

# EL ACCESO ABIERTO

IMPACTO PARA UNA  
EDITORIAL UNIVERSITARIA

[11/10/2021]

Autor **Carlos Gazzera**



Universidad  
Nacional  
Villa María

---

## **INFORME EL ACCESO ABIERTO: IMPACTO PARA UNA EDITORIAL COMO EDUVIM**

### **INTRODUCCIÓN**

Entre los días 24 de junio de 2021 y el 13 de octubre de 2021, nuestro sello registra 840 descargas de libros en Acceso Abierto.

Quienes descargaron estos títulos, respondieron encuestas los meses de agosto, septiembre y octubre. Los datos de esas respuestas, proveen algunos guarismos a esta dirección Editorial que permiten compartir con el público interesado comportamientos de lectores y usuarios del sello.

En este breve informe nos ocupamos de registrar la importancia que tiene una política pro-activa en relación a la difusión del Acceso Abierto.

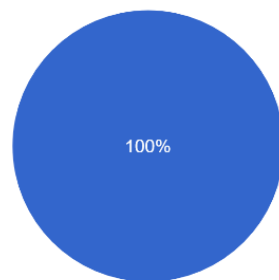
No podemos dejar de señalar que, pese a que los números de respuestas a nuestros sondeos son aún escasos, parecen ser un buen punto de partida para tentativos análisis que no tienen otra intención que demarcar tendencias y realizar mejoras continuas en nuestras prácticas.

## EL ACCESO

Una de las primeras preguntas que todo editor se hace es: ¿cómo llegan los lectores / usuarios / clientes a los libros de su sello? En el Acceso Abierto, este aspecto cobra una mayor relevancia porque con el Acceso Abierto, un sello no sólo busca el reconocimiento de la marca sino la “descubribilidad” de sus productos.

Los tres gráficos que siguen, muestran la evolución del comportamiento en la descargar de títulos de la web de **Eduvim** del primer mes (julio) al último (septiembre).

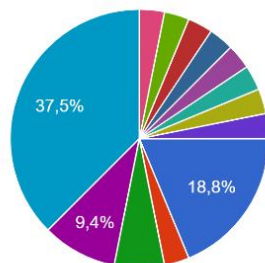
¿Cómo llegaste al libro que descargaste?



- ¿Por la propia página de la Editorial?
- ¿Por el repositorio de la UNVM?
- ¿Por una cita a través del DOI?
- ¿Por una referencia en un "paper"?
- ¿Por un repositorio externo a la UNVM?
- ¿Por una referencia del autor?

Gráfico 1 Julio

¿Cómo llegaste al libro que descargaste?

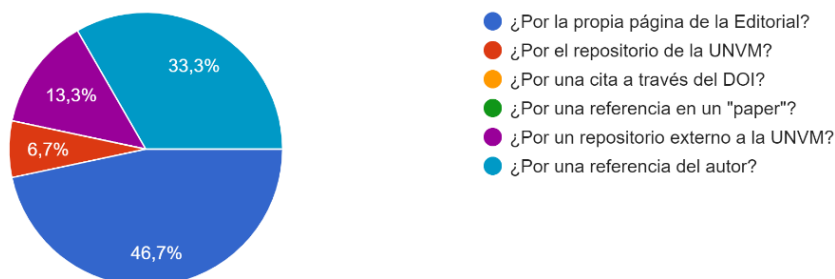


- ¿Por la propia página de la Editorial?
- ¿Por el repositorio de la UNVM?
- ¿Por una cita a través del DOI?
- ¿Por una referencia en un "paper"?
- ¿Por un repositorio externo a la UNVM?
- ¿Por una referencia del autor?
- no recuerdo
- Soy autora de uno de los libros

▲ 1/2 ▼

Gráfico 2 Agosto

¿Cómo llegaste al libro que descargaste?



**Gráfico 3 Septiembre**

Las gráficas muestran dos cosas que son importantes en este proceso de llegada de los usuarios a los libros de Acceso Abierto. Primero, en un inicio, la llegada sólo se debió a los anuncios realizados por la editorial en su alcance orgánico: redes sociales, boletines, blog, autopromoción. Las descargas, entonces provinieron de un 100% de la propia acción de la editorial (*Gráfico 1*).

A medida que nuestro sello lo comunicó a través de los autores, o bien a través del trabajo conjunto con el repositorio de la UNVM, o los acuerdos con otras plataformas, la dispersión creció en agosto a punto tal que casi ninguna de las variables dejó de tener impacto (*Gráfico 2*). Nótese que en este mes también la difusión del autor fue clave (37%) duplicando las acciones de la editorial (18,8%).

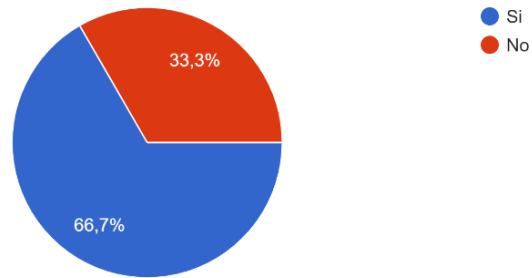
En septiembre (*Gráfico 3*), las variables se normalizaron en lo que parece ser un conjunto de variables más estables: (1) el sello con un 46,7%, (2) el autor con 33,3%, (3) repositorio externo a la UNVM un 13,3% y (4) Repositorio UNVM 6,7%.

## DESCUBRIR ES CONOCER +

La otra variable que nos llena de orgullo, es que el Acceso Abierto nos está permitiendo acceder a públicos más allá de los usuarios/lectores/clientes fidelizados de nuestra editorial. Los gráficos que mostramos a continuación muestran algunos resultados alentadores.

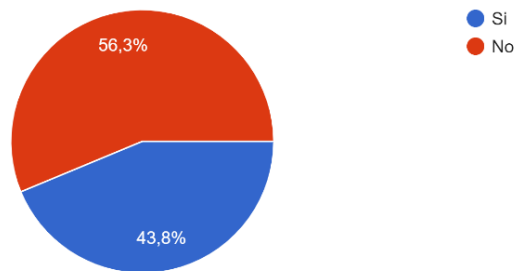


¿Conocías nuestra Editorial?



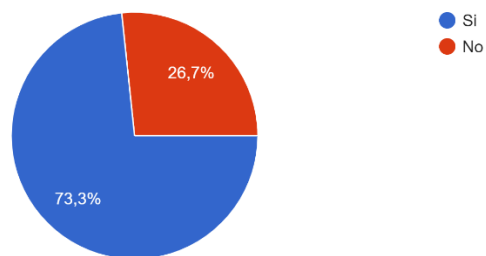
**Gráfico 4: Julio**

¿Conocías nuestra Editorial?



**Gráfico 5: Agosto**

¿Conocías nuestra Editorial?

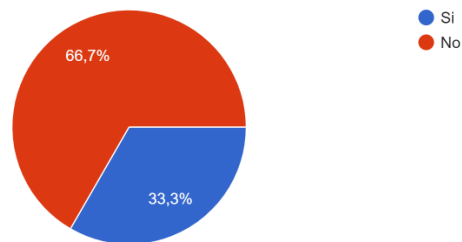


**Gráfico 6: Septiembre**



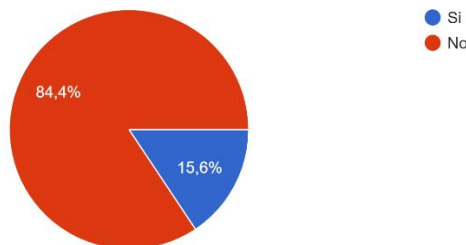
Como se ve, la variación de la “mancha roja” permite conocer que hay una porción de nuevos lectores / usuarios / clientes que nos descubren en Acceso Abierto. Pasamos de un 33% en agosto a un 26% de nuevos usuarios, lo que no deja de ser clave para nosotros como sello universitario. Hay una musculatura que se revitaliza con las acciones del Acceso Abierto en pos de la marca **Eduvim**.

¿Conocías que Eduvim posee un catálogo en Acceso Abierto?



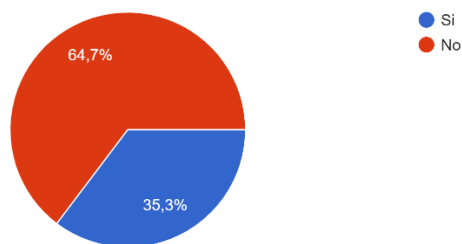
**Gráfico 7: Agosto**

¿Conocías que Eduvim posee un catálogo en Acceso Abierto?



**Gráfico 8: Septiembre**

¿Conocías que Eduvim posee un catálogo en Acceso Abierto?



**Gráfico 9: Octubre**



---

Los Gráficos 7, 8 y 9, muestran que frente a la pregunta si los lectores / usuarios / clientes conocían que **Eduvim** poseía un catálogo en Acceso Abierto, en los tres meses, un porcentaje siempre superior a 60% (sesenta por ciento) respondió **NO**.

## CONCLUSIÓN

Los verdaderos objetivos del Acceso Abierto para un sello como **Eduvim** están aún lejanos. Sin embargo, en estos primeros meses, con una posición limitada a un conjunto de menos de 100 (cien) títulos en Acceso Abierto, **Eduvim** se perfila como una Editorial Universitaria enfocada en expandirse exitosamente a partir de dos “pilares” fuertes: (a) *buenos contenidos* y (b) con *buenas prácticas*.

Pero, además, si a estos “pilares” somos capaces de agregarles valores “claves” como (a) difusión con un MKT 360°; (b) profesionalizando a nuestro equipo y (c) generando una experiencia basada en la satisfacción del lector / usuario /cliente, nuestros objetivos podrían alcanzarse antes de los doce (12) primeros meses. Para ello seguiremos trabajando.