



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERAS EDUCATIVAS
CARRERA DE BIBLIOTECOLOGÍA

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ, DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO Y SU INCIDENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA. PERÍODO 2011 – 2012.

Tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en Bibliotecología e Información Científica Técnica.

AUTORA

RUTH SENAI DA RODRÍGUEZ NORIEGA

DIRECTORA

DRA. MARÍA ENITH COSTA MUÑOZ, MG. SC.

Loja – Ecuador
2013

CERTIFICACIÓN

Doctora

María Enith Costa Muñoz, Mg. Sc.,

**DOCENTE DE LA CARRERA DE BIBLIOTECOLOGÍA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICA:

Haber asesorado y revisado el desarrollo de la tesis titulada: **PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO Y SU INCIDENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA. PERÍODO 2011 – 2012**, realizada por la **señora Ruth Senaida Rodríguez Noriega**, para la obtención del grado de Licenciada en Bibliotecología e Información Científica Técnica.

Por cumplir con todas sus partes con los requisitos establecidos en el reglamento, se autoriza la presentación para continuar con los trámites correspondientes.

Loja, febrero del 2013

Dra. María Enith Costa Muñoz, Mg. Sc.
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Los resultados de la investigación, los criterios, análisis y conclusiones expuestos en la presente tesis, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Ruth Senaida Rodríguez Noriega

AGRADECIMIENTO

A las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, de la Modalidad de Estudios a Distancia, a los docentes de la Carrera de Bibliotecología e Información Científica Técnica, donde obtuve los conocimientos que han contribuido a mi formación profesional.

A la Dra. María Enith Costa Muñoz, Mg. Sc., quién me apoyó en todo momento con sugerencias y paciencia pudo guiarme en el desarrollo y culminación del presente trabajo investigativo.

A la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia “Dr. Camilo Gallegos Domínguez”, en la persona del Rector, Personal Docente, Administrativo y Estudiantes que pertenecen a esta noble institución, por su valiosa colaboración en proporcionarme la información requerida para la ejecución de la presente investigación.

La Autora

DEDICATORIA

A Dios por permitirme disfrutar de la vida.

A mi esposo, quién con su apoyo constante me ha motivado para seguir adelante y lograr esta meta deseada.

A mis hijos, quienes han sido mi inspiración constante y han compartido conmigo momentos de alegría y tristeza, dándome la fortaleza necesaria para culminar esta etapa de estudios.

A mis padres, esos seres maravillosos que me dieron la vida, por quienes soy lo que soy, y por quienes he llegado hasta donde estoy.

A mis amigos compañeros de trabajo, que aportaron con un consejo, una palabra alentándome para seguir adelante en la consecución de las metas que me he trazado.

Ruth Senaida

ESQUEMA DE CONTENIDOS

- PORTADA
- CERTIFICACIÓN
- AUTORÍA
- AGRADECIMIENTO
- DEDICATORIA
- ESQUEMA DE CONTENIDOS
 - a. Título
 - b. Resumen (Summary)
 - c. Introducción
 - d. Revisión de literatura
 - e. Materiales y métodos
 - f. Resultados
 - g. Discusión
 - h. Conclusiones
 - i. Recomendaciones
 - j. Bibliografía
 - k. Anexos
 - ✓ Proyecto
 - ✓ Índice

a. TEMA

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ, DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO Y SU INCIDENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA. PERÍODO 2011- 2012.

b. RESUMEN

El presente trabajo investigativo denominado: PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ , DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO Y SU INCIDENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA. PERÍODO 2011 – 2012.

El objetivo general es dar a conocer los servicios de información que ofrece la biblioteca de la institución educativa para que los usuarios utilicen los recursos y las fuentes bibliográficas en forma oportuna.

Los métodos utilizados en la presente investigación fueron los siguientes: Científico, Inductivo - Deductivo, Analítico – Sintético y Modelo Estadístico, los mismos que permitieron el logro de los objetivos planteados.

La Técnica utilizada preferentemente en este estudio fue la Encuesta con su respectivo instrumento que fue aplicado al Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el conocimiento que tienen de la biblioteca en lo referente a la promoción y difusión de los servicios informativos que presta y del uso de los recursos y fuentes bibliográficas.

Encuesta aplicada a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el Uso de los Recursos y Fuentes Bibliográficas que ofrece la biblioteca institucional

El 100% del Personal Docente y Administrativo encuestado, opina que la promoción y difusión de los servicios de información que ofrece la biblioteca sí incide en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas.

El 91 % de los Estudiantes encuestados, señalan que una adecuada promoción y difusión de los servicios que presta la biblioteca sí incide en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas, ya que los Estudiantes al tener conocimiento de todo lo que hay en biblioteca no tendrán problemas en encontrar el material y la información que necesitan.

SUMMARY

This research work entitled: PROMOTION AND DISSEMINATION OF INFORMATION SERVICES LIBRARY OF EXPERIMENTAL EDUCATION UNIT REMOTE COMPENSATORY GALLEGOS Dr. Camilo Dominguez, the city of Macas, Morona Santiago province AND ITS IMPACT ON THE USE OF RESOURCES AND LITERATURE SOURCES BY THE COMMUNITY EDUCATION. PERIOD 2011-2012.

The general aim publicize information services offered by the school library for users to use the resources and timely bibliographic sources.

The methods used in this research were: Scientific, inductive - deductive, analytic - synthetic and statistical model that allowed them to achieve the objectives.

The technique used in this study was preferentially Survey with its instrument that was applied to the Faculty and Staff of the Experimental Education Unit Compensatory Gallegos Distance Doctor Camilo Dominguez, to gather information on their knowledge of the library regard to the promotion and dissemination of information services provided and the use of resources and bibliographic sources.

Student survey of the Experimental Education Unit Compensatory Gallegos Distance Doctor Camilo Dominguez, to collect information about the use of resources and bibliographic sources offering institutional library

100% of the Faculty and Staff respondent believes that the promotion and dissemination of information services offered by the library itself influences the use of resources and bibliographic sources.

91% of the students surveyed, indicate that adequate promotion and dissemination of the services provided by the library itself influences the use of resources and bibliographic sources, since the students to be aware of everything that's in library will not problems in finding the materials and information they need.

c. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO Y SU INCIDENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA. PERIODO 2011-2012. En primera instancia se enfoca en dar a conocer la importancia que tiene el hecho de Promocionar y Difundir los recursos y fuentes bibliográficas que posee la biblioteca.

Se debe entender que la Promoción y Difusión de los Servicios de Información son una excelente arma para atraer a los usuarios-clientes actuales, para abrir más mercado y facilitar la entrada a los mismos.

Es claro que la utilización de los Recursos y Fuentes Bibliográficas por parte de la Comunidad Educativa ocupa hoy en día un lugar preponderante en la formación académica y personal de los estudiantes y en la formación docente, pues son recursos que brindan la posibilidad de acceder a todo tipo de materiales y recursos informativos que la ciencia y tecnología ofrece actualmente y que se tornan indispensables en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La presente investigación tiene como Objetivo Específico: Establecer la relación que existe entre la promoción y difusión de los servicios de información y la utilización de los recursos y fuentes bibliográficas por parte del Personal Docente, Administrativo y Estudiantes de la Comunidad educativa.

La Metodología, se ajustó a lo que determina el Método Científico, Inductivo–Deductivo, Analítico–Sintético y Modelo Estadístico. Como Técnica e Instrumentos se utilizó una encuesta pre elaborada que fue aplicado al Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el conocimiento que tienen de la biblioteca en lo referente a la promoción y difusión de los servicios informativos que presta y del uso de los recursos y fuentes bibliográficas

Encuesta aplicada a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el Uso de los Recursos y Fuentes Bibliográficas que ofrece la biblioteca institucional, paralelamente se utilizó la revisión bibliográfica.

El marco teórico comprende dos capítulos. El primer capítulo PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA:

El rol que cumple la promoción y difusión de los servicios de información en la biblioteca; Finalidad de la promoción y difusión de los servicios de información; Políticas de promoción y difusión de los servicios de información que debería implementarse en la biblioteca; Medios e instrumentos para realizar la promoción y difusión de los servicios de información; El marketing como herramienta para la promoción y difusión de los servicios en una biblioteca; Implementación de estrategias de marketing en una biblioteca; Evaluación del marketing aplicado en una biblioteca; Programas de marketing aplicables en una biblioteca.

El segundo capítulo USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA: El uso e los recursos y fuentes bibliográficas; Los recursos y fuentes bibliográficas con las que cuenta la Biblioteca; La biblioteca y las instituciones educativas; La biblioteca como entorno del aprendizaje; La biblioteca como agente canalizador de procesos de enseñanza- aprendizaje.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

CAPÍTULO I

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA

La promoción de los servicios de información en una biblioteca, es dar a conocer a los usuarios de la comunidad, la existencia de la biblioteca, los servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que realiza, con el propósito de incrementar la asistencia de usuarios y la utilización del acervo.

EL ROL QUE CUMPLE LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN EN LA BIBLIOTECA

En la biblioteca la promoción y difusión cumple un rol fundamental que es la de publicar y comunicar a los usuarios los servicios bibliotecarios a través de materiales, actividades informativas y promocionales, sin olvidar que nuestra actividad diaria y el contacto directo con el público forma parte en sí del proceso comunicativo.

A través de la promoción y difusión se da a conocer a los usuarios la existencia de la biblioteca, los servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que realiza, con el propósito de incrementar la asistencia de usuarios y la utilización del acervo bibliográfico.

Es importante y fundamental, que todos los días se promocióne y difunda a los usuarios, de los beneficios con los que cuentan para realizar sus trabajos investigativos, ya sea utilizando el acervo bibliográfico o los medios electrónicos con que cuenta la biblioteca; solo de esta manera estaremos cumpliendo con el rol que cumple una verdadera promoción y difusión.

FINALIDAD DE LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Su finalidad es la de captar la atención de los usuarios, despertar interés del usuario para incrementar el número de investigadores, provocar la acción de solicitar los servicios y dar una imagen de calidad para que los usuarios prefieran utilizar los servicios que oferta la biblioteca; utilizando métodos y técnicas apropiadas, apoyándose en el potencial de algunos medios masivos de comunicación, además de otros recursos informativos.

POLÍTICAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN QUE DEBERÍA IMPLEMENTARSE EN LA BIBLIOTECA.

La biblioteca debe tener una política de comunicación, difusión y promoción donde haga conocer a los usuarios los servicios que ofrece, por medio de una planificación y desarrollo de todos los aspectos relativos a brindar nuevas oportunidades y apoyos académicos.

En la promoción y difusión se tiene que dar a conocer estimulando la demanda, proporcionando al usuario información completa y lo más relevante posible ya que la biblioteca ofrece muchos más servicios de los que conocen los usuarios.

Para ello se debe valer de los siguientes medios:

- Hacer publicidad únicamente de los servicios que realmente estemos seguros de su buen funcionamiento. No debemos difundir servicios que no sean de calidad.
- Tener claro el segmento y tipo de beneficiarios al que dirigimos la publicidad.
- No debemos difundir servicios que no tengamos clara su continuidad o que en un momento determinado no se vayan a poder mantener.
- La difusión de los servicios siempre debemos enfocarla a incrementar la utilización de nuestros servicios y a mejorar la imagen
- Diseño de folletos, publicaciones y material promocional.
- Diseño de páginas web y utilizar de las posibilidades promocionales de la red.
- Señalización externa e interna
- Realización de actividades de campañas y actos conmemorativos.

MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA REALIZAR LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN.

- Prensa

Durante la etapa promocional es importante realizar boletines de prensa dirigidos a los medios impresos, en los cuales se informe la existencia de nuevas obras, de conferencias destinada a usuarios, de la implementación de nuevos servicios, cambios de horarios, etc.

- Televisión o Video

La televisión, como uno de los medios de mayor poder persuasivo, debe ser considerada en la promoción y difusión. Obviamente que los altos costos de este medio, será un límite, por lo que su uso debe ser el indispensable. Para bajar costos podemos hacerlo por medio de convenios institucionales o lograr que las autoridades de la institución realizarán entrevistas en los canales locales, dónde se haga conocer las diferentes actividades que se realizan en la biblioteca.

- Radio

Por las mayores ventajas que ofrece este medio, puede ser uno de los más utilizados. Boletines de prensa, entrevistas pregrabadas y en vivo, reportajes, cuñas, entre otras.

- Afiches

Como en toda promoción o difusión de la información, se debe contar con afiches que informen cada una de las actividades que se están llevando a efecto en la biblioteca. Estos afiches deben ser llamativos, acordes con el público al que va dirigida la información que deseamos hacer conocer y en tamaños grandes y pequeños.

- Vallas espectaculares

Estas cumplen un importante papel en la promoción de la información. La realización de vallas permite crear una imagen de grandeza de la promoción y difusión, permitiendo impactar a los perceptores de este medio publicitario.

- Conferencias

Las conferencias constituyen otro instrumento importante en la promoción y difusión de las actividades de la biblioteca. Para la realización de estas conferencias, los bibliotecarios podrían apoyarse en los videos elaborados para este propósito, luego de la cual, sería muy importante abrir un foro con los asistentes a la conferencia.

- Páginas Web

En la actualidad los medios electrónicos, nos permite con la ayuda del internet ofrecer nuevas oportunidades para llevar a cabo una gran promoción de los servicios que oferta una biblioteca, ya que por medio de

la página web que la institución posea se puede informar todas las actividades que se realizan en la biblioteca y los servicios que oferta.

- Impresos y otros

La publicidad impresa es de gran utilidad y permitirá contemplar el éxito que va a tener la actividad promocional. Dentro de los impresos existen una variedad infinita de formas, pero preferimos sugerir algunas de ellas, que a nuestro juicio serían las más provechosas.

- Las octavillas o las denominadas “pulgas” como se las conoce en nuestro medio, su mensaje es directo, claro y sencillo.
- Los plegables, también conocidos como trípticos
- Los stickers o también llamados Adhesivos promocionales.

EL MARKETING COMO HERRAMIENTA ESENCIAL PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS EN UNA BIBLIOTECA.

Como consecuencia de la época tradicional que existe en el desarrollo de las bibliotecas escolares en nuestro país y la mala situación por la que atraviesan muchas bibliotecas, los usuarios no tienen conocimiento de los servicios, recursos y posibilidades informativas con las que cuentan las bibliotecas. En una palabra podríamos decir que el alumno llega a la Universidad sin saber desenvolverse en una biblioteca. Este desconocimiento y mal uso que se hace de los servicios bibliográficos, provoca que muchas veces no sean usuarios, es decir, que no sean clientes permanentes.

El profesorado, en muchas ocasiones, se encuentra bastante desfasado y desconoce también los servicios con que cuenta la biblioteca, necesita recibir información y formación sobre distintas fuentes que le pueden ser de gran utilidad en la labor docente e investigadora.

Para ello, el marketing se presenta como una herramienta idónea, si partimos de la base que estamos trabajando con recursos informativos, ofrecidos por la Biblioteca, a los usuarios que lo utilizan y lo necesitan. Debemos entender que es una herramienta que no crea esas necesidades, sino que las identifica para satisfacerlas después de forma rentable y obtener el máximo de calidad en la oferta y utilización de los servicios bibliotecarios como la consecución de unos objetivos previamente establecidos en un plan.

Es necesario promover la idea dentro de la propia unidad y contar con un personal suficientemente motivado y consciente de que por encima de cualquier otra prioridad hay que satisfacer las necesidades de los usuarios.

No basta con crear buenos servicios y esperar, o contar con un buen fondo documental y acceso a multitud de bases de datos u otras fuentes de información, si no sabemos darles publicidad y captar clientes, si en definitiva el cliente desconoce esas posibilidades.

Debemos ser conscientes de la importancia que tiene el hecho de dar a conocer los servicios bibliotecarios y promover los recursos informativos entre nuestros usuarios. Al mismo tiempo, tenemos que promover la idea y hacerla llegar a las autoridades académicas, haciéndoles ver la repercusión que puede tener para la comunidad institucional y el ámbito docente e investigador ofrecer un servicio bibliotecario de calidad.

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING EN UNA BIBLIOTECA

En la era de la explosión informativa, con una abundancia de información publicada y transmitida por medios electrónicos, las bibliotecas deben llevar a cabo iniciativas activas para introducir los productos y servicios de las tecnologías de la información para así satisfacer las necesidades informativas de una sociedad que está rápidamente transformándose en una sociedad digital.

Con lo antes mencionado se sugiere que las bibliotecas deben implementar las siguientes estrategias de marketing:

- Trazar Objetivos. ¿Qué queremos conseguir? Pueden ser más usuarios, una mejor valoración de nuestros servicios, recabar ideas de mejora, ampliar nuestra oferta de servicios, etc.
- Estudiar a los Usuarios. Quiénes son, cómo son, dónde están...
- Tener claros los Conceptos. De qué vamos a hablar, qué queremos vender, qué necesitan los usuarios.

- Clasificación de las Herramientas. Qué redes sociales son las más adecuadas y cómo funcionan.
- Actividades y las Tareas. Al unir los objetivos con los usuarios y las herramientas forzosamente aparecen tareas a realizar. Estas son las que nos deben llevar al éxito.
- Personas. En este caso no hablo de usuarios sino de personas de la biblioteca.
- Definir Tiempos. Hay que definir fases y temporalizar las tareas.
- Realizar Evaluaciones. Debemos establecer mecanismos para poder evaluar periódicamente el estado del proyecto y tomar medidas correctoras, modificar los objetivos o lo que sea necesario.

Además de las estrategias señaladas se puede realizar las siguientes actividades de marketing:

- Realizar exposiciones: las exposiciones, las muestras públicas de las colecciones.
- Publicar boletines de noticias sobre eventos y novedades de la biblioteca.
- Publicaciones de bibliografías, listas de lecturas, guías temáticas, tutoriales para el uso de recursos concretos o bases de datos del catálogo.
- Formación de usuarios
- Presentación de la biblioteca en multimedios(diapositivas, videos, etc.)
- Presentación de la biblioteca utilizando los medios electrónicos.

- Participación de actos públicos
- Organizar programas para captar amigos de la biblioteca
- Elaborar carteleras informativas

EVALUACIÓN DEL MARKETING APLICADO EN UNA BIBLIOTECA

La evaluación en una biblioteca es importante para extraer conclusiones sobre la efectividad de la estrategia de marketing utilizada y para saber si se han cumplido los objetivos marcados.

Es por eso que la biblioteca tiene que establecer un sistema de control de los antiguos y nuevos servicios tecnológicos que se están introduciendo para medir su efectividad y el grado de aceptación de los usuarios, a la vez que se comprueba las estrategias de marketing para promocionar esos productos y servicios informativos.

Estas evaluaciones y controles permanentes dependerán en cierta forma de cómo van respondiendo las acciones de Marketing, para de esta forma ejercer el control necesario e implementar las acciones correctivas que evite a tiempo cualquier desviación sobre el plan previsto y asegurar que se cubren los objetivos generales que se han planteado en la biblioteca.

PROGRAMAS DE MARKETING APLICABLES EN UNA BIBLIOTECA

La planificación del marketing se presenta como una herramienta que engloba un ciclo cerrado, comenzando siempre por la realización de estudios

de mercado (documentar la situación de partida en la que se encuentra la biblioteca), establecimiento de unos objetivos, ejecución de las decisiones y una fase final de evaluación, relacionando siempre el análisis y el plan de acción con los resultados obtenidos.

❖ Estudio del Mercado

Antes de elaborar y difundir nuestros productos informativos, debemos estudiar a nuestros usuarios, ya que en la comunidad educativa hay gran diferencia de intereses, niveles de conocimiento y demanda de información y servicios, entre estudiantes, profesores u otros investigadores.

El estudio del mercado lo realizaremos con los siguientes fines:

- Conocimiento de nuestros clientes, tipología, segmentos, clientes reales y potenciales, etc.
- Detectar las necesidades informativas de nuestros clientes y su grado de satisfacción con el producto que le ofrecemos.
- Ver el conocimiento que tiene el cliente de los servicios generales y específicos y de los productos que ofrecemos.
- Detectar que servicios son más importantes para el cliente, cuáles inciden más en sus necesidades, si hemos de ofrecer más o menos servicios, así como los que se tienen que crear o suprimir.
- Conocer la imagen que tienen nuestros clientes de la biblioteca y de los servicios que ofrecemos.

❖ Segmentación del mercado

En una Biblioteca, una estrategia de marketing no puede implantarse de forma global, ya que nos encontramos frente a una institución con distintas categorías de clientes y por tanto, necesidades informativas distintas.

Una segmentación objetiva en una Biblioteca podría ser la siguiente:

- Clientes internos (Dentro del ámbito de la comunidad educativa)

Estudiantes

Personal docente

Personal de administración y servicios

- Clientes externos (Fuera del ámbito de la comunidad educativa)

Investigadores externos

Alumnos de otras instituciones

Profesionales en ejercicio

❖ Técnicas de detección

Una vez que se han establecido las diferentes categorías de clientes o segmentos, debemos poner en práctica una serie de técnicas que nos permitan averiguar sus necesidades y conocer si nuestros productos se adecuan a la demanda de nuestros clientes. La investigación se puede llevar a cabo de forma general o enfocarla a servicios específicos, según el objetivo de nuestro estudio. Los métodos empleados en la detección de necesidades serán: encuestas, cuestionarios, sondeos, entrevistas, cambios de impresiones, etc.

❖ Establecimiento de Objetivos

La actividad de marketing bibliotecario, debe servir para la toma de decisiones y llevar a cabo acciones que conduzcan al logro de los objetivos de la biblioteca, bien de forma general o enfocada a servicios específicos. Debemos establecer los objetivos que se quieren conseguir tanto a largo como a corto plazo, definiéndolos plenamente en un plan.

❖ Canales para la Difusión

La Biblioteca debe publicar y comunicar los servicios bibliotecarios a través de materiales y actividades informativas y promocionales, sin olvidar que nuestra actividad diaria y el contacto directo con el público, forma parte en sí del proceso comunicativo.

En la mayoría de los casos no vamos a contar con un departamento de marketing propio, por lo tanto debe ser el propio personal de la biblioteca el que gestione de forma adecuada las vías de comunicación y difusión de forma creativa, con imaginación y gran conocimiento de los productos y servicios que ofrecemos, intentando dar a conocer los cambios y mejoras y consiguiendo la máxima receptividad de nuestros clientes.

❖ Las Relaciones Públicas

Actualmente la opinión pública tiene mucho peso y valor. Se basa en la apariencia de una realidad, en la imagen que proyecta una organización o servicio de sí mismos. Las Relaciones Públicas, como técnica auxiliar del marketing, intenta crear, o en su caso mantener un clima de confianza y credibilidad entre la biblioteca y sus clientes.

En la atención al público debemos tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- Tener la idea de que el cliente es lo más importante para la biblioteca.
- Hay que formar y motivar al personal de contacto. Debemos abandonar la idea de que el trato con el cliente es un trabajo de inferior categoría y creernos que estamos ofreciendo una buena imagen. Si no lo creemos nosotros difícilmente lo va a creer el cliente.
- Tener en cuenta y gestionar adecuadamente las quejas y reclamaciones. Debemos transmitir sólo la información que sea necesaria, no abusar de datos, utilizando para ello palabras fáciles de entender.
- Debemos ser amables y abiertos, cuidando los mensajes corporales y el tono de voz, intentando asegurar en el trato con el cliente su autoestima.
- Hay que crear un clima de confianza tanto con nuestros clientes internos como con otras bibliotecas e instituciones favoreciendo las relaciones de cooperación e intercambio.

❖ Materiales Publicitarios Escritos

Debemos elaborar materiales publicitarios escritos en los que se difundan nuestros productos y servicios. Utilizaremos una presentación sencilla pero atractiva y con un lenguaje acorde al segmento de mercado al que va dirigida. Podríamos establecer dos grupos:

- a. Hojas informativas de carácter general. Son ideales para alumnos y clientes externos que necesitan un primer acercamiento, conocimiento e introducción al manejo y uso de la biblioteca, sus colecciones o servicios. En estas guías podemos establecer aspectos sobre el funcionamiento general de la biblioteca: horarios, servicios, condiciones de uso y acceso, reglamento y modalidades de préstamo, ordenación y ubicación de fondos, tipos de materiales, etc.
- b. Hojas informativas de carácter específico. Destinadas a segmentos de mercado específico, con necesidades informativas específicas, para clientes más especializados y avanzados, o destinadas a la difusión de servicios concretos o especializados como las Bases de Datos disponibles en Red o en CD-ROM, propias o ajenas, etc.

❖ **Materiales Publicitarios Audiovisuales**

Los materiales audiovisuales captan y atraen mejor la atención del cliente. Sería interesante la edición de colecciones específicas o un vídeo en el que se proyecte a los clientes y mediante la técnica de voz en off la imagen de la Biblioteca, explicando los rasgos básicos de organización, ubicación física, división de espacios, normas de acceso y uso, instrumentos de control de la información, servicios y productos.

❖ **Publicidad Electrónica**

Actualmente, la publicidad electrónica es un medio bastante idóneo para la difusión de servicios ya que se puede llegar más fácil y rápidamente a muchas más personas. Debemos aprovechar las posibilidades de promoción a través de las nuevas tecnologías y las posibilidades que

actualmente nos brinda la Red Internet. El correo electrónico, no sólo es un medio eficaz para el procesamiento automático de peticiones y suministro de información bibliográfica, sino que a través de él podemos difundir nuestras actividades y servicios.

❖ Organización de espacios y señalización

Es importante que la biblioteca cuente con una distribución adecuada de espacios, que sean amplios y abiertos, en los que el usuario pueda moverse libremente. Los usuarios cada vez más requieren una buena señalización que ayude a crear, propagar y mantener la identidad de la biblioteca. El sistema de señalización debe ser claro y entendible, cuidado y puesto al día. No debemos utilizar signos demasiado ambiguos y los mensajes deben ser simples, pero sugerentes y llamativos, que puedan ser leídos rápida y correctamente, deben estar colocados en lugares estratégicos, visibles durante toda la jornada y directamente perceptibles a una cierta distancia.

CAPÍTULO II

USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA.

USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

La promoción y difusión de los recursos y fuentes de información va más allá de dar a conocer la existencia de la biblioteca y sus servicios; pues es el mejor medio para que los usuarios conozcan la existencia de la biblioteca, que asistan a ella, que hagan uso del acervo y los servicios, que participen en las actividades que realiza y aprovechen de todos los recursos informativos que ofrece.

Los recursos y fuentes bibliográficas que poseen las bibliotecas, tienen una gran influencia en los resultados del aprendizaje, pues el desarrollo de las habilidades lectoras complementadas con el uso de los recursos dan mejores resultados a la hora de investigar un tema o realizar una exposición, puesto que son complementarias tanto a la explicación que da un profesor como de la búsqueda de temas de interés o de temas no comprendidos.

Estos recursos y fuentes bibliográficas que posee una biblioteca, juegan un papel preponderante en el proceso enseñanza –aprendizaje, pues si los usuarios tienen conocimiento de lo que posee la biblioteca y que en éstos puede encontrar un apoyo para localizar, acceder, evaluar y asimilar la

información en sus procesos de aprendizaje, va incidir positivamente en la búsqueda de un alto rendimiento y a formar un mejor estudiante y un mejor actor del multicitado proceso de aprendizaje.

LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS CON LOS QUE CUENTA UNA BIBLIOTECA

- Acceso a los fondos. Puede ser por medio de los catálogos o bases de datos
- El servicio de información. Se orienta al lector en la búsqueda de información general y puntual como en necesidades más específicas sobre información bibliográfica y referencial.
- Formación de usuarios. Instrucción de cómo emplear todos los recursos informativos que se encuentran en la biblioteca, saber sacar máximo partido a los catálogos, etc.
- Colección General. Conformada por el fondo bibliográfico que cubren todas las áreas del conocimiento.
- Referencia. Conformada por obras como: Diccionarios, enciclopedias, directorios, manuales, guías, atlas, índices y resúmenes, entre otras.
- Publicaciones Periódicas (Revistas), Conformada por fascículos de revistas que se editan con el propósito de prolongarse en el tiempo y que salen en numeración consecutiva.
- Colección de Tesis de Grado La colección de tesis está conformada, como su nombre lo indica, por los trabajos de grado presentados por los estudiantes.

- Reprografía. Facilitar copias de los documentos conservados. Siempre prevalecerá el criterio de la conservación sobre la reproducción.
- Préstamo inter bibliotecario.
- Acceso a Bases de Datos, con la ayuda de la tecnología (internet)

LA BIBLIOTECA Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Las nuevas propuestas educativas que se vienen desarrollando en las escuelas, implican también reconsiderar la función de la Biblioteca en la institución escolar.

Hasta no hace mucho tiempo el docente era el poseedor del conocimiento; el libro, un objeto sagrado y la biblioteca, un templo sólo para iniciados. Desde esta concepción los alumnos no accedían a ésta, ni muchos menos sentían la necesidad de hacerlo. Al contrario, se sentía intimidado en ese ámbito.

En la actualidad las propuestas de enseñanza-aprendizaje tienen al alumno en el centro de la tarea, dándole un lugar protagónico en el proceso de aprendizaje, propiciando nuevos vínculos entre docentes y alumnos.

En este marco la biblioteca debe ser pensada e ideada para insertarse en un contexto real, con un proyecto pedagógico concreto, adaptada a las necesidades de la institución a la que pertenece y destinada a los alumnos reales y no al alumno ideal.

La biblioteca es entonces un ámbito en el que se conjugan el saber y el placer, lo científico y lo artístico, centro de investigación y recreación, por lo que puede albergar diversidad de intereses, tratar de que se compartan y se integren, siempre y cuando funcione en forma inclusiva y no expulsiva.

LA BIBLIOTECA COMO ENTORNO DEL APRENDIZAJE

La biblioteca es la mejor instancia para que profesores y estudiantes se conviertan en buscadores críticos, sujetos informados que aprendan y conozcan con la ayuda de los medios tecnológicos y las estrategias de búsqueda de información. Junto a ello está la aventura del acercamiento a libros que invitan a disfrutar de la lectura por placer, y por otra parte a usarla como medio de aprendizaje de contenidos específicos, incidiendo así de manera directa o indirecta, en su crecimiento como lectores.

En ella ofrecen horizontes que educan, enseñan y otorgan esa libertad que se arranca del saber. Sin embargo, los expertos están de acuerdo en que no basta con tener una biblioteca escolar, sino que es necesario que la institución educativa genere prácticas lectoras, pues si no hay razones para leer, la biblioteca no cumple a cabalidad su función.

Es necesario contar con la biblioteca como condición, pero eso no es suficiente, se requiere que las personas tengan razones para leer y se sientan capaces de hacerlo, para lo cual las instituciones educativas

precisan consolidar proyectos lectores que vinculen los intereses y expectativas de los estudiantes, no sólo en el plano académico.

LA BIBLIOTECA COMO AGENTE CANALIZADOR DE PROCESOS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El uso pedagógico, ha de estar vinculado al aprendizaje de los contenidos educativos de las distintas áreas curriculares y especialmente al desarrollo continuado en el alumnado de habilidades intelectuales y prácticas de lectura.

La biblioteca escolar corporeizada aquí por el equipo de apoyo, ha de constituir un agente catalizador y a su vez canalizador de iniciativas corresponsables dentro del centro educativo, vinculadas a los trabajos de investigación y a las intervenciones de lectura. Aquí la acción de apoyo a la labor docente es indirecta producida en el ámbito de la planificación y organización escolar.

Estas son las vías de actuación de apoyo pedagógico en las que hay que incidir, iluminando, proponiendo y ayudando al profesorado a encontrar adecuadas formas de utilizar los diversos recursos que la biblioteca proporciona al servicio de estos objetivos, el primero más metodológico y el segundo curricular.

Buscamos así de manera expresa la implicación y sensibilización del profesorado en su conjunto en estos dos, uno asociado a los medios de enseñanza, facilitadores de cambios metodológicos y otro asociado específicamente a la lectura en sus diversas modalidades como elemento clave del desarrollo personal y social del alumnado.

En este proceso encontramos la utilidad de la biblioteca al mismo tiempo que incidimos en la posibilidad que el profesorado incorpore de forma natural su uso y realizar la explotación didáctica de los recursos en la práctica docente.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MÉTODOS:

CIENTÍFICO.- Se utilizó principalmente para dar mayor rigor científico a la investigación, a través del cual, se determinaron los pasos sistemáticos e instrumentos necesarios en la investigación propuesta, mostrando el protocolo a seguir, sin perder de vista los objetivos planteados.

INDUCTIVO – DEDUCTIVO.- El mismo que permitió investigar de lo más sencillo a lo más complejo, para luego poder llegar al desglose y conocimiento de la realidad que enfrenta la biblioteca de la Unidad Educativa a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, de la ciudad de Macas en el proceso de promoción y difusión de los servicios de información.

ANALÍTICO – SINTÉTICO.- Que permitió analizar el problema, identificar sus partes y comprenderlo mejor. Seguidamente se acudió al proceso de síntesis con el fin de establecer la relación que existe entre las partes identificadas del problema de investigación.

MODELO ESTADÍSTICO.- Para determinar los resultados, realizar cuadros y gráficos, que permitieron una lectura veraz de la situación e interpretarla.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

REVISIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN: Para el desarrollo de la presente investigación se recurrió a fuentes de información como, libros, revistas y páginas electrónicas especializadas, a través del Internet.

ENCUESTA

Aplicada al Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el conocimiento que tienen de la biblioteca en lo referente a la promoción y difusión de los servicios informativos que presta y del uso de los recursos y fuentes bibliográficas, entre otros aspectos.

Aplicada a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el Uso de los Recursos y Fuentes Bibliográficas que ofrece la biblioteca institucional

POBLACIÓN

Población	Docentes	Administrativos	Estudiantes
Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez	20	10	500

Fuente: Nomina de Personal de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

MUESTRA

Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez		
Población	Número	Porcentaje
Docentes	10	50%
Administrativos	10	100%
Estudiantes	150	30%

Fuente: Nomina de Personal de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

f. RESULTADOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DR. CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ PARA CONOCER LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA.

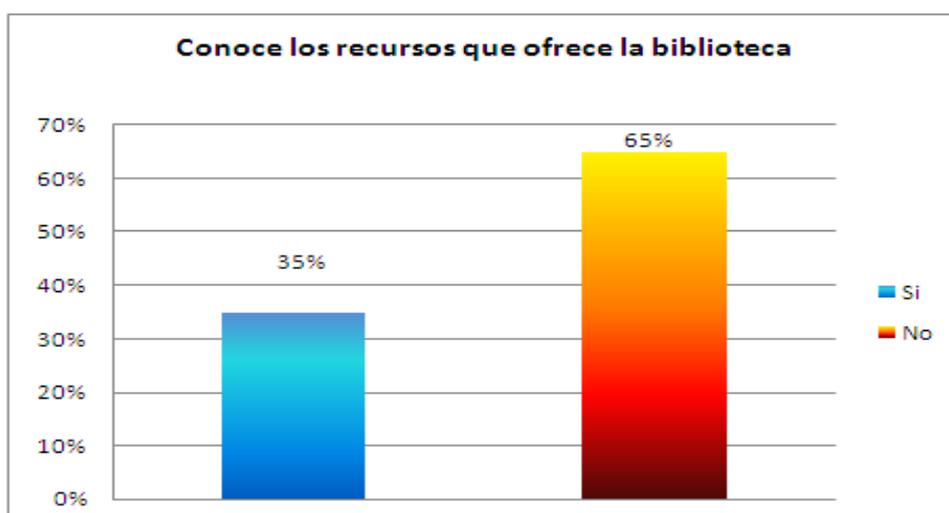
1. ¿Conoce los recursos que ofrece la biblioteca?

CUADRO No. 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	35%
No	13	65%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta a los Docentes y Administrativos de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No.1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 65%, del Personal Docente y Administrativo, mencionan que No conocen los recursos que ofrece la biblioteca; el 35% dice que Si los conoce.

La biblioteca debe cumplir un rol fundamental que es la de darse a conocer promocionando y difundiendo los servicios que ofrece, las colecciones que posee y las actividades que realiza, con el propósito último de atraer e incrementar el número de usuarios y con el objetivo de convertirse en un espacio ideal para la búsqueda de la información específica para el personal administrativo y docente de la institución

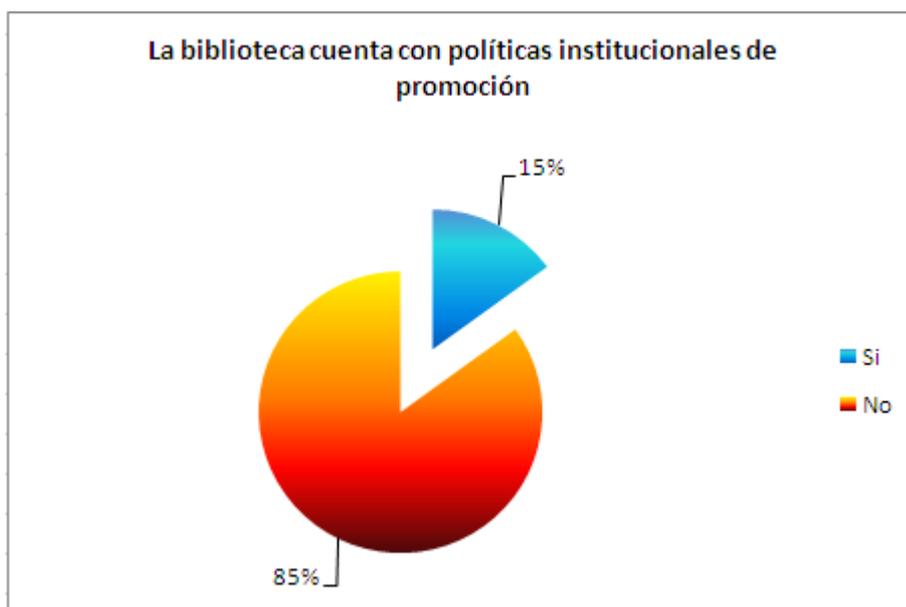
2. ¿La biblioteca cuenta con políticas institucionales de promoción sobre: la ubicación, horarios de atención y servicios informativos para los usuarios?

CUADRO No. 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	15%
No	17	85%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta a los Docentes y Administrativos de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 85% del Personal Docente y Administrativo menciona que No existen políticas institucionales de promoción con respecto a la ubicación, horarios de atención y servicios informativos y el 3% dice que Si.

La promoción y difusión de los servicios que ofrece la biblioteca no consiste en realizar actividades aisladas y sin planificación, sino que debe responder a una política plenamente establecida por ella misma y por la institución educativa de la que en este caso de está estudiando.

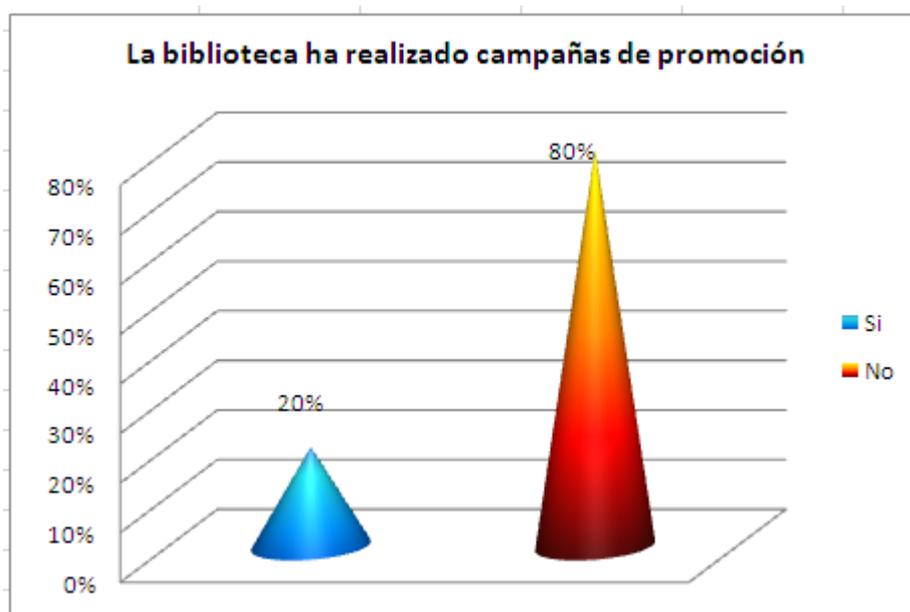
3. ¿La biblioteca ha realizado campañas de promoción de los recursos y servicios que posee?

CUADRO No. 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	20%
No	16	80%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta a los Docentes y Administrativos de la biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% del Personal Docente y Administrativo de la institución dice que No se ha realizado campañas de promoción de los servicios que ofrece la biblioteca y el 20 opina que Si.

Las campañas de promoción y difusión de la biblioteca deben ser sencillas, atractivas y eficaces. Hay que salir al encuentro de los usuarios, hacerles conscientes de sus necesidades de información y promocionar la biblioteca; «venderla» a la comunidad educativa mediante planificadas y astutas estrategias de promoción y difusión, con el fin de ofrecer a sus potenciales usuarios información relevante para que accedan a la biblioteca y la utilicen según sus necesidades.

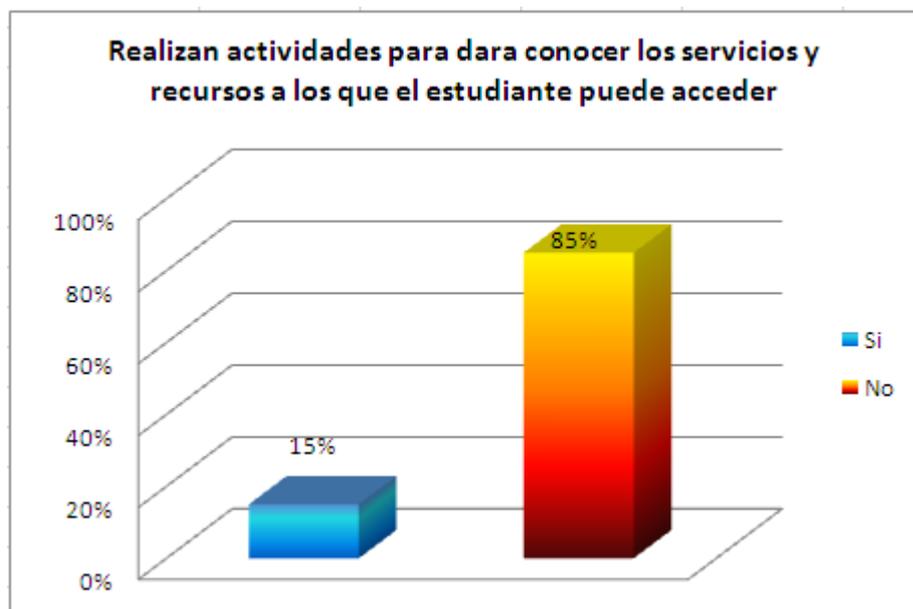
4. ¿Se realizan actividades en las que se da a conocer los servicios y recursos a los que pueden acceder los estudiantes?

CUADRO No. 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	15%
No	17	85%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta al Personal Docente y Administrativo de la biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 85% del Personal Docente y Administrativo dicen que No realizan ninguna actividad para dar a conocer los servicios que ofrece la biblioteca de la institución, solamente el 15 % dice que Si.

Este resultado permite ver que, a pesar que en la biblioteca se realizan actividades de promoción y difusión de los servicios a los que pueden acceder los estudiantes, estas carecen de efectividad ya que existe un alto porcentaje que no tiene conocimiento.

Es muy importante que los docentes sobre todo, incentiven a los estudiantes para que utilicen la biblioteca y les den información sobre todos los servicios e información que pueden encontrar en la institución, debe hacer consciente al estudiante de que la biblioteca es un recurso educativo facilitador del desarrollo de procesos de enseñanza-aprendizaje.

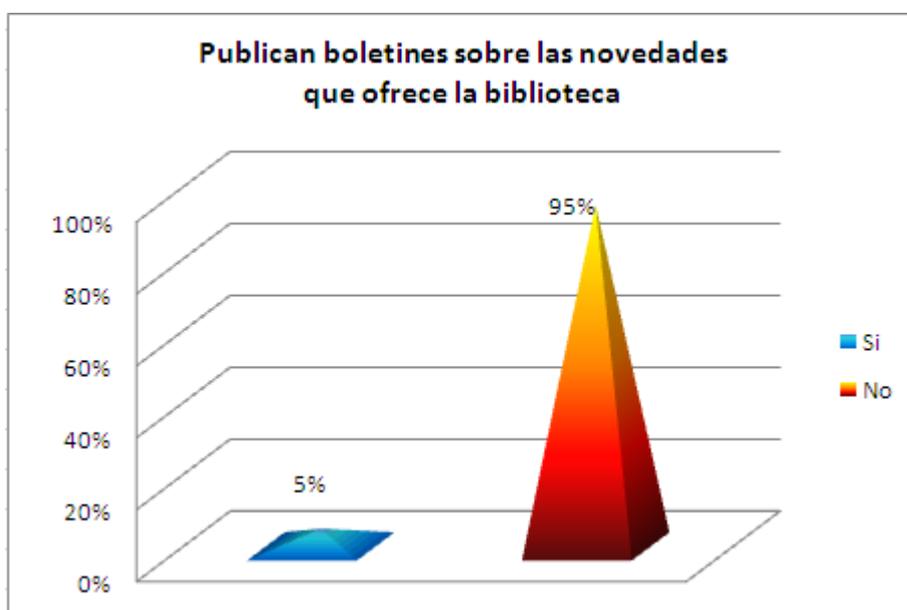
5. ¿Publican boletines sobre las novedades que ofrece la biblioteca?

CUADRO No. 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	5%
No	19	95%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta al Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 95% del Personal Docente y Administrativo afirma que No publica boletines que den a conocer las novedades de la biblioteca; el 5% señala que Si.

Ante este resultado cabe deducir que si bien la biblioteca puede estar emitiendo boletines promocionales, en cambio no existe a la par la colaboración de los docentes, no se unen en su mayoría a las actividades de promoción que pueda estar realizando dicha dependencia.

La promoción con material impreso amplía todas las posibilidades de acceso a la información; además es la forma más eficiente de atraer a los usuarios gracias a la creación de mensajes atractivos y sugerentes, que el personal bibliotecario tendrá que elaborar con toda habilidad basándose en la selección y combinación de estrategias ventajosas que cumplan específicamente su objetivo.

6. ¿Considera que la promoción y difusión de los servicios de información tienen incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas?

CUADRO No. 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	100%
No	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta a Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% del Personal Docente y Administrativo opina que la promoción y difusión de los servicios de información Si tiene incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas que oferta la biblioteca.

La promoción y difusión de los servicios y recursos de información en una biblioteca es la garantía de uso ante la gran influencia de información que la tecnología nos proporciona y el poco hábito a la lectura que la sociedad actual enfrenta. Ante este hecho se puede afirmar que para contrarrestar este efecto ha faltado creatividad en las estrategias de la promoción y difusión de los servicios que se ofrece la biblioteca, así como una generación de modelos y nuevos servicios que hagan atractiva la visita a la misma.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ PARA RECABAR INFORMACIÓN SOBRE EL USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.

1. ¿Usted acude a la biblioteca cuando requiere información para realizar sus tareas escolares?

CUADRO No. 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	20%
No	120	80%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta a los estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de Estudiantes contestan que No acuden a la biblioteca cuando requieren información a realizar sus tareas escolares; el 20% señalan que Si.

La biblioteca tienen una gran importancia por cuanto influye positivamente en los resultados del aprendizaje, pues el desarrollo de las habilidades lectoras complementadas con el uso de los recursos pueden dar mejores resultados a la hora de investigar un tema o realizar una tarea escolar, puesto que son complementarias tanto a las explicaciones del profesor como de búsqueda de temas de interés o de temas no comprendidos.

Se entiende por tarea escolar las actividades de índole académico que debe realizar el estudiante de manera autónoma apoyándose en la información científica pertinente.

2. ¿Cuenta la biblioteca con folletos informativos?

CUADRO No. 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	10%
No	135	90%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia
Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 90% de los Estudiantes encuestados manifiestan que la biblioteca No cuenta con folletos informativos: el 10% señala que Si.

Los materiales publicitarios escritos son de mucha ayuda en la difusión de información importante de la biblioteca, como son: la ubicación, horarios, el acervo bibliográfico del que dispone y los servicios que ofrece. Utilizando siempre una presentación sencilla pero atractiva y con un lenguaje acorde al tipo de estudiantes al que va dirigida.

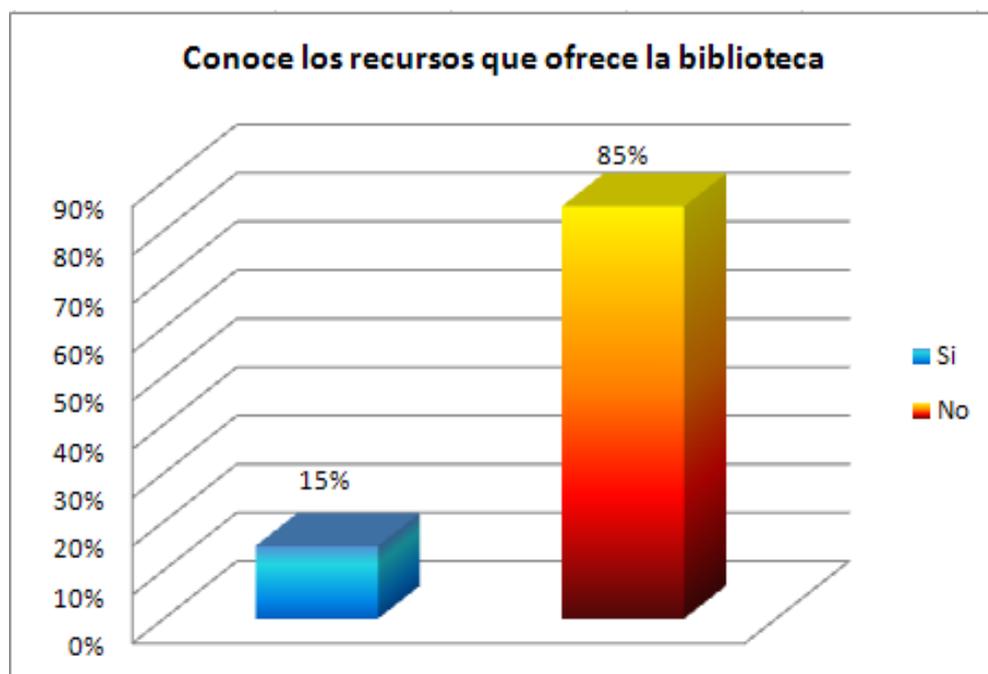
3. ¿Conoce usted los servicios que oferta la biblioteca?

CUADRO No. 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	23	15%
No	127	85%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia
Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 85% de los Estudiantes encuestados manifiestan que No conoce los servicios que oferta la biblioteca; el 15% señala que Si.

En este caso existe una gran mayoría de Estudiantes que manifiestan que no tienen conocimiento de los servicios que oferta la biblioteca; lo cual es un indicador poderoso de la falta de promoción de los servicios bibliotecarios.

El conocimiento de los servicios que oferta una biblioteca es primordial para un estudiante, ya que si conocen bien la organización de la biblioteca y los servicios del que dispone, va a aprovechar de forma óptima estos recursos y por ende su aprovechamiento va a mejorar.

4. ¿La biblioteca se ha interesado en conocer el grado de satisfacción frente a sus requerimientos de información?

CUADRO No. 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	2%
No	147	98%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia
Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 98%, de los Estudiantes encuestados responden que la biblioteca No se ha interesado en conocer sobre el grado de satisfacción frente a sus requerimientos de información; solo el 2% dicen que Sí.

En el área de la bibliotecología las necesidades de información del estudiante se refieren a todo aquello que él quiere saber y que lo busca a través de los diferentes servicios que le ofrece la biblioteca.

Los resultados obtenidos en este ítem son una voz de alerta para los funcionarios de la biblioteca quienes deben indagar constantemente sobre las necesidades de información de sus estudiantes, a fin de incrementar mejoras permanentes basadas en indicadores reales y no en supuestos.

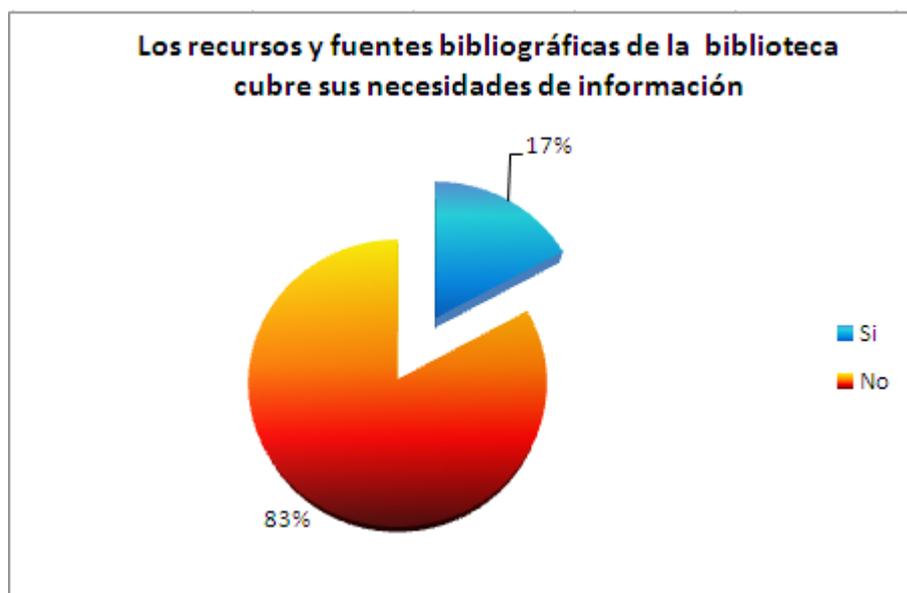
5. ¿Los recursos y fuentes bibliográficas de la biblioteca cubre sus necesidades de información?

CUADRO No. 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	17%
No	125	83%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta a los estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 83% de los Estudiantes encuestados manifiestan que los recursos y fuentes bibliográficas de la biblioteca No cubre sus necesidades de información; 17% señala que Si.

Para que los servicios sean aprovechados al máximo por los Estudiantes, se debe mantener un equilibrio entre la calidad, cantidad y actualidad de los recursos y fuentes bibliográficas, ya que sólo de esta forma es posible garantizar y establecer un vínculo entre las necesidades de información que requieren para realizar sus trabajos investigativos. De esta manera la biblioteca no sólo es transmisora de información, sino que se convierte en generadora y distribuidora de información.

6. ¿Ubica con facilidad en la biblioteca la información que requiere para realizar sus tareas escolares?

CUADRO No. 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	13%
No	130	87%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta a los estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez
 Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 87% de los Estudiantes encuestados manifiestan que No ubican con facilidad en la biblioteca la información que requieren para realizar sus tareas escolares; el 13% contesta que Si.

Toda biblioteca debe facilitar su utilización mediante recursos como la división en zonas, señalización o incorporando sistemas automatizados que simplifiquen los procedimientos de búsquedas y consultas; estos sistemas de organización de las bibliotecas responden a una práctica muy experimentada y garantizan la máxima explotación y el uso de los recursos en una forma óptima.

7. ¿Considera que la promoción y difusión de los servicios de información tienen incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas?

CUADRO No. 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	136	91%
No	14	9%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia
 Doctor Camilo Gallegos Domínguez
 Elaboración: Investigadora

GRÁFICO No. 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 91% de los Estudiantes encuestados señalan que una adecuada promoción y difusión de los servicios de información que preste la biblioteca, Si tiene incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas; el 9% señalan de No.

Es importante que los Estudiantes tengan conocimiento de la información que la biblioteca dispone para su utilización, pues al tener conocimiento de todo lo que hay en la biblioteca no tendrán problemas en encontrar el material y la información que necesitan para realizar sus tareas escolares.

A través de la promoción y difusión, se da a conocer a los Estudiantes, la existencia de la biblioteca, los servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que realiza, con el propósito de incrementar la asistencia de usuarios y la utilización del acervo.

g. DISCUSIÓN

Una vez concluido el presente estudio investigativo, de acuerdo a las técnicas aplicadas, se desprende que:

El Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, en base a la pregunta seis: ¿Considera que la promoción y difusión de los servicios de información tienen incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas?; en un 100% corroboran que una buena promoción y difusión de los recursos bibliográficos del que dispone la biblioteca si tiene incidencia en su utilización.

Los Estudiantes de la biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, en base a la pregunta siete: ¿Considera que la promoción y difusión de los servicios de información tienen incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas?; el 91% de los Estudiantes afirman que una buena promoción y difusión de los recursos bibliográficos del que dispone la biblioteca si tiene incidencia en su utilización.

En definitiva esto resultados confirman que si los funcionarios de la biblioteca no utilizan estrategias de promoción y difusión de los servicios y recursos informativos, la institución educativa estudiada seguirá siendo una

biblioteca subutilizada; esto debido a que los Docentes, Administrativos y Estudiantes no tienen conocimiento de estos recursos informativos y de los servicios que ofertan.

h. CONCLUSIONES

Al término del presente trabajo investigativo, en base a los métodos y técnicas aplicadas, se arribó a las siguientes conclusiones:

- El Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, en un 100% considera que una buena promoción y difusión de los recursos bibliográficos del que dispone la biblioteca si tiene incidencia en su utilización.
- Los Estudiantes de la biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, el 91% de los Estudiantes afirman que una buena promoción y difusión de los recursos bibliográficos del que dispone la biblioteca si tiene incidencia en su utilización.

i. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones, se proponen las siguientes recomendaciones:

- El Personal Docente y Administrativo de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, debería incluir en su plan laboral políticas de promoción y difusión de los recursos y fuentes bibliográficas que posee la biblioteca para que esta dependencia, se convierta en lo que debe ser, un espacio para que Docentes y Administrativos sean buscadores críticos y sujetos informados, incidiendo así de manera directa o indirecta, en su crecimiento profesional.
- El personal de la biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, debería realizar campañas de promoción y difusión de los servicios que ofrece la biblioteca, recurriendo a estrategias novedosas de marketing con el fin de volverla atractiva para todos los Estudiantes de la comunidad educativa.

j. BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE BIBLIOTECARIOS GRADUADOS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, 2008. Manual para Promotores de Bibliotecas. Argentina.

ASOCIACIÓN MEXICANA DE BIBLIOTECARIOS (AMBAC). 2008. Manual para promotores de bibliotecas. Argentina. Encontrado en:

www.abgra.org.ar/documentos/pdf/Manual_Promotores.pdf

CALVA GONZALEZ, Juan José. 2009. Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información. México.

EDIBOSCO, 2008. Metodología de la investigación científica, Ecuador.

GUTIERREZ M., Abraham, 2002. Curso de técnicas de investigación y métodos del estudio, Quito, Ecuador.

ILLESCAS, Ma. Jesús. 2003. Estudiar e investigar en la biblioteca escolar, la formación de usuarios. Gobierno de Navarra. Serie Verde 4. España. Encontrado en:<http://es.scribd.com/doc/44014953/Estudiar-e-investigar-en-la-biblioteca-escolar-la-formacion.de.usuarios>.

Internet: www.bibliotecasdeecuador.com

Internet: www.rincondelbibliotecario.com

JUNTA DE ANDALUCIA. 2011. Organización y funcionamiento de la biblioteca escolar, tareas básicas. España. Encontrado en:

www.juntadeandalucia.es/averroes/bibliotecaescolar/images/Mispdf/DR2BECREA.pdf.

LA PROMOCIÓN DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA. Encontrado en: dgb.conaculta.gob.mx/Documentos/PublicacionesDGB/ApoyoCapacitacionBibliotecaria/SerieInstructivos/PromocionServicios/PromocionBiblioteca.pdf.

MIYAGUI, Flora. 2001. Marketing en Unidades de Información y Afines, Perú.

MONFASANI, Rosa M. 2006. Usuarios de la información, formación y desafíos. Cap.3. Buenos Aires. Alfagrama. Encontrado en:
http://Hum.unne.edu.ar/academica/departamentos/informac/cátedras/estudios_u/bloque-2/biblio/monfasani.pdf.

QUIROGA R., Celiar. 2005. Promoción y divulgación servicios de la biblioteca. Bogotá. Colombia.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, 2010. Guía para elaborar proyectos de investigación. Loja, Ecuador.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, 2010. Taller: Elaboración de Proyectos, Loja.

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICABLES. 2001. Biblios, Revista electrónica de Bibliotecología, Archivología y Museología. Perú.

VALLEJO SIERRA, Ruth Elena. 2008. El mercadeo de los servicios en las bibliotecas públicas; ¿una herramienta que se usa?. Bogotá. Colombia.

WENDELL, Laura. 1998. Biblioteca para todos, cómo crear y dirigir una biblioteca sencilla. Paris: UNESCO.

k. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERAS EDUCATIVAS
CARRERA DE BIBLIOTECOLOGÍA.

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE
INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD
EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A
DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS
DOMÍNGUEZ, DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA
DE MORONA SANTIAGO Y SU INCIDENCIA EN EL USO
DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS
POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA.
PERÍODO 2011 – 2012.

Tesis previa a la obtención del
grado de Licenciada en
Bibliotecología e Información
Científica - Técnica.

AUTORA:

Sra. Ruth Senaida Rodríguez Noriega

Loja – Ecuador
2011

a. TEMA

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL COMPENSATORIA A DISTANCIA DOCTOR CAMILO GALLEGOS DOMÍNGUEZ, DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO Y SU INCIDENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS Y FUENTES BIBLIOGRÁFICAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA. PERÍODO 2011- 2012.

b. PROBLEMATIZACIÓN

Desde que apareció el libro, surgió la biblioteca y la sociedad la concibió como un medio adecuado para preservar el acervo cultural de la humanidad. Pero como es natural la biblioteca ha ido evolucionando y adaptándose a las necesidades de los lectores a través de las diferentes épocas, y es que si no hay lectores, las bibliotecas no tendrían razón de ser.

Modernamente a la biblioteca se la concibe como una organización, un espacio o centro de recursos bibliográficos, documentales y multimedia que proporciona información y conocimiento que son básicos para que el individuo se desenvuelva con éxito en el cambiante mundo en que vive.

Pero cuando la biblioteca pertenece a un centro educativo, como en el caso de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor. Camilo Gallegos Domínguez, en donde sus estudiantes estudian a distancia, ésta adquiere un significado e importancia especial, pues se convierte en un factor gravitante dentro del proceso de enseñanza, por cuanto es la biblioteca la que suministra la información complementaria para que los estudiantes resuelvan sus dudas e interrogantes durante el tiempo en que realizan su estudio autónomo, dado que la modalidad misma de estudio la exige y requiere que los alumnos sean usuarios asiduos de este medio de información.

El número de estudiantes que pertenecen a la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, asciende a 3.000 alumnos en la provincia de Morona Santiago, de estos, 500 alumnos asisten a recibir clases en el Centro Asociado Macas, en la ciudad de Macas, lugar donde está ubicada la biblioteca objeto de estudio. Dichos alumnos asisten dos veces a la semana a recibir las tutorías respectivas, el tiempo restante de la semana esta para que realicen las tareas y trabajos de investigación, entre otras actividades personales.

La biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, cuenta con un acervo bibliográfico de 4.000 libros, amplias salas de lectura y con servicio de internet y bases de datos. Sin embargo se ha podido constatar que tan solo el 2% de los alumnos asisten diariamente a la biblioteca.

Institucionalmente se evidencia la falta de una política institucional de promoción de los servicios con que cuenta la biblioteca. Ciertamente, hasta ahora no se ha realizado campañas de difusión y promoción de los beneficios bibliotecarios con que cuenta la biblioteca, a pesar de que la institución tiene cobertura a nivel cantonal y provincial. Este aspecto es fundamental en una biblioteca, por cuanto institucionalmente impide motivar al usuario para que acuda a realizar sus consultas.

Existe un desconocimiento por parte de los usuarios acerca de los servicios informativos que esta biblioteca esta ofertando para que realicen las labores investigativas, impidiéndoles hacer uso de los siguientes servicios como: el servicio de referencia, servicio de internet con acceso a bibliotecas virtuales, servicio de hemeroteca actualizada, salas de lectura privadas, etc. Este desconocimiento que se presenta en los usuarios es por la falta de promoción y difusión de los servicios que está ofertando la biblioteca, generando una subutilización institucional e impidiendo que sean aprovechados al máximo estos recursos que permitirá al usuario ampliar sus conocimientos al momento de realizar sus trabajos investigativos y sea esta biblioteca considerada por los estudiantes como un elemento de apoyo clave en el proceso de aprendizaje.

Existe un descuido institucional acerca de la difusión permanente que debe ir dirigida tanto para los usuarios internos y externos de la biblioteca, sobre la información que se debe dar acerca de la existencia, ubicación y horarios de atención de la biblioteca, este hecho conlleva a que los usuarios no puedan hacer uso de los servicios bibliográficos e informativos que ofrece la biblioteca y poco a poco se pierda el interés en realizar sus trabajos investigativos en la biblioteca de la institución y busquen otras alternativas fuera de ella.

Al no darse una correcta promoción y difusión de los servicios que ofrece, esta biblioteca a la larga va a tener repercusiones negativas, ya que los

usuarios no valoran todos los servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que se realizan en esta biblioteca, al estar al servicio de un establecimiento educativo.

Problema:

Este hecho lleva a plantear una gran interrogante: ¿Por qué los estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez no hacen uso de la biblioteca?

c. JUSTIFICACIÓN

Según algunos estudios realizados, un problema grave y que tiene plena actualidad es la falta del hábito de la lectura en los estudiantes de todos los niveles, lo que determina la ausencia de lectores e investigadores en las bibliotecas escolares y públicas. Los estudiantes no leen; los docentes y administrativos, tampoco lo hacen en su gran mayoría.

Frente a los avances tecnológicos, cada vez se hace necesaria la aplicación de nuevas herramientas que faciliten la comunicación y difusión de los servicios bibliotecarios y que a su vez ofrezcan la posibilidad de satisfacer mejor las demandas informativas de nuestros usuarios.

No basta con crear buenos servicios, o contar con un buen fondo bibliográfico y acceso a multitud de bases de datos u otras fuentes de información, si no se busca los mecanismos idóneos para captar usuarios. Se debe dar mayor importancia a la difusión y promoción de los servicios bibliotecarios.

Obviamente los estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, no son ajenos a este problema. Basta con recordar que desde la fundación de la biblioteca el uso de la biblioteca por parte de los estudiantes ha sido incipiente.

Si el estudiante a distancia no acude a la biblioteca con el fin de ampliar, complementar y producir conocimiento, muchas veces el que no obtuvo de sus maestros, está prescindiendo de un recurso de aprendizaje esencial en el proceso académico, lo que supone retroceso y marginación.

Esto es justamente lo que impulsa a realizar la presente investigación, ya que el propósito es el promocionar y difundir los servicios informativos que ofrece la biblioteca.

El trabajo propuesto tiene incidencia en el ámbito social y económico, en razón de que contribuirá a mejorar la calidad de la educación, tan venida a menos en el país. En efecto, si los estudiantes desarrollan el hábito de la lectura, de la investigación bibliográfica y aprenden a aprender, es posible esperar que eleven también la calidad de sus estudios y optimicen su aprovechamiento.

Esta investigación tiene plenas posibilidades porque, en primer lugar, se dispone de la capacidad y capacitación técnica y académica necesaria para emprender este trabajo investigativo y, en segundo lugar, se cuenta con la plena aceptación y el interés de las autoridades de la institución.

d. OBJETIVOS

GENERAL

Dar a conocer los servicios de información que ofrece la biblioteca de la institución educativa para que los usuarios utilicen los recursos y las fuentes bibliográficas en forma oportuna.

ESPECÍFICOS

Establecer la relación que existe entre la promoción y difusión de los servicios de información, frente a la utilización de los recursos y fuentes bibliográficas por parte de los usuarios de la Biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez.

e. MARCO TEÓRICO

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

¿QUÉ ES LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN?

La promoción de los servicios de información es dar a conocer a los usuarios de la comunidad, la existencia de la biblioteca, los servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que realiza, con el propósito de incrementar la asistencia de usuarios y la utilización del acervo.

¿CUÁL ES EL ROL FUNDAMENTAL QUE CUMPLE LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN EN LA BIBLIOTECA?

El rol fundamental que cumple la promoción de los servicios de la información, es la de publicar y comunicar a los usuarios los servicios bibliotecarios a través de materiales y actividades informativas y promocionales, sin olvidar que nuestra actividad diaria y el contacto directo con el público forma parte en sí del proceso comunicativo.

Es importante y fundamental, que todos los días promocionemos a nuestros usuarios, de los beneficios con los que cuentan para realizar sus trabajos investigativos, ya sea utilizando el acervo bibliográfico o los medios electrónicos con que cuenta la biblioteca; solo de esta manera estaremos cumpliendo con el rol que cumple una verdadera promoción.

FINALIDAD DE LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

La promoción de los servicios de información tiene como finalidad captar la atención de los usuarios, despertar interés del usuario para incrementar el número de investigadores, provocar la acción de solicitar los servicios y dar una imagen de calidad para que los usuarios prefieran utilizar los servicios que oferta la biblioteca; utilizando métodos y técnicas apropiadas, apoyándose en el potencial de algunos medios masivos de comunicación, además de otros recursos informativos.

LA IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN DE LA PROMOCIÓN EN LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN EN UNA BIBLIOTECA

Durante mucho tiempo, las bibliotecas operaron sin llevar a cabo un proceso de evaluación, se daba por hecho que sí en éstas no existía ningún tipo de queja, toda la biblioteca funcionaba satisfactoriamente. Sin embargo, con el paso del tiempo, la evaluación se fue convirtiendo en un elemento esencial para la buena gestión de cualquier biblioteca. De esta forma, la evaluación de la promoción de los servicios se convirtió en una herramienta de primer orden para mejorar las actividades y servicios que presta la biblioteca.

Realizar un análisis de la evaluación, permitirá tomar en cuenta elementos que hagan que el programa de promoción se desarrolle de una manera más adecuada y se cumpla con los objetivos del mismo.

La evaluación de la promoción de los servicios de información, hará posible realizar un balance con el fin de mejorar gradualmente los resultados de la promoción, que se reflejan directamente en la biblioteca por el incremento del número de usuarios y del uso del acervo.

POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN QUE DEBERÍA IMPLEMENTARSE EN LA BIBLIOTECA.

La biblioteca debe tener una política de comunicación, difusión y promoción donde haga conocer a los usuarios los servicios que ofrece, por medio de una planificación y desarrollo de todos los aspectos relativos a brindar nuevas oportunidades y apoyos académicos.

Debe establecerse una política de promoción eficaz, eligiendo el mensaje, soporte y canal adecuados, en función del receptor y según las características de los beneficiarios con los que estamos trabajando.

La promoción se tiene que dar a conocer estimulando la demanda, proporcionando al usuario información completa y lo más relevante posible ya que la biblioteca ofrece muchos más servicios de los que conocen los usuarios.

No basta con tener buenos servicios si no lo sabemos comunicar, por ello tenemos la obligación de informar sobre los servicios que ofrecemos.

Para ello se debe valer de los siguientes medios:

- Hacer publicidad únicamente de los servicios que realmente estemos seguros de su buen funcionamiento. No debemos difundir servicios que no sean de calidad.
- Tener claro el segmento y tipo de beneficiarios al que dirigimos la publicidad.
- No debemos difundir servicios que no tengamos clara su continuidad o que en un momento determinado no se vayan a poder mantener.
- La difusión de los servicios siempre debemos enfocarla a incrementar la utilización de nuestros servicios y a mejorar la imagen
- Diseño de folletos, publicaciones y material promocional.
- Diseño de páginas web y utilizar de las posibilidades promocionales de la red.
- Señalización externa e interna
- Realización de actividades de campañas y actos conmemorativos.

ASPECTOS A TOMARSE EN CUENTA PARA LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN.

Para que la promoción tenga un resultado positivo en cuanto a los objetivos propuestos, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Selección de un medio de comunicación
- Seleccionar el público objetivo al que está destinada la promoción

- Definición de estrategias que se van a emplear al momento de realizar la promoción
- Determinar la duración de la promoción
- Etapas de la promoción: Planificación, lanzamiento, Ejecución y finalización de la promoción.
- Evaluación de la promoción realizada

MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA REALIZAR LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

- Prensa

Durante la etapa promocional es importante realizar boletines de prensa dirigidos a los medios impresos, en los cuales se informe la existencia de nuevas obras, de conferencias destinada a usuarios, de la implementación de nuevos servicios, cambios de horarios, etc.

- Televisión o Video

La televisión, como uno de los medios de mayor poder persuasivo, debe ser considerada en la promoción. Obviamente que los altos costos de este medio, será un límite, por lo que su uso debe ser el indispensable.

Para bajar costos podemos hacerlo por medio de convenios institucionales o lograr que las autoridades de la institución realizarán entrevistas en los canales locales, dónde se haga conocer las diferentes actividades que se realizan en la biblioteca.

- Radio

Por las mayores ventajas que ofrece este medio, puede ser uno de los más utilizados. Boletines de prensa, entrevistas pregrabadas y en vivo, reportajes, cuñas, entre otras.

- Afiches

Como en toda promoción o difusión de la información, se debe contar con afiches que informen cada una de las actividades que se están llevando a efecto en la biblioteca.

Estos afiches deben ser llamativos, acordes con el público al que va dirigida la información que deseamos hacer conocer y en tamaños grandes y pequeños.

- Vallas espectaculares

Estas cumplen un importante papel en la promoción de la información. La realización de vallas permite crear una imagen de grandeza de la promoción, permitiendo impactar a los perceptores de este medio publicitario.

- Conferencias

Las conferencias constituyen otro instrumento importante en la promoción en la actividad promocional.

Para la realización de estas conferencias, los bibliotecarios podrían apoyarse en los videos elaborados para este propósito, luego de la cual, sería muy importante abrir un foro con los asistentes a la conferencia.

- Páginas Web

En la actualidad los medios electrónicos, nos permite con la ayuda del internet ofrecer nuevas oportunidades para llevar a cabo una gran promoción de los servicios que oferta una biblioteca, ya que por medio de la página web que la institución posea se puede informas todas las actividades que se realizan en la biblioteca y los servicios que oferta.

- Impresos y otros

La publicidad impresa es de gran utilidad y permitirá contemplar el éxito que va a tener la actividad promocional. Dentro de los impresos existen una variedad infinita de formas, pero preferimos sugerir algunas de ellas, que a nuestro juicio serían las más provechosas.

- Las octavillas o las denominadas “pulgas” como se las conoce en nuestro medio, su mensaje es directo, claro y sencillo.
- Los plegables, también conocidos como trípticos
- Los stikers o también llamados Adhesivos promocionales.

EL MARKETING

El marketing bibliotecario se puede definir como el conjunto de actividades que la biblioteca realiza encaminadas a identificar las necesidades informativas de nuestros usuarios, para satisfacerlas de forma rentable, anticipándonos a ellas en la medida que nos sea posible.

OBJETIVOS DEL MARKETING

La actividad de marketing bibliotecario, debe servir para la toma de decisiones y llevar a cabo acciones que conduzcan al logro de los objetivos de la biblioteca, bien de forma general o enfocada a servicios específicos. Debemos establecer los objetivos que se quieren conseguir tanto a largo como a corto plazo, definiéndolos plenamente en un plan.

Se establecerá objetivos concretos, coherentes, cuantificables, que se puedan medir.

Los objetivos que se establecerían en un plan de marketing para una biblioteca serían:

- Ofrecer servicios que alguien esté dispuesto a consumir, lo que implica conocer las necesidades y preferencias de los usuarios reales y potenciales.
- Lanzar a los beneficiarios nuevas ofertas y recursos informativos para atraer nuevos clientes.
- Evitar que los usuarios que existen dejen de utilizar nuestros servicios. Para ello, es necesario que la biblioteca esté inmersa en un plan de mejoras continuas, modificando las conductas de consumo en los casos que sea necesario.
- Conseguir un mayor nivel o frecuencia de uso de los servicios, implementando al máximo el aprovechamiento de los recursos informativos disponibles.
- Conocer y mejorar la imagen que se tiene de la biblioteca, modificándola en

los casos que sea necesario.

- Crear una conciencia colectiva dentro de la Comunidad institucional, transmitiendo la idea de que una buena utilización de los fondos informativos y servicios, incidirá directamente en la mejora de la calidad de la enseñanza e investigación y aumentará el prestigio de la institución.
- Intentar que las autoridades de las que depende la biblioteca no tengan la percepción de que se asignan los recursos en vano, deben conocer los resultados del trabajo realizado, demostrándoles que es un servicio rentable y conseguir que tengan una imagen positiva de la misma, por lo que es importante hacer marketing hacia ellos.

EL MARKETING COMO HERRAMIENTA ESENCIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS EN UNA BIBLIOTECA

Como consecuencia de la época tradicional que existe en el desarrollo de las bibliotecas escolares en nuestro país y la mala situación por la que atraviesan muchas bibliotecas, los alumnos llegan a la Universidad con un pésimo conocimiento de los servicios, recursos y posibilidades informativas con las que cuentan las bibliotecas. En una palabra podríamos decir que el alumno llega a la Universidad sin saber desenvolverse en una biblioteca.

Este desconocimiento y mal uso que se hace de los servicios, provoca que muchas veces no sean usuarios, es decir, que no sean clientes nuestros.

El profesorado, en muchas ocasiones, se encuentra bastante desfasado y desconoce también los servicios con que contamos, necesita recibir

información y formación sobre distintas fuentes que le pueden ser de gran utilidad en la labor docente e investigadora.

Dentro de este contexto, es necesaria la realización de estudios que permitan detectar esas carencias y necesidades para posteriormente adecuar nuestros servicios a las mismas y satisfacer la demanda con la mayor calidad posible de usuarios.

Para ello, el marketing se presenta como una herramienta idónea, si partimos de la base que estamos trabajando con recursos informativos, ofrecido por una Biblioteca, a los usuarios que lo utilizan y lo necesitan.

El marketing no debemos entenderlo como una herramienta que cree esas necesidades, sino que las identifique para satisfacerlas después de forma rentable y obtener el máximo de calidad en la oferta y utilización de nuestros servicios bibliotecarios como la consecución de unos objetivos previamente establecidos en un plan.

El marketing no debe ser una tarea que realicemos esporádicamente. A la hora de llevar a cabo una estrategia de marketing, es necesario ponerla en marcha de forma planificada y continua.

Es necesario promover la idea dentro de la propia unidad y contar con un personal suficientemente motivado y consciente de que por encima de

cualquier otra prioridad hay que satisfacer las necesidades de los usuarios.

No basta con crear buenos servicios y esperar, o contar con un buen fondo documental y acceso a multitud de bases de datos u otras fuentes de información, si no sabemos darles publicidad y captar clientes, si en definitiva el cliente desconoce esas posibilidades.

Debemos ser conscientes de la importancia que tiene el hecho de dar a conocer los servicios bibliotecarios y promover los recursos informativos entre nuestros usuarios. Al mismo tiempo, tenemos que promover la idea y hacerla llegar a las autoridades académicas, haciéndoles ver la repercusión que puede tener para la comunidad institucional y el ámbito docente e investigador ofrecer un servicio bibliotecario de calidad.

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING EN UNA BIBLIOTECA

Los servicios de información que ofrecen las bibliotecas deben resolver las necesidades informativas de sus usuarios presentes y futuros. El marketing estratégico obliga a que las bibliotecas comprendan las cambiantes necesidades informativas de sus usuarios, para así poder ofrecer servicios enfocados a los mismos.

En la era de la explosión informativa, con una abundancia de información publicada y transmitida por medios electrónicos, las bibliotecas deben llevar

a cabo iniciativas activas para introducir los productos y servicios de las tecnologías de la información para así satisfacer las necesidades informativas de una sociedad que está rápidamente transformándose en una sociedad digital.

Con lo antes mencionado se sugiere que las bibliotecas deben implementar las siguientes estrategias de marketing:

- Trazar Objetivos. ¿Qué queremos conseguir? Pueden ser más usuarios, una mejor valoración de nuestros servicios, recabar ideas de mejora, ampliar nuestra oferta de servicios, etc.
- Estudiar a los Usuarios. Quiénes son, cómo son, dónde están...
- Tener claros los Conceptos. De qué vamos a hablar, qué queremos vender, qué necesitan los usuarios.
- Clasificación de las Herramientas. Qué redes sociales son las más adecuadas y cómo funcionan.
- Actividades y las Tareas. Al unir los objetivos con los usuarios y las herramientas forzosamente aparecen tareas a realizar. Estas son las que nos deben llevar al éxito.
- Personas. En este caso no hablo de usuarios sino de personas de la biblioteca. ¿Cuál debe ser la voz? ¿Debe haber varias? ¿Deben tener nombre o escudarse bajo el nombre biblioteca? Y también: ¿quién debe encargarse de cada tarea?.
- Definir Tiempos. Hay que definir fases y temporalizar las tareas.

- Realizar Evaluaciones. Debemos establecer mecanismos para poder evaluar periódicamente el estado del proyecto y tomar medidas correctoras, modificar los objetivos o lo que sea necesario.

Además de las estrategias señaladas se puede realizar las siguientes actividades de marketing:

- Realizar exposiciones: las exposiciones, las muestras públicas de las colecciones.
- Publicar boletines de noticias sobre eventos y novedades de la biblioteca.
- Publicaciones de bibliografías, listas de lecturas, guías temáticas, tutoriales para el uso de recursos concretos o bases de datos del catálogo.
- Formación de usuarios
- Presentación de la biblioteca en multimedios(diapositivas, videos, etc.)
- Presentación de la biblioteca utilizando los medios electrónicos.
- Participación de actos públicos
- Organizar programas para captar amigos de la biblioteca
- Elaborar carteleras informativas

EVALUACIÓN DEL MARKETING APLICADO EN UNA BIBLIOTECA

La evaluación en una biblioteca es importante para extraer conclusiones sobre la efectividad de la estrategia de marketing utilizada y para saber si se han cumplido los objetivos marcados.

Es por eso que la biblioteca tiene que establecer un sistema de control de los antiguos y nuevos servicios tecnológicos que se están introduciendo para medir su efectividad y el grado de aceptación de los usuarios, a la vez que se comprueba las estrategias de marketing para promocionar esos productos y servicios informativos.

El proceso de evaluación implica conocer la opinión del personal del centro, de los usuarios y de los proveedores de información y de tecnología.

Pero para evaluar y controlar los objetivos que se desea conseguir con las acciones de Marketing, el primer requisito es que éstos sean cuantitativos y dentro de un periodo determinado de tiempo.

Estas evaluaciones y controles permanentes dependerán en cierta forma de cómo van respondiendo las acciones de Marketing, para de esta forma ejercer el control necesario e implementar las acciones correctivas que evite a tiempo cualquier desviación sobre el plan previsto y asegurar que se cubren los objetivos generales que se han planteado en la biblioteca.

Es fundamental que exista un proceso de evaluación constante de nuestros servicios, conocer la satisfacción de nuestros usuarios y corroborar que se ofrecen unos servicios de calidad.

PROGRAMAS DE MARKETING APLICABLES EN UNA BIBLIOTECA

No es suficiente ofrecer un servicio básico, sino que debe ser de calidad, y la calidad empieza en la planificación. La planificación del marketing se presenta como una herramienta que engloba un ciclo cerrado, comenzando siempre por la realización de estudios de mercado (documentar la situación de partida en la que se encuentra la biblioteca), establecimiento de unos objetivos, ejecución de las decisiones y una fase final de evaluación, relacionando siempre el análisis y el plan de acción con los resultados obtenidos.

Estudio del Mercado

Antes de elaborar y difundir nuestros productos informativos, debemos estudiar a nuestros usuarios, ya que en la comunidad hay gran diferencia de intereses, niveles de conocimiento y demanda de información y servicios, entre estudiantes, profesores o investigadores, otros e incluso esta diferencia de necesidades e intereses también es válida en función de la titulación.

Los estudios de mercado constituyen la herramienta fundamental sobre la que se asienta cualquier actividad de marketing y son imprescindibles para el conocimiento de la realidad de la biblioteca.

A través de los estudios de mercado, vamos a obtener información sobre lo que nuestros clientes reales y potenciales piensan y opinan sobre los

servicios que la biblioteca ofrece, además de detectar sus expectativas, usos, valoraciones y la imagen que transmitimos.

Por eso, hay que analizar el entorno en que nos encontramos, nuestros servicios e incluso analizarnos a nosotros mismos, y ver si la prestación de servicios se adecua a la demanda del cliente y por tanto son de calidad. Sólo a través de este conocimiento podremos tomar decisiones.

El estudio del mercado lo realizaremos con los siguientes fines:

- Conocimiento de nuestros clientes, tipología, segmentos, clientes reales y potenciales, etc.
- Detectar las necesidades informativas de nuestros clientes y su grado de satisfacción con el producto que le ofrecemos.
- Ver el conocimiento que tiene el cliente de los servicios generales y específicos y de los productos que ofrecemos.
- Detectar que servicios son más importantes para el cliente, cuáles inciden más en sus necesidades, si hemos de ofrecer más o menos servicios, así como los que se tienen que crear o suprimir.
- Conocer la imagen que tienen nuestros clientes de la biblioteca y de los servicios que ofrecemos.

Segmentación del mercado

En una Biblioteca, una estrategia de marketing no puede implantarse de forma global, ya que nos encontramos frente a una institución con distintas

categorías de clientes y por tanto, necesidades informativas distintas.

Técnicas de detección

Una vez que se han establecido las diferentes categorías de clientes o segmentos, debemos poner en práctica una serie de técnicas que nos permitan averiguar sus necesidades y conocer si nuestros productos se adecuan a la demanda de nuestros clientes.

La investigación se puede llevar a cabo de forma general o enfocarla a servicios específicos, según el objetivo de nuestro estudio. Los métodos empleados en la detección de necesidades serán: encuestas, cuestionarios, sondeos, entrevistas, cambios de impresiones, etc.

Una vez que hemos obtenido los datos debemos explotarlos estadísticamente y obtener las primeras impresiones, relacionando los resultados con el tipo de cliente en cuestión. No debemos basarnos en datos del tipo N total de préstamos, N total de preguntas de referencia o consultas a bases de datos, etc. ya que estos datos son bastante generales y no ofrecen una visión real del funcionamiento del servicio. Hay que establecer parámetros más significativos, fiables y útiles, del tipo porcentaje de préstamos en un segmento determinado, porcentajes de localización en fuentes de información concretas, qué tipo de consultas o búsquedas realizada un cliente determinado, etc.

Establecimiento de Objetivos

La actividad de marketing bibliotecario, debe servir para la toma de decisiones y llevar a cabo acciones que conduzcan al logro de los objetivos de la biblioteca, bien de forma general o enfocada a servicios específicos.

Debemos establecer los objetivos que se quieren conseguir tanto a largo como a corto plazo, definiéndolos plenamente en un plan. Debemos establecer objetivos concretos, coherentes, cuantificables, que se puedan medir.

Los objetivos que se establecerían en un plan de marketing para una Biblioteca serían:

- Ofrecer servicios que alguien esté dispuesto a consumir, lo que implica conocer las necesidades y preferencias de los clientes reales y potenciales.
- Lanzar al mercado nuevas ofertas y productos informativos para atraer nuevos clientes.
- Evitar que los clientes que existen dejen de utilizar y consumir nuestros productos. Para ello, es necesario que la biblioteca esté inmersa en un plan de mejoras continuas, modificando las conductas de consumo en los casos que sea necesario.
- Conseguir un mayor nivel o frecuencia de uso de los servicios, implementando al máximo el aprovechamiento de los recursos informativos disponibles.

- Conocer y mejorar la imagen que se tiene de la biblioteca, modificándola en los casos que sea necesario.
- Crear una conciencia colectiva dentro de la Comunidad en general, transmitiendo la idea de que una buena utilización de los productos informativos y servicios, incidirá directamente en la mejora de la calidad de la enseñanza e investigación y aumentará el prestigio de la Institución.
- Intentar que las autoridades de las que depende la biblioteca no tengan la percepción de que se asignan los recursos en vano, deben conocer los resultados del trabajo realizado, demostrándoles que es un servicio rentable y conseguir que tengan una imagen positiva de la misma, por lo que es importante hacer marketing hacia ellos.

Canales para la Difusión

La Biblioteca debe publicar y comunicar los servicios bibliotecarios a través de materiales y actividades informativas y promocionales, sin olvidar que nuestra actividad diaria y el contacto directo con el público, forma parte en sí del proceso comunicativo.

Debemos establecer un proceso de comunicación eficaz, eligiendo el mensaje, soporte y canal adecuados en función del receptor y según las características del segmento con el que estemos trabajando. La oferta se tiene que dar a conocer estimulando la demanda, proporcionando al cliente información completa y lo más relevante posible.

En un proceso de difusión de servicios debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Hacer publicidad únicamente de los servicios que realmente estemos seguros de su buen funcionamiento. No debemos difundir servicios que no sean de calidad.
- Tener claro el segmento y tipo de cliente al que dirigimos la publicidad.
- No debemos difundir servicios que no tengamos clara su continuidad o que en un momento determinado no se van a poder mantener.
- La difusión de servicios siempre debemos enfocarla a incrementar el consumo de nuestros productos y a mejorar la imagen.

En la mayoría de los casos no vamos a contar con un departamento de marketing propio, por lo tanto debe ser el propio personal de la biblioteca el que gestione de forma adecuada las vías de comunicación y difusión de forma creativa, con imaginación y gran conocimiento de los productos y servicios que ofrecemos, intentando dar a conocer los cambios y mejoras y consiguiendo la máxima receptividad de nuestros clientes. En este sentido, cabe decir que es importante que se impartan cursos de formación por especialistas sobre técnicas de promoción y marketing para todo el personal bibliotecario.

Las Relaciones Públicas

Actualmente la opinión pública tiene mucho peso y valor. Se basa en la apariencia de una realidad, en la imagen que proyecta una organización o

servicio de sí mismos.

No es suficiente ofrecer buenos servicios. Debemos contribuir a la creación de una imagen institucional coherente con la identidad de la biblioteca y conformar una opinión pública favorable.

El cliente tiene la necesidad de ser bien recibido y comprendido, tiene la necesidad de comodidad, de sentirse importante, de no sentirse como un extraño, por tanto debemos hacerle sentir que se está comunicando de forma efectiva.

Materiales Publicitarios Escritos

Debemos elaborar materiales publicitarios escritos en los que se difundan nuestros productos y servicios.

Utilizaremos una presentación sencilla pero atractiva y con un lenguaje acorde al segmento de mercado al que va dirigida. Podríamos establecer dos grupos:

- a. Hojas informativas de carácter general. En estas guías podemos establecer aspectos sobre el funcionamiento general de la biblioteca: horarios, servicios, condiciones de uso y acceso, reglamento y modalidades de préstamo, ordenación y ubicación de fondos, tipos de materiales, etc.
- b. Hojas informativas de carácter específico. Destinadas a segmentos de

mercado específico, con necesidades informativas específicas, para clientes más especializados y avanzados, o destinadas a la difusión de servicios concretos o especializados como la Bases de Datos disponibles en Red o en CD-ROM, propias o ajenas, etc. Los boletines de sumarios y boletines de novedades también constituyen una forma de difusión de fondos específicos.

Materiales Publicitarios Audiovisuales

Los materiales audiovisuales captan y atraen mejor la atención del cliente. Sería interesante la edición de colecciones específicas o un vídeo en el que se proyecte a los clientes y mediante la técnica de voz en off la imagen de la Biblioteca, explicando los rasgos básicos de organización, ubicación física, división de espacios, normas de acceso y uso, instrumentos de control de la información, servicios y productos.

Publicidad Electrónica

Actualmente, la publicidad electrónica es un medio bastante idóneo para la difusión de servicios ya que se puede llegar más fácil y rápidamente a muchas más personas. Debemos aprovechar las posibilidades de promoción a través de las nuevas tecnologías y las posibilidades que actualmente nos brinda la Red Internet.

Organización de espacios y señalización

Es importante que la biblioteca cuente con una distribución adecuada de

espacios, que sean amplios y abiertos, en los que el usuario pueda moverse libremente. Los usuarios cada vez más requieren una buena señalización que ayude a crear, propagar y mantener la identidad de la biblioteca.

El sistema de señalización debe ser claro y entendible, cuidado y puesto al día. No debemos utilizar signos demasiado ambiguos y los mensajes deben ser simples, pero sugerentes y llamativos, que puedan ser leídos rápida y correctamente, deben estar colocados en lugares estratégicos, visibles durante toda la jornada y directamente perceptibles a una cierta distancia.

EL USUARIO DE LA BIBLIOTECA

¿QUÉ ENTENDEMOS POR USUARIO?

Se entiende por usuario a todas las personas que son beneficiarios de un sistema de información, cada uno con sus propias necesidades sociales, psicológicas, educativas e informativas.

CLASES DE USUARIOS QUE ASISTEN A UNA BIBLIOTECA

Se suele clasificar a los usuarios de la biblioteca en:

Usuarios reales, que son los que asisten a la biblioteca y hacen uso de sus servicios en forma esporádica o sistemática y son, el Personal estudiantil, empleados o personas que tengan una vinculación esporádica con la institución.

Usuarios potenciales: o sea, toda la comunidad de la institución a la que la biblioteca debe satisfacer sus necesidades de información y que por lo mismo son posibles usuarios de los servicios bibliotecarios. Aquí están los estudiantes, profesores, investigadores, funcionarios administrativos y personas o Instituciones que requieran el préstamo interbibliotecario.

¿CUÁLES SON LOS USUARIOS REALES DE UNA BIBLIOTECA?

Los Usuarios reales son las personas que, efectivamente, ha utilizado el servicio, es decir que el prestador de servicios sabe de su existencia de manera fidedigna – usualmente, se debe a un registro de visita o uso del servicio.

Entre ellos anotamos:

Estudiantes: Están conformados por todos los alumnos que pertenecen a un sistema escolarizado o abierto y que para alcanzar los objetivos curriculares, tiene necesidades específicas de información.

Personal Académico: Está constituido por el personal dedicado a la docencia o a la investigación, dentro de la propia institución.

Funcionarios administrativos

LOS ESTUDIANTES COMO USUARIOS DE LA BIBLIOTECA.

En una institución educativa los estudiantes son los usuarios potenciales de la biblioteca ya que en ella encuentra una variedad de recursos y fuentes de información según sus necesidades académicas. Por ejemplo, para apoyar el trabajo académico e investigativo la biblioteca proporciona servicios de información y referencia especializada, de consulta a base de datos y revistas electrónicas, y el de formación de las competencias de información, entre otros.

Las bibliotecas deben facilitar un éxito académico y estimular el aprendizaje continuo de los estudiantes; combinando nuevas técnicas y tecnologías con lo mejor de las fuentes tradicionales.

Una biblioteca escolar se constituye como un espacio de encuentro de la comunidad estudiantil, que a través de la utilización de sus acervos permite satisfacer necesidades de expresión, documentación, manejo de información y recreación, para el uso de la palabra, tanto oral como escrita, así como otros medios de expresión como el material de audio; ofrece oportunidades de crear y utilizar la información para adquirir conocimientos, comprender, desarrollar la imaginación, para entretenerse, para reconocer la cultura propia y realizar encuentros con otras.

LA BIBLIOTECA COMO UN MEDIO DECISIVO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE DEL USUARIO.

Es necesario mostrar y resaltar los aspectos que permiten definir la biblioteca como un recurso educativo de gran riqueza pedagógica y argumentar la necesidad de impulsar su desarrollo a partir de un modelo útil de implementación.

La biblioteca se configura como un recurso facilitador de procesos de enseñanza-aprendizaje. En este sentido se relaciona y vincula a la implementación de las nuevas tecnologías en los centros escolares. Las dos realidades se posicionan en el sistema escolar como medios de enseñanza.

Pero la biblioteca es más que un recurso, pues también genera posibilidades continuadas de apoyo a la labor docente y de coordinación educativa para el desarrollo curricular. En este sentido lo que justifica la existencia de la biblioteca no es la biblioteca en si, como estructura organizativa estable que proporciona servicios bibliotecarios. Sino más bien, su uso como recurso educativo facilitador del desarrollo de procesos de enseñanza-aprendizaje y de prácticas lectoras, y en consecuencia su conceptualización como agente pedagógico que apoya de forma estable el desarrollo del proyecto curricular y educativo de la institución.

La posibilidad que tiene la biblioteca de favorecer el desarrollo de habilidades intelectuales o de pensamiento y de prácticas lectoras y comunicativas, argumenta su uso como recurso educativo y constituyen su importancia educativa.

En este sentido, hay que preguntarse cómo debe ser utilizada la biblioteca y cómo deberíamos a su vez promocionar su utilización. Esta cuestión se ha ido desarrollando de manera generalizada pensando que la biblioteca ejercía su función de apoyo al aprendizaje de forma directa a los alumnos.

Es evidente que la biblioteca puede y debe ser utilizada por los estudiantes de forma autónoma siempre que quieran y puedan, dentro y fuera del horario escolar. Desde la biblioteca puede llevarse a cabo una interesante labor de

apoyo a la promoción de la lectura en los hogares y también un proyecto estructurado de atención a las necesidades especiales y a la compensación de desigualdades educativas.

Estas acciones son de gran importancia y configuran la línea de acción en referencia a la función social que la biblioteca puede llevar a cabo en la comunidad educativa. También tienen valor porque estas implican una vinculación con su entorno inmediato. Pero este aspecto no debe llevar a confusión. Estas acciones forman parte del proyecto educativo de la institución, pero no pueden ser las únicas tareas que la biblioteca realice pues fundamentalmente ella debe apoyar el desarrollo del proceso enseñanza – aprendizaje de los usuarios. Este aspecto es el que realmente la justifica.

La importancia de la biblioteca es indiscutible por la provisión de los paquetes de conocimiento, llamados libros, revistas o fuentes electrónicas reales o virtuales en los procesos de educativos.

En definitiva la calidad del aprendizaje depende entre muchos factores de la calidad de los insumos de conocimiento que maneje el proceso educativo. La calidad de una institución y de la biblioteca misma depende del cumplimiento de la misión que se hayan establecido ambas en respuesta a las necesidades de sus usuarios.

Es vital que la Institución tenga definido su modelo educativo con claridad para identificar el rol que le corresponde a la biblioteca. Si dicho esquema de enseñanza es de tipo constructivista, la biblioteca será un centro indispensable para el multicitado proceso de aprendizaje, igualmente lo será en todo proyecto de educación a distancia, donde la biblioteca puede asumir muchas de las funciones escolares: espacio de estudio, asesoría, oferta de información y acceso a redes computacionales.

ESTRATEGIAS PARA INCENTIVAR A LOS USUARIOS PARA EL USO DE LA BIBLIOTECA.

Lo que proponemos a continuación es un abanico de posibilidades que sólo pretende incentivar a que los usuarios para que utilicen los recursos informativos en la biblioteca:

Visitas guiadas

Proporcionar visitas guiadas a los usuarios para que se familiaricen con la ubicación de los recursos bibliográficos y favorecer así la autonomía de cada usuario. Se aprovechará para, presentar diapositivas, realizar unas simulaciones de cómo hacer un préstamo, manejar ficheros, acceder a los recursos informáticos etc.

Boletín informativo

De periodicidad bimestral, son óptimos para recordar periódicamente la existencia de la biblioteca y que está a disposición de todos. Ofrecerá información de las actividades, novedades, noticias culturales, literarias...

Expositores

Temáticos, de novedades, de prensa... Su finalidad será crear en la sala de lectura rincones de sorpresa o lugares que, por ser frecuentemente renovados en su aspecto y contenidos, estimulan la curiosidad de los lectores. Ofrecen muchas posibilidades: hacer pequeñas exposiciones de libros de un autor, con motivo de un acontecimiento, de un centenario, de una noticia, etc.

Seminario Permanente

Constituir un seminario permanente de maestros, bibliotecarios y padres de familia interesados en la lectura, la escritura y el funcionamiento de la biblioteca, esto a su vez permitirá enriquecer el Plan Anual y asegurar de esta manera, una mayor participación.

Cartelera informativa

Ubicados en lugares visibles y de paso, ofrecerán informaciones culturales y literarias (la prensa es muy útil en este aspecto) para facilitar su posible aprovechamiento en las aulas. Conviene renovar con frecuencia las

informaciones y utilizar técnicas llamativas para captar la atención: recortes, titulares, colores...

Buena información

Dinamizar el marketing de cada sección de la biblioteca para facilitar la utilización y la búsqueda de los distintos documentos. El etiquetado será bien visible, cada sección estará rotulada, habrá ficheros ordenados por títulos, autores, temas...

Involucrar a los jóvenes

No sólo en la decoración sino también en el funcionamiento de la biblioteca. De este modo estaremos ofreciéndoles un canal de participación en el centro y fomentando su responsabilidad. Las funciones (facilitar el préstamo, realizar tareas de registro, fichado, tejuelado... de los documentos, orientar a los lectores, facilitar la búsqueda de información, colaborar en el montaje de actividades, etc.) serán rotatorias, ya que normalmente se apunta voluntariamente un importante número de chicos y chicas para ejercer de bibliotecarios. Será precisa una pequeña formación de estos voluntarios para que optimicen su cometido.

Crear material atractivo

Se confeccionarán materiales atractivos relacionados con las actividades organizadas desde la biblioteca (carnés de lector, separadores, pegatinas,

mascotas, pins...) que puedan repartirse a todos los jóvenes del centro educativo. Servirán de recuerdo y valoración de la biblioteca.

Materiales para maestros

El modo ideal de lograr su implicación en el funcionamiento de la biblioteca es el de aprovechar al máximo las posibilidades que este centro de recursos ofrece. Para ello elaboraremos carpetas temáticas para el profesorado: estrategias de manejo de la información, técnicas de trabajo intelectual, procedimientos de utilización de las obras de referencia, relación de libros para tratar determinado tema, recopilación de poesías referentes a una estación, un autor, etc., guías de lectura, materiales para motivar una actividad, información de novedades, estrategias de animación lectora, etc.

Si estos materiales se le facilitan al maestro antes de que los necesite estaremos haciendo un favor impresionante a los estudiantes porque la didáctica que derrame el docente sobre ellos será más motivadora y rica. Para ello es preciso que el bibliotecario esté plenamente integrado en la sección de profesores, con capacidad decisoria y plena, y en constante relación con cada equipo de maestros.

Actividades colegiales

Organizar desde la biblioteca al menos una actividad trimestral en la que participe todo el centro, convertirá a la biblioteca en el foco cultural dinámico y creativo de la escuela. Pueden ser actividades como: «Semana del

cómic», «Semana de la prensa», «Taller de poesía», «Un libro, un viaje», «Mercadillo de libros», etcétera.

Otras actividades de interés

- Resulta imprescindible que al menos una vez a la semana cada clase acuda a la biblioteca a leer, consultar, estudiar...
- Si hay biblioteca municipal, hay que establecer estrechos lazos con ella: actividades culturales y de animación conjuntas, préstamos, intercambios...
- Concienciar a todos los docentes de que la biblioteca no es algo vinculado con el área de lengua.
- Taller de creación literaria: en la medida en que los jóvenes (y los maestros, por qué no) se sientan valorados y perciban que sus ideas y producciones son apreciadas por los demás.
- Exposiciones didácticas, monográficas, de novedades...
- Encuentros con escritores, ilustradores, editores...
- Concursos de cuentos, adivinanzas, poesías, dibujos, etc. permitirán, como decíamos antes, que los jóvenes se sientan valorados y capaces de crear.
- Creación colectiva de libros gigantes, documentales, de recetas, de poemas, de anécdotas, de cuentos tradicionales recopilados por los propios chicos y maestros...

- Taller informático: incorporar el libro electrónico y las enciclopedias a los materiales y recursos de aprendizaje para que los jóvenes y maestros utilicen las tecnologías avanzadas.
- La hora del cuento: institucionalizar y planificar temporalmente ratos específicos para que la comunidad educativa pueda asistir a narración de cuentos.
- Librofórum: huyendo de la escolarización del libro y subrayando el valor socializante de la lectura compartida.
- Taller editorial: creación de periódicos, revistas, boletines...
- Creación de montajes audiovisuales a partir de libros: diseño de diapositivas, grabación del texto en casete con apoyo de efectos sonoros y especiales.
- Dramatizaciones basadas en libros de la biblioteca.
- Maratón de recitado de poemas.

La biblioteca debe convertirse en un centro de recursos de información, de intercambio y difusión cultural de encuentro entre las diferentes realidades étnicas, ideológicas, sociales y religiosas presentes en la comunidad escolar y un escenario ideal para el ocio recreativo, crítico e imaginativo tomando el libro como elemento base.

LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

DEFINICIÓN

Los servicios de información, es un espacio físico y virtual donde se brindan servicios, recursos y productos informativos apoyados en la tecnología con la finalidad de generar conocimiento y promover la investigación en los usuarios y por lo tanto, apoyarlos en sus procesos educativos y formativos en la Institución.

LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE UNA BIBLIOTECA

La Biblioteca ofrece a todos los usuarios, varios servicios mediante los cuales pueden acceder a la información sobre todas las áreas del conocimiento y la cual está a disposición en diferentes formatos de presentación: texto, audiovisual y electrónico.

Circulación y Préstamo

Préstamo en Sala

Préstamo Externo

Servicio de Referencia

Préstamos Interbibliotecarios

Servicio de formación de usuarios

Reserva

Capacitación de usuarios

Consulta de Medios Audiovisuales

Reproducción de Documentos

Catálogo en Línea

Base de datos en Línea

LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN BÁSICOS EN UNA BIBLIOTECA

Circulación y Préstamo: Este servicio corresponde a la promoción y control de la documentación que conforma las colecciones de la biblioteca. Mediante este servicio los documentos son facilitados a los usuarios para su consulta en sala, a domicilio y por préstamo interbibliotecario.

Préstamo en sala: De las colecciones abiertas, los usuarios pueden utilizar los documentos en las salas de lectura y estos no deben ser retirados de las instalaciones de la biblioteca sin que previamente sea autorizada su salida mediante el registro de un préstamo a domicilio.

Préstamo a domicilio: Tienen derecho a este servicio todos los usuarios que se acojan a un reglamento institucional.

Orientación a Usuarios: Es un servicio de orientación y asistencia permanente al usuario para que identifique los recursos y servicios que la

biblioteca pone a su disposición, con el fin de capacitarlo para que pueda hacer una utilización ágil y oportuna de ellos.

Capacitación de Usuarios: La biblioteca programa dictar talleres de capacitación sobre los servicios, deberes, derechos y manejo de los recursos de la biblioteca, de acuerdo a una política institucional.

Consulta de Medios Audiovisuales: Los cambios metodológicos impuestos por el desarrollo de las Ciencias de la Educación, han hecho que los materiales audiovisuales entren a jugar papel importante, en el desarrollo de la docencia. Es por ello, que la Biblioteca ha conformado su acervo documental de medios audiovisuales que ayudan a la tarea educativa.

Reproducción de Documentos: Para comodidad de los usuarios se dispone del servicio de reproducción de documentos.

Préstamo Interbibliotecario: Es el servicio que permite a todos los usuarios adscritos a las bibliotecas que han establecido convenios de cooperación, obtener material bibliográfico de dichas instituciones. Se permite entonces a los usuarios de una institución, utilizar los documentos de otra Biblioteca, siendo las bibliotecas las responsables de los préstamos. Las condiciones de préstamo del material es regida por el reglamento que tenga establecido cada institución.

LOS AVANCES TECNOLÓGICOS EN LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Con los avances tecnológicos que día a día se incorporan al mundo bibliotecario, en la actualidad en los servicios de Información se están dando dos grandes tendencias contrapuestas, una a la personalización del servicio y otra a la masificación del servicio teniendo en cuenta el desarrollo tecnológico y la proliferación de los servicios automatizados.

Ante esta realidad y al ser los servicios de información fundamentales en la biblioteca, éstos no pueden estar alejados de esta gran realidad, pues se deberán adaptar, adecuar y crear ofertas de calidad, eficientes y actualizados conformes a los avances tecnológicos que logren satisfacer las necesidades de los diferentes usuarios, permitiendo el acceso universal a la información, a través de diversos medios, preservando además las colecciones bibliográficas en términos de seguridad y funcionalidad.

Es decir con la nueva concepción, de que a los servicios bibliotecarios se deben incorporar nuevas tecnologías y soportes de información, ésta debe estar diseñada para facilitar la autosuficiencia del usuario y el desenvolvimiento en el entorno digital.

LA ORGANIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Los servicios de información en una biblioteca deben estar organizados de una manera que al usuario le permita encontrar fácilmente los libros que se

desea, teniendo en cuenta siempre que otras personas puedan acceder a los libros con facilidad.

En la organización de los servicios de información de las bibliotecas se recomiendan realizar un estudio para definir sus operaciones, actividades, deberes y trazar un organigrama que refleja la organización existente, lo que sirve para la preparación del manual de procedimientos que constituye la reglamentación administrativa de la biblioteca.

Se organizará de la siguiente manera:

Servicio de referencia: Aquí encontrará enciclopedias, diccionarios, manuales, directorios, anuarios, atlas, etc.

Servicio de circulante: es el servicio de préstamo fuera de la biblioteca

Sala de lectura: ofrece al investigador un lugar tranquilo y cómodo.

Sala de reserva: ofrecer información al investigador de ciertos libros que son valiosos.

Servicio de préstamo interbibliotecario: Mantener coordinación con otro centro de información para brindar eficiencia en la información a sus usuarios.

Hemeroteca: sala de revistas, folletos, periódicos, etc.

Servicio de materiales no bibliográficos: sección de material sonoro

Servicio de reproducción o reprografía: ofrecer copias Xerox

Servicio de internet

Sistemas de estantes abiertos

Libros en estanterías de libre acceso

Colocación de los distintos tipos de impresos sobre una misma disciplina de acuerdo a las áreas del conocimiento humano y de acuerdo a las necesidades del profesorado y estudiantado

PUNTOS CLAVES A EVALUAR DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Durante mucho tiempo, las bibliotecas funcionaron sin llevar a cabo un proceso de evaluación, se daba por hecho que sí en éstas no existía ningún tipo de queja, toda la biblioteca funcionaba satisfactoriamente.

La evaluación de los servicios de información ha sido considerada como un elemento de primer orden para determinar si la biblioteca está respondiendo a las necesidades de los usuarios y con base a sus resultados identificar sus límites y deficiencias a fin de buscar alternativas que le permita superarlas.

De esta forma, la evaluación se convirtió en una herramienta para mejorar las actividades y servicios de la biblioteca; sin embargo, el rango de las actividades y servicios de una biblioteca es muy extenso, por lo que surgió la necesidad de tener claro que se pretende evaluar.

En base a ello se determina que los puntos clave a evaluarse en una biblioteca son los recursos, los servicios, los procedimientos y el uso de la biblioteca.

LA UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Hablando de los servicios de información en general, la nota más innovadora de los últimos tiempos es el hecho de que, cada vez más, las bibliotecas ofrecen a sus usuarios, además del acceso de los propios recursos informativos, el acceso a otros externos, todo ello en el marco de una aplicación cada vez más generalizada de nuevas tecnologías.

Si bien es cierto estamos en una época muy tecnológica y que va en constante avance. Por esto es completamente necesario que las bibliotecas actualicen sus servicios con respecto a los avances y que se implementen los mismos en los servicios que prestan, no debemos olvidar que la tecnología va de la mano con la información.

No obstante es esencial que nuestros usuarios sepan utilizar estos servicios, de tal forma que se logre satisfacer sus necesidades de información, la formación de los mismos con respecto a los servicios y tecnologías que brindan en las bibliotecas es parte del conocimiento y de la enseñanza, con esto se logrará no sólo la satisfacción del usuario sino que además se le capacita con habilidades en la búsqueda de la información, formando usuarios autónomos, capaces de adquirir información de calidad; conocedores del importante uso que se puede hacer de todas las herramientas que tenemos a la mano.

CLASES DE USUARIOS QUE HACEN USO DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Los usuarios que hacen uso de los servicios de información de la biblioteca son de varios tipos; su clasificación depende de la naturaleza de la biblioteca.

De manera general podemos señalar los siguientes usuarios: Estudiantes, docentes, investigadores, documentalistas, científicos, consultores

EN QUÉ GRADO LES AYUDA A LOS USUARIOS LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN.

Los servicios de información están dirigidos a satisfacer las demandas de información del sector público y privado, orientado principalmente a investigadores, unidades de información, etc.

Además estos servicios de información (bibliotecas, centros de documentación y servicios afines) tienen ante sí el reto de adoptar la filosofía y las técnicas del marketing a fin, no sólo de optimizar recursos, sino también, y fundamentalmente, de agradar y satisfacer las demandas informativas de los usuarios.

Los Servicios de Información tienen como su principal objetivo el de reunir,

procesar y almacenar información relacionada con el campo científico y tecnológico para poder ayudar y satisfacer las demandas de sus usuarios en forma adecuada, confiable, oportuna y que sean de fácil acceso.

Actualmente permite a los usuarios realizar sus trabajos investigativos, mediante una biblioteca digital, cuyas características se enmarcan en: colecciones bibliográficas, que se complementan con los acervos accesibles electrónicamente, difusión electrónica de documentos y el uso de Internet.

Además a los usuarios se les ofrecen servicios de Información por medio del fax, teléfono, correo electrónico y en forma personal.

En definitiva los servicios informativos están dirigidos a satisfacer las demandas de información del sector público y privado, orientados principalmente a investigadores, unidades de investigación, unidades de información y a todas aquellas instituciones vinculadas con el área científico-tecnológica.

f. METODOLOGÍA

Para el presente trabajo investigativo se utilizarán los siguientes métodos:

MÉTODO CIENTÍFICO, se utilizará principalmente para dar mayor rigor científico a la investigación. Por ello se apoyara en él para identificar y analizar con precisión el problema y a la vez formular las conjeturas más aproximadas cuando se trate de aclarar la causa y el efecto. A su vez esto permitirá elaborar un marco teórico pertinente, mismo que conllevara a encuadrar y fundamentar debidamente la presente investigación.

MÉTODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO, el mismo que permitirá investigar de lo más sencillo a lo más complejo, para luego poder llegar al desglose y conocimiento de la realidad que enfrenta la biblioteca de la Unidad Educativa a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, de la ciudad de Macas en el proceso de promoción y difusión de los servicios de información.

MÉTODO ANALÍTICO – SINTÉTICO, que permitirá analizar el problema, identificar sus partes y comprenderlo mejor. Seguidamente se acudirá al proceso de síntesis con el fin de establecer la relación que existe entre las partes identificadas del problema de investigación.

MODELO ESTADÍSTICO: Me permitirá determinar los resultados, realizar cuadros y gráficos, que me ayudarán a obtener una lectura veraz de la situación e interpretarla

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas a utilizarse, dada la naturaleza de nuestro estudio, serán las siguientes:

ENCUESTA.- Este instrumento será aplicado a los usuarios de la biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Doctor Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el conocimiento que los usuarios tienen de la biblioteca en lo referente a su ubicación, horarios de atención, servicios que presta, entre otros aspectos.

POBLACIÓN - MUESTRA

La población está conformada por 150 estudiantes del nivel primario y medio, 10 personal docente (animadores comunitarios) y 10 administrativos que son los usuarios de la biblioteca de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, de la ciudad de Macas.

Dado el tamaño de la población para este estudio se ha considerado tomar el 30% de Estudiantes, el 50% del Personal Docente (animadores comunitarios) y el 100% del Personal Administrativo.

POBLACIÓN ENCUESTADA	Muestra poblacional para este estudio		Totalidad poblacional	
	Porcentaje	Total	Porcentaje	Total
Estudiantes	30%	150	100%	500
Animadores Comunitarios	50%	10	100%	20
Administrativos	100%	10	100%	10

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

La base para formular el presupuesto que se va a utilizar en el presente trabajo investigativo, está dada por los recursos tanto humanos como financieros.

RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos que intervendrán en la realización de la presente tesis, son:

- El Investigador, autora de la tesis (Ruth Rodríguez)
- Directora de tesis
- Asesores: Docentes de la UNL .
- Autoridades, Profesores y Estudiantes del Colegio.
- Usuarios reales y potenciales de la Biblioteca
- Personal que labora en la Biblioteca del Colegio
- Personal de bibliotecas de otras instituciones.

RECURSOS MATERIALES

- Libros, revistas de bibliotecología.
- Copias de estudios realizados sobre desarrollo de las colecciones y otros títulos para fundamentar el estudio
- Computadora.
- Servicio de Internet
- Impresora
- Encuestas impresas para aplicar.
- Fichas para realizar la entrevista.
- Hojas para tabular datos
- Fichas nemotécnicas
- Grabadora.
- Hojas de papel bond (A4).
- Papelería.
- Material de escritorio
- Libreta de apuntes.
- Resaltadores.
- Lápices.
- Esferográficos
- Borrador.
- Escuadras. etc.

RECURSOS FINANCIEROS

Recursos	Valor
Compra de libros revistas	60.00
Copias de material bibliográfica	50.00
Computadora	400.00
Conexión a Internet (contrato)	60.00
Impresora	100.00
Papelería (resmas de papel)	150.00
Material de escritorio	50.00
Reproducción de la tesis de grado	100.00
Empastados	50.00
Total	1.020,00

Los gastos que demanda la realización de la presente tesis ascienden a MIL VEINTE DÓLARES, 00/100, los que serán cubiertos en su totalidad por el autor de la investigación.

i. BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE BIBLIOTECARIOS GRADUADOS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, 2008. Manual para Promotores de Bibliotecas, Argentina.

EDIBOSCO, 2008. Metodología de la investigación científica, Ecuador.

GUTIERREZ M., Abraham, 2002. Curso de técnicas de investigación y métodos del estudio, Quito, Ecuador.

Internet: www.bibliotecasdeecuador.com

Internet: www.rincondelbibliotecario.com

IZQUIERDO ARELLANO, Enrique, Investigación Científica, Loja, Ecuador.

MIYAGUI, 2001. Flora, Marketing en Unidades de Información y Aines, Perú.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, 2010. Automatización de las Unidades de Información, Módulo 8, Loja, Ecuador.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, 2010. Guía para elaborar proyectos de investigación. Loja, Ecuador.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, 2010. Servicios de Información, Módulo 7, Loja, Ecuador.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, 2010. Taller: Elaboración de Proyectos, Loja, Ecuador.

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICABLES, 2001, Biblios, Revista electrónica de Bibliotecología, Archivología y Museología, Perú.

j. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERAS EDUCATIVAS
CARRERA DE BIBLIOTECOLOGÍA

Soy estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la carrera de Bibliotecología e Información Científica Técnica, me encuentro realizando un trabajo de investigación, para ello le solicitamos muy comedidamente se digne contestar el presente cuestionario, señalando con una **X** según su criterio. La respuesta que emita debe basarse en su experiencia y realidad institucional.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE LA INSTITUCIÓN

1. ¿Conoce los servicios que oferta la biblioteca?
Si: () No: ()

2. ¿La biblioteca cuenta con políticas institucionales de promoción sobre: la ubicación, horarios de atención y servicios informativos para los usuarios?
Si: () No: ()

3. ¿La biblioteca ha realizado campañas de promoción de los recursos y servicios que posee?
Si: () No: ()

4. ¿Se realizan actividades en las que se dan a conocer los servicios y recursos a los que pueden acceder los estudiantes?
Si: () No: ()

5. ¿Publican boletines sobre las novedades que ofrece la biblioteca?
Si: () No: ()

6. ¿Considera que la promoción y difusión de los servicios de información tienen incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas?
Si: () No: ()
¿Por qué?: -----

Gracias



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERAS EDUCATIVAS
CARRERA DE BIBLIOTECOLOGÍA

Soy estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la carrera de Bibliotecología e Información Científica Técnica, me encuentro realizando un trabajo de investigación, para ello le solicitamos muy comedidamente se digne contestar el presente cuestionario, señalando con una X según su criterio. La respuesta que emita debe basarse en su experiencia y realidad institucional.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN

1. ¿Usted acude a la biblioteca cuando requiere información para realizar sus tareas escolares?
Si: () No: ()
2. ¿Cuenta la biblioteca con folletos informativos?
Si: () No: ()
3. ¿Conoce usted los servicios que ofrece la biblioteca?.
Si: () No: ()
4. ¿La biblioteca se ha interesado en conocer el grado de satisfacción frente a sus requerimientos de información?
Si: () No: ()
5. ¿Los recursos y fuentes bibliográficas de la biblioteca cubren sus necesidades de información?
Si: () No: ()
6. ¿Ubica con facilidad en la biblioteca la información que requiere para realizar sus tareas escolares?
Si: () No: ()
7. ¿Considera que la promoción y difusión de los servicios de información tienen incidencia en el uso de los recursos y fuentes bibliográficas?
Si: () No: ()
¿Por qué?: -----

Gracias

INDICE

	Página
PORTADA	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	vi
a. TEMA.....	1
b. RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	3
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
Promoción y difusión de los Servicios de Información de la biblioteca.....	7
Uso de los Recursos y Fuentes Bibliográficas por parte de la Comunidad Educativa	23
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	29
Métodos.....	29
Técnicas.....	30
f. RESULTADOS.....	32
Encuesta Aplicada al Personal Docente y Administrativo	

de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, para recabar información sobre el conocimiento que tienen de los servicios informativos que presta la biblioteca.....	32
Encuesta dirigida a los Estudiantes de la Unidad Educativa Experimental Compensatoria a Distancia Dr. Camilo Gallegos Domínguez, con el fin de recolectar información sobre el Uso de los Recursos y Fuentes Bibliográficas que ofrece la biblioteca institucional.....	44
g. DISCUSIÓN.....	58
h. CONCLUSIONES.....	60
i. RECOMENDACIONES.....	61
j. BIBLIOGRAFÍA.....	62
k. ANEXOS.....	64