

EVENTOS

XVIII Workshop de Proyectos Digitales  
VIII Jornadas OS Repositorios

2019

e

La gestión de libros electrónicos en las bibliotecas universitarias españolas.  
Estado de la Cuestión

# La gestión de libros electrónicos en las bibliotecas universitarias españolas. Estado de la Cuestión

REBIUN. Subgrupo Línea 3:

Jordi Serrano-Muñoz (UPC)

Roser Benavides Ollé (UdG)

Helena Martín Roderó (USAL)

Eva María Navarro Gimena (UPO)

# Objetivo Línea 3 REBIUN

- Fomentar la incorporación del libro electrónico en las bibliotecas como recurso para la promoción de colecciones académicas, la prestación de servicios innovadores y el desarrollo de la cooperación científica.
- Para el período 2018-2020, y como acción dentro de dicho objetivo, se propuso la elaboración de una encuesta a las diferentes bibliotecas universitarias españolas para disponer de una imagen del estado de la cuestión, especialmente en políticas, licencias, usos e inversiones en libros electrónicos.

# Metodología

- A principios de 2018, se elaboró una encuesta con 50 preguntas, dividida en cinco partes:
  - Selección y adquisición, Licencias y modalidades de acceso, Datos de uso, Difusión y Satisfacción usuarios
- Enviada a mediados de Marzo de 2018 y cerrada en Octubre de 2018.
- En paralelo, consulta datos 2016-2018 relativos al libro-e: inversión, disponibilidad, evolución respecto a monografías papel en la base de datos de estadísticas de REBIUN.
- Participación del 97,3% de REBIUN 73 de 75 instituciones → Información procesada de 72.

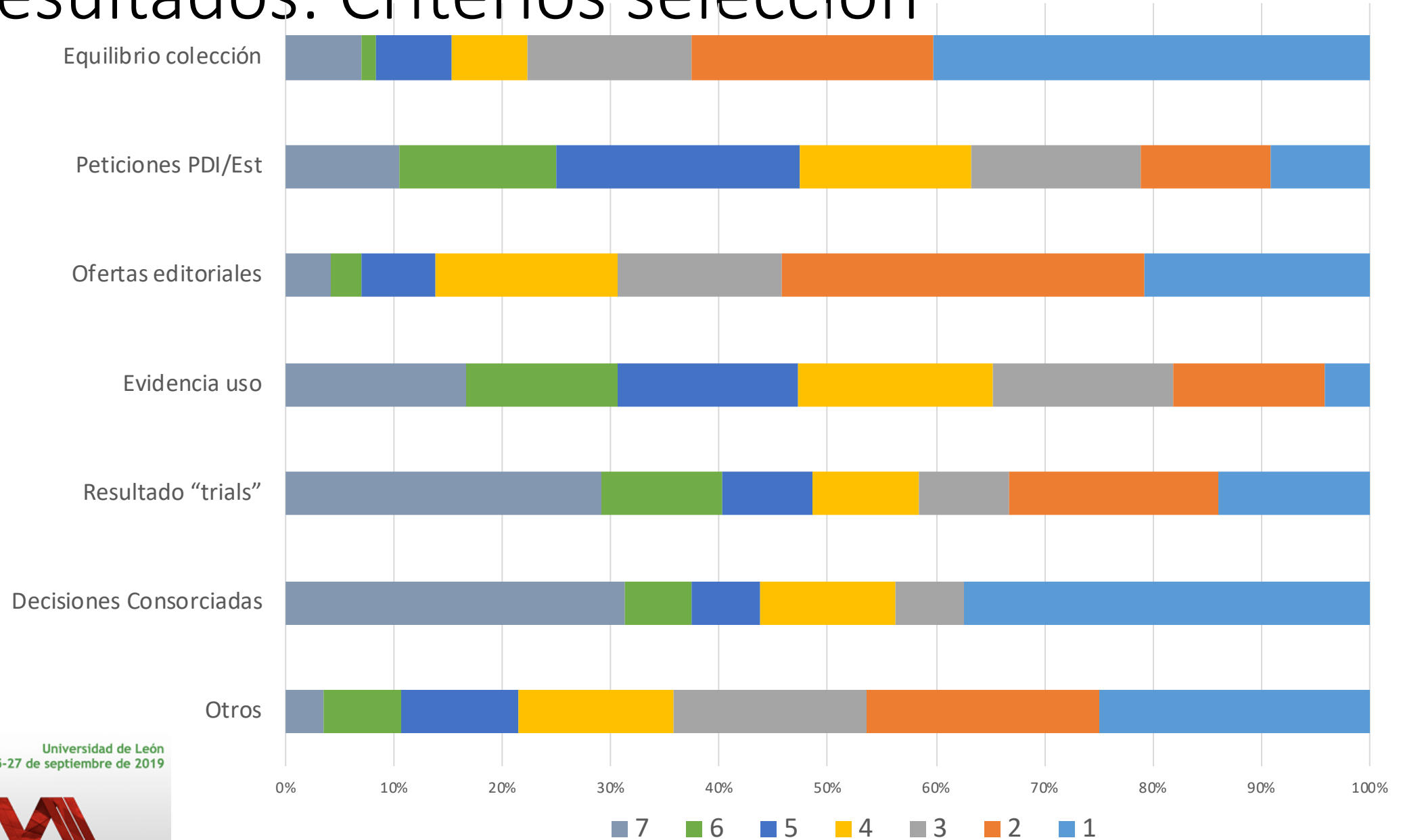
# Resultados: Políticas y mandato

- 32 (44,4%) disponen de una política de desarrollo de la colección de libros-e. De ellas, en 8 es pública y accesible en Internet.
- 11 (15,2%), existe un mandato institucional para la compra preferente de formato digital sobre formato papel. 9 es público y accesible.

# Resultados: Planificación

- 41 (56,9%), existe planificación anual de compra de libros-e:
  - 29 → Adquisición distribuida a la largo del año
  - 12 → Adquisición estacional

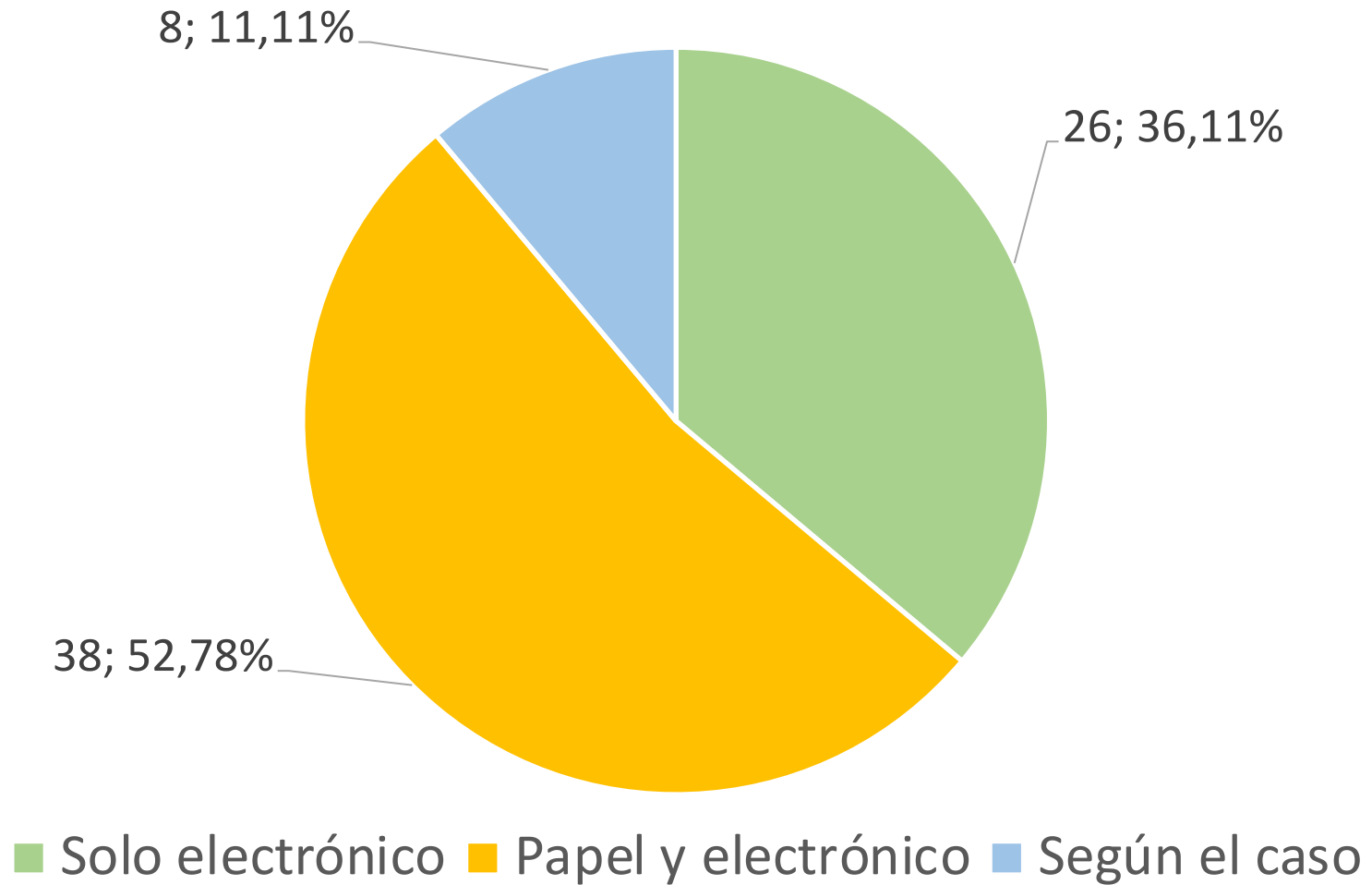
# Resultados: Criterios selección



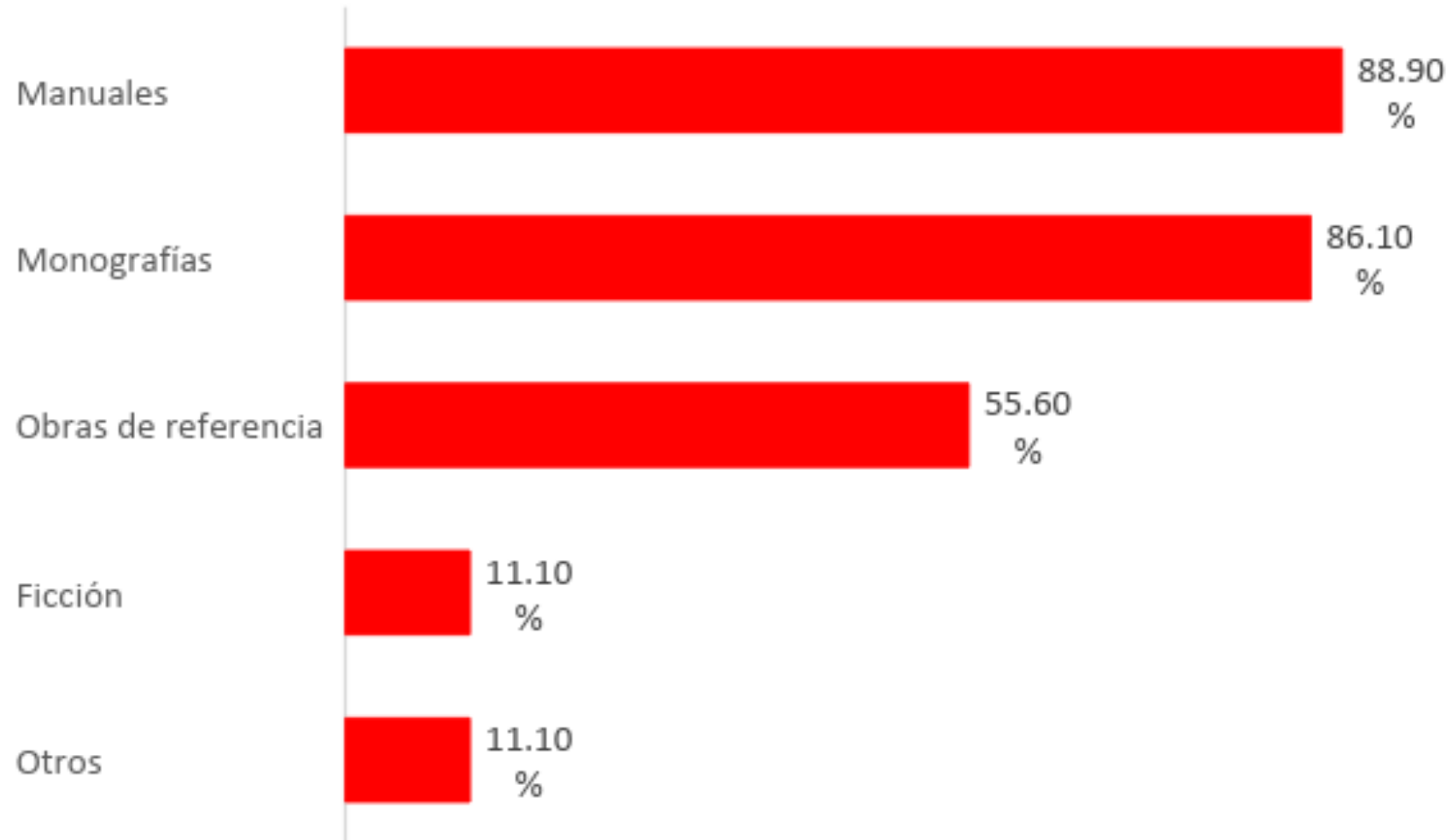
# Resultados: Criterios selección

- Criterios más comunes:
  - Bibliografía recomendada
  - Disponibilidad presupuestaria
  - Manual o monografía
  
- Sólo el 22,2% prioriza obras en acceso abierto.

# Resultados: Papel vs. digital

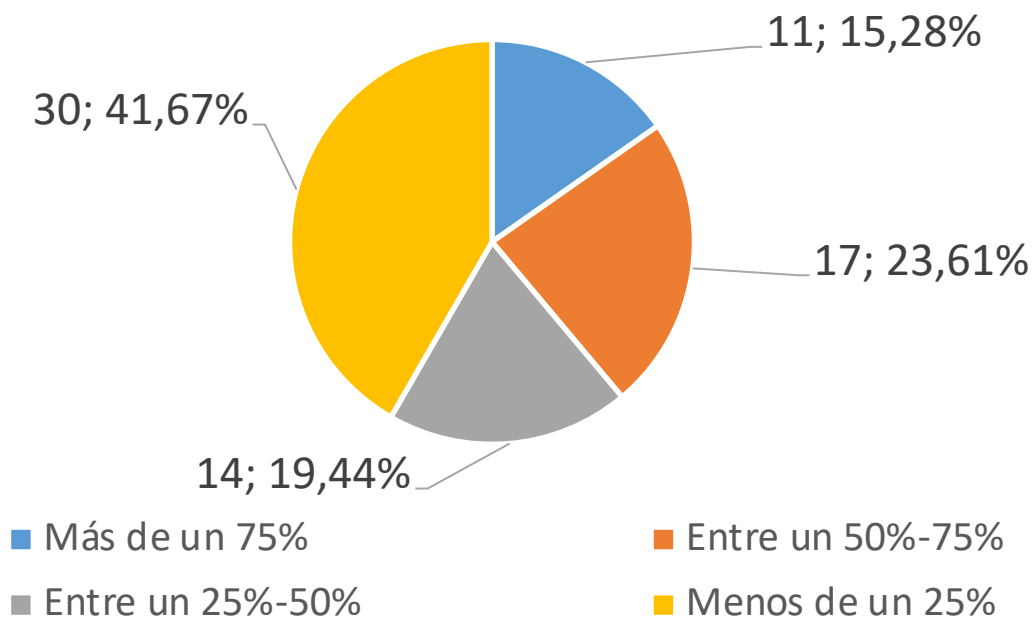


# Resultados: ¿Qué tipo de libros-e adquieren?

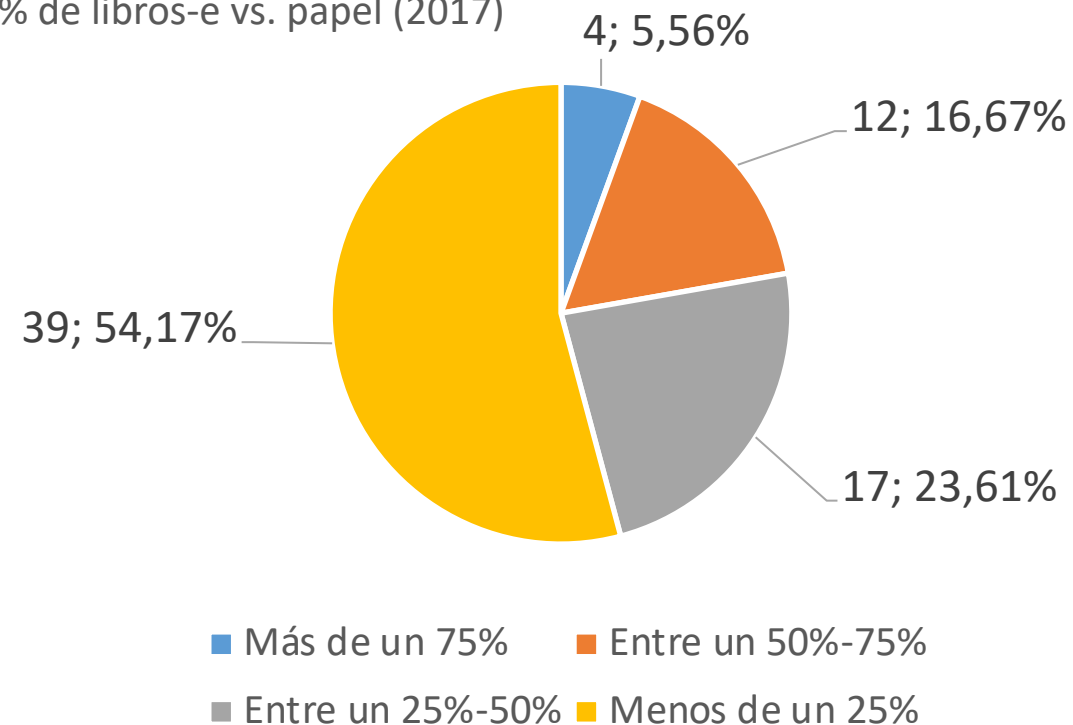


# Resultados: Porcentajes

% libro-e ingresados en la biblioteca (2017)

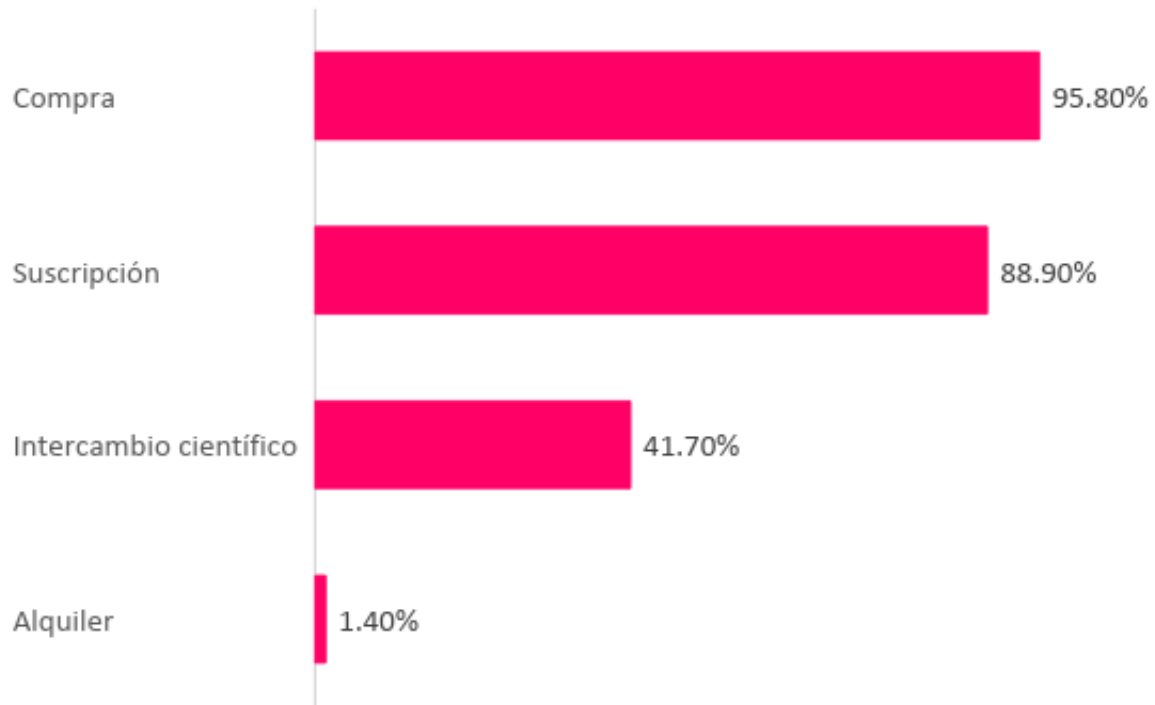


% de libros-e vs. papel (2017)

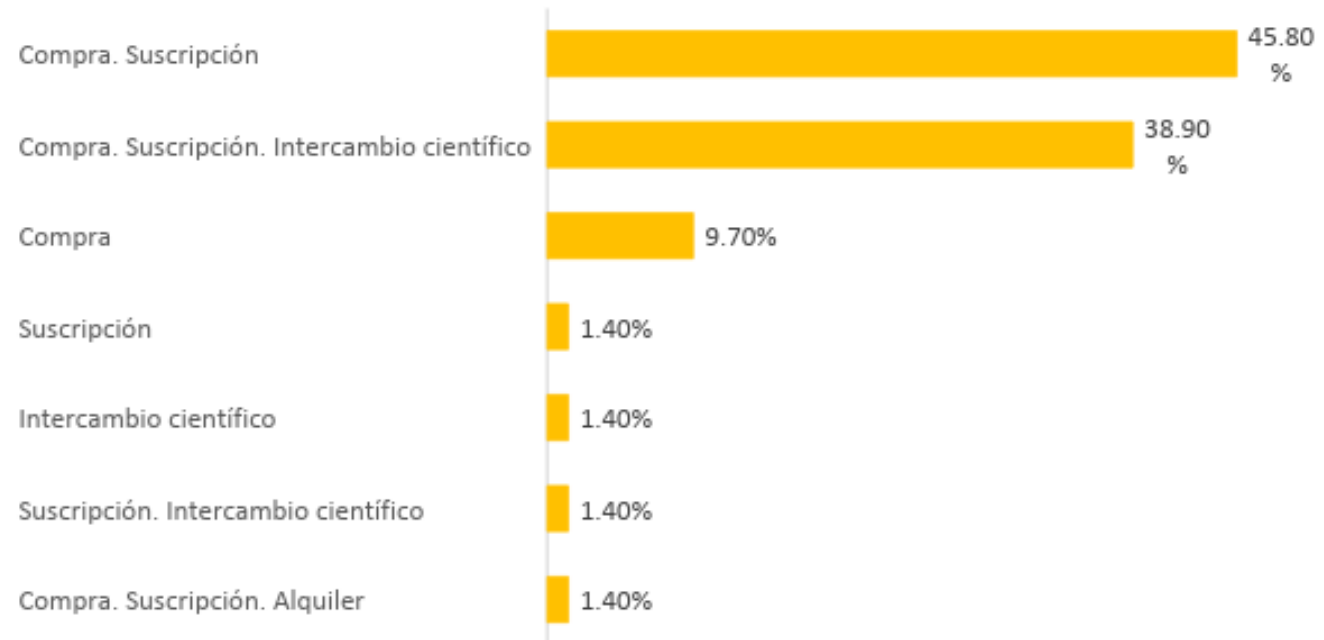


# Resultados

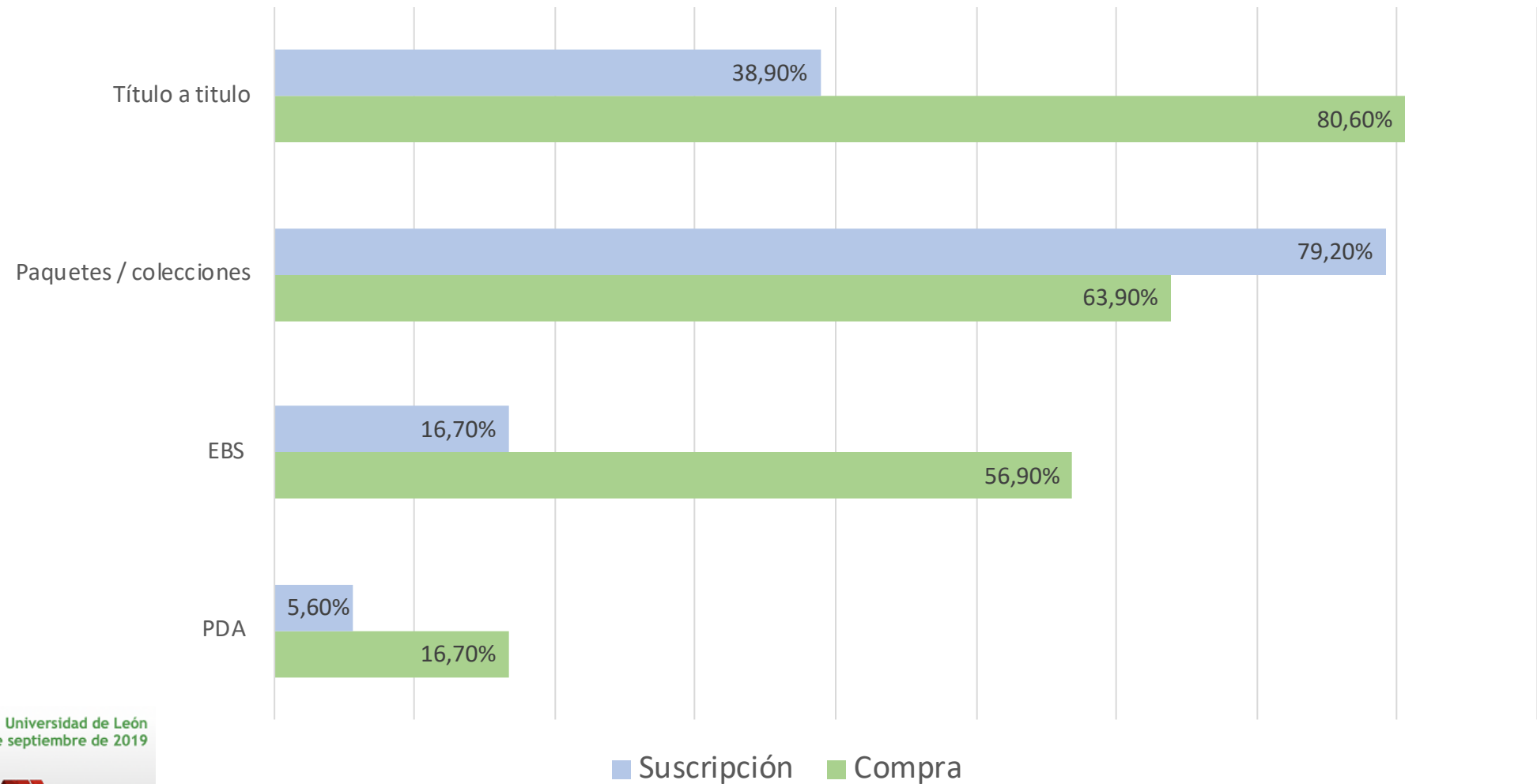
## Modalidades de adquisición



## Modalidades de adquisición múltiple



# Resultados: Modalidades de compra o suscripción



# Resultados: Proveedores

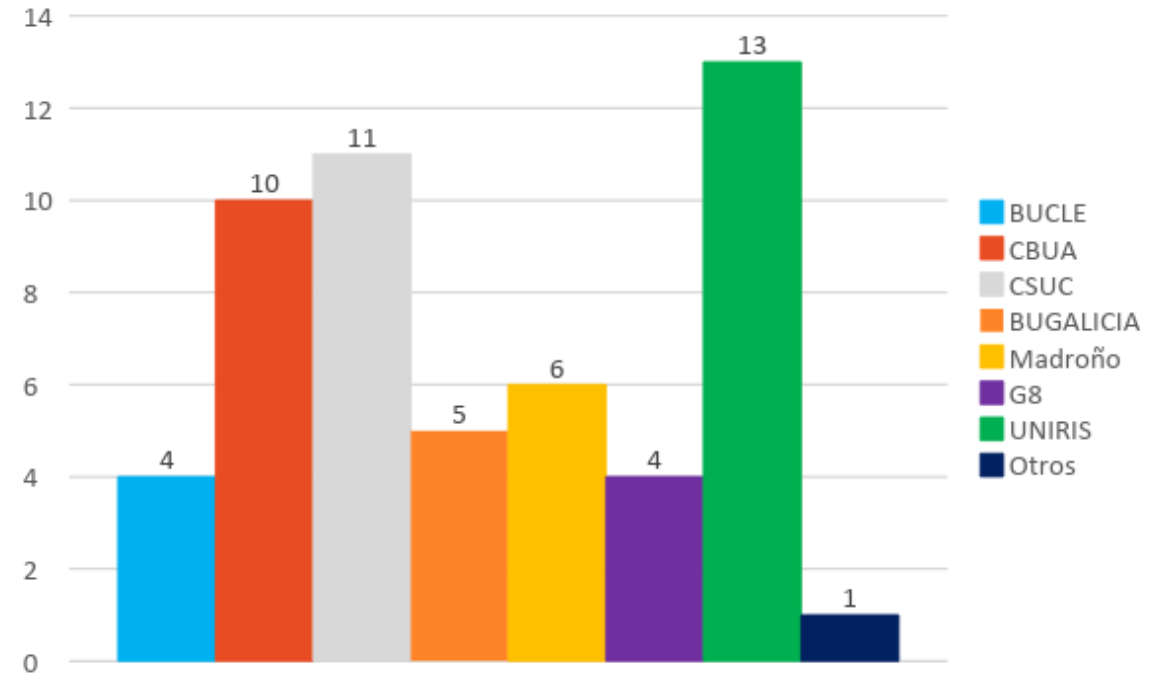
48 proveedores diferentes.

- Top 4

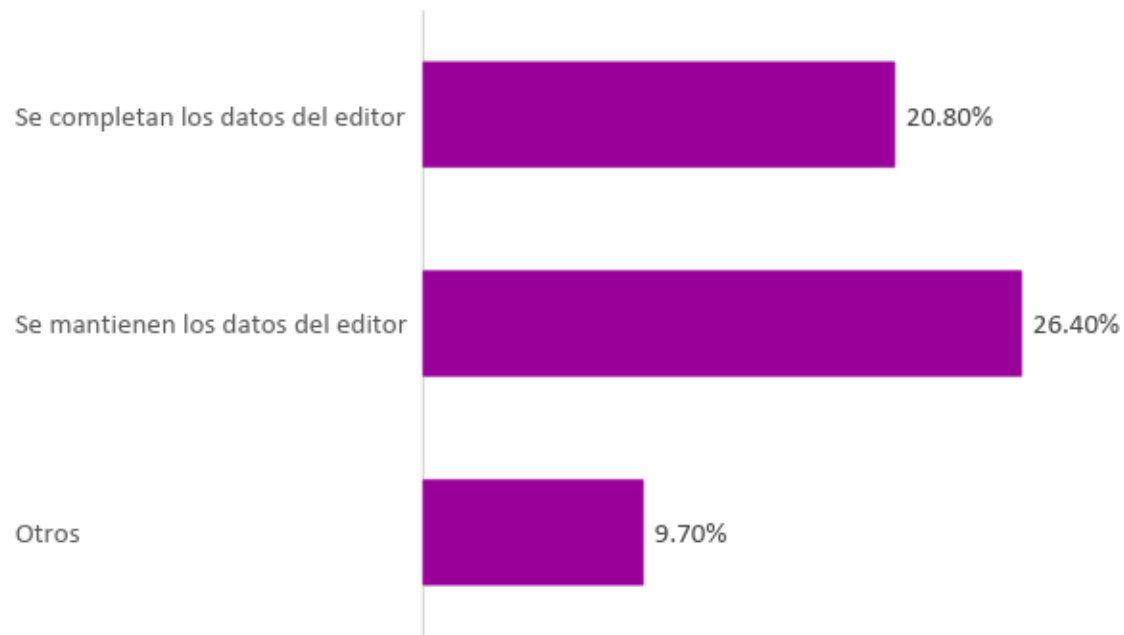
1. E-Libro. 58 Univ.
2. Springer 56 Univ.
3. EBSCOhost (eBook Collection) 50 Univ.
4. Elsevier Internacional 49 Univ.

# Resultados: Consorcios

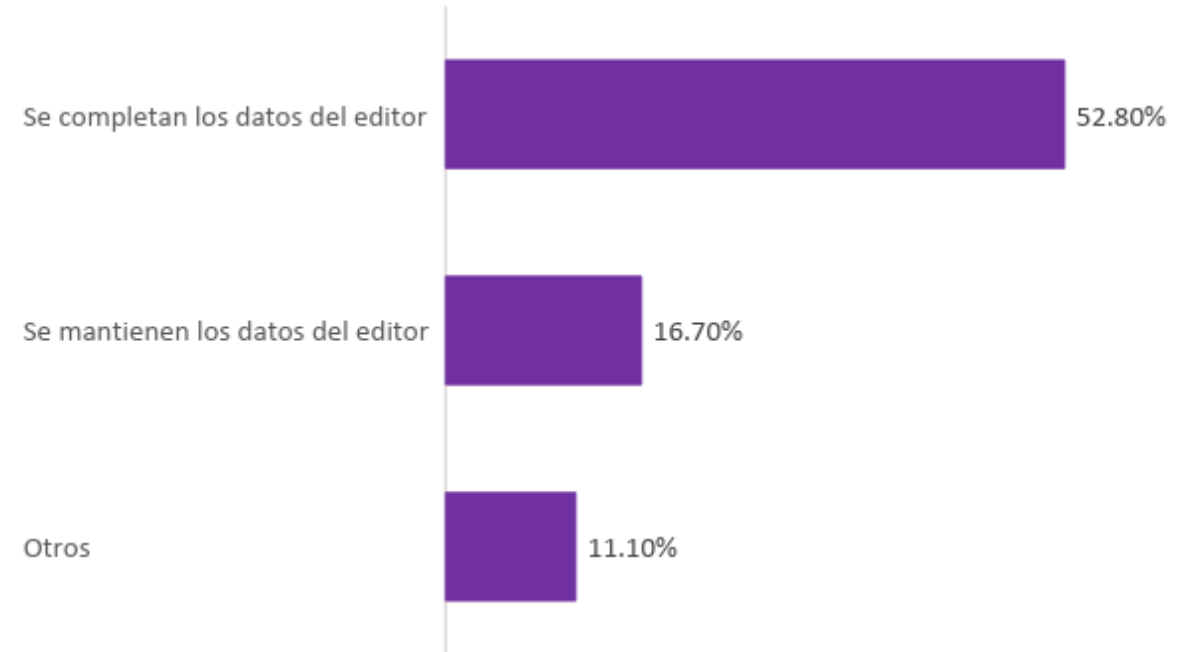
- El 69,40% comparten de alguna forma el acceso a las colecciones.
- Amplian sus colecciones de libros-e gracias a los consorcios de bibliotecas.



# Resultados: Proceso técnico



Incorporación temporal

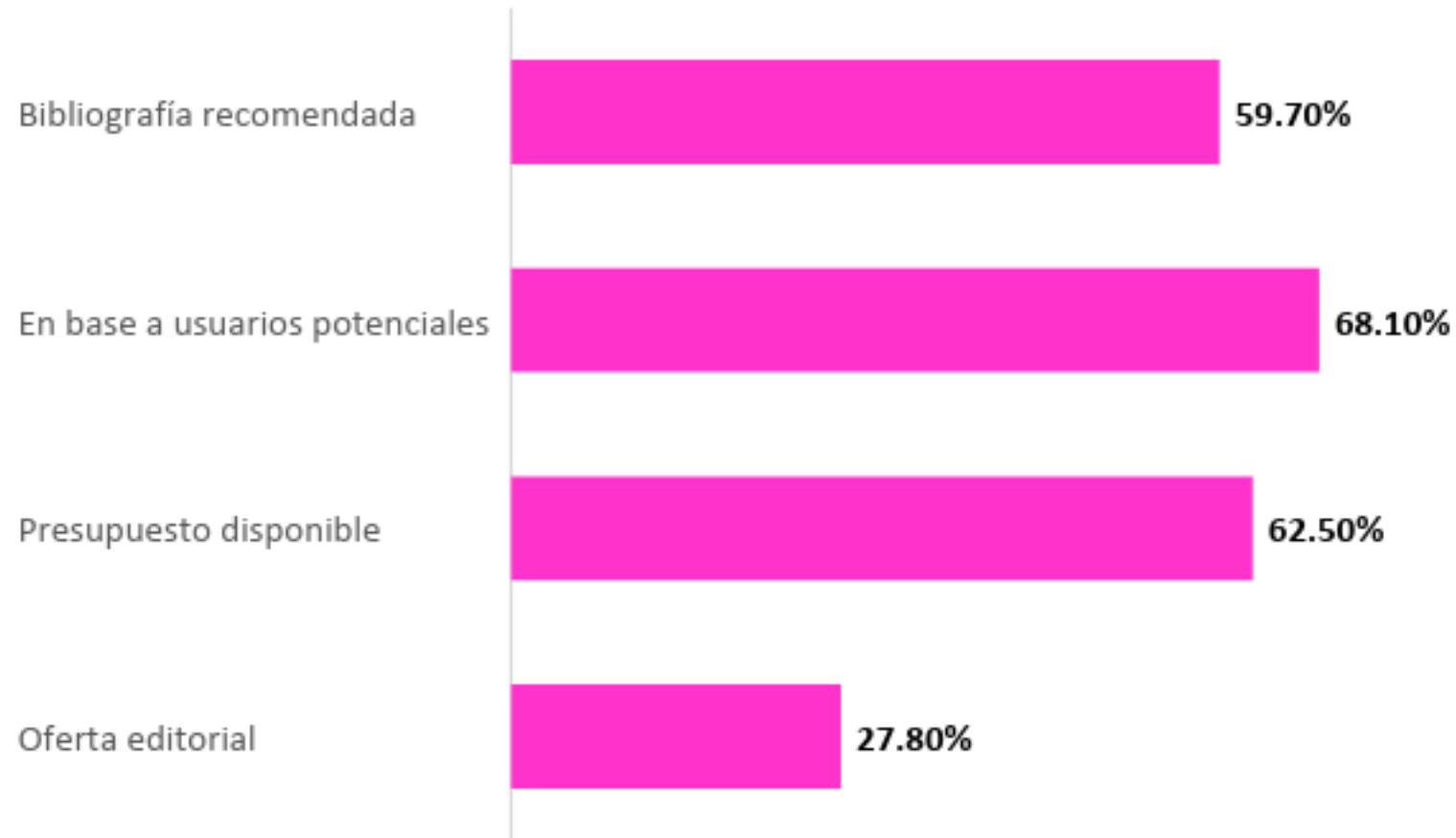


Incorporación definitiva

# Resultados: Licencias

- En función de si es investigación o docencia, el 16,70% optan por una licencia monousuario o multiusuario respectivamente.
- Cuando no hay licencia institucional:
  - 80% opta por versión papel
  - Cancela la compra el 11%
  - El 9% contacta con editor/agregador para que lo incorpore en soporte electrónico o adquieren licencias individuales

# Resultados: Licencias, criterios para determinar número



# Resultados: Formatos

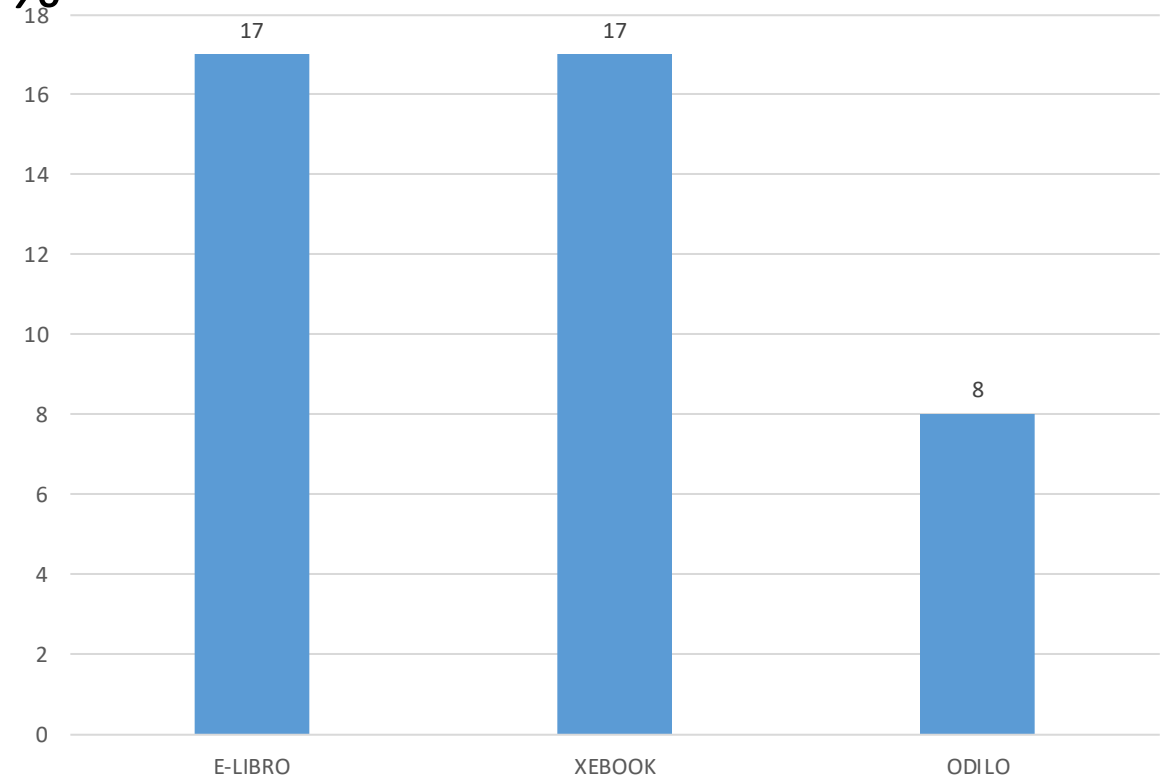
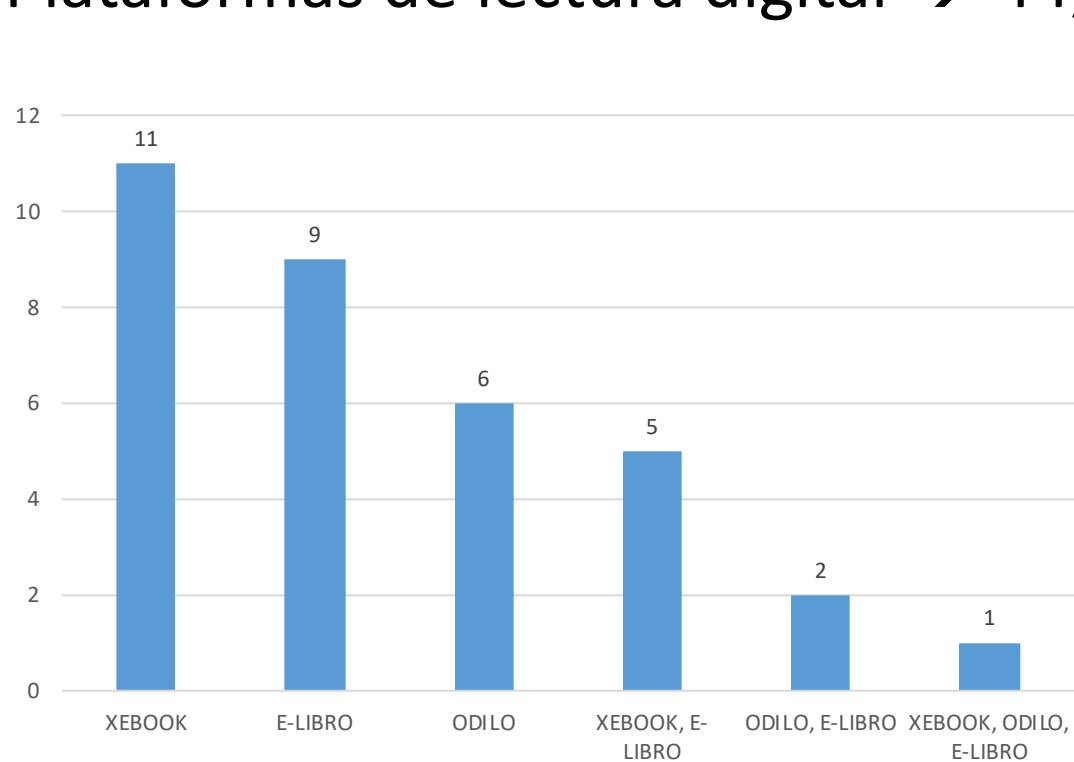
- Más habituales: PDF y HTML.
- El resto de formatos son menos frecuentes y algunos de ellos marginales en nuestro sector (ePub, mobi, ...).

## DRM:

- El 30,6% no adquiere libros-e con DRM

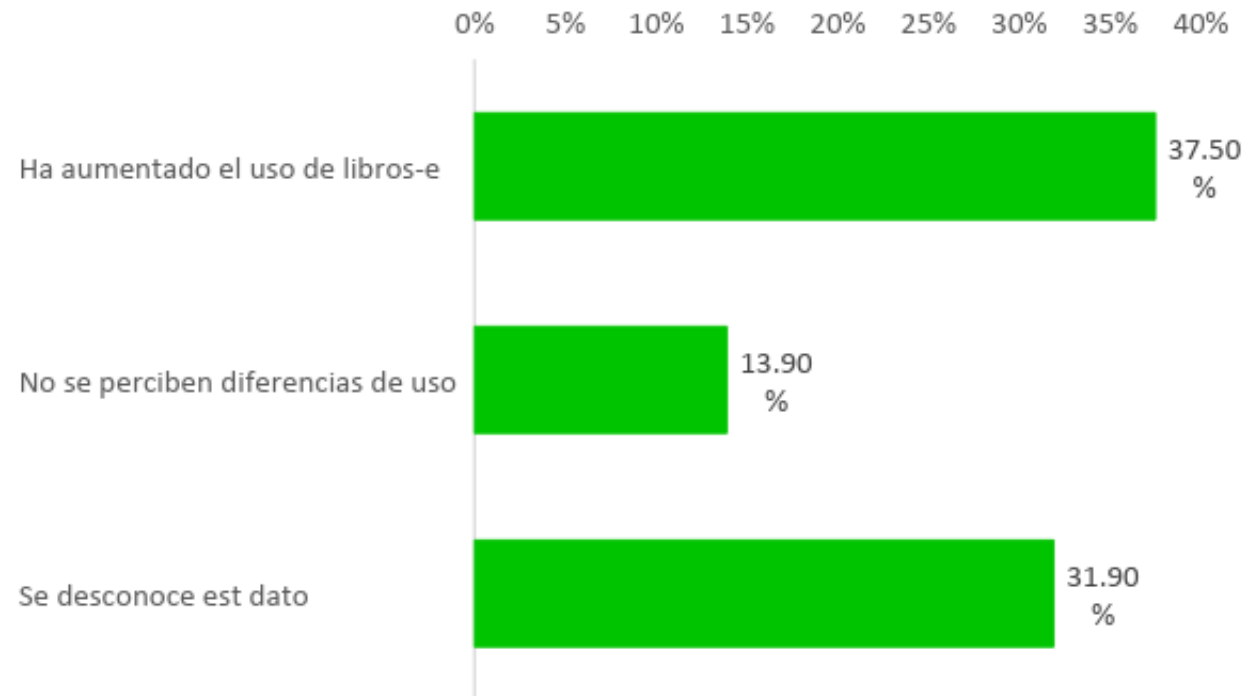
# Resultados: Plataformas de préstamo

- Préstamo de dispositivos de lectura → 38,9%
- Plataformas de lectura digital → 44,4%



# Resultados: Usos

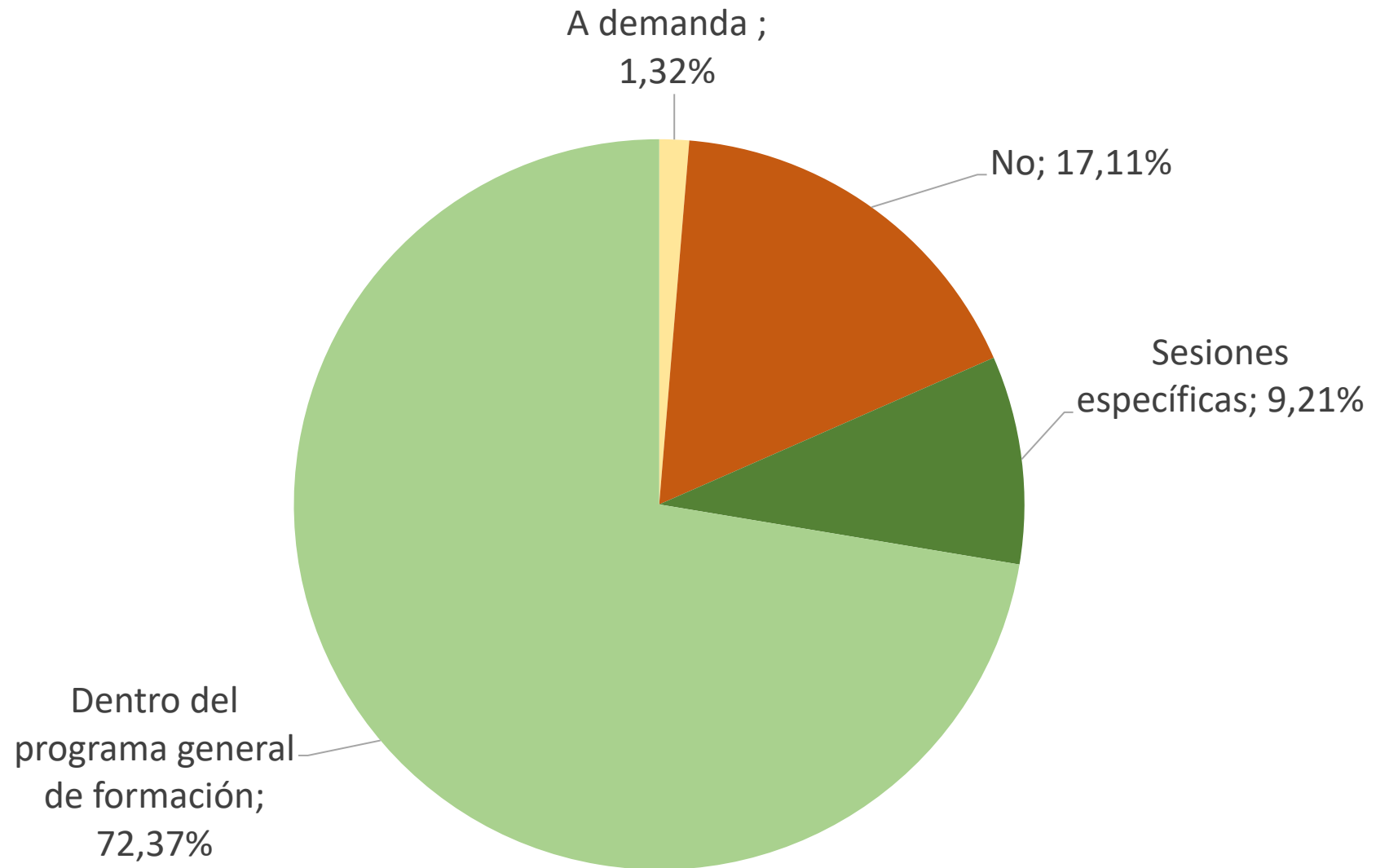
A partir de la herramienta de descubrimiento:



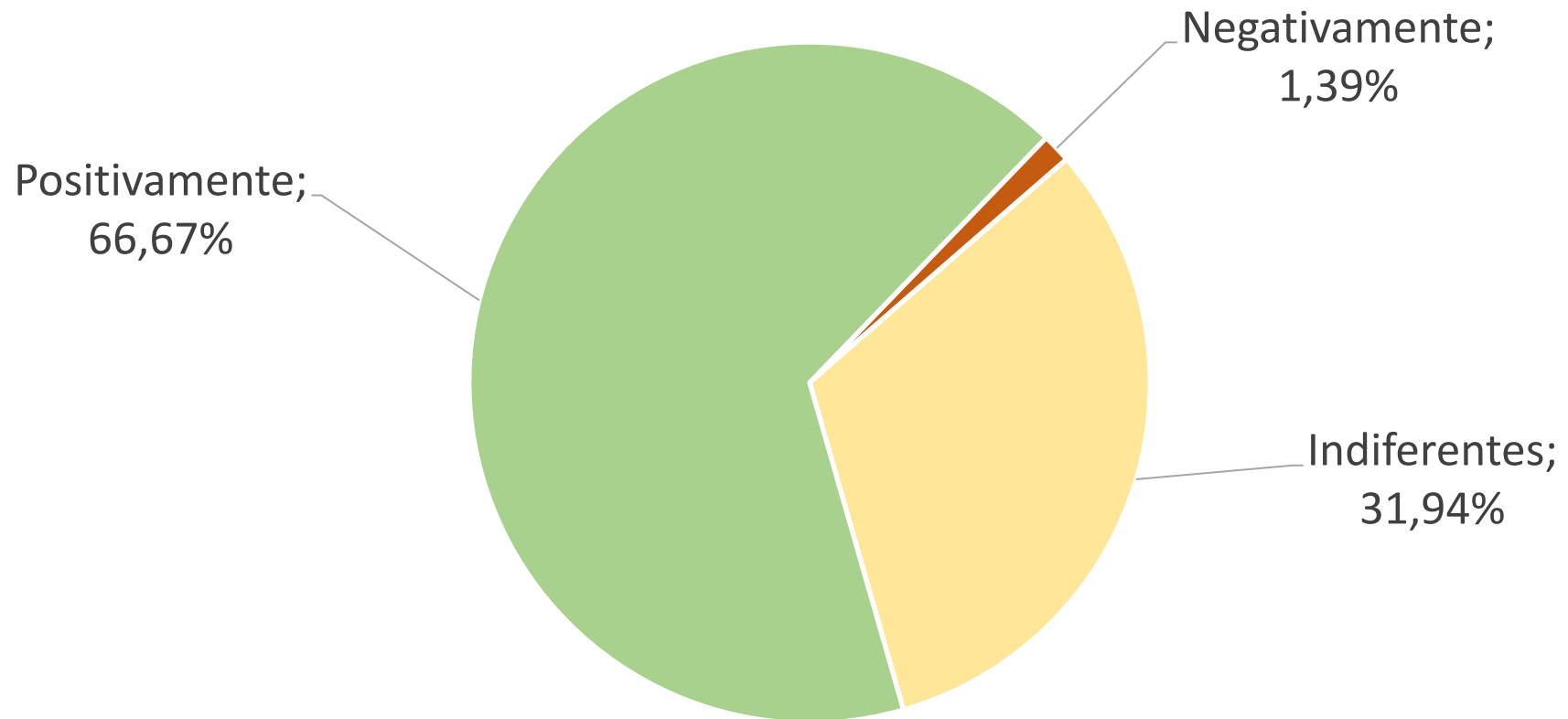
# Resultados: Promoción

- Sólo el 29,2% dispone de un plan de marketing de libros-e.
- El 56,9% realiza alguna campaña de difusión para promocionar el uso.
- El 27,8% lo hace con regularidad. De estas:
  - Anual 28,57%
  - Regularmente 19,04%
  - Mensual 19,04%
  - Trimestral 14,29%
  - Semestral 14,29%
  - Semanal 4,77%

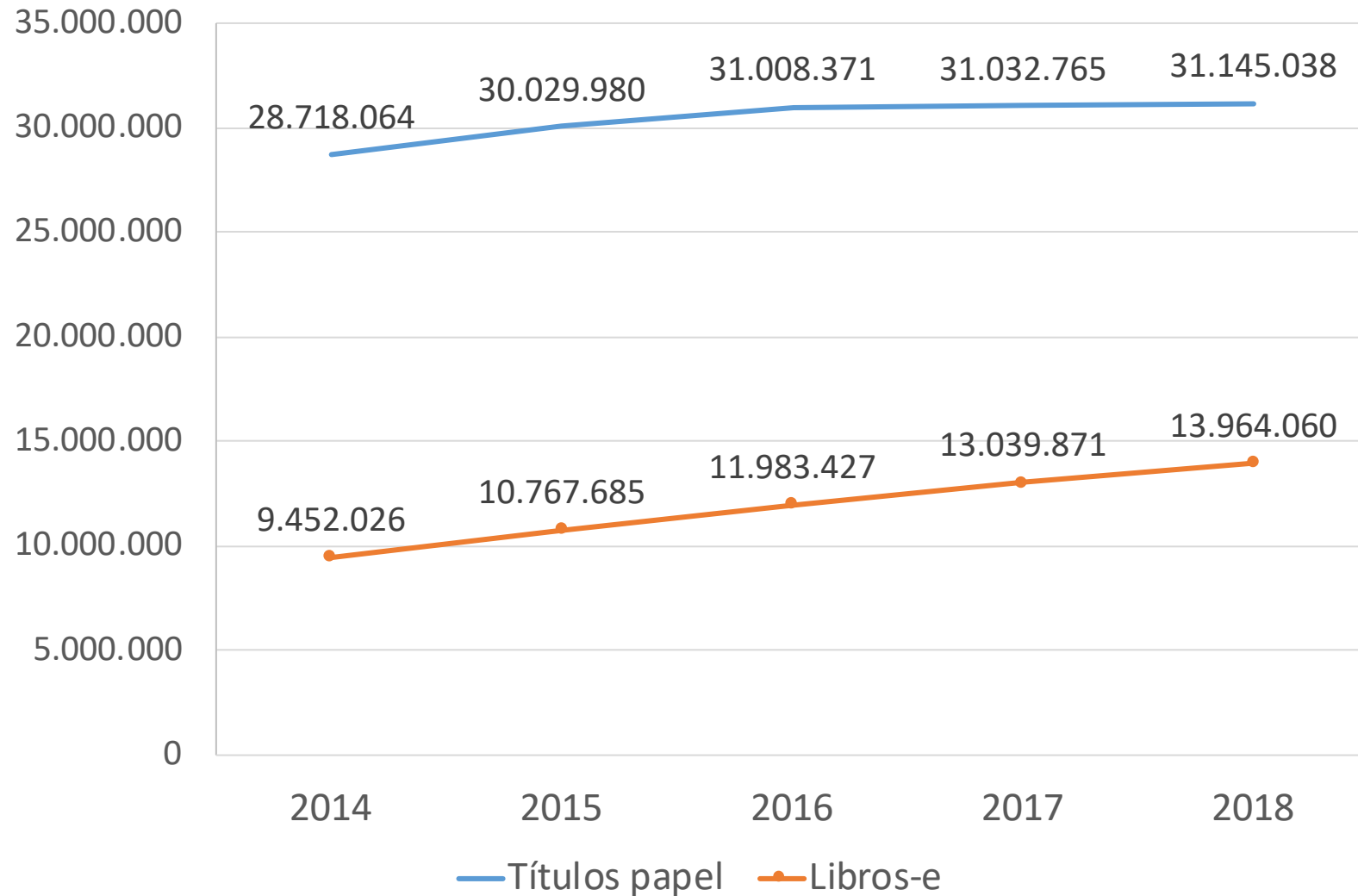
# Resultados: Formación de usuarios



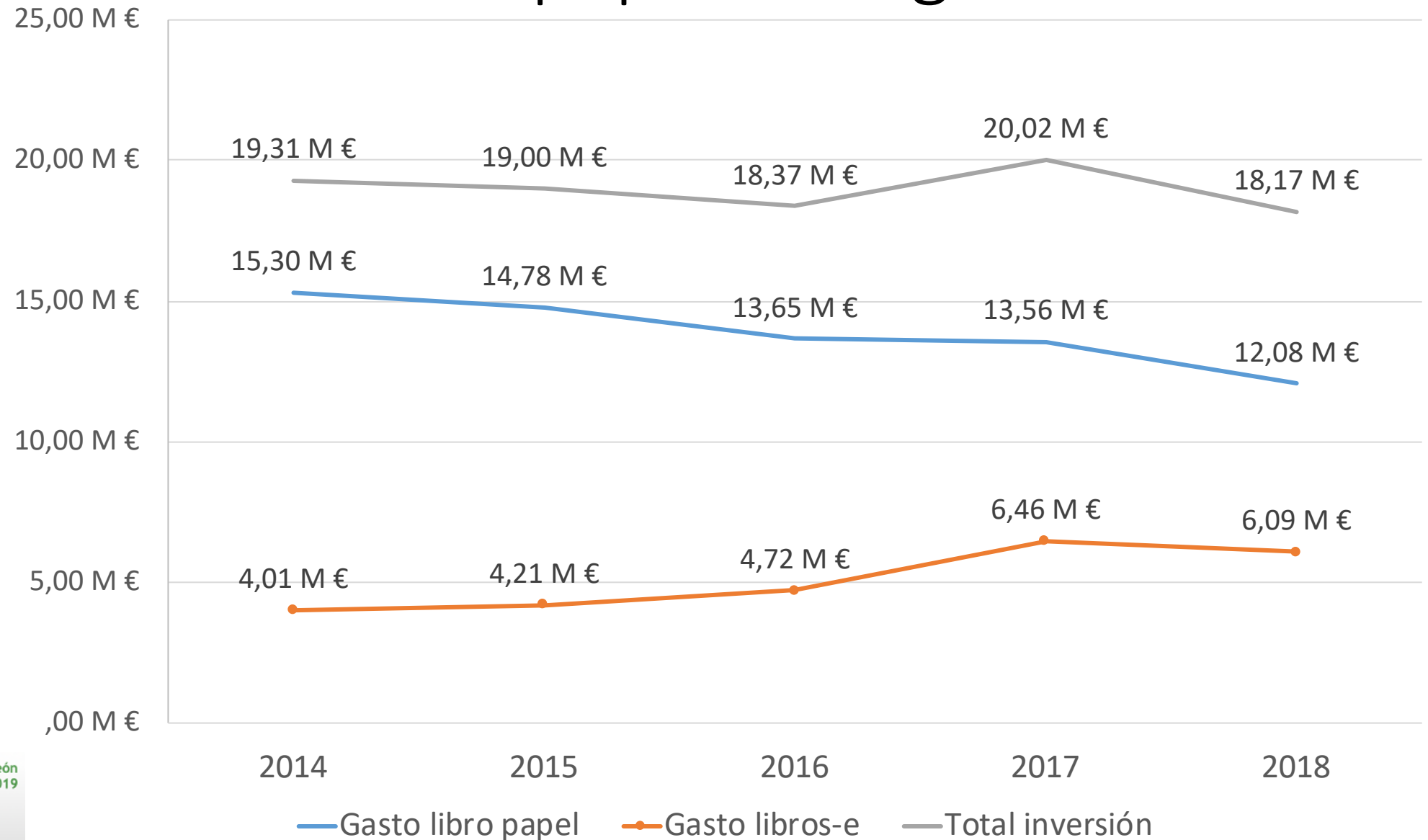
# Resultados: Valoración usuarios



# Resultados: Evolución monografías papel vs. digital



# Resultados: Inversión papel vs. digital



¡Gracias por vuestra atención!

