

POLÍTICA EDITORIAL



POLÍTICA EDITORIAL

Elaboró

Carolina Esguerra Roa

Jorge E. Sánchez Oviedo

Funcionarios del Departamento de Publicaciones
de la Universidad Externado de Colombia

CONTENIDO

A.	GENERALIDADES	4
B.	INSTANCIAS QUE ORIENTAN LA POLÍTICA EDITORIAL Y VELAN POR SU CUMPLIMIENTO Y EJECUCIÓN	5
1.	Comité Editorial	5
2.	Comité de Publicaciones	6
3.	Departamento de Publicaciones	7
a.	Impresión de libros y revistas	8
b.	Impresión de material gráfico distinto de libros y revistas	8
c.	Participación en ferias del libro, nacionales e internacionales	9
d.	Proyección del Departamento de Publicaciones	9
e.	Impacto del Departamento de Publicaciones en las actividades de docencia, investigación y proyección social	10
f.	Adquisición de libros por Internet	10
g.	E-books	11
h.	Portal de revistas	11
C.	PROCEDIMIENTO DE EDICIÓN DE LIBROS	12
1.	Procedimiento	12
2.	Política de precios	15
3.	Procedimiento de “Circulación restringida”	15
4.	Tirajes de impresión	17
5.	Distribución de los títulos editados	18
D.	PROCEDIMIENTO DE EDICIÓN DE REVISTAS	19
1.	Procedimiento	19
2.	Indexación nacional e internacional	19
3.	Estrategias para consolidar los procesos de indexación	19
a.	Cumplimiento de periodicidad	20
b.	Evaluación por pares externos y exogamia institucional	20
c.	Recepción y jerarquización de documentos	21
d.	Visibilidad y distribución	21
E.	DERECHOS DE AUTOR	22
F.	IMPRESIÓN POR DEMANDA, POD	23
G.	MIGRACIÓN A LIBRO ELECTRÓNICO, E-BOOK	24
H.	ANEXOS	25
1.	Anexo n.º 1	25
2.	Anexo n.º 2	26
3.	Anexo n.º 3	29
4.	Anexo n.º 4	31

A. GENERALIDADES

La Editorial de la Universidad Externado de Colombia, que cuenta con más de 2.000 títulos publicados, es una de las más importantes, prestigiosas, antiguas y reconocidas en Colombia en el ámbito universitario y profesional.

En la actualidad, la editorial de la Universidad Externado de Colombia tiene un promedio de edición de 136 nuevos títulos al año, entre libros y revistas.

El Externado publica textos y obras de consulta en distintas ramas del saber, principalmente en Ciencias Sociales, cuyos autores, en su mayoría, son profesores e investigadores de la misma Universidad. Además, realiza coediciones con prestigiosas instituciones nacionales e internacionales como centros de educación superior y otras editoriales. También publica traducciones al castellano de obras de editoriales internacionales de primera línea que le otorgan derechos exclusivos dado su prestigio, sin que el costo de las versiones, generalmente elevado, haga parte del precio de venta del libro. Todo lo anterior, teniendo en cuenta que la función principal de la labor editorial de la Universidad es divulgar el conocimiento a través de la publicación de títulos, ya sean libros o revistas.

Cabe destacar, adicionalmente, el apoyo y estímulo que se da a la difusión de los mejores trabajos de tesis, tanto de pregrado como de posgrado, una vez han pasado el examen cuidadoso del Comité Editorial. Las publicaciones, virtuales y en papel, son consideradas en la Universidad como una estrategia para el desarrollo de la com-

petencia investigativa y la generación de una cultura científica.

Importa resaltar que por medio de su labor editorial el Departamento de Publicaciones contribuye, de manera notable, a que se divulguen los esfuerzos de investigación realizados por los docentes y alumnos de la Universidad, lo cual constituye un especial estímulo profesional.

La mayoría de los libros y revistas editados por el Departamento de Publicaciones se agrupan en las colecciones auspiciadas por las distintas facultades de la Universidad. Así, la Facultad de Derecho cuenta con las series del Centro de Investigación en Filosofía del Derecho y Teoría Jurídica, con las monografías de Derecho Penal, y con las series de Derecho Administrativo, Derecho Público, Derecho Penal, Derecho Fiscal, Derecho Laboral y Derecho Urbanístico; a su vez, la Facultad de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales publica la colección Pretextos; la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, la serie de Tiempo Libre y Turismo; la Facultad de Economía, la serie de Estudios de Caso en Políticas Públicas; la Facultad de Administración de Empresas, los Casos Empresariales; la Facultad de Ciencias Sociales, los Cuadernos del CIDS; y la Decanatura Cultural, la serie “Un libro por centavos”, entre otros.

De otra parte, numerosas publicaciones constituyen libros de investigación y libros de texto en las diversas materias que componen los programas académicos. Algunos títulos corresponden, incluso, a autores extranjeros de renombre, que son puestos a disposición de la comunidad académica a precios razonables.

B. INSTANCIAS QUE ORIENTAN LA POLÍTICA EDITORIAL Y VELAN POR SU CUMPLIMIENTO Y EJECUCIÓN

La política editorial de la Universidad Externado de Colombia es trazada y controlada por dos instancias, así:

- a. Comité Editorial
- b. Comité de Publicaciones

En general, les corresponde a los comités Editorial y de Publicaciones estar atentos a la generación, seguimiento y correcta aplicación de las políticas institucionales relacionadas con el proceso editorial de la Universidad, que básicamente está dirigido, en materia de producción de libros y revistas, a darle visibilidad a la producción científica de sus docentes e investigadores, así como a poner dicha producción bibliográfica a disposición de toda la comunidad académica en el país y en el exterior, ya sea en medio físico, PDF, o mediante el denominado libro electrónico, e-book, en formato ePub.

En lo que se refiere a la producción de todo aquel otro material impreso que requieren las distintas áreas de la Universidad para divulgar sus actividades, el Comité de Publicaciones tiene la función prioritaria de dictar una serie de directrices encaminadas a mantener una uniformidad en el manejo de la imagen institucional, para, de esa manera, lograr una fácil recordación de la Universidad Externado de Colombia como Casa de Estudios de primer orden.

La instancia encargada de ejecutar esta política editorial es el Departamento de Publicaciones de la Universidad, el cual, para efectos prácticos, funge como la Editorial universitaria.

1. Comité Editorial

Las principales funciones del Comité Editorial, como instancia decisoria, son:

- a. Formular y revisar periódicamente la política editorial de la Universidad
- b. Velar por la calidad de las publicaciones auspiciadas por la Universidad
- c. Autorizar la realización de convenios y proyectos de coedición con editoriales y empresas nacionales o extranjeras
- d. Evaluar, aprobar e improbar las solicitudes de publicaciones provenientes de las instancias autorizadas de la Universidad para presentarlas a su consideración
- e. Designar personas provenientes de la comunidad académica, nacionales o extranjeros, de la Universidad o fuera de ella, para evaluar la calidad y pertinencia de los libros de investigación que serán publicados
- f. Autorizar la traducción al castellano de libros extranjeros de especial interés para las labores académicas de la Universidad y el desarrollo de la cultura nacional
- g. Autorizar la celebración de convenios para la distribución, edición o impresión en el exterior de libros publicados por la Universidad
- h. Evaluar proyectos en los cuales participe la Universidad, relacionados con su política editorial
- i. Estudiar la oportunidad, calidad y eficacia de las revistas especializadas de la Universidad

Este Comité se reúne una vez al mes.

2. Comité de Publicaciones

Las principales funciones del Comité de Publicaciones, en su calidad de instancia asesora, son:

- a. Revisar periódicamente el cumplimiento de la política de publicaciones de libros, revistas y cualquier otro tipo de material impreso auspiciado por la Universidad
- b. Velar por la calidad de las publicaciones que edita la Universidad
- c. Velar por la adecuada ejecución, tanto de la política editorial trazada por el Comité Editorial, como de la política de publicaciones de la Universidad
- d. Dictar las normas, y velar por su adecuado cumplimiento, relacionadas con la estandarización de la imagen institucional de la Universidad, reflejada en la publicación de libros, revistas y cualquier otro tipo de material impreso
- e. Divulgar entre los decanos y directores de departamento de la Facultad de Derecho las políticas editorial y de publicaciones de la Universidad, con el fin de lograr de cada uno de ellos tanto su cabal entendimiento como el compromiso en su estricto cumplimiento
- f. Determinar, de acuerdo con el respectivo decano o director de departamento, el número de ejemplares de cada libro o revista para ser impreso en cada tiraje, ya se trate de nuevas ediciones o de reimpressiones
- g. Velar por que todas las publicaciones y demás material impreso que requiere la Universidad sean canalizadas a través del Departamento de Publicaciones
- h. Velar por que tanto las distintas áreas de la Universidad como el mismo Departamento de Publicaciones cumplan de manera estricta con el procedimiento de solicitud, elaboración, producción, uso y publicación de libros, revistas y cualquier otro tipo de material impreso
- i. Asesorar a las distintas áreas de la Universidad en materias relacionadas con la producción o publicación de libros, revistas o cualquier otro tipo de material impreso
- j. Diseñar, implementar, revisar y controlar los modelos de fijación de costos estándar de los precios de venta, PVP, o de salida de los libros, revistas y de cualquier otro tipo de material impreso que lleve a cabo directamente o contrate la Universidad
- k. Definir el valor de los diversos estándares que se aplican en los procesos de edición (corrección de estilo, diseño, diagramación e impresión) de libros, revistas y de cualquier otro tipo de material impreso
- l. Procurar que la Universidad no incremente su inventario de libros y revistas
- m. Velar por el adecuado manejo y conservación del inventario de publicaciones de la Universidad
- n. Presentar ante el Comité de Contratos de la Universidad la solicitud de autorización para la celebración de aquellos convenios que se consideren necesarios para la correcta ejecución de la política de publicaciones de la Universidad.
- o. Autorizar la presentación al señor Rector o a la instancia pertinente de gasto, de proyectos de destrucción y castigo de inventarios de libros, revistas o cualquier otro tipo de material impreso
- p. Autorizar la participación de la Universidad en las distintas ferias del libro que se

- celebren en el ámbito nacional e internacional
- q. Autorizar la organización y celebración de ferias por parte de las direcciones Administrativa y de Publicaciones de la Universidad para la venta de libros y revistas, para lo cual podrá fijarse precios especiales de venta
 - r. Evaluar el informe de resultados de la participación de la Universidad en las distintas ferias del libro nacionales e internacionales
 - s. Determinar cada año si debe incrementarse, y en cuánto, los precios de venta de los títulos publicados por la Universidad y presentar las recomendaciones pertinentes a consideración de la instancia respectiva
 - t. Definir los mecanismos de distribución y comercialización, a nivel nacional e internacional, que se consideren más adecuados para la venta de los títulos editados por la Universidad
 - u. Evaluar periódicamente, con base en los informes que presenten las direcciones Administrativa y de Publicaciones de la Universidad y el distribuidor, Siglo del Hombre, el comportamiento y la evolución de las ventas y “salidas” de los títulos publicados por la Universidad, de manera que sea posible tomar los correctivos que se consideren necesarios de manera oportuna
 - v. Velar por el adecuado y oportuno funcionamiento de los procesos de reconocimiento y pago de los derechos de autor que adeude la Universidad
 - w. Velar por que la Universidad, a través de su Biblioteca, lleve a cabo y mantenga un adecuado servicio de “canje” de sus publicaciones, particularmente de las revistas que se editan por las distintas facultades
 - x. Recomendar la conversión de aquellos títulos de interés general a libros electrónicos o e-books, ya sea en formato PDF o en ePub
 - y. Recibir, de manera periódica, los informes de gestión y resultados por parte del distribuidor Siglo del Hombre, y dar recomendaciones sobre el proceso de comercialización
 - z. Velar por el estricto y oportuno cumplimiento de la obligación del depósito legal de cada uno de los títulos publicados por la Universidad, así como por la correcta normalización y catalogación de los mismos
- Este Comité se reúne una vez a la semana.
- A su vez, la política editorial de la Universidad es ejecutada básicamente por el Departamento de Publicaciones.
- ### 3. Departamento de Publicaciones
- El Departamento de Publicaciones es un área de servicio y apoyo a todas las demás instancias de la Universidad, tanto de carácter docente como administrativo.
- Las funciones principales del Departamento de Publicaciones, en su labor de ejecución de la política editorial de la Universidad, son la edición de libros y revistas, así como la producción de todo aquel otro material impreso (folletos, afiches, volantes, cuadernos, pancartas, etc.) que requiere la Universidad para la adecuada divulgación de sus actividades.
- Para el cumplimiento de los anteriores propósitos, el Departamento de Publicaciones cuenta con una planta de personal propia de diez funcio-

narios, así, director, coordinador administrativo, coordinadora de investigaciones, tres asistentes, corrector de textos, diseñador gráfico, secretaria del director y mensajero.

El Departamento ejecuta absolutamente todas sus labores de producción mediante la contratación externa con distintos proveedores.

Las labores del corrector de estilo y del diagramador, quienes pertenecen al Departamento, están limitadas a los procesos de revisión de “cierre” tanto de los libros y revistas como de los textos contenidos en el resto del material impreso.

Es de anotar que el Externado tiene un convenio con una editorial argentina ubicada en Buenos Aires, lo cual le permite que algunos de sus libros sean publicados y comercializados en dicho país. El proceso, en líneas generales, funciona de la siguiente manera: el editor argentino selecciona aquellos títulos que por su temática pueden ser interesantes en Argentina; el Departamento remite, vía correo electrónico, el PDF al editor, quien procede con la impresión por demanda (por ejemplo, 30 ejemplares); el precio de venta del libro se fija teniendo en cuenta que se cubran los costos de impresión, las comisiones del editor y librero argentino y los derechos de autor.

Un proceso similar al de Argentina se proyecta ejecutar, en el corto plazo, en México y España.

A continuación se presenta una breve descripción de las dos funciones principales que lleva a cabo el Departamento de Publicaciones.

a. IMPRESIÓN DE LIBROS Y REVISTAS

PROCESOS

- Recepción de la solicitud por parte del señor Rector, los decanos y directores de las unidades académicas.
- Presentación y autorización de las solicitudes por parte de Comité Editorial

- Trámite operativo en el Departamento de Publicaciones
 - ✓ Procesos de corrección de estilo y diagramación
 - ✓ Diseño y autorización de la carátula
 - ✓ Contenidos de la contracarátula (reseña) y las solapas
 - ✓ Obtención del ISBN (libros) o ISSN (revistas)
 - ✓ Obtención de la catalogación en la fuente por parte de la Dirección General de la Biblioteca de la Universidad
- Elaboración de contratos de derechos de autor
- Proceso de impresión
- Definición del precio de venta, tiraje inicial y comercialización del libro, a través del Comité de Publicaciones
 - ✓ Modelo estándar de costos
 - ✓ “Circulación restringida” o “Comercialización externa”
- Procesos de pos impresión
 - ✓ Anuncio en la página Web
 - ✓ Entrega de libros para depósito legal, regalías y bibliotecas
 - ✓ Informes a decanos o directores sobre la evolución de las ventas de los libros
 - ✓ Seguimiento de la comercialización interna y externa

b. IMPRESIÓN DE MATERIAL GRÁFICO DISTINTO DE LIBROS Y REVISTAS

PROCESOS

- Este proceso se inicia mediante la solicitud que hace el usuario por medio del diligenciamiento de un formato especial en el que plasma su requerimiento y justificación, y lo remite a Publicaciones vía correo electrónico.
- Una vez se cumple todo el proceso de coordinación, análisis, revisión, alistamiento y diseño del material impreso por parte del Departamento de Publicaciones y del Comité de Diseño, así como del proveedor

externo, se procede con la contratación de la impresión externa del respectivo material según las necesidades y características particulares de cada caso (número de piezas, cotizaciones, selección del proveedor, plazos, contabilizaciones de acuerdo con el costo estándar, etc.).

- Una vez el material es remitido al proveedor para su producción, se realiza un permanente seguimiento al proceso para asegurar que se satisfagan las condiciones de calidad y oportunidad exigidas.
- Un tercer paso, complementario y eventualmente marginal a la actividad que lleva a cabo el Departamento, consiste en la impresión de los diplomas de grado, así como de algunos otros materiales para los eventos académicos.

c. PARTICIPACIÓN EN FERIAS DEL LIBRO, NACIONALES E INTERNACIONALES

El Departamento de Publicaciones es el encargado de coordinar la participación de la Universidad Externado de Colombia en las ferias del libro tanto nacionales como internacionales.

A nivel nacional, el evento más importante es la Feria Internacional del Libro de Bogotá. Sin embargo, por conducto de Siglo del Hombre y la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia, ASEUC, el Externado participa en la mayoría de las ferias del libro que se organizan a nivel local y regional, la mayoría de ellas por editoriales universitarias, como Rosario, Javeriana, Nacional, Antioquia, Valle (Pacífico), Caldas, Norte, entre otras.

A nivel internacional, la Universidad participa, por conducto de Siglo del Hombre en las más importantes ferias del libro, como son:

- Feria internacional del libro LIBER. Madrid-Barcelona
- Feria internacional del libro de FRANKFURT. Frankfurter Buchmesse

- Feria internacional del libro de GUADALAJARA. FIL
- Feria internacional del libro de BUENOS AIRES
- Feria internacional itinerante del libro de CENTROAMÉRICA
- Feria internacional del libro de ALAGOAS. Brasil
- Feria internacional del libro de QUITO
- Feria internacional del libro de MIAMI. Miami book fair international, USA
- Feria del libro de la American Library Association, ALA. NEW ORLEANS, USA
- Feria del libro en Español, LeaLA. LOS ÁNGELES, USA

d. PROYECCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES

A mediano plazo se estima que el Departamento debe mantener la misma estructura organizacional actual.

Sin embargo, desde un punto de vista meramente funcional, se considera que el Departamento debe emprender, estructurar y consolidar tres procesos principales, así: i) Mejoramiento de la intervención y seguimiento en la comercialización de los libros, con la colaboración del distribuidor “Siglo del Hombre”; ii) Funcionamiento de editores en Latinoamérica y en España, para replicar la situación de Buenos Aires antes explicada; iii) Acompañamiento a las áreas académica, de servicios y administrativa en sus procesos de indexación de revistas y visibilidad internacional de su producción científica.

Para el primero de los procesos mencionados se requiere trabajar de manera coordinada con el distribuidor “Siglo del Hombre” con el propósito de implementar medidas más agresivas de comercialización.

En el segundo proceso se está en la búsqueda de editoriales en México y Lima con el propósito de replicar el proceso de Buenos Aires. Se

espera, a mediano plazo, continuar con países como España, Costa Rica, Panamá, Chile, Ecuador y Brasil.

De otra parte, el Departamento de Publicaciones trabaja también en el desarrollo y ejecución de dos proyectos que le permitirán, en un mediano plazo, ampliar, de manera importante, la visibilidad y comercialización de su producción bibliográfica: el ofrecimiento de sus libros de manera electrónica (e-book) mediante la conversión a formato ePub y su distribución por canales masivos de comercialización como iBookstore de Apple y Amazon; y la impresión por demanda, POD.

e. IMPACTO DEL DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES EN LAS ACTIVIDADES DE DOCENCIA, INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL

Con la edición y publicación de libros y revistas, el Departamento contribuye de manera muy importante a la divulgación de la labor investigativa de los docentes de la Universidad, lo cual se constituye en un especial estímulo profesional.

En efecto, y como ya se dijo, la gran mayoría de los libros y revistas editados corresponde a títulos cuyos autores son docentes o investigadores de la Universidad. Ejemplos importantes de estas publicaciones son las distintas colecciones que existen, particularmente en la Facultad de Derecho: serie del Centro de Investigación en Filosofía del Derecho; serie de Teoría Jurídica y Filosofía del Derecho; series de Derecho Administrativo, Derecho Público, Derecho Penal, Derecho Fiscal y Derecho Laboral.

Además, muchas de las publicaciones corresponden a libros de investigación y de texto para las distintas áreas temáticas que integran los programas académicos de pregrado, posgrado y educación continua. También se cuenta con títulos de autores extranjeros de especial renombre en lengua castellana y textos traducidos. Como política institucional, se destaca que estas publicaciones, propias o

en coedición, son puestas a disposición de la comunidad académica a precios muy razonables.

Para facilitar los procesos de edición, los libros se clasifican, además de su temática, en las siguientes categorías: libros de investigación, libros de texto y libros de divulgación. Se entiende por libro de investigación aquel que presenta resultados de investigación significativos en su área de conocimiento y cuenta con procesos de retroalimentación académica. El libro de texto es aquel cuya función principal es apoyar los procesos de aprendizaje y actualización en las diferentes áreas temáticas. Por último, se consideran como libros de divulgación los estudios de caso, los libros institucionales, los avances preliminares de investigación u otro tipo de textos que buscan comunicar información pertinente para la comunidad académica.

Finalmente, vale la pena destacar que el Departamento de Publicaciones, en cumplimiento de su labor de ejecución de la política editorial de la Universidad, también ha implementado los siguientes procesos:

f. ADQUISICIÓN DE LIBROS POR INTERNET

Cualquier libro publicado por la Universidad puede ser adquirido mediante el ingreso a una de las siguientes páginas Web:

www.siglodelhombre.com

www.lalibreriadelaU.com

En este sistema, el precio de venta de los libros es el mismo precio al que se adquieren en cualquier librería.

Los libros pueden ser pedidos desde cualquier parte del mundo, y allá serán remitidos, con el único recargo del valor del porte.

Los libros en la Librería de la Universidad tienen un descuento del 20%.

g. E-BOOKS (formato PDF o en ePub)



La Universidad cuenta con más de 150 libros electrónicos, ePub, que se pueden adquirir a través de la página web: <http://publicaciones.uexternado.edu.co>.

La versión electrónica está diseñada para leerse en

dispositivos especiales para la lectura de e-books, denominados e-readers. Estos títulos también se pueden adquirir en medio impreso.

h. PORTAL DE REVISTAS

Las revistas de la Universidad se pueden consultar a través del portal de revistas:

<http://revistas.uexternado.edu.co/>

Desde allí se accede a la página web de cada una donde se pueden descargar los artículos en texto completo.

C. PROCEDIMIENTO DE EDICIÓN DE LIBROS

1. Procedimiento

Sólo las siguientes instancias de la Universidad pueden presentar solicitudes de publicación de libros al Comité Editorial para su aprobación final:

- a. Decanos de facultad
- b. Directores de departamento de la Facultad de Derecho
- c. Rector
- d. Miembros del Comité Editorial

De otra parte, y sin excepción, toda solicitud de publicación debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Justificación detallada de la publicación
- b. Campo o rama del saber a la que pertenece la publicación
- c. Propuesta del título de la publicación
- d. Autor (es), compilador (es), director (es)
- e. ¿Se trata de una nueva edición? O, ¿es una reedición o una reimpresión corregida?
- f. ¿El libro pertenece a una colección en particular? ¿Cuál?
- g. ¿A qué grupo y línea de investigación pertenece la obra?
- h. Si es libro de investigación, detallar la información del proyecto
- i. ¿Se trata de una coedición? En caso afirmativo, justificarla de manera adicional
- j. ¿Se trata de una traducción? En caso afirmativo, justificarla de manera adicional. ¿Se tienen las autorizaciones correspondientes para su publicación en castellano?
- k. ¿Se trata de una tesis de pregrado o posgrado? En caso afirmativo, acompañar la recomendación de publicación del respectivo jurado y del respectivo Consejo Directivo de la Facultad
- l. Garantía de que se cuenta con los plenos derechos de autor, de coedición o de tra-

ducción. En el caso de las compilaciones el editor debe adjuntar las autorizaciones escritas de los diferentes autores

- m. Sugerencia del número de ejemplares que serán impresos en el primer tiraje
- n. Texto por publicar, tanto en papel, impreso a espacio y medio, como en medio digital

Toda la información se debe consignar en el formato de presentación de textos (ver Anexo n.º 1). Para los libros de investigación es necesario identificar el proyecto y la línea de investigación a la que pertenece, e incluir los antecedentes del libro en términos de otros productos derivados de la investigación.

La oficina solicitante debe garantizar que el texto que se presenta está completo y listo para iniciar su proceso de edición, es decir, corresponde a su versión definitiva, especialmente si se trata de obras colectivas. Por ningún motivo se aceptan trabajos incompletos o adiciones de última hora a los textos originales. En los casos en que el texto ya tenga alguna evaluación de pares externos, realizada durante el proceso de ejecución del proyecto de investigación, el decano o director de departamento de la Facultad de Derecho deberá indicarlo en la justificación y, si es preciso, adjuntar los comentarios.

Importa tener en cuenta que la recepción de un texto no implica el compromiso de su publicación, sino sólo el de su evaluación y concepto según la política editorial vigente.

Corresponde de manera exclusiva al Comité Editorial de la Universidad evaluar las solicitudes de publicación de libros, cuyas justificaciones son presentadas, en cada sesión, por parte del director del Departamento de Publicaciones quien es el secretario de la Corporación, encargado de elaborar y mantener las actas respectivas.

El Comité Editorial, dependiendo de la clase de obra que se ponga a su consideración, para el caso de libros de texto o que son el resultado de una investigación, sugiere los pares evaluadores, quienes pueden pertenecer o no a la Universidad y ser colombianos o extranjeros. La evaluación se realiza utilizando el sistema de doble ciego, y tiene un plazo de dos meses aproximadamente. Los evaluadores emiten un concepto que luego es analizado por el Comité Editorial, que toma la decisión final de publicación.

La evaluación de los pares está dividida en cuatro partes (ver Anexo n.º 2). En la primera se consignan los datos del evaluador con su afiliación institucional, correo electrónico y último título académico. En la segunda se califica la fundamentación científica así: a. ¿Los objetivos del texto están claramente enunciados y sustentados?; b. ¿Utiliza una metodología adecuada para el desarrollo de los objetivos?; c. ¿La presentación y argumentación de las ideas es coherente?; d. ¿El manejo de conceptos, teorías y datos es preciso?; e. ¿Existe relación entre el título, el problema, los objetivos, el marco teórico o metodológico y las conclusiones?, y f. ¿El tema es pertinente y brinda aportes a su área de conocimiento?). La presentación de la información así: a. ¿El autor utiliza un lenguaje claro y conciso?; b. ¿Hay coherencia en la presentación y desarrollo de las ideas?; c. ¿Las partes del trabajo se articulan entre sí y responden a los objetivos planteados?, y d. ¿Utiliza fuentes bibliográficas actualizadas?). Y el uso de la documentación así: a. ¿El autor realiza un uso adecuado de las fuentes bibliográficas en la elaboración de las citas, paráfrasis, resúmenes y notas al pie?; b. ¿El texto se puede considerar original?; c. ¿Es posible diferenciar los aportes del autor respecto de la información de otros textos?) En la tercera se clasifica el documento en: libro de texto, libro de investigación o libro de divulgación. Por último, se realizan las siguientes recomendaciones: publicar sin modificaciones, publicar con modificaciones o no publicar.

El Comité Editorial clasificará como libros de investigación aquellos que hayan sido evaluados

por dos árbitros externos quienes podrán pronunciarse sobre sus cualidades científicas y su aporte al área de conocimiento y dar cuenta de un proceso de investigación maduro. Las evaluaciones deben ser positivas, recomendar su publicación, clasificar el texto como libro de investigación, e incluir la firma del árbitro.

Para emitir el concepto de publicación, el Comité Editorial evalúa la información consignada en los anexos n.º 1 y n.º 2, y hace una de las siguientes recomendaciones: publicar sin modificaciones, publicar con modificaciones o no publicar. Además, verifica las condiciones editoriales (tabla de contenido, índices, reseña del autor, reseña del libro, esquema de citación y bibliografía, archivos originales de tablas, gráficos, cuadros, e información completa de las fuentes de las imágenes, cuadros, gráficos, etc.) y clasifica los documentos en una de las siguientes categorías: libro de texto, libro de investigación, libro de divulgación o libro institucional (ver Anexo n.º 3).

El libro de texto es aquel cuya función principal es apoyar los procesos de aprendizaje y actualización en las diferentes áreas temáticas. El Comité Editorial clasificará como libros de texto aquellos que hayan sido identificados como tales por un evaluador externo y uno interno a la institución.

El libro de investigación es aquel que presenta resultados de investigación significativos en su área de conocimiento y cuenta con procesos de retroalimentación académica. El Comité Editorial clasificará como libros de investigación aquellos cuyas evaluaciones hayan sido positivas, recomienden su publicación y hayan sido identificados como tales por dos evaluadores externos a la institución.

En la evaluación y proceso de edición de los libros correspondientes a capítulos de investigación, se seguirán los mismos procedimientos antes mencionados.

El libro de divulgación es aquel que pretende presentar los avances preliminares de investigación u

otro tipo de discusiones, cuyo fin es comunicar información pertinente para la comunidad académica. El Comité Editorial clasificará como libros de divulgación aquellos que hayan sido identificados como tales por dos evaluadores internos a la institución.

Los libros institucionales son aquellos que revisan un interés particular para la Universidad y no requieren necesariamente la evaluación por pares académicos.

Si la Corporación decide no enviar el texto a evaluación por parte de un par académico, ella misma evalúa la solicitud y resuelve acerca de su pertinencia o no para ser publicado.

De esta manera, el Comité Editorial aprueba, imprueba o recomienda cambios a las solicitudes de publicación que se someten a su consideración. Si una solicitud es negada o se sugieren cambios por parte de la Corporación, esta decisión es comunicada al área respectiva por parte del director de Publicaciones. Si la solicitud de publicación es aprobada, esta decisión también se comunica al área respectiva y se inicia el correspondiente proceso de edición.

El proceso final de edición comprende las siguientes etapas:

- a. Corrección de estilo
- b. Diagramación
- c. Revisión de cierre
- d. Obtención del ISBN
- e. Elaboración de carátula, reseña y solapas
- f. Elaboración de la catalogación en la fuente
- g. Elaboración y suscripción del Contrato de Edición para derechos de autor
- h. Impresión
- i. Fijación del precio de venta, PVP, con base en el modelo de costos estándar
- j. Anuncio en la página Web de la Universidad
- k. Cumplimiento del trámite del depósito legal
- l. Envío de cuatro ejemplares a la Biblioteca de la Universidad

- m. Entrega de las regalías en ejemplares al autor
- n. Distribución para comercialización a la Librería de la Universidad y a Siglo del Hombre

Los procesos de corrección de estilo y diagramación son contratados por el Departamento de Publicaciones con proveedores externos debidamente inscritos ante la Universidad.

La corrección de estilo puede ser realizada sobre el texto en papel, o sobre el archivo digital en Word mediante el sistema de “control de cambios”.

Una vez entregada la primera revisión por parte del corrector de estilo, el texto, siempre en papel, es remitido al autor quien, a mano, acepta o no acepta o sugiere cambios sobre cada una de las correcciones. Posteriormente el texto, en papel, con las observaciones del autor, es devuelto al corrector de estilo quien realiza la inserción de las correcciones sobre el archivo digital en Word y deja el texto “limpio”, listo para el proceso de diagramación por parte de un proveedor-diagramador, también externo y debidamente inscrito.

El texto diagramado, en papel, es enviado al corrector de estilo para su revisión y, si se requiere, devuelto nuevamente al diagramador para la inserción de las correcciones que se estimen pertinentes.

Una vez el corrector de estilo da su visto bueno final al texto diagramado, éste es enviado al autor, en papel, para su visto bueno final, previo a la impresión.

Importa tener en cuenta que la Universidad tiene establecido como política que el visto bueno final de un libro debe darlo el autor. Posterior a este visto bueno, el corrector de estilo y el diagramador del Departamento de Publicaciones, ambos de planta, proceden a realizar el denominado proceso de cierre del libro que incluye la elaboración de la página legal, la catalogación en la fuente y el colofón; la revisión de la carátula, su reseña y solapas, de los índices y de la bibliografía; y, en general, un examen general y somero del texto definitivo.

También es muy importante anotar que la relación entre el autor, el corrector de estilo y el diagramador, siempre se lleva a cabo por conducto del Departamento de Publicaciones. Esto implica que, como política, todas las entregas intermedias de los textos, ya sea impresos o digitales, por parte del corrector de estilo, del diagramador o del autor, se realiza en el Departamento de Publicaciones y, por ningún motivo, de manera directa entre ellos.

De forma paralela a los procesos de corrección de estilo y diagramación, el Departamento de Publicaciones trabaja en la elaboración de la reseña y de los textos de las solapas que se incluirán en la carátula y contracarátula del libro, todo esto en colaboración con el autor.

Una vez el libro está diagramado, el Departamento de Publicaciones procede a obtener el respectivo ISBN ante la Cámara Colombiana del Libro. Por su parte, de manera simultánea, la Dirección del Departamento elabora el respectivo Contrato de Edición y procede con su suscripción por ambas partes, Universidad y autor. El texto del Contrato de Edición se incluye en el Anexo n.º 4.

Adicionalmente, como procesos complementarios, previos a la comercialización de los libros, se encuentran los de cumplimiento del trámite del depósito legal consistente en el envío de ejemplares a las bibliotecas Nacional, del Congreso y de la Universidad Nacional; la entrega de cuatro ejemplares a la Biblioteca de la Universidad Externado; el anuncio de la publicación del libro en la página Web de la Universidad; y la entrega de las regalías en ejemplares al autor equivalentes al 3% del tiraje, tal como se dispone en el Contrato de Edición.

Finalmente, viene el proceso de entrega de los ejemplares para su comercialización, ya sea a la Librería de la Universidad o al distribuidor, la editorial Siglo del Hombre.

Como política, la Universidad ha establecido que todo este proceso de edición de sus libros debe tomar un máximo de tres meses, contados desde

el momento de su autorización por parte del Comité Editorial. En algunos casos, dependiendo de algunos factores, este término puede reducirse a dos o ampliarse a cuatro meses.

2. Política de precios

La Universidad ha establecido como política que la fijación del precio de venta de sus libros se realiza mediante la aplicación de un modelo de costos estándar, el cual tiene en cuenta los siguientes factores:

- a. Costo de corrección de estilo, por página corregida en el archivo Word original a espacio y medio. Costo estándar
- b. Costo de la diagramación, por página diagramada definitiva. Costo estándar dependiendo del tamaño del libro
- c. Costo de la obtención del ISBN
- d. Costo de elaboración de la carátula. Costo estándar
- e. Costo de la impresión, por página. Costo estándar dependiendo del tamaño del libro
- f. Costo de las comisiones del librero (35%) y del distribuidor (20%)
- g. Costo de los derechos de autor (10%)

De esta manera, el precio de venta de un libro editado por la Universidad Externado de Colombia depende, fundamentalmente, del número de páginas de su texto definitivo y de su tamaño. Conocidos estos factores, el PVP se obtiene de la aplicación de un modelo estándar de costos previamente establecido.

Importa destacar que, como política editorial, la Universidad ha establecido que no obtiene utilidad alguna de la publicación de sus libros y, más bien, por el contrario, subsidia su producción, pues, como puede observarse, el modelo de costos estándar no incluye los costos directos de funcionamiento del Departamento de Publicaciones.

3. Procedimiento de “Circulación restringida”

Como parte de su política editorial, y en la búsqueda de un modelo que permitiera fijar un pre-

cio de venta razonable para los títulos que publica, en el cual no se generara utilidad alguna pero se procurara a la vez la recuperación de los costos de producción, la Universidad diseñó e implementó, a través de su Comité de Publicaciones, un procedimiento conocido como de “Circulación restringida”.

Este procedimiento de “Circulación restringida” contempla la impresión de un primer tiraje de 250 ejemplares, de los cuales se entregan para comercialización externa al distribuidor, Siglo del Hombre, únicamente 90 ejemplares. Los restantes 160 ejemplares se consumen de manera interna dentro de la misma Universidad, contando las ventas por conducto de su Librería y la “salida” o pedidos que se hacen por parte de sus propios programas de posgrado para entregar a los estudiantes.

El costo total de producción de estos 250 ejemplares sólo incluye los costos iniciales de edición, esto es, los procesos de corrección de estilo, diagramación, diseño de carátula, obtención del ISBN e impresión y derechos de autor, dado que al consumirse internamente 160 de ellos no se causa el valor de las comisiones del distribuidor (20%) y del librero (35%).

Con el consumo interno de estos 160 ejemplares, cuyo costo total de producción es asumido, o por el comprador en la Librería, o por el respectivo programa de posgrado, se amortizan completamente, tanto los costos iniciales de producción del título ya mencionados (corrección de estilo, diagramación, diseño de carátula, obtención del ISBN e impresión y derechos de autor), como los costos de los 90 ejemplares del primer tiraje entregados al distribuidor para su comercialización externa.

De tal modo, el costo total de producción de posteriores reimpressiones del mismo título no tiene que contemplar la asunción de estos costos iniciales pues ellos ya están completamente amortizados, y, entonces, solo deberán prever tanto los costos de las comisiones del distribuidor (20%) y del librero (35%) como los de impresión y derechos de autor.

Todo lo anterior permite fijar un mismo precio de venta al público, PVP, tanto para los ejemplares correspondientes a ese primer tiraje de 250 ejemplares del que se consumen al menos 160 ejemplares de manera interna, esto es, sólo por ventas en la Librería de la Universidad o por conducto de sus programas de posgrado, como para aquellos ejemplares que se impriman y comercialicen posteriormente, en exceso de ese primer tiraje, por conducto de las distintas librerías del distribuidor Siglo de Hombre.

La primera premisa de la anterior metodología es que la Universidad no percibe ninguna utilidad sobre los títulos que vende pero sí debe procurar recuperar al menos el costo de edición de los mismos.

Además, sólo hay dos posibilidades: a. O el libro se comercializa, desde un comienzo, de manera externa, en su totalidad, por conducto del distribuidor Siglo del Hombre; b. O el primer tiraje se distribuye así: se comercializa parcialmente de manera externa (90 ejemplares), y los 160 ejemplares restantes se consumen de manera exclusiva dentro de la Universidad.

- a. Para determinar el precio de venta de un título que se desea comercializar desde un comienzo por fuera de la Universidad, se deben tener en cuenta las cuatro clases de costos, esto es, se deben sumar 1. Los costos fijos iniciales: corrección de estilo, diagramación, diseño de la carátula y obtención del ISBN; 2. Los costos fijos finales de comercialización: comisiones del distribuidor (20%) y del librero (35%); 3. Los derechos de autor (10%); más 4. Los costos de impresión respectivos
- b. Pero, si el título se consume internamente, así sea de manera parcial (160 ejemplares de los 250 del primer tiraje) sólo dentro de la Universidad, ya sea porque se vende en la Librería o porque es requerido por los programas de posgrado, el precio de venta se calcula teniendo en cuenta solamente los valores correspondientes a los costos fijos iniciales (1.), los

derechos de autor (3.), más los costos de impresión respectivos (4.)

La principal bondad del modelo de “Circulación restringida” reside en que el consumo interno de los 160 ejemplares del tiraje inicial permite hacer una reimpresión del libro para ser vendido, esta vez todo a través del distribuidor de la Universidad, Siglo del Hombre, al mismo PVP con el que se consumió aquella parte del tiraje inicial.

Y lo anterior se logra, se repite, por cuanto con el consumo de los 160 ejemplares del primer tiraje se amortizaron los aquí denominados costos fijos iniciales, de tal manera que en los tirajes sucesivos, los cuales se distribuyen fuera de la Universidad, estos costos iniciales ya no tienen incidencia y sólo deben asumirse los costos fijos finales de comercialización, los de impresión y los de derechos de autor.

El modelo se diseñó e implementó por cuanto si se trata de fijar un precio de venta que amortice, al mismo tiempo, los costos fijos iniciales y los finales de comercialización, opción a., el libro se hace invendible dado su alto costo y, por ende, su correspondiente elevado precio de venta.

A título de ejemplo tenemos:

Para un libro de 400 páginas, con un tiraje de 250 ejemplares,

- Si todo el tiraje sale, desde el comienzo, para ser distribuido de manera externa, su precio de venta sería de \$90.000 (\$225/página)
- Si el primer tiraje lo distribuimos en 90 para comercialización externa y 160 para consumo interno, esto es, “Circulación restringida”, su precio de venta es de \$60.000 (\$150/página)

Este procedimiento de “Circulación restringida” se aplica actualmente para la mayoría de los libros que edita la Universidad en tirajes iniciales de 250 ejemplares, utilizando el proceso de im-

presión “digital” a través del cual se logran menores costos de impresión.

De esa manera también se garantiza un adecuado proceso de divulgación de las obras mediante la fijación de razonables precios de venta, al mismo tiempo que se evita la acumulación de inventarios.

Si no existiera este procedimiento de “Circulación restringida” y se quisieran recuperar los costos de edición, la única manera de lograr un razonable precio de venta para un libro sería imprimiendo muchos ejemplares, por ejemplo, 1.000. Sin embargo, la aplicación de esta perversa política lleva a acumular ingentes e inconvenientes inventarios de libros.

En conclusión, la única alternativa viable para conciliar los aspectos de lograr un precio razonable de venta, divulgar oportunamente el conocimiento, y no acumular inventarios indeseables es: primero, imprimir tirajes iniciales pequeños, y, segundo, no cargar, simultáneamente, los costos fijos iniciales (diagramación, corrección de estilo, carátula, ISBN) y los costos fijos finales (comisiones del distribuidor: 20%, y del librero: 35%).

Todo lo anterior explica y justifica la política editorial de la Universidad Externado de Colombia para adoptar el procedimiento de “Circulación restringida” en la comercialización de sus títulos.

4. Tirajes de impresión

Una de las políticas editoriales más exigentes de la Universidad Externado de Colombia es la no generación de indeseables niveles de inventario de ejemplares de libros o revistas. En efecto, como directiva se ha establecido que siempre deben “salir” más libros que los que “entran”, esto es, las ventas siempre deben ser mayores que la producción.

En cumplimiento del anterior propósito, la Universidad ha migrado del sistema tradicional de impresión offset, el cual, para ser eficiente en costos, exige la impresión de un mínimo de 500 o

1.000 ejemplares, al sistema de impresión digital que permite imprimir 100, 200, 250 o incluso 50 ejemplares a un costo y plazo muy razonables.

Importa tener en cuenta que desde el punto de vista de calidad, el sistema digital se acerca mucho a la ofrecida por el sistema offset. Además, dada la exigencia de la Universidad en sus procesos de calidad y presentación editorial de sus títulos, la impresión de las carátulas de sus libros y revistas se realiza en el sistema de impresión offset con solapas, con lo cual se logran niveles excelentes de calidad y presentación.

De esta manera, actualmente el primer tiraje de la mayoría de los títulos que publica la Universidad es de 200, 250 o máximo 300 ejemplares y se realiza utilizando el sistema de impresión digital, el cual, cada vez más, es ofrecido en nuestro país por una amplia y variada gama de excelentes impresores.

Como política se ha establecido entonces que es preferible realizar unos primeros tirajes pequeños, de 200, 250 o 300 ejemplares, y, si es necesario, dado el nivel de comercialización del título, realizar reimpressiones adicionales también de 200 o 300 ejemplares. Este procedimiento, sin duda, permite satisfacer la política de no acumular indeseables inventarios.

Ejemplo del cumplimiento de la anterior política editorial es el resultado de la producción editorial de la Universidad en 2011 cuando se editaron 140 títulos nuevos y se reimprimieron 261.

5. Distribución de los títulos editados

De tiempo atrás, como parte de su política editorial, la Universidad estableció que la distribución de sus títulos, libros o revistas, se haría por dos canales, uno institucional y uno comercial.

El canal institucional de distribución de sus títulos es la Librería de la Universidad ubicada en su campus, en la cual aquellos se ofrecen a la comunidad externadista con un descuento del 20% sobre su precio de lista.

Además, en la página web del Departamento de Publicaciones se ofrece un catálogo completo de los libros que contiene: autor, ISBN/ISSN, año, características, reseña, precio y carátula. Los títulos se pueden consultar por temas, por autor y por área de conocimiento. Allí también se encuentra disponible el vínculo a los libros electrónicos y a los canales comerciales de distribución. El canal comercial es la firma editorial colombiana Siglo del Hombre, la cual cuenta con una excelente red de librerías asociadas tanto nacional como internacionalmente, en especial en América Latina y España.

Con la llegada de las ventas por Internet, la Universidad aceptó que sus títulos fueran ofrecidos, además del canal electrónico de su distribuidor Siglo del Hombre, www.siglodelhombre.com, por conducto de la sociedad Lalibriadelau en su página electrónica www.lalibriadelau.com.

Importa tener en cuenta que a través de estas dos páginas es posible adquirir cualquier título publicado por la Universidad Externado de Colombia en cualquier lugar del mundo, en medio físico o papel, con el recargo solo del costo del flete. Además, si el libro es ofrecido en formato de libro electrónico, también es posible su adquisición a nivel internacional por conducto de las librerías autorizadas.

Además, se divulga la información del catálogo en la Biblioteca de la Universidad, las bibliotecas del Depósito Legal y las institucionales con las que se establecen canjes y donaciones. Las novedades editoriales se divulgan también en las bases de datos de bibliotecas especializadas, en Google Books y en redes de editoriales nacionales e internacionales para incentivar la compra en línea, utilizando los vínculos a los distribuidores autorizados.

En un futuro, y como parte de su política editorial, la Universidad espera que sus libros en físico, y obvio, sus libros electrónicos, sean comercializados a través de canales masivos como iBookstore de Apple y Amazon.

D. PROCEDIMIENTO DE EDICIÓN DE REVISTAS

1. Procedimiento

En general, el procedimiento de edición de una revista es muy similar al de un libro, con la excepción de que por tratarse de títulos de circulación periódica sus números no requieren de autorización previa por parte del Comité Editorial al que simplemente se le informa de su publicación. El editor de cada revista es quien se encarga de cumplir con los estándares de indexación de las revistas académicas, para lo cual se exige la evaluación por pares de cada uno de los artículos publicados.

Sin embargo, el proceso de edición de una revista cumple con todas las etapas de corrección de estilo, diagramación, revisión de cierre, obtención en este caso del ISSN e impresión, descritas en el proceso de edición de libros.

2. Indexación nacional e internacional

Como política editorial, la Universidad propende por que sus revistas o títulos de circulación periódica satisfagan los requisitos mínimos que se deben cumplir para lograr su indexación por parte de COLCIENCIAS y otros índices internacionales.

Por la razón anterior, en el proceso de edición de cada una de las revistas publicadas por la Universidad se procura que se satisfagan tales requisitos, sea que la publicación esté o no acreditada, ya que el propósito final de la política es que todas ellas lo estén.

En términos generales, los criterios de evaluación tienen en cuenta cuatro aspectos: calidad científica; calidad editorial; estabilidad, y reconocimiento nacional e internacional.

La calidad científica se evalúa según los tipos de documentos que publique la revista. Se debe dar

prioridad a la publicación de artículos de investigación inéditos. No obstante, también se pueden incluir artículos cortos, reseñas, reportes de caso y traducciones, entre otros. En el criterio de cada editor está seleccionar el tipo y la cantidad de documentos que se incluyen en cada número.

La calidad editorial evalúa, por una parte, las características básicas de las revistas científicas como: estar certificada según normas internacionales, ISSN; tener periodicidad declarada y respetada; atender a comunidades especializadas que trascienden los límites institucionales y nacionales; y estar abierta a comunidades de especialistas de todo el mundo. Por otra parte, revisa la estructura administrativa de las revistas, evaluando la composición de los comités (editorial, científico y de árbitros) y personas encargadas de la revista.

La estabilidad de una revista científica está asociada a su antigüedad y al cumplimiento estricto de las fechas de publicación según su periodicidad.

Por último, la visibilidad se refiere a los niveles de circulación y de accesibilidad de la revista; las formas y niveles de distribución, y la integración en las bases bibliográficas. En particular, al número de canjes con otras revistas nacionales e internacionales, el número de donaciones, el reconocimiento en el área, y las consultas a la página web. Lo anterior se complementa con el cumplimiento del depósito legal y la existencia de colecciones completas en las principales bibliotecas nacionales e internacionales, según el área de especialidad.

3. Estrategias para consolidar los procesos de indexación

Aunque algunas revistas están más adelantadas en el proceso de indexación que otras, la políti-

ca editorial de la Universidad propende por que todas adopten los criterios para el mejoramiento editorial y científico de la publicación, teniendo en cuenta las particularidades de cada disciplina y respetando el alcance que cada editor determine en su política editorial.

Para fortalecer los procesos editoriales se han establecido cuatro estrategias:

a. Cumplimiento de la periodicidad; b. Evaluación por parte de pares y exogamia; c. Jerarquización de documentos; d. Visibilidad y distribución

a. CUMPLIMIENTO DE PERIODICIDAD

Para garantizar el cumplimiento de la periodicidad se debe revisar en cada caso si es posible mantenerla en el futuro, o si es pertinente modificarla. Los cambios de periodicidad se deben registrar ante al ISSN (ICFES), y a partir de la fecha del cambio se debe cumplir sin falta la nueva periodicidad.

Para garantizar la periodicidad es preciso entregar el material al Departamento de Publicaciones por lo menos dos meses antes del mes estipulado para salir de imprenta. Ello implica reorganizar el proceso administrativo de la revista y cumplir con los cronogramas de entrega tanto de los autores y árbitros como de los editores.

b. EVALUACIÓN POR PARES EXTERNOS Y EXOGAMIA INSTITUCIONAL

Las revistas académicas deben contar con un comité de árbitros externos que ayude a revisar y evaluar los artículos antes de su publicación. Para ello, se deben convocar académicos afines al perfil y la temática de la revista, los cuales emitirán conceptos sobre los artículos propuestos, y ayudarán a seleccionar los textos que finalmente se publicarán.

Es preciso diseñar un proceso de evaluación que

garantice el doble ciego, es decir, el anonimato tanto del evaluador como del autor, para facilitar la transparencia de la evaluación. Para ello, el procedimiento es el siguiente:

- ✓ Enviar al evaluador el artículo sin el nombre del autor ni notas al pie que lo identifiquen
- ✓ Solicitar al árbitro su hoja de vida completa con publicaciones y títulos académicos
- ✓ Ofrecerle al árbitro ejemplares gratuitos por su colaboración
- ✓ Indicarle la fecha límite para el envío de comentarios
- ✓ Si la evaluación es positiva, se solicita al autor realizar ajustes según su criterio y se indica la fecha límite para entregar el documento arreglado. Se registra la fecha de modificación.

Se hace explícito que luego de esta primera evaluación el comité editorial de la revista emitirá la decisión final sobre la publicación del texto.

Luego de la reunión del comité editorial de la revista se le comunica al autor que su texto fue aprobado y en qué número será publicado. Se registra la fecha de aceptación. Si la evaluación fue negativa (y el editor está de acuerdo), se le indica al autor que el texto no cumple con el perfil de la revista.

Para que exista diversidad institucional en el comité editorial de la revista, el comité de árbitros y los autores que publican en la revista, COLCIENCIAS exige los siguientes criterios:

- ✓ 50% de los miembros del comité editorial de la revista debe tener título de doctorado, y 50% debe ser externo a la institución editora
- ✓ 60% del grupo de árbitros debe ser externo y diferente a los miembros del comité editorial de la revista
- ✓ 30% del grupo de árbitros debe tener maestría

- ✓ 60% de los autores debe ser diferente al comité editorial de la revista y árbitros
- ✓ 30% de los autores debe ser externo a la institución

Lo anterior implica recomponer estratégicamente los comités y vincular continuamente personalidades influyentes en el área.

c. RECEPCIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE DOCUMENTOS

Según la jerarquización de documentos, las revistas científicas deben dar prioridad a los artículos de investigación, y se deben publicar por lo menos doce artículos al año.

El procedimiento al momento de recibir las propuestas de publicación es el siguiente:

- ✓ Indicar al autor que el texto será enviado a un árbitro para evaluación.
- ✓ Registrar la fecha de recepción del documento.
- ✓ Solicitar resumen en español e inglés, con palabras clave
- ✓ Solicitar al autor su hoja de vida con información detallada de publicaciones recientes y títulos académicos
- ✓ Confirmar que el documento es inédito y no ha sido publicado en otra revista

d. VISIBILIDAD Y DISTRIBUCIÓN

Luego de la diagramación e impresión, cada número se debe enviar a: el depósito legal, las suscripciones y donaciones, los canjes y las bases de datos. Esto permite que los centros de docu-

mentación tengan acceso al archivo histórico de la revista. Los ejemplares del depósito legal son enviados por el Departamento de Publicaciones a su destino.

Cada facultad o departamento de la Facultad de Derecho se encarga de gestionar las suscripciones y de enviar las donaciones. Por su parte, la Dirección de la Biblioteca de la Universidad se encarga de centralizar los canjes de todas las revistas.

Además de la distribución en medio físico, es preciso que cada revista tenga su sitio web, donde se ofrezca información general de la revista, se dé acceso a los artículos en texto completo, y se facilite la búsqueda de artículos por medio de índices de autores y de temas.

Cada vez que se edite un nuevo número se entregará al web master de la Universidad la siguiente información:

- ✓ Los artículos en PDF de cada artículo
- ✓ Las indicaciones para los autores en español e inglés con los últimos ajustes
- ✓ El índice de autores
- ✓ El índice temático

Además, se deben enviar los archivos a las bases de datos nacionales e internacionales, y cumplir con los compromisos adquiridos con cada uno de ellos.

El Departamento de Publicaciones se encarga de actualizar los repositorios y de sugerir nuevas plataformas para la ampliar la divulgación de las revistas.

E. DERECHOS DE AUTOR

La Universidad Externado de Colombia es especialmente rigurosa y cuidadosa en el cumplimiento de sus compromisos relacionados con los derechos de autor.

Esta rigurosidad contempla dos aspectos: el primero, relacionado con la garantía de que cualquier texto que sea publicado por la Universidad cuente con todas las autorizaciones pertinentes por parte de su autor o poseedor de los derechos de publicación. El segundo, la relación contractual que se origina entre la Universidad, en su calidad de editora de la obra que se publica, y el autor, compilador o director de la misma.

En el caso de traducciones, la Universidad es muy cuidadosa de contar con la respectiva autorización de la instancia correspondiente para la publicación de la obra en idioma castellano. En la mayoría de los casos este proceso implica la firma de un convenio previo en el cual se plasman las obligaciones y derechos de las partes, la instancia cedente o que autoriza, y la Universidad.

También, para el caso de coediciones, generalmente se celebra un convenio entre las entidades que realizan la coedición; en este se plasman las obligaciones y derechos de cada uno de los coeditores.

En cuanto hace a la relación con los autores, compiladores o directores de las obras que publica la Universidad, siempre se celebra un Contrato de Edición en el cual, además de los datos generales del autor y del título por publicar, se establecen, entre otros, los siguientes aspectos:

- a. Plazo o término del contrato

- b. Número de ediciones o reimpressiones autorizadas
- c. Cantidad de ejemplares del primer tiraje de la edición respectiva
- d. Honorarios, estipendios o regalías
 En todos los casos se establece un pago del 10% sobre el valor de las ventas en el país o en el extranjero, ya sea del libro físico, del PDF o del libro electrónico, e-book
- e. Lugar, fechas y formas de pago
 Se establecen pagos semestrales, en los meses de febrero y agosto, correspondientes al semestre anterior, mediante el proceso de transferencia electrónica a cuentas preestablecidas
- f. Plazo y condiciones en que debe ser entregado el texto original
- g. Plazo y condiciones de la venta de cada edición o reimpresión
- h. Cantidad de ejemplares gratuitos para el autor
 En todos los casos se establece la entrega de un tres por ciento (3%) del número de ejemplares de cada edición, si aquél fuere inferior a 1.000, o 50 ejemplares, si dicho número fuere igual o superior a 1.000.

El Anexo n.º 4 incluye el modelo de este Contrato de Edición.

F. IMPRESIÓN POR DEMANDA, POD

El sistema de impresión por demanda (POD, por sus siglas en inglés –print on demand–) es aquel que permite la impresión de uno o muy pocos ejemplares de un título determinado, ya sea este libro o revista, a un costo relativamente razonable.

Este sistema de impresión utiliza el método digital y se ha popularizado principalmente por la ventaja de tener, de manera local, impreso, casi de inmediato, un título publicado en cualquier lugar del mundo, a un precio relativamente razonable. Máxime cuando se compara dicho precio con el del mismo libro importado.

La Universidad no ha sido ajena a esta novedad, y aprovechando la conversión de algunos de sus títulos al formato de libro electrónico o e-book, fundamentalmente aquellos de interés general o traducciones, también ha convertido tales textos para que sean objeto de una eventual impresión por demanda remota, en países como España, México y Argentina.

En este proyecto, al igual que en el del libro electrónico que se presenta en el acápite siguiente, la Universidad se ha asociado con firmas internacionales que son representadas en Colombia por Hipertexto Ltda.

G. MIGRACIÓN A LIBRO ELECTRÓNICO, E-BOOK

La Universidad es consciente de la evolución, cada vez más vertiginosa, al mundo del libro electrónico, ya sea este simplemente el PDF o su versión más sofisticada de e-book.

Por esta razón, como parte de su política editorial, la Universidad, de tiempo atrás, aprovechando las ventajas del procedimiento de Impresión por Demanda, POD, ha venido convirtiendo simultáneamente sus textos de interés general, como son aquellos que componen la serie de Teoría Jurídica y Filosofía del Derecho, así como sus libros traducidos del inglés, alemán, francés e italiano, al formato de libro electrónico.

De otra parte, se trabaja de manera intensa en la conversión del mayor número de títulos posibles al formato ePub, un paso adelante del PDF. En la

medida que más personas lean en tabletas, lectores, smartphones (cuestión cada vez más común) será más importante el ePub, que se convierte hoy en día en un importante estándar internacional.

Actualmente la Universidad ofrece más de 150 ePubs que comercializa por canales como iBookstore de Apple, Amazon y otras librerías asociadas a la firma Hipertexto Ltda.

Complementario a este proceso de conversión, la Universidad, en conjunto con sus distribuidores Siglo del Hombre e Hipertexto Ltda., continuará explorando distintos canales de comercialización de este tipo de libro electrónico con el propósito fundamental de aumentar su visibilidad y, obvio, su comercialización.

I. ANEXOS

1. Anexo n.º 1

1. Propuesta de publicación

Dependencia que sugiere la publicación:

Fecha de presentación del libro:

Título del libro:

Autor, compilador o editor:

2. Información del libro

- a. Justificación detallada de la publicación
- b. Campo o rama del saber a la que pertenece la publicación
- c. Nueva edición, reedición o reimpresión
- d. Colección a la que pertenece el libro
- e. Grupo y línea de investigación a la que pertenece el texto
- f. Si es libro de investigación, detallar información del proyecto
- g. Si es coedición, justificar
- h. Si es traducción, justificar su publicación y mencionar si cuenta con las autorizaciones correspondientes para su publicación
- i. Garantía de que se cuenta con los plenos derechos de autor, de coedición o de traducción
- j. Sugerencia del número de ejemplares que serán impresos en el primer tiraje
- k. Adjuntar el texto impreso a espacio y medio, y en medio digital

2. Anexo n.º 2

FORMATO DE EVALUACIÓN DE LIBROS EVALUACIÓN POR PARES

Título del libro:

Fecha de evaluación:

I. Datos del evaluador:

Nombres y apellidos:

Afiliación institucional:

País:

Correo electrónico:

Último título académico obtenido:

II. Evaluación

1. Fundamentación científica

- a. ¿Los objetivos del texto están claramente enunciados y sustentados?

- b. ¿Utiliza una metodología adecuada para el desarrollo de los objetivos?

- c. ¿La presentación y argumentación de las ideas es coherente?

- d. ¿El manejo de conceptos, teorías y datos es preciso?

- e. ¿Existe relación entre el título, el problema, los objetivos, el marco teórico o metodológico y las conclusiones?

f. ¿El tema es pertinente y brinda aportes a su área de conocimiento?

2. Presentación de la información

a. ¿El autor utiliza un lenguaje claro y conciso?

b. ¿Hay coherencia en la presentación y desarrollo de las ideas?

c. ¿Las partes del trabajo se articulan entre sí y responden a los objetivos planteados?

d. ¿Utiliza fuentes bibliográficas actualizadas?

3. Uso de documentación

a. ¿El autor realiza un uso adecuado de las fuentes bibliográficas en la elaboración de las citas, paráfrasis, resúmenes y notas al pie?

b. ¿El texto se puede considerar original?

c. ¿Es posible diferenciar los aportes del autor respecto de la información de otros textos?

III. Clasificación

El texto podría clasificarse como:

Libro de texto:

Libro de investigación:

Libro de divulgación:

IV. Recomendaciones

Publicar sin modificaciones:

Publicar con modificaciones:

No publicar

Firma del evaluador

3. Anexo n.º 3**FORMATO DE EVALUACIÓN DE LIBROS
CONCEPTO COMITÉ EDITORIAL****1. Propuesta de publicación**

Dependencia que sugiere la publicación:

Fecha de presentación del libro:

Fecha de concepto Comité Editorial:

Título del libro:

Autor, compilador o editor:

2. Información del libro

- a. Justificación detallada de la publicación
- b. Campo o rama del saber a la que pertenece la publicación
- c. Nueva edición, reedición o reimpresión
- d. Colección a la que pertenece el libro
- e. Grupo y línea de investigación a la que pertenece el texto
- f. Si es libro de investigación, detallar información del proyecto
- g. Si es coedición, justificar
- h. Si es traducción, justificar su publicación y mencionar si cuenta con las autorizaciones correspondientes para su publicación
- i. Garantía de que se cuenta con los plenos derechos de autor, de coedición o de traducción
- j. Sugerencia del número de ejemplares que serán impresos en el primer tiraje
- k. Adjuntar el texto impreso a espacio y medio, y en medio digital

3. Proceso de evaluación

- a. Fecha de envío de las evaluaciones:
b. Fecha límite de recepción de las evaluaciones:
c. Concepto del primer evaluador

	Publicar sin modificaciones
	Publicar con modificaciones:
	No publicar

- d. Concepto del segundo evaluador

	Publicar sin modificaciones
	Publicar con modificaciones:
	No publicar

4. Condiciones editoriales

	Tabla de contenido
	Índices
	Reseña del autor
	Reseña de libro
	Esquema de citación y bibliografía según manual de estilo
	Archivos originales de tablas, gráficos, cuadros, etc.
	Información completa de las fuentes de las imágenes, cuadros, gráficos, etc.

5. Clasificación

	Libro de texto
	Libro de investigación
	Libro de divulgación
	Libros institucionales

6. Recomendaciones del Comité Editorial

	Publicar sin modificaciones
	Publicar con modificaciones:
	No publicar

7. Comentarios generales

4. Anexo n.º 4**CONTRATO DE EDICIÓN****1. PARTES CONTRATANTES**

a. El autor:

Nombre: **NOMBRE DEL AUTOR** o **COMPILADOR**

Identificación no.: Cédula o Pasaporte

Domicilio/Oficina: Dirección, ciudad

Teléfono(s); Fax:

Correo electrónico:

b El editor: Universidad Externado de Colombia - Departamento de Publicaciones, con domicilio en la ciudad de Bogotá, legalmente representada por MARTHA HINESTROSA REY, en su calidad de Apoderada General de la Universidad.

2. OBRATítulo: **NOMBRE DEL LIBRO**

Formato en que se publicará: aa x bb

N.º páginas del original: ppp

Inédita X Ya editada X Individual X En colaboración X Colectiva X Originaria

Permisos necesarios para proceder a la edición:

3. PLAZO O TÉRMINO DE ESTE CONTRATO

Fecha de iniciación: 1º de mes de 2012

Fecha de vencimiento: cinco (5) años

4. NÚMERO DE EDICIONES O REIMPRESIONES AUTORIZADAS: las necesarias en el período autorizado.**5. CANTIDAD DE EJEMPLARES DEL PRIMER TIRAJE DE ESTA EDICIÓN:** NNN**6. HONORARIOS, ESTIPENDIOS O REGALÍAS:**

Por ventas en el país o en el extranjero, un diez por ciento (10%) sobre el precio de venta al público del libro físico.

Por ventas en el país, o en el extranjero, un diez por ciento (10%) sobre el precio de venta al público del libro virtual o electrónico (PDF O E-BOOK).

7. LUGAR, FECHAS Y FORMAS DE PAGO:

En la ciudad de Bogotá, mediante liquidaciones semestrales, los meses de febrero y agosto de cada año, con cortes a diciembre y junio, respectivamente, en la forma prevista en la cláusula anterior.

8. PLAZOS Y CONDICIONES EN QUE DEBE SER ENTREGADO EL ORIGINAL:**EL AUTOR** se obliga a entregar a **EL EDITOR** los originales de la obra en los plazos fijados en el cronograma anexo que hace parte del presente contrato.**PARÁGRAFO:** Los originales se entregarán en medio magnético y una copia impresa del mismo, según las instrucciones de **EL EDITOR**.**9. PLAZO Y CONDICIONES DE LA VENTA DE CADA EDICIÓN O REIMPRESIÓN**

Cinco años. Las mismas de la edición inicial.

10. CANTIDAD DE EJEMPLARES GRATUITOS PARA EL AUTOR: Tres (3) por ciento (%) del número de los ejemplares impresos de cada edición si aquél fuere inferior a 1.000, o 50 ejemplares si dicho número fuere igual o superior a 1.000, los cuales no se considerarán ejemplares vendidos, para los efectos de la remuneración.

EL AUTOR Y EL EDITOR, de las condiciones civiles y mercantiles expresadas, identificados como aparece al pie de las respectivas firmas, por medio del presente documento hacen constar que han celebrado el Contrato de Edición que, además de las anteriores estipulaciones, se regirá por las cláusulas que seguidamente se continúan enumerando y en lo no pactado en ellas y en cuanto no se oponga a lo expresamente estipulado, por las reglas de los artículos 105 a 137, Capítulo VIII, de la Ley 23 de 1982, “sobre derechos de autor”.

•11. **EL AUTOR**, quien garantiza que es titular de los derechos reconocidos por la ley invocada sin limitaciones o condiciones respecto de la obra anteriormente determinada, que a la fecha no tiene contrato vigente de autorización, edición, publicación, reproducción o de cualquier otro tipo, en Colombia o en el exterior, a través del cual haya cedido de manera total o parcial los derechos patrimoniales que le corresponden, respecto de la obra que se contrata, se obliga a entregarla en forma exclusiva a **EL EDITOR**, que se compromete a publicarla y divulgarla mediante su impresión gráfica; o en forma digital o virtual (on-line); o en formato de libro electrónico (e-book); y a distribuirla y venderla por su cuenta y riesgo en la República de Colombia y en los países que a bien tenga.

•**PARÁGRAFO. EL EDITOR** podrá realizar tirajes de la obra en los países en los que, por motivos particulares de cada mercado, sea de mayor conveniencia hacer el proceso de impresión de manera local, debiendo reportar la cantidad de ejemplares producidos a **EL AUTOR**. El porcentaje del 10% de regalías por derechos de autor será liquidado sobre el precio de venta al público en el país en el que se produzca la venta del libro, sin perjuicio de lo establecido en la cláusula 24 de este contrato.

•12. Como consecuencia de la exclusividad concedida, **EL AUTOR** se obliga, durante la vigencia de este contrato, a no editar, ni personalmente ni por terceras personas, en Colombia o en el exterior, la obra a que se ha hecho referencia ni otras obras similares a ella que puedan constituir competencia para la distribución y venta a que se obliga **EL EDITOR**, o perjudicar u obstaculizar de cualquier manera el cumplimiento de las obligaciones que éste contrae, en virtud de este mismo contrato o de la ley.

•13. **EL EDITOR** dará cumplimiento a la obligación sobre depósito legal y está facultado para solicitar el registro del derecho de autor sobre la obra, a nombre de **EL AUTOR**, si éste no lo hubiere hecho, para lo cual el presente contrato constituye poder especial, amplio y suficiente.

•14. Si **EL AUTOR** desea efectuar una adaptación, un arreglo o cualquier transformación de la obra objeto del presente contrato, se obliga a hacerlo de acuerdo con **EL EDITOR**, y para las traducciones de la obra a idiomas diferentes al español, **EL AUTOR** otorga opción preferencial a **EL EDITOR** para la celebración del contrato de edición separado, para la obra traducida, en el país o en el exterior.

•15. **EL AUTOR** asume la responsabilidad del contenido de la obra y si por ello **EL EDITOR** resultase demandado, el autor asumirá su defensa. Frente a esto es claro que **EL EDITOR** permanecerá indemne.

•16. **EL EDITOR** podrá disponer, además de los ejemplares requeridos para cumplir con la obligación sobre depósito legal, de los ejemplares que considere necesario entregar a la biblioteca de la Universidad, a las directivas de la Universidad, al archivo del Departamento de Publicaciones, a la Oficina de Prensa que los utilizará en la promoción y publicidad de la obra, y al Área de Mercadeo que se encargará de distribuirlos entre profesores de la materia. Estos ejemplares no se tendrán en cuenta para el cálculo de la remuneración. De requerirse ejemplares adicionales para la difusión de la obra, **EL EDITOR** le informará a **EL AUTOR** del requerimiento, y estos ejemplares adicionales tampoco serán tenidos en cuenta para el cálculo antes mencionado.

•17. **EL AUTOR** se obliga a hacerle a la obra las correcciones, adiciones o mejoras que **EL EDITOR** considere conveniente, en la misma forma como **EL AUTOR** tiene derecho a efectuar tales correcciones, adiciones o mejoras, antes de que la obra entre en proceso de edición.

•18. Para la efectividad de lo previsto en la cláusula anterior, **EL EDITOR** pondrá a disposición de **EL AUTOR** las primeras pruebas de la composición de la edición correspondiente, con la corrección de estilo marcada sobre el papel, para que **EL AUTOR** resuelva dudas, apruebe o desapruebe una a una las sugerencias del corrector de estilo, con los signos convencionales que le suministre **EL EDITOR** y, además, haga las adiciones o mejoras que a bien tenga o que le fueren solicitadas, procediendo a devolver las pruebas en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario a partir de la firma de la recepción del arte. De exceder los treinta (30) días antes indicados, **EL EDITOR** dará por aprobada la corrección de estilo y procederá a insertar dichas correcciones e imprimir el libro sin lugar a cambios o reclamaciones posteriores por parte de **EL AUTOR**.

•19. Si las correcciones, adiciones o mejoras que tenga a bien hacer **EL AUTOR**,

umentan en más de un cinco por ciento (5%) el costo de la edición, EL AUTOR se obliga a reconocerle a EL EDITOR el mayor costo que exceda de dicho porcentaje, de conformidad con los presupuestos de edición hechos por EL EDITOR. •20. Si la obra objeto de este contrato necesita actualización, EL AUTOR se obliga a preparar los nuevos originales y si no pudiere o no quisiere hacerlo, podrá hacerlo EL EDITOR con una persona idónea, sin perjuicio de los derechos de EL AUTOR, de acuerdo con la ley y con el presente contrato. •21. EL AUTOR podrá suministrar con el original de la obra las ilustraciones que él contenga, en dibujos o fotografías aptas para su reproducción, de acuerdo con las instrucciones de EL EDITOR, o podrá EL AUTOR hacer las sugerencias para que EL EDITOR se encargue de elaborarlas, directamente o por terceras personas contratadas por él. En el primer caso se consideran de propiedad de EL AUTOR, junto con su obra, y manifiesta bajo la gravedad del juramento que cuenta con las autorizaciones correspondientes sobre las mismas, y en el segundo caso, de propiedad del EDITOR. •22. EL EDITOR es el único responsable del diseño de la carátula del libro; por cortesía, se suele permitir a EL AUTOR participar en el proceso de selección de ésta, para lo cual hay dos posibilidades: la primera es que EL AUTOR sugiera una imagen, un color de su preferencia, o cualquier elemento gráfico de su agrado sobre el que se trabajarán los borradores, pero si EL EDITOR no está de acuerdo con la sugerencia, la rechazará; y la otra, que se le presenten a EL AUTOR tres propuestas de las que seleccionará una. Podrá hacer observaciones a las propuestas, pero no tendrá posibilidad de hacer cambios más de dos veces, para no alargar innecesariamente el proceso. Como se dijo antes, por cortesía se permite al autor participar en el proceso; sin embargo, EL EDITOR no está en la obligación de involucrarlo en él y puede seleccionar la carátula de acuerdo con las series sin necesidad de consultar con el autor. • 23. EL AUTOR, si lo desea, podrá adquirir ejemplares de cada edición de la obra, en la cantidad que libremente señale EL EDITOR, pagándolos de contado, con un descuento del treinta por ciento (30%) sobre el precio de venta al público que, así mismo, libremente haya fijado EL EDITOR; los derechos que se liquiden sobre estos ejemplares serán sobre el precio neto (descontado el 30%). •24. Las ventas de ejemplares de la obra que haga directamente EL EDITOR, por medio de licitaciones públicas o privadas o por cualquier otro medio que implique la concesión de precios especiales, inferiores al precio de venta al público que haya fijado EL EDITOR, se tendrán en cuenta para la liquidación de los honorarios, estipendios o regalías, pero sobre el precio neto especial concedido y no sobre el precio de venta al público. •25. Sobre los ejemplares a que se refiere la cláusula décima no se causarán honorarios, regalías o estipendios. •26. Los honorarios, estipendios o regalías que se pactan en este contrato se pagarán sobre ventas en firme, realizadas en el país o en el exterior, es decir, cuyos precios hayan sido efectivamente recaudados por EL EDITOR. •27. Las cuentas que EL EDITOR rinda a EL AUTOR, para el pago de los honorarios, estipendios o regalías, se considerarán definitivas o irrevocablemente aprobadas, si dentro de los dos (2) meses siguientes al día en que se haga el pago EL AUTOR no les ha formulado ninguna observación. •28. EL EDITOR podrá autorizar previamente y por escrito, a EL AUTOR, para que edite personalmente o por terceras personas, la obra objeto de este contrato en los países en donde no tenga interés en ejercer la exclusividad que se le ha otorgado. •29. EL AUTOR faculta expresamente a EL EDITOR para que ceda el presente contrato a otra persona natural o jurídica de su confianza dando aviso por medio de carta certificada a la dirección inicialmente indicada de EL AUTOR. •30. EL EDITOR podrá reproducir por sí mismo o a través de un tercero, extractos o fragmentos de la obra en revistas impresas o electrónicas para promoción de la obra. •31. En caso de que la obra objeto del presente contrato fuere en colaboración colectiva, sus varios autores se obligan solidaria y mancomunadamente con EL EDITOR. •32. Si con por lo menos dos (2) meses de anticipación a la fecha de vencimiento del presente contrato, indicada en la cláusula tercera, ninguna de las partes manifiesta a la otra por escrito su voluntad de darlo por terminado, se considerará prorrogado tácitamente por dos (2) años más y así sucesivamente al vencimiento de cada prórroga, en las mismas condiciones del plazo inicial. •33 Durante la vigencia del presente contrato, EL AUTOR se compromete a no contratar con terceros, en Colombia o en el exterior, la publicación total o parcial de la obra, sin el consentimiento por escrito de EL EDITOR; en caso contrario, responderá de los daños y perjuicios que se ocasionen. •34. EL AUTOR actuará por su propia cuenta, sin que medie relación laboral con EL EDITOR, ni subordinación de ningún tipo con éste, pudiendo únicamente exigir el precio convenido en este

contrato. •35. **EL AUTOR** concede la facultad a **EL EDITOR** de rematar los ejemplares que no se hubieren vendido en un plazo de cuatro (4) años, si el saldo en inventarios fuere mayor al 50% del tiraje, situación en la que se le pagará el 2% de derechos de autor sobre el precio de venta al público de estos ejemplares. •36. Así mismo, **EL EDITOR** podrá rematar, donar o destruir el total o una parte de los ejemplares de la obra que después de seis (6) años quedasen en existencias, sin que exista la obligación de pagar la remuneración correspondiente por derechos de autor. •37. Las partes acuerdan someter las diferencias que puedan presentarse entre ellas, por motivo de la interpretación, la ejecución o la liquidación del presente contrato, a la decisión de tres árbitros que serán nombrados de común acuerdo por las partes, quienes actuarán de acuerdo con lo previsto en el Código de Comercio y en el Código de Procedimiento Civil, funcionarán en Bogotá y dictarán su fallo en derecho. La solicitud de convocatoria y el proceso arbitral se ventilarán en el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. •38. Los gastos que demande la celebración del presente contrato y los de su legalización, lo mismo que los de registro del derecho de autor y el depósito legal, serán pagados totalmente por **EL EDITOR**.

Para que conste se firma en la ciudad de Bogotá, D. C., en dos (2) ejemplares del mismo tenor con destino a cada uno de los contratantes a los

EL AUTOR (LOS AUTORES)

EL EDITOR
MARTHA HINESTROSA REY
C.C. 51.700.834 de Bogotá