

Manual del Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad

Editorial Universitaria

ÍNDICE

MANUAL DEL SISTEMA INTERNO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EDITORIAL UNIVERSITARIA

Introducción	5
Objeto del manual	5
Alcance	6
Objetivos del SIAC de la Editorial Universitaria	6
Documentación de referencias del SIAC de la Editorial Universitaria	6
Definiciones	7
Reseña histórica de la Editorial Universitaria	10
Estructura orgánica	12
Misión	12
Visión	12
Principios y valores	14
Mapa de Procesos	14
Descripción de los Procesos	16
Grupo de interés	21
Rendición de cuentas	23
Bibliografía	24

INTRODUCCIÓN

El presente *Manual del Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad* de la Editorial Universitaria tiene como objetivo proporcionar una guía integral que refleja la misión, visión y objetivos estratégicos que orientan nuestro compromiso con la excelencia en la producción y publicación científica y cultural. Este manual, fruto de nuestro compromiso constante con la mejora continua, busca ofrecer una visión detallada de los procesos que componen nuestro Sistema de Gestión Editorial, cuyo propósito es garantizar la calidad y el impacto positivo de nuestras publicaciones.

El objetivo a través de la comprensión y la implementación de este Sistema de Aseguramiento de la Calidad es fortalecer nuestra posición como líderes en la difusión de investigaciones académicas de alto nivel y contribuir al enriquecimiento del acervo cultural y científico. Este manual no solo establece las directrices generales de nuestra operación, sino que también desglosa en detalle cada proceso que conforma nuestro riguroso Sistema de Gestión Editorial, asegurando así la transparencia, la consistencia y la eficiencia en todas nuestras actividades.

A medida que avanzamos hacia el futuro, reafirmamos nuestro compromiso con la calidad y la excelencia en la publicación académica. Este manual es una herramienta esencial para garantizar que nuestros esfuerzos estén alineados con los más altos estándares, cumpliendo con nuestra misión de difundir el conocimiento y fomentar el desarrollo intelectual en el ámbito universitario y el público en general.

OBJETO DEL MANUAL

Proporcionar una guía completa que establezca los principios de gestión de calidad, describa la misión, visión y objetivos estratégicos de la editorial, detalle los procesos editoriales, establezca estándares de calidad, defina responsabilidades y procedimientos, ofrezca recursos útiles, fomente la mejora continua y sirva como referencia para garantizar la calidad y eficiencia en la producción y publicación científica y cultural.

ALCANCE

Abarca todas las actividades relacionadas con la producción y publicación de conocimiento académico. Esto incluye la recepción y selección de manuscritos, revisión por pares, edición, diseño, impresión, distribución y promoción de publicaciones. Asimismo, el alcance del manual se extiende a todas las áreas de la Editorial, desde el personal interno hasta los colaboradores externos y partes interesadas involucradas en el proceso editorial garantizando la calidad y eficiencia en cada etapa de producción y, además, contribuyendo a la misión de la Editorial de difundir el conocimiento académico de alta calidad.

OBJETIVOS DEL SIAC DE LA EDITORIAL UNIVERSITARIA

- Mantener altos estándares de calidad en la producción y edición de publicaciones, asegurando la precisión, claridad y relevancia de los contenidos para consolidar la reputación de la Editorial.
- Desarrollar estrategias efectivas de distribución y promoción para llegar a un público más amplio a nivel nacional e internacional, aumentando la visibilidad de las publicaciones.
- Medir y evaluar el impacto de las publicaciones en la comunidad académica y la sociedad en general, utilizando métricas y análisis de retroalimentación para garantizar que las publicaciones cumplan con su propósito de contribuir al conocimiento y la cultura.

DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIAS DEL SIAC DE LA EDITORIAL UNIVERSITARIA

- Ley Orgánica de la UNAH
- Política de Cultura
- Normas Académicas
- Manual de organización y funcionamiento de las Comisiones editoriales de Facultades o CUR y de las subcomisiones editoriales de las escuelas o departamento
- Manual de publicación, difusión y comunicación de la investigación

científica y tecnológica de la UNAH

- Acuerdo 09-2012-JDU-UNAH
- Reglamento de Propiedad Intelectual de la UNAH
- Manual de gestión de los derechos de autor y derechos conexos en la UNAH
- Ley del Derecho de Autor y de los Derechos Conexos
- Reglamento de la Ley de Contratación del Estado
- Manual del Sistema Interno del Aseguramiento de la Calidad (MSIAC)

DEFINICIONES

- **Autor:** es la persona que crea y escribe el contenido de una obra, como un libro, un artículo, un ensayo o cualquier otro tipo de publicación. El autor es quien tiene la autoría intelectual y creativa de la obra, y es reconocido como el responsable de la creación del contenido.
- **Consejo editorial:** es un grupo de expertos y profesionales en un determinado campo que se reúnen para asesorar y supervisar el contenido de una publicación, ya sea un periódico, revista, libro u otra forma de medio de comunicación. El propósito principal del consejo editorial es garantizar la calidad y la relevancia del contenido que se publica.
- **Consignación:** es una estrategia en la que un fabricante o proveedor entrega productos a un minorista, pero estos productos no se consideran vendidos hasta que el minorista efectivamente vende al consumidor final.
- **Corrección de estilo:** es el proceso de revisar y mejorar el estilo de escritura de un texto antes de su publicación. Esta etapa se encarga de pulir y perfeccionar la expresión lingüística, asegurando que el texto sea claro, coherente, conciso y efectivo en su comunicación. Se revisan aspectos como claridad, fluidez, coherencia, redacción, estilo, uso de figuras retóricas, eliminación de redundancias, entre otros.
- **Corrección ortotipográfica:** es el proceso de revisar y corregir los errores ortográficos y tipográficos en un texto antes de su publicación. Esta etapa se encarga de garantizar la precisión y coherencia en la escritura, así como de asegurar que se sigan las normas y convenciones tipográficas establecidas. Se revisan aspectos como ortografía, puntuación, el uso de mayúsculas y minúsculas, la concordancia nominal, el uso de abreviatu-

ras y siglas, las citas y referencias, la numeración y notación, entre otros.

- **Corrector:** es el encargado de revisar y corregir textos antes de su publicación. Su tarea principal es garantizar la calidad lingüística y gramatical del contenido, así como verificar que se sigan las normas ortográficas, gramaticales y tipográficas establecidas.
- **Derechos de autor:** son un conjunto de derechos legales que protegen las obras creativas o intelectuales de los autores. Estos derechos les otorgan a los creadores el control y la propiedad sobre sus obras, permitiéndoles decidir cómo se utiliza, se reproduce y se distribuye su trabajo.
- **Derechos patrimoniales:** son una parte fundamental de los derechos de autor y se refieren a los derechos económicos y de explotación que corresponden al autor o titular de los derechos sobre una obra creativa o intelectual. Estos derechos le permiten al autor obtener beneficios económicos de su obra y controlar su uso comercial.
- **Derechos morales:** son una parte importante de los derechos de autor y se refieren a los derechos no económicos e inalienables que corresponden al autor o creador de una obra creativa o intelectual. Estos derechos protegen la relación entre el autor y su obra, y buscan salvaguardar su reputación, integridad y vínculo emocional con el trabajo.
- **Diseñador editorial:** es el profesional encargado de dar forma visual al contenido de una publicación, ya sea impresa o digital. Su principal función es organizar y estructurar los elementos del texto, las imágenes y otros elementos visuales en una composición estética y funcional. El diagramador trabaja en colaboración con el editor, el diseñador gráfico y otros profesionales involucrados en la producción de la publicación. Su objetivo es crear un diseño atractivo y legible, cuidando la armonía visual, la jerarquía de la información y la experiencia de lectura del público objetivo.
- **Distribución:** es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial.
- **Edición:** en el ámbito editorial, se refiere a las etapas de revisión y mejora de un manuscrito con el objetivo de prepararlo para su publicación. El proceso de edición puede variar dependiendo de la editorial y del tipo de obra, pero generalmente implica las siguientes etapas: 1) Edición de contenido, 2) Edición de estilo, 3) Diseño editorial y 4) Revisión final y preparación para la publicación.

- **Editor jefe:** es el responsable máximo del área editorial y tiene la autoridad para tomar decisiones finales sobre los contenidos que serán publicados. Su función principal es supervisar y coordinar todo el proceso editorial, desde la adquisición de manuscritos hasta la producción y la publicación final de los libros u otras publicaciones.
- **Editorial Universitaria:** es una entidad o departamento dentro de una institución académica que se dedica a la publicación de libros, revistas y otros materiales relacionados con la investigación, la enseñanza y el aprendizaje en el ámbito universitario.
- Las editoriales universitarias se enfocan en la difusión de conocimiento académico y científico producido por profesores, investigadores y estudiantes de la propia institución, así como de autores externos que contribuyen al avance del conocimiento en diferentes disciplinas. Estas suelen tener una orientación académica y buscan mantener altos estándares de calidad en sus publicaciones. Por lo general, publican trabajos de investigación, monografías, manuales, ensayos, tesis doctorales y otros materiales que contribuyen al desarrollo intelectual y educativo.
- **Investigación de mercados:** es una técnica para la recopilación de datos sobre los consumidores para poder tomar mejores decisiones. En este sentido, dirige el diseño de los métodos que se utilizarán para los procesos de mercadeo de una empresa.
- **Impresión digital:** se refiere al proceso de reproducción de libros, revistas u otros materiales impresos utilizando tecnología digital en lugar de los métodos tradicionales de impresión. En lugar de utilizar placas de impresión o pantallas, directamente se utiliza un archivo digital para imprimir el contenido.
- **Impresión offset:** es un método tradicional de impresión en el que se utiliza una placa metálica para transferir tinta a un rodillo de caucho y, posteriormente, a la superficie de impresión, ya sea papel u otro material. Es el método de impresión más comúnmente utilizado en la industria gráfica para la producción de libros, revistas, folletos, catálogos y otros materiales impresos en grandes cantidades.
- **Licitación pública:** es un proceso mediante el cual una entidad gubernamental o una organización del sector público solicita propuestas u ofertas de diferentes proveedores o contratistas para la adquisición de bienes, servicios u obras. Este proceso se lleva a cabo de manera trans-

parente y abierta, permitiendo que cualquier empresa que cumpla con los requisitos establecidos pueda participar. La elección del proveedor se basa generalmente en criterios objetivos como el precio más bajo o la mejor relación calidad-precio, y es regulada por leyes gubernamentales.

- **Licitación privada:** es un proceso similar al de la licitación pública, pero, en este caso, la convocatoria y selección de proveedores se realiza de manera más selectiva, a menudo invitando a un número limitado de proveedores de confianza o preseleccionados a presentar sus ofertas. La elección del proveedor puede basarse en criterios más flexibles: como la relación comercial previa o la experiencia del proveedor. Este tipo de licitación suele estar sujeto tanto a políticas internas de la organización y como por leyes gubernamentales.
- **Manuscrito:** se refiere a un texto escrito a mano o mecanografiado que un autor envía a una editorial para su consideración y posible publicación. Estos manuscritos son los originales de una obra literaria, científica, académica o creativa que aún no ha sido publicada.
- **Maquetación:** se refiere al proceso de dar formato y estructurar visualmente el contenido de un libro, revista, periódico u otro tipo de publicación impresa o digital. Tiene como objetivo organizar el contenido de manera estética y funcional, creando un diseño atractivo y legible.
- **Venta:** es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo es vender lo que se hace en lugar de lo que el mercado desea. Se pretende incentivar a clientes potenciales para la compra de los productos.

RESEÑA HISTÓRICA DE LA EDITORIAL UNIVERSITARIA

En este apartado se presenta una definición del quehacer de la Editorial. Posteriormente, se realiza un esbozo general de la historia de la Editorial desde su creación hasta la actualidad.

La Editorial Universitaria es la unidad encargada de difundir el conocimiento y la cultura producidos dentro y fuera de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), mediante la publicación de textos en distintos formatos, para ponerlos al alcance de la comunidad universitaria, la sociedad hondureña y la colectividad centroamericana e internacional, en condiciones óptimas de cantidad, calidad, pertinencia y precio.

El Departamento Editorial y de Publicaciones de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) fue fundado en marzo de 1958 por Óscar Acosta junto a Edmond Bográn y Lisandro Gálvez, rector en ese entonces. Los libros *El arca* y *Poesía menor*, de Acosta, fueron publicados con este sello editorial.

Con más de sesenta y tres años de servicio, la Editorial ha desempeñado un papel notable en la construcción del acervo científico, humanístico y literario del país. Se han reproducido obras de talentosos hondureños como Ramón Rosa, Antonio R. Vallejo, Froylán Turcios, Lucila Gamero de Medina, Rafael Heliodoro Valle, Medardo Mejía y Ramón Oquelí, entre otros.

El Departamento Editorial comenzó publicando una serie de cuadernos universitarios, entre ellos: *La pintura en Honduras*, del diplomático español Luis Mariñas Otero; *Capítulos provisionales sobre Paulino Valladares*, del escritor olanchano Medardo Mejía; *La Ley Orgánica de la UNAH*; *Valle y la economía política*, de Pedro Pineda Madrid; y *Cartas inéditas*, de José Cecilio del Valle, recopiladas por el genealogista hondureño don Juan Valladares Rodríguez.

A comienzos de los años setenta, el escritor Longino Becerra ejerció como administrador de la Editorial. En diciembre de 1972, el Claustro Pleno Universitario la consagra legalmente con el nombre «Editorial Universitaria».

Desde 1981, la Editorial Universitaria publicó de veinticuatro a treinta textos anuales, para 1998 se habían publicado alrededor de quinientos libros; este es un precedente para la historia bibliográfica de Honduras.

Desde 1993 hasta 2010, la Editorial fue dirigida por Segisfredo Infante. Bajo su gestión se publicaron textos como el boletín literario-informativo *18-Conejo*, la revista histórico-literaria *Caxa Real*; además de diversos libros. En este tiempo y por decisión de las autoridades, la Editorial cesó sus labores de imprenta. Las máquinas y demás materiales que se usaron para imprimir libros están guardados en las instalaciones de la Editorial.

Desde el 2011 hasta el 2016, Rubén Darío Paz fue el director de la Editorial. Además de la edición e impresión de libros, se realizaron actividades relacionadas con el macroproyecto SEALO. En el marco de la Reforma Integral de la UNAH, la Editorial Universitaria inició una nueva etapa.

Desde el 2017 hasta el 2022, Evaristo López Rojas fue director de la unidad. Actualmente, es dirigida por Carlos Ordóñez. En la actual gestión, la Editorial ha continuado el proceso de optimización de cada proceso, la regulación del proceso editorial con estándares internacionales y la utilización de tecnología de la información que permita mejorar el desempeño.

ESTRUCTURA ORGÁNICA

En 2012, a través del acuerdo número 09-2012-JDU-UNAH, la Junta de Dirección Universitaria estableció una nueva estructura orgánica para la Editorial Universitaria de la UNAH. Esta estructura incluyó un Consejo Editorial, un director, un Departamento Editorial, un Departamento de Licitaciones y Contratos y un Departamento de Distribución y Comercialización, según se especifica en el quinto apartado del acuerdo. Además, en el duodécimo apartado del mismo acuerdo, se determinó que la función de impresión ya no sería responsabilidad de la Editorial Universitaria. Esta decisión llevó a la necesidad de reformular la estructura organizativa previamente en uso, con el objetivo de cumplir con las funciones requeridas para el desarrollo de la Editorial.

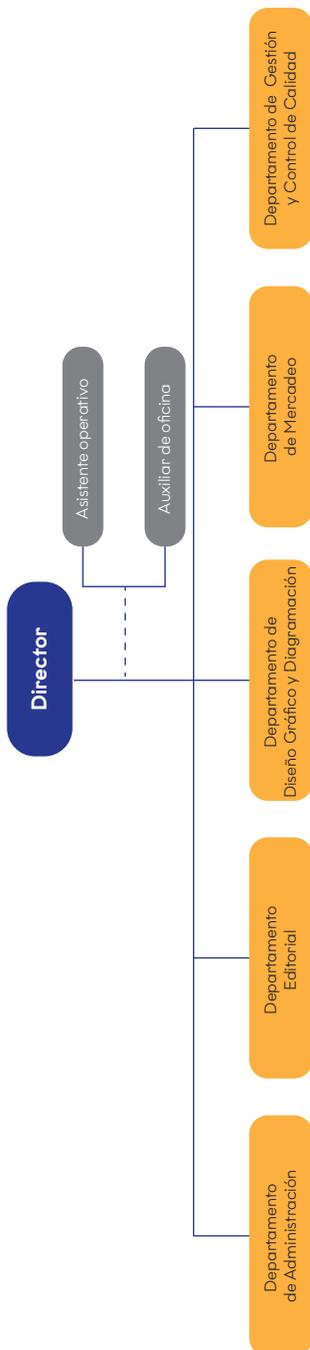
Como resultado, la Editorial ahora se compone de un director, un asistente operativo, un auxiliar de oficina, un Departamento de Edición encabezado por un editor en jefe a cargo de cuatro correctores de estilo, un Departamento de Diseño y Diagramación con cuatro diseñadores, un Departamento de Administración dirigido por un administrador, un Departamento de Mercadeo con dos mercadólogos y un Departamento de Control y Gestión de Calidad con un especialista en gestión de la calidad. Esta nueva estructura se ha diseñado para garantizar un funcionamiento más eficiente y efectivo de la Editorial Universitaria.

MISIÓN

Difundir conocimiento, investigación y cultura a través de publicaciones de calidad para enriquecer la comunidad universitaria y la sociedad en general.

VISIÓN

Consolidarnos como una editorial universitaria sólidamente establecida, reconocida por nuestro impacto en la excelencia académica mediante la amplia difusión del conocimiento, la investigación y la cultura, tanto a nivel nacional como internacional.



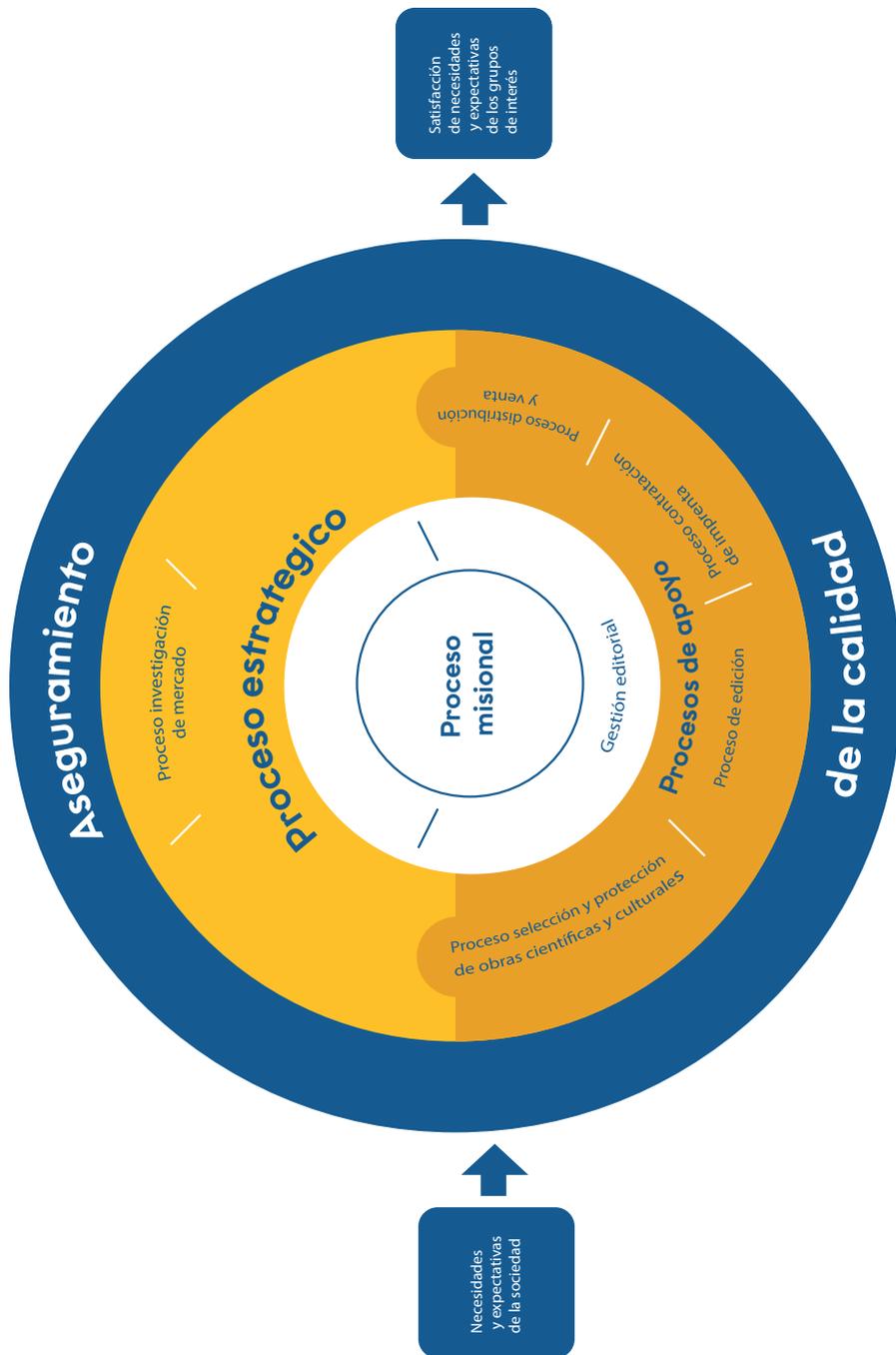
PRINCIPIOS Y VALORES

- **Calidad:** compromiso con la excelencia en la producción y edición de publicaciones, asegurando que cumplan con los más altos estándares académicos y editoriales.
- **Integridad:** actuar con ética y transparencia en todas las operaciones y relaciones con autores, colaboradores y lectores.
- **Innovación:** fomentar la adopción de nuevas tecnologías y enfoques editoriales para mantenerse al día con las tendencias y necesidades cambiantes en el mundo editorial.
- **Accesibilidad:** asegurar que las publicaciones estén disponibles y sean accesibles tanto para la comunidad universitaria como para el público en general, promoviendo una difusión efectiva del conocimiento.
- **Colaboración:** establecer alianzas estratégicas con instituciones académicas, autores y otros colaboradores para enriquecer la oferta editorial y promover un intercambio de conocimientos.
- **Impacto:** medir y evaluar el impacto de las publicaciones en la comunidad académica y la sociedad en general, con el objetivo de garantizar que contribuyan significativamente al conocimiento y la cultura.
- **Diversidad:** fomentar la publicación de investigaciones y obras que abarquen una variedad de disciplinas y enfoques para enriquecer el acervo cultural y científico.
- **Compromiso con la comunidad:** contribuir al desarrollo educativo y cultural de la sociedad a la que sirve, promoviendo la difusión de conocimiento e investigación de alta calidad.

MAPA DE PROCESOS

La Editorial Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras ha desarrollado un mapa de procesos que identifica todas las actividades relacionadas con el alcance del Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad (SIAC) y sus interconexiones. Este enfoque tiene como objetivos:

- Facilitar la comprensión y el cumplimiento de los requisitos del SIAC.
- Establecer metas alineadas con los objetivos de la UNAH.



- Obtener y analizar los resultados de cada proceso.
- Mejorar de manera continua los procesos mediante el seguimiento, la supervisión y la evaluación.
- Medir indicadores de calidad con el fin de garantizar estándares óptimos en nuestras publicaciones.

DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS

Proceso de gestión editorial

El proceso editorial abarca varias etapas. En primer lugar, se lleva a cabo la selección y edición de libros y documentos que cumplen con estándares de calidad académica y relevancia. En este proceso, se presta especial atención a la protección de los derechos de autor, contando con el apoyo de Asesoría Legal y la Dirección de Investigación Científica, Humanística y Tecnológica (DICIHT).

Además, se realiza un análisis de mercado para determinar la viabilidad comercial de cada obra. Este estudio de mercado se efectúa a través del Departamento de Mercadeo.

Una vez seleccionados y editados, se procede a la contratación de servicios de impresión y cualquier tecnología necesaria para la publicación. Esta gestión la realizan los Departamentos de Administración y de Gestión de la Calidad de la Editorial.

La fase de publicación y distribución de las obras editadas recae en el Departamento de Mercadeo de la Editorial, asegurando que las obras lleguen al público de manera eficaz.

Por último, el proceso editorial se somete a acciones de mejora continua, supervisadas por el Departamento de Gestión de la Calidad, con el propósito de optimizar la eficiencia y la calidad en la producción y publicación de obras. De esta manera, se garantiza que los libros y documentos publicados bajo el sello de la Editorial cumplan con los más altos estándares académicos, sean comercialmente viables y estén disponibles para el público de manera eficiente y efectiva.

Proceso de selección y protección de obras

El proceso de recepción y selección de manuscritos involucra diversas etapas

que son fundamentales para garantizar la calidad y pertinencia de las obras que se considerarán para su publicación bajo el sello de la institución.

En primer lugar, se lleva a cabo la recepción de manuscritos, los cuales pueden provenir de autores, convocatorias o comisiones editoriales. Este paso marca el inicio del proceso y establece la base para la evaluación de las obras.

Posteriormente, el editor en jefe despliega un análisis minucioso de cada manuscrito para asegurarse de que cumplan con los estándares de la institución. Esto incluye revisar aspectos como el formato, estilo, temática y calidad literaria. Este análisis riguroso es crucial para garantizar que solo las obras de alta calidad sean consideradas.

Una vez que se ha verificado que un manuscrito cumple con los estándares básicos, se procede a una evaluación más profunda. Se dictamina la viabilidad de su publicación considerando aspectos como su relevancia académica, contribución al conocimiento y alineación con los objetivos editoriales de la institución. Esta etapa es fundamental para asegurar que las obras seleccionadas sean coherentes con la misión y visión de la Editorial.

Una vez que una obra es seleccionada, se inicia un proceso de negociación de los derechos patrimoniales de la misma, siempre respetando y reconociendo la propiedad intelectual de sus creadores.

La solicitud para gestionar el contrato de cesión de derechos de la obra se remite a la Dirección de Investigación Científica, Humanística y Tecnológica (DICIHT), donde se realiza la revisión final y aprobación del acuerdo.

Finalmente, una vez que se ha obtenido la aprobación, se procede a la firma del contrato, lo que formaliza la relación entre la institución y el autor, y permite avanzar hacia la etapa de preparación y publicación de la obra.

Como parte de las buenas prácticas editoriales, se llevan a cabo acciones de mejora continua en todo el proceso, lo que garantiza que los manuscritos seleccionados cumplan con los estándares de calidad y pertinencia académica deseados, y que el proceso se mantenga eficiente y efectivo a lo largo del tiempo.

Proceso de edición de obras científicas y culturales

El proceso de edición de obras científicas y culturales implica varias etapas que son cruciales para garantizar la calidad y presentación de la obra final:

En primer lugar, se procede a corregir el estilo del manuscrito. Esto incluye la revisión de aspectos como la narrativa, la fluidez y la estructura del texto,

con el objetivo de mejorar su calidad literaria. Esta labor es llevada a cabo por el Departamento de Edición.

Posteriormente, se maqueta el manuscrito y se diseña la portada, definiendo el diseño visual de los textos, el formato de las páginas y otros elementos gráficos. Estas tareas se encomiendan al Departamento de Diseño y Diagramación.

Luego, se procede a la corrección ortotipográfica de la maqueta, donde se corrigen errores ortográficos, gramaticales y de puntuación para asegurar la precisión y coherencia del texto en la maqueta final. Al mismo tiempo, se solicita el número ISBN, una identificación única para la obra. Estos pasos son gestionados por los Departamentos de Edición y de Diseño y Diagramación.

La etapa siguiente consiste en realizar la prevalidación de la maqueta final. Este proceso se encarga de verificar que todos los elementos estén correctamente ubicados y que el diseño general del libro cumpla con los estándares deseados. Los jefes de los Departamentos de Corrección y de Gestión de la Calidad supervisan esta fase.

Se lleva a cabo una validación exhaustiva para asegurarse de que todos los aspectos del texto estén en orden, tanto en contenido como en diseño.

Finalmente, se procede a preparar los archivos finales, incluyendo la portada y las páginas interiores, y se eligen los materiales y técnicas de impresión adecuados. Esta labor es coordinada por el Departamento de Diseño y Diagramación y el Departamento de Gestión de la Calidad.

Como parte de las buenas prácticas editoriales, se implementan acciones de mejora continua en todo el proceso para garantizar que la obra cumpla con los estándares de calidad y presentación deseados.

Proceso de investigación de mercado

El proceso de investigación de mercado en el ámbito editorial es un proceso que comienza con la definición de los objetivos de la investigación. En esta etapa, se determina qué productos editoriales son pertinentes y en qué cantidad de ejemplares se producirán. Establecer estos objetivos es esencial para dirigir la investigación de manera efectiva.

Una vez que se han definido los objetivos, se procede al diseño de la investigación. En esta fase, se planifica cómo se llevará a cabo la investigación, incluyendo la selección de métodos de recopilación de datos: como encuestas, entrevistas, observación o análisis de datos existentes. Este diseño es fun-

damental para asegurar que la investigación sea coherente y efectiva en la obtención de información relevante.

La recopilación de datos es la siguiente etapa del proceso. Esto implica llevar a cabo las actividades previamente planificadas: como la realización de encuestas, entrevistas, recopilación de datos secundarios o la observación de comportamientos. La recopilación de datos se realiza de manera sistemática y de acuerdo con el diseño de la investigación.

Una vez que se han recopilado los datos, se procede al procesamiento y análisis de estos. Este paso puede incluir la tabulación de respuestas de encuestas, análisis estadísticos, identificación de tendencias y patrones, y la interpretación de resultados. El análisis de datos es esencial para extraer conclusiones y recomendaciones significativas.

Con los hallazgos y conclusiones en mano, se elabora un informe que presenta los resultados de la investigación de manera clara y efectiva a la Dirección. Este informe proporciona una visión general de los resultados y su relevancia para la toma de decisiones.

Luego, se programan sesiones de divulgación para presentar los resultados a los tomadores de decisiones. En estas reuniones, se discuten los hallazgos y se consideran las recomendaciones para la toma de decisiones estratégicas. Esto implica ajustes en la estrategia de *marketing*, la cantidad de ejemplares a producir, la segmentación de mercado y otros aspectos relacionados con la publicación de productos editoriales.

Como parte de las prácticas de mejora continua, se implementan acciones para optimizar el proceso de investigación y toma de decisiones en el ámbito editorial. Esto garantiza que los productos editoriales estén alineados con los objetivos de la institución y las necesidades del mercado, contribuyendo a su efectividad y éxito en el mercado.

Proceso de contratación de imprenta

El proceso de contratación de servicios de imprenta comienza con la gestión de recursos financieros para la impresión por medio del Departamento de Administración y con la validación de que la línea gráfica cumpla con los criterios establecidos por la UNAH, a cargo del Departamento de Gestión de la Calidad. Una vez que se verifica la conformidad, se procede a gestionar la aprobación para la impresión ante Rectoría, también a través del Departamento de Gestión de la Calidad.

Simultáneamente, se presenta una solicitud de ejecución del proceso de contratación de servicios de impresión, que puede ser a través de licitación pública, privada o compra menor, a la Secretaría Ejecutiva de Administración y Finanzas (SEAF), mediante el Departamento de Administración.

Luego, se envía una invitación a empresas para que participen en la provisión de servicios de impresión a la UNAH. Se lleva a cabo una evaluación y selección de propuestas viables a través de un comité de evaluación. Una vez que se elige al proveedor adecuado, se procede a la publicación de la invitación para brindar servicio de impresión a la UNAH y a la adjudicación del contrato correspondiente.

Después de la adjudicación, se envían los archivos finales, que incluyen la portada y las páginas interiores, a la imprenta seleccionada, todo esto es gestionado por el Departamento de Gestión de la Calidad. Se recibe una maqueta de prueba de impresión para su revisión de calidad y, una vez aprobada, se continúa con la producción del total de ejemplares solicitados.

Cuando se completan las impresiones, se reciben todos los ejemplares impresos y se trasladan al Área de Administración para su respectivo inventario. Por último, se realizan acciones de mejora en el proceso editorial para optimizar y perfeccionar los procedimientos utilizados en este ciclo de impresión.

Proceso de distribución y venta

En este proceso, se lleva a cabo la planificación y ejecución de una campaña de *marketing*, basada en los datos obtenidos a través de un estudio de mercado. Este proceso es gestionado por el Departamento de Mercadeo. Además, se negocia con distribuidores mayoristas para la comercialización de las obras editadas por la Editorial. Esta negociación implica la colaboración de los Departamentos de Mercadeo y Administración.

Para garantizar una distribución efectiva, se establecen recursos logísticos, y se gestionan las órdenes de venta a librerías, con el fin de llegar al público objetivo. La distribución de las obras a las librerías se realiza a través del Departamento de Administración, utilizando el método de consignación.

La gestión de pagos relacionados con estas transacciones también se lleva a cabo a través del Departamento de Administración, incluyendo la generación de facturas de compra. Además, se realizan acciones de mejora del proceso editorial a través del Departamento de Gestión de la Calidad, con el objetivo

de optimizar y garantizar la calidad de las obras editadas. Este proceso implica la coordinación y colaboración entre varios departamentos para lograr los objetivos de *marketing*, distribución y calidad de la Editorial.

GRUPO DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS	QUIÉNES LO CONFORMAN	CÓMO PARTICIPAN
Autores	Creadores de las obras	Proporcionan el contenido intelectual y creativo que se difundirá a través de los libros y documentos. Los autores pueden ser hondureños, centroamericanos o de otras nacionalidades, y su colaboración se establece mediante contratos de derechos de autor.
Comunidad universitaria	Profesores, investigadores, estudiantes y personal administrativo de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras	Participan en la selección y postulación de obras para su publicación, ya sea a través de convocatorias, premios o la presentación de manuscritos propios. También pueden brindar aportes y revisiones durante el proceso de edición.
Público externo	Sociedad hondureña, instituciones públicas y privadas	Su participación se refleja en la demanda y recepción de los libros y documentos publicados, así como en la retroalimentación y difusión de las obras.
Comités Editoriales de las Facultades de la UNAH	Tres profesores titulares de tiempo completo por Facultad	Seleccionan obras garantizando que los contenidos estén alineados con los estándares académicos y de calidad establecidos por la universidad.
Proveedores de servicios de impresión y tecnología	Empresas proveedoras de servicios de impresión y otras tecnologías de publicación	Llevan a cabo la producción física de los libros, garantizando la calidad y el cumplimiento de los estándares establecidos.

GRUPOS DE INTERÉS	QUIÉNES LO CONFORMAN	CÓMO PARTICIPAN
Vicerrectoría Académica	Titular de Vicerrectoría Académica, coordinadores de áreas y equipo	Analizan resultados para proponer acciones de mejora, además de dar seguimiento y monitoreo de implementación.
Consejo Editorial de la UNAH	Directores de la Direcciones Académicas de la VRA y un profesor emérito	Buscan seleccionar aquellas que tengan un impacto académico significativo y contribuyan al avance del conocimiento, además, se preocupan por mantener los estándares de calidad de la institución.
Dirección de Investigación Científica, Humanística y Tecnológica (DICIHT)	Director y personal académico y personal de apoyo a la docencia	Es la instancia en la UNAH encargada de la gestión de derechos de propiedad intelectual. Su función es asegurarse de que se cumplan los requisitos de registro y salvaguarda de los derechos de autor.
Asesoría Legal UNAH	Abogado general y equipo	Es la instancia en la UNAH que se encarga de las gestiones legales a nivel institucional.
Lectores y comunidad académica	Destinatarios finales de las obras publicadas	Tienen un interés en acceder a trabajos de calidad que les permitan ampliar sus conocimientos y desarrollar sus investigaciones con obras relevantes y confiables que les sirvan como referencias en sus estudios y proyectos.
Editores de revistas	Profesionales encargados de edición de libros y revistas en distintas unidades académicas.	Los editores revisan y seleccionan manuscritos o propuestas de profesores que proporcionan el contenido para revistas de la unidad, con el fin de asegurarse de que cumpla con los estándares de calidad y posteriormente gestionar la edición del material.

GRUPOS DE INTERÉS	QUIÉNES LO CONFORMAN	CÓMO PARTICIPAN
Secretaría Ejecutiva de Administración y Finanzas	Secretario y personal administrativo de apoyo a las gestiones financieras	Ejecutar el proceso de contratación de imprenta.
Librerías	Librerías a nivel nacional e internacional	Proporciona acceso a una amplia variedad de libros distribuidos por la Editorial. Al vender libros, las librerías cumplen un papel esencial en la promoción de la lectura y el acceso a la información.

RENDICIÓN DE CUENTAS

La Editorial Universitaria rinde cuentas ante la comunidad universitaria y la sociedad de diversas formas, asegurando transparencia y comunicación efectiva sobre su proceso de publicación de obras relevantes y de calidad. Las maneras en las que se rinde cuentas son las siguientes:

- **Comunicación institucional:** la UNAH, a través de sus canales de comunicación, informa y promueve las actividades y logros de la Editorial Universitaria. Se utilizan medios como la página web oficial de la universidad, boletines, redes sociales y otros canales de difusión para mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general sobre los avances y resultados del proceso de publicación.
- **Informes y reportes:** la Editorial genera informes trimestrales solicitados por la Secretaría Ejecutiva de Desarrollo Institucional (SEDI), informes anuales solicitados por la Comisión de Control de Gestión (CCG) e informes anuales a la Vicerrectoría Académica (VRA) en los que se detallan actividades realizadas, así como las obras publicadas. Estos informes son compartidos tanto internamente, con la comunidad universitaria, como externamente, con la sociedad en general, para brindar transparencia y evidenciar el compromiso con la difusión del conocimiento y la cultura.
- **Eventos y presentaciones:** la Editorial Universitaria organiza eventos de presentación y lanzamiento de obras, conferencias, charlas, cursos y talleres relacionadas con los temas abordados en los libros publicados.

Estos eventos no solo promueven las obras, sino que también brindan la oportunidad de interactuar directamente con la comunidad universitaria y la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Congreso Nacional de Honduras. (1999). Ley del Derecho de Autor y de los Derechos Conexos. Decreto 4-99-E. *Colección de Leyes Hondureñas*. Diario Oficial La Gaceta. (2018). Reglamento de la Ley de Contratación del Estado. Acuerdo ejecutivo n.º 028-2018.
- Editorial UNAH. (2023). *Manual del Sistema Interno del Aseguramiento de la Calidad (MISIAC)*. Editorial UNAH.
- Universidad Nacional Autónoma de Honduras [UNAH]. (2004). Ley Orgánica de la UNAH. Diario La Gaceta. Decreto n.º 209-2004.
- (2012). Acuerdo n.º 09-2012-JDU-UNAH. Acuerdos y resoluciones de la Junta de Dirección Universitaria. Recuperado de <https://jdu.unah.edu.hn/acuerdos-y-resoluciones/>
 - (2015). Manual de publicación, difusión y comunicación de la investigación científica y tecnológica de la UNAH. *Compendios de investigación científica. Serie n.º 4*.
 - (2015). Manual de gestión de los derechos de autor y derechos conexos en la UNAH. *Compendios de investigación científica. Serie n.º 5*.
 - (2015). Normas Académicas de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. *Serie de publicaciones de la Reforma Universitaria n.º 6*. Recuperado de <https://vra.unah.edu.hn/gestion-academica/normas-academicas/>
 - (2016). Reglamento de Propiedad Intelectual de la UNAH. Dirección de Investigación Científica y Posgrado. Recuperado de <https://diciht.unah.edu.hn/investigacion-cientifica/normativa/reglamentos/>
 - (2017). Política Cultural de la UNAH 2017-2022. *Serie de publicaciones de la Reforma Universitaria n.º 7*.
 - (s. f.). Manual de organización y funcionamiento de la Comisiones Editoriales de Facultades o Centros Regionales Universitarios y de las Subcomisiones Editoriales de Escuelas y o Departamentos. *Serie de manuales académicos n.º 1*.

