



Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas

ISSN: 1514-8327

ISSN: 1851-1740

ics@filo.uba.ar

Universidad de Buenos Aires

Argentina

Martín, Sandra Gisela; Lago, María Soledad  
Gestión consorciada de contenidos digitales en la Red BUCOC  
Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones  
Bibliotecológicas, núm. 45, 2021, Diciembre, pp. 145-156  
Universidad de Buenos Aires  
Buenos Aires, Argentina

DOI: <https://doi.org/10.34096/ics.i45.10621>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263069015008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Gestión consorciada de contenidos digitales en la Red BUCOC

**Sandra Gisela Martín**Universidad Católica de Córdoba. Córdoba, Argentina | sandragmartin@gmail.com / <https://orcid.org/0000-0003-4045-4915>**María Soledad Lago**Pontificia Universidad Católica Argentina. Buenos Aires, Argentina | soledad\_lago@uca.edu.ar / <https://orcid.org/0000-0003-4492-0549>

## Resumen

Se presenta la Red de Universidades Católicas y de Orientación Católica de Argentina (Red UC-OC) y, en este marco, los objetivos, los servicios y la estructura organizativa de la red de bibliotecas BUCOC. Se destaca el Plan Estratégico 2021-2022, con su visión, misión y objetivos, y se focaliza en la línea estratégica sobre la gestión consorciada de contenidos digitales. Se hace un breve recorrido sobre los modelos de gestión del libro electrónico: modelo de negocios, modelo de adquisición y modelo de acceso, y luego se plantean las diferentes fuentes de adquisición de contenidos, las modalidades de acceso y las tecnologías utilizadas. Se abordan las problemáticas en la gestión de contenidos digitales desde dos perspectivas: en relación con las editoriales y desde la mirada de las bibliotecas, confrontando el modelo de venta de las editoriales con el modelo de compra de las bibliotecas. Finalmente, se presenta el modelo de gestión consorciada de contenidos digitales en la Red BUCOC y se destacan los logros y los desafíos del trabajo cooperativo.

**Consortium management of digital content in the BUCOC Network**

## Abstract

The Network of Catholic Universities and Catholic Orientation of Argentina (UC-OC Network) is presented along with the objectives, services, and organizational structure of the BUCOC library network. The Strategic Plan 2021-2022 stands out with its vision, mission, and objectives and it makes focus on the strategic line on the consortium management of digital content. A brief tour is made on the management models of the electronic book: business model, acquisition model, and access model and then the different sources of content acquisition, the access modalities and the technologies used are discussed. Problems in the management of digital content are approached from two perspectives: in relation to publishers and from the point of view of libraries, confronting publisher sales model versus the library purchasing model. Finally, the consortium management model of digital content in the BUCOC Network is presented and the achievements and challenges of cooperative work are highlighted.

**Palabras clave**

Consorcios de bibliotecas  
Contenidos digitales  
Compras consorciadas  
Gestión consorciada  
Red BUCOC

**Keywords**

Library consortia  
Digital content  
Consortium purchases  
Consortium management  
BUCOC Network

## 1. Red de Universidades Católicas y de Orientación Católica de Argentina (Red UC-OC)

1. Fuente: página web oficial de la Red [http://www.reducoc.org/mostrar\\_texto.php](http://www.reducoc.org/mostrar_texto.php)

En el año 2013, los rectores de las universidades católicas y de orientación católica de Argentina crearon una red interuniversitaria de cooperación académica denominada Red UC-OC. Como se indica en el protocolo de creación, se trata de «un espacio para la reflexión, el diálogo y el acuerdo entre sus miembros, tendiente a promover la cooperación científica, tecnológica, educativa y cultural... y en diálogo permanente con la sociedad y el Estado»<sup>1</sup>. Uno de los principales objetivos es establecer y estrechar vínculos con el fin de promover mayor cantidad de actividades de cooperación interinstitucional. La red actualmente está integrada por 15 instituciones universitarias:

1. Escuela Universitaria de Teología (EUT).
2. Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA).
3. Universidad Austral (UA).
4. Universidad Católica de Córdoba (UCC).
5. Universidad Católica de Cuyo (UCCuyo).
6. Universidad Católica de la Plata (UCALP).
7. Universidad Católica de las Misiones (UCAMI).
8. Universidad Católica de Salta (UCASAL).
9. Universidad Católica de Santa Fe (UCSF).
10. Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE).
11. Universidad de San Isidro “Dr. Plácido Marín” (USI).
12. Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino (UNSTA).
13. Universidad del Salvador (USAL).
14. Universidad FASTA (Fraternidad de Agrupaciones Santo Tomás de Aquino).
15. Universidad Salesiana (UNISAL).

## 2. Red de Bibliotecas de la Red UC-OC (BUCOC)

En respuesta al mandato de los rectores de las universidades que conforman la Red UC-OC, los directores de las bibliotecas constituyeron, en el año 2005, la Red de Bibliotecas de Universidades Católicas y de Orientación Católica de Argentina (Red BUCOC), cuya finalidad es favorecer el desarrollo de las bibliotecas y de las universidades miembros. La red se propone los siguientes objetivos:

- » Fomentar el intercambio de información científica/académica en todos sus soportes.
- » Favorecer el acceso a la información a todos los miembros de las universidades de la Red UC-OC.
- » Diseñar proyectos conjuntos de adquisición de información que favorezcan compras consorciadas.
- » Elaborar planes de trabajo que favorezcan la cooperación y el trabajo en red.
- » Promover y estimular la capacitación de los profesionales de la información que trabajan en las bibliotecas.
- » Ofrecer servicios a terceros a partir del reconocimiento de las fortalezas de los miembros.
- » Establecer instancias de participación para el intercambio de experiencias, sistema de pasantías, procesos de *benchmarking*, etcétera.
- » Satisfacer los requerimientos en cuanto a servicios de información que la Red UC-OC le demande.
- » Revisar periódicamente sus objetivos y proyectos a fin de adecuar la red para que brinde una respuesta eficiente a los nuevos requerimientos que surjan del crecimiento y desarrollo de la Red UC-OC.

La estructura organizativa está conformada por una coordinación, una coordinación alterna y las direcciones de las bibliotecas de las universidades miembros. Actualmente, la red nuclea a 15 instituciones, 51 bibliotecas, 2 millones de documentos, 170 profesionales de la información y 124.000 usuarios.

#### Red BUCOC en cifras

- » 15 instituciones
- » 51 bibliotecas
- » 2 millones de documentos
- » 170 profesionales de la información
- » 124.000 usuarios

A través del portal web, se puede consultar la variedad de servicios que se ofrecen; entre ellos: acceso a las páginas webs y catálogos de las bibliotecas miembros; acceso a los repositorios institucionales; préstamos interbibliotecarios; directorio de editoriales católicas argentinas; directorio de revistas de universidades católicas, y directorio de bibliotecas católicas argentinas.

#### 2.1. Plan Estratégico 2021-2022

En el marco del Plan Estratégico 2021-2022, se propone como visión ser una red de cooperación referente en el ámbito de bibliotecas católicas de Argentina y, como misión, cooperar, compartir y colaborar en el diseño de servicios y recursos de información, para potenciar los procesos de docencia, investigación y extensión de las universidades miembros.

El plan se diseñó sobre la base de cuatro líneas estratégicas: servicios cooperativos, actualización profesional, compras consorciadas y gestión de calidad. Cada línea posee sus objetivos estratégicos, y para las compras consorciadas se definieron tres: a) satisfacer los requerimientos en cuanto a servicios de información que la Red BUCOC le demande; b) diseñar proyectos conjuntos de adquisición de información, favoreciendo compras consorciadas; y c) posicionar la red ante los proveedores de recursos de información, estableciendo una postura que contemple la defensa de los intereses a fin de obtener condiciones aceptables de contratación ante las nuevas modalidades del mercado.

Por otro lado, para poder plasmar en actividades específicas, se establecieron los objetivos operacionales: a) coordinar la contratación y negociación de licencias de recursos de información, priorizando la defensa conjunta de los intereses de nuestras instituciones; b) identificar y elaborar listados bibliográficos en formato electrónico de interés común que sean susceptibles de adquisición conjunta; c) evaluar el uso de los recursos contratados y su grado de adecuación a las necesidades actuales y, en su caso, el material que lo reemplace; y d) constituir la Comisión de la Biblioteca Digital.

### 3. Modelos de gestión del libro electrónico

Tal como lo expresan Alonso Arévalo y Cordón García (2015:1) el “mercado mundial de libros electrónicos y los modelos asociados al préstamo en biblioteca se encuentran todavía en un estado evolutivo y de alguna incertidumbre”. Merlo Vega (2015) plantea que las bibliotecas universitarias deben considerar cinco fases en la gestión del libro electrónico: formación de colecciones, adquisición de las obras, procesamiento técnico, prestación del servicio, y evaluación y promoción. A su vez, propone que se

deben tener en cuenta cuatro aspectos para el desarrollo de colecciones: políticas, contenidos, formatos, modelos y presupuestos. Con el afán de establecer criterios para la compra consorciada, la red estudió y analizó tres modelos básicos de gestión del libro electrónico:

a. *Modelo de negocios*: Impuesto por el proveedor, que tiene que ver con la perpetuidad (ofrecida en muy pocos casos), con la suscripción o con el pago por uso o consumo, que aun no es algo habitual en las editoriales argentinas. El modelo de suscripción de libros electrónicos es adoptado según Magadán Díaz y Rivas García (2019:42):

de forma mayoritaria porque conlleva unas ventajas muy interesantes desde el punto de vista empresarial, entre ellas, contar con una base de datos con información de nuestros clientes y con un flujo de ingresos fijo y preestablecido, que permite adecuar la oferta a la demanda que se tiene, por lo que es positivo también para la planificación del negocio.

Los libros electrónicos desafían los modelos de negocio existentes hasta el momento en la industria editorial e impulsan a las organizaciones a reexaminar tanto sus cartillas de productos como sus competencias básicas (Magadán Díaz y Rivas García, 2019).

b. *Modelo de adquisición*: Las editoriales suelen ofrecer una colección multidisciplinar o una colección temática, con las cuales se puede adquirir un paquete de libros, comprar título por título o acordar una adquisición por uso o demanda (comúnmente denominada PDA, por sus siglas en inglés, en referencia a *patron-driven acquisition*).

c. *Modelo de acceso*: Monousuario, multiusuario o solo mediante préstamo (como réplica del modelo tradicional del uso del libro impreso).

Por otro lado, se analizó la *modalidad de compra*, que puede ser mediante un pedido en línea, un *approval plan* acordado con el proveedor para que incluya en una plataforma una cantidad de novedades por un monto definido o la compra por el uso (PDA).

Otros aspectos fueron las *fuentes de adquisición*, dado que no siempre se negocia directamente con las editoriales (los dueños de los contenidos), sino que muchas gestiones se canalizan a través de agregadores o distribuidores (intermediarios que se encargan de incluir el contenido en ciertas plataformas digitales). Esta situación, que a veces complejiza el nivel de negociación, en algunos casos es muy beneficiosa, pero en otros no, lo cual repercute negativamente en la red.

También se examinaron las *modalidades de acceso* que definen las bibliotecas, con base en sus necesidades y posibilidades. Este acceso puede brindarse desde la plataforma comercial que ofrece el proveedor, integrarse desde el sitio web o catálogo de la biblioteca, u ofrecerse dentro del entorno virtual de aprendizaje desde cualquier sistema de gestión de aprendizaje (*learning management system [LMS]*) para brindar educación a distancia, de modo que el profesor puede enlazar e incorporar como listas de lectura toda la bibliografía de la que la biblioteca dispone, con el acceso remoto fuera del campus universitario.

Finalmente, con base en la modalidad de acceso definida por las bibliotecas, sin perder de vista que muchas veces hay criterios que también imponen los proveedores, se estudiaron las *tecnologías de las modalidades de acceso*:

a. *Plataforma comercial*: Sujeta a lo que el proveedor ofrece. Por lo general, es limitada, con poco desarrollo de herramientas de búsqueda y recuperación de la información.

En estos casos, lo único que las bibliotecas pueden hacer es ubicar el enlace a la plataforma desde el sitio web de la biblioteca o desde el sistema LMS.

b. *Catálogo en línea*: Si la biblioteca quiere ofrecer el acceso a través del catálogo, necesita que el proveedor entregue los metadatos para integrarlos dentro de un metabuscador o descubridor que no sólo incorpore los otros contenidos digitales que la biblioteca ofrece, sino también el contenido impreso, de modo que, a partir de una única caja de búsqueda, la biblioteca pueda ofrecer a sus usuarios todos los contenidos que gestiona. Muchos proveedores no disponen de la capacidad para acompañar a las bibliotecas, dado que no entregan los metadatos o no permiten que sus contenidos estén dentro de un índice de un metabuscador o descubridor.

c. *Entorno virtual de aprendizaje*: Para esto las bibliotecas necesitan una herramienta integradora con los LMS que permita colocar una caja de búsqueda dentro de ese entorno. Esto servirá para que el profesor, al armar su bibliografía, pueda seleccionar los contenidos que la biblioteca tiene dentro del metabuscador o descubridor y se los sugiera a sus alumnos dentro de una lista de lectura, para luego también hacer un seguimiento de lectura.

Cabe aclarar que estas modalidades de acceso no son excluyentes entre sí, sino que de acuerdo a lo que los proveedores ofrecen las bibliotecas pueden ofrecer más de una en forma simultánea.

Finalmente, se necesita un *software de acceso remoto* que posibilite a toda la comunidad universitaria acceder a los contenidos en forma remota.

#### 4. Problemáticas en la gestión de contenidos digitales

La gestión de contenidos digitales ha generado muchos aprendizajes compartidos, pero también algunas problemáticas que, como red, se tuvieron que afrontar. A continuación, se describen algunas de ellas. En primer lugar, se señalan las **problemáticas en relación con las editoriales**.

##### Dificultades en el acceso a contenidos

*Textos con versión digital no disponible* por distintos motivos, ya sea porque los títulos son muy antiguos, porque las editoriales ya no existen o, por distintos motivos, se rehúsan a permitir el acceso digital a sus contenidos, porque no logran ubicar a los titulares de los derechos de autor o no consiguen el permiso de publicación, o simplemente porque no tienen aún desarrollado su modelo de venta de textos electrónicos. Esta situación sucede especialmente con editoriales en español argentinas y latinoamericanas. También, en algunos casos, las editoriales poseen sistemas de venta de libros electrónicos, pero destinados al «cliente final» y no para brindar acceso a través de las bibliotecas. La variedad de situaciones es muy grande, e incluso hay algunas editoriales que simplemente ofrecen el archivo en formato PDF.

*Diversidad de modelos de acceso*: No todos los proveedores tienen las mismas características, muchos tienen sus propios modelos.

*Costos elevados*: En algunos casos, los costos duplican o triplican el valor del libro electrónico en relación con el precio del libro en papel. Las políticas de precios de ciertas editoriales se basan en un cobro más caro de la versión digital de los textos, a pesar de que reducen muchos costos, como el de impresión o los gastos de envío. El problema del costo de licencias ha sido abordado por Alonso Arévalo y Cordón

García (2015) cuando sostienen que los proveedores incrementan los montos para las ventas a bibliotecas, en algunos casos, hasta por tres o más veces del precio de venta al público.

*Propuestas alejadas de la realidad y necesidades de las bibliotecas:* Un ejemplo concreto sucedió con una editorial jurídica argentina cuyo único modelo de venta ofrecido fue su catálogo completo de 2578 libros a un costo de 20 millones de pesos argentinos para toda la red en el año 2017. A partir de esos datos, desde la red se analizó la antigüedad del contenido:

Cantidad de títulos de los últimos 5 años (2016-2020) = 509 (19,74 %).

Cantidad de títulos de los últimos 10 años (2010-2020) = 964 (37,39 %).

Como se puede apreciar, la cantidad de textos actuales dentro de la colección completa solo cubre un 19,75 %, el resto del contenido es más antiguo. Si bien como expresa Godínez Méndez (2020:68):

el nivel de obsolescencia de la información jurídica es asimétrico, dependiendo de la rama del derecho a la cual nos refiramos, ya que no es lo mismo hablar de filosofía o teoría del derecho, que de derecho fiscal, energético o del comercio internacional

la colección ofrecida por el proveedor es, en gran parte, desactualizada.

### **Negociación con los proveedores**

Por lo general, los proveedores no están habituados a que un grupo de bibliotecas les plantee sus necesidades y sus maneras de querer acceder a esos contenidos.

*Modelos de venta cerrados:* A través de ellos, las editoriales imponen condiciones de antemano, como la cantidad de títulos mínimos que comprar o paquetes cerrados dentro de los cuales las bibliotecas no pueden elegir. Usualmente, los proveedores ya tienen establecidos sus propios criterios tanto para el modelo de venta como para el modelo de acceso, y se cierran en una postura de «lo tomás o lo dejás».

*Número fijo de licencias mínimas:* Algunas editoriales venden una determinada cantidad de accesos fijos, como un mínimo de 50 licencias, por ejemplo. Toman este criterio porque consideran una licencia estándar para cursos de un promedio de 50 estudiantes, situación totalmente injusta para las bibliotecas, que necesitan adquirir un libro para un curso de 20 estudiantes y se ven obligadas a pagar por 50.

*Venta a usuario final e individual:* Las editoriales argentinas no tenían modelos de negocio para instituciones, solo pensaban la venta del libro electrónico en forma individual para una persona y no en forma colectiva para bibliotecas, y menos aún para consorcios.

*Actitud de no escucha y falta de empatía con las necesidades de las bibliotecas como sus «clientes»:* Muchos proveedores tienen un modelo preestablecido y pretenden que las bibliotecas se adapten a ellos, y no viceversa. En algunos casos, buscan compartir sus problemas y no entender las dificultades de las bibliotecas.

*Imposición de modelos de negocios:* Establecen un modelo de negocios que solo es beneficioso para los proveedores desde el punto de vista económico y no están interesados, en muchos casos, en hacer una inversión en la tecnología que las bibliotecas necesitan que *aggiornen*, ni tampoco en brindar otros beneficios desde el punto de vista

presupuestario, como un descuento por la contratación a tres años, por ejemplo. En lugar de comprender las necesidades de las bibliotecas, existe una actitud de querer imponer un modelo de venta, desconociendo que las bibliotecas no van a comprar lo que no necesitan o lo que necesitan pero nos les sirve porque no pueden brindar acceso remoto. Como sostienen Alonso Arévalo y Cordón García (2015:3) "los modelos de negocio deberán conciliar los intereses de editores, bibliotecas y lectores."

*Demoras en las respuestas:* Esto se debe a que las editoriales no perciben la inmediatez de la necesidad de acceso a un contenido. En algunos casos, las editoriales nunca respondieron ante las demandas de la red y, en otros, las respuestas llegaron al final del cuatrimestre, cuando las asignaturas ya estaban finalizadas.

*Negociación con representantes de ventas:* Al solicitar reuniones para negociar en forma consorciada con las editoriales, las negociaciones se dan con los representantes de ventas, que, por un lado, no tienen capacidad de decisión, y por el otro, no logran transmitir a sus superiores cuáles son las necesidades de las bibliotecas. En consecuencia, el proceso de negociación se aletarga y afecta la capacidad de las bibliotecas para dar acceso a los contenidos.

*Infraestructura tecnológica desactualizada:* Este es un factor clave para las bibliotecas, que por lo general disponen de tecnologías que están por encima de las capacidades de acceso que los proveedores ofrecen, que son condicionantes y limitantes. En algunos casos, ante la necesidad de brindar acceso inmediato al contenido, las bibliotecas terminan adaptándose a una tecnología en desuso.

En ese sentido, Magadán Díaz y Rivas García (2019:44) afirman que:

Los cambios tecnológicos y las innovaciones juegan un papel clave en la estructura actual del sector editorial. Los editores españoles están adaptando su estrategia editorial a las nuevas necesidades de demanda digital y los nuevos dispositivos tecnológicos emergentes. En estos momentos, los viejos modelos de negocio conviven con los nuevos modelos que surgen. Sin embargo, algunas editoriales no se adaptan al cambio tecnológico o lo hacen a un ritmo más lento de lo que sería deseable.

*Desconocimiento de los consorcios:* Para las editoriales argentinas, la venta de libros electrónicos en forma consorciada ha sido una novedad y, en un principio, no la han visto como un beneficio para ellos para captar una serie de clientes a largo plazo con una cantidad de beneficios no solo económicos. En algunos casos se han opuesto a vender a la red, tratando de contactar de forma individual con cada biblioteca.

*Carencia o deficiencias de estadísticas:* Generalmente las editoriales ofrecen herramientas estadísticas muy deficientes o directamente no las brindan, y en estos casos las bibliotecas pierden autonomía para obtener los datos y quedan sujetas a la información que las editoriales quieren proveer como estadísticas. Este problema constituye un punto clave para poder desarrollar una colección digital, dado que es necesario contar con datos estadísticos para entender cómo desarrollar y continuar la construcción de las colecciones.

En segundo lugar, se describen las **problemáticas desde las bibliotecas**.

### **Desarrollo de colecciones**

*Cambio en el concepto de colección:* Las bibliotecas ya no son propietarias de los textos, como sucede en el mundo impreso, donde prima la perpetuidad y la ausencia de límites en la cantidad de consultas, sino que solo brindan acceso a los contenidos

por un período de tiempo limitado —normalmente entre 1 y 3 años—, con muchas limitaciones también en relación con la cantidad de accesos y consultas en línea. Si bien algunas editoriales ofrecen los libros electrónicos a perpetuidad, por el momento no es el caso de las editoriales argentinas.

La problemática no solo afecta a la tecnología para brindar acceso, sino a la elaboración de nuevas políticas de desarrollo de colecciones. Por un lado, se encuentra la necesidad de inmediatez de una colección para una lectura obligatoria, y por el otro el acompañamiento de una colección general para toda la comunidad universitaria. Esta situación interpela a las bibliotecas a considerar no solo cuál es el problema para dar acceso, sino también cómo es la política en cuanto a la gestión de los contenidos.

*Bajo rendimiento de los presupuestos:* Esto se relaciona con que todos los años se vuelve a pagar por el mismo contenido. La colección base de una biblioteca se construye con la bibliografía obligatoria, que está conformada por textos en los que las bibliotecas, al no ser propietarias, tienen que invertir anualmente. Por esa razón, el costo desmedido que imponen algunas editoriales no se adecúa a las posibilidades económicas de las bibliotecas.

*Pérdida de capacidad de crecimiento de las colecciones:* Esta situación se ve reflejada en la imposibilidad de comprar nuevos títulos año a año, en contraposición a lo que sucede con los textos en papel, dado que las bibliotecas pagan una única vez y al año siguiente disponen del presupuesto para adquirir nuevos títulos. Los presupuestos, en muchos casos, son limitados, lo que dificulta la capacidad de las bibliotecas para dotarse de una colección adecuada de productos digitales (Alonso Arévalo y Cordón García, 2015). Con los contenidos digitales, los presupuestos solo alcanzan para mantener y no incrementar las colecciones.

A modo de ejemplo, se presenta la Tabla 1, con una comparación entre el entorno del libro impreso y el digital, teniendo como punto de partida el mismo presupuesto anual durante tres años consecutivos. Con la compra de material impreso al finalizar el período, la biblioteca dispone de 90 títulos nuevos a perpetuidad incorporados a su colección; en cambio, con los libros electrónicos culmina con 30 títulos cuya cantidad, si al año siguiente no se renueva la suscripción, queda en 0.

Tabla 1. Libro impreso versus libro electrónico

	Libro impreso	Libro electrónico
Propiedad	Perpetuidad (propiedad de la biblioteca)	Suscripción (propiedad de la editorial)
Pago por ejemplar	Pago única vez	Pago todos los años
Préstamos	Sin límites de préstamos	Límite de accesos o préstamos
Presupuesto anual	USD 3.660	USD 3.660
Presupuesto acumulado en 3 años	USD 10.980	USD 10.980
Costo promedio por título	USD 122	USD 122
Cantidad de títulos adquiridos por año	30	30
Proyección a 3 años	Año 1: 30 títulos nuevos Año 2: 30 títulos nuevos Año 3: 30 títulos nuevos Total = 90 títulos	Año 1: 30 títulos nuevos Año 2: 30 títulos (renovación) Año 3: 30 títulos (renovación) Total = 30 títulos

Fuente: elaboración propia

## 5. Gestión consorciada de contenidos digitales en la Red BUCOC

Hasta febrero del año 2020, las bibliotecas miembros de la red realizaban gestiones individuales para la compra de bibliografía y bases de datos. A partir de marzo del 2020, debido a la pandemia y a la creciente demanda de acceso *online* y remoto a recursos digitales, se comenzó a trabajar en las gestiones consorciadas para la compra de contenidos digitales. Para ello se partió de la definición de un **modelo de compra cooperativo para la red**, en contraposición con lo que muchos proveedores ofrecían como modelos de venta (Tabla 2). Se buscó un beneficio ganar-ganar para ambos lados, tanto en los costos como en las formas de acceder.

Tabla 2. Modelo de venta de las editoriales versus modelo de compra de la red

	Modelo de venta de las editoriales	Modelo de compra de la Red BUCOC
Títulos	Catálogo completo o de una colección determinada.	Título por título.
Licencias	Cantidad de licencias fijas impuestas.	Cantidad de licencias según la necesidad de la red (50 o 100, según el caso).
Implementación de la plataforma	Implementación individual. Implementación grupal.	Implementación individual.
Metadatos	Sin entrega de metadatos.	Con entrega de metadatos.
Acceso remoto	Local por IP o por clave.	Remoto.
Costo	Costo promedio del libro electrónico: entre 2 a 10 veces del valor del impreso.	Costo promedio razonable por libro, con un tope máximo de USD 122.
Cotización y facturación	Cotización individual por universidad. Facturación individual para cada universidad.	Cotización única para toda la red. Facturación individual para cada universidad.

Fuente: elaboración propia

Como red, ante la necesidad de contar con el acceso remoto a la bibliografía obligatoria, se decidió gestionar la compra, en primer lugar, de **libros electrónicos de editoriales argentinas**, específicamente de una editorial en el área de ciencias de la salud y de tres editoriales jurídicas. Se buscó contactar, en primera instancia y en forma directa, con los dueños de dichas editoriales, pero en algunos casos no hubo respuesta. Por tal motivo, se recurrió a un **distribuidor de contenidos (BIDI)**, que mostró desde un inicio una actitud de escucha y de apertura para captar las necesidades de la red y se convirtió así en el intermediario entre la red y las editoriales.

Como resultado de las gestiones, se logró la compra de textos de una de las editoriales jurídicas (**Hamurabi**) y, luego de muchas negociaciones, se consiguió un acuerdo con la editorial en ciencias de la salud (**Médica Panamericana**).

Posteriormente, se iniciaron las conversaciones en forma directa con un proveedor del área de ciencias económicas (**Errepar**) y también se cerró un acuerdo para el acceso de los contenidos.

En segundo lugar, también se avanzó con algunas negociaciones para el acceso a **libros electrónicos en español de editoriales internacionales** y se logró un acuerdo para la compra de libros electrónicos de una editorial internacional multidisciplinar (**Pearson**), a través de otro distribuidor (**eLibro**).

Como resultado de todas las negociaciones, la red dispone actualmente de libros digitales a través de tres plataformas distintas, tal como se puede apreciar en la Tabla 3.

Tabla 3. Editoriales/intermediarios/plataformas

Editorial	Intermediario	Plataforma
Hammurabi	BIDI	BIDI
Médica Panamericana	BIDI	BIDI
Errepar	-	Errepar
Pearson	eLibro	eLibro

Fuente: elaboración propia

## 6. A modo de cierre

El año 2020, caracterizado por la pandemia y por la necesidad de disponer del acceso digital a la bibliografía, fue clave para el inicio de las negociaciones de las compras consorciadas, eje que fue plasmado en el Plan Estratégico 2021-2022. A lo largo de casi dos años de trabajo colaborativo (2020-2021), se pueden destacar muchos logros, pero también grandes desafíos para el año 2022 en adelante:

### Logros:

- » Diálogo con las editoriales en primera instancia.
- » Generación de un vínculo con dos proveedores de contenidos para lograr negociar con las editoriales.
- » Consolidación de una estrategia para las compras consorciadas de libros electrónicos.
- » Consolidación del modelo de compra del libro electrónico para la red de bibliotecas.

### Desafíos:

- » Lograr que las editoriales vendan libros electrónicos a un precio justo y razonable.
- » No perder el poder adquisitivo de las bibliotecas, con base en los presupuestos asignados.
- » Lograr que las editoriales «escuchen» las necesidades y realidades de las bibliotecas y de la red.
- » Mantener las compras consorciadas en el mediano y largo plazo.
- » Lograr un desarrollo de colecciones de libros electrónicos para aumentar la cantidad de títulos y no solo mantenerlos.

Haciendo alusión al proverbio africano «si quieres ir rápido, camina solo; si quieres llegar lejos, camina acompañado», la Red BUCOC proyectó a largo plazo el sostenimiento y el crecimiento de las gestiones consorciadas de contenidos digitales.

## Referencias bibliográficas

- » Alonso Arévalo, Julio y José Antonio Cordón García. 2015. Retos en torno al préstamo de libros digitales en bibliotecas. En *Anales de Documentación*. Vol. 18, no. 1, 1-12. <<https://doi.org/10.6018/analesdoc.18.1.207171>>
- » Godinez Méndez, Wendy A. 2020. El desarrollo de colecciones en bibliotecas jurídicas. En Hernández Pacheco, Federico. *El futuro de las bibliotecas y los servicios de información jurídica en México*. México: UNAM. p. 57-76. <<https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/6178-el-futuro-de-las-bibliotecas-y-los-servicios-de-informacion-juridica-en-mexico>> [Consulta: 12 octubre 2021].
- » Magadán Díaz, Marta y Jesús I. Rivas García. 2019. Adaptación de la industria del libro en España al cambio tecnológico: pasado, presente y futuro de la digitalización. En *Información, Cultura y Sociedad*. No. 40, 1-32. <<https://doi.org/10.34096/ics.i40.4996>>
- » Merlo Vega, José Antonio. 2015. Libros electrónicos en las bibliotecas universitarias: recursos, servicios y 20 aspectos clave para su desarrollo. En *Anuario ThinkEPI*. No. 9, 87-96. <<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2015.16>>
- » Red BUCOC. 2020. *Red de Bibliotecas de Universidades Católicas y de Orientación Católica de la República Argentina*. <<https://www.unsta.edu.ar/redbucoc/>> [Consulta: 12 octubre 2021].
- » Red BUCOC. 2021. *Plan estratégico 2021-2022*.
- » Red UC-OC. 2021. *Red de Universidades Católicas y de Orientación Católica de Argentina*. <<http://www.reducoc.org/>> [Consulta: 10 octubre 2021].

