

# Guía de edición para publicaciones académicas no seriadas

PROCESO EDITORIAL, PRODUCCIÓN Y DIVULGACIÓN

Universidad de los **Andes**

Vicerrectoría de **Investigaciones y Doctorados**

Ediciones **Uniandes**





# **Guía de edición**

para publicaciones  
académicas no  
seriadas



# **Guía de edición**

para publicaciones  
académicas no  
seriadas

**Proceso editorial,  
producción  
y divulgación**

Universidad de los Andes  
Vicerrectoría de Investigaciones y Doctorados  
Ediciones Uniandes



## **Equipo editorial de Ediciones Uniandes:**

Adriana **Delgado Escrucería**

Alfonso **Mora Jaime**

María **Ortiz Pineda**



# Contenido

**X**

**La labor  
editorial  
de Ediciones  
Uniandes**

**XII**

**Participantes  
en el proceso  
editorial**

**1**

**Editar un libro**

**2**

Aval institucional para  
el proceso de publicación

**4**

La entrega de originales  
a Ediciones Uniandes

**8**

Fases del proceso editorial

i. Fase de planeación

ii. Fase de edición

iii. Fase de impresión

**24**

Tiempos del proceso editorial

# 30

## **Divulgar, distribuir y comercializar los libros**

- 32** Cuando llegan los ejemplares...
- 34** Divulgación
- 41** Distribución
- 43** Comercialización

# 46

## **Bibliografía de interés**

# La labor editorial de Ediciones Uniandes

## Ediciones Uniandes

es el centro editorial de la Universidad de los Andes, forma parte de la Vicerrectoría de Investigaciones y Doctorados y centraliza la edición de todas las publicaciones no seriadas <sup>△</sup> de la institución. Su función supone ejecutar y supervisar todas las etapas del proceso editorial, para un plan de publicaciones que ha alcanzado un promedio de cien títulos al año.

En esta guía el interesado en conocer el proceso editorial de una publicación no seriada en la Universidad podrá encontrar información sobre las distintas etapas y tareas que se adelantan, desde el manuscrito hasta la llegada del libro a manos de un lector.

Para describir la labor editorial que desarrolla Ediciones Uniandes, este documento se divide en dos grandes partes: la primera, *editar un libro*; la segunda, *divulgar, distribuir y comercializar los libros*.

El lector encontrará una descripción sencilla pero detallada de cada momento en el proceso editorial, identificará quiénes participan y cuáles son las responsabilidades de cada uno. En la primera parte verá que en la edición se cumplen siempre unos mismos pasos y procedimientos, que se ajustan a las particularidades de cada proyecto y que están encaminados a garantizar criterios de alta calidad académica y editorial. En la segunda parte conocerá los elementos que componen el plan general de divulgación de los libros y las actividades específicas que se llevan a cabo teniendo en cuenta la naturaleza de cada uno.



Se entiende por *publicaciones no seriadas* los libros, tanto académicos como de divulgación o creación, los CD, DVD o memorias USB que contengan audios, videos o documentos digitales.

# Participantes en el proceso editorial

## Autor


**Creador de la obra:** para efectos legales, por *autor* se entiende también los compiladores y los traductores.

## Unidad académica

**Responsable de publicaciones:** encargado del contacto entre la unidad académica y Ediciones Uniandes, de los trámites administrativos y presupuestales. Conducto regular para el envío de los proyectos aprobados para publicación.

## Ediciones Uniandes

En la actualidad, el equipo de trabajo está conformado por diez personas:

**Editor general:** responsable de dirigir la edición, divulgación, distribución y comercialización de las publicaciones no seriadas de la Universidad, y de implementar las políticas editoriales de la institución. 



El uso del término *editor* es privativo del editor general y de la institución, de acuerdo con la definición que establece la Ley 23 de 1982 (artículo 8.º, literal q). Por lo tanto, ningún autor ni compilador de la Universidad podrá figurar como “editor” o “editor académico” en su publicación. El crédito establecido es “edición académica a cargo de” o “compilación”.

**Dos coordinadores administrativos:**

encargados de hacer el seguimiento administrativo, contractual y presupuestal de los proyectos. A cada nuevo proyecto se le asigna un coordinador administrativo.

**Tres coordinadores editoriales:**

encargados de la puesta en marcha y el desarrollo de los proyectos editoriales, así como de la supervisión del trabajo de los proveedores externos en cada una de las fases. A cada nuevo proyecto se le asigna un coordinador editorial.

**Un coordinador de divulgación:**

encargado de diseñar y desarrollar el plan estratégico para la visibilidad y el posicionamiento de las publicaciones de la Universidad.

**Personal de apoyo:** tres personas encargadas de tareas específicas de apoyo a los procesos administrativos, legales y de divulgación.

## Proveedores externos

**Proveedores:** más de treinta correctores de texto, diseñadores, diagramadores, digitadores, traductores e ilustradores.

**Impresores:** encargados de la impresión del libro. Siempre son proveedores externos, dado que la Universidad de los Andes no tiene un taller de impresión propio.

**Distribuidores:** encargados de la puesta del libro en los canales por los cuales llega al público.



# Editar un libro

En el ámbito universitario, la edición de un libro es la conversión, mediante una serie de trabajos profesionales, del producto de la investigación académica, la creación o la reflexión en una obra que se reproduce en forma de publicación impresa o digital.



# Participan:

**Autor**

**Responsable de publicaciones de la unidad académica**

**Coordinador administrativo**

**Corrector**

**Impresor**

**Editor general**

**Coordinador editorial**

**Diagramador**

**Personal de apoyo**

## Para editar

un libro con la Universidad de los Andes se pedirá al autor cumplir con una serie de requisitos que se explicarán a continuación: unos relacionados con la consecución del aval institucional y otros, con la entrega de originales en determinadas condiciones. Aunque el proceso se describe para el caso de un libro, aplica a todas las publicaciones no seriadas (como CD, DVD, memoria USB).

## Aval institucional para el proceso de publicación

Para iniciar el proceso de publicación, el autor postula su obra a la unidad académica que corresponda y esta, por medio de su comité y responsable de publicaciones, lleva a cabo la evaluación y selección de manuscritos para publicación.

Las unidades académicas son autónomas para definir y avalar su plan de publicaciones. Para esto, se rigen por las políticas definidas por la Universidad, se pueden guiar por las indicaciones de instancias nacionales y verifican que cada nuevo proyecto cumpla los requisitos para ser recibido por Ediciones Uniandes.

La unidad académica solo enviará el manuscrito aprobado para publicación a Ediciones Uniandes cuando el autor haya cumplido los siguientes cuatro requisitos fundamentales:

1. Obtención de los permisos o autorizaciones de reproducción de textos (compilaciones y traducciones) y recursos gráficos, por escrito.

2. Obtención de los recursos gráficos (figuras, mapas, fotos y otros) en alta resolución y entrega de este material completo.
3. Entrega del texto completo, en versión definitiva y sin comentarios al margen ni marcas de control de cambios.
4. Entrega del texto con citación y referencias bibliográficas completas, ordenadas y acordes al sistema que se haya definido.△

Se entiende que si no se cumple alguno de los cuatro requisitos, Ediciones Uniandes no podrá iniciar el proceso editorial. Es responsabilidad del autor solucionar lo que haga falta; se recomienda que la unidad académica, por medio de su responsable de publicaciones, lo asesore y apoye en acciones puntuales (como el pago de derechos de reproducción). En consecuencia, el cronograma del proceso en Ediciones Uniandes solo iniciará cuando se hayan recibido satisfactoriamente los soportes y materiales derivados de estos requisitos.△

## Coediciones, convenios, apoyos o contratos con otras instituciones

Si el libro es resultado de un convenio con otra institución, aplican los mismos requisitos y tiempos que para los demás proyectos editoriales de la Universidad de los Andes. Esto se debe tener presente cuando se negocian los términos del contrato o convenio.

Se recomienda que antes de formalizar un acuerdo con otra institución la unidad académica



El autor es responsable de la veracidad y consistencia de la citación; durante el proceso de edición, el corrector puede identificar inconsistencias en el uso del sistema de citación o vacíos en la información bibliográfica, pero la revisión es más de forma que de contenido (véase el *Reglamento general de publicaciones*).



El autor es el responsable de conseguir los permisos de reproducción de los textos e imágenes, tanto para libros impresos como para digitales. Sin embargo, se recomienda que no pague directamente por derechos de reproducción, en tanto que los derechos patrimoniales quedan a nombre de la Universidad al firmar el contrato. Los pagos necesarios se harán por medio de la unidad académica.



Para el caso de la compra de derechos de traducción de una obra, se debe procurar que las fechas y los plazos establecidos en el contrato que se firma sean lo suficientemente amplios para llevar a cabo todo el proceso en los tiempos normales. En todo caso, busque el acompañamiento de Ediciones Uniandes.



La consecución de estos soportes está a cargo del autor. Ediciones Uniandes puede asesorar a los autores en esta tarea, junto con la Oficina Jurídica de la Universidad, pero no gestiona derechos ni permisos en ningún caso, ni desembolsa recursos o gestiona pagos relacionados con el uso de los materiales mencionados.

busque el acompañamiento de Ediciones Uniandes y de la Oficina Jurídica en lo relacionado con los compromisos editoriales y los aspectos jurídicos derivados.


Cuando el proceso editorial se lleve a cabo en el centro editorial de otra institución, la unidad académica debe tener en cuenta que esto implica aceptar las condiciones y los tiempos de ese otro centro.

Ediciones Uniandes presta apoyo durante el proceso, si se requiere, y en todo caso da su visto bueno para impresión. Con esto se busca mantener el buen uso de la identidad institucional (logos y página legal) y unos criterios de calidad editorial.

## La entrega de originales a Ediciones Uniandes

El responsable de publicaciones de cada unidad académica es el enlace formal con Ediciones Uniandes y, por lo tanto, es el responsable de verificar y entregar el material de la siguiente manera:

1. Cada proyecto debe llegar a Ediciones Uniandes por el conducto regular, con la aprobación formal de la unidad académica. Esto supone que la unidad ha valorado y dado el visto bueno a la publicación en lo académico y en lo financiero.
2. Se deben entregar al coordinador administrativo los soportes relativos a licenciamiento y permisos de uso de imágenes, texto (en el caso de las compilaciones y las traducciones), obras musicales y otros elementos incluidos en la obra que se planea publicar.

3. Se debe entregar diligenciado en su totalidad el formato de inicio del proceso editorial (véase el formato en la página 11), pues la información allí contenida es fundamental para la gestión administrativa y contractual.
4. Se debe entregar el material original completo (texto y recursos gráficos)  al coordinador administrativo que corresponda, según las pautas que siguen.




Para la elaboración de índices temáticos, de nombres y de materias, el autor debe entregar la lista de términos y hacer la revisión de la selección final de entradas.

## Cómo enviar el material original a Ediciones Uniandes

A continuación se describen las características técnicas que deben cumplir los archivos y contenidos que se entreguen a Ediciones Uniandes para iniciar el proceso de edición.

### Archivos de texto

Envíe archivos digitales editables (en Word);  no hace falta que entregue impresos, ya que estos no se utilizarán en el proceso.

Use los soportes de CD y DVD solo de ser necesario (material musical o recursos gráficos muy pesados).

Si el material original que entrega a Ediciones Uniandes es más pesado que la capacidad de un correo electrónico normal, utilice medios alternativos como WeTransfer, Dropbox o SendSpace.



Esta guía se basa en los programas más comúnmente usados en la industria editorial, como Word para texto e InDesign para diseño y diagramación. Para el caso de originales que se hayan procesado en otros programas (como LaTeX), se deben entregar los archivos editables y en PDF.

### El texto

- ✦ Envíe el texto en archivo estándar de Word (.doc), fuente Times New Roman de 12 puntos, a espacio

y medio entre líneas (revise el interlineado con la herramienta Párrafo, de Word). Cualquier otro formato que le dé al archivo no tendrá ninguna utilidad para el diseño, la diagramación o la impresión; antes bien, puede dificultar las cosas.

- ✦ Si se trata de una compilación, envíe cada artículo en un archivo de Word separado.
- ✦ Recuerde incluir en la primera página del archivo de Word el título de la obra, el nombre del autor y la unidad académica respectiva.
- ✦ Revise que el título de la obra y el nombre del autor que aparecen dentro del archivo coincidan perfectamente con el título y el nombre que figuran en el formato de inicio del proceso.



El tamaño del archivo puede ser un indicador de la calidad de la imagen (si es un archivo liviano, seguramente estará en baja resolución).



No todas las imágenes que están en internet se pueden usar para una publicación, sea por su calidad o por derechos de autor. El uso de cada imagen debe ser autorizado formalmente por su autor o custodio (en el caso de instituciones o herederos), para el título específico y según las condiciones que aquel ponga.

#### Recursos gráficos

Antes de enviar el material para iniciar el proceso editorial, el autor debe cerciorarse de que todos los recursos gráficos de su obra son aptos para impresión. Hay dos tipos de recursos gráficos: los que se consideran imagen y los que se pueden entregar como editables, que contienen texto.

- ✦ Es común que los autores “peguen” gráficos, fotos y demás directamente en el archivo de Word; puestos así, sirven como una guía para el corrector, pero no se pueden corregir o intervenir de ninguna manera. Además, al pegar las imágenes en Word, pierden la calidad óptima para impresión. Toda imagen que tenga derechohabiente, custodio o titular necesita la autorización de este para su reproducción.

Entonces:

1. Envíe las **imágenes** en archivos de alta calidad, en formatos .jpg o .tiff. Cada archivo debe ser de mayor tamaño al que se espera que tenga en la impresión.
2. Envíe los **gráficos** en archivos editables, según el programa en que los haya hecho originalmente (por lo general, en Excel o PowerPoint).
3. Envíe los **mapas** en archivos .pdf, ya que este tipo de archivo permite un margen de corrección de textos, como las convenciones y los topónimos.
4. Envíe las **tablas** en el programa en que las haya hecho originalmente (por lo general, en Excel). No las copie como imagen en el archivo de Word, pues no se podrán corregir y no servirán para la diagramación.



En el caso de imágenes que se encuentren en otras publicaciones, aunque el autor pueda conseguir un archivo de alta calidad por medio del escáner, también deberá contar con autorización para publicarla. No basta con citar la fuente de donde se tomó.



Si se trata de una obra en dominio público, el autor debe conseguir una reproducción de alta calidad; aunque la obra esté en dominio público, puede estar bajo custodia de una biblioteca o un museo, y estos ponen las condiciones, ya sean monetarias, de reproducción o ambas, para enviar y usar la imagen.



# Fases del proceso editorial

I.

Planeación

II.

Edición

III.

Impresión

El proceso editorial se divide en distintas fases, que se desarrollan en un orden específico y en unos tiempos establecidos para garantizar la calidad de la publicación. Las llevan a cabo distintos actores, especializados en sus respectivas áreas, con la supervisión y el acompañamiento de Ediciones Uniandes.

# I. Fase de planeación

**Participan:** autor, responsable de publicaciones de la unidad académica, coordinador administrativo, editor general, coordinador editorial y personal de apoyo.

1. En este primer momento, el responsable de publicaciones de la unidad académica envía el material al coordinador administrativo, quien revisa tres aspectos de cada proyecto:

- ✦ **Legal:** conocimiento y cumplimiento de la normatividad que rige el derecho de autor y conexos. *El coordinador administrativo confirma que todos los requisitos legales se cumplan.*
- ✦ **Contractual:** contratos de edición o de coedición, licencias de traducción, entre otros. *El coordinador administrativo procede a la elaboración de los documentos contractuales que requiera cada proyecto.*



Para iniciar el proceso editorial deben tenerse en cuenta las observaciones de la sección sobre entrega de originales.



Ya sea que el libro se imprima o se publique en el formato electrónico, se llevan a cabo las mismas fases del proceso editorial.

*Modelo de contrato de edición*

## CONTRATO DE EDICIÓN SOBRE LA OBRA "TÍTULO LIBRO" ENTRE NOMBRE DE AUTOR XXXXXXXX Y LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, FACULTAD DE XXXXXXXX EDICIONES UNIANDES

Entre los suscritos XXXXXXXX XXXXXXXX XXXXX, identificada con la cédula de ciudadanía número XXXXXXXX de Bogotá, quien en su calidad de Vicerrectora de Investigaciones, se encuentra autorizada para suscribir el presente contrato según delegación aprobada en Comité Directivo en su sesión No. 90 -14 del 02 de julio de 2014 de LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, institución privada de educación superior, sin ánimo de lucro, con personería jurídica reconocida por el Ministerio de Justicia según la Resolución No. 28 de 23 de febrero de 1949, tal como consta en el certificado de existencia y representación expedido por el Ministerio de Educación Nacional, el cual se anexa, quien en adelante y para los efectos de este contrato se denominará LA UNIVERSIDAD y NOMBRE DE AUTOR, mayor de edad, identificado tal y como aparece al pie de su firma, quien actúa en su calidad de AUTOR de la obra "TÍTULO LIBRO" en adelante denominados EL AUTOR, se conviene celebrar el presente contrato de Edición, que se reglamentará por las siguientes cláusulas:

PRIMERA. Objeto de Edición. En virtud de este contrato, de la obra denominada "TÍTULO LIBRO" se editará y publicará en formato electrónico y físico.

- **Presupuestal:** costos del proyecto (corrección, diseño, diagramación, impresión, conversión e-book, ISBN). *El coordinador administrativo solicita, recibe y envía a las unidades las cotizaciones por cada trabajo.*

2. Ediciones Uniandes revisa el material enviado por la unidad académica; se le informa al responsable de publicaciones de la unidad académica si el material recibido cumple con lo descrito arriba, para iniciar el proceso; de lo contrario, se devuelve a la unidad académica con las observaciones del caso.
3. Cuando el proyecto sea una coedición, se revisan y confirman con la unidad académica y con el posible coeditor todas las condiciones legales, presupuestales y editoriales.
4. El coordinador administrativo confirma los presupuestos y los centros de costo asignados al proyecto y traza el cronograma tentativo.
5. El autor, el responsable de publicaciones de la unidad académica correspondiente, el editor general, los coordinadores administrativo, editorial y de divulgación se reúnen en Ediciones Uniandes.



Las decisiones que se tomen en este encuentro se consignan en un **acta**, que se envía después de la reunión a quienes hayan participado en ella y al responsable de publicaciones de la unidad académica. De esa forma, se deja constancia de los acuerdos y se informa a todos los interesados.

En este encuentro:

- a. Se le explican al autor los **términos del contrato** de edición para que queden claros los aspectos legales y se inicie la elaboración del contrato, que se le enviará más adelante.

Fecha: Día  Mes  Año  0 Facultad: 

Esta información nos permite conocer mejor su proyecto editorial y nos permitirá brindarle un mejor servicio, por ello agradecemos el tiempo que dedica a diligenciar este formulario.

1. Título definitivo:

2. Subtítulo definitivo:

3. Colección:

4. ¿Es una compilación?

Sí

No

Si es afirmativo responder pregunta No. 19

- b. Se le explican al autor las **fases del proceso editorial** y el cronograma estimado para llegar a acuerdos sobre las tareas, las responsabilidades y los tiempos. *Formato de inicio del proceso*
- c. El coordinador editorial y el autor establecen las **particularidades** editoriales, como el sistema de citación, la forma en que se usarán los recursos gráficos, las características formales según la colección en la que aparecerá el libro, entre otras.
- d. El autor informa a Ediciones Uniandes sobre circunstancias que se deban tener en cuenta en el proceso: **compromisos** con otras instituciones, acuerdos legales con terceras partes, presentaciones, congresos, eventualidades que incidan en el cronograma, etc.
- e. Se resuelven las **dudas** que pueda tener el autor sobre el proceso.
- f. El autor sugiere los **públicos** lectores y los ámbitos naturales y potenciales para su libro como insumo fundamental para que el coordinador de divulgación inicie las tareas pertinentes.

## II. Fase de edición

Esta etapa inicia con la aprobación de costos de corrección: el coordinador administrativo envía la cotización al responsable en la unidad académica y el trabajo solo se inicia con la aprobación de esta.



Esta fase requiere del mayor compromiso y atención del autor y del equipo editorial, ya que la eficiencia y fluidez del resto del proceso depende de lo que se haga aquí.

### 1. Corrección del original

**Participan:** autor, corrector y coordinador editorial; en algunos casos, también el responsable de publicaciones de la unidad académica.

Esta es la etapa de mayor cuidado en el trabajo con el texto, porque es aquella en la que por lo general se requieren más ajustes y en la que se deben corregir los errores y resolver en lo posible todos los problemas, vacíos o inconsistencias.

La corrección tiene cinco momentos:

#### 1. Primera lectura en archivo de Word.

Aquí el corrector:

- ✦ Hace sugerencias de redacción, ortografía, técnica de citación y bibliográfica, ortotipografía, estructura del documento y niveles de titulación interna.
- ✦ Revisa que los recursos gráficos (tablas, gráficos, esquemas...) sean apropiados en términos de lecturabilidad y que se correspondan con el texto.

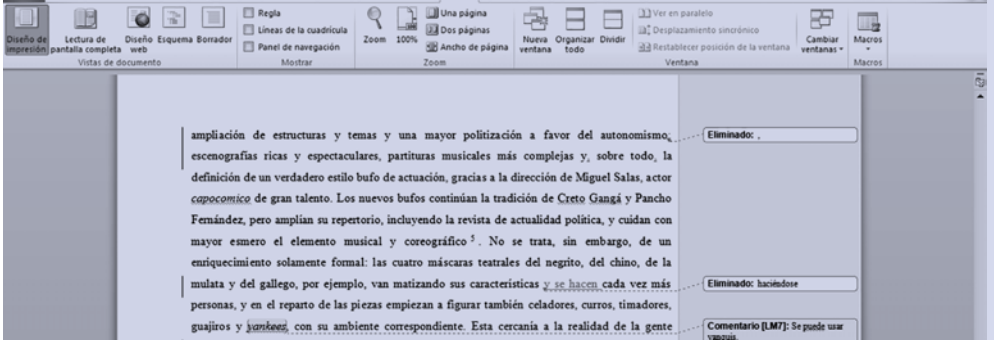
#### 2. Revisión del coordinador editorial.

El coordinador editorial:

- ✦ Supervisa el trabajo del corrector.
- ✦ Propone las correcciones y soluciones que considere oportunas.

### 3. Revisión del autor de todas las correcciones sugeridas.

- ✦ El autor revisa todas las correcciones que se sugieren y atiende las observaciones y preguntas del corrector o del coordinador editorial.



### 4. Conciliación de los ajustes propuestos por el corrector, el coordinador y el autor para llegar a un texto en limpio que se diagramará.

*Ejemplo de corrección de texto*

- ✦ Según la revisión del autor, el corrector pone en limpio el texto. 



El coordinador mediará en caso de algún desacuerdo puntual entre el corrector y el autor.

### 5. Revisión y visto bueno del coordinador editorial.

- ✦ Al tiempo que se avanza con la primera corrección, se pone en marcha el diseño o diagramación de pruebas de cubierta, con el fin de tener cuanto antes un diseño definitivo.
- ✦ También a medida que avanza el proceso editorial, y ya con la cubierta escogida, se adelantan tareas asociadas a la divulgación (véase la sección sobre divulgación).

- ✦ Cuando una unidad académica decida crear una nueva colección, y por lo tanto requiera una nueva maqueta, se diseñará entre Ediciones Uniandes y la unidad académica correspondiente hasta llegar a un resultado final que satisfaga las directrices de Ediciones Uniandes que aplican para las demás colecciones y las necesidades de dicha colección (véase el *Reglamento general de publicaciones*).

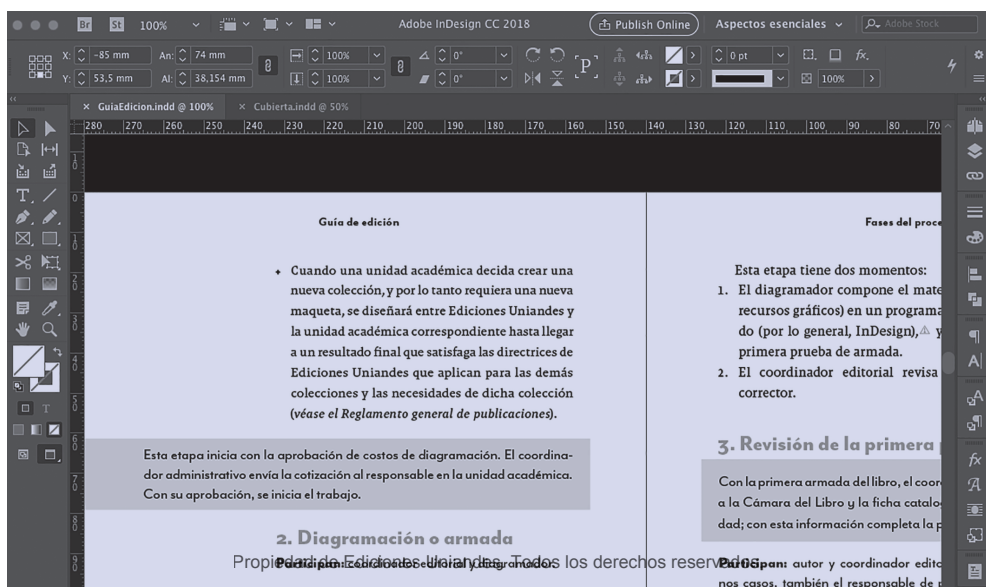
Esta etapa inicia con la aprobación de costos de diagramación. El coordinador administrativo envía la cotización al responsable en la unidad académica. Con su aprobación, se inicia el trabajo.

## 2. Diagramación o armada

**Participan:** coordinador editorial y diagramador.

Consiste en pasar los contenidos de su forma original en Word a la maqueta de la colección seleccionada. Ediciones Uniandes se encarga en todos los casos de la diagramación de los libros de la Universidad, con base en la maqueta que corresponda según la colección.

*Esta misma página vista desde Adobe InDesign*



Esta etapa tiene dos momentos:

1. El diagramador compone el material (texto y recursos gráficos) en un programa especializado (por lo general, InDesign),<sup>△</sup> y genera una primera prueba de armada.
2. El coordinador editorial revisa y envía al corrector.



Por la naturaleza de la gran mayoría de las publicaciones de la Universidad de los Andes, el programa InDesign es el más idóneo para el proceso de diseño y diagramación.

### 3. Revisión de la primera prueba

Con la primera armada del libro, el coordinador administrativo solicita el ISBN a la Cámara del Libro y la ficha catalográfica a la Biblioteca de la Universidad; con esta información completa la página legal.

**Participan:** autor y coordinador editorial; en algunos casos, también el responsable de publicaciones de la unidad académica.

Esta etapa tiene cinco momentos:

1. El corrector realiza una segunda lectura completa del texto, ya diagramado en la maqueta, y marca las nuevas correcciones y dudas. Estas correcciones pueden ser al texto o a la diagramación.
2. El coordinador editorial revisa esta nueva corrección y envía la prueba corregida al autor.
3. El autor da el visto bueno a las correcciones y resuelve las dudas que le competen y devuelve la prueba al coordinador editorial.
4. La prueba pasa a nueva revisión del coordinador editorial, que le envía luego al diagramador.
5. El diagramador inserta las correcciones acordadas y genera una segunda prueba.



## 4. Revisión de segunda prueba y cotejo de inserción de correcciones.

**Participan:** diagramador, corrector y coordinador editorial; en algunos casos, también el responsable de publicaciones de la unidad académica.

Esta etapa tiene tres momentos:


1. El corrector verifica que todas las correcciones se hayan hecho apropiadamente y devuelve la prueba al coordinador editorial.
2. El coordinador editorial revisa el trabajo del corrector y envía el material al diagramador.
3. El diagramador inserta las últimas correcciones y genera la tercera prueba.

## 5. Última revisión del autor.

Con los archivos finales se confirma el costo de impresión. El coordinador administrativo envía cotizaciones actualizadas para que la unidad académica apruebe el costo. Solo con esta aprobación se puede iniciar la etapa de impresión.

**Participan:** diagramador y coordinador editorial.

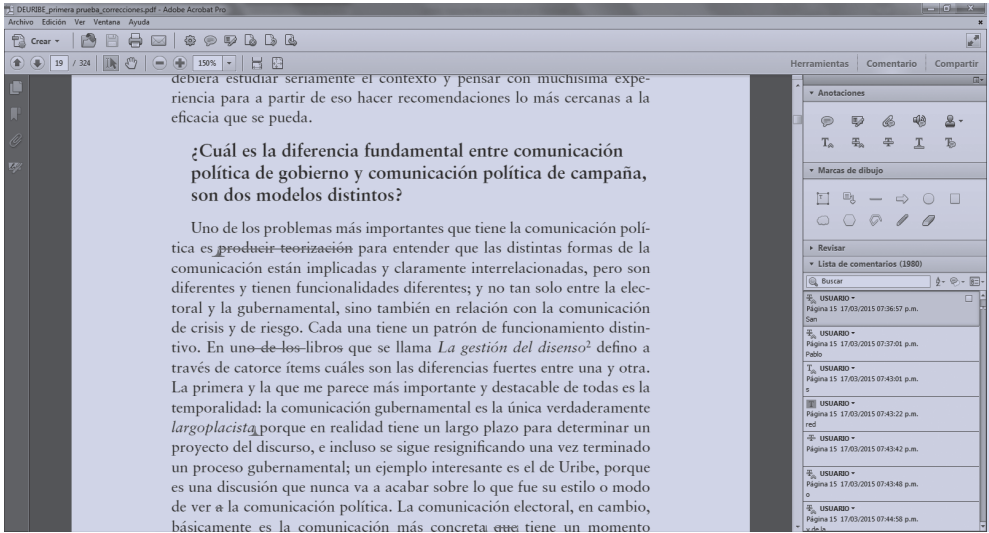
Esta etapa tiene dos momentos:

1. El autor hace su última revisión sobre la tercera prueba y da su visto bueno final para impresión. 
  - a. Si identifica algún error, lo marca y envía al coordinador editorial.
  - b. El coordinador editorial revisa y envía los últimos ajustes al diagramador.



Para enviar a la imprenta son necesarias las aprobaciones del autor y del coordinador editorial.

- c. El diagramador inserta los ajustes que se señalen y genera una cuarta prueba para el coordinador editorial.
  - d. El coordinador editorial verifica la inserción de estos cambios.
2. El coordinador editorial envía al revisor tipográfico para la lectura final.



*Prueba en PDF  
con correcciones*

## 6. Revisión y visto bueno de la última prueba.

**Participan:** coordinador editorial y revisor tipográfico.

Esta etapa tiene dos momentos:

1. El revisor tipográfico hace una última lectura para identificar posibles erratas y corregirlas.
2. Si identifica algún error, lo marca y envía al coordinador editorial.


3. El coordinador editorial revisa y envía los últimos ajustes al diagramador.
4. El diagramador inserta los ajustes que se señalen y genera una prueba definitiva para el coordinador editorial.
5. El coordinador editorial verifica la inserción de estos cambios.
6. El coordinador editorial da su visto bueno final y envía a impresión.

### III. Fase de impresión

**Participan:** coordinador editorial, coordinador administrativo, responsable de publicaciones de la unidad académica e impresor.



La Universidad de los Andes no tiene una imprenta propia. Por lo tanto, el impresor es siempre un actor externo, con quien se contrata este proceso.

Una vez confirmada la cotización de impresión  y con la aprobación de la unidad académica:


1. El coordinador editorial envía los archivos a la imprenta.
2. La imprenta genera las pruebas de impresión o imposición, las sherpas o pruebas de color de la cubierta y las envía a Ediciones Uniandes.
3. El coordinador editorial recibe, revisa y da el visto bueno a las pruebas de impresión o imposición y las devuelve a la imprenta.
4. La imprenta inicia el proceso de impresión y acabados.
5. La imprenta envía los ejemplares a Ediciones Uniandes.
6. Ediciones Uniandes revisa la calidad y propiedad de la impresión.

Descripción: 100 ESMAL TADO RES ESMALADO PORTADA GUÍAS DE AVES 14.06.2017  
Datos de Aves: Datos: 201-014-017-14.06.2017-14.06.2017-14.06.2017-14.06.2017-14.06.2017  
Descripción: 100 ESMAL TADO RES ESMALADO PORTADA GUÍAS DE AVES 14.06.2017  
Resolución: 300 dpi - Resolución: 300 dpi - Resolución: 300 dpi - Resolución: 300 dpi - Resolución: 300 dpi  
Formato: 100 ESMAL TADO RES ESMALADO PORTADA GUÍAS DE AVES 14.06.2017

## Guía ilustrada de las aves de la Universidad de los Andes

Esta publicación presenta las especies de aves que han sido registradas en el campus principal de la Universidad de los Andes. Las ilustraciones científicas, elaboradas por diferentes miembros de la comunidad uniandina, son una colección heterogénea que, junto con la información proporcionada, busca incitar un interés por la naturaleza y el medioambiente para generar un sentido de responsabilidad y apropiación sobre el entorno de la Universidad en el día a día.



 **Universidad de los Andes**

Instituto de Ciencias, Departamento de Ciencias Biológicas  
Facultad de Artes e Ingenierías, Departamento de Artes  
Facultad de Arquitectura y Diseño, Departamento de Diseño

Guía ilustrada de las aves de la Universidad de los Andes



## Guía ilustrada de las *Aves* de la Universidad de los Andes


EPSON 3900, 137 ESMAL TADO RES ESMALADO PORTADA GUÍAS DE AVES 14.06.2017

Prueba de color  
de una cubierta

## Reimpresiones y nuevas ediciones



Es necesario revisar los términos de contratos de derechos y permisos de reproducción (de imágenes o textos), para confirmar que estén vigentes y que permitan la reimpresión.

Cuando los ejemplares de un libro se han agotado, la unidad académica decide si se reimprime o no. En una *reimpresión*  se podrán corregir erratas de la primera impresión, pero, por lo general, no se esperan cambios ni actualizaciones al contenido: basta con incluir la fecha de la nueva impresión y se actualiza la información sobre el impresor en la página legal. La revisión y los cambios se deben hacer en el PDF final de impresión o sobre la versión impresa.

Cuando una obra sufre cambios sustanciales en el contenido (capítulos nuevos, actualizaciones) o cambios formales (cambio de formato, materiales) se habla de una *nueva edición*. Las nuevas ediciones requieren el mismo proceso de aval institucional que una obra inédita y la unidad académica informa a Ediciones Uniandes de la intención de hacer una nueva edición.

En consecuencia, se debe hacer una reunión entre el autor y Ediciones Uniandes para llegar a acuerdos sobre la forma más adecuada para llevar a cabo ese proceso, teniendo en cuenta la naturaleza de la nueva edición.

En todos los casos es aconsejable que el autor trabaje sobre la versión que se envió a imprenta y no sobre versiones previas (sean archivos Word o pruebas de diagramación).

Con el libro físico finaliza el proceso de edición, pero no la gestión editorial de Ediciones Uniandes.

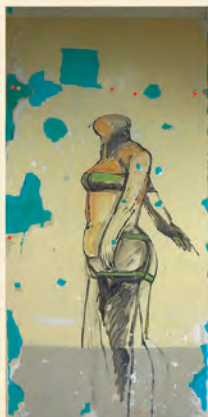


FIGURA 58. Registro de intervenciones realizadas.

■ Eliminación de resinas  
 ● Eliminación de chazos  
 ● Eliminación de clavos

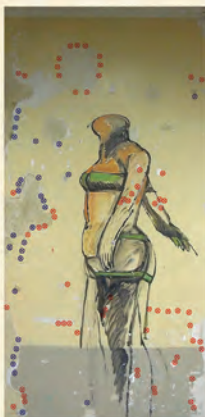


FIGURA 59. Registro de intervenciones realizadas.

● Estabilización de marcos  
 ● Inyección de PUM  
 ● Inyección de casena

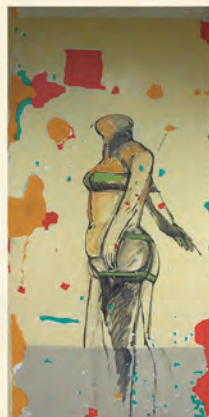
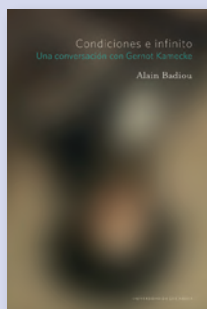


FIGURA 60. Registro de intervenciones realizadas.

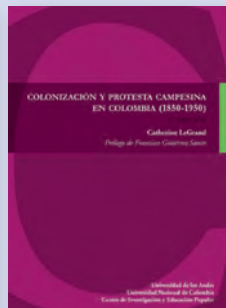
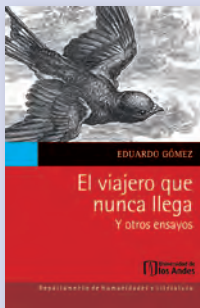
● Sustitución de marcos  
 ■ Resanes profundos desde marco  
 ■ Resanes desde empuñado grueso  
 ■ Resanes desde empuñado fino

*Inserto plegado con  
detalles de una obra*



Ejemplos de diseños de cubiertas finales







# Tiempos del proceso editorial

**I.**

Planeación

**II.**

Edición

**III.**

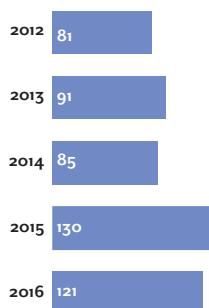
Impresión

El tiempo del proceso está determinado por dos variables fundamentales: el plan editorial de la Universidad y las características particulares de cada proyecto.

## Plan editorial de la Universidad

Cada proyecto que inicia proceso editorial entra en la planeación general de Ediciones Uniandes, donde la Universidad centraliza la publicación de todos sus libros. Esta planeación se hace según el orden de llegada de los proyectos a la editorial. En los últimos años, la producción editorial de la Universidad ha alcanzado un promedio anual de cien títulos, tendencia que se mantendrá en el futuro.

**Producción de libros por año**



## Características de cada proyecto

Por la naturaleza de los procesos de investigación y de producción de conocimiento, la mayoría de los proyectos publicados por Los Andes, así como en muchas otras editoriales universitarias, tiene una extensión de 300 cuartillas en promedio.△

La cantidad de cuartillas, como medida de contenido, sirve como base para calcular el tiempo que requiere cada paso en el proceso (la cantidad aproximada de páginas que se pueden corregir, diagramar o revisar por día).



La cuartilla es una unidad de medida estándar de cantidad de texto en la industria editorial. Es equivalente a 1800 caracteres con espacios. La cantidad de caracteres con espacios se obtiene con la herramienta Contar palabras, de Word.

En consecuencia, el proceso de edición de un libro promedio tarda hasta seis meses, a partir del momento en que se aprueban las cotizaciones de corrección, diseño y diagramación y sin contar con el tiempo que toma cada unidad editorial en la evaluación previa de cada proyecto.

Para calcular la duración del proceso editorial también se consideran variables como la complejidad del proyecto, el tiempo de la traducción, la cantidad de imágenes, tablas, gráficos, entre otros.

El responsable de las publicaciones en cada unidad académica y Ediciones Uniandes mantienen comunicación permanente sobre el avance del cronograma. Si se presenta algún inconveniente, estarán al tanto todas las partes y se tendrá claro que los tiempos pueden alterarse.

En la medida en que el autor se compromete con los tiempos, se hace posible el cumplimiento de cada fase del proceso. Si el autor requiere más tiempo para alguna tarea, el proceso editorial se retrasa; en el caso en que este no cumpla los tiempos establecidos, se le informará a la unidad académica para que esté al tanto de las implicaciones presupuestales y de plan editorial.

## **Tiempos del proceso de impresión**

El trabajo de imprenta tiene dos fases: pre prensa y prensa.

En la pre prensa, el impresor recibe los archivos que le envía el coordinador editorial y saca unas

pruebas de impresión, según las cuales se verifica la calidad del trabajo, la fidelidad del color, entre otros. Si el coordinador editorial aprueba, se pasa a la fase de prensa.

Para un encargo estándar (el libro académico de 300 páginas), el trabajo de prensa le toma al impresor aproximadamente cinco semanas. Pero el tiempo de impresión también depende de las características de la publicación: un libro a una sola tinta requiere menos tiempo que uno con ilustraciones a color, ya que en este caso el impresor debe esperar (días) a que las tintas se sequen antes de encuadernar; así mismo, los libros de tapa dura, de gran formato o de lujo toman mucho más tiempo, dados los acabados que necesitan; y con un libro de quinientas páginas se tardará más que con uno de doscientas.

Por otra parte, a lo largo del año, en Colombia hay al menos tres momentos de mucha congestión en las imprentas: las dos temporadas escolares (calendarios A y B), los dos meses previos a la Feria Internacional del Libro de Bogotá y la temporada de fin de año (de octubre a diciembre). En estas fechas puede aumentar el tiempo de la impresión, según la programación de las imprentas, y en consecuencia se pueden ver afectados los cronogramas que se habían proyectado desde el inicio.



## Tiempos del proceso editorial

Fase del proceso editorial

Tarea

Cuartillas en Word

hasta **300**

**I.**  
**Planeación**

- Entrega y revisión del material
- Reunión con el autor

**5**  
días hábiles

**II.**  
**Edición**

*Procesos en Word*

- Corrección en Word
- Revisiones del autor y el coordinador
- Conciliación de ajustes y preparación de materiales para armada

**10 a 15** días hábiles  
cada paso, total  
**30 a 45**  
días hábiles

*Procesos en InDesign*

- Primera prueba de armada
- Segunda lectura del corrector
- Revisiones del autor y el coordinador de la primera prueba
- Generación de la segunda prueba
- Tercera lectura del corrector
- Generación de la tercera prueba
- Revisión y visto bueno del corrector y el coordinador de la última prueba
- Revisión y visto bueno del autor del PDF final

**6 a 8** días hábiles  
cada paso, total  
**45 a 65**  
días hábiles

**III.**  
**Impresión**

- Generación de pruebas de imposición del impresor
- Aprobación de pruebas de imposición de Ediciones Uniandes
- Impresión

**15 a 20**  
días hábiles

**Duración aproximada del proceso editorial**

Hasta  
**6**  
meses

Observaciones

hasta **450**

hasta **600**

**5**

días hábiles

**5**

días hábiles

**15 a 20** días hábiles,  
cada paso, total

**45 a 60**

días hábiles

**20 a 25** días hábiles  
cada paso, total

**60 a 75**

días hábiles

**8 a 12** días hábiles  
cada paso, total

**65 a 90**

días hábiles

**12 a 16** días hábiles  
cada paso, total

**95 a 145**

días hábiles



Estos tiempos  
aumentarán según  
la cantidad de  
imágenes que tenga  
cada libro

**15 a 20**

días hábiles

**15 a 20**

días hábiles



Según el tiraje  
y los acabados

Hasta

**9**

meses

Hasta

**12**

meses

# Divulgar, distribuir y comercializar los libros

Tener un ISBN o un ejemplar impreso no significa que el libro ya se publicó. La publicación realmente ocurre cuando el libro se da a conocer y llega a sus múltiples lectores.



# Participan:

**Autor**

**Responsable  
de publicaciones  
de la unidad académica**

**Coordinador  
administrativo**

**Editor general**

**Responsable  
de comunicaciones de  
la unidad académica**

**Coordinador  
editorial**

**Coordinador  
de divulgación**



## Cuando llegan los ejemplares...

Una vez Ediciones Uniandes recibe a satisfacción los ejemplares impresos, y antes de los procesos de divulgación, distribución y comercialización, se lleva a cabo el procedimiento administrativo de entrega de ejemplares, así:

### - Al autor

Según los lineamientos de la Oficina Jurídica, en el contrato de edición que firman el autor y la Universidad se acuerda la entrega de una cantidad determinada de ejemplares por concepto de derechos de autor. Esta cantidad es el 10 % del tiraje —o el equivalente en descargas gratuitas si se trata de un *e-book*—. Si el autor necesitara más ejemplares, la Librería y Tienda Uniandes le dará un 35 % de descuento sobre el precio de venta.

El coordinador administrativo contacta al autor para acordar la forma de entrega de los libros.

### - Depósito legal (seis ejemplares)

Para cumplir con el depósito legal, de cada título publicado con ISBN en el país deben entregarse dos ejemplares a la Biblioteca Nacional, un ejemplar a la Biblioteca de la Universidad Nacional de Colombia y uno a la Biblioteca del Congreso de la República.

Además, Ediciones Uniandes entrega al Sistema de Bibliotecas de la Universidad dos ejemplares de cada título.

## **- Canales de distribución**

Un porcentaje del tiraje se entrega para distribución por medio de los diferentes canales (véanse las secciones sobre distribución y comercialización).

## **- Divulgación**

Se destina un número de ejemplares para tareas de divulgación según se requiera (véase la sección sobre divulgación).

## **- A la unidad académica**

Se entrega el inventario restante a la unidad académica correspondiente, que es la responsable de su administración.

## Divulgación

**Participan:** el editor general, los coordinadores administrativos, editoriales y el de divulgación, personal de apoyo, los autores, el responsable de publicaciones y el responsable de comunicaciones de la unidad académica.

La responsabilidad de Ediciones Uniandes no termina simplemente cuando se reciben los ejemplares de la imprenta. El trabajo del equipo editorial continúa con las tareas de divulgación, que son parte natural y fundamental de su labor.

El término *divulgación* se refiere a las estrategias y acciones tendientes a promover y hacer visible el libro en medios y espacios académicos, culturales y comerciales: bibliotecas, centros culturales, librerías, así como medios de comunicación, plataformas y redes sociales.

Si bien Ediciones Uniandes propone y lleva a cabo estas estrategias y acciones, es fundamental la participación de otros actores, como librereros, distribuidores y medios de comunicación. Desde el inicio del proceso editorial y hasta que el libro llega a las manos de su lector, se adelantan tareas pensadas para cada título y en el marco de todas las publicaciones de la Universidad.

Así, los autores están llamados a participar de manera activa en la divulgación de sus obras pues ellos son la base para construir redes de contactos y visibilidad (redes académicas, revistas, facultades, grupos de investigación y otros espacios propicios), [△](#) con el apoyo de los encargados de publicaciones y comunicaciones en las unidades académicas.



En el caso de encuentros académicos, culturales y congresos donde se requiera la disponibilidad de ejemplares para la venta, es fundamental que se informe a Ediciones Uniandes con un mínimo de dos semanas de anticipación. De esta forma, se puede llevar a cabo toda la logística necesaria y cumplir con ese objetivo.


El coordinador de divulgación de Ediciones Uniandes es el enlace entre la Universidad y los espacios comerciales y de comunicación para hacer visibles las publicaciones. Sus tareas se programan con base en un plan estratégico de divulgación y llegan hasta las salas de ventas.

Por su naturaleza, el resultado de estas actividades depende en buena parte de la participación y la respuesta de terceros, tales como el distribuidor comercial, los libreros, los periodistas y, por supuesto, los lectores.

## Estrategia general de divulgación


Con el objetivo de divulgar los libros de la Universidad, se proyecta una estrategia que se revisa anualmente para mantenerla actualizada y funcional. Dentro de esta estrategia se planean y desarrollan actividades específicas programadas en cronogramas trimestrales.

### I. Formulación

1. La estrategia tiene dos niveles:
  - a. General: visión panorámica de la producción editorial de la Universidad.
  - b. Específico: según la naturaleza de cada título o colección y las disciplinas con las que se vincula.
2. Para la formulación se debe tener en cuenta:
  - a. El avance del plan editorial general. 



Se realizan comités periódicos para intercambiar información entre los coordinadores administrativos, los editoriales y el de divulgación.

- b. El calendario académico de la Universidad.
- c. Las temporadas clave para actividades en el año: ferias, congresos, encuentros y semejantes.
- d. Los calendarios de actividades de librerías, centros y entidades culturales.
- e. Potenciales espacios comerciales: además de librerías, museos, galerías y otros.
- f. Los públicos potenciales para cada título. 
- g. Una base de datos actualizada de contactos de posibles interesados en las publicaciones, según la disciplina: grupos de investigación, revistas académicas.



Investigadores y académicos especializados en la disciplina:

- Profesores
- Grupos o redes de investigación
- Estudiantes de pregrado y posgrado
- Público general

## II. Planes y actividades

- 1. Impacto web y medios sociales:
  - a. Administración del sitio web de Ediciones Uniandes, [www.ediciones.uniandes.edu.co](http://www.ediciones.uniandes.edu.co):
    - + Novedades editoriales de la Universidad.
    - + Producción de contenidos: reseñas, eventos.
    - + Actualización permanente.
    - + Publicación de noticias internas y enlace a externas.
  - b. Gestión de la plataforma de libros electrónicos, [ebooks.uniandes.edu.co](http://ebooks.uniandes.edu.co).
  - c. Presencia de la producción editorial en los sitios de las unidades académicas relacionadas y en la página principal de la Universidad.
  - d. Difusión de los contenidos de la Universidad (novedades, reseñas, noticias, actividades y enlaces de interés) en:

- ✦ Boletín web periódico.
  - ✦ Manejo de redes sociales: difusión de artículos de interés y programación de actividades en redes sociales.
2. Desarrollo de campañas de expectativa:
- a. Por medio del diseño y distribución de material impreso, digital o audiovisual.
  - b. Información sobre próximas publicaciones.
  - c. Complementos del catálogo de publicaciones, como folletos de novedades, autores y colecciones, digitales o impresos.
3. Relación permanente con medios externos de divulgación:
- a. Contacto con medios de comunicación para conseguir la publicación de reseñas y comentarios de las obras.
  - b. Contacto con revistas académicas por disciplina, para aumentar el impacto, la citación y visibilidad.
  - c. Envío de información sobre las publicaciones a plataformas académicas nacionales e internacionales.
4. Actividades con el público:
- a. Lanzamientos y presentaciones en librerías, ferias, espacios académicos y culturales.
  - b. Programación de presentaciones y conversatorios durante la Feria Internacional del Libro de Bogotá.
  - c. Actividades programadas con la Librería y Tienda Uniandes.

5. Catálogo impreso de publicaciones de la Universidad. Este catálogo:

- a. Es anual y ofrece una visión panorámica e interdisciplinaria de la producción académica de la Universidad en formato libro.
- b. Entrega información sobre las novedades, las próximas publicaciones y el fondo editorial.
- c. Se distribuye en ferias del libro, librerías y otros espacios y canales de difusión y comercialización.
- d. Presenta los atributos puntuales de cada libro: título, autor, reseña, imagen de cubierta, formato, ISBN, número de páginas, fecha de publicación y precio.

Para la publicación del catálogo:

- ✦ El editor general, el coordinador de divulgación y los coordinadores editoriales discuten y definen las características editoriales (formato, diseño, tipografías, papeles).
- ✦ El coordinador de divulgación prepara el material completo de cada título que aparecerá en el catálogo y lo entrega para su edición.
- ✦ El catálogo sigue un proceso de edición e impresión tal como el de cualquier libro. Así, queda a cargo de un coordinador editorial y de un coordinador administrativo.
- ✦ Una vez impreso, el coordinador de divulgación se encarga de la distribución en los espacios pertinentes.

6. Participación de la Universidad en ferias del libro:

- a. Feria Internacional del Libro de Bogotá (FIL-Bo): espacio anual donde Ediciones Uniandes ofrece al público una visión panorámica de la producción de la Universidad.

La editorial se encarga de las siguientes tareas:

- + Diseño del estand.
  - + Logística de manejo de inventarios.
  - + Definición, junto con las unidades académicas, de los títulos que se llevan al estand (normalmente son novedades de los últimos dos años).
  - + Atención al público y a compradores especiales (bibliotecas y centros de documentación).
  - + Contactos con otras editoriales académicas para el desarrollo de proyectos.
- b. Ferias regionales, como Manizales, Cali, Medellín y Bucaramanga, entre otras.
  - c. Ferias internacionales, como la Feria Internacional del Libro Universitario (FILUNI, organizada por la UNAM en México), la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (organizada por la Universidad de Guadalajara en México), la Feria del Libro de Frankfurt (organizada por la Asociación de Editores y Libreros de Alemania), entre otras. En estas ferias, la presencia de la Universidad es gestionada por el distribuidor comercial.



A cada tarea se le hace un seguimiento. El coordinador de divulgación evalúa el resultado de cada actividad y con base en esto rinde informes y complementa, formula y fortalece las acciones específicas correspondientes al siguiente trimestre.



## Distribución

La *distribución* es la puesta del libro en los canales por los cuales llega al público: librerías, bibliotecas, ferias y actividades, en los ámbitos local e internacional. Esta se puede realizar por medio de un tercero (llamado *distribuidor*) o de forma directa.

### **I. Los distribuidores comerciales son las empresas especializadas que contrate Ediciones Uniandes para:**

1. Distribuir los ejemplares a las librerías y los puntos de venta de los ámbitos nacional e internacional.
2. Atender ferias internacionales (y algunas nacionales).
3. Mantener contacto directo con las librerías y poner a disposición puntos de venta en actividades académicas fuera del país.
4. Ofrecer ventas en su página virtual.
  - a. Frente al auge de las ventas por internet, Ediciones Uniandes cuenta con aliados estratégicos para la distribución de sus libros en formato físico o digital.

### **II. La distribución directa:**

1. La Librería y Tienda Uniandes es una unidad que forma parte de la Gerencia del campus y es independiente de Ediciones Uniandes.
  - a. Tiene locales en el campus.

- b. Vende los títulos de la Universidad que tienen circulación comercial, es decir, aquellos que cuentan con inventarios físicos.
- c. Se encarga de la venta de libros en actividades académicas (foros, seminarios, congresos) dentro de la Universidad y en ferias para la comunidad universitaria, así como en otros espacios fuera del campus en Bogotá, con apoyo de Ediciones Uniandes.
- d. Vende ejemplares impresos en la librería virtual: <https://libreria.uniandes.edu.co>.

### III. Plataforma de e-books:

- a. En <https://ebooks.uniandes.edu.co>
- b. Pone a disposición de los lectores contenidos de la Universidad en formato digital y para cualquier dispositivo.
- c. Cada título se puede comprar o alquilar en distintas modalidades.
- d. Herramienta pensada para que la comunidad estudiantil de pregrado y posgrado acceda a los contenidos de la Universidad de manera legal y formal.
- e. Gracias a convenios interinstitucionales y por medio de las bibliotecas, usuarios distintos a los de la Universidad pueden consultar y acceder a los contenidos por *streaming*.

## Comercialización

La *comercialización* es el paso siguiente a la distribución y consiste en la venta tanto del libro en su formato impreso en papel como en su formato electrónico. Esta acción se lleva a cabo en librerías tradicionales o virtuales y en plataformas comerciales de venta de libros en formatos electrónicos (*e-books* o *e-pubs*).<sup>△</sup>

En el proceso de comercialización:

- ✦ El distribuidor les ofrece a las librerías los catálogos de las distintas editoriales, sean comerciales, especializadas o académicas, tanto nacionales como internacionales.
- ✦ La librería revisa cada catálogo y según su especialidad o perfil comercial define:
  - ✦ Qué títulos pide para poner a la venta.
  - ✦ Qué cantidad de ejemplares de cada uno.
- ✦ La librería hace la solicitud al distribuidor bajo un modelo comercial establecido internacionalmente, tanto para las editoriales comerciales como para las universitarias, llamado “consignación”, que consiste en que la librería recibe y exhibe los ejemplares por un término de tiempo determinado. Una vez pasado ese tiempo, y si el libro no se ha vendido, la librería devuelve los ejemplares al distribuidor, que a su vez los devuelve a la editorial.
- ✦ Por lo general, las librerías no piden todos los títulos de un catálogo. Por cuestiones de espacio



La Universidad cuenta con una plataforma para la comercialización de libros en formato electrónico, que es administrada por Ediciones Uniandes y se encuentra en [ebooks.uniandes.edu.co](http://ebooks.uniandes.edu.co). Se recibe un reporte mensual del comportamiento de la plataforma.

de exhibición, aunque les interesen podrían no tener cómo ofrecerlos. Como todo negocio, las librerías además están sujetas a modas y coyunturas, lo que incide de forma considerable en la venta de los libros académicos, cuya divulgación se rige por variables diferentes a las del libro comercial.

- ✦ La relación entre la librería y el público, así como entre el distribuidor y la librería, mejora con el acompañamiento natural del encargado de divulgación. En el caso de Ediciones Uniandes, el coordinador de divulgación mantiene una comunicación permanente con estos dos actores:
  - ✦ Identifica las librerías especializadas.
  - ✦ Se reúne y socializa el catálogo con libreros.
  - ✦ Programa actividades que lleven público a la librería.
  - ✦ Hace seguimiento e identifica nuevas oportunidades para contrarrestar realidades como la devolución de los ejemplares por el distribuidor o la librería.
- ✦ Ediciones Uniandes entrega informes a las unidades académicas sobre las ventas, estados de inventario y localización de los libros según los informes periódicos que recibe de los distribuidores y la Librería y Tienda Uniandes.
  - ✦ Las unidades académicas centralizan esta información y son las responsables de hacerla llegar a los autores.



Librería y Tienda





# Bibliografía de interés

- Anaya Rosique, Jesús, *Editar en la universidad: paradojas y retos*, Medellín: Universidad de Antioquia, 2010.
- Beltrán, Jorge, *Manual de edición académica*, Bogotá: Universidad de los Andes, Universidad Nacional de Colombia, 2017.
- Bhaskar, Michael, *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*, México: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- Caballero, José Luis, *Derechos de autor para autores*, México: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Cavaliere, Alessandro, *El libro impreso y el libro digital*, Alicante: Universidad de Alicante, 2005.
- Cordón García, José Antonio et al., *El ecosistema del libro electrónico universitario*, Salamanca: UNE-Universidad de Salamanca, 2015.
- Cordón, José Antonio; Raquel Gómez y Julio Alonso Arévalo, *Gutenberg 2.0. La revolución de los libros electrónicos*, Gijón: Trea, 2011.
- Cordón, José Antonio, *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad de la información*, Madrid: Pirámide, 2013.



- Gil, Manuel y Joaquín Rodríguez, *El paradigma digital y sostenible del libro*, Madrid: Trama, 2011.
- Gil, Manuel y Martín Gómez, *Manual de edición. Guía para estos tiempos revueltos*, Bogotá, Cerlalc, 2016.
- Gunther, Irene y Leslie T. Sharpe, *Manual de edición literaria y no literaria*, México: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Hall, Frania, *El negocio de la edición digital. Una introducción al mundo de las publicaciones electrónicas*, México: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- Haslam, Andrew, *Creación, diseño y producción de libros*, Barcelona: Blume, 2007.
- Martínez de Sousa, José, *Manual de estilo de la lengua española*, Gijón: Trea, 2015.
- Martínez y Martínez, Roberto, *Guía para organizar, escribir y editar un libro científico exitoso*, México: Manual Moderno, 2007.
- Muchnik, Mario, *Léxico editorial*, Madrid: Taller de Mario Muchnik, 2002.
- Nogueira Dobarro, Ángel, *Universidad y edición. Conocimiento y sociedad*, Bogotá, Universidad de los Andes, 2017.
- Ong, Walter, *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*, México: Fondo de Cultura Económica, 2016.
- Pérez, Margarita et al., *Manual de citas y referencias bibliográficas*, Bogotá: Ediciones Uniandes, 2017.
- Rivalan Guégo, Christine y Miriam Nicoli (ed. acad.), *La colección. Auge y consolidación de un objeto editorial (Europa/Américas, siglos XVIII-XXI)*,

Bogotá: Universidad de los Andes, Universidad Nacional de Colombia, 2017.

Sagastizábal, Leandro de; Fernando Esteves Fros y Gabriela Tenner (comps.), *El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general*, Buenos Aires: Paidós, 2002.

Schmitz-Kuhl, Martin, *Books & Bookster. El futuro del libro y del sector librero*, Bogotá: Universidad de los Andes, Universidad Nacional de Colombia, 2017.

Zavala Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*, México: Fondo de Cultura Económica, 2012.

## Consulte también:



## En preparación:



Universidad de los Andes (Colombia). Ediciones Uniandes

Guía de edición para publicaciones académicas no seriadas / Ediciones Uniandes.  
-- Bogotá: Universidad de los Andes, Vicerrectoría de Investigaciones y Doctorados,  
Ediciones Uniandes, 2017.

64 páginas: ilustraciones; 14 x 21 cm.

ISBN 978-958-774-593-1

1. Imprentas universitarias 2. Publicaciones académicas – Manuales I. Universidad de los Andes (Colombia). Vicerrectoría de Investigaciones II. Tít.

CDD 070.594

SBUA

Primera edición: noviembre del 2017

© Universidad de los Andes, Vicerrectoría de Investigaciones y Doctorados, Ediciones Uniandes

Ediciones Uniandes

Calle 19 n.º 3-10, oficina 1401

Bogotá, D. C., Colombia

Teléfono: 3394949, ext. 2133

<http://ediciones.uniandes.edu.co>

[infeduni@uniandes.edu.co](mailto:infeduni@uniandes.edu.co)

ISBN: 978-958-774-593-1

ISBN e-book: 978-958-774-594-8

Corrección tipográfica: Juan Pablo Ferro

Diseño y diagramación: la central de diseno.com

Impresión:

Javegraf

Calle 46 n.º 82-54, interior 2,

Parque Industrial San Cayetano

Teléfono: 416 1600

Bogotá, D. C., Colombia

Impreso en Colombia – *Printed in Colombia*

Universidad de los Andes | Vigilada Mineducación.

Reconocimiento como universidad: Decreto 1297 del 30 de mayo de 1964.

Reconocimiento de personería jurídica: Resolución 28 del 23 de febrero de 1949, Minjusticia.

Acreditación institucional de alta calidad, 10 años: Resolución 582 del 9 de enero del 2015, Mineducación.

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su todo ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de la editorial.

**Guía**   
**de edición**  
para publicaciones  
académicas no  
seriadas

se compuso en las tipografías  
Malaga y Mr. Eaves y se  
imprimió en Bogotá el 16 de  
noviembre del 2017, día en que  
la Universidad de los Andes  
cumple 69 años.

En esta guía el lector encontrará una descripción sencilla pero detallada de cada momento en el proceso editorial, identificará quiénes participan y cuáles son las responsabilidades de cada uno. En la primera parte verá que en la edición se cumplen siempre unos mismos pasos y procedimientos, que se ajustan a las particularidades de cada proyecto y que están encaminados a garantizar criterios de alta calidad académica y editorial. En la segunda parte conocerá los elementos que componen el plan general de divulgación de los libros y las actividades específicas que se llevan a cabo teniendo en cuenta la naturaleza de cada uno.

ISBN 978-958-774-593-1



9

789587

745931



Universidad de  
los Andes

| 70\*