

* * *

Modelos de financiación y generación de ingresos: una guía útil

Eugènia Serra

Biblioteca de Catalunya
eserra@bcn.cat

Serra, Eugènia (2015). "Modelos de financiación y generación de ingresos: una guía útil". *Anuario ThinkEPI*, v. 9, pp. 150-151.

<http://dx.doi.org/10.3145/thinkepi.2015.36>

Publicado en *Blok de BiD* el 4 de junio de 2014



En marzo de 2014 se publicó el documento *A guide to the best revenue models and funding sources for your digital resources* por **Nancy Maron**, una iniciativa de *JISC-Strategic Content Alliance* e *Ithaka S+R*. [la *Strategic Content Alliance (SCA)* es una alianza entre *JISC*, *Arts Council*

England, *British Library*, *BBC*, *Heritage Lottery Fund* y *Wellcome Library*].

Se trata de una guía para los gestores de proyectos digitales que buscan modelos de financiación para sus iniciativas, ya sean revistas online, portales con herramientas docentes o una colección digitalizada de materiales raros y únicos.

Es una actualización del informe *Sustainability and revenue models for online academic resources* publicado en 2008, en relación al cual presenta como cambios más relevantes: a) la ampliación de la relación de modelos de ingresos para tener en cuenta los nuevos modelos emergentes, entre los que incluye los que son compatibles con el acceso abierto; b) la generación de ingresos en el contexto de las actividades de financiación que se han observado que se están realizando en los sectores de la enseñanza superior y de la cultura.

Un primer capítulo explica por qué es necesario buscar modelos sostenibles y valora la percepción que a menudo existe, especialmente en el ámbito de las instituciones culturales y académicas, de la idea de buscar dinero a cambio de bienes o servicios.

Aporta datos de una encuesta realizada en 2012 sobre 126 instituciones que forman parte de la *ARL (Association of Research Libraries)*, de la que se desprende una cierta desconfianza hacia los modelos de obtención de ingresos, que, en algunos casos van acompañados de mandatos

institucionales con una visión o misión de compromiso con el acceso abierto, lo que se interpreta como contradictorio con la generación de ingresos.

En todo caso la guía afirma que hay formas de aprovechar el valor de un recurso digital

de manera que sea compatible con el acceso abierto, y esboza la variedad de opciones disponibles. Presenta y comenta los modelos de financiación agrupados en función de varios criterios, si quien debe pagar son los beneficiarios directos o indirectos, el valor que han generado (contenido, herramientas y servicios, audiencia) y si son compatibles o no con el acceso abierto.

A continuación dedica un apartado específico a cada uno de los once modelos de ingresos que describe, incluyendo para cada uno:

- Introducción: define y hace una descripción rápida del modelo de financiación.
- Es una buena opción para: características de los proyectos u organizaciones a las que les puede encajar mejor el modelo de ingresos.
- Cómo funciona: mecánica del modelo y qué hace que funcione.
- Tendencias: aspectos de actualidad y emergentes relacionados con el modelo.
- Estudio de casos: ejemplos concretos de la aplicación del modelo.
- Beneficios y desventajas: pros y contras de trabajar con este modelo de ingresos.
- Costes que se pueden atribuir al modelo de ingresos: describe las categorías de costes asociados a la implementación del modelo.
- Preguntas clave: Temas a abordar si se está considerando la aplicación del modelo.
- Bibliografía complementaria

Los modelos de ingresos recogidos son:

- *Publicidad*
Un anunciante paga una tasa por la oportunidad de promover su producto, servicio o empresa.
- *El autor o colaborador paga*
Los costos se recuperan cobrando una cuota también a los creadores de contenidos. Es el modelo de algunas plataformas o revistas de prestigio (vía dorada al OA).



- *Consultoría y otros servicios*
En el desarrollo de proyectos se adquieren habilidades, herramientas, plataformas o procesos de trabajo que luego pueden servir para obtener ingresos vendiendo servicios de consultoría o relacionados.
- *Patrocinio de empresas*
Una empresa comercial da dinero o recursos en especie a una organización sin ánimo de lucro a cambio del beneficio de estar asociado a ella y de tener un cierto grado de prestigio, imagen y acceso a su audiencia.
- *Modelos freemium*
Se combina la oferta de contenidos o servicios abiertos (que sirven también como promoción) con el pago por el acceso a funciones adicionales o mejoras.
- *Apoyo de la institución "madre"*
Es común en bibliotecas y museos, que pertenecen a organizaciones más grandes y llevan a cabo proyectos alineados con la misión de la institución "madre". Un ejemplo sería la digitalización de las colecciones de un museo con fines de apoyo a la conservación y de incrementar el acceso del público.
- *Modelos de afiliación*
Se basa en contribuciones de individuos o instituciones en forma de cuota a cambio del acceso a una gama de servicios y beneficios.
- *Licenciar el contenido y software*
La propiedad intelectual que muchos recursos académicos online poseen es una fuente importante y única de valor que pueden ser objeto de un modelo de concesión de licencias, si bien es un modelo complejo de gestionar.
- *Comprar o pagar por uso*
Permiten adquirir partes individuales específicas de un contenido (un artículo, una colección, etc.) o un acceso restringido en el tiempo (un día, una semana...).
- *Filantropía*
Subvenciones, donaciones y recaudación de

fondos online (*fundraising*).

- *Suscripciones*
Implica un acuerdo permanente entre un editor o distribuidor de contenido y un suscriptor, de manera que se obtiene el acceso a unos contenidos a un precio determinado por un periodo de tiempo, en ciclos regulares.

Se trata de una guía muy práctica y bien estructurada, lo que facilita la localización sencilla de los contenidos.

Las características de cada modelo se presentan de forma clara, destacando realmente los aspectos principales o clave; especialmente interesantes son -para orientar en la posible selección de un modelo u otro- los subapartados de cada modelo *Es una buena opción para* y *Preguntas clave*. A destacar también una bibliografía complementaria muy actualizada.

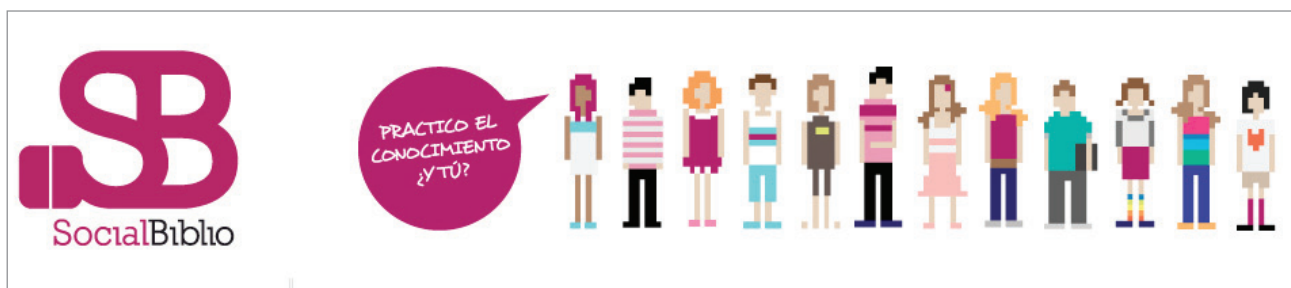
Tanto a nivel de concepto como de ejemplos responde a un contexto principalmente anglosajón, lo que es, en parte, lógico, dado que es en este ámbito donde existen más iniciativas y proveedores de contenidos del entorno digital.

Es una lectura altamente recomendable tanto si se quiere plantear un servicio o proyecto con generación de ingresos, como para reflexionar sobre las propias iniciativas, o simplemente, a efectos de lectura profesional.

Maron, Nancy (2014). *A guide to the best revenue models and funding sources for your digital resources*. JISC-Strategic Content Alliance, Ithaka S+R.
http://sr.ithaka.org/sites/default/files/reports/Jisc_Report_032614.pdf

Nota original completa en *Blok de BiD*:
<http://www.ub.edu/blokdebid/es/node/500>

* * *



Nada se sabe bien sino por medio de la experiencia. *open*

Sir Francis Bacon

KOHA en el MUNDO

- + 3000 instalaciones
- + 35 instalaciones de Koha-kobli
- + 350 desarrolladores
- + 80 idiomas

MASmedios y KOHA

- +35 instalaciones
- Desde 2007 desarrollando en Koha
- Empresa soporte reconocido en Koha Community
- Implantadores de Koha-Kobli
- 90% de los proyectos incluyen migración de otros sistemas
- Especialistas en Open Source Library System
- Expertos en integración e interoperabilidad

MASmedios desarrolladores de Sistemas abiertos:

