

# II Jornadas Técnicas de Bibliotecas de Ciencias de la Salud

**La adquisición de recursos e-: negociaciones,  
licencias, valoración y mantenimiento.  
La experiencia de las universidades**

(20 de octubre 2008)

*Leticia Sánchez-Paus*

## Introducción

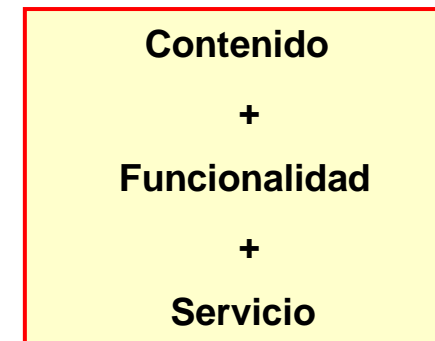
- I.- Características generales de la publicación e-
- II.- La experiencia de las Universidades en la adquisición por compra de las publicaciones e-
- III. Casos concretos: Nature, BioMed, New England Journal, Science Direct, CINAHL, Ovid Core Biomedical Collection, etc.

## I.- Características generales de la publicación e-

- **Concepto de Recurso e- (digital)**

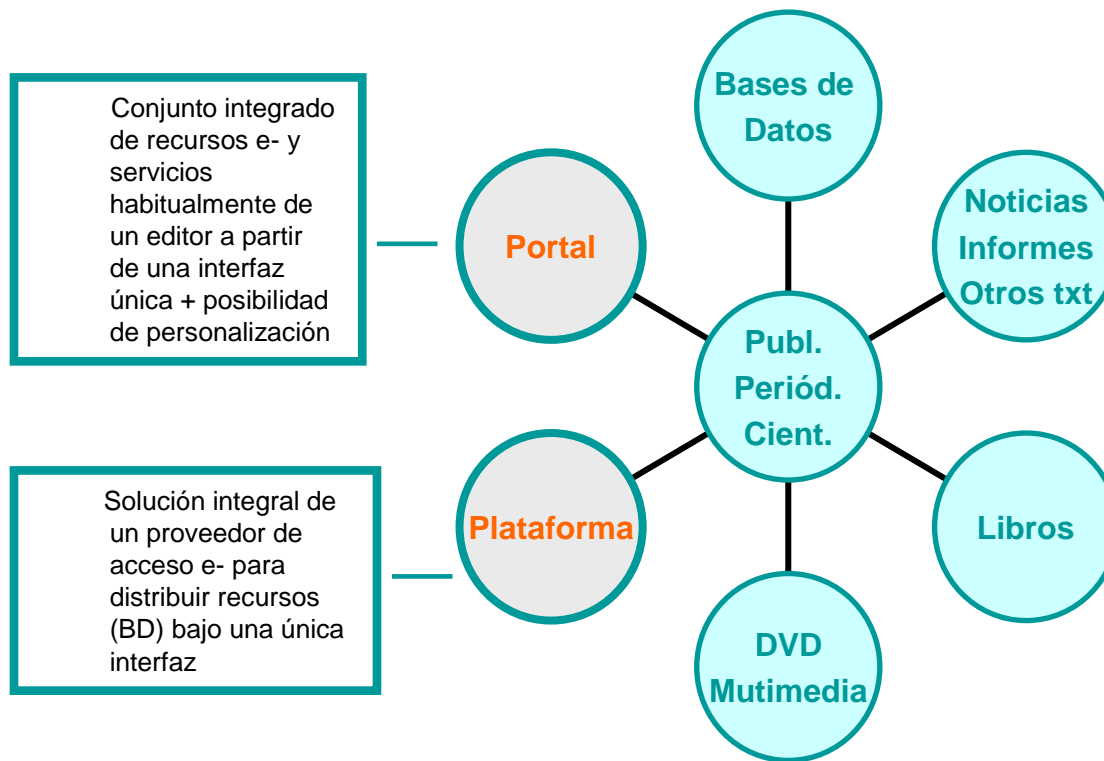
Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad informativa o llevar a cabo una empresa o trabajo mediante medios o soportes electrónicos.

- Recurso e- noción unida a la de recurso tecnológico
- Implica la idea herramienta informática
- Forma parte de un sistema que le da la connotación de bien o producto económico
- Gestiona información en sí misma
- Lleva implícita la idea de acceso, no de propiedad



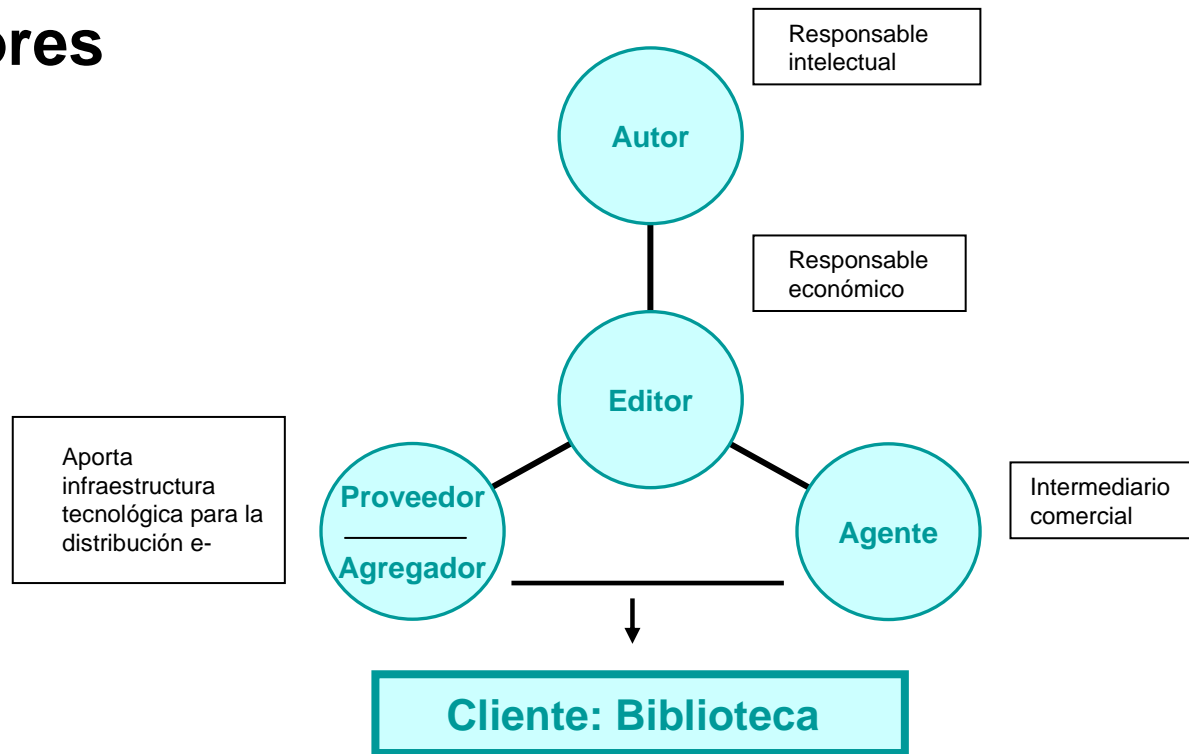
# I.- Características generales de la publicación e-

## Productos



# I.- Características generales de la publicación e-

## Actores



## I.- Características generales de la publicación e-

- **Mercado de la edición y publicación e-**
- La industria y el mercado de la información en la era digital
- Industria de la información y la comunicación
- Globalización e hiperconcentración de empresas
- ¿Monopolios?
- ¿Censura de mercado?

# I.- Características generales de la publicación e-

- **Estrategia editorial:**

- No reducir suscripciones
- Mantener un gasto mínimo para la institución
- Fórmulas para paliar la competencia de publicaciones e- y las tradicionales
- Fórmulas para liquidar los derechos de publicación + papel de los agregadores

- ✓ **Precio único**
- ✓ **Precio variable en función de la institución**

- **Modelos de precios variables**

- **Acceso institucional ilimitado**

Cálculo por la relación entre los usuarios / institución

- **Acceso por usuarios potenciales**

TIER

FTE

Precio base X número de usuarios potenciales

- **Según el nivel de uso del año anterior**

Calculado sobre la estadísticas de uso del administrador del sistema

- **Acceso limitado a usuarios simultáneos**

Usuarios simultáneos o concurrentes

Restringiendo por ordenadores o rangos de IP

Número determinado de IP con rango D

Número determinado de usuarios con contraseñas

- **Casos especiales**

Colecciones de revistas: gasto en suscripciones impresas en papel + % para el acceso e- (25%)

## I.- Características generales de la publicación e-

- **Modelos de distribución - comercialización**

### **BD**

Suscripción

Paquetes de búsqueda

### **Revistas** (suscripción)

venta individual: papel o e-

venta papel + versión e-

venta de colección o paquete

revista impresa + gratis e-

### **E-Books**

Compra

Suscripción

## I.- Características generales de la publicación e-

- **Respuesta de las bibliotecas al mercado de la publicación e-**
  - **Cooperación** a través de consorcios para la obtención de ayudas, disminución del gasto individual y conseguir mayor capacidad de adquisición
  - Formación de **BD propias**
  - **Digitalización de parte de sus colecciones de dominio público**
  - **Papel activo** ante instancias gubernamentales
    - Tratar de que el IVA sea considerado material cultural / no declarar el IVA de revistas
    - Solicitar incrementos presupuestarios
    - Licencias nacionales
  - **Reforma del sistema de comunicación académica**
    - Edición no comercial (OA-Archivos Abiertos y los Repositorios institucionales)
    - Depósitos digitales no comerciales (JSTOR)
    - Canje híbrido
    - Archivo perpetuo y los depósitos digitales

II.- La experiencia de las Universidades en la adquisición por compra de las publicaciones e-

- **Factores que intervienen en la compra**

- **Modelos de distribución:** individual o combinado
- **Vías de contratación:** editor, proveedor, agente o consorcio
- **Modalidades de contratación:** compra, suscripción, paquetes de búsqueda / depósitos, big deal, concursos públicos y licencias

## II.- La experiencia de las Universidades en la adquisición por compra de las publicaciones e-

- **Actividades que pueden causar infracción de copyright**
  - Hacer copias para usuarios de biblioteca
  - Vaciado de una BD
  - Copias electrónicas para préstamo interbibliotecario
  - Copias para comercialización o difusión de uso interno
  - Crear una colección e-
  - Copiar sonido o imágenes

## II.- La experiencia de las Universidades en la adquisición por compra de las publicaciones e-

- **Problemática de las licencias**

- Redactadas en inglés
- Muchas restricciones de uso
- Si hay el más pequeño incidente por incumplimiento: corte del acceso sin previo aviso
- Sujetas a legislación de otros países: USA y UK

- **Recomendaciones**

Evitar situaciones de abuso. Consultar las instituciones que hacen modelos y recomendaciones: UE, JISC, ICOLC

## II.- La experiencia de las Universidades en la adquisición por compra de las publicaciones e-

- Qué negociar

- Solicitud de períodos de prueba
- Precio
- Descuentos
- Ofertas especiales antes del 31 de diciembre
- Paquetes
- Aumentar contenidos o accesos
- Pagos adelantados

### III.- Ejemplos con casos concretos. La adquisición de....

- Web of Knowledge
- PubMed
- JAMA
- Harrison online
- Nature
- Science
- EMBO
- New England Journal of Medicine
- Ovid Core Biomedical Coll.
- CINAHL
- ScienceDirect
- Springer
- BioMed Central
- Faculty of 1000 Biology
- Biological Abstract
- CAB Direct
- EMBASE
- Suscripciones a AMS

## Conclusiones

- Los **productos más favorables** a la edición e- han sido las **publicaciones periódicas y BD**: actualización rápida de información muy cambiante.
- Los **libros** no han sido objeto de **digitalización** hasta una segunda fase. Se digitalizan obras de dominio público, donde no puede haber conflicto de copyright: Proyecto de la *Biblioteca Digital Europea* (i 2010UE) y el Proyecto de *Biblioteca digital de Google* .
- El **libro e-** tiene una filosofía distinta que no pretende ser sustituto del papel y que le hace más difícil de comercializarse: *E-Libro, MyLibrary, Harrison online, Elsevier, Wiley, Gale, etc.*

# Conclusiones

¿Sustitución e- por el papel? ¿Una evolución lenta?  
¿Se abaratarán los precios?  
¿Se regulará como otros productos, si llega a más personas?

## Tendencias...

- **Bibliotecas**
  - Migrar de la versión papel a la e- (revistas)
  - Negociar cuando se deja de suscribir
  - Ir actualizando tecnología: respaldo e- y accesos permanentes
- **Editores** ¿cuál será el futuro del big deal?
- **Consortios y Licencias nacionales**
  - Más fuerza para negociar
  - Reducción de costes a nivel de cada institución
  - Acceso a más colecciones
- **Open Access**
  - ¿Cómo se financiara? ¿Papel de los editores? ¿Qué línea se impondrá?
- **Repositorios institucionales**
  - ¿Intervendrán editores? ¿Asegurarán el acceso perpetuo?

### FACTORES QUE INTERVENDRÁN

- nuevos hábitos de consumo
- nuevos hábitos de trabajo
- relevo generacional: nativos digitales
  
- elaboración de productos de información cada vez más acomodados al usuario