



REGLAMENTO DEL COMITÉ EDITORIAL
UNIVERSIDAD SAN MARCOS

REGLAMENTO DEL COMITÉ EDITORIAL UNIVERSIDAD SAN MARCOS

ANTECEDENTES

La Universidad San Marcos requiere crear su Consejo Editorial, como parte de sus procesos de acreditación de calidad y de protección de la propiedad intelectual de la investigación requerida en las carreras y en la producción de contenidos de sus programas virtuales. Por tal razón la Universidad creará y mantendrá los servicios integrados que resulten necesarios para el apoyo al estudio, la docencia y la investigación, así como la asistencia a la comunidad universitaria para el adecuado cumplimiento de sus funciones.

Se propone como eje fundamental de la Editorial de la Universidad San Marcos la difusión de la investigación desarrollada por el personal docente de Universidad y la edición de bibliografía de apoyo a la docencia.

La producción editorial de la Universidad se conforma por obras de carácter científico-técnico, principalmente en las áreas de carreras de ciencias administrativas, así como obras de ciencias sociales, humanidades y la difusión de publicaciones utilizando medios digitales e impresos.

El presente Reglamento tiene por objeto regular y dar a conocer a la Comunidad Universitaria de la Universidad el funcionamiento del Servicio Editorial.

TÍTULO I De las funciones y ámbito de la Editorial

Capítulo Primero De las funciones y objetivos de la Editorial

Artículo 1. Editorial de la Universidad San Marcos

De acuerdo con el Artículo 10 del Reglamento Docente, uno de los objetivos del Escalafón docente es el estímulo de la producción intelectual de los docentes de la Universidad, por tanto, se hace necesario crear la Editorial de la Universidad San Marcos.

La Editorial de la Universidad San Marcos será un servicio de apoyo a la Comunidad Universitaria que asume como principal función la de organizar, gestionar y controlar las publicaciones, entendiendo que estas son un instrumento para la difusión de la producción científica, técnica, cultural y docente.

Artículo 2. Objetivos de la Editorial.

1. Por su condición de servicio editorial, la materia objeto de las actividades de la Editorial podrá cubrir cualquier campo del conocimiento humano y de la sociedad que contribuya al desarrollo de la ciencia, la técnica, la cultura y la educación.

2. Los objetivos de la Editorial de la Universidad San Marcos son:

- a) Editar y coeditar los contenidos que se generan en la Universidad San Marcos relacionados con su actividad docente, investigadora y de extensión, cuya relevancia y méritos lo requieran.
- b) Difundir y poner en comunicación pública las obras producidas.
- c) Elaborar una normativa editorial capaz de generar y satisfacer las demandas académicas, de investigación y extensión cultural de la Comunidad Universitaria.
- d) Organizar y mantener una red de distribución a nivel nacional e internacional que sea sostenible para el servicio y suficientemente representativa para garantizar la máxima visibilidad de las obras publicadas.

Artículo 3. Funciones de la Editorial

La Editorial tiene asignadas las siguientes funciones:

- a) La edición de trabajos docentes, de investigación e institucionales de los autores vinculados a la Universidad San Marcos.
- b) Promover la publicación, distribución, comercialización e intercambio de libros, revistas científicas y otras publicaciones, en cualquier tipo de soporte, asumiendo la importancia que la producción editorial tiene en la imagen y el papel de la Universidad en cumplimiento de su función de difusora del conocimiento al servicio de la sociedad.
- c) Confeccionar y publicar un catálogo anual de sus publicaciones.
- d) Colaborar en cuantas iniciativas relacionadas con la cultura del libro sean necesarias.
- e) Participar en la coedición de obras con entidades que sean propuestas por el Comité Editorial en razón de su interés para la Universidad San Marcos.
- f) Brindar apoyo técnico e instrumentos para la edición que faciliten a los autores de la Universidad San Marcos la creación de obras.

Capítulo Segundo De las relaciones internas con otras instancias universitarias

Artículo 4. Sello editorial de la Universidad San Marcos.

1. La Editorial es el único sello editorial de la Universidad San Marcos. Ningún Departamento, Centro, Instituto o Servicio de la misma, así como cualquier persona física de la Comunidad Universitaria podrá editar cualquier obra, revista u otro producto editorial bajo denominaciones, marcas, símbolos u otro signo de identidad que resulten equívocos respecto de la Editorial de la Universidad San Marcos, sin autorización previa y por escrito del coordinador de la Editorial.
2. La garantía de esta identidad se establecerá a efectos legales y de nombre comercial mediante el uso de un ISBN (International Standard Book Number) y de un ISSN (International Standard Serial Number) propios.

TÍTULO II De la estructura y órganos de la Editorial

Capítulo Primero De la estructura

Artículo 5. Estructura de la Editorial de la Universidad San Marcos.

Para cumplir con sus objetivos y funciones, la Editorial de la Universidad San Marcos se estructura en los siguientes órganos de dirección y gestión:

- a) Consejo Editorial.
- b) Responsable de la Editorial.
- c) Servicios Técnicos y Administrativos.

Capítulo Segundo Del Coordinador General de la Editorial

Artículo 6. Funciones del coordinador general de la Editorial.

Las funciones del coordinador, en el marco de la normativa vigente, son las siguientes:

- a) Supervisar, coordinar y promocionar las actividades de la Editorial.
- b) Proponer para la firma del Rector, contratos relativos a los fondos editoriales de la Universidad.
- c) Promover coediciones con instituciones públicas y privadas.
- d) Convocar y presidir el Consejo Editorial, así como coordinar la actividad de éste y velar por el cumplimiento de sus acuerdos y recomendaciones.
- e) Gestionar el presupuesto asignado a la Editorial.
- f) Elaborar la memoria anual de la Editorial.
- g) Coordinar lo relativo al formato editorial y los medios de publicación de las obras.
- h) Fijar los criterios que conforman el Manual de Estilo de la Editorial, al que se atenderán los autores y el diseño gráfico e impresión que sean requeridos.
- i) Evaluar el costo y la difusión comercial e institucional de las ediciones aprobadas por el Consejo Editorial.
- j) Informar a los autores del resultado del proceso de evaluación llevado a cabo por el Comité Editorial.
- k) Enviar al Comité Editorial las obras propuestas para su publicación.
- l) Convocar las reuniones y elaborar el orden del día de las mismas.
- m) Presidir y moderar las reuniones.
- n) Dirimir con su voto de calidad los empates de las votaciones.
- o) Ejecutar los acuerdos adoptados por el Consejo Editorial, así como coordinar la actividad de éste y velar por el cumplimiento de sus acuerdos y recomendaciones.

Capítulo Tercero Del Consejo Editorial

Artículo 7. El Consejo Editorial.

El Consejo Editorial es un órgano consultivo al que compete todo aquello que tiene que ver con la calidad científica de las publicaciones y el interés de su edición para la Universidad San Marcos.

Artículo 8. Composición del Consejo Editorial.

1. El Consejo Editorial estará conformado por el Coordinador General de la Editorial de la Universidad San Marcos quien será su presidente y será nombrado por el Rector.
2. Los vocales serán nombrados por cada escuela por un periodo de dos años, pudiendo ser reelegidos las veces que sean necesarias, entre miembros del personal docente e investigador de la Universidad San Marcos, pertenecientes a cada una de las siguientes áreas de conocimiento, correspondiendo dos vocales, uno nacional y uno internacional de cada área, por cada una de las siguientes áreas:
 - a) Escuela de Administración.
 - b) Escuela de Contaduría Pública.
 - c) Escuela de Docencia.
 - d) Escuela de Posgrados.

Artículo 9. Funciones del Consejo Editorial.

El Consejo Editorial tendrá las siguientes funciones:

- a) Proponer obras y autores a la Editorial, según la línea editorial y el interés de la Universidad San Marcos.
- b) Supervisar que los mecanismos de selección de originales se adecúen a la estrategia de la Editorial y los intereses de la Universidad.
- c) Aceptar o rechazar los originales para su publicación después del estudio y discusión de los informes solicitados.
- d) Controlar el cumplimiento de las directrices de normalización científica.
- e) Emitir dictamen final de aceptación, rechazo o modificación de una obra.
- f) Garantizar el anonimato en el proceso de evaluación, tanto de los autores como de los miembros del Comité Científico.
- g) Aprobar la creación o supresión de colecciones.
- h) Asesorar e informar a los órganos de gobierno de la Universidad en las materias relacionadas con la actividad editorial que se le soliciten.

Artículo 10. El secretario del Consejo Editorial.

1. Existirá un Secretario del Consejo Editorial, nombrado de entre sus miembros y desempeñará las siguientes funciones:
 - a) Convocar las reuniones y elaborar y remitir a los miembros del Consejo Editorial la documentación relativa al orden del día de la sesión.
 - b) Redactar las actas de las sesiones.
 - c) Dar fe de los acuerdos adoptados y realizar las acciones pertinentes para su notificación.
2. En caso de ausencia del secretario, actuará como tal, el vocal de menor edad del Consejo Editorial.

Artículo 11. Convocatoria.

1. Las convocatorias del Consejo Editorial serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán una vez al año, al comienzo de curso académico, y las extraordinarias a instancias del presidente del Consejo Editorial o cuando lo solicite un tercio de sus miembros.
2. Se convocará por una sola vez, mediante correo electrónico y con una antelación no inferior a siete días naturales. En ellas habrá de constar el lugar, el día, la hora y el orden del día de la sesión. En casos de representantes internacionales, participarán vía virtual mediante la aplicación que la Universidad San Marcos determine.

Artículo 12. Adopción de acuerdos por el Consejo Editorial.

1. El Consejo Editorial adoptará sus acuerdos por mayoría simple de los presentes, siendo preciso la asistencia de, al menos, un tercio de sus miembros.
2. De las reuniones del Consejo Editorial se levantará acta, que contendrá la relación de las materias debatidas y de los acuerdos adoptados. El acta será firmada por el secretario, con el visto bueno del presidente, y quedarán archivadas a disposición del Consejo Editorial en las dependencias de la Editorial.

Artículo 13. Comité Científico.

1. El Pleno del Consejo Editorial nombrará y mantendrá una relación de profesionales e investigadores de reconocido prestigio como miembros del Comité Científico que actuarán como evaluadores para los casos en que se requiera.
2. El Comité Científico estará integrado al menos en un cincuenta por ciento por miembros externos a la Universidad San Marcos.

Artículo 14. Comité Asesor.

1. El Pleno del Consejo Editorial nombrará a profesionales e investigadores de reconocido prestigio internacional como miembros del Comité Asesor, que tendrá las funciones de orientar y evaluar las directrices editoriales.
2. Los miembros del Comité Asesor no podrán formar parte del Comité Científico

Artículo 15. Proceso de evaluación de los trabajos enviados.

1. El proceso de evaluación para cada trabajo enviado será llevado a cabo por tres miembros del Consejo Editorial quienes comprobarán que el contenido satisfaga los requisitos básicos de calidad, originalidad, actualidad, relevancia, rigurosidad metodológica y condiciones de presentación y redacción.
2. En los casos en que se considere oportuno podrán solicitar dos informes para cada original a los miembros del Comité Científico acerca de la calidad del trabajo y la pertinencia de su publicación.

3. La evaluación se realizará respetando el anonimato, tanto de los autores como de los evaluadores. El resultado de este proceso será comunicado al autor mediante escrito donde se informará si el original es aceptado, condicionado a una modificación y nueva presentación, o rechazado. En el caso de que el original sea rechazado, el Comité Editorial emitirá informe razonado al autor.

Capítulo Cuarto De los Servicios Técnicos y Administrativos

Artículo 16. Estructura de los Servicios Técnicos y Administrativos.

Los Servicios Técnicos y Administrativos de la Editorial de la Universidad San Marcos se estructurarán según lo dispuesto en la Relación de Puestos de Trabajo de la Universidad.

TÍTULO III Del Régimen Jurídico y Económico

Capítulo Primero De la titularidad de los derechos

Artículo 17. Propiedad de los derechos de las obras editadas.

1. La Universidad San Marcos es la propietaria de los derechos de las obras editadas por la Editorial.
2. Las condiciones de cada edición serán determinadas mediante el correspondiente contrato.

Artículo 18. Titularidad de los registros legales.

Serán de titularidad y explotación exclusiva de la Universidad San Marcos aquellos registros legales asignados a la misma que estén establecidos por la Administración Pública, organismos internacionales o entidades privadas para la comercialización, identificación u otros procesos necesarios en la producción editorial, tales como ISBN, ISSN (International Standard Series Number), códigos de barras, colecciones y productos editoriales, etc.

Artículo 19. Derechos de autor.

1. Los derechos de autor se registrarán por el contrato de edición que se celebrará entre la Universidad San Marcos y los autores, de acuerdo con la vigente Ley de Propiedad Intelectual.
2. Se establece que el porcentaje de derechos de autor, para casos en que la obra se comercialice, será de un veinte por ciento sobre el precio de venta, salvo que, por mutuo acuerdo entre las partes firmantes del contrato de edición, se establezca otra cuantía o renuncia expresa a los mismos.

Capítulo Segundo Del presupuesto

Artículo 20. Recursos económicos.

Los recursos económicos de la Editorial de la Universidad San Marcos están contenidos y administrados en el presupuesto regular de la universidad.

Artículo 21. Rendimientos económicos.

Los rendimientos procedentes de la comercialización de los libros, revistas y productos editoriales, de la explotación de los derechos de propiedad intelectual o cualesquiera otros que hubiere derivados de las actividades que pueda desarrollar, se incorporan al presupuesto de la Universidad San Marcos.

TÍTULO IV De la actividad y línea editorial

Capítulo Primero De la actividad editorial

Artículo 22. Ámbito de la actividad editorial.

1. Se podrán editar tanto las obras que sean producidas en la propia Institución, como aquellas otras que les sean presentadas por instancias externas a la propia Universidad.
2. Se tendrá especial atención a las realizadas por los miembros de la Comunidad Universitaria.

Artículo 23. Clasificación de las obras.

Por su contenido, las obras propuestas para su publicación por la Editorial se clasificarán según el público objetivo y el tratamiento de la información que comunican, en la siguiente tipología:

- 1) Obras de investigación:
 - a) Tesis.
 - b) Congresos.
 - c) Revistas.
 - d) Libros.
- 2) Obras de interés cultural:
 - a) Libros.
 - b) Revistas.
- 3) Obras docentes:
 - a) Manuales.
 - b) Materiales didácticos con un enfoque práctico y personalizado para el docente que imparte la asignatura.

- 4) Obras institucionales relacionadas con la actividad universitaria y su proyección en la Sociedad: a) Libros.

Artículo 24. Manual de estilo.

1. Los autores de las obras editadas por la Editorial deberán ajustarse a las normas contenidas en el Manual de Estilo publicado en el portal de la editorial, el cual se encontrará alojado dentro de la página web oficial de Universidad I, de manera que se devolverán para su revisión los originales que no se adapten al mismo.
2. Asimismo, los autores deberán presentar las copias de sus originales que se consideren necesarias para proceder a los informes de los evaluadores externos.

Artículo 25. Aprobación de obras.

1. Ninguna obra se podrá publicar si no cuenta con el dictamen aprobatorio del Consejo Editorial, aun cuando tenga apoyo económico especial, o el autor pretenda pagar su publicación.
2. Las obras clasificadas como material didáctico se someterán a un proceso de evaluación a través del responsable de la asignatura para la que han sido elaborados, y para su producción sólo será necesario la aprobación del mismo, por considerarse que son material de apoyo a la docencia de necesidad inmediata, y para satisfacer las necesidades de los alumnos matriculados en la misma.

Capítulo Segundo Del Catálogo y las Colecciones

Artículo 26. Catálogo General.

El Catálogo General, en su ordenación, partes, colecciones, títulos u otros elementos que lo componen, se constituirá como el sistema de organización e identidad de los libros, revistas científicas y otros productos realizados por la Editorial. Su configuración es el exponente máximo de la línea editorial que se ponga en práctica.

Capítulo Tercero De las revistas científicas

Artículo 27. Revistas científicas.

1. Las revistas de carácter científico, técnico o educativo que edite la Editorial serán uno de los canales editoriales mediante los que la Universidad podrá dar a conocer el resultado de las investigaciones, estudios y aportaciones a la Sociedad del Conocimiento.
2. El proceso de selección de las revistas será el mismo que para los libros y considerará especialmente el compromiso del editor de cumplir las directrices publicadas en la normativa que desarrolle el presente Reglamento.

3. Se impulsará asimismo la edición electrónica de las revistas en acceso abierto de las mismas a través del portal de la editorial, el cual se encontrará alojado dentro de la página web oficial de Universidad.

Capítulo Cuarto De la difusión editorial y del intercambio científico

Artículo 28. Promoción del Catálogo de la Editorial.

1. Para atender la promoción de su Catálogo, la Editorial emprenderá las acciones oportunas, tanto de manera propia como en colaboración.
2. Las acciones propias de promoción comprenderán las siguientes tareas:
 - a) Edición y distribución del Catálogo General.
 - b) Edición y distribución de boletines de novedades y catálogos especializados por materias.
 - c) Publicidad en medios de comunicación, bien sean de ámbito general o especializados.
 - d) Envío de ejemplares para reseña en revistas científicas relacionadas con el contenido de la obra, o a periódicos y suplementos culturales.
 - e) Mantenimiento del portal de ventas de la Editorial de la Universidad San Marcos.
 - f) Participación de la Editorial en asociaciones que integren Servicios de Publicaciones y Editoriales universitarias o privadas.
 - g) Inclusión del fondo editorial de la Editorial en Catálogos Colectivos o en Librerías Virtuales.
 - h) Participación en Ferias.
 - i) Cualesquiera otras que, a propuesta del Responsable de Comunicación sean aprobadas por el Comité Editorial.

Disposición Adicional

Todas las denominaciones contenidas en el presente Reglamento que se efectúan en género masculino, se entenderán realizadas indistintamente en género masculino o femenino.

Disposición final.

La presente normativa entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo Académico de la Universidad San Marcos.

Aprobado en la sesión No.08-2018 del Consejo Académico, celebrada el 21 de marzo de 2018.