



PROCESO DE GESTIÓN EDITORIAL UNIVERSITARIA

EU-PM-01

ÍNDICE

PROCESO DE GESTIÓN EDITORIAL UNIVERSITARIA

Objeto	5
Alcance	5
Normativa	5
Definiciones	5
Descripción del proceso	9
Participación de los grupos de interés	11
Rendición de cuentas	12
Seguimiento y medición	13
Evidencias	14
Diagramas de flujo	16

OBJETO

Difundir el conocimiento científico y cultural producido dentro y fuera de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), mediante la publicación de textos en distintos formatos.

ALCANCE

Abarca la comunidad universitaria, la sociedad hondureña y la colectividad centroamericana e internacional, en condiciones óptimas de cantidad, calidad, pertinencia y precio.

NORMATIVA

- 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 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

- **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.

- **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, dictaminar 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.
- **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.
- **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.
- **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.
- **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.

- **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 y fluidez, coherencia, redacción y 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 abreviaturas y siglas, las citas y referencias, y la numeración y notación, entre otros.
- **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.
- **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, se utiliza un archivo digital directamente 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 transparente 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.

- **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.
- **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.
- **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.
- **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 los venda efectivamente al consumidor final.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Es responsabilidad de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras publicar, poner al alcance y disposición de toda la sociedad hondureña obras relevantes, científicas, técnicas, filosóficas, literarias, artísticas y culturales de autores hondureños, centroamericanos y universales. En este sentido, la Editorial Universitaria es la unidad responsable dentro de la institución de la difusión del conocimiento y la cultura a través de la publicación de textos en distintos formatos, la cual es una actividad esencial de apoyo al trabajo académico de investigación, docencia y vinculación con la sociedad.

Para esto, la Editorial sigue un proceso integral que abarca desde la selección y edición de obras hasta los estudios de mercado y la contratación de servicios de impresión y tecnología de publicación que se detalla a continuación:

ACTIVIDAD	EJECUTOR ACCIÓN	DOCUMENTOS	TIEMPO
Seleccionar y proteger libros a ser publicados bajo el sello de la Editorial, considerando su calidad académica y su relevancia, asegurando la protección adecuada de los derechos de autor con el apoyo de Asesoría Legal y la Dirección de Investigación Científica, Humanista y Tecnológica (DICIHT).	Editorial Universitaria	Convocatoria Manuscritos Contrato de cesión de derechos	Indefinido
Realizar estudios de mercado y se lleva a cabo un análisis de la viabilidad comercial o de la pertinencia para la comunidad universitaria de cada obra por medio del Departamento de Mercado.	Editorial Universitaria	Resultados del estudio de mercado	3 a 4 semanas
Editar y diagramar materiales a ser publicados bajo el sello de la Editorial, garantizando que los textos cuenten con una escritura pulida, un diseño atractivo y una presentación de calidad	Editorial Universitaria	Maqueta	Indefinido
Contratar los servicios de impresión y cualquier otra tecnología necesaria para llevar a cabo la publicación por medio de los Departamentos de Administración y de Gestión de la Calidad de la Editorial.	Editorial Universitaria	Cotizaciones Informe de licitación Facturas Libro impreso o digital	De 3 a 6 meses
Publicar, presentar y distribuir obras editadas por la Editorial Universitaria por medio del Departamento de Mercado de la Editorial.	Editorial Universitaria	Publicación en redes sociales Contratos con librerías	
Realizar acciones de mejora del proceso Editorial por medio del Departamento de Gestión de la Calidad.	Editorial Universitaria	Informe anual de resultados de acciones de mejora	Anual

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS	QUIÉNES LO CONFORMAN	CÓMO PARTICIPAN
Autores	Creadores de las obras	<p>Su participación es esencial, ya que 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.</p>
Comunidad universitaria	Profesores, investigadores, estudiantes y personal administrativo de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras	<p>Estos actores pueden participar 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.</p>
Público externo	Sociedad hondureña, instituciones públicas y privadas	<p>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.</p>
Comités Editoriales de las Facultades de la UNAH	Tres profesores titulares de tiempo completo por Facultad	<p>Estos comités desempeñan un papel importante en la selección de obras y garantizan que los contenidos estén alineados con los estándares académicos y de calidad establecidos por la universidad.</p>
Proveedores de servicios de impresión y tecnología	Empresas proveedoras de servicios de impresión y otras tecnologías de publicación	<p>Estos proveedores son contratados por la Editorial de la UNAH para llevar a cabo la producción física de los libros, garantizando la calidad y el cumplimiento de los estándares establecidos.</p>

GRUPOS DE INTERÉS	QUIÉNES LO CONFORMAN	CÓMO PARTICIPAN
Vicerrectoría Académica	Titular de Vicerrectoría Académica, coordinadores de área y equipo	Analizan los resultados para proponer acciones de mejora, además de dar seguimiento y monitoreo de implementación.
Consejo Editorial de la UNAH	Directores de las direcciones académicas de la VRA y un profesor emérito	Buscan seleccionar aquellas obras que tengan un impacto académico significativo y contribuyan al avance del conocimiento, además, se preocupa por mantener los estándares de calidad de la institución.
Dirección de Investigación Científica, Humanística y Tecnológica (DICIHT)	Director, personal académico y personal de apoyo a la docencia	Es la instancia en la UNAH a cargo 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.

La participación y colaboración de estos grupos de interés es fundamental para el éxito de la Editorial de la UNAH en su misión de difundir el conocimiento y la cultura a través de la publicación de obras relevantes y de calidad.

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 Editio-

rial 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.

SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

Para dar seguimiento y medir el proceso de la Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, se implementan las siguientes acciones:

- **Seguimiento interno:** la Editorial lleva un registro detallado de cada etapa del proceso, desde la selección hasta la publicación. Esto incluye un sistema de seguimiento de las obras postuladas, los criterios de selección utilizados, los contratos de derechos de autor, las etapas de edición y diagramación y la gestión de estudios de mercado y contratación de servicios. Estos registros permiten tener una visión clara del avance de cada obra y del proceso en su conjunto.
- **Reuniones y reportes:** se realizan reuniones periódicas con el equipo de la Editorial y otras partes interesadas para revisar el progreso del proceso editorial, discutir los resultados obtenidos, identificar desafíos

y establecer acciones correctivas. Además, se generan informes periódicos que resumen los avances, las métricas y los logros alcanzados en el proceso editorial.

- **Análisis de costos y presupuesto:** para medir la eficiencia y viabilidad económica del proceso, se realiza un análisis de costos y presupuesto. Esto implica evaluar los gastos relacionados con la selección, edición, estudios de mercado, impresión y tecnología de publicación, así como compararlos con los ingresos generados por las ventas y otros canales de financiamiento. Este análisis permite tomar decisiones informadas para optimizar los recursos y asegurar la sostenibilidad de la Editorial.
- **Evaluación de resultados:** al finalizar la publicación de una obra, se realiza una evaluación de los resultados obtenidos. Esto implica analizar el impacto académico por medio de encuestas electrónicas, la recepción por parte de la comunidad universitaria y el público en general, las reseñas y críticas recibidas y las ventas y la difusión lograda. Estas evaluaciones permiten identificar lecciones aprendidas y áreas de mejora para futuros procesos editoriales.

EVIDENCIAS

IDENTIFICACIÓN, REGISTRO O EVIDENCIA	SOPORTE DE ARCHIVO	RESPONSABLE DE CUSTODIA	TIEMPO DE ACTUALIZACIÓN
Documento de Convocatorias	Digital-Impreso	Depto. de Gestión de la Calidad	Anual Bianual
Formularios de postulación	Digital-Impreso	Secretaría	Anual Bianual
Dictamen de viabilidad	Digital-Impreso	Consejo Editorial Dirección Editorial	Anual Bianual
Oficio de solicitud de contrato editorial	Digital-Impreso	Secretaría	Indefinido
Contratos de derecho de autor	Digital-Impreso	Asesoría Legal DICIHT Dirección Editorial	Indefinido
Manuscritos	Digital	Depto. de Edición	Indefinido

Maquetas	Impreso	Depto. de Diagramación Depto. de Edición Depto. de Gestión de la Calidad	Indefinido
Estudios de mercado y análisis de viabilidad comercial	Digital-Impreso	Depto. de Mercadeo	Indefinido
Contratos de servicios de impresión y tecnología de publicación	Digital-Impreso	SEAF Depto. de Administración	Indefinido
Informes de seguimiento y evaluación	Digital	SEDI CCG VRA Depto. de Gestión de la Calidad	Trimestral Anual

DIAGRAMAS DE FLUJO



