluir actividades sincrónicas y asincrónicas. El porcentaje de virtualidad adoptado debe ser el mismo para todas las instancias de dictado (clases teóricas, clases prácticas, clases teórico-prácticas, etc.). Además del porcentaje de virtualidad permitida, aquellas materias de grado que tengan más de 350 estudiantes inscriptos/as y no cuenten con una estructura de cátedra que permita desdoblar las clases teóricas, deberán dictar en forma virtual sincrónica o asincrónica la totalidad de las clases teóricas. En caso de requerir el dictado presencial de la totalidad o una parte de las clases teóricas, estas materias podrán solicitar una excepción, que será analizada por el Departamento correspondiente en articulación con la Secretaría de Asuntos Académicos a fin de garantizar las mejores condiciones para la cursada.

El porcentaje de virtualidad y el tipo de actividades a realizar se informarán a través de la página web de cada carrera antes del inicio de la inscripción.

- **Carga Horaria:**

Materia Cuatrimestral: La carga horaria mínima es de 96 horas (noventa y seis) y comprenden un mínimo de 6 (seis) y un máximo de 10 (diez) horas semanales de dictado de clases.

b. **Organización de la evaluación:**

OPCIÓN 1
Régimen de promoción con EXAMEN FINAL (EF) Establecido en el Reglamento Académico (Res. (CD) Nº 4428/17.
Regularización de la materia: Es condición para alcanzar la regularidad de la materia: -asistir al 75% de las clases de trabajos prácticos o equivalentes; - aprobar 2 (dos) instancias de evaluación parcial (o sus respectivos recuperatorios) con un mínimo de 4 (cuatro) puntos en cada instancia. Las 2 instancias serán calificadas siguiendo los criterios establecidos en los artículos 39º y 40º del Reglamento Académico de la Facultad. Quienes no alcancen las condiciones establecidas para el régimen con EXAMEN FINAL deberán reinscribirse u optar por rendir la materia en calidad de libre. **Aprobación de la materia**: La aprobación de la materia se realizará mediante un EXAMEN FINAL en el que deberá obtenerse una nota mínima de 4 (cuatro) puntos.

Se dispondrá de **UN (1) RECUPERATORIO** para aquellos/as estudiantes que:
- hayan estado ausentes en una o más instancias de examen parcial;
- hayan desaprobado una instancia de examen parcial.

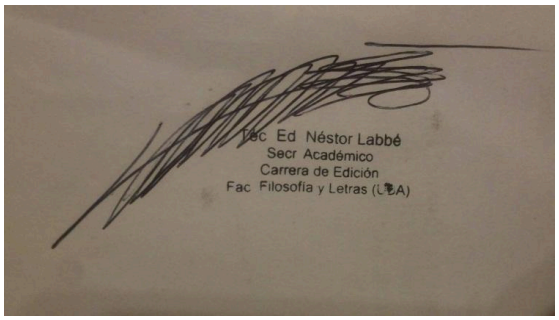
La desaprobación de más de una instancia de parcial constituye la pérdida de la regularidad y el/la estudiante deberá volver a cursar la materia.
Cumplido el recuperatorio, de no obtener una calificación de aprobado (mínimo de 4 puntos), el/la estudiante deberá volver a inscribirse en la asignatura o rendir examen en calidad de libre. La nota del recuperatorio reemplaza a la nota del parcial original desaprobado o no rendido.
La corrección de las evaluaciones y trabajos prácticos escritos deberá efectuarse y ser puesta a disposición del/la estudiante en un plazo máximo de 3 (tres) semanas a partir de su realización o entrega.

VIGENCIA DE LA REGULARIDAD:
Durante la vigencia de la regularidad de la cursada de una materia, el/la estudiante podrá presentarse a examen final en 3 (tres) mesas examinadoras en 3 (tres) turnos alternativos no necesariamente consecutivos. Si no alcanzara la promoción en ninguna de ellas deberá volver a inscribirse y cursar la asignatura o rendirla en calidad de libre. En la tercera presentación el/la estudiante podrá optar por la prueba escrita u oral.
A los fines de la instancia de EXAMEN FINAL, la vigencia de la regularidad de la materia será de 4 (cuatro) años. Cumplido este plazo el/la estudiante deberá volver a inscribirse para cursar o rendir en condición de libre.

RÉGIMEN TRANSITORIO DE ASISTENCIA, REGULARIDAD Y MODALIDADES DE EVALUACIÓN DE MATERIAS: El cumplimiento de los requisitos de regularidad en los casos de estudiantes que se encuentren cursando bajo el Régimen Transitorio de Asistencia, Regularidad y Modalidades de

Evaluación de Materias (RTARMEM) aprobado por Res. (CD) Nº 1117/10 quedará sujeto al análisis conjunto entre el Programa de Orientación de la SEUBE, los Departamentos docentes y el equipo docente de la materia.

Firma:



Aclaración: Alejandro E. García Venturini

Cargo: Profesor Adjunto a cargo