

LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA PRODUCCIÓN EDITORIAL DE LA UAA

(RECEPCIÓN, SELECCIÓN, CLASIFICACIÓN, PRODUCCIÓN, GESTIONES LEGALES Y
DISTRIBUCIÓN DE LAS PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS)

- I. **OBJETIVO:** Normar el proceso de producción editorial de la UAA para garantizar la calidad de las publicaciones.

II. DESCRIPCIÓN:

CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES

1. Las publicaciones institucionales que se editen bajo el amparo, nombre y registro legal de la Universidad Autónoma de Aguascalientes se normarán por lo establecido en los lineamientos que se describen a continuación.
2. Los lineamientos editoriales de la Universidad Autónoma de Aguascalientes tienen implícita la misión institucional, de manera destacada en lo referente a la búsqueda de la verdad por medio de la investigación científica y humanística, y a la transmisión de las más elevadas manifestaciones del saber mediante la difusión.
3. La Dirección General de Difusión y Vinculación (DGDyV), a través de su Departamento Editorial, es la responsable de las tareas de producción, promoción y distribución del libro universitario y de las diferentes publicaciones periódicas (revistas). Las publicaciones que se promuevan a través de otra instancia universitaria, deberán contar con la autorización de la Comisión Ejecutiva Universitaria.
4. La producción editorial comprende la publicación de la convocatoria, la recepción de obras, la selección, la producción, la gestión legal y la distribución de las publicaciones universitarias, en las cuales se buscará, mediante la optimización de recursos, la calidad editorial:
 - a) En contenidos (avalada mediante dictamen).
 - b) En presentación: cuidando el tratamiento ergonómico del texto (uso correcto del lenguaje, diseño sencillo, claro y atractivo; impreso en materiales ligeros, cómodos y resistentes para permitir su portabilidad).
 - c) En la distribución de la obra (optimizando tiempos y recursos materiales y humanos).
5. La instancia de apoyo fundamental de la DGDyV para esta encomienda es la Comisión Editorial; los integrantes de ésta recibirán el nombramiento por el Rector y estarán conformados como sigue:

- Director de Difusión y Vinculación;
 - Jefe de Departamento Editorial;
 - Director General de Investigación y Posgrado;
 - Director del Centro de las Artes y la Cultura;
 - Jefe del Departamento de Letras
 - Dos investigadores o académicos de la comunidad universitaria;
 - Dos académicos o intelectuales externos.
6. La Comisión Editorial llevará a cabo la dictaminación de las obras recibidas en la DGDyV, con apoyo de dictaminadores externos sugeridos para dicha actividad.
 7. Los proyectos editoriales deberán presentarse en la Dirección de Difusión y Vinculación preferentemente durante el primer trimestre de cada año, de tal manera que la Comisión Editorial programará sus actividades a partir de las propuestas que se reciban.
 8. Las principales líneas de trabajo sobre las cuales se presentarán los trabajos seleccionados son: Libro Universitario (divulgación científica y/o cultural), Libro a partir de Tesis e Investigaciones, y Libro de Texto (apoyo a la docencia).
 9. Con el fin de que las publicaciones de maestros e investigadores de la Universidad sean reconocidas por las instancias que promueven publicaciones indexadas nacional e internacionalmente, la Comisión Editorial junto con la DGDyV y los maestros e investigadores universitarios involucrados, buscarán proyectos editoriales conjuntos con otras instituciones de educación superior o empresas editoriales enfocadas a publicaciones universitarias.
 10. En proyectos de colaboración y coedición con otras instituciones, la Universidad apoyará la publicación de textos de alta calidad en sus contenidos y presentación, y en áreas que resulten de interés académico para el personal de la institución. La Comisión Editorial al respecto tomará en cuenta la viabilidad financiera de la Universidad y la calidad de los contenidos, mediante dictamen editorial favorable.
 11. El programa editorial contará con un apoyo anual autorizado por la Comisión Ejecutiva, a más tardar en el mes de abril, y podrá auxiliarse con los apoyos específicos que los Centros o Direcciones ofrezcan a los autores que o que hayan sido seleccionados para su publicación.
 12. En proyectos de coparticipación y coedición con otras instituciones, la Universidad apoyará la publicación de textos de alta calidad en sus contenidos y presentación, y en áreas que resulten de interés académico para el personal de la institución. Para tomar la decisión de aceptar o no, el jefe del Departamento Editorial someterá a análisis la propuesta, en la que tomará en cuenta la viabilidad financiera de la Universidad y la calidad de los contenidos, mediante dictamen editorial interno.

CAPÍTULO II REQUISITOS PARA QUE UNA OBRA SE PUBLIQUE

Para que una obra sea publicada como libro, revista, material digital o video grabado, debe reunir los siguientes requisitos:

- a) Ser afín a los lineamientos editoriales.
 - b) Ser presentada en los plazos establecidos en la convocatoria anual.
 - c) En caso de no haber respondido a la convocatoria en tiempo, ser presentado con Visto Bueno de Rectoría, del Centro Académico o Dirección General a la que se pertenezca, anexando carta de motivos e información sobre el presupuesto que apoyará (total o parcialmente) la publicación.
 - d) No haber sido sometido a ningún tipo de tratamiento editorial, es decir, no se aceptarán libros presuntamente sometidos a revisión, corrección y diseño externo, y que sean acercados al departamento solamente para asignación de ISBN.
 - e) En virtud de que las tesis de posgrado y los reportes de investigación son documentos científico-académicos destinados a un número muy reducido de especialistas, no podrán ser impresos ni se les asignará un ISBN, si antes no han recibido un tratamiento para presentarlos como texto de divulgación, para ampliar el universo de posibles lectores.
 - f) Las publicaciones de memorias de eventos académicos, tales como simposios, encuentros, reuniones de academia, eventos conmemorativos por aniversario de carreras o centros académicos, no recibirán ISBN, a menos que los autores presenten pruebas contundentes de que se trata de material que por su originalidad, calidad, pertinencia e importancia científica o cultural, ameriten ser respaldados con dicho número.
 - g) En todos los casos, contar con dictaminación favorable.
2. En caso de ser un texto originado a partir de una investigación concluida, deberá:
- a) Presentar dictamen favorable de la Dirección General de Investigación y Posgrado.
 - b) Contar con dictaminación favorable por parte del Departamento Editorial.
3. En caso de ser un texto originado a partir de tesis de maestría o doctorado:
- a) Carta de recomendación para publicarse por parte de la Dirección General de Investigación y Posgrado y/o de los sinodales.
 - b) Contar con dictaminación favorable por parte del Departamento Editorial.

CAPÍTULO III RECEPCIÓN DE OBRAS

1. El autor deberá presentar su obra como respuesta a la Convocatoria anual o preferentemente durante los primeros cuatro meses de cada año, acompañada de una carta dirigida a la Comisión Editorial en la que solicite su publicación. El autor deberá llenar el Formato de Registro de Obra que el Jefe del Departamento Editorial le proporcionará, en que se plasmarán los motivos y las características generales del contenido que se pretende publicar.



2. En caso de tratarse de una obra de carácter colectivo, presentar cartas firmadas de cada uno de sus compañeros autores, mediante las cuales lo reconocen como coordinador o compilador y reconocen su aportación al libro como original e inédita.
3. Al recibir la obra en el Departamento Editorial, el jefe del mismo expedirá al autor una carta de recepción.
4. El autor deberá llenar el Formato de Registro de Obra que el jefe del Departamento Editorial le proporcionará, en que se plasmarán los motivos y las características generales del contenido que se pretende publicar.
5. Las obras recibidas serán presentadas a la Comisión Editorial, instancia que recomendará o no su publicación de acuerdo a la viabilidad del proyecto editorial.

CAPÍTULO IV SELECCIÓN Y DICTAMINACIÓN DE OBRAS

1. Todas las obras recibidas serán presentadas ante la Comisión Editorial, misma que apoyará su decisión en el dictamen técnico editorial. Este último se aplicará a la obra para:
 - a. Verificar primeramente que el autor no incurra en plagio, en cuyo caso la obra será rechazada.
 - b. Que el texto se presente en forma adecuada: redacción clara y coherente; referencia a autores citados y bibliografía completa; elementos gráficos en archivos para recibir tratamiento editorial (archivos individuales, formato TIF, alta resolución, etc.).
2. Una vez aceptada la propuesta por la Comisión Editorial, será sometida a dos dictámenes académicos en calidad de doble ciego. El criterio para determinar dictaminador es que sea un experto en el área, con una amplia trayectoria en investigación, docencia y difusión de su quehacer; que pertenezca a una Instituto de Educación Superior de renombre a nivel nacional o internacional; que pertenezca al Sistema Nacional de Investigadores o sistema equivalente.
3. Se solicitará al dictaminador que emita su opinión en cuanto a:
 - a) La pertinencia del tema y contenido.
 - b) Rigor y claridad en los argumentos.
 - c) La originalidad en la estructura y presentación de contenidos.
 - d) Actualidad y pertinencia de la bibliografía (datos bibliográficos adecuados, actuales, completos y debidamente referenciados).
 - e) Redacción (clara, precisa y fluida).



- f) Ortografía.
 - g) Adecuado uso del aparato de citas (uso de un solo estilo de citas en apoyo a la argumentación).
 - h) Los aspectos positivos y deficiencias de la obra.
 - i) Comentarios adicionales.
 - j) Cambios sugeridos o propuestos.
 - k) Si con base en lo anterior recomendaría o no su publicación en forma de libro.
4. El autor recibirá una copia de los dictámenes sin firma, en un plazo no mayor a 4 meses, de manos del jefe del Departamento Editorial.
 5. El jefe del Departamento Editorial hará llegar a los autores cuya obra ha sido rechazada por dictamen negativo, una carta de exposición de motivos, firmada por el Director General de Difusión y Vinculación.
 6. De ser favorables los dictámenes, el autor incorporará a su obra las modificaciones sugeridas por los dictaminadores en un plazo no mayor a 3 meses. Al finalizar, entregará la obra corregida y en archivo electrónico, con las especificaciones marcadas en el formato Requisitos para la Recepción de Obras, que el Departamento Editorial proporciona al autor interesado en publicar.
 7. El jefe del Departamento Editorial verificará con el autor las correcciones hechas a la obra.
 8. En el caso de coediciones y coparticipaciones, la Universidad, al invitar a otra institución a participar proporcionará la obra y copia de los dictámenes que la avalan. Cuando la Universidad sea la invitada, solicitará copia de los dictámenes de la obra correspondiente; en caso de que no cuente con ello, la Universidad iniciará dicho proceso.
 9. Los dictámenes académicos (dos o más, según el caso) se solicitarán a investigadores, académicos o intelectuales expertos en la temática a evaluar, con el fin de garantizar la calidad y pertinencia de la obra.

CAPÍTULO V CLASIFICACIÓN DE OBRAS

El jefe del Departamento Editorial clasificará, según el contenido, las áreas del conocimiento y los lectores a quienes se destinan las obras, tres tipos de publicaciones en libros:

- a) Libro a partir de Tesis e Investigaciones: Son textos cuya temática central está originada a partir de los resultados de investigación y/o tesis de maestría o doctorado. Cuentan con el seguimiento y aval de la Dirección General de



Investigación y Posgrado. Aquí se incluyen las publicaciones científicas arbitradas.

Serie Tesis: Tamaño 22.5 x 15 cm. Interiores en papel cultural impresos a 1 x 1 tintas. Forros en cartulina sulfatada de 14 puntos impresos a 4 x 0 tintas, laminado mate. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

Serie Investigación: Tamaño 16.5 x 21.5 cm. Interiores en papel cultural impresos a 1 x 1 tintas. Forros en cartulina sulfatada de 14 puntos impresos a 4 x 0 tintas, laminado mate, solapas de 10 cm. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

Serie Biociencias: Tamaño 19 x 19 cm, interiores en papel couché impresos a 4 tintas. Forros pasta dura cartoné impresos a 4 tintas. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

Serie Diseño: Tamaño 16 x 16 cm. Interiores en papel couché, impresos a 1 x 1 tintas o 4 x 4. Forros en cartulina sulfatada de 14 puntos impresos a 1 x 0 o 4 x 0 tintas, solapas de 13 cm. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

Serie Historia: Tamaño 15 x 22.5 cm. Interiores en papel cultural impreso a 1 x 1 tintas. Forros en cartulina sulfatada de 14 puntos impresos a 4 x 0 tintas, laminado mate, solapas de 10 cm. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

- b) Libros de Texto o de apoyo a la docencia: Son textos que los autores proponen para cumplir con la función de acompañar al maestro y al alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje; por tanto, su contenido se presenta acorde a un programa y plan educativo específico. Por su naturaleza, son textos autofinanciables.

Serie Textos Universitarios: Tamaño 20 x 27 cm. Interiores en papel cultural impresos a 2 x 2 tintas. Forros en cartulina sulfatada de 14 puntos impresos a 4 x 0 tintas, laminado mate. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

- c) Libro Universitario: Son textos de difusión y divulgación del arte, la cultura y la ciencia. Están dirigidos a un público más amplio y menos especializado. Se sustentan en el dominio de un campo de conocimiento o de disciplina artística.

Serie Letras: Tamaño 14 x 21 cm, Interiores en papel cultural impreso a 1 x 1 tinta, Forros en Cartulina Sulfatada de 14 puntos impresa en 1 x 0 tintas, laminado mate, solapas de 10 cm. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

Serie Una introducción para zombies: Tamaño 11 x 17 cm, interiores en papel cultural impreso a 1 x 1 tintas, Forros en cartulina sulfatada de 12 puntos impreso a 2 x 0 tintas, solapas de 8 cm. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).

Serie De bolsillo: Tamaño 11 x 17 cm, interiores en papel cultural impreso a 1 x 1 tintas, Forros en cartulina sulfatada de 12 puntos impreso a 1 x 0 tintas, solapas de 8 cm. Terminado cosido y pegado hotmelt (versión impresa); formato pdf y eBook (versión digital).



Publicaciones de carácter institucional: Son libros, catálogos, guías, folletos, periódicos, gacetas, informes planes u otro tipo de materiales informativos a administrativos, impresos o en archivos digitales, generados por alguna área de apoyo de la Universidad y que se dirigen a la comunidad universitaria en general. También se incluyen aquellos que se canalizan a la sociedad en general sobre ciertos aspectos de difusión de la institución.

- Publicaciones periódicas: Cuentan con un comité editorial designado por cada área que constantemente revisa y da seguimiento a cada número de la publicación. Sus responsables (editores/directores) son quienes definen las características de la publicación de acuerdo al público al que se dirige la revista, a su presupuesto y a su contenido. El presupuesto para su publicación corre a cargo del Centro Académico o Dirección General responsable del proyecto.

El trabajo de las revistas queda comprendido en lo establecido por la Red de Revistas Académicas de la UAA y los documentos VI-DD-NO-08 Políticas y Lineamientos para la Creación y Edición de Revistas Académicas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, y VI-PC-NO-03 Requerimientos para el Desarrollo de la Función de Editor(a) de Revistas Académicas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

La Dirección General de Difusión y Vinculación apoya la publicación de una revista cultural institucional, *Aguardiente*, cuyos contenidos serán aprobados por la coordinación editorial designada por el Director General de Difusión y Vinculación, buscando la promoción de los saberes de todas las áreas de conocimiento institucional, cuidando que sean temas tratados por especialistas y presentados de forma accesible al público en general.

1. La Universidad, mediante el Departamento Editorial, cuidará una producción equilibrada entre los distintos tipos de publicaciones.

CAPÍTULO VI **PRODUCCIÓN EDITORIAL**

1. Corresponde al Departamento Editorial de la Dirección General de Difusión y Vinculación, la responsabilidad de la producción editorial de los libros y publicaciones de la Universidad, salvo las excepciones señaladas respecto a las publicaciones periódicas y algunas publicaciones institucionales mencionadas en el capítulo V de estos lineamientos.
2. Se consideran como tareas de producción editorial, la elaboración de originales, la gestión de convenios, contratos y licencias (salvo la autorización de derechos de autor por fotografías y textos publicados con anterioridad; este apartado lo realiza el autor), la revisión de pruebas, la asignación de ISBN e ISSN para revistas o



- publicaciones periódicas, la gestión de coediciones y la impresión o producción en serie de la obra.
3. El área responsable tendrá siempre presente, en la producción de la obra, buscar la optimización de los recursos materiales y humanos de la Universidad.
 4. El departamento Editorial realizará la corrección ortográfica y de estilo de la obra y, de ser necesario, se apoyará en personas expertas externas a la institución para tal tarea.
 5. El Departamento Editorial trabajará estrechamente con el autor en la fase de corrección de la obra, en el diseño editorial y supervisará el trabajo.
 6. Para cada tipo de publicación, el departamento Editorial propone unas directrices generales de diseño, especificadas en el Capítulo V de estos Lineamientos, buscando cumplir la función para la cual se imprime, permitiendo cierto grado de flexibilidad para adecuarse a necesidades específicas, sin perder de vista lo establecido en los lineamientos editoriales del capítulo I.
 7. Según las características de la obra, el jefe del Departamento Editorial la incluirá en alguno de los tipos de publicaciones y le asignará las características editoriales.
 8. El proceso de producción será supervisado en todo momento por el jefe de la Sección de Producción del mismo departamento.
 9. La impresión de la obra se hará de preferencia en la institución. De no ser posible, el Departamento Editorial se auxiliará del Departamento de Compras para realizar el procedimiento de contratación del servicio de impresión externo, con el Vo.Bo. del jefe del Departamento Editorial, quien cuidará que la elección cumpla con los requisitos de calidad y el mejor precio. Lo anterior será avalado con el Visto Bueno del Director General de Difusión y Vinculación y la Dirección General de Finanzas.
 10. La reproducción en otros soportes, como USB, se realizará también de preferencia dentro de la Institución.

CAPÍTULO VIII GESTIONES LEGALES

1. En todo su quehacer, el Departamento Editorial seguirá la normatividad establecida en la Ley Federal de Derechos de Autor.
2. El departamento Editorial es la única instancia institucional autorizada para tramitar las gestiones de registro y asignación de números ISBN para libros, e ISSN para revistas, ante las instancias gubernamentales correspondientes.



3. El jefe del Departamento Editorial es el responsable de realizar estas gestiones.
4. Una vez que la obra haya sido aceptada para seguir el proceso de edición, es responsabilidad del jefe del Departamento solicitar su registro oficial, asignarle el ISBN, y realizar el cotejo de uso de número en la oficina gubernamental correspondiente.
5. En caso de coediciones, el Departamento Editorial contactará a su contraparte para acordar los aspectos generales de la obra y, en su caso, para la elaboración del respectivo convenio o contrato.
6. El jefe del Departamento Editorial trabajará en coordinación con el Departamento Jurídico de la institución, la redacción de los contratos de edición, coedición, traducción, cesión y compra de derechos para las publicaciones de la Universidad, teniendo siempre el Visto Bueno del Director General de Difusión y Vinculación.

CAPÍTULO IX

PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN, y COMERCIALIZACIÓN DE OBRAS

1. La Universidad dará a conocer a la comunidad universitaria y a la sociedad en general, la producción editorial a través de estrategias y mecanismos para promover y difundir con mayor amplitud, eficacia y eficiencia los libros publicados por la institución.
2. La única instancia institucional para recuperar la inversión realizada en cada libro, es la Dirección General de Difusión y Vinculación a través del Departamento Editorial.
3. En el caso de las publicaciones periódicas, la responsabilidad de distribución la asume el Centro o área correspondiente.
4. El programa de promoción y difusión de la producción editorial incluirá actividades diversas en eventos locales, regionales, nacionales e internacionales, auxiliándose con el uso de los diferentes medios impresos y electrónicos existentes, y será responsabilidad del jefe de la Sección de Promoción y Distribución del Departamento Editorial.
5. Las actividades de promoción se proyectarán interna y externamente en una programación anual que incluirá las acciones y estrategias de comunicación de la institución para presentar formalmente los materiales editoriales y acercarlos al mercado potencial de compra.
6. La presentación de cada publicación será acorde con el diseño básico de la línea editorial y de acuerdo al público al que va dirigido. Su difusión se apoyará en los



medios de comunicación institucionales y a través de espacios de intercambio con otras instancias editoriales e institucionales.

7. La promoción de las obras publicadas por la Universidad se apoyará en el proceso de distribución del acervo editorial, el cual incluye las actividades de promoción, colocación y venta de las mismas, mediante catálogos, boletines informativos y mensajes en medios impresos y electrónicos.
8. La promoción y difusión de las publicaciones universitarias se llevará a cabo mediante la contratación de distribuidores con esta finalidad específica tanto para libros impresos como digitales, y través de la participación en las distintas ferias de libro universitario, de acuerdo con las bases de participación estipuladas, así como coordinando la participación de la Universidad en eventos editoriales de carácter regional, nacional o internacional, según convenga a los intereses institucionales.
9. La distribución interna del acervo y producción editorial impresa se hará a través de la entrega de:
 - a) **Doce** ejemplares al Centro de Información Bibliográfica de la UAA, con el propósito de garantizar la existencia y consulta de las publicaciones universitarias en las bibliotecas y hacer el depósito legal correspondiente.
 - b) Un ejemplar para archivo y consulta en el Departamento Editorial.
 - c) Un ejemplar para el Archivo General de la institución.
 - d) Un ejemplar para la oficina de Rectoría.
 - e) Un ejemplar para la oficina de la Dirección General de Difusión y Vinculación.
 - f) Dos ejemplares para la presentación del libro.
 - g) Ochenta ejemplares para distribuirlos entre las instituciones de educación superior con las que se tiene el acuerdo de llevar a cabo el intercambio de materiales editados.
 - h) Dos ejemplares para el registro de obra ante INDAUTOR.
 - i) Un ejemplar para el diseñador.
 - j) Para el autor, 10% por concepto de regalías.
 - k) En caso de los libros de texto, vender a precio de autor sólo 5% del tiraje.
10. Para el caso de libros conmemorativos que sean financiados completamente por el centro al que pertenecen y sea de interés del mismo la distribución gratuita, el departamento se quedará solamente con los ejemplares que se requiere en archivo.
11. El departamento editorial llevará un control de resguardo de los prototipos de los libros en respaldo electrónico en dispositivos para tal fin.
12. La distribución de los libros impresos y digitales en soporte electrónico publicados por la UAA se efectuará principalmente en la Librería de la UAA a un precio accesible y fijo para la comunidad universitaria. La distribución en otras librerías locales o foráneas, universitarias, comerciales y ferias del libro se realizará por medio de la participación directa o a consignación a través de las gestiones de la Sección de Promoción y Distribución del departamento Editorial.



13. La distribución implica la acertada difusión de los catálogos, folletos y demás esfuerzos promocionales para determinar los canales alternativos de venta, como puede ser por el catálogo online del Departamento Editorial y los diversos catálogos online de publicaciones en instituciones afines, correo electrónico, redes sociales, la venta con descuento por nómina para el personal académico y administrativo institucional a través de la Librería UAA; y la venta a crédito y a consignación para los distribuidores editoriales.
14. La determinación del precio del libro la realizará el jefe del Departamento Editorial tomando en cuenta el costo de producción y si la publicación contó con apoyo financiero especial. La principal directriz es recuperar la inversión de los recursos propios del Departamento más un 15% adicional para conformar un respaldo para solventar la producción y promoción de publicaciones futuras y del acervo de obras actual.
15. En el caso de los libros que recibieron apoyo superior al 50% para financiar el proceso de edición, se venderán al costo o se establecerá un precio especial, con la finalidad de promover su venta y permitir su acceso preferentemente a alumnos y maestros.
16. El precio del libro y sus ajustes se apegará a las directrices, normas y reglamentos que dicte la Ley del Libro vigente.
17. Cuidando no se incumplan los lineamientos de la Ley del Precio Único del Libro vigente, los descuentos a realizar sobre el Precio de Venta al Público a los títulos realizados por la Universidad serán del 30% al público en general, de 40 a 45% para consignatarios y distribuidores, 45% para autores, coordinadores, compiladores y colaboradores que estén registrados en la página legal del título a obtener, y un descuento mayor o donativo en caso de ser solicitado para participar en eventos especiales y ferias de libro internacionales.
18. Una vez que el libro termine su ciclo de vida (vigencia y comercialización, generalmente hasta 5 años después de aparecida la publicación) y el almacén tenga ejemplares en existencia, el Departamento Editorial podrá determinar si se distribuye gratuitamente, se remata o bien, se entrega el remanente al autor.

CAPÍTULO X DE LA LIBRERÍA UAA

1. La Librería UAA tiene como principal propósito ser el punto de venta para la producción editorial institucional y de las editoriales universitarias de la Red Nacional Altexto. Sin embargo, y con fines de sustentabilidad, incluye en su oferta publicaciones de sellos editoriales comerciales e independientes para cubrir las necesidades bibliográficas de la comunidad universitaria.



2. Sin detrimento en sus ingresos, la Librería UAA ofrecerá el material bibliográfico con un precio preferencial para la comunidad universitaria, consistente en un 30% de descuento sobre el PVP, siempre y cuando no se incumplan los lineamientos de la Ley del Precio Único del Libro vigente; y un descuento mayor en el caso de ejemplares dañados y promociones, compras por volumen y mermas operativas.
3. La Librería UAA mantendrá un acervo equilibrado y con novedades atractivas para el público universitario y general, para lo cual llevará a cabo convenios de consignación con sellos editoriales universitarios y comerciales, en atención a los requerimientos específicos que el público, los maestros y estudiantes soliciten.

CAPÍTULO XI DE LA CONSIGNACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

1. El Departamento Editorial de la Universidad Autónoma de Aguascalientes a través de la Librería Universitaria podrá recibir en consignación libros publicados por distintas Universidades Públicas y Privadas, así como diversas Editoriales. Toda consignación hecha se hará fundamentado con un contrato de consignación en el que se establezcan los términos y condiciones de la venta.

Los ingresos generados por la venta de obras a consignación serán depositados en una cuenta específica con la finalidad de realizar de manera correcta el registro contable correspondiente, y el proceso de pago en el sistema institucional se registrará como un pago material en consignación.

Para tramitar el pago de los libros recibidos a consignación, se enviará la relación de los libros recibidos a consignación, realizando como mínimo un corte antes de finalizar el año fiscal, el convenio de consignación, la factura sellada y firmada por el Departamento Editorial y el titular de la Librería Universitaria.

2. Con la finalidad de atender a la población Universitaria (estudiantes, maestros, investigadores, personal administrativo, etc.), y lograr beneficios económicos y precios competitivos para la Institución y sus Usuarios, el Departamento Editorial de la Universidad Autónoma de Aguascalientes a través de la Librería Universitaria, previa solicitud por escrito de las distintas áreas académicas, podrá solicitar la adquisición en firme de libros para su comercialización.

Dichas adquisiciones se financiarán siempre con Ingresos Propios y deberán respetar los procedimientos de compras establecidos en la Universidad, según el monto de cada operación.

CAPÍTULO XII

RESPONSABILIDAD Y SANCIONES

1. Es tarea primordial y fundamental del Departamento Editorial que en la realización de sus tareas específicas se salvaguarde el prestigio y los recursos de la Institución, cuyas funciones se supeditarán a lo establecido en la Ley Orgánica de la UAA.
2. Buscando que en toda publicación universitaria prevalezca el cuidado en la calidad y para evitar poner en entredicho el prestigio de la Universidad, cualquiera de las tareas editoriales realizada por terceros sin conocimiento y autorización expresa del Departamento Editorial, será meritoria de sanción, con fundamento en el Título Séptimo de los Estatutos de la Ley Orgánica sobre responsabilidad y sanciones, para cuya imposición, el Director General de Difusión y Vinculación hará de conocimiento al departamento Jurídico de la institución y al Decano del Centro o Director General de la Dirección a que esté adscrito el autor que incurre en falta. Dicha obra no podrá llevar el logotipo, registro ni ISBN institucional.