



El Comité Editorial de la Revista de Cirugía de Columna sostiene reuniones periódicas para revisar los aspectos financieros y de contenido de la siguiente edición. Entre los puntos del orden del día, se aborda la incorporación de publicidad especializada como fuente de financiamiento complementario.

De acuerdo con la normativa interna, la revista puede destinar hasta un 10% del total de páginas por número a publicidad relacionada con el ámbito de la salud. Para una edición estándar de 98 páginas, ello representa un límite máximo de 8 páginas publicitarias, sin posibilidad de exceder dicho porcentaje.

El editor principal recuerda que la publicidad no debe interferir con la sección de artículos originales ni con las guías clínicas. En consecuencia, los espacios comerciales se ubican exclusivamente al inicio y al final del volumen, claramente identificados bajo la denominación “Sección Comercial”. Ningún anuncio será presentado como respaldo explícito del Comité Editorial.

La recepción por parte de los suscriptores —cirujanos de columna, traumatólogos y fisiatras— es favorable. Un lector remite una comunicación al correo editorial expresando que el límite del 10% permite equilibrar la viabilidad financiera con la rigurosidad científica. El Comité Editorial archiva dicha comunicación como respaldo de la aceptación de la medida.