

# El mercadeo de servicios en las Bibliotecas públicas colombianas: entorno y herramientas prácticas situacionales

## EQUIPO DE INVESTIGACION

**LUIS ROBERTO TELLEZ TOLOSA.**

**RUTH ELENA VALLEJO SIERRA.**

**MAGDA CAROLINA CARDOZO.**

**STELLA JULIO SORIANO.**

**DIANA VANESSA MOTTA J.**

**Investigador principal**

**Coinvestigador**

**Estudiante**

**Estudiante**

**Estudiante**

# Naturaleza del problema



Sociales

No vistas como  
organizaciones  
competitivas

Público espontáneo /pasivo



Globalización / TI

Colecciones , Usuarios,  
recursos

Historia



HERRAMIENTAS



# Herramientas

- ◆ Cuales son
- ◆ Cuantas son
- ◆ En donde están
- ◆ Como están
- ◆ Que herramientas usan, si las usan
- ◆ Que necesitan

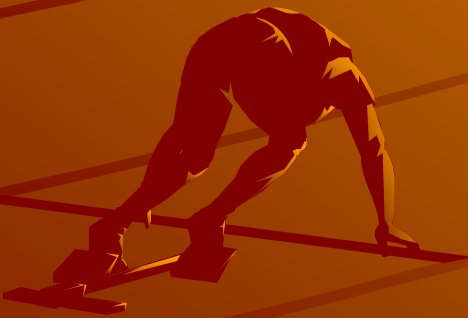
# Problema

¿Cómo se preparan las BP en Colombia para enfrentar el reto que nos propone el futuro inmediato, como están asumiendo los procesos de planeación estratégica y específicamente como mercadean sus servicios?



# Supuestos teóricos

- ◆ Mercadeo
- ◆ Biblioteca Pública
- ◆ Competitividad



# Mercadeo

- ◆ Herramientas sujetas a la oferta y a la demanda con fines comerciales.
- ◆ Es una filosofía de gestión que consiste en que la Biblioteca <sup>[1]</sup> :
  - ◆ Se ponga a la escucha activa de las necesidades de los clientes (usuarios y no usuarios)
  - ◆ Ajuste a la organización, así como sus productos o servicios, en función de las necesidades determinadas con objeto de asegurar la satisfacción de los clientes
  - ◆ Se de a conocer estableciendo la comunicación con los clientes
  - ◆ Determine el grado de satisfacción de los clientes para efectuar las correcciones necesarias en su caso

[1] UNESCO. Directrices para la enseñanza de la comercialización en la formación de bibliotecarios, documentalistas y archiveros. París: PGI, 1988. p.18

# Biblioteca pública

- *La biblioteca pública contemporánea se erige como el primer centro de información local, portal de acceso a la información que las tecnologías ponen a nuestro alcance, centro de actividades culturales, espacio de identidad que estimula los valores de interculturalidad, solidaridad, participación y lugar de convivencia y encuentro.*



intermediaria democrática y como generadora de Capital social.

# Competitividad

- ◆ Generación de valor, superior al otro
- ◆ Capacidad de satisfacer las necesidades de sus clientes mejor que los demás
- ◆ Capacidad de adaptarse y resistir



# Objetivos específicos

1. Conocer los diferentes tipos de biblioteca Pública existentes en el país de acuerdo con sus estructuras, financiamiento y dependencia administrativa.
2. Conformar un inventario actualizado de las bibliotecas públicas en Colombia, desde los elementos de la planeación y el mercadeo.
3. Determinar las estrategias , características y condiciones de uso de las herramientas del mercadeo en las bibliotecas públicas en Colombia.
4. Diseñar herramientas de estrategia de mercadeo aplicadas a las características de los diferentes tipos de Biblioteca Pública existente en Colombia.

# Objetivo General

- ◆ **Determinar la situación actual de la planeación estratégica de mercadeo en servicios de información en las Bibliotecas públicas colombianas y diseñar herramientas propias del mercadeo estratégico aplicadas y contextualizadas al ámbito de estas unidades de información**



# Justificación y antecedentes

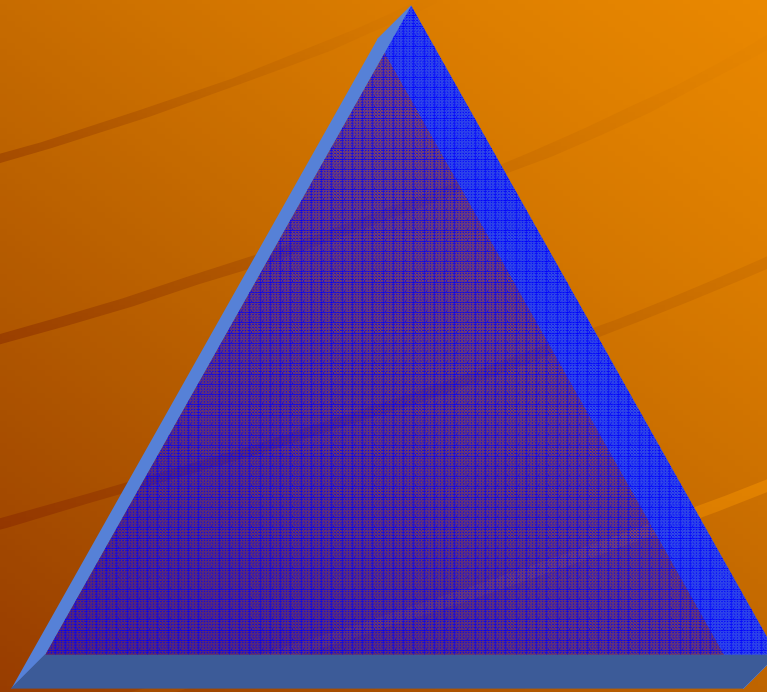
- ◆ Es imprescindible generar competitividad
- ◆ No existe un inventario real y confiable
- ◆ Ventana de oportunidad
  - ◆ Boom
  - ◆ Planes nacionales
- ◆ Antecedentes:
  - ◆ 1991. Martinez Cáceres
  - ◆ 1998. Barrera Restrepo
  - ◆ 2000. Vallejo Sierra

# Factores claves de exito

ALCANCE



\$



TIEMPO

# Equipos de trabajo (463)

## 1. REDES DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS EN BOGOTÁ. D.C

Biblored  
Colsubsidio  
Compensar  
Luis Angel Arango  
(27)

**100%**

## 2. BIBLIOTECAS PÚBLICAS BÁSICAS. BOGOTA

Identificadas  
65 de 77

**64%**

## 3. REDES DE BIBLIOTECAS NACIONALES

Red de Bibliotecas  
Del Banco de la Rep.  
Red de Btecas de  
Cajas de Compensación  
68

**52,3%**

## 4. BIBLIOTECAS MUNICIPALES

Municipios  
285

**20%**

# Variables

## ◆ **Identificación.**

- ◆ Nombre, ubicación, tamaño, dependencia administrativa.

## ◆ **Entorno.**

- ◆ Grado de conocimiento, participación en la planeación, servicios complementarios y alternativos, participación de la comunidad

## ◆ **Usuarios**

- ◆ Tipos, frecuencia de uso, capacidad, cubrimiento de la comunidad, necesidades, capacidad de respuesta

## ◆ **Diversificación de servicios**

- ◆ Tipo, innovación, infraestructura, disponibilidad, especialización, tecnología

## ◆ **Planeación**

- ◆ Tipos de planes, coherencia, herramientas. Capacidad activa.

## ◆ **SIM**

- ◆ registro, uso, actualización, fuentes.

## ◆ **Recursos**

- ◆ Capacidad, innovación, formación, permanencia

# Entregables / productos

- ◆ Inventario de bibliotecas públicas.
- ◆ Perfil tipo de bibliotecas públicas
- ◆ Diagnóstico de BP desde las variables estudiadas
- ◆ Herramientas y estrategias de mercadeo para las BP colombianas

# Conclusiones

- ◆ Formación del recurso humano
- ◆ Conocimiento de necesidades
- ◆ Registro de la información
- ◆ Diversificación de servicios
- ◆ Conceptual . BIBLIOTECA PÚBLICA...  
....Bibliotecarios como comunidad.
- ◆ clientes equivocados

**Fin de presentación**

