



PLAN GLOBAL DE DESARROLLO

**INTEGRACIÓN DE LAS FUNCIONES MISIONALES: UN CAMINO HACIA LA
EXCELENCIA**

INFORME DE GESTIÓN 2016

EDITORIAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA



ALFONSO ESPINOSA PARADA

Director

Bogotá D.C., 06 de febrero de 2017.

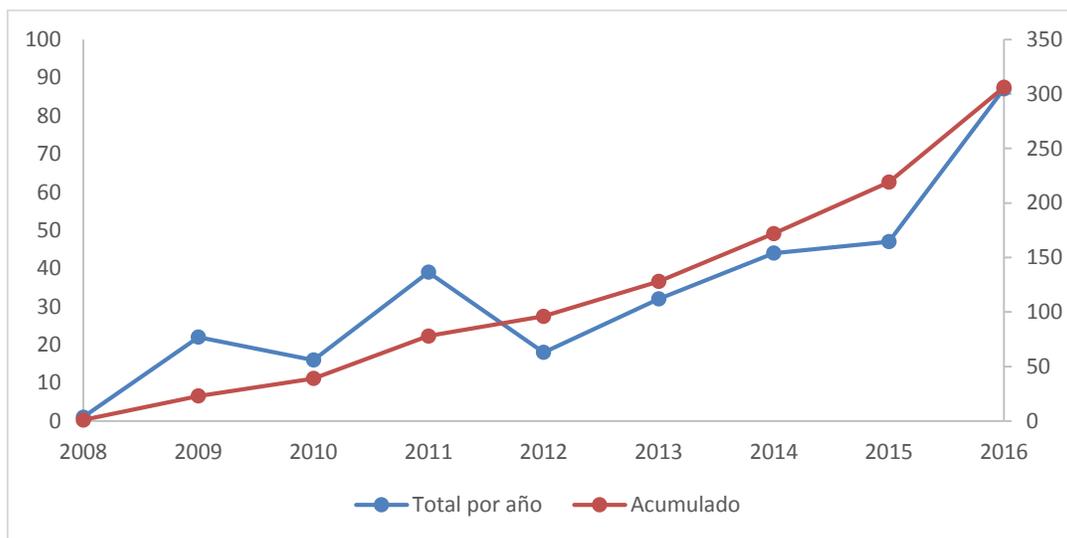
Eje 1. Difusión y divulgación del conocimiento generado en la UN:

En 2016 se intensificó la producción de libros con Sello de Editorial de la Universidad.

Como se sabe, el sello Editorial UN (^{Editorial} UN) es el logo institucional que distingue las publicaciones de la Universidad Nacional de Colombia como un producto editorial que cumple con los más altos estándares de calidad en contenidos y presentación en función del cumplimiento de los requisitos estipulados en la Resolución 1053 de 2010. Su utilización depende del cumplimiento de un protocolo de control de calidad establecido y ejecutado por la Editorial Universidad Nacional de Colombia, que pretende robustecer la imagen pública de la Universidad y apoyar su posicionamiento como entidad generadora de conocimiento.

En la figura 1 se muestra el crecimiento de los libros con Sello Editorial UN, en la Universidad Nacional de Colombia.

Figura 1. Incremento de libros con Sello Editorial UN en la Universidad Nacional de Colombia.



Fuente: Editorial UN



Años	Total por año	Acumulado
2008	1	1
2009	22	23
2010	16	39
2011	39	78
2012	18	96
2013	32	128
2014	44	172
2015	47	219
2016	87	306

Al comenzar el trienio 2013-2015 se contaba con una línea base de 96 títulos ya publicados bajo el Sello Editorial UN. En 2013 se publicaron 32 títulos más; en 2014, 44 y en 2015, 47, para un acumulado, en el trienio, de 123 libros con Sello Editorial UN. Ahora bien, en 2016 la Universidad produjo 87 títulos con sello editorial, lo que significa un incremento del 85,1% con respecto al año anterior. Así, pues, se han consolidado 306 títulos con Sello Editorial. El aporte del 2016 a esa cifra, que consolida la producción de los últimos 9 años, fue del 28,4%.

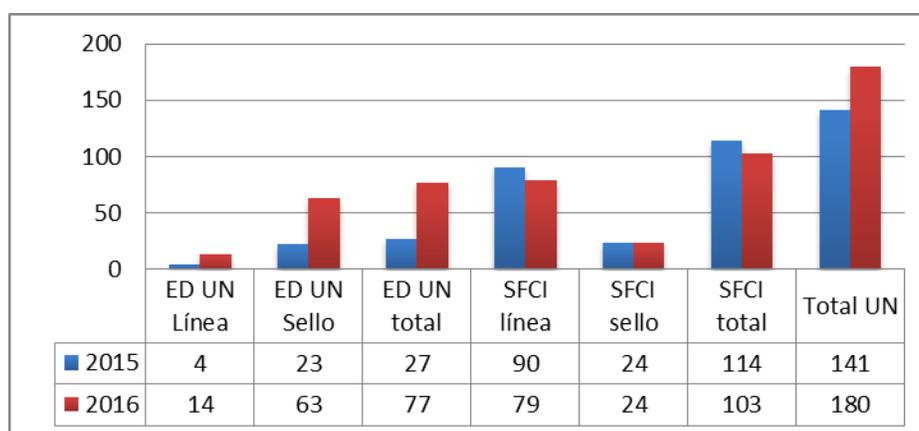
Con respecto a dos de los indicadores utilizados en el trienio anterior, número de colecciones nuevas y consecución de ISBN, en 2016 se decidió desestimarlos en la medida que no son indicadores pertinentes para evaluar la gestión de la Editorial dado que las colecciones pueden ser creadas a discreción por el Comité Editorial Nacional y, por tanto, es un proceso formal que no mide necesariamente la gestión editorial de la Universidad. Puede haber colecciones con un solo título, así que incrementar o no el número de colecciones no indica, en medida alguna, el mejoramiento o no de la gestión editorial. Una editorial podría tener tantas colecciones como libros publique. Es más, ateniéndose a un ejercicio propiamente editorial, de administración de nuestros contenidos, el número de colecciones a

lo largo del tiempo debería mantenerse estable o apenas con pequeñas variaciones –cerrando las que repitan criterios de inclusión en ellas y abriendo exclusivamente aquellas para cuyos contenidos no exista una ya establecida–. Así, el número de colecciones avaladas se mantuvo en 23.

Lo mismo ocurre con la consecución del ISBN, que está necesariamente atada a la producción de títulos, y según los requerimientos a cada título se le pueden asignar hasta 3 ISBN, lo que no es más que un trámite que en forma alguna puede validar o no la gestión de la Editorial. Además, por supuesto, no todos los libros que tienen ISBN cumplen con los requisitos para obtener el Sello Editorial. A manera simplemente informativa, se indica que se solicitaron 305 ISBN. Discriminados así: 149 físicos, 100 electrónicos y 56 para impresión por demanda, en el 2016.

Ahora bien, en consecuencia con esa nueva postura, se debe decir que se ha decidido contar con otros criterios para medir la gestión de la Editorial UN en lo concerniente a la producción de publicaciones. Número de títulos con sello y sin sello editorial producidos por la Editorial UN y número de títulos con sello y sin sello editorial producidos por las Sedes, Facultades, Centros e Institutos (SFCI). La figura 2 muestra la información conforme a este indicador.

Figura 2. Libros con Sello y sin sello Editorial según el origen



Fuente: Editorial UN

Estos resultados indican que en 2016 la proporción de producción con Sello Editorial de la Universidad cambió: de ser las SFCI las que en su conjunto producían más libros con Sello Editorial, con 24 contra 23 de la Editorial, se pasó a que la Editorial produjera, en 2016, 63 contra 24 de las SFCI. Comparando el mismo rubro de producción entre 2015 y 2016, se encuentra que la Editorial incrementó la producción de libros con Sello Editorial de 23 a 63 (+173%). La producción de las SFCI con Sello Editorial, en el mismo periodo, se mantuvo en 24.

La figura 2 consolida, además, la producción con Sello Editorial y sin Sello Editorial (libros de “línea”) de toda la Universidad. La Universidad pasó de 141 a 180 títulos, lo que representa un incremento interanual del 27,7%.

Respecto al incremento de las publicaciones en formato electrónico, se tenía una línea base a 2015 de 449 libros, y como meta para el trienio se estableció el incremento del 30%. El incremento correspondiente al año 2016 estaba proyectado para 44.9 libros. La meta fue superada con 51 libros. Se debe tener en cuenta que una vez digitalizado el fondo histórico, el incremento disminuirá dado que se convertirán a formato electrónico solo los proyectos editoriales publicados cada año.

De manera adicional, es necesario indicar los siguientes logros relacionados con este punto del plan de desarrollo:

Convocatoria del Programa Nacional de Divulgación y Difusión del Conocimiento mediante la Publicación de Libros 2016-2018¹

Esta convocatoria tuvo como objetivo publicar y divulgar obras derivadas de actividades académicas en investigación, creación o innovación de toda la Universidad.

Planeada para contar con tres cortes, el primero, cerrado en noviembre de 2016, tuvo la participación de 47 proyectos. Entre ellos 36 cumplieron con los requisitos

¹ <http://editorial.unal.edu.co/publicar/convocatorias-e-invitaciones/apoyo-a-la-publicacion-de-libros/>

y fueron elegidos. 19 terminaron proceso editorial en 2016. Para el primer semestre de 2017 se espera culminar los 17 restantes.

El segundo corte de la convocatoria se hará en marzo de 2017 y el último en noviembre para consolidar la producción del trienio 2016-2018. Se tiene contemplado apoyar al menos 60 proyectos editoriales.

Convenios y Coediciones

Para el año 2016 se definió la agenda anual para participación en eventos de alto impacto editorial con el fin de consensuar alianzas estratégicas de interés académico para establecer acuerdos de voluntades.

Como resultado se concretaron cuatro alianzas estratégicas: la primera con la Embajada de Francia, con el objeto de publicar y traducir obras francesas. En el marco del proyecto se firmaron 2 acuerdos de voluntades para coeditar las obras: *Le sentiment de soi* y *La construction sociale du corps*, contratos firmados el 8 de junio de 2016. La segunda alianza fue con Booklick S.A.S., con la que se firmó un contrato de Licencia el 30 de agosto de 2016, con el objeto de almacenar libros en PDF para ofrecer un servicio de suscripción para acceso a los libros digitales de la Universidad Nacional de Colombia en el sitio www.booklick.co. La tercera con la Universidad Autónoma de México, vinculando la Editorial UN al Consejo Editorial de la colección UniversidadES, cultura y pensamiento. La cuarta alianza, se hizo con la vinculación de la Editorial Universidad Nacional de Colombia a la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y El Caribe-EULAC-, con el objeto de integrar y fortalecer las diferentes instituciones universitarias de América Latina y el Caribe para fomentar y promover dentro y fuera de ellas, la producción, publicación, distribución y amplia circulación de sus líneas editoriales y, se firmaron 14 contratos de coedición de los cuales 11 ya están publicados (Anexo 1).

Ajuste de los procedimientos de edición

1. Procedimientos actualizados conforme al sistema de calidad de la Universidad.²
2. Socialización de procedimientos, formatos y guías en las instancias editoras de la Universidad, lo que permitió llegar a consensos que garanticen la calidad en todo el sistema.
3. Cambio de perspectiva en las relaciones con los centros editoriales de todos los niveles: de ser un “árbitro”, la Editorial UN se ha transformado en un aliado desde la consolidación de manuscritos hasta la distribución física y virtual.

**Liderazgo en la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia
- ASEUC.**

1. Presencia y participación activa en las juntas directivas del gremio.
2. Coordinación en el comité de comunicaciones de la asociación.
3. Participación en la organización del Foro Universitario de Edición en la Filbo 2017.
4. Liderazgo en el apoyo y consolidación del Salón Iberoamericano de la Edición Universitaria de la Fiesta del Libro de Medellín, siendo la Universidad Nacional de Colombia la entidad con más títulos en la muestra -201-.
5. Reincorporación de la Editorial de la Universidad Nacional de Colombia al llamado “G9”, grupo de las editoriales universitarias más importantes del país (Andes, Javeriana, Rosario, Antioquia, CESA, Externado, Eafit, Norte).
6. Presencia de la Universidad en las ferias del libro más importantes: Guadalajara y Frankfurt. Gestión para la participación en 2017 en FILUNI, la primera Feria Internacional del Libro dedicada especialmente a las editoriales universitarias, que tendrá lugar en la Ciudad de México en agosto.

² Información en el Sistema Softexpet de la Universidad Nacional de Colombia.

7. Afiliación y participación de la Universidad Nacional de Colombia en los proyectos editoriales de la asociación de editoriales académicas de América Latina (EULAC): *Jergario Latinoamericano* y *De libros, conocimiento y otras adicciones*, presentados en la Feria del Libro de Guadalajara 2016.

Alianzas e incremento en la distribución de libros

1. Se fortaleció la distribución por medio del convenio estratégico con Booklick, plataforma digital en www.booklick.co y aplicación móvil para smartphone, que ofrece a los usuarios un servicio de suscripción oneroso por medio del cual se permite el acceso a libros digitales y su respectivo contenido, el cual podrá transmitirse en dispositivos susceptibles a ser conectados a Internet, tales como: computadoras, tabletas, teléfonos móviles, etc. (dispositivos compatibles con el servicio Booklick), modelo de distribución de libros por medio de suscripciones virtuales tipo Netflix para audiovisuales o Spotify para música.

2. Negociación para impresión por demanda mundial con Amazon e iberoamericana con Hipertexto.

3. Se evidenciaron ventas de 15.437 ejemplares a diciembre de 2016 en las Librerías Físicas de la Editorial UN, 408 ejemplares con corte a noviembre de 2016 en formato E-BOOK en los canales de ASEUC, Librería de la U, UNAL store, Universia, y 735 ejemplares con corte a septiembre de 2016, en formato E-BOOK en el canal Bookwire. Los proveedores se encuentran en consolidación de los informes de ventas a diciembre de 2016, por lo que no es posible dar la información de los EBOOK a tal fecha. El total de ejemplares vendidos, según la relación anterior fue de 16.580 ejemplares en todos los canales, faltando la información de los meses pendientes. Se hizo distribución institucional en ferias y eventos académicos de 8.979 libros físicos de la Universidad Nacional de Colombia con corte a diciembre de 2016 y 41.857 de libros en formato U-Flip, con corte a junio de 2016, faltando la medición del segundo semestre. En total los libros distribuidos para el año 2016 fueron 67.416.

Otros

1. Se promocionaron las publicaciones a través del programa radial " La Nacional Cultural" en UNRadio, con 31 programas. Se publicaron en el Boletín UN Investiga 11 Boletines de Novedades Editoriales y 43 notas de diferentes eventos y temas editoriales. Se publicaron 88 reseñas en 11 ediciones de UN Periódico impreso. Se hicieron 15 publicaciones en catálogos, libros Arcadia, Canal Caracol y otros medios. En total fueron 188 publicaciones en diferentes medios de promoción (Anexo 2).

2. Actualización de la página web de la editorial³.

3. Se participó en 46 ferias y/o eventos nacionales e internacionales, para la divulgación, promoción y comercialización de las publicaciones de la Universidad Nacional de Colombia (Anexo 3).

4. Fase inicial para la implementación del Sistema Nacional de Información Editorial, en la que se revisaron los estudios y soportes que se tenían desde el año 2010, con el fin de comprar y decidir cual es la viabilidad del Sistema Nacional de Información Editorial a adquirir, se hicieron diferentes reuniones y se levantó el estudio de factibilidad para adquisición del sistema que mejor se ajustaba a las necesidades de la función editorial de la Universidad Nacional de Colombia, el cual se tiene proyectado a adquirir posterior a una etapa de prueba en el año 2017.

5. Se adelantaron visitas a las Sedes de la Universidad Nacional de Colombia con el fin de depurar y unificar el inventario de publicaciones de la Universidad Nacional de Colombia de acuerdo con la metodología de la Circular 026 de 2015 de la Gerencia Nacional Financiera (Anexo 4).

A diciembre de 2016 se depuraron inventarios de publicaciones de la Sede Bogotá en un 96% y, en el Nivel Nacional y Sedes un 88%.

*

³ <http://editorial.unal.edu.co/>

Aun cuando las metas fueron no sólo cumplidas sino superadas, se debe indicar la dificultad que surge en el cumplimiento de los procesos administrativos de contratación y pago a proveedores. El cambio de requisitos permanente y la imprecisa variabilidad de criterios impiden una planeación y ejecución adecuada de actividades.

Actualmente se registran bajos niveles de impacto y recordación de los productos editoriales en el ámbito nacional e internacional, dado el bajo conocimiento que se tiene del mercado y los grupos de interés externos. A su vez, la implementación del plan de marketing se ve limitado por las restricciones en infraestructura tecnológica y bajo presupuesto. La Editorial ha mantenido una postura conservadora en cuanto a los servicios editoriales y de distribución que presta, por tanto los grupos de interés son limitados (comunidad académica UN y bibliotecas para los servicios de Consecución Bibliográfica de la Librería), por lo que sus ingresos se han mantenido constantes a partir de una demanda ya conocida, afectando de manera negativa la situación financiera de la Editorial. Se debe modernizar la librería, diversificando los productos y servicios, visibilizando los productos editoriales y objetos de merchandising. En el proceso editorial y de distribución se evidencia multiplicidad de funciones que elevan los costos de operación, afectando la eficiencia de los procesos. La trazabilidad y análisis de la información para la toma de decisiones es ineficaz, especialmente en las actividades de alcance nacional (inventarios y política editorial), igual que la articulación con los diferentes centros editoriales, que trabajan de manera descentralizada, pero impactan en resultado de la Editorial, que en este caso funge como unidad nacional.

Con respecto a las mejoras en la gestión de los procesos y hacia los usuarios, se debe destacar que el trabajo de gestión de calidad de la editorial, en todos sus componentes, fue reconocido como una fortaleza institucional de toda la universidad en la auditoría realizada por el ICONTEC en octubre de 2016, se cuenta con un proyecto de Resolución por la cual se tiene planeada la actualización de la política editorial para la Universidad Nacional de Colombia, la cual está en estudio y revisión por los diferentes niveles del proceso para su posterior aprobación por las instancias pertinentes.