UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN
EDITORIAL

RESOLUCIÓN NÚMERO 081
(Del 30 de septiembre de 2013)

"Por la cual se establecen criterios para el manejo administrativo de publicaciones de la Universidad Nacional de Colombia"

EL DIRECTOR DE LA EDITORIAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
En uso de sus facultades legales y reglamentarias,

CONSIDERANDO QUE

1. El acuerdo 011 de 2005 del Consejo superior Universitario, "Por el cual se adopta el Estatuto General de la Universidad Nacional de Colombia", en su Artículo 1, define la Universidad como "una comunidad académica cuya misión esencial es la creación, desarrollo e incorporación del conocimiento y su vinculación con la cultura", y "cumple, en nombre del Estado, funciones no administrativas orientadas a promover el desarrollo de la educación superior hasta sus más altos niveles, fomentar el acceso a ella y desarrollar la docencia, la investigación, las ciencias, la creación artística y la extensión, para alcanzar la excelencia y los fines señalados en el artículo 2 del Decreto Extraordinario 1210 de 1993 y en este Estatuto".

2. El acuerdo 026 de 2008 del Consejo superior Universitario, "Por el cual se crea la Editorial Universidad Nacional de Colombia", asigna como función primaria de ésta: "rediseñar la estructura organizacional relacionada con las labores de edición, producción y distribución de publicaciones para que se convierta en un soporte centralizado de calidad a las funciones misionales de docencia, investigación y extensión".

3. El Acuerdo 026 de 2008 del Consejo Superior Universitario, en el Artículo 3°, determina las funciones de la Editorial Universidad Nacional, dentro de las cuales se encuentran: 1. Apoyar la construcción e implementación de las políticas editoriales de la Universidad Nacional de Colombia. 2. Orientar la labor editorial de la Universidad, hacia la actualización y empleo de las nuevas tecnologías de edición, divulgación y publicación del conocimiento. 3. Velar por el uso racional de los recursos universitarios que se empleen en la publicación de proyectos editoriales.

4. El Acuerdo 026 de 2008, en su Artículo 5°, determina la funciones del Comité Directivo de la Editorial Universidad Nacional, y en su numeral 2, tiene la responsabilidad de "Aprobar los Planes Estratégicos y Programas que permitan el debido funcionamiento de la Editorial

Universidad Nacional de Colombia, en armonía con el Plan de Desarrollo de la Universidad que se encuentre vigente".

5. Dentro de las funciones administrativas y misionales, el Director de la Editorial, tiene la responsabilidad de hacer cumplir las decisiones aprobadas por el Comité Directivo de la Editorial Universidad Nacional de Colombia.

6. Mediante Acta No. 3 del 16 de agosto de 2013, el Comité Directivo de la Editorial aprobó la implementación de acciones administrativas necesarias para lograr optimizar el manejo físico y contable de las publicaciones de la Universidad Nacional, su ciclo de transaccionalidad y realizar el acompañamiento a las Unidades Administrativas respectivas.

7. Se requiere definir criterios y procedimientos claros para el manejo, conservación, distribución y comercialización de los productos editoriales de la Universidad Nacional de Colombia.

8. La Resolución 1526 de 2007 de Rectoría establece la reclasificación de algunos bienes de carácter devolutivo a consumo.

RESUELVE:

DE LOS ASPECTOS PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS EDITORIALES

ARTÍCULO 1°. Acogerse a las disposiciones establecidas en la Resolución 1053 de 2010, y demás lineamientos establecidos por la Editorial en este tema, relacionadas con las características básicas que se deben tener en cuenta para la presentación de manuscritos candidatos a ser publicados.

ARTÍCULOS 2°. Los autores y editores deben tener en cuenta el concepto de Impacto Social en la valoración de proyectos editoriales, el cual corresponde a una evaluación técnica del manuscrito, el cual comprende aspectos importantes para el proceso de distribución y venta de la obra. Se debe presentar junto con la propuesta editorial (remitida por la Unidad Academia Básica, avalando la propuesta y su financiación).

La evaluación técnica debe contener la siguiente información:

- Público al cual va dirigida (texto de uso obligatorio para el estudiante o para una comunidad de especialistas).

- Referenciar otros títulos publicados, con características similares al manuscrito que se encuentren disponibles comercialmente y referenciar el rango de precios pagados por el público.
- Estrategias de posicionamiento.
- Valoración académica de la publicación (por parte del autor).
- Establecer los mecanismos necesarios para la divulgación y promoción de la producción editorial.

DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS PUBLICACIONES

ARTÍCULO 3°. FORMA TO. Dependiendo el nicho temático, grupo de interés y finalidad de la publicación, se debe evaluar el formato de impresión: papel, libro electrónico (Epub, PDF, etc) o impresión por demanda, garantizando la protección del medio ambiente.

ARTÍCULO 4°. TIRAJE. Libros: El tiraje recomendado es de 200 ejemplares, salvo casos excepcionales que deberán ser debidamente justificados. Revistas: El tiraje recomendado es de 100 ejemplares, dependiendo de su posicionamiento. El impacto de las revistas se genera por su visibilidad (citación), categoría en bases de datos y lectura en línea, de modo que su tiraje debe estar restringido, a la demanda del mercado.

ARTÍCULO 5°. VIGENCIA DE LAS PUBLICACIONES. Todos los libros y revistas que se destinan para distribución comercial deben tener tres (3) etapas:

Libros:

Etapa comercial: 3 años a partir de su publicación
Etapa promocional: 1 año pasada la etapa comercial
Distribución institucional: hasta agotar existencias, después de los cuatro (4) años de las etapas anteriores.

Revistas

Etapa comercial: 1 año a partir de su publicación
Etapa promocional: 6 meses pasada la etapa comercial
Distribución institucional: hasta agotar existencias, después del año y medio de su publicación.

PARÁGRAFO 1°. La vigencia a la que se refiere el presente Artículo no aplica para publicaciones de alta rotación, ya que estas mantendrán un precio constante siempre que exista su demanda.

ARTÍCULO 6°. PRECIOS DE LAS PUBLICACIONES EN CADA ETAPA. Se establecerán precios para los libros y revistas en concordancia con la etapa comercial y será responsabilidad de cada dependencia hacer los ajustes contables según el caso, una vez finalizada cada etapa.

Igualmente, debe realizarse resolución modificatoria de precios e informar oportunamente a los distribuidores:

Etapa comercial: el Precio de Venta al Público (P.V.P.) corresponde al valor fijado en la resolución de distribución inicial.
Etapa promocional: el precio en la etapa promocional debe corresponder a un rango entre el 10% y 40% del P.V.P.
Distribución institucional: sin precio alguno.

Teniendo en cuenta que la Universidad Nacional de Colombia cuenta con un repositorio para el libre acceso de su producción académica, a las publicaciones que se les defina un valor comercial serán ser incluidas en la primera etapa de las antes mencionadas, con una visibilidad no superior al 10% de su contenido total, las cuales pueden ser adquiridas en librerías o por medios electrónicos. El acceso abierto será después de finalizar la etapa comercial.

ARTÍCULO 7°. ENTREGA DE PUBLICACIONES DE DISTRIBUCIÓN INSTITUCIONAL A LA EDITORIAL. De todo libro o revista publicados en la Universidad Nacional de Colombia destinados para distribución institucional, se debe entregar 1 ejemplar a la Editorial, para brindar información oportuna a la comunidad académica.

ARTÍCULO 8°. DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE LAS PUBLICACIONES. Las publicaciones de distribución comercial, que sean enviadas a la Editorial por las diferentes Unidades Académicas, le otorgaran a la Editorial una comisión del 55% sobre cada uno de los precios de las etapas comercial y promocional, para realizar el proceso de divulgación, distribución y venta.

PARÁGRAFO 1°. Cada dependencia podrá, si así lo desea, establecer contratos de comercialización con algún distribuidor externo, en condiciones económicas favorables para la Universidad, sin exceder los porcentajes otorgados a la Editorial, dando siempre preferencia en la entrega de los libros a la Editorial.

ARTÍCULO 9°. DESCUENTOS A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA EN LA VENTA DE PUBLICACIONES. Se establece un descuento hasta del 20% sobre el P.V.P en la venta de publicaciones para estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad Nacional de Colombia, el cual aplica para la venta, únicamente de un (1) ejemplar por título. El descuento otorgado a la comunidad académica en las ventas que realice la Editorial, por medio de sus librerías será asumido por cada dependencia.

ARTÍCULO 10°. A partir de la fecha de la firma de la presente resolución, se inhabilita cualquier normatividad relacionada con descuentos a la comunidad universitaria, que le sea contraria.

ARTÍCULO 11°. DIRECCIONAMIENTO DE LA DISTRIBUCIÓN INSTITUCIONAL. La destinación de ejemplares de libros para Distribución Institucional se pueden dar de tres maneras: a) Los que se imprimen exclusivamente para distribución gratuita; b) Los que se destinan, según Resolución de Distribución, para promoción y divulgación y; c) Los que cumplen las etapas comercial y promocional.

Las publicaciones que estén en la etapa de distribución institucional, pueden ser entregadas para: 1. Promoción y divulgación en medios de comunicación. 2. Redes de bibliotecas, centros de documentación e institutos internos y externos a la Universidad. 3. Cumplimiento con el depósito de Canje (Ley Antitrámite) para libros de baja rotación. 4. Distribución en puntos estratégicos para la comunidad académica en todas las Sedes de la Universidad (Programa "Adopta *UN* Libro"), organizado por la Editorial UN.

De acuerdo con lo anterior, y teniendo en cuenta el Considerando No. 3 de la presente Resolución, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos para establecer la resolución de modificación de los precios de los libros y revistas cuando se determine que pasarán de las etapas comercial y promocional a "distribución institucional".

- Que la Universidad cuenta con títulos editados hasta con 20 años de antigüedad, que han perdido su vida académica y no son aceptados por distribuidores ni por librerías para su venta.
- Que habiendo trascurrido un tiempo prudencial de circulación comercial, las publicaciones entran en un periodo de estancamiento.
- Que a causa del incremento de las novedades editoriales en los últimos años, y a las proyecciones para los próximos, es necesario disponer del espacio físico para su almacenaje
- Que la impresión de altos tirajes, ha ocasionado acumulación de publicaciones en espacios que no cuentan con las condiciones locativas, físicas, higiénicas y de infraestructura necesaria para su preservación, por lo cual es preciso disponer de bodegas que tengan como mínimo buena circulación de aire y adecuada temperatura y humedad.
- Que pese a la reducción de los inventarios físicos que se ha logrado en los últimos años gracias a los mecanismos que ha utilizado la Editorial, en ferias y eventos, consecuente con las dinámicas del mercado del libro, y a la depuración contable de estos, el costo financiero de tener un exceso de ejemplares almacenados, está generando gastos significativos para la Universidad y para su flujo de caja

- Se deben buscar mecanismos de divulgación, promoción, venta y distribución de libros que tienen baja rotación.

DE LA REALIZACIÓN DE INVENTARIOS

ARTÍCULO 12°. Las Oficinas de Publicaciones, o quien haga sus veces, en coordinación con las Unidades Administrativas, deberán realizar al cierre del ejercicio contable el inventario físico de publicaciones, utilizando para ello el formato de Control de Inventario de Publicaciones, de acuerdo con las normas relativas a los activos, establecidas en el Plan General de Contabilidad Pública, numeral 9.1.1.4

Así mismo, serán responsables de verificar la elaboración y presentación de las Actas de Costos y ajustes contables por remisiones, ventas, devoluciones y distribución institucional, entre otros, a la Sección Contabilidad de cada Sede, Control Interno y cualquier otra entidad de control, una vez que estas lo requieran para seguimiento.

Igualmente, deberán realizar conciliaciones permanentes con la Editorial UN o la entidad con quien se tenga convenios de distribución.

DE LA FIJACIÓN DEL COSTO DE LAS PUBLICACIONES

ARTÍCULO 13°. El Costo de cada publicación impresa o digital debe incluir los costos directos relacionados al proceso editorial de la obra (mano de obra, materiales directos, materiales y suministros, servicios contratados), según el caso y los costos indirectos (aquellos que intervienen en el desarrollo del proceso editorial).

En tal sentido, es responsabilidad de las jefaturas de Unidades Administrativas o de quien haga sus veces, revisar las prácticas de costeo y determinar los componentes de producción en cada etapa (proceso editorial, impresión, digitalización y distribución) para proyectar costos reales que eviten subvalorar o sobrevalorar los costos y los ingresos por ventas de Impresos y Publicaciones, (de acuerdo con las directrices de la Gerencia Nacional Financiera y Administrativa).

Estos costos deben estar debidamente justificados y soportados con la correspondiente Orden de Compra, Orden de Servicios o Resolución para ser incluidos en el formato de Acta de Costos establecido para tal fin.

El formato de Acta de Costos, debe ser elaborado y firmado por los responsables en cada unidad y presentarlo en el Almacén General, para realizar el respectivo ingreso contable.

DE LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (P.V.P) DE LAS PUBLICACIONES

ARTÍCULO 14. Para la fijación del precio de venta de las publicaciones P.V.P, los Comités Editoriales en cada dependencia, o quien haga sus veces, deberán revisar y aprobar la evaluación técnica y la propuesta editorial, y determinar el P.V.P, considerando cada uno de sus componentes a través de los métodos de precio de mercado, ciclo de vida, canales de distribución, o costos totales; con el fin de garantizar el adecuado uso de los recursos públicos y su retorno.

DE LAS DISPOSICIONES CONTABLES

ARTÍCULO 15. Todos los efectos contables generados por la aplicación de la presente resolución, deben ser los establecidos de acuerdo al Plan General de Contabilidad Pública (PGCP).

DE LOS RESPONSABLES DE LA APLICACIÓN Y SEGUIMIENTO

ARTÍCULO 16. Será responsabilidad de la aplicación de la presente resolución, de manera coordinada, entre las Unidades Administrativas, Tesorerías y los Comités Editoriales u Oficinas de Publicaciones de cada Sede, Facultad, Centro o Instituto, o quien haga sus veces.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dada en la ciudad de Bogotá, D.C., treinta (30), días del mes de septiembre de 2013.

ÓSCAR FERNANDO CASTELLANOS DOMÍNGUEZ
Director