

# PROCEDIMIENTO

The logo for UDLA (Universidad del Desarrollo) is a stylized, handwritten-style script of the letters 'udla' in white, positioned to the right of the main title.

---

***Quinto procedimiento***

***DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LIBROS UDLA***

***Área responsable: Coordinación Editorial / UDLA Ediciones***

---

## INTRODUCCIÓN

La Universidad de Las Américas (UDLA) contribuye al conocimiento universal a través del apoyo y la difusión del conocimiento científico y cultural producido tanto por sus funcionarios, docentes, investigadores y estudiantes, como por escritores e intelectuales externos a la Universidad, que aporten al desarrollo intelectual de la sociedad. Por ello, la Universidad busca cumplir con los más altos y rigurosos estándares de calidad académica y editorial para lo cual es requisito indispensable que los libros se destaquen y diferencien de la producción estándar por cinco características:

- a. Rigurosidad científica en sus planteamientos
- b. Exactitud y minuciosidad en el tratamiento y uso de la lengua
- c. Cumplimiento de los parámetros editoriales UDLA
- d. Funcionalidad y estética del diseño
- e. Calidad artística, literaria o cultural

En atención a estas particularidades y en cumplimiento del valor institucional de rigor académico, la Coordinación Editorial (CE), adscrita al Vicerrectorado Académico (VA), estructuró el *Proceso de edición y publicación de libros UDLA* y es la encargada de llevarlo a cabo.

Este proceso se desarrolla en los siguientes procedimientos consecutivos:

1. Procedimiento de selección de proyectos editoriales
2. Procedimiento de edición diagnóstica de manuscritos académicos
3. Procedimiento de evaluación por pares
4. Procedimiento de producción de libros UDLA
- 5. Procedimiento de difusión y distribución de libros UDLA**

La **difusión y distribución de los libros UDLA** es el procedimiento por medio del cual la Universidad promociona, divulga y reparte sus publicaciones tanto a nivel interno como externo. Este es el último procedimiento, en donde la Coordinación Editorial, junto con las demás áreas de la Universidad, se encargan de dar a conocer el catálogo editorial generado por UDLA Ediciones.

## 5.PROCEDIMIENTO

### 5.1. Aplicar el Plan de difusión y distribución

A partir de la aprobación por parte del CEUDLA, la Coordinación Editorial gestiona la implementación del Plan de difusión y distribución. Este documento contiene los objetivos y las tácticas promocionales, los medios y canales de comunicación para la difusión de las publicaciones de UDLA Ediciones.

### 5.2. Difusión de las obras

La difusión se realiza a través de eventos de presentación (virtuales y presenciales) y de medios digitales.

En caso de que la obra sea gratuita y digital, la Coordinación Editorial sube el libro a los canales digitales de UDLA Ediciones:

- a. Sitio web UDLA Ediciones: [www.udlaediciones.com.ec](http://www.udlaediciones.com.ec)
- b. El catálogo no transaccional SIMEH: <https://udlapublicaciones.com>

### **5.3. Distribución de las obras**

En cuanto a la distribución, la Coordinación Editorial realiza la interna y apoya en la ejecución de la externa.

La primera consiste en la entrega de los ejemplares a los autores, según lo pactado en el contrato; a la Biblioteca Carlos Larreátegui Mendieta y a otros agentes involucrados en la publicación de libros (decano, rector, vicerrector, director de carrera y demás).

En cambio, la segunda corresponde tanto a la organización y repartición de ejemplares en puntos de venta -librerías y otros establecimientos previamente definidos en el Plan de difusión y distribución- como a la labor comunicativa y promocional a través de HIPERTEXTO, empresa con la que la UDLA tiene una alianza estratégica.

Esta empresa comercializa las obras de UDLA Ediciones por medio de sus portales de venta en Internet, canales de venta directos y a través de plataformas y acuerdos que haya efectuado o pueda efectuar con sus socios estratégicos, en virtud de los acuerdos que lleva a cabo en el ámbito internacional.

De esta manera, las obras podrán circular en redes globales de librerías electrónicas, plataformas de comercialización y/o empresas agregadores de contenido en medios electrónicos a nivel mundial (tales como Apple, Amazon, Google Books, Ghandi, FNAC y redes de librerías, entre más de 300 plataformas.), en las distintas modalidades de difusión como: venta y suscripción.