

1-1-2006

Diagnostico sobre herramientas de mercadeo en Bibliotecas publicas - Redes Nacional Cajas de compensación familiar y banco de la republica

Diana Vanessa Motta Jimenez
Universidad de La Salle

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas_informacion_documentacion

Citación recomendada

Motta Jimenez, D. V. (2006). Diagnostico sobre herramientas de mercadeo en Bibliotecas publicas - Redes Nacional Cajas de compensación familiar y banco de la republica. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas_informacion_documentacion/187

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Económicas y Sociales at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Sistemas de Información, Bibliotecología y Archivística by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**DIAGNÓSTICO SOBRE HERRAMIENTAS DE MERCADEO
EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS – REDES NACIONALES:
CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR Y BANCO DE LA REPUBLICA**

DIANA VANESSA MOTTA JIMENEZ

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
SISTEMAS DE INFORMACION Y DOCUMENTACION
BIBLIOTECOLOGIA Y ARCHIVISTICA
BOGOTA
2006**

**DIAGNÓSTICO SOBRE HERRAMIENTAS DE MERCADEO
EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS – REDES NACIONALES:
CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR Y BANCO DE LA REPUBLICA**

DIANA VANESSA MOTTA JIMENEZ

**Trabajo de Grado para optar al Título de
Profesional en Sistemas de Información y Documentación
Bibliotecología y Archivística**

**Director
Luis Roberto Téllez Tolosa
Bibliotecólogo - Investigador Principal**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
SISTEMAS DE INFORMACION Y DOCUMENTACION
BIBLIOTECOLOGIA Y ARCHIVISTICA
BOGOTA
2006**

Nota de aceptación:

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá, Septiembre de 2006

A Dios y mi Padre, Mi luz y guía desde el Cielo

A Alejandro y mi Madre, Mi apoyo y fortaleza en la Tierra

AGRADECIMIENTOS

Tras agradecer una y mil veces al Señor por este y todos mis logros, por la vida y la felicidad, se hace necesario ofrecer mis mas sinceros agradecimientos a muchas personas que, a través del largo camino, han participado activamente en la realización de esta investigación y algunas otras que adicionalmente han sido actores de la vida misma:

A mi maestro y amigo Roberto, por su acompañamiento, disposición, sapiencia y fraternidad en el desarrollo de la investigación y mi crecimiento profesional.

Al Doctor Baltasar Amaya director de la Caja de Compensación de Boyacá, Comfaboy, por su apoyo, colaboración e interés en la aplicación de las encuestas.

A los coordinadores y directores de las cajas de compensación que colaboraron brindando información oportuna y pertinente para la realización del presente diagnostico.

A Asocajas Institución que colaboró en gran medida proporcionando información precisa acerca del comportamiento y estadísticas de la Red de Bibliotecas Publicas de las Cajas de Compensación.

A los doctores Rafael Torres y Pilar Falla por su disposición para proporcionar toda información necesaria referente a la Red de Bibliotecas Públicas del Banco de la República.

A Edgar Franco gran estadístico y amigo, por su incondicionalidad, disposición y apoyo.

A Cecy mi segunda madre... por todo.

A Astrid Rodríguez amiga, compañera y confidente por su muy oportuna ayuda y su interés en mi largo proceso.

A Martha Gómez quien colaboró y participó del proceso más difícil de la investigación y aun así con una gran sonrisa.

A John, sin su mano, apoyo y cariño hubiese sido mucho más difícil.

A mi familia cuya paciencia y empeño no solo me llenaron de luz y esperanza, sino de fuerza y seguridad.

A mis amiguitos y compañeros porque aprender a su lado no me hizo mas inteligente, pero si mas feliz... a Amparo, Norma, Mery, Juank, Claudia, Mara, y Edgar.

A mis maestros que a lo largo de la formación profesional fueron convirtiéndose en protagonistas de esta historia... Carlos Zapata, Pedro Galeano, Gustavo Villate, Melba Martínez, Saúl Maldonado y Rosa Elena Gómez.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	9
1. DIAGNOSTICO SOBRE HERRAMIENTAS DE MERCADEO DE LA INFORMACION EN BIBLIOTECAS PUBLICAS – REDES NACIONALES	10
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.2 JUSTIFICACION	11
1.3 ANTECEDENTES	12
1.4 OBJETIVOS	14
1.4.1 Objetivo General	14
1.4.2 Objetivos Específicos	14
2. MARCO TEÓRICO	16
2.1 MERCADEO	16
2.1.1 El Plan de Mercadeo	18
2.1.2 La Mezcla de Mercado	20
2.1.2.1 Producto/Servicio	20
2.1.2.2 Precio	21
2.1.2.3 Plaza	22
2.1.2.4 Promoción	22
2.1.2.5 Elementos importantes en el proceso	25
Posicionamiento	25
Sistema de Información de Mercados	25
2.2 LA PLANEACION ESTRATEGICA	27
2.2.1.1 El Proceso de la Planeación Estratégica	28
2.3 LA BIBLIOTECA PUBLICA	32
2.4 LAS CAJAS DE COMPENSACION EN COLOMBIA	35
2.5 LA RED DE BIBLIOTECAS DEL BANCO DE LA REPUBLICA	37
3. MARCO METODOLOGICO	39

3.1	TIPO DE INVESTIGACION	39
3.2	POBLACION Y MUESTRA	40
3.3	INFORMACION Y RECUPERACION DE INFORMACION	41
3.4	PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	42
3.5	FORMULACION DEL DIAGNOSTICO	42
4.	REDES DE BIBLIOTECAS NACIONALES: RED DE BIBLIOTECAS DE CAJAS DE COMPENSACION Y RED DE BIBLIOTECAS DEL BANCO DE LA REPUBLICA - GRAFICOS RESULTADO DEL ANALISIS A ENCUESTAS APLICADAS A LAS BIBLIOTECAS PERTENECIENTES A LAS CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	43
4.1	RED DE BIBLIOTECAS DE CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR	70
4.1.1	Capacidad Administrativa	70
	Planeación Estratégica, Objetivos, Controles y Presupuestos	70
4.1.2	Planeación Estratégica	71
	Objetivos	72
	Presupuesto	72
4.1.3	Conocimiento del Entorno	73
4.1.4	Estrategias de Mercado	73
	Diversificación	73
	Penetración del Mercado	74
	Integración del Mercado	75
4.1.5	Cliente / Usuario	75
4.1.6	Posicionamiento de la Biblioteca	76
4.1.7	Mezcla de Mercado	77
	Plaza	77
	Producto / Servicio	78
	Promoción	81
4.1.8	Sistema de información de Mercados. SIM	82
4.1.9	Tamaño del Mercado	83

4.2 RED DE BIBLIOTECAS DEL BANCO DE LA REPUBLICA	83
4.2.1 Capacidad Administrativa	83
4.2.2 Planeación Estratégica	85
Objetivos	86
Presupuesto	86
4.2.3 Conocimiento del Entorno	86
4.2.4 Estrategias de Mercado	87
Servicios y Su prestación	87
Diversificación	87
Penetración	88
4.2.5 Cliente	89
4.2.6 Posicionamiento de la Biblioteca	91
4.2.7 Mezcla de Mercado	91
Plaza	91
Producto / Servicio	92
Promoción	93
4.2.8 Sistema de Información de Mercado	93
4.2.9 Tamaño del Mercado	94
5. PERFIL DE LAS REDES DE BIBLIOTECAS NACIONALES	95
5.1 RED DE BIBLIOTECAS PUBLICAS PERTENECIENTES A LAS CAJAS DE COMPENSACION	95
5.2 RED DE BIBLIOTECAS PUBLICAS DEL BANCO DE LA REPUBLICA	96
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
6.1 CONCLUSIONES	98
6.2 RECOMENDACIONES	105
CONCLUSIONES ACERCA DEL DESARROLLO DE LA INVESTIGACION	112
BIBLIOGRAFÍA	113
ANEXOS	

INTRODUCCION

La presente investigación tendrá por si misma dos connotaciones, representa parte de un trabajo conjunto cuyo objeto es beneficiar el ámbito bibliotecológico en Colombia planteando las posibles herramientas de mercadeo de la información que permitirá un avance administrativo y estratégico en pro de la comunidad para bibliotecas publicas; de otra parte, la investigación se constituye como el trabajo de grado para optar al título de Profesional en Sistemas de Información y documentación, poniendo prueba los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica y laboral.

Para la realización de un diagnóstico tal como se plantea en la presente investigación, se hace imperativa la identificación y localización de datos así como el análisis de cada una de las variables que componen un objeto, fenómeno o entidad de cualquier naturaleza; de forma tal que como resultado sea posible afirmar el estado actual de dicho objeto de estudio en la medida mas minuciosa que sea posible.

El inicio de esta investigación tuvo lugar en Marzo de 2005 cuando el Profesor Roberto Téllez planteo realizar un proyecto de investigación para la Universidad de la Salle, como propuesta para la planeación estratégica y el Mercadeo de la Información en las Bibliotecas Publicas colombianas, siendo necesario formular un diagnóstico juicioso y objetivo acerca de la realidad de éstas en el país en cuanto a sus usuarios servicios y todo tópico relevante a la evaluación de estrategias de mercadeo para el acopio y fidelización de usuarios.

Se conformaron entonces cuatro grupos investigadores que alimentarían teóricamente el planteamiento de las herramientas prácticas situacionales para bibliotecas públicas en Colombia:

- ✓ Diagnóstico de Bibliotecas Publicas Básicas de Bogotá. Constituido por las bibliotecas locales y comunitarias que prestan servicios bibliotecarios en la capital.
- ✓ Diagnóstico de Redes de Bibliotecas Publicas en Bogotá. Cuyo objeto de estudio fueron las bibliotecas mayores de BiblioRed, la red de bibliotecas de Colsubsidio y la Biblioteca Luís Ángel Arango.
- ✓ Diagnóstico de Redes Nacionales. El presente, quien tiene por objeto estudiar las bibliotecas publicas pertenecientes a las Cajas de Compensación Familiar en toda Colombia excluyendo Bogotá por hacer parte de otro grupo investigador dando por total 120 bibliotecas y la Red de Bibliotecas Publicas del Banco de la Republica constituida por 18 bibliotecas.

✓ Diagnóstico de Bibliotecas Públicas Municipales. Bibliotecas públicas de los municipios quienes por lo general dependen de las gobernaciones y alcaldías. Al plantear como objeto de estudio las Bibliotecas Públicas del País, se pretenden varios resultados, el primero de ellos identificar cuáles y cuántas son las bibliotecas que prestan servicios públicos a la comunidad en Colombia para luego determinar las características y estrategias que cada una de ellas aplica en cuanto al Mercadeo de la Información: dando por entendido que, aspectos como la dependencia o entidades a las que pertenecen particularmente, representan variaciones tanto en la administración y planeación como en la prestación de servicios y la dinámica de los mismos.

Finalmente es de anotar que la presente investigación tuvo modificaciones sobre la marcha debido a que no fue posible cumplir con la metodología inicialmente planteada, por tanto el diagnóstico de las bibliotecas pertenecientes a las Cajas de Compensación se encuentra basado en 68 de las 120 encuestas aplicadas, pues no hubo colaboración de la totalidad de las bibliotecas objeto de estudio de manera tal que se aplicó un análisis muestral.

El diagnóstico se encuentra basado en tópicos identificados como básicos para el análisis de los elementos de mercadeo de la información y administración que deben poseer las bibliotecas a fin de formular las herramientas adecuadas para desarrollar un plan de mercadeo apropiado para las bibliotecas Públicas.

De igual manera, basados en dichos tópicos son propuestas las conclusiones y recomendaciones de la investigación para su mayor comprensión e identificación tanto de falencias para ser mejoradas como de fortalezas que deberán mantenerse para la aplicación del plan.

El anexo G muestra el inventario que dio como resultado de una consulta exhaustiva acerca de los datos de identificación de las bibliotecas objeto de estudio de ambas Redes.

Finalmente es de aclarar que el presente trabajo no solo podrá ser usado como herramienta en pro de la investigación a la que depende, sino que pretende dejar la inquietud de la situación que actualmente viven las bibliotecas públicas en el país, para el desarrollo de futuras investigaciones y como complemento de un diagnóstico global que posiblemente estudie tanto las estrategias de mercadeo que son utilizadas y deben ser implementadas en las bibliotecas sino de otros aspectos que indiscutiblemente fue necesario abarcar para este diagnóstico.

1. DIAGNÓSTICO SOBRE HERRAMIENTAS DE MERCADEO EN BIBLIOTECAS PÚBLICAS – REDES NACIONALES: CAJAS DE COMPENSACIÓN Y BANCO DE LA REPUBLICA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Biblioteca Pública (BP) según la IFLA¹ es el lugar donde se brinda acceso al conocimiento, la cultura y a la imaginación que enfoca y direcciona sus servicios hacia la satisfacción de las necesidades de información que presenta una comunidad, su naturaleza es, entonces, proporcionar las herramientas, los medios y los espacios pertinentes para ello, pero, ¿Qué pasa cuando dicha comunidad no se encuentra interesada o no tiene conocimiento de la misma?; surge la necesidad de realizar acciones e implementar estrategias que enfoquen el interés de los usuarios nuevamente hacia la biblioteca.

Cada día se hace latente un cambio en la tradición de las bibliotecas: ligar los servicios de información físicos con lo virtual, aplicar las tecnologías de la información (T.I.) en la prestación de los servicios, ampliar las fronteras de la Biblioteca y crear las estrategias para dar a conocer sus servicios, la calidad de los mismos, el valor del personal que los presta y en general todo valor que agrega la Biblioteca por si misma a los usuarios.

Las BP continúan siendo entidades creadas para el bien de la comunidad y en pro del crecimiento de ésta a través de nexos reales y firmes con la Biblioteca lo cual es claro, sin embargo, dicha afirmación aun se encuentra en espera de bases que lo soporten ¿Qué cubrimiento representan las BP en Colombia con respecto a las comunidades a las que atiende, son en realidad suficientes y mas aun, están respondiendo a las necesidades de la información de los usuarios quienes representan su razón de ser?, gran parte de las respuestas pueden ser encontradas en el presente diagnóstico, sin embargo ésta no representa el objeto de la investigación.

Lo anterior induce a formular uno de los interrogantes hacia los cuales conduce la investigación ¿Cómo se preparan las BP en Colombia para enfrentar el reto que nos propone el futuro inmediato, como están asumiendo los procesos de planeación estratégica y específicamente como mercadean sus servicios?, la respuesta pareciera ser obvia, pero nadie lo puede asegurar y esto es parte del propósito que ocupa a esta investigación.

¹ IFLA/UNESCO. Servicio de bibliotecas públicas: Directrices para el desarrollo. Bogotá: Fundalectura. 2002. p.9

Finalmente, el problema se traduce, en la inexactitud en la planeación de las BP, pues en definitiva, se puede asegurar que éstas desarrollan servicios y productos con base en las necesidades que, asume, sus usuarios poseen y éstas no siempre solucionan los requerimientos de la comunidad, se hace latente la ausencia de métodos que acopien usuarios y mas allá de ello, establezcan relaciones duraderas con los mismos.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La Biblioteca Pública dentro de sus funciones, tiene como premisa ser el núcleo al progreso cultural y artístico de la comunidad, y ayudar a dar forma su identidad cultural; para ello deben crear programas proporcionando un espacio para las actividades culturales, organizando programas especiales y velando porque los intereses culturales se encuentren representados en sus fondos.

Las unidades de información en Colombia y con mayor profundidad las BP, conciben su ejercicio y su función dentro de parámetros puramente sociales y académicos y por tanto no son interiorizados por sus usuarios como esenciales, de tal manera que en un entorno altamente competitivo como el actual, estas organizaciones tratan meramente sobrevivir; es por tanto necesario dotarlas de herramientas administrativas de mercadeo que le faciliten sus proceso y que las conduzcan hacia la eficiencia y la efectividad de su gestión, estas herramientas necesariamente deben ajustarse dentro de una generalidad más o menos estandarizada a las diferentes características de las BP, pues no sería lo mismo diseñarlas para construir un plan estratégico de mercadeo para bibliotecas municipales en cualquier región del país, que para la Red de Bibliotecas públicas del Banco de la República, para la Red capital de Bibliotecas del Distrito, o para una biblioteca de la Red de Comfama o Comfenalco en Medellín.

Surge, entonces, la necesidad de dividir en cuatro grandes grupos las diferentes bibliotecas existentes en el país. La propuesta del presente proyecto como grupo de investigación 3 se traduce a la formulación de un diagnóstico que abarque la situación actual en cuanto a servicios prestados y herramientas de mercadeo utilizadas en las BP creadas por las Cajas de Compensación Familiar y las 18 pertenecientes a la Red de BP del Banco de la República.

La necesidad de realizar un diagnóstico de la situación actual éstas BP, nace tras la ausencia de documentos actualizados que presenten de manera concisa y pertinente información respecto a los servicios prestados por dichas bibliotecas así

como las herramientas de mercadeo de la información utilizadas por las mismas para la difusión de dichos servicios.*

La implementación de una propuesta de mercadeo de la información nace desde el punto de vista metodológico y académico debido a que se considera de vital importancia que las acciones y estrategias desarrolladas no sean propuestas de manera teórica sino que puedan ser implementadas y aplicadas en las Bibliotecas Públicas en Colombia.

Por estos motivos, deberán ser encontrados y analizados los datos y estadísticas respecto a la consulta, número de usuarios, servicios prestados, horarios, entre otros, para identificar el nivel de consulta y aceptación de los usuarios frente a la Biblioteca actualmente.

A partir de la aplicación de los instrumentos de recolección de información diseñados, se busca identificar todas estas variables que constituirán las pautas para el análisis de la información y la formulación misma del diagnóstico.

Es de anotar finalmente, que la presente investigación representa un punto de partida para la evaluación de los elementos de mercadeo de la información existentes y los que son necesarios en las bibliotecas públicas de Colombia a fin de formular las Herramientas Prácticas Situacionales, investigación a la cual se encuentra ligado el presente trabajo de grado.

Se hace necesario dejar claridad en que a pesar de dar pauta para una investigación de gran magnitud y posiblemente algunas otras más estructuradas el presente trabajo llegará únicamente hasta un diagnóstico de la situación de las bibliotecas de Cajas de Compensación Familiar y del Banco de la República como parte de un grupo investigador.

1.3 ANTECEDENTES

En Colombia, no existe evidencia de cuando se comienza a dar el enfoque del mercadeo en las unidades de información (UI), las escuelas responsables de la formación de profesionales en ciencias de la información, comienzan a incluirlo en sus programas a mediados de los años 90, para esta época en la Universidad de Antioquia se desarrolla un estudio patrocinado por COLCIENCIAS² el cual revela

* Como parte de la revisión bibliográfica para esta propuesta se indagó con las principales agencias gubernamentales y no existe un estudio confiable

² BARRERA RESTREPO, Efrén. Mercadeo de servicios de información. Bogotá: COLCIENCIAS, 1998. 262p.

la situación despreocupada de las UI en Colombia en lo que se refiere a la utilización de las herramientas y técnicas de mercadeo, situación que consideramos no ha evolucionado satisfactoriamente y que compromete con sobradas razones la realización de esta investigación.

Respecto al diagnóstico de la situación real de las Bibliotecas Públicas en Colombia no se encontraron estudios juiciosos que trataran siquiera de acercarse a un número real de éstas en el País.

Jorge Orlando Melo³, en su informe las bibliotecas publicas colombianas: ideales, realidades y desafíos proporciona cifras aproximadas a 2001 respecto a la cantidad de bibliotecas existentes en Colombia por su dependencia administrativa, sin embargo dichos datos respondían a un sondeo no documentado que fácilmente puede quedarse en palabras.

Dicha información denota la ausencia de un inventario de las bibliotecas publicas en Colombia, lo que da también para pensar de que manera se están planteando los nuevos proyectos para Bibliotecas Públicas cuando aun no es clara ni siquiera la cantidad de bibliotecas que atienden a la comunidad y mas allá de eso si éstas son suficientes para el número de habitantes con que cuentan los municipios donde se encuentran

Actualmente no existen acercamientos a la realidad de la Biblioteca Publica; por tanto, surge la necesidad de identificar las características de las BP en las diferentes particularidades que se presentan en Colombia antes de formular un procedimiento adecuado en cuanto al Mercadeo de la Información, esta, es la razón de ser del presente diagnóstico, busca identificar y aclarar todo aspecto que se relacione con el Mercadeo de la Información y que sea latente en las BP de las Redes Nacionales, pero mas allá de eso, deberá ser visto de manera global, pues la información contenida en el presente documento dará pie no sólo a la formulación de Herramientas practicas situacionales sino que será de gran utilidad en el desarrollo de investigaciones futuras con respecto tanto al mercadeo como otros temas referentes al comportamiento de las bibliotecas en Colombia.

Es necesario precisar que la creación y desarrollo de bibliotecas públicas en Colombia, ha tenido sus momentos estelares y se podría decir que este es uno de ellos. A partir de la implementación de la Red de Bibliotecas de Bogotá en el año 2000, la creación de la Biblioteca publica departamental del Valle, de la biblioteca

³ MELO, Jorge Orlando. Bibliotecas públicas colombianas: Ideales, realidades y desafíos. [En línea] disponible en: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/bibliotecologia/bibliotecas/publicas.htm> (Consulta: Marzo de 2005).

pública de la Aduana en Barranquilla, se ha generado un movimiento positivo alrededor de las bibliotecas públicas llevándolas incluso a ser contempladas como parte de la agenda política de algunos gobernantes locales, incluso del gobierno central, quien tiene como uno de sus proyectos estratégicos el “Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas-PNLB”⁴ dentro del cual pretende dotar completamente de biblioteca pública a 500 municipios del país, bajo esta administración. Contar con herramientas de mercadeo diseñadas específicamente para las BP, con un inventario y un diagnóstico de la situación actual de estas unidades de información desde el mercadeo, le abre una precisa y ajustada “ventana de oportunidad” a la formulación de estrategias de mercadeo de la información y lo enmarca como un aporte a los procesos de desarrollo estratégicos del país en este momento.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Generar un diagnóstico respecto a la situación actual de las bibliotecas públicas creadas por las Cajas de Compensación Familiar en Colombia y las bibliotecas pertenecientes a la Red de bibliotecas del Banco de la República en cuanto a los servicios que presta, las herramientas de mercadeo utilizadas, la relación que estos generan con los usuarios y todo dato que permita identificar las características y particularidades de este tipo de Bibliotecas Públicas.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Consultar los datos de identificación de las bibliotecas objeto de estudio a fin de establecer un inventario real de bibliotecas públicas en Colombia.
- ✓ Determinar las variables que componen dichas bibliotecas con el fin de determinar su estado y relación con la comunidad a la que sirven.
- ✓ Crear una herramienta de recolección de información que permita obtener datos en cuanto a los servicios, productos y actividades realizadas por las bibliotecas objeto de estudio como método de mercadeo de la información o determinar la existencia o ausencia de tales actividades.

⁴ COLOMBIA. Ministerio de Cultura. Plan nacional de lectura y bibliotecas. [En Línea] disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/planes/PNLB/planNalBibliotecasMetas.htm>. (Consulta: 20 de febrero de 2005).

- ✓ Recopilar información necesaria para el desarrollo del plan, en cuanto a índices de consulta, intereses de los usuarios, servicios prestados por las bibliotecas y calidad en el servicio, así como cualquier dato pertinente en la recolección de información.
- ✓ Analizar la información recolectada con el fin de determinar la situación actual de las BP objeto de estudio.
- ✓ Generar el diagnóstico que dará pie a la formulación de las herramientas de mercadeo para bibliotecas públicas en Colombia.

2. MARCO TEORICO

Diseñar estrategias de mercadeo para bibliotecas públicas implica profundizar teóricamente conceptos y relacionar unos con otros con el fin de hacerlos congruentes con la investigación; es por ello que el presente marco teórico abordará temas como mercadeo, pues antes de realizar cualquier acción deben ser identificadas sus funciones, componentes y estrategias, lo cual implica tratar el tema de la Planeación estratégica debido a que el Plan de mercadeo es, en esencia, un plan estratégico.

Finalmente serán estudiadas la función, filosofía y naturaleza de los servicios de las Bibliotecas Publicas (BP) cuyo sentido, para la presente investigación, serán analizados los aspectos correspondientes a las bibliotecas que han sido creadas por las Cajas de compensación Familiar en Colombia en la misma medida que las pertenecientes a la Red de BP del Banco de la República; por lo tanto, serán estudiados elementos y estrategias de mercadeo implementados por estas instituciones para ofrecer e impulsar sus productos y servicios, al igual que los objetivos que mueven a estas instituciones a prestar un servicio cultural, educativo y recreativo como complemento de un servicio social al trabajador, su distribución en el país y la manera como dicho movimiento ha motivado cada vez mas a otras instituciones para recrear la misma idea.

2.1 MERCADEO

Mercadeo es un término y más aun, es un concepto utilizado en Colombia desde los años ochenta, Muñoz González⁵ lo define como la consecuencia de actividades y procesos que son encaminados al cumplimiento de objetivos, éstas deben encontrar interrelación entre si pues su meta final no sólo es la satisfacción de las necesidades de los clientes sino que mas allá de eso, pretende cumplir con las metas y objetivos propuestos por la empresa.

Tradicionalmente, el mercadeo se ve asociado como un proceso puramente comercial aplicado a los bienes de consumo, pues fue ideado para satisfacer las necesidades de los clientes quienes representan dinero, ganancias y renombre entre otros, es por ello que en sus inicios fue tomado en cuenta por multinacionales y empresas con fines lucrativos cuyo propósito es publicitar y promocionar sus productos para la venta.

⁵ MUÑOZ GONZALEZ, Rafael. Marketing en el Siglo XXI. [libro en línea] disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/> (Consulta: Enero, 2006).

Hoy, el mercadeo es aplicado en diferentes contextos como ventas, educación, prestación de servicios, entre otros, cada uno de ellos trae consigo diferentes y variadas expectativas e intereses impuestos por las empresas o instituciones que los asumen e implementan, dependiendo de sus objetivos y los de sus clientes; el mercadeo al que se refiere la presente investigación se encuentra enfocado a la prestación de servicios de información, por lo cual es necesario pensar en estrategias de mercadeo que se encuentren enfocadas a servicios brindados con calidad e integrales, teniendo como premisa la búsqueda de satisfacción en el cliente y generar un bienestar al consumidor y, en este caso, a la sociedad; en dicho sentido Lambin define al mercadeo como:

“El proceso social orientado hacia la satisfacción de los deseos de los individuos y de las organizaciones para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y de servicios que engendren beneficios”⁶

Es posible asociar esta modalidad de mercadeo como una variación social que según Leal Jiménez⁷ es traducida como la aplicación de todas las tecnologías y herramientas del mercadeo comercial con el fin de influir en el comportamiento voluntario de personas en específico; teniendo como objetivo un bienestar tanto individual como colectivo en una comunidad específica.

Para hablar de mercadeo en BP se ha combinado el concepto de mercadeo comercial y en especial el de servicios, así como sus elementos con la naturaleza y definición de BP, pues la finalidad de éste concepto es beneficiar directamente los usuarios y no las empresas.

Es por ello que al basarse en la definición dada por Philip Kotler⁸ nace la idea de atraer y mantener tanto usuarios reales como potenciales de la BP a través de estrategias alternas de tal manera que sean acopiadas y atendidas las necesidades de un mayor número de personas de la comunidad a la que ésta sirve y creando relaciones duraderas con los mismos mediante una serie de actividades, servicios y materiales atractivos para ambos casos, dicho de otra forma la aplicación de herramientas de mercadeo de la información en la BP deberá permitir el desarrollo y crecimiento de la misma teniendo como premisa la prestación de servicios en un contexto público que implica un compromiso cultural, educativo y de acceso libre con la comunidad.

⁶ LAMBIN, Jean-Jaques. La recherche marketing: Analyser, mesurer, prévoir. París: McGraw Hill, 1990. Citado por: PARAMO MORALES, Dagoberto. Marketing: Su esencia conceptual. Barranquilla: Ediciones Uninorte, 2004. p.104.

⁷ LEAL JIMÉNEZ, Antonio. Gestión del Marketing Social. Madrid: McGraw Hill, 2000. p.35.

⁸ KOTLER, Philip ; ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. México: Pearson Education, 2003.

El mercadeo implica previamente el desarrollo conjunto y sincrónico de conceptos y herramientas cuya realización incidirá directamente en el éxito o fracaso de un plan de mercadeo; dichos conceptos requieren de un estudio e investigación previos.

2.1.1. El Plan de Mercadeo

Se basa en la realización concurrente de cuatro acciones principales:

- ✓ Análisis de las oportunidades
- ✓ Seleccionar el mercado
- ✓ Desarrollar la mezcla de mercado y
- ✓ Administrar la labor realizada

Para Lambin⁹ el plan de mercadeo debe tener por objetivo establecer de forma clara y precisa las decisiones que la empresa ha tomado pues de ello depende que las acciones sean desarrolladas y llevadas a cabalidad a mediano y largo plazo. Dicho proceso es posible tomando como cimiento de las diferentes actividades y premisas de la entidad, la conformación básica como son la misión, visión y objetivos de la empresa que fueron definidos en el plan estratégico, debido a que de estos parámetros combinados con la razón de ser de la empresa, partirá y será regida toda acción desarrollada a lo largo de la realización de un plan de mercadeo exitoso.

Entonces debe ser determinada en primera medida la filosofía y naturaleza de la entidad, que para el caso de la Biblioteca Pública, se refiere a cuatro papeles fundamentales propuestos por la declaración de Copenhague¹⁰ y se basan en la democracia y ciudadanía, el desarrollo económico y social, el aprendizaje duradero y la diversidad lingüística y cultural de la comunidad a la que sirven, con el fin de prestar los servicios, recursos y productos que ésta demande.

Antes de iniciar el desarrollo de un plan de mercadeo es necesario hacer la segmentación del mercado y posteriormente determinar los mercados meta con el fin de determinar a que sector del mercado serán enfocadas las herramientas y estrategias de mercadeo:

⁹ LAMBIN, Jean-Jacques. Marketing estratégico. 3ª ed. Madrid: McGraw Hill, 1997. p. 569

¹⁰ CONFERENCIA REGIONAL EUROPEA (1999: Copenhague, Dinamarca). Algo para todos: Las bibliotecas públicas y la sociedad de la información. [en línea] disponible en: <http://travesia.mcu.es/documentos/Copenhague.pdf> (Consulta: Octubre, 2005).

Segmentación del mercado: El mercado se encuentra constituido por diferentes tipos de clientes que deben ser vistos de diferente manera, éstos presentan distintas necesidades, deseos y demandas, así como distintas posibilidades de acceso y pago; por tal razón se hace indispensable la categorización de cada grupo de clientes identificados dentro de estas variables, Ricoveri¹¹ afirma que el primer paso de la segmentación es aceptar y entender que el mercado es heterogéneo y que es necesario subdividirlo y agruparlo para poder atenderlo. Así mismo lo referencia Gloria Maria Rodríguez¹² quien en pro del mercadeo en BP afirma que la segmentación es identificar grupos homogéneos a los cuales dirigir el servicio y por ello se determina que un segmento de mercado está conformado por consumidores con necesidades semejantes que podrían responder a un conjunto dado de actividades de mercadeo.

De igual manera a la BP acuden gran variedad en tipologías de usuarios que pueden ser determinadas basándose en diversidad de variables dentro del contexto demográfico, geográfico y psicográfico, entre otros, de manera tal que pueden ser detectados segmentos tales como amas de casa, estudiantes, universitarios, investigadores, trabajadores, etc. Cada uno de ellos representa acciones y estrategias diferentes congruentes con las características de los mismos y apuntadas a la satisfacción del cliente.

Determinación de mercados Meta: Una vez aplicada la segmentación a la totalidad de los usuarios se deben evaluar las diferentes variables que componen cada uno de los segmentos y seleccionar uno o varios cuyas características se asemejen al cliente final que representa la base para desarrollar el producto o servicio al que va encaminado el plan de marketing. Según Stanton¹³ el mercado meta es un grupo de clientes a quien la organización dirige específicamente sus acciones de mercadotecnia.

En dicho sentido la BP intenta satisfacer las necesidades de distintas tipologías de usuarios, también desarrolla servicios y productos encaminados para satisfacer cada uno de ellos, sin embargo deberá dirigirse lapsos periódicos o esporádicos de tiempo a un segmento en específico con el propósito de asegurar que el plan de mercadeo fue aplicado satisfactoriamente, y que asegurará la asiduidad a la BP por parte de este segmento seleccionado como mercado meta, de tal manera que

¹¹ RICOVERI, Vladimir. Ricoveri M@rqueting: publicidad y mercadeo [en línea] disponible en: <http://ricoveri.tripod.com.ve/ricoverimarketing2/index.html>. (consulta: Octubre 2004).

¹² RODRIGUEZ SANTA MARIA, Gloria María. Conceptos de mercadotecnia aplicados a las bibliotecas públicas. En: Revista Interamericana de Bibliotecología vol.14 N.1 (Ene-Jun, 1991) p. 17

¹³ STANTON, William; ETZEL, Michael y WALKER, Bruce J.. Fundamentos de Marketing. 13ª ed. México: McGraw Hill, 2004. p.170

cada programa y acción realizada se encontrará enfocada a solo un segmento específico.

2.1.2. La Mezcla de Mercado.

Se traduce básicamente en el desarrollo simultáneo y clasificado de las cuatro variables del mercadeo para alcanzar los objetivos propuestos: Producto, Precio, Plaza y Distribución, cada uno de estos aspectos se encuentra relacionado pues el plan de marketing se obtiene no sólo de la creación de herramientas individuales sino que a medida que sean interrelacionadas conforman el conjunto adecuado denominado mezcla de mercado para Muñiz¹⁴ el proceder de dichos objetivos se encuentra condicionado a diferentes aspectos externos que pueden afectar las determinaciones en la mezcla de mercado, tales como la competencia, el mercado existente y mas aun, el entorno socioeconómico, lo cual, en términos de mercadeo de servicios sería traducido como las necesidades de la comunidad a la que sirve la BP, su entorno sociocultural y las causas que intervienen en la consulta de la misma.

2.1.2.1. Producto/Servicio

La definición mas popular de producto es un bien tangible o intangible ofrecido al consumidor para satisfacer una necesidad o deseo, según Lamb y otros¹⁵ no es posible iniciar un plan de mercadeo sin basarse en un producto o servicio, y es que finalmente, toda acción que implique la mezcla de mercadeo debe realizarse con base en uno o ambos, de lo contrario sería imposible tratar de fijar un precio, determinar un canal o crear una estrategia de promoción aun cuando se hubiese determinado un segmento específico o mercado meta y se tengan claras las necesidades que éste presente. En términos de productos de BP será necesario aclarar que el producto final de la BP es la prestación de servicios que difiere del concepto de servicio como un valor agregado a la adquisición de un producto, pues representa lo que produce y por lo que existe la BP es su razón de ser.

Debido a que la función de la BP se basa en la prestación de servicios es necesario entonces hablar de Servucción y de los elementos que implica un Sistema de Servucción. Oscar Salinas¹⁶ la Define como un proceso para elaborar un servicio que incluye elementos físicos y humanos en pro de la relación entre el cliente y la empresa, en dicho sentido se hace necesario tener en cuenta, para la

¹⁴ MUÑIZ GONZALEZ, Rafael. Marketing en el Siglo XXI. [en línea] disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/> (Consulta: Enero, 2006).

¹⁵ LAMB, Charles; HAIR, Joseph y McDANIEL, Carl, Marketing. 4a. ed. México: Thomson, 1998. p.280.

¹⁶ Salinas, Oscar. La Servucción : es mejor servir que... [En línea] disponible en : <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%201/servuccin.htm> (Consulta: Septiembre, 2005).

prestación de un servicio de calidad y eficiente, aspectos como la estructura física adecuada para prestarlo, personal capacitado y dispuesto a proporcionar de mejor manera el servicio éste será quien tendrá un contacto directo con el usuario.

Grande Esteban¹⁷ afirma de otra parte que los servicios se caracterizan por propiedades que hacen diferentes a un producto, tal como son la intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad, el carácter perecedero y la ausencia de propiedad y es que finalmente, un servicio es algo imposible de pesar pero que sin embargo trae consigo un beneficio para quien lo recibe sin que pueda apropiarse de él, en dicho sentido las autoras Zeitheml y Bitner¹⁸ amplían esta idea dando por entendido que es difícil determinar “productos puros” o “servicios puros” pues el espectro de tangibilidad puede tender hacia un punto medio, sin embargo en el caso de la BP resulta indudable la presencia de “servicios puros” aunque no sean descartados los productos que puedan ser añadidos a los servicios, de manera que tras la imposibilidad palpable de tocarlos se hacen necesarias herramientas como los indicadores de gestión y demás métodos que permitan la medición de los servicios en su carácter de intangibilidad.

Adicionalmente, aunque las cinco propiedades de los productos intangibles son características de los servicios prestados en una BP, pues el usuario se enriquece de ellos de manera abstracta y a pesar de su satisfacción por la información recibida o la atención prestada no es posible mostrar de manera tangible cuanto ha aprendido en ella o que tanto le ha sido provechoso, parte del control que se debe ejercer en pro de la prestación de servicios de calidad se encuentra enfocada en la aplicación y diseño de estrategias que no solo midan la efectividad de los mismos sino que puedan determinar los correctivos que deban ser aplicados en determinado caso.

2.1.2.2. Precio

La fijación de precios se encuentra ligada a diferentes variables que incluyen el costo bruto que genera la realización de un producto o la prestación de un servicio, así como las características económicas del mercado meta y la posible atracción del mismo frente al precio. Por lo general una BP no establece un precio a los servicios que ésta ofrece, sin embargo algunos servicios adicionales si lo tienen, y aunque no hacen parte de la naturaleza de la misma hacen parte de una prestación integral del servicio. De otra parte Páramo¹⁹ postula que el objeto de

¹⁷ GRANDE ESTEBAN, Idelfonso. Marketing de los servicios. Madrid: Esic, 2000. 3ª Ed.

¹⁸ ZEITHAML, Valerie A. y BITNER, Mary Jo. Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa. 2ª ed. México: McGraw Hill, 2000. p.5

¹⁹ PARAMO MORALES, Dagoberto. Marketing: Su esencia conceptual. Bogotá: Ediciones Uninorte, 2004. p. 123.

estudio del mercadeo es, indudablemente el intercambio y que dicho intercambio debe dar como resultado el beneficio mutuo, dicho beneficio a simple vista no es posible determinar, sin embargo es posible establecer un equilibrio para el intercambio que es definido por Bagozzi²⁰ como: "La transferencia de algo tangible o intangible, real o simbólico, entre dos o mas actores sociales". En éste sentido los productos ofrecidos por la BP, quien sería el primer actor social del intercambio, son intangibles; de otra parte la BP espera a cambio por parte de la comunidad a la que presta sus servicios la satisfacción positiva o negativa de sus necesidades de información, por tanto es posible afirmar que el precio que tienen los servicios bibliotecarios sería por definición la satisfacción de las necesidades de su comunidad, la cual no es obtenida en la mayoría de los casos a pesar de ser prestados oportunamente.

2.1.2.3. Plaza

El término es utilizado para identificar las diferentes formas de distribuir y hacer llegar los productos y servicios a los consumidores y usuarios, Kotler²¹ denomina estas formas como Canales de distribución o canales de marketing, el principal objetivo de utilizar los distribuidores es el de eliminar costos y brechas significativas de transporte y tiempo. El canal se encuentra discriminado por la cantidad de intermediarios que son necesarios entre la empresa y el comprador final para lo cual se determinan niveles. La BP a su vez, establece otras proporciones en dichos canales de distribución pues aunque en teoría la relación debe realizarse directamente, son aplicadas estrategias que permiten diversas maneras de acceder a la información y muchas de ellas necesitaran de proveedores intermediarios que posibiliten la relación.

2.1.2.4. Promoción:

Implica todo tipo de acción publicitaria, divulgativa encaminada a enterar y animar al cliente o usuario. Ricoveri²² propone cuatro formas tradicionales de promoción: la publicidad, la venta personal y las relaciones publicas (Publicity) que se encuentra encaminada a la generación de artículos y espacios publicitarios representados por noticias comerciales y finalmente la promoción en ventas, todos estas formas de promoción permiten un acercamiento entre la empresa y el cliente ejerciendo influencia y condicionamiento que afecte las decisiones del cliente final.

²⁰ BAGOZZI, Richard. Marketing as exchange. En: Journal o Marketing., Vol.39, 1975. Citado Por: Ibid, 130.

²¹ KOTLER, Philip ; ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. México: Pearson Education, 2003
Pág. 395

²² RICOVERI, Vladimir. Ricoveri M@rqueting: publicidad y mercadeo [en línea] disponible en: <http://ricoveri.tripod.com.ve/ricoverimarketing2/index.html>. (consulta: Octubre 2004).

De igual manera Kotler²³ establece que la promoción es tomada como la mezcla de comunicaciones de marketing que incluye el concepto de Publicidad traducida como una forma pagada para la presentación y promoción no personal de ideas bienes o servicio por un patrocinador, Promoción de ventas, Relaciones públicas cuya principal función es mantener la buena imagen y nombre tanto de la empresa como de los productos y servicios que distribuye, y finalmente el Marketing directo que se basa en la comunicación directa que mantiene la empresa sus productos y servicios con los consumidores individuales.

Es de resaltar que al hablar de mercadeo de servicios es necesario analizar y crear herramientas concernientes de manera adicional a estas cuatro variables; para Zeitheml y Bitner²⁴ la mezcla de mercadeo enfocada a los servicios deberá incorporar tres variables más que pueden ser traducidas como el empaque, la imagen corporativa y demás atributos que poseen los productos tangibles y que pueden ser traducidos al ámbito de los servicios:

Las personas, entendidas como los actores sociales que representan la BP tales como los funcionarios de atención al público, circulación y préstamo e información así como también otros usuarios, pues las personas influirán directamente en la prestación del servicio y mas aún en la percepción que tome el usuario frente a los servicios recibidos. Para ello es necesario evaluar aspectos como la actitud y apariencia de quien asiste al usuario y el comportamiento de todas las personas en general.

La evidencia física, se refiere específicamente a las condiciones físicas con las que interactúa el usuario con la BP y viceversa tales como la infraestructura, el mobiliario así como todo elemento físico que permita la comunicación o facilite la prestación del servicio donde se ejerce un gran apoyo a los productos de información.

El proceso, implica todo procedimiento, estrategia o mecanismo que sea diseñado en pro de la prestación del servicio, las actividades adicionales que van encaminadas a la utilización del mismo, etc. el seguimiento que se le aplique al proceso permitirá de manera mas rápida la evaluación de la prestación misma del servicio, la manera como se esta llevando a cabo y la modificación sobre la marcha o aplicación de correctivos.

²³ KOTLER, op cit, p. 470

²⁴ ZEITHAML, Valerie A. y BITNER, Mary Jo. Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa. 2ª ed. México: McGraw Hill, 2000. p.27

✓ El Cliente. Para el caso de las BP se hace necesario abordar el usuario dentro de la figura del cliente o consumidor, pues representa la razón de ser de una empresa, por ella se crean todos los servicios y productos y sin ella no existiría; el usuario de una biblioteca de cualquier naturaleza y sus necesidades de información son su objeto y la satisfacción de dichas necesidades representa la variable entre los procesos adecuados.

Los consumidores cada vez son mas exigentes, se encuentran mas informados y representan todos los días un reto para las empresas y también para las Bibliotecas, por tanto es necesario desarrollar estrategias no sólo de acopio de usuarios sino la búsqueda de su permanencia y fidelización con la organización sea cual fuera su función, basados en caracterización de los clientes dada por Muñiz²⁵ es posible identificar los diferentes usuarios con los que se enfrenta la BP de hoy, dicha caracterización se basa en el nivel de satisfacción y fidelidad que mantienen con los productos y servicios que les son ofrecidos:

NIVEL DE FIDELIDAD		
	BAJO	ALTO
BAJO	Opositor	Cautivo
ALTO	Mercenario	Prescriptor

- ❖ Opositor: Busca alternativas, prefiere cualquier instancia antes que acudir a la Biblioteca, no sólo no es asiduo sino que ninguna estrategia es valida para atraerlo a ella y genera publicidad negativa.
- ❖ Mercenario: Ese tipo de usuario que aunque acude a la Biblioteca a satisfacer sus necesidades de información no se ve ligado a ella ni presenta algún tipo de afinidad, sin embargo no le parece malo que las personas acudan a la ella.
- ❖ Cautivo: se siente inconforme con la Biblioteca pero no ve otra solución para satisfacer sus necesidades de información, acude a ella y la consulta pero si encontrase otro camino lo tomaría. A menudo se presentan este tipo de usuarios inconformes y se debe en su mayoría por falencias en el servicio, las colecciones o el lugar.
- ❖ Prescriptor: acude a la Biblioteca porque le gusta, se siente agrado con los servicios y productos que le son ofrecidos y representa los usuarios reales de la biblioteca.

Los cuatro tipos de consumidores deben ser tratados de diferente manera pues, cada uno de ellos presenta particularidades que deben ser atacadas por diferentes estrategias, surge entonces el proceso de fidelización y acopio de clientes que

²⁵ MUÑIZ GONZALEZ, Rafael. Marketing en el Siglo XXI. [en línea] disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/> (Consulta: Enero, 2006).

busca que los opositores y mercenarios, que representarían los usuarios potenciales dando por entendido que también incluye aquellos clientes en potencia que, posiblemente se puedan servir de lo que ofrece la biblioteca pero no acuden a ella por desconocimiento o desinterés, y los cautivos quienes representa usuarios reales pero inconformes con algunos aspectos de la biblioteca, se conviertan en Prescriptores es decir en usuarios reales y satisfechos.

Para ello, tal como lo afirma Kotler²⁶ es necesario evaluar el valor total para el cliente y el costo total para el cliente pues se denota la necesidad latente de identificar las razones por las que cada usuario se ha encajado en alguna de los tipos de usuario presentados, en la medida en que aumenta la satisfacción del cliente, también aumentará su fidelidad con la organización.

2.1.2.5. Elementos importantes en el proceso

Existen varios elementos que adicionalmente a la mezcla de mercado hacen posible un plan de mercadeo efectivo, dichos elementos pueden ser incluidos o excluidos dentro de dicho proceso, sin embargo resultan de utilidad como fuente de información respecto a variados aspectos.

- ✓ Posicionamiento. Una vez realizada la segmentación e identificado el mercado meta, debe realizarse un estudio respecto a la posición que se quiere que los servicios de la Biblioteca tengan para cada segmento en el mercado total es decir como se encuentra dentro del mercado. Implica la identificación de variables pertinentes para la medición de la aceptación y popularidad de los servicios o la institución, dicha posición será confrontada con la de otras bibliotecas, esto permitirá identificar el lugar en el mercado en el que se encuentra y lo necesario para mejorar, con base en dicho posicionamiento se fijan metas y desarrollan las estrategias de marketing²⁷.
- ✓ Sistema de Información de Mercados. Antes de iniciar cualquier actividad para el desarrollo del plan deberá ser recopilada una gran cantidad de información, esta será utilizada y consultada a lo largo de las actividades y constituirán la base de cualquier decisión o paso a seguir, la información es recopilada por diferentes métodos.

²⁶ KOTLER, Philip. Estrategias Competitivas: Cómo Forjar Relaciones Duraderas con los Clientes. En: KOTLER, Philip ; ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. México: Pearson Education, 2003 p. 594

²⁷ KOTLER, op. cit., p. 62

Se hace necesario un Sistema de Información de Mercados SIM que, según Luther²⁸ suministra información sobre las diferentes variables que afectan el plan de mercadeo para lo cual es requerido el personal, equipo y procedimientos que permitan obtener, ordenar, analizar, evaluar y distribuir la información obtenida, esto facilitará la información y documentación pertinente para la toma de decisiones y, a su vez, representará el soporte de las acciones y decisiones ejecutadas.

Para Jany²⁹ la información puede ser obtenida a través de tres métodos:

❖ Datos Internos: Muchas empresas conservan en sus bases de datos, acervos tecnológicos y en sus archivos grandes cantidades de cifras, datos y demás información que es utilizada de manera efectiva, que permite la obtención de información inmediata debido a que se encuentra dentro de la empresa y su accesibilidad es total; los datos internos podrán proporcionar información como, por ejemplo, índices de consulta, número de usuarios por día o por año, materiales o temas más consultados, etc. datos que son de utilidad en la formulación del diagnóstico y posteriormente la creación de las herramientas de marketing.

❖ Inteligencia de Mercados: Se basa en la obtención de datos a través de fuentes externas, dichas fuentes pueden ser Internet, artículos de revistas y todo tipo de publicaciones que proporcionen información, Luther³⁰ afirma que debe evidenciar datos sobre las necesidades de los clientes, la situación, estrategias y actuar de los competidores, lo que es percibido en el mercado acerca de los productos y servicios al igual que lo que se espera de los mismos, algunos de estos datos pueden ser obtenidos directamente por las partes interesadas incluso de la competencia. Esta información permitirá establecer la situación actual de la entidad, en este caso la BP con respecto a otras bibliotecas que presten servicios públicos; lo cual permitirá, tras el análisis, determinar aspectos tales como las preferencias de los usuarios y los motivos que los llevan a consultar en una o varias bibliotecas.

❖ Investigación de Mercados: Se refiere al estudio que realiza la empresa respecto a la situación actual del mercado, la respuesta de los usuarios frente a las diferentes situaciones dentro del mismo, se traduce en la búsqueda de información para saber si las actividades que se quieren realizar serían pertinentes o es necesario idear algo distinto, anticipar la posible respuesta de los consumidores ante aspectos como cambio de imagen, estrategias de publicidad,

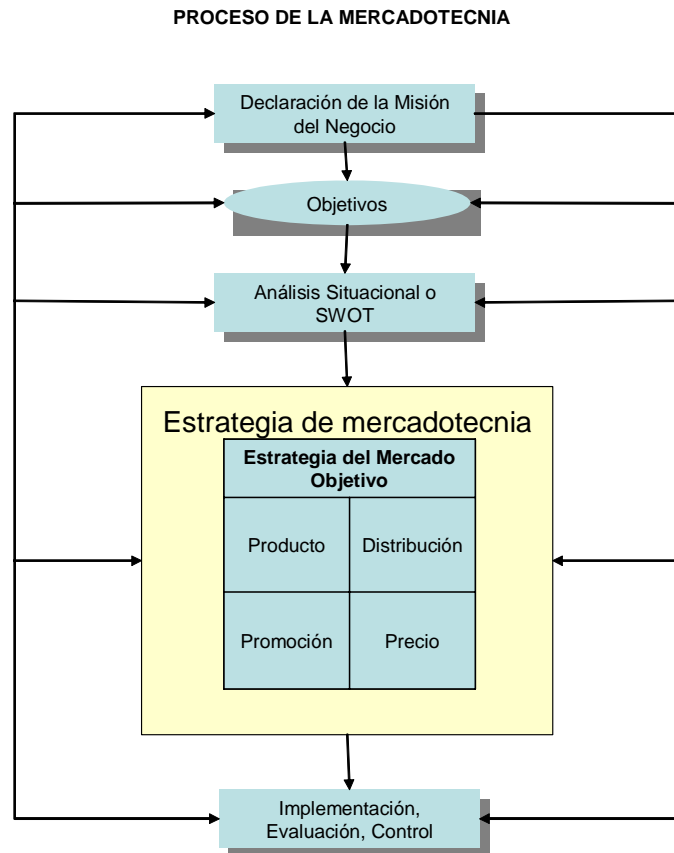
²⁸ LUTHER, William M. El plan de mercadeo. Bogotá: Norma, 2003. p.164

²⁹ JANY, José Nicolás. Gerencia comercial: un enfoque operativo. Bogotá: Fondo Educativo Panamericano, 2005. p. 300

³⁰ LUTHER, op. cit., p.168

el interés que estos pueden tener frente a un producto, incluso, la cantidad de usuarios que estarían dispuestos a adquirirlos o hacer uso de los servicios.

A continuación un modelo propuesto por Lamb³¹ para el proceso de la mercadotecnia moderna.



2.2 LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

El crear un plan de mercadeo implica ineludiblemente la aplicación de conceptos y elementos de planeación estratégica debido a la implicación administrativa y gerencial que esto conlleva, para la puesta en marcha de cualquier proyecto se debe tener en cuenta los tres pasos fundamentales que propone Jany³²: planear, realizar y evaluar para retroalimentar.

³¹ LAMB, Charles; HAIR, Joseph; MCDANIEL, Carl. Marketing. 4a ed. México: Thompson, 1998 p.25

³² JANY, José Nicolás. Gerencia comercial: un enfoque operativo. Bogotá: Fondo Educativo Panamericano, 2005. p. 691

La planeación por si misma trae consigo el análisis de las acciones y situaciones ocurridas en el pasado, de los recursos existentes y evaluación de la situación actual para visualizar lo que sucederá y lo que deberá realizarse, para ello es necesario establecer metas, diseñar estrategias y tácticas que permitan el cumplimiento del plan.

Igualmente, Goodstein³³ define la Planeación Estratégica como el proceso de establecer objetivos y escoger el medio mas apropiado para el logro de los mismos antes de emprender una acción, adicionalmente la planeación permite anticiparse a la toma de decisiones, sin embargo, es distinto pensar en la planeación a largo plazo como el proceso de prever el futuro pues la planeación estratégica no consiste en pronosticar ni implica la aplicación de técnicas contables para la planeación de negocios, es necesario analizar, evaluar y seleccionar las distintas variables que influyen en los procesos e identifican las acciones que serán más apropiadas.

Rodríguez Valencia³⁴ aporta que la planeación estratégica, se basa en una investigación previa para la elaboración de un esquema, el cual determina las actividades que deberán ser realizadas de tal manera que sean identificadas las oportunidades de mejoramiento de la organización y establecidos los planes y proyectos para el aprovechamiento integral de tales oportunidades; esto implica el desarrollo de políticas, planes y procedimientos que no sólo permitan la retroalimentación continua sino que se encuentren diseñados para soportar y permitir cambios cada vez que la organización así lo requiera.

La planeación es importante en la administración de cualquier empresa pues da inicio a la dirección control y coordinación, adicionalmente encamina tales acciones hacia el objetivo propuesto.

Adicionalmente Rodríguez Valencia³⁵ sustenta la importancia de aceptar y entender que es necesario determinar acciones que reduzcan la incertidumbre y acerquen a los administradores a un punto de certeza que se logra realizando un estudio profundo de la organización y las condiciones que la rodean y afectan.

2.2.1 El Proceso de la Planeación Estratégica

Si bien la aplicación de estrategias representa una de las acciones mas comunes en las empresas hoy en día, el desarrollo y aplicación de planeación estratégica

³³ GOODSTEIN, Leonard, [et. al.]. Planeación estratégica aplicada. Bogotá: McGraw Hill, 2000 p. 5.

³⁴ RODRIGUEZ VALENCIA, Joaquín. Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. Bogotá: Thomson learning, 2001

³⁵ Ibid. p. 40

resulta un poco mas complicado, Ogliastri³⁶ afirma que la planeación estratégica se ha utilizado para orientar las empresas a decidir, actuar y anticiparse a los acontecimientos para llegar a objetivos fijados con antelación, adicionalmente propone algunos pasos para llevar a cabo dicho proceso.

✓ Generación de Objetivos, metas y propósitos. En primera instancia es necesario establecer los propósitos y misiones que tiene la BP con respecto a la prestación de sus servicios y con el desarrollo del plan, dichos objetivos, aunque son homogéneamente ideados en cuanto a la prestación de un servicio, se ven afectados directamente por los diferentes segmentos de la comunidad en particular; sin embargo, la generación de metas suelen ser coincidentes por su naturaleza.

✓ Planificación a largo Plazo: La planeación implica ver a futuro lo que se quiere o lo que podría suceder de llevarse a cabo el plan, pues esto permite evidenciar tanto los posibles inconvenientes que se pueden presentar como la aceptación o rechazo que las acciones tomadas generen en la comunidad.

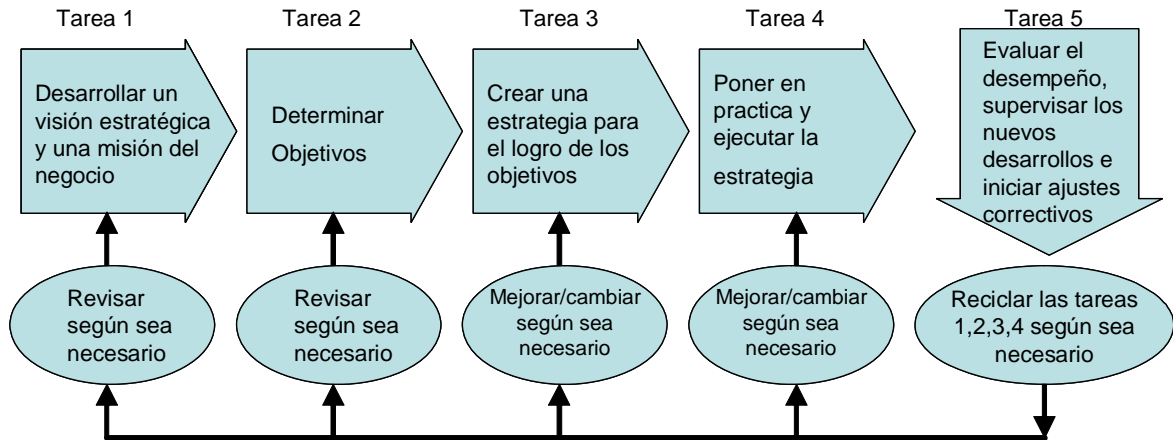
La planeación y determinación de objetivos a largo plazo permite predeterminar tiempos y movimientos de las diferentes acciones a realizar así como en cierta medida permite visualizar algunas situaciones que puedan presentarse tras su implementación en un periodo de tiempo determinado.

✓ Niveles de Planeación Organizacional: el ideal al interior de cualquier plan de mercadeo es que este sea implementado a nivel general en toda la organización, en la BP como en cualquier organización es necesario realizar una planeación estratégica que implica definir la misión y visión, realizar un análisis de la situación, evaluar y plantear los objetivos y seleccionar estrategias pertinentes para cumplirlos, seguidamente es necesario realizar la planeación estratégica de mercadeo para lo cual es necesario luego de analizar la situación y formular los objetivos del mismo, determinar el posicionamiento, seleccionar el mercado meta y medir la demanda para, finalmente, diseñar una mezcla de mercado.

³⁶ OGLIASTRI, Enrique. Manual de Planeación estratégica. Bogotá: Tercer mundo, 2000. p.17.

En cuanto a la administración estratégica Thomson³⁷ propone cinco tareas básicas para administrar el proceso de planeación estratégica:

Las cinco tareas de la administración estratégica

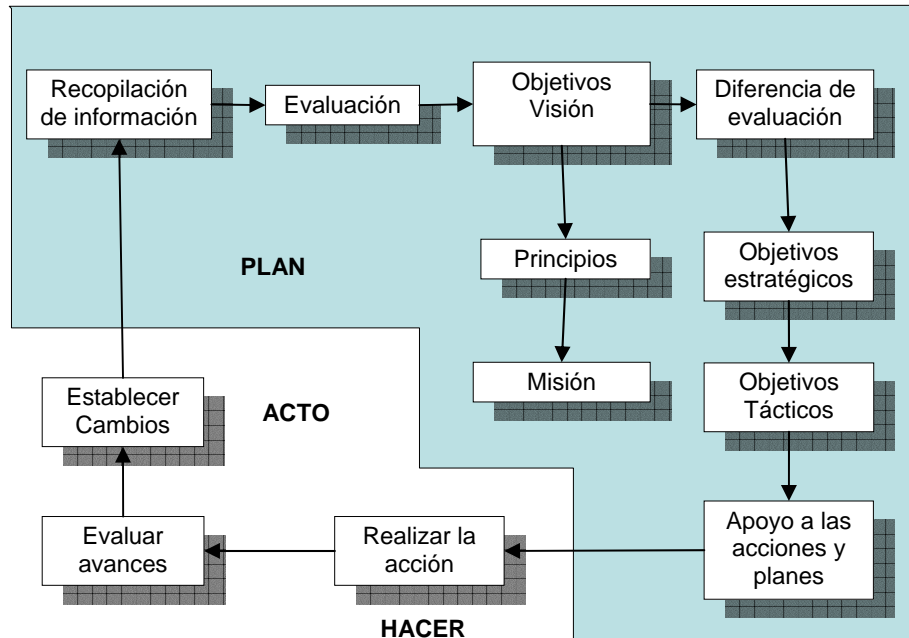


Para asegurar que el plan marche satisfactoriamente también es necesario desarrollar una planeación de marketing periódica por lo que se sugiere preparar un plan anual para los servicios, más representativos.

³⁷ THOMSON, Arthur; STRICKLAND, A. J. Administratógica: Textos y casos. México: Mc Graw Hill, 2004. p. 7

Ortega³⁸ propone adicionalmente que la planeación estratégica más que un proceso que se realiza una vez, debe ser un ciclo donde al final de la aplicación del plan se genera una retroalimentación que da inicio a una nueva planeación estratégica, a continuación el modelo propuesto.

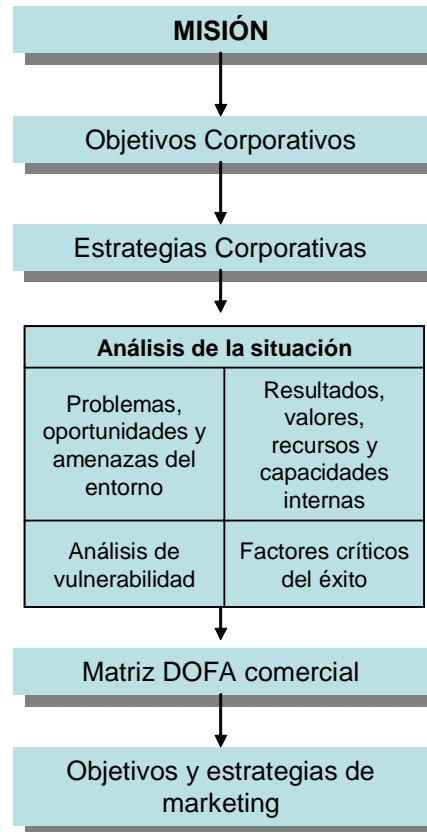
CICLO DE LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA



³⁸ ORTEGA LEON, J. Enrique. Como se identifican, documentan y miden los procesos. En: V Congreso estatal por la Calidad [En línea] disponible en: www.icc.col.gob.mx/webponencias/4apasco.PPT (Consulta: Marzo 2006).

Finalmente, Schnarch³⁹ propone un modelo para encajar la planeación estratégica sumada al proceso de Mercadeo a la cual llamo “proceso de planeación estratégica de Marketing”.

PROCESO DE PLANEACION ESTRATEGICA DE MARKETING



2.3. LA BIBLIOTECA PÚBLICA

La biblioteca pública, por su misma naturaleza, tiene grandes compromisos culturales, educativos y lúdicos con la comunidad a la que pertenece, lo cual implica indiscutiblemente la obligación de prestar diferentes servicios a todo tipo de usuarios, dicha tipología resulta heterogénea a la hora de satisfacer necesidades y brindar herramientas y materiales, debido a que cualquier limitación de acceso reducirá su capacidad para desempeñar plenamente su papel

³⁹ SCHNARCH KIRBERG, Alejandro. Desarrollo de nuevos productos. 4ª ed. Bogotá: Mc Graw Hill, 2005. p. 14.

primordial de apoyar los procesos de educación no formal y ofrecer información a la comunidad con el fin de satisfacer sus necesidades.

Durante años las bibliotecas han centrado su principal función al desarrollo de colecciones, el mantenimiento de las mismas y a desarrollar programas de difusión que pocas veces motivaban al usuario a acudir a ellas con fines no académicos, esto se debe al mismo contexto colombiano que los sumerge en una cultura no lectora y poco interesada por el crecimiento cultural propio, sin embargo, actualmente las bibliotecas han querido vender esta idea, hacer que sus usuarios acudan a ellas en busca de entretenimiento, ampliación de conocimientos, expresión cultural y actividades lúdicas; esto sin ser suficiente ha sido un gran avance, no obstante se hace necesario el desarrollo de herramientas concretas encaminadas a la difusión de los productos y servicios allí desarrollados y a la animación de su uso.

Con base en lo sugerido por la UNESCO a través de su manifiesto con respecto a las funciones, propósito y actividades de las bibliotecas públicas⁴⁰, es determinante la obligación y visión de estas por asistir a un gran número de usuarios y satisfacer sus necesidades; por su parte la comunidad al encontrarse inmersa en una sociedad de la información tiene la posibilidad de escudriñar e identificarlas a través de las diferentes herramientas existentes.

Entonces el usuario busca la información por medio del periódico, la televisión, Internet, la radio, etc. sin embargo no todas sus necesidades de información son abarcadas por estos medios de comunicación reciente, es entonces cuando el usuario experimenta confusión al no saber a donde acudir; el mercadeo de la información podría encargarse de enterarlo de la utilidad que el contacto directo con la información en la Biblioteca Pública le proporcionaría, lo cual implica también que esta se encuentre dotada de materiales, soportes, cobertura y la organización pertinente para poner en disposición de los usuarios cuanta información requiera.

Un estudio retrospectivo sobre la BP⁴¹ permite ver y entender que la Biblioteca Pública en Colombia ha evolucionado a través de los años con grandes ganancias traducidas directamente en el beneficio de la comunidad, hoy por hoy puede evidenciarse el interés por parte del gobierno, entidades estatales, y privadas que han sido cursores y partícipes de este desarrollo bibliotecario y aunque no puede decirse que esta todo hecho, ha avanzado con grandes pasos, prueba de ello es la labor pionera que ha realizado a lo largo de 47 años la Biblioteca Luis Ángel

⁴⁰ UNESCO "Manifiesto para las bibliotecas públicas". 2002. [en línea] <www.ifla.org/VII/s11/pubs/mani-s.html> (consulta: 11 octubre, 2004).

⁴¹ JARAMILLO, Orlanda. Et al. La Biblioteca pública: una mirada desde su génesis y desarrollo. Medellín: Universidad de Antioquia, 2005.

Arango prestando una labor social y cultural a todo tipo de usuarios tomando como comunidad base una población mucho mas extensa de sus propias capacidades, el crecimiento que han llegado a obtener bibliotecas y redes de estas tales como lo es Biblored en Bogotá, que a pesar de tener pocos años de vida, se ha posicionado como núcleo de grandes poblaciones y han abarcado las necesidades de una gran cantidad de usuarios.

En este sentido debe anotarse el cubrimiento que han tomado durante décadas las bibliotecas de las Cajas de Compensación familiar tales como Colsubsidio en Bogotá y Comfenalco en Antioquia quienes han extendido y entendido su labor social y de seguridad a un campo cultural, educativo, recreativo y lúdico permitiendo el desarrollo de las comunidades que dependen de ellas con base en estipulaciones mínimas de carácter legal.

Finalmente aunque las bibliotecas han desarrollado históricamente acciones en función de la satisfacción de las necesidades de sus usuarios, que coincidentemente constituyen el principio fundamental del marketing para sus denominados clientes, las propias bibliotecas no han seguido una dirección administrativa estándar que les haya permitido lograr de forma efectiva esta satisfacción y mejorar a la vez su imagen continuamente. De tal manera que ha sido propuesto por muchos autores e investigadores como Giappiconi⁴² la idea de aplicar las estrategias y procesos del mercadeo comercial busca identificar la mejor manera de combinar las dos logrando un plan de mercadeo de la información que concuerde tanto con las funciones y misión de la biblioteca pública como la naturaleza del Marketing de la información.

La idea de la investigación de mercados, según Kinneer⁴³, es la función que relaciona al consumidor, al cliente y al publico con el especialista de mercadeo a través de la información la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de mercadeo; generar, perfeccionar y evaluar las acciones de mercadeo; monitorear el desempeño del mercadeo; y mejorar la comprensión.

⁴² GIAPPICONI, Thierry. El Marketing. En: KLAASSEN, Ute; WIERSNA, Chris y GIAPPICONNI, Thierry. Gestión de la calidad y Marketing en las bibliotecas publicas. Barcelona: Fundación Bertelsman, 1999. p.106.

⁴³ KINNEAR, Tomas; TAYLOR, James. Investigación de mercados: un enfoque aplicado. Bogotá: McGraw Hill, 2002

2.4 LAS CAJAS DE COMPENSACION EN COLOMBIA

En 1957 es publicado el decreto legislativo 118 de 21 de junio en el cual es establecido en Colombia el subsidio familiar. Formulando como obligatorio que las entidades publicas y privadas dispongan un 4% de su nómina mensual destinado a la seguridad de sus empleados. La función de recibir y administrar dicho dinero fue encomendada a las cajas de compensación familiar con el fin de beneficiar a trabajadores y de medianos y menores ingresos y a los miembros de su núcleo familiar o personas a cargo.

Son generadas, entonces, las cajas de compensación familiar como entidades sin animo de lucro con una connotación de Seguridad Social cuyo compromiso es el de mejorar la calidad de vida de los colombianos, realizar la redistribución de los ingresos y garantizar el desarrollo económico y social. Las cajas deben, de carácter obligatorio destinar recursos a subsidios de vivienda de interés social, salud, educación, atención a los niños menores de seis años y apoyo a la jornada escolar complementaria. Dicha función inicia con el pago de subsidios, además de estos programas obligatorios las cajas están autorizadas para dedicar el resto de los recursos a mercadeo, nutrición, servicios de bibliotecas, recreación educación, capacitación, crédito de fomento para industrias familiares y salud de sus afiliados, entre otros. De esta manera este dinero se destina la prestación de servicios básicos en educación, salud recreación y crédito social, así como después fueron incluidos programas de vivienda, turismo y servicios culturales y bibliotecarios, entre otros.⁴⁴

Comfama (Medellín) en 1974 fue la caja de compensación pionera en la prestación de servicios bibliotecarios, idea que pronto fue incluida en un amplio portafolio de servicios sociales ofrecidos, para 1982 cuatro cajas de compensación tomaron también dicho concepto entendido como un subsidio de bienestar en busca del desarrollo y mejoramiento de las personas, así como de la lectura, la información y el conocimiento en pro del cumplimiento de los derechos de los colombianos. En 1983 con la ayuda de Colcultura y la superintendencia de de subsidio familiar fueron establecidas varias bibliotecas publicas como parte de una Red de bibliotecas de Cajas de compensación familiar para desarrollar servicios bibliotecarios a través de un trabajo conjunto.

Las bibliotecas de las cajas de compensación prestan servicios de tipo público pues sus usuarios incluyen tanto a los trabajadores como a las amas de casa,

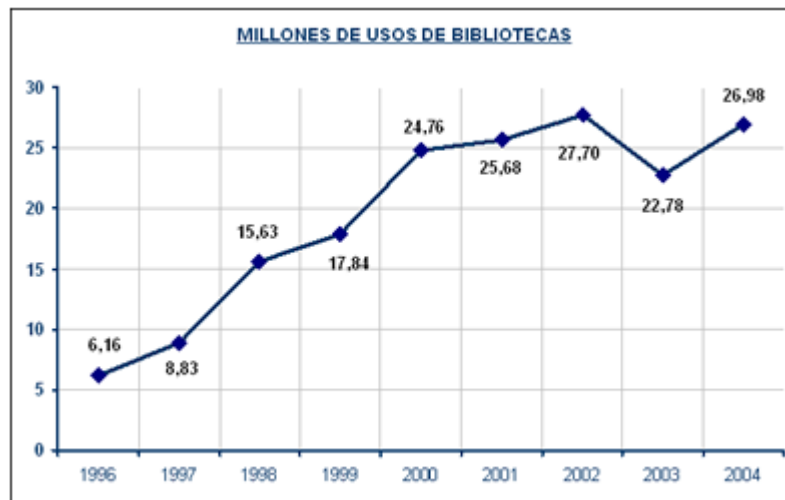
⁴⁴ HENAO, Martha Luz. Cajas de Compensación Familiar: informe revisado de la consultaría par ala focalización, cobertura y efectividad de la red de protección social de Colombia. Bogotá: 2001 [en línea] <www.fedesarrollo.com> , (consulta: 20 febrero, 2005).

jóvenes y niños entre otros, de otra parte su labor se ha extendido a bibliotecas escolares de su pertinencia y demás entidades educativas.

Gracias a la ley 21 de 1982 estas bibliotecas públicas tuvieron oportunidad de surgir y expandirse pues fueron establecidas las prioridades de las cajas de compensación y los servicios bibliotecarios obtuvieron el tercer lugar de importancia los que logro que muchas otras se apropiaran de dicha iniciativa durante la década del ochenta.

Actualmente existen 51 Cajas en los 32 departamentos del país de las cuales 39 participan en la red de bibliotecas de Cajas de compensación Familiar quienes suman 130 bibliotecas a lo largo de toda Colombia que trabajan en conjunto y con la colaboración de las bibliotecas publicas financiadas por el estado y coordinadas por la Biblioteca Nacional.

DESDE EL AÑO 2003 EL USO DE LAS BIBLIOTECAS HA TENIDO UN CRECIMIENTO DEL 18.43 % = 4.200.926



Adicionalmente se están llevando a cabo iniciativas en especial del Plan Nacional de lectura y bibliotecas y de algunos otros proyectos en el país como BibloRed en Bogotá el plan Municipal de Parques de Bibliotecas de Medellín la iniciativa de “Libros al viento” del Instituto de Cultura y Turismo de Bogota y la campaña nacional de lectura “leer Libera”, se constituyen en la mejor oportunidad para ampliar y consolidar los esfuerzos que el Sistema de subsidio familiar ha hecho durante 25 años, al establecer como uno de sus proyectos culturales bandera, la constitución, fortalecimiento y administración de programas de Lectura y

Bibliotecas. Con la coordinación de Asocajas y el consejo nacional de la red de bibliotecas de Cajas de Compensación Familiar.

2.6 LA RED DE BIBLIOTECAS DEL BANCO DE LA REPUBLICA

La biblioteca del Banco de la Republica⁴⁵ abrió sus puertas al público en el año 1933, e inició funciones de biblioteca pública en 1949, fue inaugurada como Biblioteca Luis Ángel Arango en 1955 en pro de una labor social y cultural de servicio a la comunidad.

Años después la subgerencia cultural del Banco de la República toma como meta y objetivo el hacer extensivas sus labores culturales y piensa en ello como un compromiso con Colombia entera y también en la probabilidad de hacer llegar esta actividad cultural a comunidades que no tienen el acceso ni los recursos para ello, retomando el objeto primordial de la acción cultural del Banco, a saber:

“El rescate, preservación, análisis, estudio y difusión del patrimonio de la Nación”⁴⁶

Decide que ocurra en las sucursales tanto como sucedía en Bogotá y lo hizo pensando en cuatro áreas de programación: Bibliográfica, enmarcando las Bibliotecas y los Centros de Documentación Regional; lo Patrimonial refiriéndose a los Museos Regionales y demás programas de difusión y rescate del patrimonio y la Música y Artes Plásticas. En tal ámbito son replicados dichos beneficios a lo largo del país, es así que como parte de la política cultural del Banco⁴⁷, en la década del ochenta se crearon bibliotecas públicas en algunas de sus sucursales: Manizales (1981), Cartagena (1981), Girardot (1981), Riohacha (1981), Pasto (1981), Pereira (1983), Tunja (1983), Ipiales (1984), Ibagué (1984), Armenia (1986), Leticia (1986) y Quibdó (1987).

De igual manera con el pasar de los años fueron naciendo en otros lugares del país otras bibliotecas, contando hoy con 18 bibliotecas publicas distribuidas a lo largo y ancho de Colombia quienes, como lo afirma Pilar Falla⁴⁸ prestan servicios bibliotecarios de tipo público como son consulta en sala, préstamo externo, salas infantiles, prestamos interbibliotecarios, así como llevando a cabo una programación anual cultural que permite a las comunidades acceder a

⁴⁵ BANCO DE LA REPUBLICA. [Informe]. Bogotá: El Banco, 1989.

⁴⁶ _____. La Historia del Banco de la República. [en Línea] disponible en:
<<http://www.banrep.gov.co/banco/historia-banco-sept.pdf>> (consulta: Marzo 2006)

⁴⁷ _____. Recuento Histórico de la Blaa. [en Línea] disponible en:
<<http://www.banrep.gov.co/blaa/infogene/histor.htm>> (consulta: 24 Marzo 2005)

⁴⁸ ENTREVISTA con Pilar Falla, Area Cultural del Banco de la República. Bogotá, 6 de Marzo de 2006.

exposiciones temporales de pintura y escultura, de igual manera la presentación de conciertos y demás actividades de extensión artística como talleres, cursos y conferencias. Difunden su existencia y programación a través de carteleras; adicionalmente tal como lo explica la pagina Web de la Biblioteca Luís Ángel Arango⁴⁹, las colecciones de cada una de las bibliotecas ha sido alimentada y enriquecida teniendo en cuenta las necesidades atípicas de cada una de las comunidades a las que sirven especializando, de alguna manera, las áreas temáticas y materiales de acuerdo a una cobertura cultural y social.

Hoy, ejercen funciones de biblioteca pública 18 sucursales a lo largo de todo el país:

1. Buenaventura
2. Cartagena
3. Florencia
4. Girardot
5. Honda
6. Ibagué
7. Ipiales
8. Leticia
9. Manizales
10. Pasto
11. Pereira
12. Popayán
13. Quibdó
14. Riohacha
15. Santa Marta
16. Sincelejo
17. Tunja
18. Valledupar

⁴⁹ BANCO DE LA REPUBLICA. Bibliotecas y áreas Culturales [en Línea] disponible en: <<http://www.lablaa.org/biblioareasculturales.htm>> (consulta: Marzo 2006)

3. MARCO METODOLOGICO

Para la realización del presente diagnóstico ha sido necesaria la colaboración, en primera medida de las bibliotecas objeto de estudio, su colaboración apoyo ha sido crucial en la recolección de información y demás. La metodología se ha desarrollado en varios aspectos que fueron considerados como pilares de la investigación.

También fue necesario determinar las variables de comunicación (relaciones con los clientes, proveedores, entidades que las financian y demás sujetos que hacen parte del comercio de las Bibliotecas) medición (indicadores de calidad y gestión) y divulgación que permitirán identificar los medios y canales mas efectivos para determinar las mejores estrategias de mercadeo.

3.1 TIPO Y LINEA DE INVESTIGACION

Se ha aplicado una investigación *descriptiva*⁵⁰ por cuanto se ha concretado en definir las características fundamentales destacando los elementos esenciales que caracterizan la naturaleza y funcionamiento de las bibliotecas objeto de estudio a fin de establecer un diagnóstico de la misma.

Se ha realizado inicialmente el establecimiento de los comportamientos concretos de las BP en Colombia de manera general basado en la naturaleza y características de las bibliotecas objeto de estudio, a saber, aquellos elementos que caracterizan a las bibliotecas por ser inicialmente publicas, luego un subgrupo perteneciente al Banco de la República las cuales pueden ser muy diferentes a aquellas bibliotecas que dependen a las cajas de compensación debido a la naturaleza misma de las empresas que las financian y soportan.

Para Méndez⁵¹ la investigación descriptiva se encarga de identificar las características y establecer cuales son las conductas y actitudes del objeto de estudio, en dicho sentido la investigación encaja en todo aspecto pues se trata de realizar la investigación a este nivel lo que permitirá formular el presente diagnóstico.

⁵⁰ CAICEDO Y MARDONES. Principales tipos de investigación. [en línea] disponible en <<http://www.profesiones.cl/papers/TiposDeInvestigacion.htm>> (Consulta: Octubre, 2005)

⁵¹ MENDEZ ALVAREZ, CARLOS EDUARDO. Metodología: Diseño y desarrollo del Proceso de Investigación. 3ª Ed. Bogotá: McGraw Hill, 2001

Este proyecto encaja adecuadamente dentro de los parámetros definidos para la línea de investigación “Gestión de la información” planteados por la Facultad de Sistemas de Información de la Universidad de la Salle.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

A pesar de haberse determinado en un primer momento que la muestra sobre la cual se realizara el estudio comprendería el 100% de la población objeto de estudio es decir, el 92% de las 130 bibliotecas dependientes de las Cajas de Compensación⁵² debido a que serán objeto de estudio para el presente trabajo las bibliotecas que no se encuentran en Bogotá, pues estas hacen parte de otro apartado de la investigación general; a éste número se le suman las 18 bibliotecas del Banco de la República que se encuentran distribuidas a lo largo de todo el país.

Por el tamaño de la población y para abarcar la mayor cantidad de información posible con el fin de acercar el diagnóstico a la realidad se determinó como muestra la totalidad de las bibliotecas objeto de estudio es decir un total de 120 bibliotecas publicas en toda Colombia; sin embargo la baja respuesta que se obtuvo al aplicar en instrumento de recolección de información se determinó como medida no planeada, la aplicación de una muestra propia de una investigación, con un nivel de confianza del 95% así:

Formula:

$$n = \frac{N Z^2 PQ}{Z^2 PQ + N E^2}$$

- N es el valor correspondiente al total de la población para este caso, 120
- Z es el valor correspondiente al nivel de confianza y se obtiene de las tablas de la distribución normal:

Para un nivel de confianza del 90% Z = 1.645

Para un nivel de confianza del 95% Z = 1.96

Para un nivel de confianza del 99% Z = 2.58

- Varianza Poblacional corresponde a:

P = Probabilidad de que suceda el evento.

Q = Probabilidad de que no suceda el evento.

⁵² COLOMBIA. SUPER INTENDENCIA DEL SUBSIDIO FAMILIAR. ASOCAJAS. Estadísticas de cobertura e infraestructura física. Bogotá: Asocajas, 2002.

Cuando no se conoce estos valores se asume 0.5 para cada uno, puesto que corresponden a los valores que dan la máxima variabilidad en el producto de P por Q, Para este caso se toman estos valores.

- E = Margen estimado de error del muestreo. Puede ir de 1 a 10%, para este caso se tomó un 8% teniendo en cuenta, además de las limitaciones presupuestales, de tiempo y distancia, la poca variabilidad que se presume en las unidades objeto del estudio y la amplitud de cobertura a nivel nacional, lo cual seguramente ajustaría la variabilidad de los resultados.

N= 120 Bibliotecas de Cajas de Compensación que fueron identificadas a nivel nacional.

Z= 1.96 (95% nivel de confianza)

P=0.5

Q=0.5

E=8%

$$n = \frac{120 \times (1.96)^2 \times (0.5)(0.5)}{(1.96)^2 \times (0.5)(0.5) + 120 (0.07)^2} = 67$$

A pesar de establecer una muestra de 67 bibliotecas de Cajas de Compensación dieron respuesta 68 datos sobre los cuales se realizó el presente diagnóstico.

3.3 INFORMACIÓN Y RECUPERACIÓN DE INFORMACIÓN

Una parte de la investigación fue identificar las bibliotecas objeto de estudio a fin de conformar un directorio de BP en Colombia para lo cual fue necesario realizar una indagación a fin de localizar y contactar dichas entidades de tal manera que se obtuviese la información para el inventario y a su vez se estableciera contacto para la aplicación del instrumento de recolección de información.

Este proceso tuvo varias complicaciones debido al hermetismo de las personas que cuentan con los directorios por una parte, de forma tal que fue necesario recurrir a otras instancias como Asocajas quien colaboró en gran medida a esta identificación, debido a esto, en el directorio de bibliotecas no se encuentra la totalidad de las bibliotecas pues algunas no pudieron ser identificadas. En segunda medida faltó mucha colaboración por parte de una gran parte de los administradores de las bibliotecas quienes hicieron caso omiso a la aplicación de la encuesta y no dieron respuesta.

El instrumento de recolección de información seleccionado fue una encuesta (ver Anexo A), que fue distribuida vía correo electrónico y correo aéreo, sin embargo, ante la respuesta casi nula de las Bibliotecas objeto de estudio se procedió a diligenciarla de manera personal telefónicamente, la información allí solicitada tenía como principal objetivo determinar, en la medida de lo posible, la realidad que presentan las bibliotecas objeto de estudio en cuanto a sus usuarios, colecciones, instalaciones y servicios.

Adicionalmente fue necesaria la aplicación de un segundo instrumento: una entrevista (ver Anexo E), aplicada a dos de las personas a cargo de las sucursales del Banco de la Republica debido a la homogeneidad de los servicios y demás características de la Red de bibliotecas del Banco de la Republica, de igual manera fueron analizados algunos documentos y registros publicados que proporcionaran información con respecto a las herramientas de mercadeo utilizadas con el fin de mejorar la calidad de los servicios.

3.4 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez recopilada toda la información se dio lugar a la tabulación de las respuestas dadas por las bibliotecas a través de las encuestas, los datos fueron registrados en una hoja de Excel evitando el uso de cualquier otro tipo de paquete o software especializado para dicha tarea, adicionalmente, una vez realizado el proceso de condensación de datos, es necesario proceder a aplicar sobre los datos obtenidos un proceso de análisis y estudio intelectual el cual implica la interpretación de los resultados basados en los mismos tanto como en la teoría básica obtenida respecto a la naturaleza, funcionamiento y estructura de las bibliotecas objeto de estudio, para obtener así el soporte para la conformación del diagnóstico.

3.5 FORMULACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

Tras el análisis de la información recolectada y con base en ella, se procede a diagnosticar la situación actual de las bibliotecas objeto de estudio, dicho diagnóstico no pretende de manera alguna catalogar o calificar como buenas o malas las instituciones objeto de estudio, por lo cual se hace necesario aplicar un criterio de objetividad e imparcialidad.

4. REDES DE BIBLIOTECAS NACIONALES:

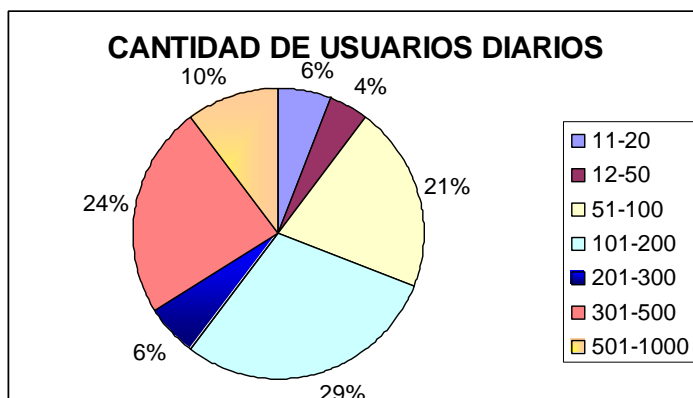
RED DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR Y RED DE BIBLIOTECAS DEL BANCO DE LA REPÚBLICA

A pesar que las redes objeto de estudio tienen aspectos similares tales como su naturaleza, funciones o que dependen de una entidad mayor que las rige, existen e su interior grandes diferencias que distinguen unas de otras; el desarrollo del diagnóstico se realiza para cada una de ellas individualmente con el fin de identificar ambas situaciones y discriminar de manera objetiva la realidad de cada una de las Redes.

GRAFICOS RESULTADO DEL ANALISIS A ENCUESTAS APLICADAS A LAS BIBLIOTECAS PERTENECIENTES A LAS CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

Pregunta 1

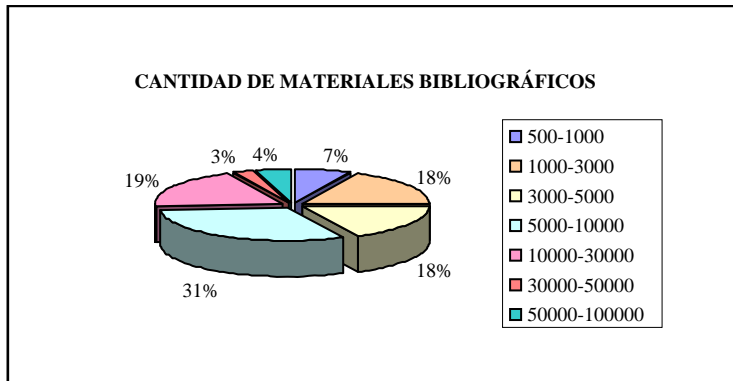
1. ¿Cuál es el promedio de usuarios diarios que usted atiende en su biblioteca?



CRITERIO	TOTAL
11-20	4
12-50	3
51-100	14
101-200	20
201-300	4
301-500	16
501-1000	7

Pregunta 2

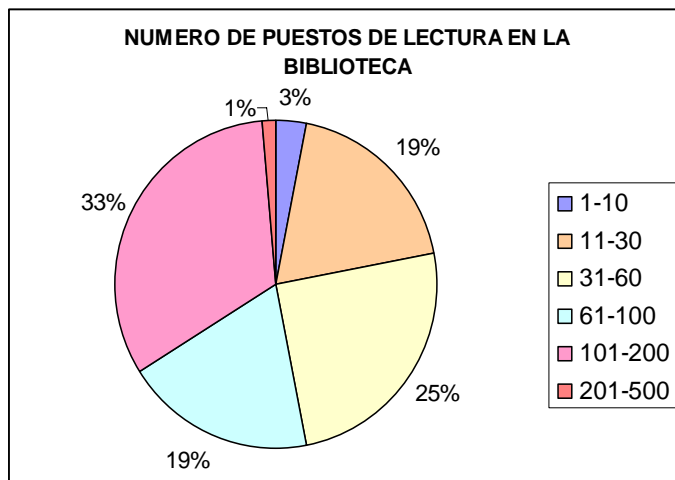
¿Cuál es aproximadamente la cantidad materiales bibliográficos que usted posee en la biblioteca (contando libros, videos, CDS,)?



CRITERIO	TOTAL
500-1000	5
1000-3000	12
3000-5000	12
5000-10000	21
10000-30000	13
30000-50000	2
50000-100000	3

Pregunta 3

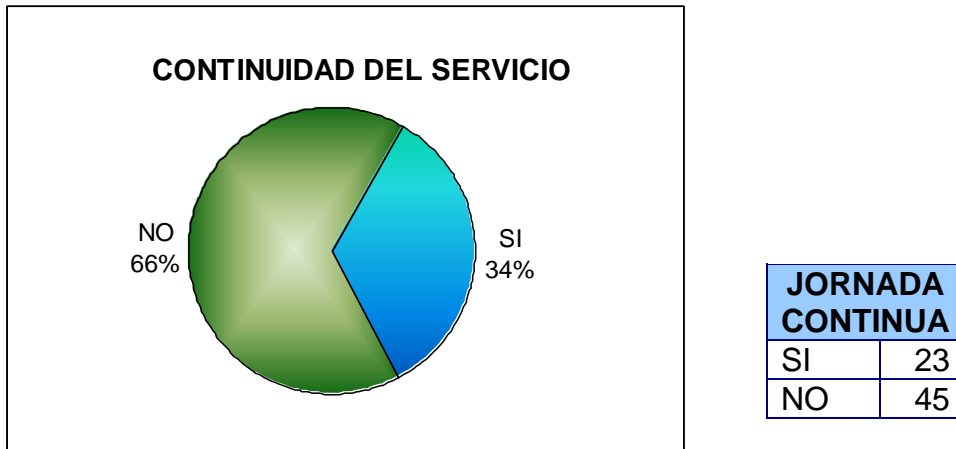
¿Cuál es el número de puestos de lectura dentro de la Biblioteca?



CRITERIO	TOTAL
1-10	2
11-30	13
31-60	17
61-100	13
101-200	22
201-500	1

Pregunta 6

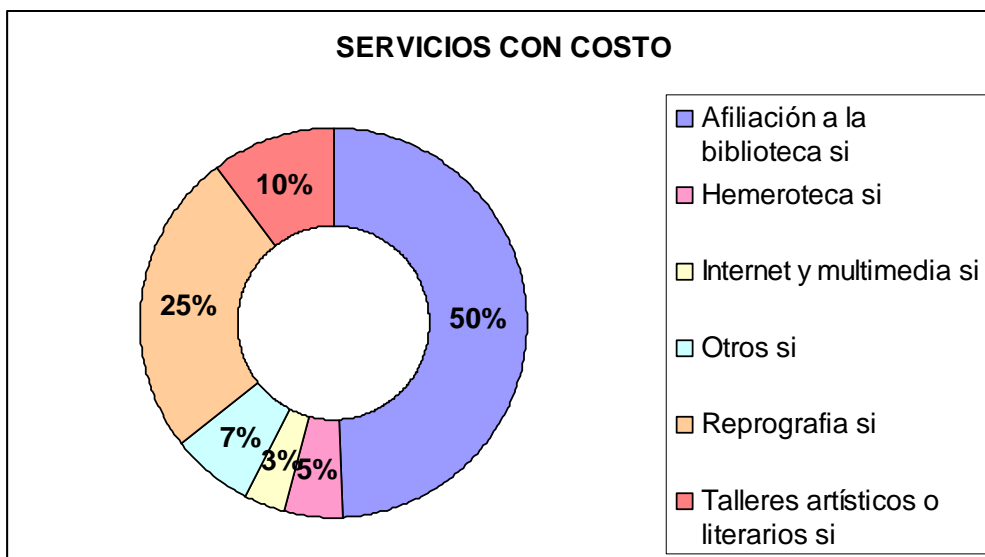
¿La Biblioteca presta servicio en jornada continua?



Pregunta 7

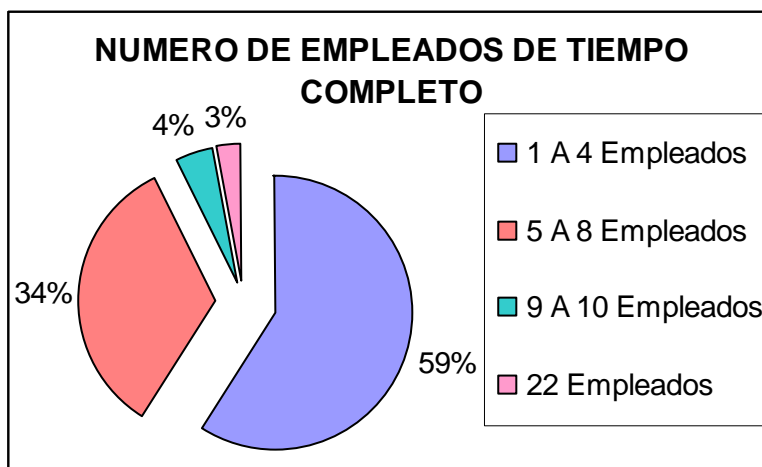
¿Qué servicios presta la biblioteca y cuales de ellos tiene costo para los usuarios?



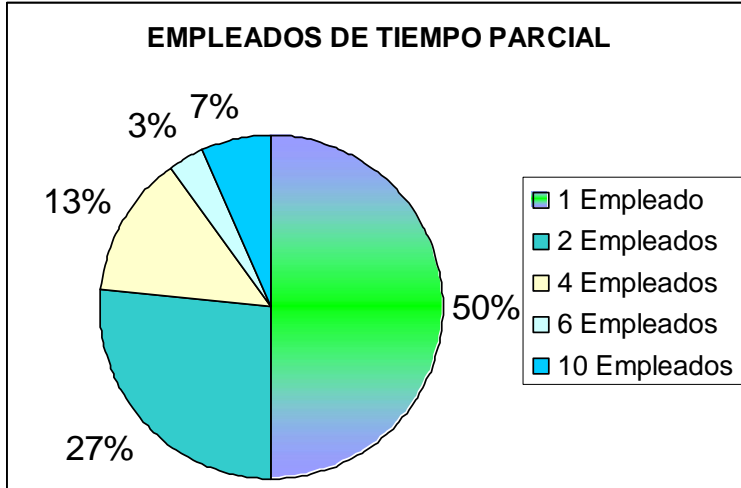


Pregunta 8

¿Cuántos empleados laboran en la biblioteca?



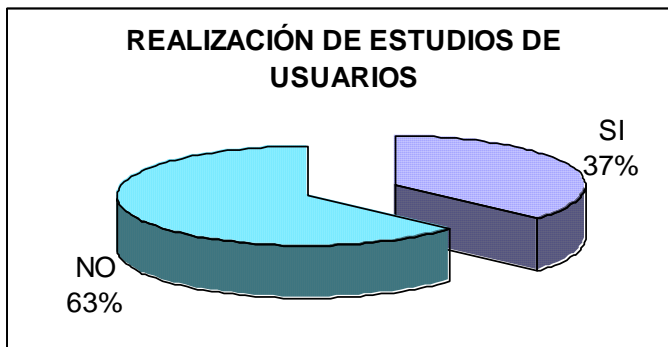
CRITERIO	TOTAL
1 A 4 Empleados	40
5 A 8 Empleados	23
9 A 10 Empleados	3
22 Empleados	1



CRITERIO	TOTAL
1 Empleado	15
2 Empleados	8
4 Empleados	4
6 Empleados	1
10 Empleados	2

Pregunta 9

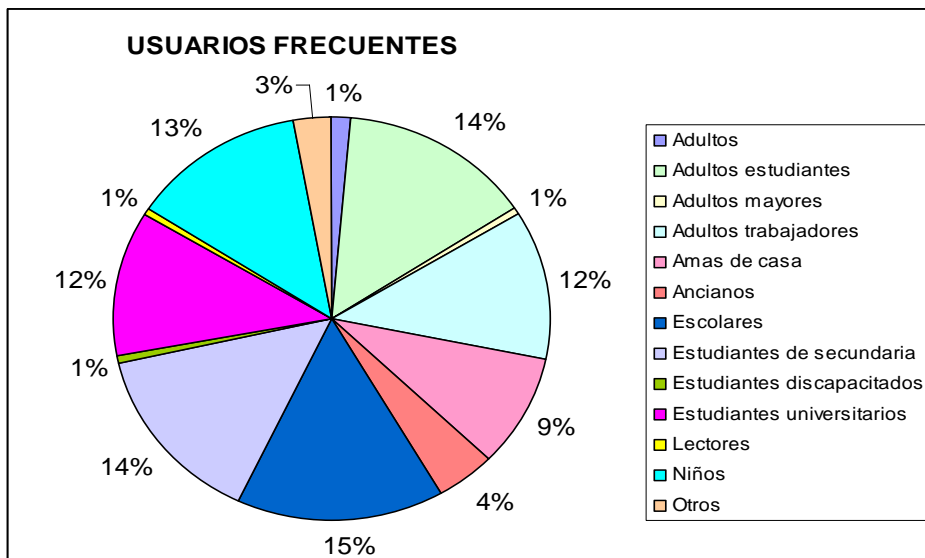
¿Existe algún estudio reciente en la Biblioteca sobre características de los usuarios? ¿En que año se hizo?



SI	25
NO	43

Pregunta 10

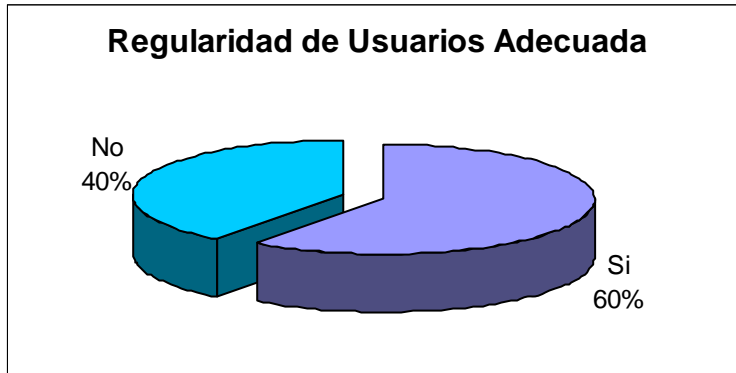
Por favor ordene de mayor a menor los usuarios que usan con mayor frecuencia la biblioteca.



CRITERIO	TOTAL
Adultos	30
Adultos estudiantes	316
Adultos mayores	12
Adultos trabajadores	262
Amas de casa	196
Ancianos	98
Escolares	334
Estudiantes de secundaria	317
Estudiantes discapacitados	12
Estudiantes universitarios	253
Lectores	12
Niños	287
Otros	63

Pregunta 13

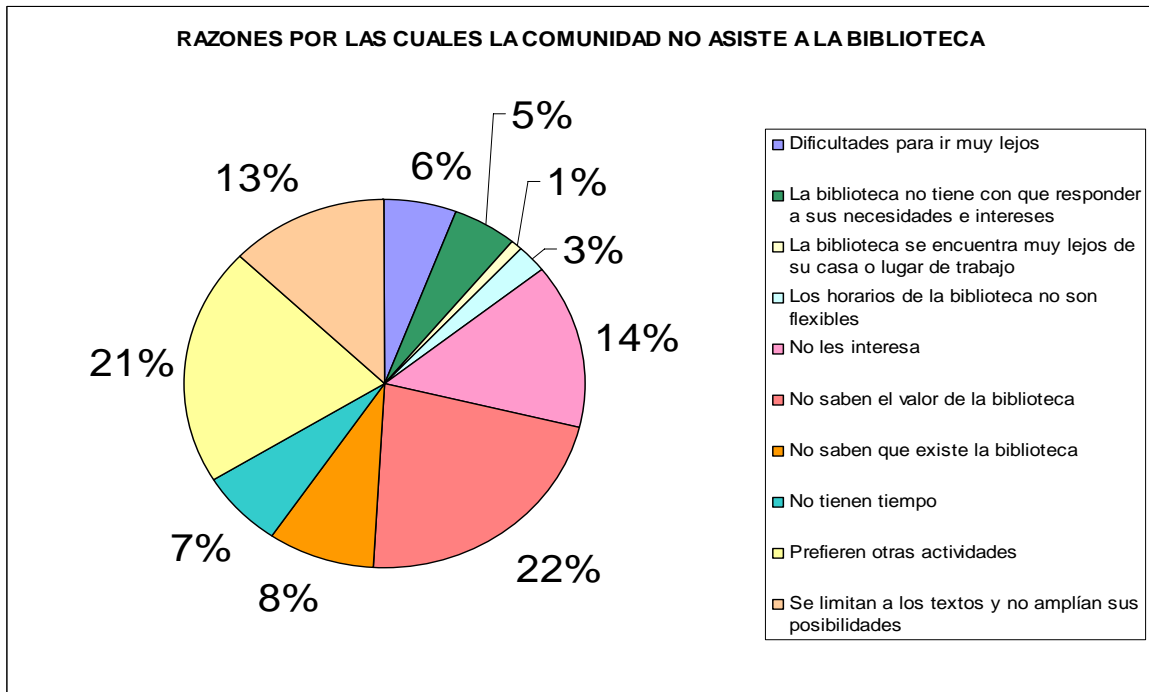
Considera usted que la regularidad y la cantidad de personas que asisten a su biblioteca es la adecuada teniendo en cuenta el tamaño total de su comunidad?



CRITERIO	TOTAL
SI	41
NO	27

Pregunta 14

¿Por que considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con mas regularidad?.



CRITERIO	TOTAL	%
----------	-------	---

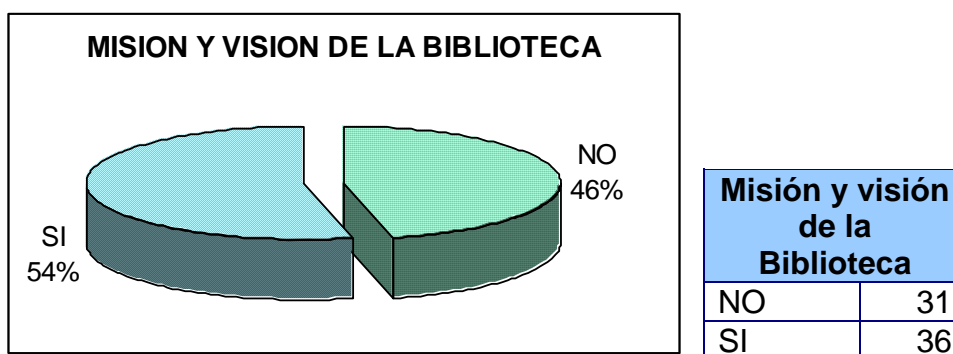
Dificultades para ir muy lejos	7	6
La biblioteca no tiene con que responder a sus necesidades e intereses	6	5
La biblioteca se encuentra muy lejos de su casa o lugar de trabajo	1	1
Los horarios de la biblioteca no son flexibles	3	3
No les interesa	17	14
No saben el valor de la biblioteca	26	22
No saben que existe la biblioteca	10	8
No tienen tiempo	8	7
Prefieren otras actividades	25	21
Se limitan a los textos y no amplían sus posibilidades	15	13

Pregunta 15

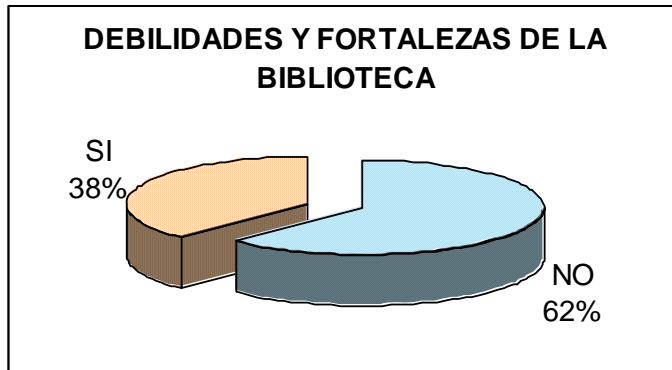
Existe algún documento o registro en el cuál se hayan concretado o definido, los siguientes aspectos de la biblioteca?

	SI	NO	Año aproximado
a. Misión y visión de la Biblioteca			
b. Debilidades y fortalezas			
c. Tipos de usuarios que son atendidos			
d. Estrategias para mejorar los servicios			
e. Necesidades a satisfacer			
f. Características del Municipio			
g. Dificultades de la Biblioteca para operar			

Pregunta 15 (a)



Pregunta 15 (b)



Debilidades y fortalezas	
NO	41
SI	25

Pregunta 15 (c)



SI	36
NO	30

Pregunta 15 (d)



SI	30
NO	36

Pregunta 15 (f)



Características del Municipio	
NO	46
SI	19
No responde	1

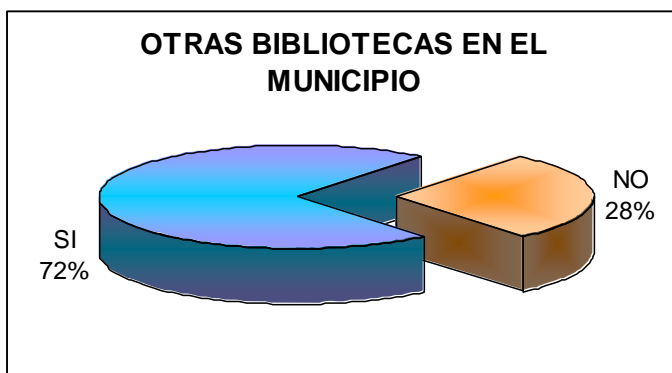
Pregunta 15 (g)



Dificultades de la Biblioteca para operar	
NO	50
SI	16
No responde	1

Pregunta 16

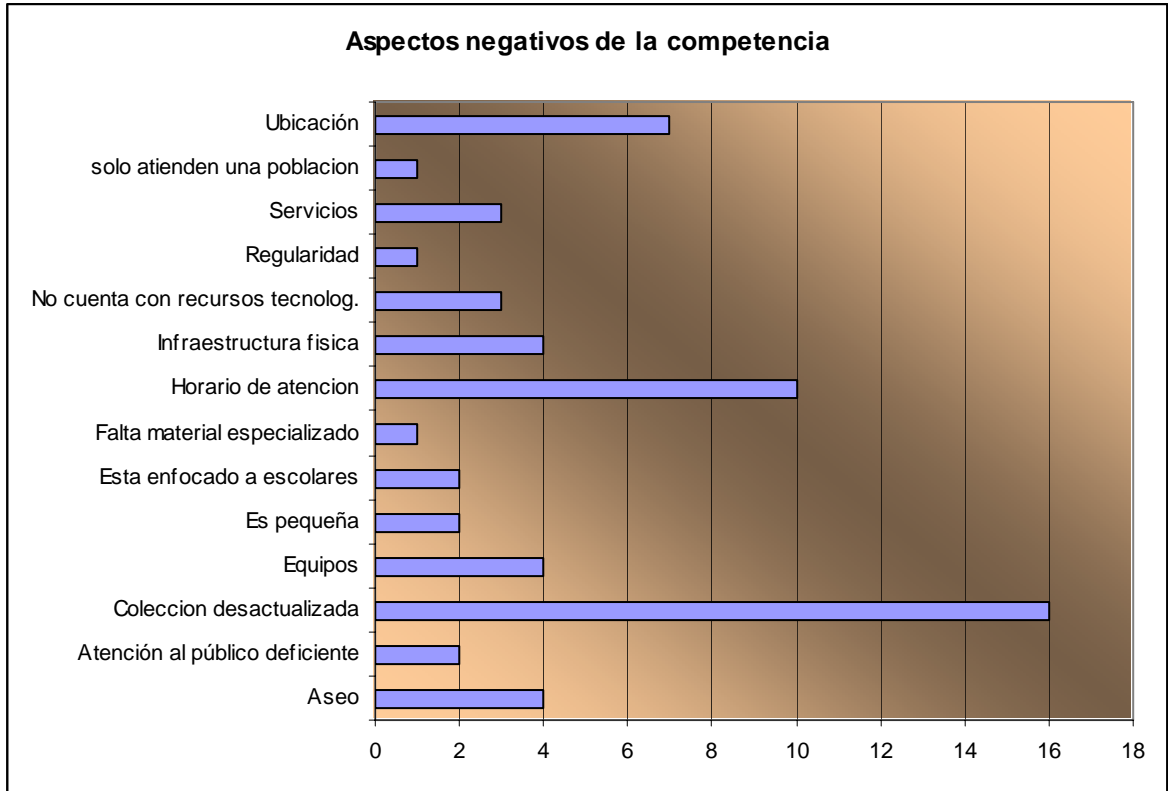
¿Existe otra biblioteca pública o escolar cerca de esta, que contribuya de alguna manera a satisfacer las necesidades de consulta, recreación o lectura de la comunidad?

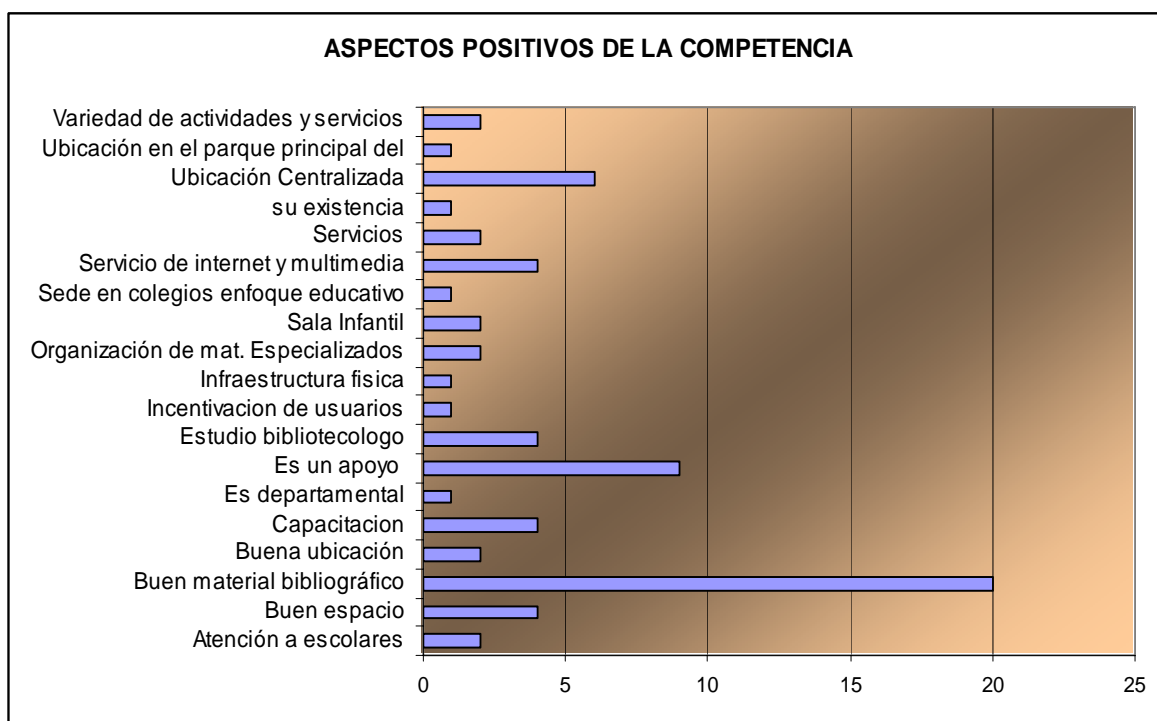


CRITERIO	TOTAL
SI	49
NO	19

Pregunta 17

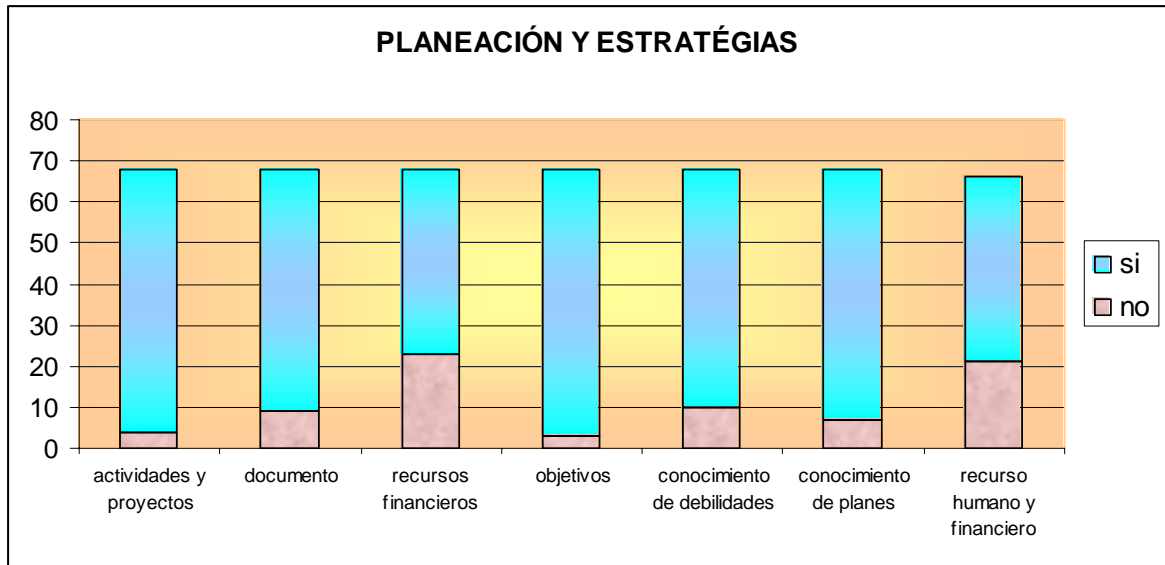
¿Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, que aspectos positivos y negativos destaca usted de esa(s) biblioteca(s)?





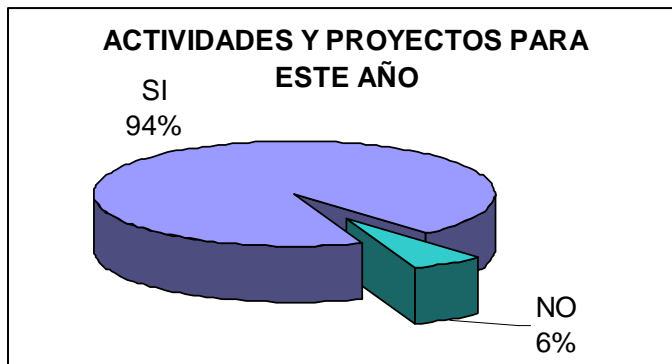
Pregunta 18

- a. ¿Tiene definido la Biblioteca que actividades y proyectos se realizaran este año?
- b. ¿Se encuentra registrada esta información en un documento?
- c. ¿Tiene la biblioteca definidos recursos financieros para operar?
- d. ¿Tiene definidos los objetivos que pretende alcanzar el presente año?
- e. ¿Conocen los jefes o autoridad respectiva los planes de la biblioteca para el presente año?
- f. ¿Conocen los jefes o autoridad superior, las debilidades y necesidades de la Biblioteca?
- g. ¿Cuenta con recursos humanos y financieros para desarrollar los planes para este año?

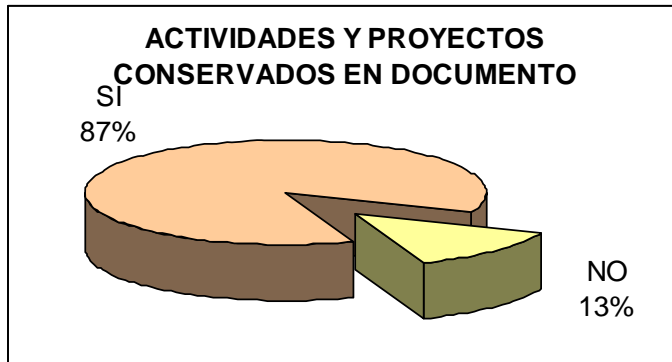


CRITERIO	NO	SI
actividades y proyectos	4	64
documento	9	59
recursos financieros	23	45
objetivos	3	65
conocimiento de debilidades	10	58
conocimiento de planes	7	61
recurso humano y financiero	21	45

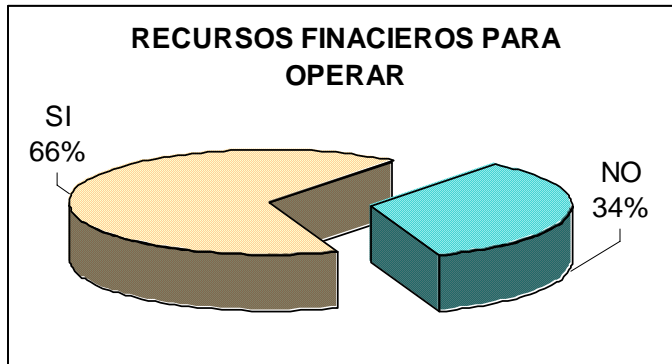
Pregunta 18(a)



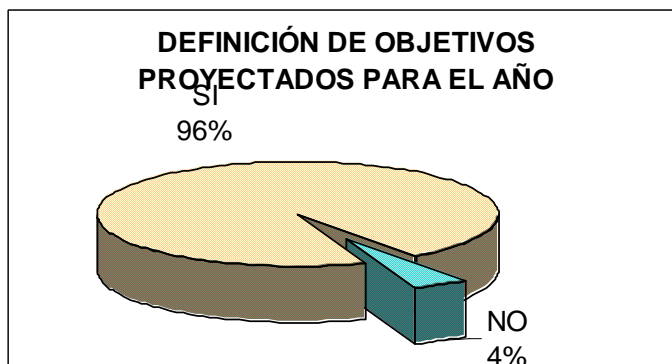
Pregunta 18(b)



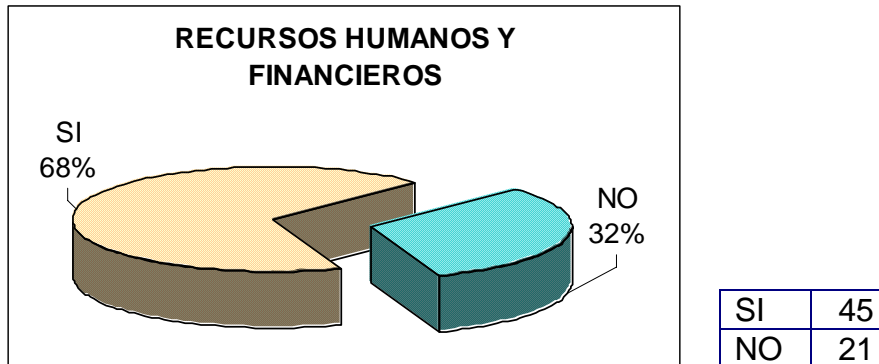
Pregunta 18(c)



Pregunta 18(d)

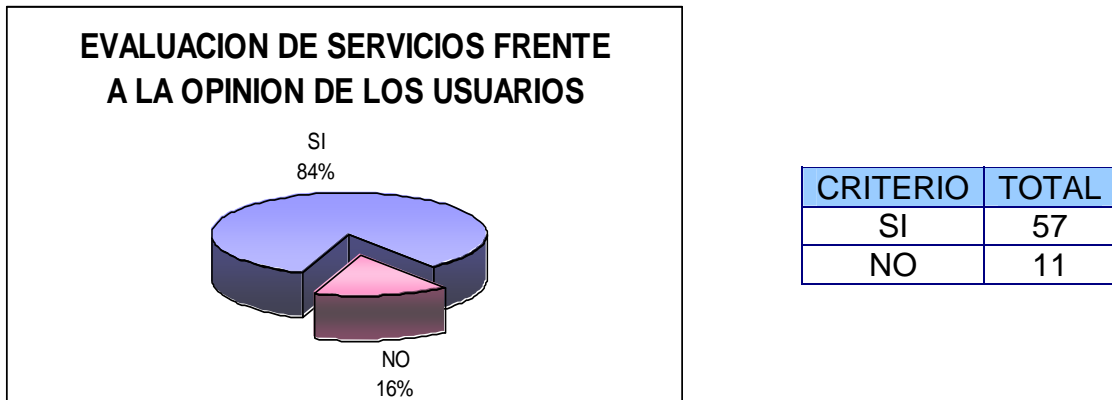


Pregunta 18(g)

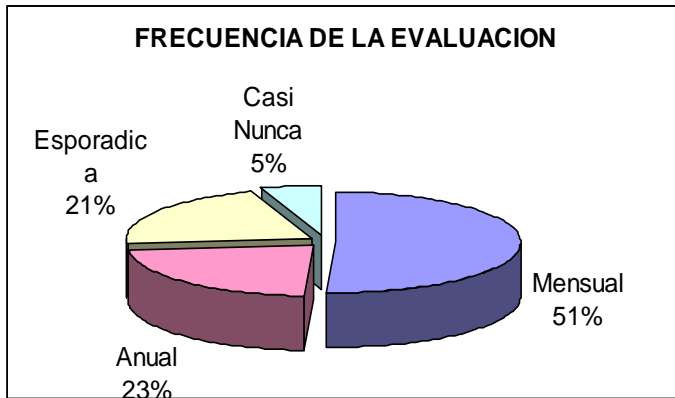


Pregunta 20

¿Se realiza en la biblioteca una evaluación de los servicios frente a los planes propuestos o frente a la opinión de los usuarios, o simplemente para saber como estamos?.



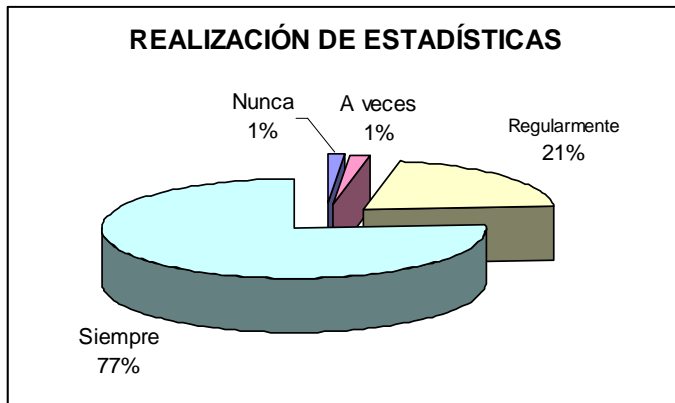
Con que regularidad se hace la evaluación?



CRITERIO	TOTAL
Mensual	29
Anual	13
Esporádica	12
Casi Nunca	3

Pregunta 21

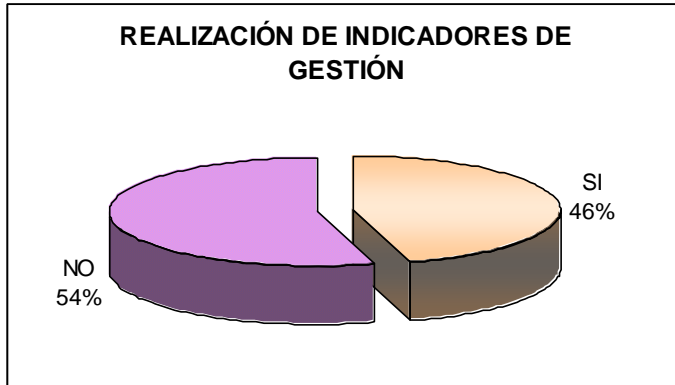
¿Lleva la biblioteca, estadísticas de usuarios, de uso de los servicios, de movimiento de su colección, de la programación y en general de todos sus procesos?



CRITERIO	TOTAL
Nunca	1
A veces	1
Regularmente	14
Siempre	52

Pregunta 22

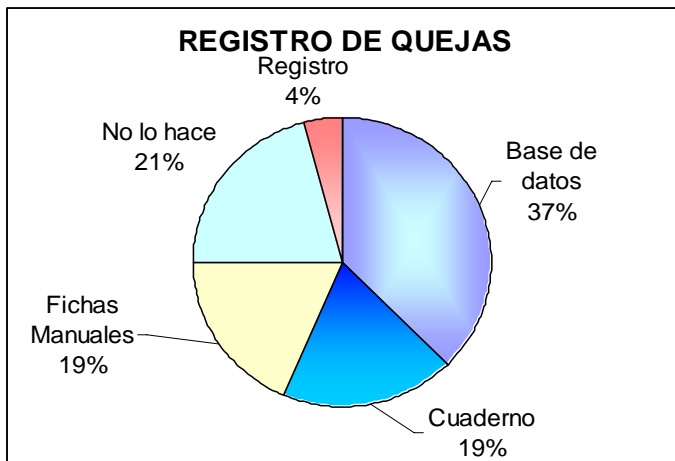
Utiliza la biblioteca indicadores de gestión para evaluar su ejercicio (Ej.: usuarios o colección/población, rotación de puestos de lectura, tiempo promedio de consulta/total horas de servicio, etc.).



CRITERIO	TOTAL
SI	31
NO	37

Pregunta 23

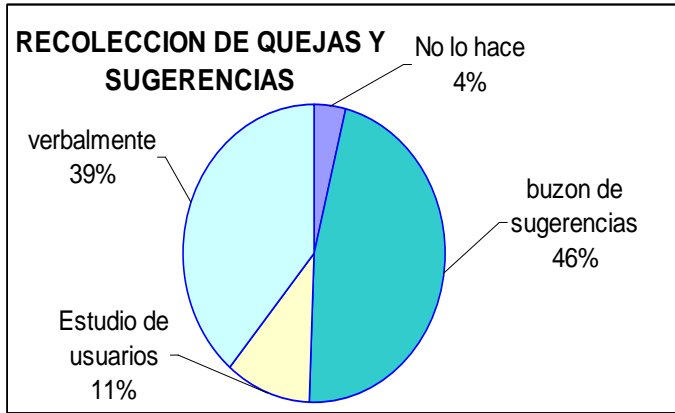
¿La biblioteca lleva un registro físico de las quejas y sugerencias de los usuarios? ¿Donde lo registra?



CRITERIO	TOTAL
No lo hace	4
Buzón de sugerencias	48
Estudio de Usuarios	11
Verbalmente	40

Pregunta 24

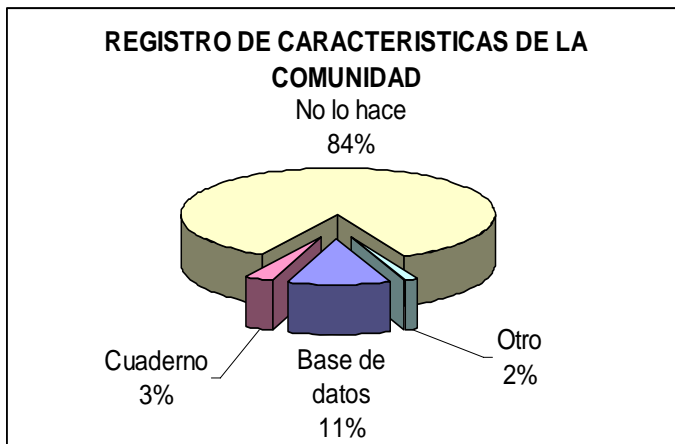
¿Cómo recoge la biblioteca información relacionada con las sugerencias, quejas y comentarios de los usuarios?



CRITERIO	TOTAL
Base de datos	18
Cuaderno	9
Fichas Manuales	9
No lo hace	10
Registro	2

Pregunta 25

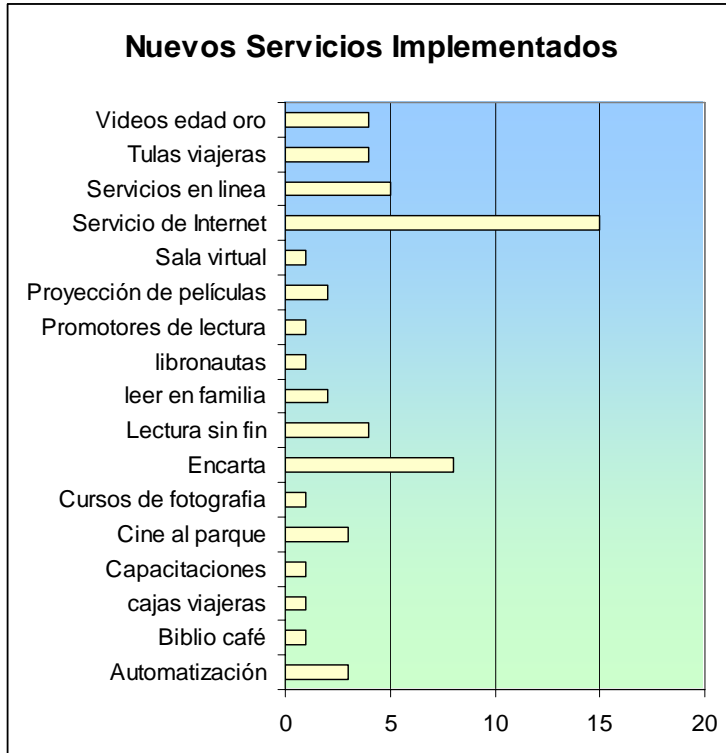
¿La biblioteca lleva un registro de las características de la comunidad, de los recursos disponibles en la comunidad, del comportamiento de los servicios (evaluación), etc?



CRITERIO	TOTAL
Base de datos	7
Cuaderno	2
No lo hace	56
Otro	1

Pregunta 26

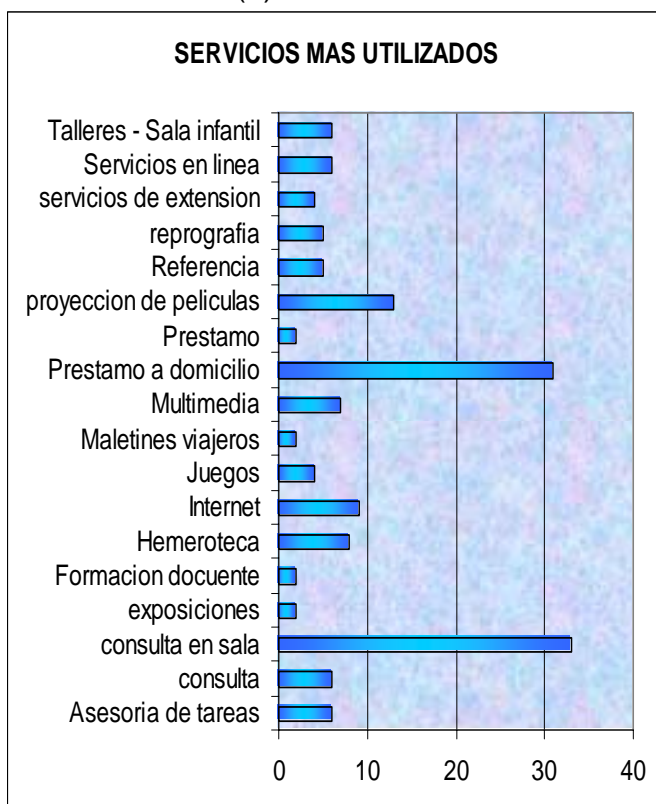
¿En el último año se ha implementado algún nuevo servicio en la biblioteca?



CRITERIO	
Automatización	3
Biblio café	1
cajas viajeras	1
Capacitaciones	1
Cine al parque	3
Cursos de fotografía	1
Encarta	8
Lectura sin fin	4
leer en familia	2
libronautas	1
Promotores de lectura	1
Proyección de películas	2
Sala virtual	1
Servicio de Internet	15
Servicios en línea	5
Tulas viajeras	4
Videos edad oro	4
(en blanco)	

Pregunta 27

Nombre los tres (3) servicios más utilizados de la biblioteca?



CRITERIO	
Asesoría de tareas	6
consulta	6
consulta en sala	33
exposiciones	2
Formación docuente	2
Hemeroteca	8
Internet	9
Juegos	4
Maletines viajeros	2
Multimedia	7
Préstamo a domicilio	31
Préstamo Interbibliotecario	2
proyección de películas	13
Referencia	5
reprografía	5
servicios de extensión	4
Servicios en línea	6
Talleres - Sala infantil	6

Pregunta 28

¿La biblioteca posee algún servicio fuera de las instalaciones propias?

Si ___ No ___. Cual?

CRITERIO	TOTAL	CRITERIO	TOTAL
Apoyo en Brigadas de salud	4	Lectura en el parque	2
asesorías bibliotecarias	2	Lectura en las cárceles	6
Bibliobús	2	libronautas	3
Bibliojeep	4	maletas viajeras	1
biblioteca de barrio	2	Promoción de lectura	1
Biblioteca escolar	2	Proyección de películas	2
Bibliotecas en el aula	4	Punto de lectura en parque	2
Cajas Viajeras	22	Reprografía	2
Cine al parque	1	Servicios de extensión	1
Clubes de lectura	1	Servicios en línea	6
extensión cultural	1	Talleres de lectura	3
Festival de lecturas	2	Talleres de pintura	4

Jornadas complementarias	4	Tulas viajeras	12
--------------------------	---	----------------	----

Pregunta 29

Aproximadamente cual es el área de la Biblioteca?

AREA	NUMERO	AREA	NUMERO
48	1	264	1
50	1	288	3
60	2	300	4
80	1	391.4	1
100	4	440	5
105	4	445	4
126	1	450	1
144	1	586.5	1
160	2	630	1
175	1	640	1
200	2	840	2

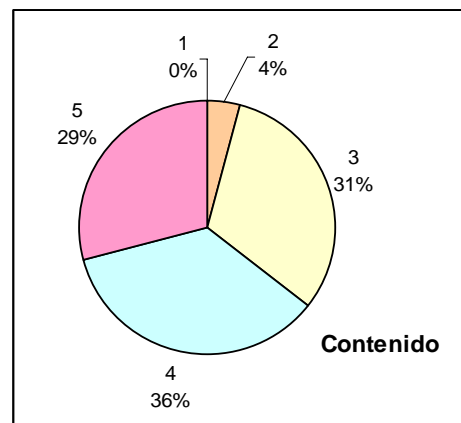
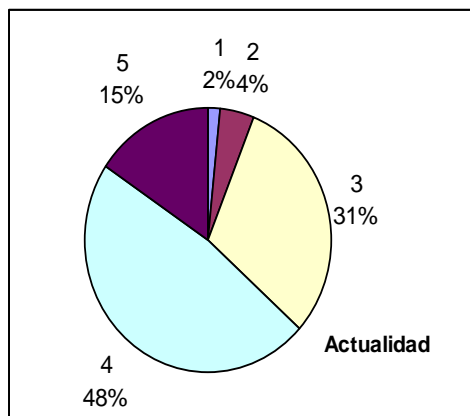
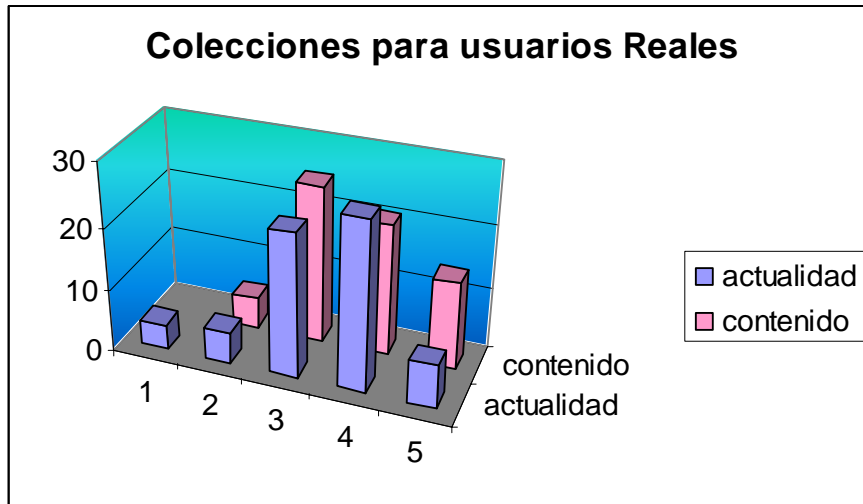
Pregunta 30

¿Cómo calificaría las condiciones ambientales de la biblioteca en los siguientes aspectos?

CRITERIO/CALIFICACION	1	2	3	4	5
Aire	4	5	13	22	23
Aseo		1	14	24	29
Calidad de la construcción		5	27	18	18
Colorido	4	5	11	25	23
Comodidad	4	5	12	20	27
Espacio		5	26	17	20
Luz		1	16	27	24

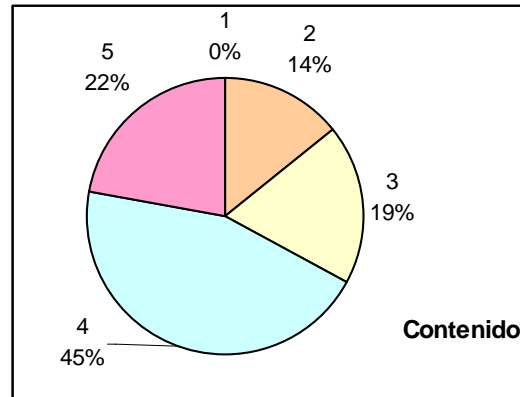
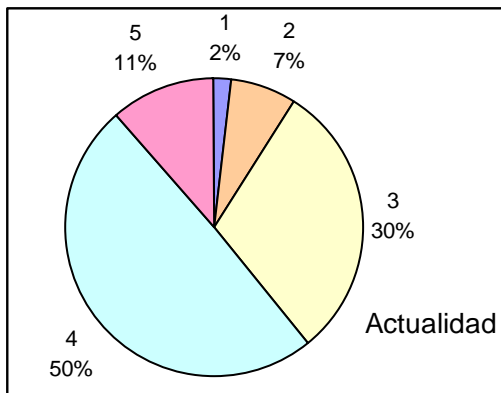
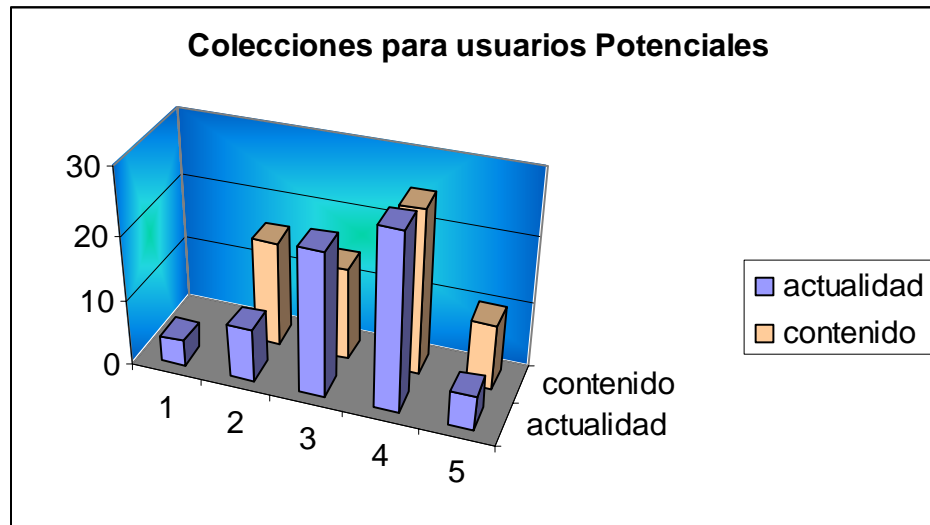
Pregunta 31

¿Como calificaría de 1 a 5 el contenido y la actualidad de su colección pensando en los usuarios que actualmente visitan su Biblioteca?



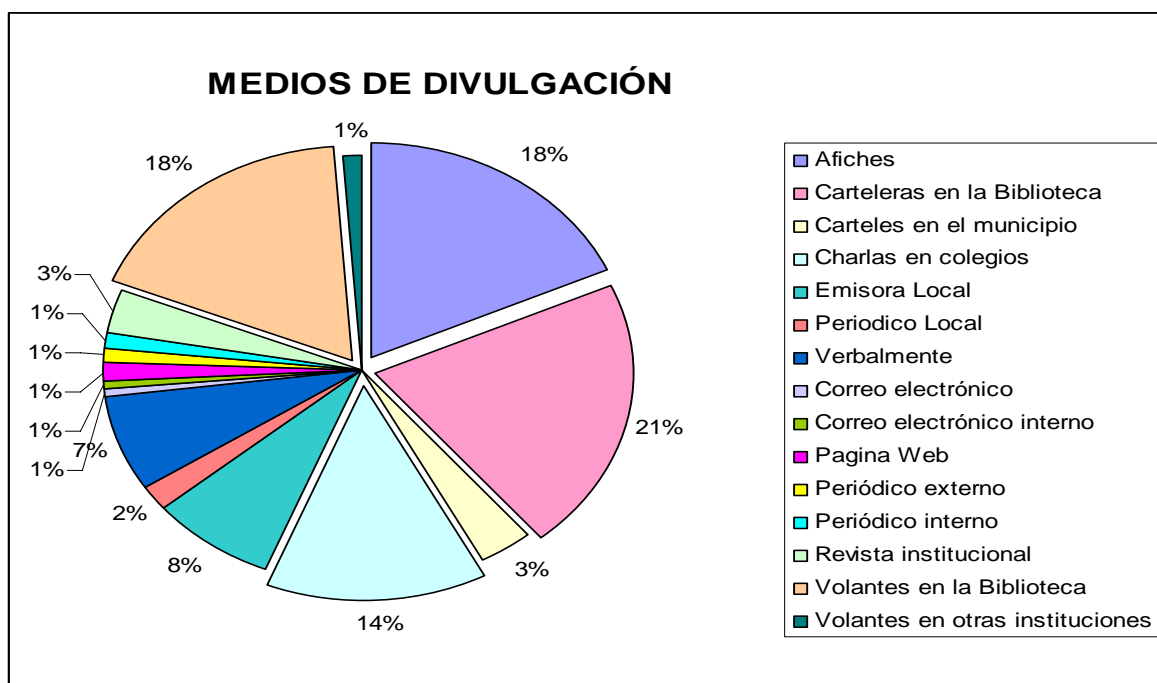
Pregunta 32

¿Cómo calificaría de 1 a 5 el contenido y la actualidad de su colección, pensando en toda la comunidad que podría hacer uso de los servicios de su Biblioteca?



Pregunta 34

¿A través de que medios realiza la divulgación de los servicios y programas que realiza la biblioteca?

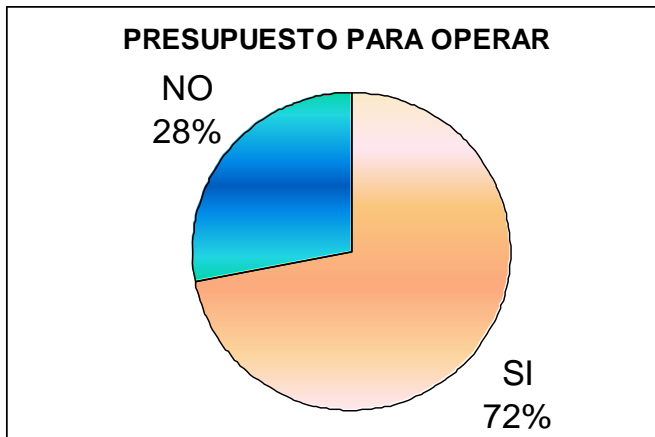


CRITERIO	TOTAL
Afiches	32
Carteleras en la Biblioteca	36
Carteles en el municipio	6
Charlas en colegios	24
Emisora Local	14
Periódico Local	3
Verbalmente	13
Correo electrónico	1

CRITERIO	TOTAL
Correo electrónico interno	1
Pagina Web	2
Periódico externo	2
Periódico interno	2
Revista institucional	6
Volantes en la Biblioteca	31
Volantes en otras instituciones	2

Pregunta 36

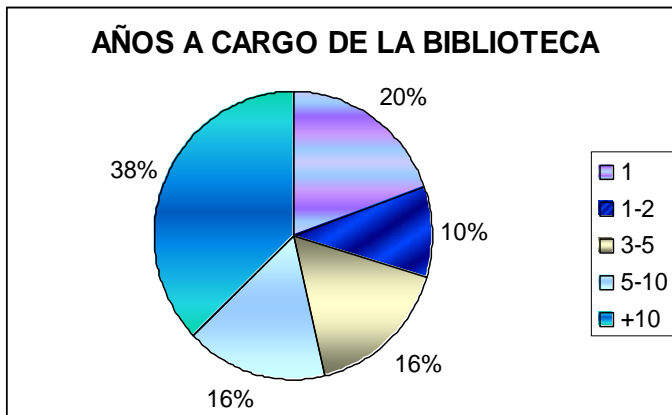
¿Cuenta la biblioteca con un presupuesto establecido para operar?



CRITERIO	TOTAL
SI	49
NO	19

Pregunta 37

¿Cuántos años cumplidos lleva usted a cargo de esta biblioteca?



Años	Total
1	13
1-2	7
3-5	11
5-10	11
+10	25

Pregunta 38

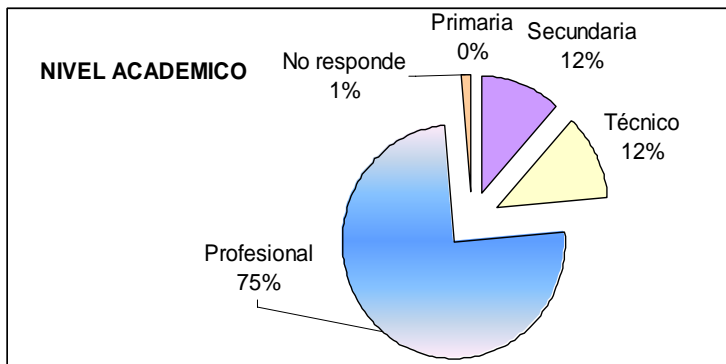
¿De acuerdo con su experiencia, cuantos años considera usted, permanecerá en este puesto?



Años	Total
1	0
1-2	6
3-5	18
5-10	16
+10	17

Pregunta 39

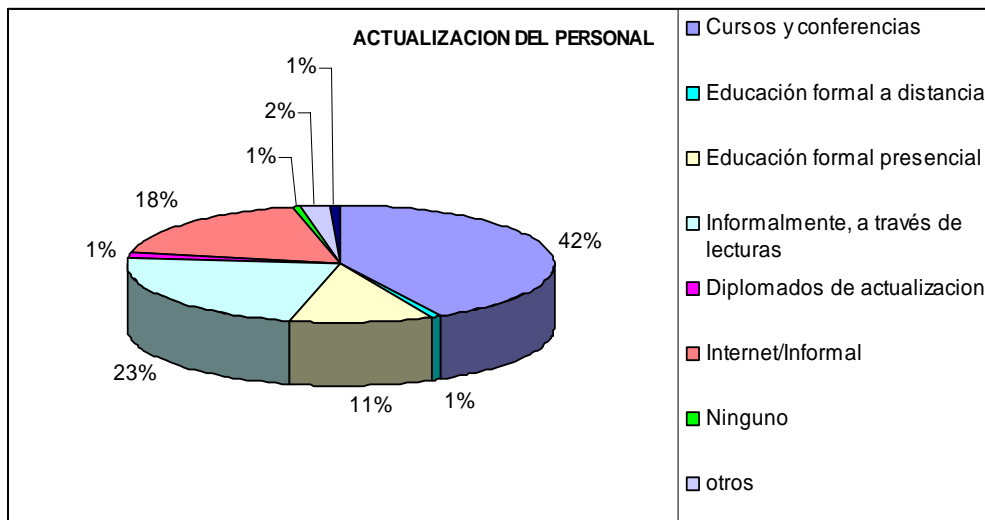
¿Cuál es su nivel académico?



CRITERIO	TOTAL
Primaria	0
Secundaria	8
Técnico	8
Profesional	51
No responde	1

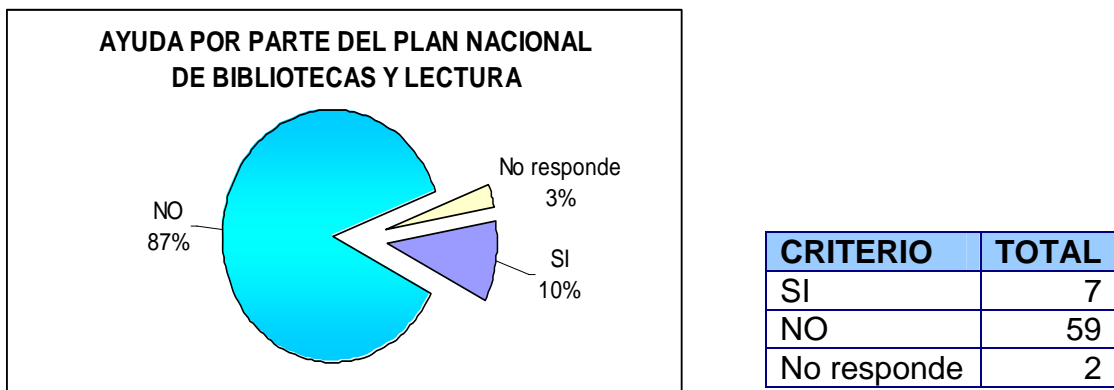
Pregunta 40

¿A través de que medios se actualiza el personal de la biblioteca en áreas propias de la actividad de biblioteca pública?



Pregunta 41

¿Ha recibido alguna ayuda su biblioteca del "plan nacional de lectura y bibliotecas"?



4.1 CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR

4.1.1. Capacidad Administrativa

✓ Planeación estratégica, Objetivos, Controles y Presupuestos

Al igual que en cualquier entidad, la BP debe estudiar su tamaño, cantidad de usuarios y servicios que son prestados para realizar la contratación del personal necesario, tras el análisis de los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección se identificó que en promedio, las BP cuentan con 4 empleados de tiempo completo, dato que es evidenciado en el pregunta 8 ya que un 22% de la población concordó con dicha cantidad de empleados, los datos también demuestran que no se utiliza el concepto de empleado en tiempo parcial, debido a que se encuentra generalizada la contratación de personal de “tiempo completo”, fenómeno que es justificado por la cultura laboral que se presenta en las diferentes regiones del país tanto como de las asignaciones presupuestales que las Cajas de Compensación Nacionales (CCN) asignan a las bibliotecas.

De otra parte, se hace notable que a pesar que el concepto de BP perteneciente a las Cajas de Compensación Familiar es relativamente nuevo en comparación a otras BP en el país dado que hasta la década del 80 inició a tomar forma, existe una permanencia y constancia considerable del personal administrativo (ver pregunta 37** y 38***) pues un 70% de las personas encuestadas llevan de 3 a 10 años a cargo de las bibliotecas, esta continuidad permite el seguimiento de los procesos llevados en las mismas al igual que garantiza de mejor manera la dedicación para realizar actividades de mejoramiento y crecimiento de los servicios; no obstante el dato anterior no representa lo afirmado si se analiza de manera aislada, por ello se hace necesario analizar en la pregunta 38 donde se muestra que el 89% de estas personas planea permanecer a cargo de las bibliotecas de 3 a 10 años más, lo cual vislumbra el sentido de pertenencia, compromiso y agrado a la función bibliotecaria de una parte, así como la necesidad de mantener la estabilidad laboral que estas empresas ofrecen.

Adicionalmente tanto las personas a cargo de las bibliotecas de las Cajas de Compensación Familiar como demás funcionarios de las mismas se encuentran en una cultura de continua actualización y capacitación tal como puede verse en el pregunta 40**** donde tan sólo el 1% de las bibliotecas

* ¿Cuántos empleados laboran en la biblioteca?

** ¿Cuántos años cumplidos lleva usted a cargo de esta biblioteca?

*** ¿De acuerdo con su experiencia, cuántos años considera usted, permanecerá en este puesto?

**** ¿A través de que medios se actualiza el personal de la biblioteca en áreas propias de la actividad de biblioteca pública?

encuestadas asevero no actualizar de ninguna manera el personal; el 99% restante se actualiza a través de diversos métodos: el 42% de las bibliotecas encuestadas que actualizan su personal en asuntos propios de la BP lo hace a través de cursos y conferencias, situación que de muestra el interés mutuo por el mejoramiento de los servicios y procesos llevados a cabo en las BP objeto de estudio.

4.1.2. Planeación Estratégica.

Las BP objeto de estudio presentan falencias de tipo administrativo y de planeación, tal como puede observarse en los gráficos de las preguntas 15(a)^{*}, 15(b)^{**}, 15(f)^{***}, 15(g)^{****}, donde más de un 50% de las bibliotecas encuestadas aseguran no poseer documentos que plasmen los objetivos de la empresa, su misión o visión, tampoco se han realizado estudios de reconocimiento del entorno análisis de fortalezas y debilidades ni es clara la manera como se encuentra la biblioteca; no existe una planeación definida ni se encuentran documentadas las situaciones actuales de la entidad; es de recabar que una de las principales herramientas para realizar un plan de mercadeo de la información es el conocimiento de las diferentes variables y características que presenta la Biblioteca, pues de allí partirán las determinaciones y el análisis de la situación actual.

Las respuestas muestran que en cada uno de los ítems de la planeación estratégica el porcentaje afirma que no se están adelantando actividades de reconocimiento de entorno interno ni externo, un 75% de las BP encuestadas no saben a cabalidad cuales son las dificultades que presenta la biblioteca en la prestación de servicios o en el curso natural como BP y un 62% no han hecho un estudio de debilidades y fortalezas de la biblioteca como ente cultural, administrativo o público; adicionalmente el 69% no conoce las características de la comunidad a la que sirven, de forma tal que los servicios se están prestando según un criterio subjetivo, sin determinar si realmente están satisfaciendo las necesidades que presenta la población y finalmente, más de la mitad (54%) carecen de Misión , Visión y objetivos, parámetros claves en el curso natural de cualquier entidad.

Sin embargo, las respuestas dadas por las BP encuestadas presentan una ambigüedad latente en cuanto a planeación estratégica tal como lo demuestra la pregunta 18^{*****}, donde se rescata que aunque no se han desarrollado documentos con respecto a las debilidades y fortalezas, características de la población, etc. un 94% afirma tener definido que actividades se van a realizar durante el año en curso (Pregunta 18(a)^{*}) y un

* Documento o registro sobre Misión y visión de la Biblioteca

** Documento o registro sobre Debilidades y fortalezas

*** Documento o registro sobre Características del Municipio

**** Documento o registro sobre Dificultades de la Biblioteca para operar

***** Planeación y estrategias

* ¿Tiene definido la Biblioteca que actividades y proyectos se realizaran este año?

87% afirma tenerlo conservado en un documento (Pregunta 18(b)**); dicho documento plantea una serie de actividades que deberán ser desarrolladas a lo largo del presente año, sin embargo esto no asegura que serán atendidas las necesidades de los usuarios ya que no se tiene determinado de manera sistemática a que tipo de comunidad se encuentran enfocados los servicios.

✓ **Objetivos.** Es claro ver que las BP tienen definidos los objetivos y propósitos que deben alcanzar durante este año, lo cual implica un plan de acción o una serie de actividades que conlleven a su cumplimiento, el 96% de la muestra aseguró haber definido objetivos claros que deben alcanzar en el transcurso del año, sin embargo en la pregunta 19*** donde se pidió especificar los objetivos y proyectos principales que se tienen planeados, fue identificada una serie de servicios más que objetivos o planes como tal, de otra parte algunas de las coincidencias presentadas demuestran una intención por fortalecer las colecciones (10%), mejorar los servicios (10%) y aumentar la cantidad de usuarios (9%), lo cual muestra que no se han definido objetivos claros, estrategias para llevarlos a cabo y mucho menos una planeación rigurosa, se traducen de manera coloquial en aspectos que se quieren tener o instancias a las que se busca llegar pero que como objetivo no se encuentra definido de manera administrativa ni estratégica.

✓ **Presupuesto.** Por estar sujetos a una entidad privada que se beneficia por la prestación de servicios bibliotecarios, la mayoría de las bibliotecas encuestadas aseguró contar con los recursos financieros para operar, lo cual indica que un rubro es destinado para las labores de la biblioteca, que cuentan con una asignación presupuestal y que por tanto tienen las posibilidades de alcanzar los objetivos propuestos, desarrollar planes y estrategias adecuadas para atraer nuevos usuarios, implementar nuevos servicios e incluir calidad en la satisfacción de necesidades de información a la comunidad que sirven. La disponibilidad presupuestal de las bibliotecas puede evidenciarse en las preguntas 18 y 36****, los gráficos coinciden con que gran parte de la muestra encuestada tiene los recursos económicos para la realización de sus funciones, sin embargo, no se tiene especificado con que propósito son destinados dichos montos, pues aunque sean asignados rubros para nómina y requisitos básicos resulta complicado determinar si también se está inyectando dinero para otras actividades donde podría ser implementado un plan de mercadeo de la información.

Las BP pertenecientes a Cajas de Compensación cuentan con una ventaja de tipo económico. A pesar de no especificar puntualmente las responsabilidades, disponibilidad presupuestal o los rubros determinados

** ¿Se encuentra registrada esta información en un documento?

*** Si respondió positivamente alguna de las preguntas planteadas en el numeral 18, por favor precise los 3 proyectos/objetivos o estrategias principales para el presente año.

**** ¿Cuenta la biblioteca con un presupuesto establecido para operar?

para la resolución de necesidades, una mayoría considerable sabe que cuenta con un presupuesto y que éste simple hecho ya es una ventaja competitiva en contraprestación a algunas bibliotecas que no lo tienen.

4.1.3. Conocimiento del entorno

La bibliotecas objeto de estudio presentan un preocupante desconocimiento de su entorno (pregunta 9*), tal como se menciona anteriormente no tienen establecida una caracterización adecuada de usuarios, ni se ha realizado adecuadamente un reconocimiento de las necesidades reales de la comunidad, de otra parte un 63% de la muestra asegura no haber realizado nunca un estudio de usuarios donde puedan ser caracterizados y en la pregunta 15(f) es evidenciado que un 69% no posee información acerca de las características del municipio, lo que demuestra que toda actividad y proyecto que es planeado en las bibliotecas objeto de estudio, responde de manera inexacta a una aproximación de las posibles necesidades de la comunidad, sin tener mayor certeza de ello.

Adicionalmente es de anotar que en la pregunta 14** las bibliotecas encuestadas aseguraron las razones por las cuales asumen que las personas no acuden a la Biblioteca, sin embargo, dicha información puede carecer de veracidad debido a la inexistencia de estudios concienzudos acerca de la comunidad y el comportamiento de la misma.

De otra parte es de resaltar que a pesar de saber la existencia de otras bibliotecas en su municipio, se denota desconocimiento de las características, fortalezas o debilidades que se presentan en éstas respecto a sus colecciones, servicios y usuarios a los que atiende.

4.1.4. Estrategias de mercadeo

✓ Diversificación. Las BP se encuentran interesadas en hacer posible la diversificación de servicios aun sin tener claro el concepto de ello. De un lado el interés por prestar servicios tecnológicos en un porcentaje considerable (ver pregunta 26***) teniendo en cuenta las situaciones económicas y los recursos que no sólo padecen las empresas sino también los municipios lo cual demuestra un significativo interés por satisfacer las necesidades reales de los usuarios.

Ahora bien, las bibliotecas también tienden a prestar servicios en los que es requerido un desplazamiento por parte de la biblioteca para llegar a sectores

* Existe algún estudio reciente en la biblioteca sobre características de los usuarios (edades, sexo, origen, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo, etc.)?

** ¿Por qué considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con más regularidad?

*** ¿En el último año se ha implementado algún nuevo servicio en la biblioteca?

de la comunidad que no pueden ir allí o simplemente no se encuentran enterados o interesados por los servicios que ésta puede prestar, de tal manera que es necesario desarrollar actividades fuera de la infraestructura física, en dicho sentido las BP objeto de estudio se encuentran muy aventajadas, el 76,4% de las BP encuestadas llevan a cabo actividades fuera de sus instalaciones, el 51,4% llevan a cabo programas de Cajas, Tulas o Maletas Viajeras, servicio que representa un gran esfuerzo y dedicación por parte de la Biblioteca para permitirle llegar a una mayor parte de la comunidad y que a través del tiempo se ha constituido en uno de los servicios más implementados y de mayor auge tal como puede evidenciarse en el Anexo C.

Se hace latente el boom tecnológico e informativo que está afectando al país y la intención de las BP en prestar servicios con éstos enfoques; cuando fue solicitado a las bibliotecas objeto de estudio hablar de los servicios que han querido prestar y que por falencias en recursos económicos o físicos no haya sido posible implementar; un 15% coincidió en la necesidad de implementar servicio de Internet o multimedia, lo cual demuestra las necesidades latentes de la comunidad y la intención de la BP por diversificarse y prestar servicios de calidad.

De otra parte se hace evidente la falencia de material bibliográfico que demuestran las BP; a pesar de no representar como tal servicios bibliotecarios, en éste ítem se presentó una incidencia del 7% que expresó la necesidad de realizar Ferias del libro mientras que un 10% manifestó la necesidad de Fortalecer sus fondos, esto indica también la falta de programas y planes de desarrollo de colecciones que es causado por falencias administrativas sumado a la ausencia de asignaciones presupuestales destinados a la compra de material bibliográfico.

Finalmente, tras el análisis de los resultados es posible ver un deseo e inclinación hacia los servicios de tipo virtual y la implementación de herramientas tecnológicas, dato que es sustentado por el 39,7% de las BP objeto de estudio que prestan servicios de Internet y multimedia, adicionalmente, durante el último año el 26% de las mismas (ver pregunta 26) han implementado servicio de Internet y un 14% el servicio de Enciclopedia Encarta lo que demuestra una diversificación de servicios enfocados al ambiente tecnológico que actualmente se traduce en una de las necesidades de información mas latente en el país.

✓ Penetración del Mercado. Las Bibliotecas objeto de estudio carecen de una penetración del mercado adecuada, no poseen promedios de usuarios proporcionales al tamaño de la población a la que sirven (ver pregunta 1*) sin embargo, un 60% de los encuestados consideraron que esta proporción era

* ¿Cuál es el promedio de usuarios diarios que usted atiende en su biblioteca?

considerable y que la cantidad de usuarios era adecuada con respecto a la comunidad, lo cual es discutible en contraprestación al 50% de BP que coincidieron afirmando que el promedio de usuarios diarios oscila entre 51 y 200 usuarios, dado que las BP encuestadas se encuentran en su mayoría en ciudades grandes donde la población censada sobrepasa los 30.000 habitantes (ver anexo D)⁵³.

✓ Integración del Mercado. De otra parte, dicha situación es sopesada en la medida en que existan otras bibliotecas en la región o en la ciudad que ayuden a distribuir la afluencia de usuarios de la comunidad, el 72% de las BP encuestadas reportó la existencia de otras bibliotecas que pueden ayudar a cubrir sectores mas amplios de la comunidad (ver pregunta 16^{**}); sin embargo, la cantidad promediada en los municipios es de dos bibliotecas adicionales, demostrando que aun con su existencia no está siendo atendida una proporción considerable de la comunidad; la situación expuesta determina la falta de estrategias de promoción y divulgación sobre la existencia y servicios de la Biblioteca y sobre todo la falta de estrategias de integración.

4.1.5. Cliente /usuario

En cuanto a los servicios bibliotecarios que prestan las BP es de resaltar su diversidad y pertinencia, en primer lugar fueron determinados cuales de ellos representaban un costo para el usuario y por supuesto una entrada de dinero para la Biblioteca (Pregunta 7^{***}), luego aquellos que eran prestados de manera gratuita (Pregunta 7), adicionalmente fue determinada una serie de servicios adicionales que actualmente prestan las BP de las Cajas de Compensación como diversificación de su servicio; tanto los servicios básicos como los adicionales en las BP recaban en la asiduidad de sus usuarios reales así como representan un factor atractivo en usuarios potenciales, aun así los niveles de consulta de los usuarios con respecto a la totalidad de la población son bajos (Pregunta 1^{****} y anexo D).

Dichos niveles se deben en un 19% a que la población desconoce el valor de la biblioteca y prefiere otras actividades y en un 18% a que los usuarios se limitan a los textos que tienen a la mano en lugar de ampliar sus posibilidades en la biblioteca, esto representa una falencia de divulgación y promoción por parte de la Biblioteca que anime a la utilización de sus servicios de manera asidua.

⁵³ DANE. Población total censada, por área y sexo, según departamentos y municipios. [en línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php> (Consulta: Febrero de 2006).

^{**} ¿Existe otra biblioteca pública o escolar cerca de esta, que contribuya de alguna manera a satisfacer las necesidades de consulta, recreación o lectura de la comunidad?

^{***} ¿Qué servicios presta la biblioteca y cuales de ellos tiene costo para los usuarios?

^{****}Cuál es el promedio de usuarios diarios que usted atiende en su biblioteca?

Respecto al tipo de usuarios que más acude a la biblioteca fueron determinados varios sectores con características homogéneas Pregunta 10*, en primera instancia los primeros sectores de asiduidad en la consulta son los estudiantes ya sean escolares (15%), de secundaria (14%) o Universitarios (12%), seguidos por los adultos estudiantes; situación que es sopesada por la necesidad de cubrir sus requerimientos académicos más que cualquier otro servicio que les pueda atraer; situación que denota una falencia de la Biblioteca en cuanto a la diversificación de los usuarios que acuden a ella como una opción de investigación, esparcimiento o cultura; ésta situación se debe indiscutiblemente a la falta de divulgación y promoción de los servicios así como actividades que vinculen la comunidad hacia la biblioteca como parte activa y dinámica entre ellos.

A pesar de no ser evidente una dinámica de planeación estratégica puntual, los diferentes tipos de usuarios han sido identificados por las BP de manera diligente; un 55% de la muestra lo registra en un documento actualizado (pregunta 15(c)**), lo cual vislumbra el conocimiento parcial de las necesidades de información, aun cuando no se comprueba ni evalúa a través un estudio de usuarios, dato que es sustentado por una minoría (37%) que manifestó llevarlo a cabo (Pregunta 9***).

4.1.6. Posicionamiento de la Biblioteca

En la pregunta 14**** donde son visibles las razones por las cuales los integrantes de la comunidad prefieren no ir a la biblioteca, se encontró en un (19%) que las personas no la consultan porque no conocen el valor de la misma, esta situación se traduce en una falencia desde diferentes perspectivas: la primera de ellas es que los servicios bibliotecarios prestados a la comunidad no tienen el valor suficiente como para que los usuarios piensen en ellos como beneficios inmejorables por otras organizaciones, dicho valor sólo lo puede orientar la biblioteca misma, a través de la diversificación, programas y atención al público; de la misma manera es de concluir que no existen los medios de divulgación necesarios para crear conciencia y cultura investigativa y recreativa encaminada a los servicios de la Biblioteca; en otra palabras, cambiar la imagen que tienen los usuarios frente a la utilización de sus servicios; si bien las bibliotecas encuestadas aseguraron de manera reiterativa el divulgar y promocionar los servicios a la

* Por favor ordene de mayor a menor los usuarios que usan con mayor frecuencia la biblioteca: niños, amas de casa, ancianos, escolares (estudiantes de básica primaria), estudiantes de secundaria, estudiantes universitarios, adultos estudiantes, adultos trabajadores y otros

** Documento o registro sobre Tipos de usuarios que son atendidos

*** Existe algún estudio reciente en la biblioteca sobre características de los usuarios (edades, sexo, origen, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo, etc.)?

**** ¿Por que considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con mas regularidad?

comunidad los medios utilizados para ello no garantizan la cobertura de una gran parte de la población y no representan medios agresivos publicitarios o divulgativos tal como se muestra en la pregunta 34^{*}.

Para justificar o condenar dicho comportamiento es pertinente evaluar la presencia de otras instituciones que prestan servicios bibliotecarios, Pregunta 16^{**}, de forma tal que no sea necesario divulgar los servicios ofrecidos en sectores que están siendo cubiertos por otras bibliotecas, sin embargo a pesar que el 72% de los municipios donde se aplicó la encuestada confirmaron la presencia de otras bibliotecas, el dato se refiere de manera promedio a dos bibliotecas adicionales en éstos municipios, y más aún, estas bibliotecas no satisfacen las necesidades de la totalidad de la población ni alcanzan a cubrir una buena parte de ella; por lo que muchos de los comentarios acerca de la existencia de otras bibliotecas en el municipio fueron positivos (pregunta 17^{***}) en la medida en que permite un apoyo mutuo debido a que la naturaleza y características de la BP le impide tener como tal un ente al que pueda llamar competencia, simplemente puede existir un apoyo y una colaboración mutua.

4.1.7. Mezcla de mercadeo

✓ **Plaza.** En cuanto a la infraestructura e instalaciones proporcionadas por las Cajas de compensación familiar para el desarrollo de actividades bibliotecarias, es necesario aclarar que los datos obtenidos fueron más que una medida aproximada, una concepción y apreciación personal e intangible; concluyendo que, las Bibliotecas se encuentran ubicadas en lugares amplios, donde se puede atender de manera satisfactoria el bajo nivel de usuarios que acuden a ella (Preguntas 1^{****} y 13^{*****}) y que por tanto no se encuentran preparados en términos físicos para atender un promedio considerable de usuarios dado el caso que éste fuese proporcional a los usuarios potenciales; de otra parte un sector considerable de la muestra calculo un área promediada de 294 mts² la cual es muy aceptable.

* ¿A través de que medios realiza la divulgación de los servicios y programas que realiza la biblioteca?

** ¿Existe otra biblioteca pública o escolar cerca de esta, que contribuya de alguna manera a satisfacer las necesidades de consulta, recreación o lectura de la comunidad?

*** Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, que aspectos positivos y negativos destaca usted de esa(s) biblioteca(s)

**** Cuál es el promedio de usuarios diarios que usted atiende en su biblioteca

***** Considera usted que la regularidad y la cantidad de personas que asisten a su biblioteca es la adecuada teniendo en cuenta el tamaño total de su comunidad?

Ahora bien, las personas encuestadas calificaron en la pregunta 30* algunos aspectos referentes al ambiente y estructura del edificio o inmueble donde operan las bibliotecas, fue encontrado que los aspectos en los que mejor se encuentran las bibliotecas es en cuanto a Aseo y Luz lo cual determina un ambiente adecuado para el esparcimiento, la lectura y el estudio, este factor es mucho mas que un punto a favor de la biblioteca dado que es muy necesario que el usuario se sienta a gusto mientras hace uso de los servicios; los aspectos de Aire, colorido, espacio y Calidad de la construcción en su mayoría fueron calificados en un término medio (entre 3 y 4) indicando que aunque los recursos económicos destinados para las adecuaciones físicas sean limitados, es posible proporcionar espacios acordes a la prestación de servicios bibliotecarios y que si bien la infraestructura física no se encuentra perfecta, es muy aceptable y permite una concepción buena por parte del usuario con respecto a la Biblioteca.

Es de concluir que las BPCCN cuentan con una buena plaza pues adicionalmente a poseer instalaciones adecuadas y suficientes en espacio para atender a sus usuarios, éstas cuentan con condiciones adecuadas de luz, colorido, aseo, etc.

✓ **Producto/ Servicio.** En cuanto al material bibliográfico es de anotar que las bibliotecas encuestadas cuentan en promedio con 16.000 volúmenes, dato que aunque no es específico determina que las colecciones de éstas bibliotecas es adecuado, ahora bien, la pregunta 2** muestra claramente una incidencia en el rango de 5000 a 10000 volúmenes, si bien la cantidad de materiales es un número considerable, no lo es analizado desde el punto de vista de la naturaleza de las bibliotecas y debido a que el servicio bibliotecario de tipo público requiere de una cantidad formidable de libros de consulta, lectura y esparcimiento entre otras, lo anterior se sustenta en la pregunta 10*** donde se denota la cantidad y diversidad de usuarios que son atendidos, quienes a su vez representan necesidades de información variadas y heterogéneas.

Las colecciones que han sido conformadas, aun si no son suficientes en número se encuentran actualizadas y son pertinentes en contenido, lo anterior es sustentado por las preguntas 31**** y 32***** donde se denota una

* ¿Como calificaría de 1 a 5 el espacio de la biblioteca en los siguientes términos: Aseo, Aire, Calidad de la Construcción, Colorido, Comodidad, Espacio y Luz?

** ¿Cuál es aproximadamente la cantidad materiales bibliográficos que usted posee en la biblioteca (contando libros, videos, CDs,)?

*** Por favor ordene de mayor a menor los usuarios que usan con mayor frecuencia la biblioteca: niños, amas de casa, ancianos, escolares (estudiantes de básica primaria), estudiantes de secundaria, estudiantes universitarios, adultos estudiantes, adultos trabajadores y otros

**** ¿Como calificaría de 1 a 5 el contenido, la actualidad de su colección, pensando en los usuarios que actualmente visitan su biblioteca?

***** ¿Como calificaría de 1 a 5 el contenido, la actualidad de su colección, pensando en toda la comunidad que podría hacer uso de los servicios de su biblioteca?

calificación casi perfecta, pues la mayoría de las calificaciones son tendientes a 4 tanto para usuarios potenciales como reales, lo cual indica que los procesos de adquisiciones se están llevando adecuadamente y congruentes con las necesidades reales de los usuarios. Porcentajes de 48% y 36% calificaron como pertinente la actualidad y contenido de las colecciones respectivamente (pregunta 31) para los usuarios reales así como fueron asignados 50% y 45% respectivamente para las colecciones que pueden ser consultadas por usuarios potenciales (pregunta 32), sin embargo es de anotar que la pertinencia de las colecciones en actualidad y contenido para los usuarios reales no denota por si misma que pueda ser igual para los grupos de la comunidad que no están siendo atendidos pues las bibliotecas Públicas están siendo consultadas por usuarios de tipo escolar y académico.

Con respecto a la cantidad de material disponible para consultas y el número de usuarios que acuden a la biblioteca los puestos de lectura disponibles para consulta son proporcionales y suficientes (pregunta 3*), pues se denota un porcentaje de 33% que coinciden en un rango de 100 a 200 puestos de lectura, esto se suma a la comodidad y agrado que los usuarios puedan sentir al hacer uso de la biblioteca por factores de infraestructura como fue explicado anteriormente.

El horario en que se prestan los servicios bibliotecarios no es adecuado, pregunta 5** en la medida en que 66% de la muestra encuestada no presta sus servicios de manera continua lo cual interrumpe la dinámica de la consulta, no obstante los horarios de apertura y cierre son convenientes pues aproximadamente las bibliotecas están abriendo al público cerca de las 8 a.m. y cierran hacia las 6 p.m. calculo que fue determinado tras analizar todas las respuestas respecto a los horarios prestados por las bibliotecas objeto de estudio; sin embargo, es de anotar que el horario tiene un nivel de conveniencia para los usuarios que actualmente se están atendiendo, a saber, escolares y estudiantes en general, pero mas allá de ello se hace necesario identificar las horas adecuadas para el acopio y atención de los usuarios de Bibliotecas Públicas como las amas de casa y los trabajadores quienes terminan labores hacia el horario de cierre de la Biblioteca.

Para las BP encuestadas es importante la opinión de los usuarios con respecto a los servicios que son prestados, a pesar de no realizar estudios de usuarios y al parecen no se lleva una identificación de necesidades de los mismos (Pregunta 15(c)*** e ítem Cliente) sustentado en que sólo el 11% de las BP de la muestra realizan estudios de usuarios, aun así el 84% de éstas realizan una evaluación que determine la satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios que les son ofrecidos, de dicho porcentaje un 51% lo hace de manera mensual y un 23% lo realiza anualmente, lo que no sólo

* ¿Cuál es el número de puestos de lectura dentro de la Biblioteca?

** ¿Cuál es el horario de la Biblioteca?

*** Documento o registro sobre Tipos de usuarios que son atendidos

indica una periodicidad de la evaluación sino que su vez vislumbra un seguimiento de los resultados obtenidos y su posible mejoramiento, efecto que no se hace evidente en análisis de mejoramiento de servicios y corrección de errores tal como lo demuestra la pregunta 15(d)* que demuestra la ausencia de preparación de documentos para dicho fin.

De manera regular se llevan a cabo estadísticas de usuarios, consulta, uso de los servicios y demás programas de las bibliotecas, un ventajoso 77% de las BP encuestadas aseguró, tal como lo demuestra la pregunta 21**, que siempre llevan estos registros, lo cual demuestra conocimiento de la dinámica y procesos que se están llevando a cabo en la biblioteca con respecto a los usuarios, dicha información es de utilidad en la realización de planes y proyectos que permitan impulsarla y difundirla dentro de la comunidad.

Es evidente la falta de conocimiento y administración de las bibliotecas objeto de estudio en cuanto a la medición de los procesos y servicios; lo anterior lo demuestra la pregunta 22*** donde el 54% de las BP de la muestra aseguraron no utilizar indicadores de gestión para evaluar su ejercicio; el 46% restante, a pesar de haber respondido afirmativamente, al solicitarles mencionar algunos de ellos, no presentaron indicadores de gestión validos para la evaluación de servicios y procesos sino que por el contrario nombraron algunas estrategias administrativas y estadísticas.

Finalmente los servicios prestados en éstas bibliotecas tienen un valor agregado que puede hacerlos mas atractivos para los usuarios, tal como se mencionó anteriormente en el punto de capacidad administrativa, el 99% de las BP de la muestra capacita el personal en temas relacionados con la labor bibliotecaria y en específico con la prestación de servicios de BP y un representativo 42% lo hace a través de cursos y conferencias que constituye uno de los medios más eficaces para la actualización y capacitación de personal, adicionalmente el 18% lo hace a través de servicios en línea e Internet (pregunta 40****) que permite a su vez que las temáticas tratadas sean actualizadas y pertinentes para la situación real del país en relación con el mundo entero.

Sin embargo es latente la falta de estrategias de promoción de los servicios, tras el análisis de los datos se determinó que los servicios mas utilizados por los usuarios en las bibliotecas objeto de estudio son consulta en sala

* Documento o registro sobre Estrategias para mejorar los servicios

** ¿Lleva la biblioteca, estadísticas de usuarios, de uso de los servicios, de movimiento de su colección, de la programación y en general de todos sus procesos?

*** Utiliza la biblioteca indicadores de gestión para evaluar su ejercicio (Ej.: usuarios o colección/población, rotación de puestos de lectura, tiempo promedio de consulta/total horas de servicio, etc.)

**** ¿A través de que medios se actualiza el personal de la biblioteca en áreas propias de la actividad de biblioteca pública?

recurrente en un 22% y préstamo a domicilio con 21% de incidencia, es imperativo aclarar que si bien éstos son dos de los servicios básicos en una BP, no deberían representar un porcentaje tan alto, pues definitivamente la implementación de nuevos servicios y su adecuada promoción debería equilibrar la balanza de manera mas representativa; después de éstos dos servicios sólo sobresale en una menor medida (9%) la proyección de películas, demostrando así que a pesar de ser utilizados, los demás servicios ofrecidos por la BP representan un reducido 1% a 4% (ver pregunta 27*) lo cual demostraría que a pesar de los grandes pasos de diversificación que han tenido las BP en los últimos años éstas siguen prestando servicios tradicionales y no se hace latente la necesidad de implementar otros servicios bibliotecarios.

✓ **Promoción.** Tal como se mencionaba en el punto “Cliente” y es visible con la pregunta 14**, el 19% de la población afirma que la razón por la cual la biblioteca no atiende a una parte considerable de la comunidad a la que pertenece, es porque dicha comunidad desconoce el valor de la Biblioteca y del 18% de la misma población afirma que la razón mas latente se refiere a que los integrantes de la comunidad prefieren consultar con los recursos que tiene a su alcance, esta situación es sólo un reflejo de una mala o deficiente divulgación acerca de los productos y servicios que ofrece la Biblioteca, de otra parte es perceptible que tal vez la Biblioteca tampoco se encuentre interesada en llegar a mayor parte de la comunidad debido a que gran porcentaje de ellas se han dedicado a la divulgación interna de sus servicios a través de carteleras y folletos que son distribuidos de manera interna (pregunta 34***), lo cual impide que cualquier usuario potencial que se encuentre fuera de la biblioteca sea animado a la utilización de los servicios y a acudir a la biblioteca.

Puede aseverarse que el único medio de divulgación que tiene un porcentaje representativo (14%) que se realiza fuera de la Biblioteca son las charlas en colegios del municipio, lo cual, aunque representa una acción adecuada para difundir los servicios es claro que, a no ser que se lleven a cabo servicios especiales y programas para escolares y niños de edades similares, los estudiantes generalmente no acuden a la biblioteca para esparcimiento y entretenimiento sino que por el contrario buscan la resolución de necesidades inmediatas como lo son tareas e investigaciones; lo cual aunque no es negativo, limita la BP quien debe atender y extender sus servicios a una comunidad heterogénea que presenta necesidades distintas.

* Nombre los tres (3) servicios más utilizados de la biblioteca

** ¿Por que considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con más regularidad?

*** ¿A través de que medios realiza la divulgación de los servicios y programas que realiza la biblioteca?

A pesar que las encuestas demuestran un desinterés por abarcar otras comunidades y cubrir gran parte de la comunidad, el anexo C muestra la labor que han realizado las BP pertenecientes a las Cajas de Compensación Familiar en términos de cobertura no sólo en sus puntos fijos sino la creación y puesta en marcha de programas como Cajas, Tulas o Maletas Viajeras BiblioJeep y demás estrategias de movilización de la BP.

Adicionalmente es de aclarar que el 9 % de las BP encuestadas nombró como objetivos y planes para este año el aumento de los niveles de consulta por un lado y un 2% adicional anunció su intención de ampliar su cobertura regional, lo cual a pesar de ser un precedente, no hace la diferencia, lo que acentúa la necesidad de divulgar y promocionar los servicios de la biblioteca así como la diversificación de la Biblioteca.

4.1.8. Sistema de Información de Mercados. SIM

La información que pueden obtener las bibliotecas objeto de estudio con respecto a su comunidad es realmente poca debido a que no se lleva un seguimiento juicioso con respecto a las características y necesidades de la comunidad, esto es demostrado en las preguntas 9*, 18 y 25** donde es evidente la falta de información al respecto pues un 63% de la muestra encuestada no realiza estudios de usuarios, herramienta básica en la determinación de las necesidades de la comunidad, sus características, preferencias y posibilidades; de otra parte no se tiene pleno conocimiento como serán atendidas dichos factores pues como se presentó en el ítem de planeación y estrategias un 87% de las BP encuestadas aseguraron tener un documento que defina las actividades que serán desarrolladas a futuro las cuales no se encuentran sustentadas por pruebas fácticas que determinen que dichas acciones a desarrollar durante el año, efectivamente son necesarias para la satisfacción de las necesidades de la comunidad y en específico si serán convenientes para la biblioteca.

Lo anterior podría ser evaluado a través de los criterios proporcionados por los usuarios con respecto a los servicios e información recopilada a través de evaluaciones que el 84% de las BP encuestadas aplican con una periodicidad adecuada a los usuarios acerca de los servicios y procesos que llevan a cabo en la biblioteca dato que se demuestra en la pregunta 20. Otro tanto de la información que requiere la biblioteca es recopilado a través del buzón de sugerencias (preguntas 22*** y 23*), lastimosamente dicha

* Existe algún estudio reciente en la biblioteca sobre características de los usuarios (edades, sexo, origen, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo, etc.)

** ¿La biblioteca lleva un registro de las características de la comunidad, de los recursos disponibles en la comunidad, del comportamiento de los servicios (evaluación), etc?

*** Utiliza la biblioteca indicadores de gestión para evaluar su ejercicio (Ej.: usuarios o colección/población, rotación de puestos de lectura, tiempo promedio de consulta/total horas de servicio, etc.).

información no es registrada de manera consecuente pues aunque un 75% de las bibliotecas registra dicha información por diferentes medios y no es claro si la información es procesada y atendida, sin sumar el 21% de las bibliotecas encuestadas que definitivamente no las registra.

Finalmente, otro de los medios por los cuales es posible que la biblioteca obtenga información acerca de las características de la población a la que sirve, sus necesidades e inquietudes con respecto a la biblioteca es el registro de las características de la comunidad, herramienta que sólo es utilizada por el 15% de las BP encuestadas frente a un riesgoso 84% que no lo hace, a su vez, este proceso no esta dotado de requisitos que la sistematicen, por tanto, se asume que el sistema de información de mercados tiene tan pocas herramientas de donde recopilar datos que se asume que el SIM se basa en la observación.

4.1.9. Tamaño del Mercado

Tal como fue mencionado en ítems anteriores, el promedio y los rangos de usuarios atendidos diariamente por las bibliotecas objeto de estudio en contraprestación a la población total de los municipios no es suficiente ni representa una cobertura considerable pues no sobrepasan los 500 usuarios diarios, rango que, aunque no es bajo para una biblioteca escolar o de barrio, se encuentra bastante bajo para una BP con las características que identifican a las bibliotecas de las Cajas de Compensación, de otra parte, la regularidad de consulta por parte de los usuarios es calificada en la pregunta 13 como adecuada (60%) a pesar de no ser proporcional a la población total de los municipios tal como se muestra las preguntas 1 y 13 en contraposición al anexo D, finalmente como fue tratado anteriormente la cantidad de otras BP en el municipio no es suficiente para cubrir una porción adecuada de la región.

4.2 RED DE BIBLIOTECAS DEL BANCO DE LA REPÚBLICA

4.2.1. Capacidad Administrativa

La Biblioteca Luís Ángel Arango administra como eje central muchos de los procesos que llevan a cabo las áreas culturales de las sucursales, controla de manera centralizada algunos aspectos referentes a la administración y planeación de las bibliotecas.

Más allá de una administración centralizada, las BP del Banco a su interior trabajan particularmente dependiendo de las necesidades que se presentan

* ¿Cómo recoge la biblioteca información relacionada con las sugerencias, quejas y comentarios de los usuarios?

en cada municipio, por ende cada una de ellas cuenta con un coordinador con perfil profesional que es elegido por el área Cultural del Banco para la gestión administrativa cerca del 50% de éstas personas son Bibliotecólogas, adicionalmente cuentan en promedio con 3 auxiliares de biblioteca quienes prestan los servicios bibliotecarios y desarrollan los procesos que se deben desarrollar.

Esta situación denota un interés por la prestación de servicios de calidad y el mejoramiento continuo de la Biblioteca. Los empleados de la Biblioteca trabajan en jornadas completas por lo que no se presenta el concepto de empleado de tiempo parcial, esto se debe, al igual que en las Cajas de Compensación a que el horario de atención en algunas de ellas se encuentra partido hacia el medio día.

Adicionalmente, es de anotar que la permanencia de los coordinadores de estas bibliotecas es bueno debido a las garantías de contratación con que cuenta el Banco; su permanencia oscila entre los 5 y 10 años y mas allá de ello, pretenden continuar en sus cargos un periodo igual, dicho dato denota el interés y pertenencia que tienen las personas que laboran en la Biblioteca, el conocimiento y manejo de los procesos que se llevan a cabo así como la capacidad para identificar las necesidades latentes de la Biblioteca y la comunidad.

El personal de las BP del Banco reciben de manera continua cursos y conferencias de actualización respecto a los aspectos que incumben al manejo, prestación y mejoramiento de servicios bibliotecarios, lo cual demuestra que el personal que allí labora se encuentra debidamente capacitado situación que es adecuada para la implementación y puesta en marcha de un plan de mercadeo de la información.

En el año 2005 fueron desarrollados documentos que consignan aspectos básicos de las bibliotecas tales como su misión, visión así como la identificación de las debilidades y fortalezas que cada una de las 18 bibliotecas distribuidas en el país. Sin embargo no existen registros físicos acerca de las dificultades que tienen las mismas para operar, datos que deberían ser controlados desde el Banco pues es quien determina los recursos físicos, tecnológicos, financieros y administrativos de las bibliotecas; aun así, de alguna manera el Banco posee información general respecto a las bibliotecas y el estado en que funciona cada una de ellas.

Se vislumbran las falencias de las bibliotecas para cubrir una mayor cantidad de necesidades de información que presentan los usuarios; Rafael Torres⁵⁴ afirma que las bibliotecas no son suficientes en tamaño con relación a la cantidad de servicios y por supuesto a la diversidad y cantidad de tipos de

⁵⁴ ENTREVISTA con Rafael Torres, Subdirector Administrativo de la Biblioteca Luis Ángel Arango. Bogotá. 6 de Marzo de 2006.

usuarios, culturas y grupos a las que se encuentran dirigidas las diferentes bibliotecas.

En contraprestación a esta situación puede existir un balance en la medida en que muchos de estos usuarios no cubiertos por la red son atendidos y acuden a otras bibliotecas existentes en las diferentes ciudades, tanto Rafael Torres como Pilar Falla⁵⁵, quien lleva 11 años a cargo de las sucursales del Banco de la República, coinciden en que la presencia de otras BP en la ciudad no representa una amenaza competitiva sino que por el contrario se constituye en apoyo de colecciones, servicios y responsabilidades logrando de esta manera un cubrimiento más amplio de la población y que permite crear cultura en las ciudades mientras es posible que cada biblioteca se especialice en un tema específico como estrategia de complemento entre ellas.

Las BP de la Red del Banco de la República tienen una gran ventaja pues para muchas de las actividades y procesos que llevan a cabo existe el presupuesto y la disposición desde el Banco de la República por tanto se hace factible el llevar a cabo actividades y demás eventos que permitan la difusión y divulgación de la biblioteca así como su posicionamiento a través de la prestación de variados servicios, lo cual dependerá indiscutiblemente de los administradores de las bibliotecas.

4.2.2. Planeación Estratégica

Las bibliotecas objeto de estudio desarrollan un Plan Anual donde se estipulan las actividades y eventos así como la dinámica de la prestación del servicio lo cual indica una planeación bien elaborada, debido a que ninguna de las acciones desarrolladas a lo largo del año se realiza de manera improvisada pues esta contemplada desde el año anterior, dichas actividades incluyen las exposiciones temporales, los talleres de lectura, conciertos y demás actividades que se consideren pertinentes, de otra parte las cajas viajeras también responden a una planeación previamente preparada. Adicionalmente la Red del BPBR planea por proyectos, los cuales son determinados en consenso en cada región con el aval de la subgerencia cultural que los contempla y proporciona los recursos.

No obstante, el último documento que se desarrolló respecto a las dificultades que tienen las bibliotecas para operar, características de los municipios y necesidades a satisfacer fue desarrollado en 2002, aunque no es muy antiguo es de dominio publico que las características de una comunidad pueden variar a lo largo de los cuatro años que han transcurrido desde entonces, lo cual demuestra que aunque la planeación se lleva a cabo no está teniendo en cuenta estos factores lo cual puede recabar en

⁵⁵ ENTREVISTA con Pilar Falla, Coordinadora de Sucursales de la Biblioteca Luis Ángel Arango. Bogotá. 6 de Marzo de 2006.

inconsistencias e inexactitudes en cuanto a la prestación de los servicios y la importancia que se le puede dar a unos u otros de ellos en pro de la comunidad.

Finalmente aunque el presupuesto y los recursos físicos y financieros se encuentran presentes algunas de las bibliotecas de la red no cuentan con el recurso humano suficiente para operar tal como lo afirma Rafael Torres, esto puede implicar que algunas de las actividades y proyectos adicionales de crecimiento o penetración no puedan llevarse a cabo, dado que aunque existe un presupuesto regular el material es limitado.

✓ **Objetivos.** Aunque las bibliotecas de la Red del Banco de la República demuestra poseer y desarrollar una planeación efectiva, definiendo actividades y tiempos específicos, se hace evidente que no existen como tal objetivos hacia los cuales encaminar dichas acciones, es posible que se encuentren inmersos dentro de los parámetros mismos de la actividad cultural del Banco, sin embargo se hace necesaria la formulación de metas a seguir durante el año y enfocar los servicios hacia ese punto de manera conjunta o separada por cada una de las bibliotecas, por otro lado algunos de los proyectos que fueron mencionados se tienen previstos para este año, se limitan a asociaciones y capacitaciones en el sentido administrativo y talleres y conciertos en cuanto a los servicios.

✓ **Presupuesto.** Los recursos financieros de cada una de las 18 BP provienen del Banco de la República quien vincula directamente los funcionarios que allí laboran, dispone el dinero necesario para las actividades que se van a llevar a cabo así como para los diferentes gastos que el funcionamiento de las bibliotecas implica y finalmente la adquisición de los materiales que presta. Esto constituye una ventaja frente a lo que puede ser la realidad financiera de muchas BP en el país que disponen de recursos limitados tanto de dinero como de personal y apoyo para la realización de programas y proyectos. Sin embargo, dichas asignaciones presupuestales dependen directamente del porcentaje ejecutado durante el año anterior.

En términos de mercadeo de la información es de anotar que el rubro que se asigna con menor valor es el destinado para la divulgación lo cual denota un desinterés por el acopio de nuevos usuarios y posiblemente un cubrimiento de la comunidad más amplio por parte de la administración central.

4.2.3. Conocimiento del Entorno

Cada una de las Bibliotecas del Banco de la República tiene clara la existencia de otras bibliotecas de tipo público en su municipio, sin embargo no existen nexos entre ellas y tampoco hay una preocupación por conocer las características o servicios que éstas prestan a la comunidad, no se ha realizado un estudio al respecto y la situación se ha convertido en un

fenómeno normal dentro de la comunidad y para las bibliotecas, por tanto no existen alianzas entre ellas adicionalmente por que presentan diferentes naturalezas sin tener en cuenta que sus funciones son muy similares y que uniendo esfuerzos contribuirían al cubrimiento de la comunidad y el mejoramiento de la prestación de los servicios.

4.2.4. Estrategias de mercadeo

✓ **Los Servicios y su Prestación.** Existe un error latente en cuanto al tiempo en que son prestados los servicios bibliotecarios, pues a pesar de ser adecuado entre semana, solo cubre medianamente las necesidades de los usuarios los fines de semana, lo anterior es sustentado por los horarios de cada una de las bibliotecas⁵⁶, la mayoría de las bibliotecas laboran en jornada continua y con un horario adecuado incluyendo los sábados, esta situación permite la prestación de un buen servicio, sin embargo se hace visible que las BP objeto de estudio no laboran los domingos, día que puede ser representativo para incrementar los niveles de consulta, lo cual puede ser sopesado por las limitaciones de recurso humano con las que trabajan .

Al igual que las BP de Cajas de Compensación no es realizado un documento que identifique los errores y quejas existentes acerca de los productos y servicios ofrecidos por la biblioteca, por tanto, no existen documentos que registren estrategias para el mejoramiento de los servicios, de otra parte tampoco se lleva un registro que identifique los tipos de usuarios que son atendidos por cada una de las bibliotecas lo que indica que es posible que no exista certeza al respecto de las necesidades de información que presenta la comunidad a la que éstas sirven.

Dichas necesidades o quejas son recopiladas a través del Buzón de sugerencias y en la medida de lo posible se intenta dar solución inmediata a las solicitudes; ésta dinámica elimina la tarea de registrarlas y evita que sean almacenadas por tiempos indeterminados recabando en la posibilidad de que nunca sean atendidas; sin embargo, a pesar de que los errores y quejas expresadas por los usuarios sean atendidas deberían ser registradas pues es posible que por la similitud de servicios que se prestan en toda la red, dicha información pueda ser de utilidad para alguna de las otras bibliotecas.

✓ **Diversificación.** Las bibliotecas del Banco de la Republica fueron creadas y diseñadas desde un principio bajo el concepto de BP, por tanto sus servicios fueron implementados desde su creación, no se presenta como tal una modificación en los servicios, el último año no se han implementado nuevos servicios puesto que se considera que los existentes responden de

⁵⁶ Biblioteca Luis Ángel Arango. <http://www.lablaa.org/biblioareasculturales.htm>

manera efectiva las necesidades de las diferentes comunidades y regiones donde se encuentran ubicadas.

Sin embargo existe una falencia tecnológica que aun no ha sido solucionada por la Red y es la prestación del servicio de Internet, Pilar Falla⁵⁷ expresa que la implementación de servicios tecnológicos ha sido un proyecto que inicialmente fue implementado pero que por conflictos de conectividad, costos y en especial el dilema sobre si cobrar o no dicho servicio se decidió en algunas de las bibliotecas de la red eliminarlo, por tanto, si bien no todas una mayoría de las bibliotecas se han limitado a prestar servicios de multimedia y no facilitar el acceso a Internet. Aun así el Banco es conciente que es uno de los servicios que se debe implementar y que en realidad necesita la comunidad al igual que servicios de información local.

Adicionalmente la Red de bibliotecas ha querido expandir sus servicios a una mayor parte de la comunidad implementando el servicio de Cajas Viajeras en todas las bibliotecas lo cual trasciende dentro de la región para convertirse en un ente activo para la comunidad, aunque aun no son suficientes para atender las regiones que definitivamente representan una población significativamente mayor que la que es cubierta actualmente por este servicio.

Es claro que por ser BP creada desde un principio con servicios básicos como consulta en sala y préstamo externo, éstos como tal han sido y serán los más utilizados, no obstante las bibliotecas prestan servicios como talleres de lectura y exposiciones temporales que tienen niveles de asistencia bastante altos lo que reafirma la diversificación de las bibliotecas y su funcionalidad cultural.

A diferencia de la Red de bibliotecas de las Cajas de Compensación, las bibliotecas del Banco de la República poseen colecciones pertinentes y actualizadas debido a políticas fuertes y estructuradas que dirigen los procesos de adquisiciones que lleva a cabo la Biblioteca Luis Ángel Arango de manera centralizada lo que garantiza una distribución adecuada de los materiales que son recibidos a través de compra, canje y donación.

Finalmente, aunque los servicios prestados por las PBBR son siempre los mismos, estos sufren las modificaciones que sean pertinentes para un mayor cubrimiento de la comunidad, trabajando con población en desventaja tales como los presos y los invidentes.

✓ **Penetración.** Los niveles de consulta por parte de los usuarios de las diferentes bibliotecas de la Red del Banco de la Republica es adecuado, a su vez el excelente posicionamiento con que cuentan estas bibliotecas dentro

⁵⁷ ENTREVISTA con Pilar Falla, Coordinadora de Sucursales de la Biblioteca Luis Ángel Arango. Bogotá. 6 de Marzo de 2006.

de las regiones a las que sirven, si bien este dato no implica que la cobertura regional de las bibliotecas objeto de estudio sea completa y adecuada si permite vislumbrar el conocimiento por parte de la comunidad acerca de la existencia y pertinencia de la Biblioteca, un promedio aproximado muestra que un 40% de las bibliotecas objeto de estudio atienden diariamente un rango entre 500 y 1000 usuarios, el cual es muy considerable comparado con los niveles de consulta de otras BP que se encuentren en las diferentes ciudades. Sin embargo no se debe desconocer que para la comunidad existe un poco más de familiaridad y conocimiento de éstas siendo del Banco de la República.

Aun así es de aclarar que a pesar de los altos niveles de consulta que presenta la Red del Banco de la República éstas no son suficientes para el volumen poblacional que existe en cada una de las ciudades donde se encuentran las bibliotecas, de esa manera lo expresa el Doctor Torres quien aun considera que aun falta mucha cobertura regional por parte del Banco.

4.2.5. Cliente

Adicional a los servicios de consulta en sala, afiliación a la biblioteca y préstamo externo que son considerados como los servicios principales y más básicos que puede prestar una BP la red de bibliotecas ofrece servicios adicionales y de extensión de la biblioteca como las cajas viajeras, clubes de lectura en algunas de sus bibliotecas y talleres artísticos y literarios; de igual manera realizan exposiciones y programación musical; dichos servicios y actividades contribuyen de manera positiva al reconocimiento de la biblioteca por parte de la comunidad y crea relaciones con los usuarios pues representan un valor agregado a los servicios que prestan por lo general las BP y es la política cultural del Banco de la República de llevar la recreación y cultura que posiblemente no posee la comunidad pues no cuentan con otra entidad; presentando entonces servicios y eventos a los cuales acuden de manera espontánea los integrantes de la comunidad.

Es de anotar que aunque en su gran mayoría los tipos de usuarios que más acuden a las BP son definitivamente aquellos vinculados académicamente a alguna institución, las BP objeto de estudio también atrae gran cantidad de adultos trabajadores y amas de casa que se interesan por los servicios de la biblioteca de manera voluntaria para leer, consultar temas de su interés y distraerse.

De igual manera existe un documento preparado en 2002 que identifica los tipos de usuarios que son atendidos y de alguna manera sus posibles necesidades lo que permite la preparación concienzuda de las actividades que serán proporcionadas a la comunidad así como una caracterización de usuarios que se realizó en el año 2005, sin embargo no se realiza un análisis ni planeación que genere estrategias que mejoren los servicios, lo cual indica

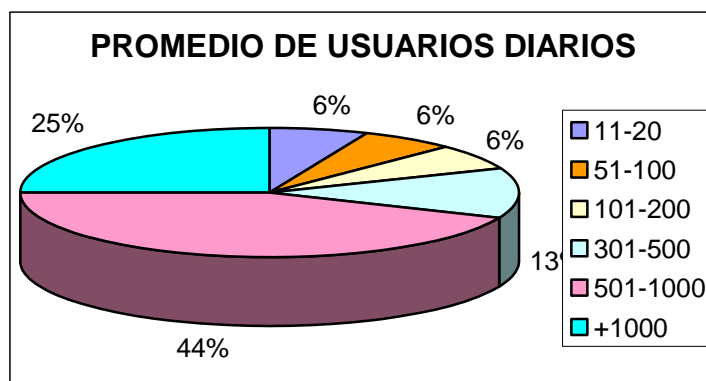
por un lado el desinterés por mejorar los servicios y por otro la sensación de que los servicios no necesitan ser mejorados lo cual no sucede a menudo en una BP pues es obligatorio un constante cambio hacia el mejoramiento y ampliación de los servicios, dicho de otra manera las bibliotecas no se han interesado en generar estrategias que garanticen una mejor prestación de los servicios.

Los niveles de consulta es muy alentadora y representa un gran avance con respecto a BP dependientes de las alcaldías, gobernaciones y Cajas de Compensación el cuadro muestra los promedios de usuarios diarios y por año que son atendidos en éstas bibliotecas*, comparando de igual manera, que las bibliotecas en cuestión se encuentran al igual que las de Cajas de Compensación en ciudades con mas de 30.000 habitantes.

Sucursal	Usuario/Año	Usuario/Día
Buenaventura	100.787	323
Cartagena	386.566	1239
Florencia	379.376	1216
Girardot	249.973	801
Honda	23.189	74
Ibagué	469.860	1506
Ipiales	306.034	981
Leticia	35.457	114
Manizales	176.479	566
Pasto	549.954	1763
Pereira	105.733	339
Popayán	213.090	683
Quibdo	4.681	15
Riohacha	-	
Santa Marta	-	
Sincelejo	162.055	519
Tunja	265.526	851
Valledupar	170.052	545

Es posible notar que el 39% de las BP del banco de la Republica atiende diariamente de 501 a 1000 usuarios diarios y un considerable 23% supera ese rango, lo cual demuestra un renombre y reconocimiento mucho mas amplio dentro de la comunidad, esto también responde a que las bibliotecas del Banco llevan muchos mas años funcionando en los municipios y en algunos casos fueron la única opción de consulta bibliotecaria para la comunidad durante mucho tiempo.

* Los datos de Riohacha y Santa Marta no se encuentran contemplados debido a que en el último año se han encontrado cerradas durante algún tiempo lo cual tergiversaría el criterio de evaluación de los promedios.



CRITERIO	TOTAL
11-20	1
51-100	1
101-200	1
301-500	2
501-1000	7
+1000	4
TOTAL	16

4.2.6. Posicionamiento de La biblioteca

El Banco se ha esforzado por hacer de sus bibliotecas espacios adecuados e instancias pertinentes hablando desde la perspectiva de los servicios, los espacios y las colecciones, por tanto, la red de BP tiene grandes ventajas sobre otras bibliotecas en cada una de las ciudades, lo cual lo evidencian los niveles de consulta, los usuarios acuden a ellas porque se sienten a gusto, por la actualidad y contenido de sus colecciones y por el servicio que allí reciben.

En comparación con otras bibliotecas de las mismas ciudades es claro que las BP del Banco de la República se encuentran mas presentes en la mente de la comunidad y definitivamente son BP muy concurridas en cada región.

4.2.7. Mezcla de Mercadeo

✓ **Plaza.** Las BP del Banco de la República se encuentran ubicadas en construcciones centrales y con características culturales pues por lo general funcionan en edificios adquiridos o arrendados por el Banco de la República para desarrollar toda la actividad cultural de cada una de las sucursales, en dicho sentido es de anotar que en la medida de lo posible las bibliotecas funcionan en lugares espaciados y adecuados, las personas entrevistadas coincidieron en calificar la totalidad de la infraestructura física de cada una de las bibliotecas de la Red como excelente.

Siendo así, la Red tiene ventajas en cuanto a plaza sobre otras bibliotecas pues el espacio físico donde se prestan los servicios influye de manera directa sobre la actitud y percepción del usuario incitándolo de alguna forma a frecuentar más asiduamente la biblioteca, pues representa un espacio adecuado para la lectura, la investigación y el esparcimiento.

Adicionalmente es de aclarar que cada una de las bibliotecas cuenta con servicios de lectura en quioscos destinados para la lectura, en promedio 7 quioscos, siendo este un criterio bastante aceptable para incidir en la preferencia de los usuarios dando por entendido que estos son considerados como puestos de lectura bastante adecuados.

✓ **Producto / Servicios.** Por hacer parte de la política de adquisiciones de la Biblioteca Luís Ángel Arango quien tiene como misión ser biblioteca patrimonial, gran parte de las colecciones de las bibliotecas de la red son ricas en información nacional y cultural así como específica de cada una de las regiones a las que pertenece. Por otro lado las colecciones son enriquecidas constantemente en todas las áreas del conocimiento, lo cual indica que su tamaño debe ser considerable, en promedio 20.000 volúmenes por biblioteca.

De otra parte tanto Rafael Torres como Pilar Falla calificaron como excelente tanto el contenido como la actualidad de los materiales que son dispuestos para el público en todas las sucursales, lo que indica que los productos y servicios ofrecidos por éstas son en la misma medida adecuados y pertinentes incrementando las posibilidades de tener usuarios asiduos e incrementar sus niveles de consulta atrayendo usuarios potenciales.

El horario en que se prestan los servicios bibliotecarios aunque no es totalmente adecuado pues las bibliotecas no prestan sus servicios en domingo es pertinente en intensidad horaria y la continuidad del servicio pues sólo el 16% de las bibliotecas de la Red interrumpe su servicio hacia el medio día; adicionalmente el 58% de las mismas prestan servicios hasta las 7 p.m. entre semana lo que permite que personas que trabajan o estudian todo el día tengan un tiempo para acudir a la biblioteca.

Es de anotar que las bibliotecas priorizan la opinión de los usuarios ya que las sugerencias y quejas presentadas son atendidas de manera inmediata y solucionadas en la medida de lo posible, lo cual implica también un programa de resolución de inconvenientes adecuado y pertinente. Adicionalmente con regularidad mensual son reportadas las estadísticas de consulta bajo los criterios de servicio, salas infantiles y evento o actividad.

Existe un interés por el control tanto de la prestación de los servicios como de la dinámica misma de la biblioteca en cumplimiento de sus funciones, dicho control y medición se realiza a través de indicadores de gestión que se encuentran automatizados permitiendo una estandarización en la evaluación y la obtención de datos de manera ágil y conglomerada por la totalidad de la red o de manera discriminada.

El personal que labora en las bibliotecas es capacitado de manera continua a través de capacitaciones dictadas por el mismo Banco de la República,

adicionalmente son preparados en cursos y conferencias, lecturas y haciéndolos participes de las actividades llevas a cabo en la Feria del Libro que se desarrolla anualmente en Bogotá

✓ **Promoción.** A pesar que sus niveles de consulta son altos, las bibliotecas deben promocionar y divulgar sus servicios con la intención de atraer usuarios esporádicos y potenciales, para ello utilizan afiches, carteleras en las bibliotecas y volantes entre otros, sin embargo esto no es suficiente para cubrir gran parte de la población, pues estas estrategias de publicidad se limitan exclusivamente a aquellas personas que acudan a la biblioteca, para llegar a una mayor parte de la comunidad, algunas de las bibliotecas se proyectan a través de la televisión en canales regionales así como publicitan sus servicios en emisoras locales, prestan servicios de alerta vía e-mail y presentan charlas en instituciones educativas; a pesar de todo ello, gran parte de la comunidad no acude a la BP lo cual es muy preocupante por lo cual se determina que las estrategias de divulgación y promoción no han sido suficientes o no han sido desarrolladas correctamente.

Otro de los factores que proyecta la biblioteca hacia la comunidad, como fue enunciado anteriormente es la realización de exposiciones temporales y conciertos, eventos que atraen gran cantidad de personas, no ha sido determinado si se hace pero esta situación sería el marco perfecto para desarrollar simultáneamente estrategias de mercadeo de la información con el fin de generar la curiosidad y el interés en las personas de la comunidad con el fin que acudan a la BP.

A pesar que no representa un método de divulgación y promoción en todo el sentido de la palabra, también podrían ser aprovechados los espacios dados en el desarrollo de las cajas viajeras y los talleres de lectura que son realizados por las bibliotecas.

4.2.7. Sistema de información de mercados - SIM

Una de las principales herramientas que puede utilizar la Red del Banco para la recolección de información es el estudio de caracterización de usuarios realizado en 2005 donde pueden ser determinadas las necesidades mas inmediatas de la comunidad, pese a ello no existe un documento donde se registre un seguimiento a dicha caracterización o de las determinaciones que al respecto se vayan a tomar, es de anotar que si no se adelantan actividades que atiendan las características y necesidades de los usuarios el documento no está haciendo un papel eficiente en la administración de la Red pues no tiene relevancia ni utilidad alguna.

La Red tiene grandes ventajas en cuanto al control y seguimiento de las actividades y procesos llevados a cabo en las bibliotecas, de manera trimestral son presentados informes de gestión y evaluaciones que identifican si se esta cumpliendo con el programa y las proyecciones planteadas; sin

embargo la idea de todo este control debe verse reflejado en estrategias correctivas, con el fin que la información recopilada como resultado del control no se pierda sino que, por el contrario, sirva de instructivo para saber como desarrollar la planeación del año siguiente.

Otro medio de recolección de información para saber como se sienten los usuarios con relación a los servicios, materiales y en sí con la biblioteca es el buzón de sugerencias, el agravante es que al atenderlas de manera inmediata dicha información no es registrada de ninguna manera, perdiendo información valiosa a la hora de consolidar en toda la red las debilidades y fortalezas con que cuentan las bibliotecas, documento que hasta el momento no se ha desarrollado.

Hasta el momento puede afirmarse que las bibliotecas de la Red no cuentan con herramientas y fuentes de información representativas que contribuyan a la realización de un SIM sin embargo es de anotar que ésta Red cuenta con una institución que les puede proporcionar grandes cantidades de información e incluso directrices para la conformación del mismo y para la toma de decisiones, dicha institución no es otra que la Biblioteca Luís Ángel Arango quien no sólo es la biblioteca pública que encabeza la función cultural del Banco de la República sino que representa una de las mejores BP del mundo.

4.2.8. Tamaño del mercado

Es de resaltar la brecha existente entre los niveles de usuarios de las Redes analizadas en el presente diagnóstico, datos que indican de manera reiterativa que a pesar que el tamaño del mercado es el mismo para ambos casos, en las ciudades donde se encuentran las bibliotecas objeto de estudio se denota una afluencia mayor en las bibliotecas del Banco de la República, esto representa una ventaja competitiva dando por entendido también que la competencia en estos casos significa apoyo y complemento.

Sin embargo aunque los niveles de consulta sean más altos que en otras bibliotecas de la región, estos datos aun no son representativos con respecto a la totalidad de habitantes de la región ni el cubrimiento es adecuado con respecto al tamaño del mercado. Lo cual deja ver el desconocimiento por parte de la comunidad sobre la existencia y utilidad de las bibliotecas.

5. PERFIL DE LAS REDES DE BIBLIOTECAS NACIONALES

5.1. RED DE BIBLIOTECAS PUBLICAS PERTENECIENTES A CAJAS DE COMPENSACION

Los datos que vienen a continuación se refieren a promedios calculados con base en la totalidad de las respuestas dadas por la muestra encuestada.

A pesar de realizar funciones públicas, las bibliotecas objeto de estudio se encuentran adscritas y sujetas a características privadas debido a que las Cajas de compensación de las que dependen son, por si mismas entidades de carácter privado, esto sin llegar a ser un impedimento para la realización de sus funciones, representa una directriz administrativa que brinda una ventaja competitiva para éstas con respecto a cualquier otra biblioteca pública ante todo en cuestiones financieras. De otra parte, la administración de estas bibliotecas responde a las condiciones que dichas empresas imparten. Sin embargo no conducen a una gestión estandarizada pues aunque la figura de la Caja de Compensación tiene similitudes en cada uno de los departamentos de Colombia, cada una de ellas se encuentra ligada a políticas y administraciones independientes lo que impone a cada biblioteca objetivos y directrices diferentes.

Las BP de las cajas de compensación son bibliotecas cuyas colecciones oscilan entre 3000 y 10000 volúmenes disponibles para un rango de 51 a 200 usuarios diarios o 321 en promedio, cifras que son adecuadas entre si para la prestación de servicios bibliotecarios. Sin embargo por pertenecer a las Cajas de Compensación Familiar las bibliotecas se limitan a prestar servicios a un público reducido que, aunque no requiere se cliente de éstas para su consulta, no existe la conciencia de un cubrimiento regional representativo.

De otra parte estas bibliotecas cuentan con un promedio de 31 a 100 puestos de lectura disponibles para el estudio y esparcimiento de quienes acuden éstas a consultar información, a leer o para la realización de tareas. Adicionalmente las bibliotecas tienen a disposición de los usuarios cerca de 5 computadores para la realización de tareas, investigaciones en Internet o utilización de Multimedia.

Para la prestación del servicio las cajas de compensación contratan de 4 a 6 empleados de tiempo completo y a pesar que no sea común el concepto de

empleado de tiempo parcial algunas bibliotecas vinculan 1 o 2 personas en esta modalidad para cubrir la totalidad del horario que ofrecen al público.

En cuanto a la administración que se aplica a las bibliotecas es posible ver que a pesar que no se lleva una planeación estratégica juiciosa, un 83.35% de la muestra encuestada realiza evaluación de sus servicios y de las cuales una parte considerable lo hace mensualmente, cifra que muestra el interés por generar estrategias correctivas en cuanto a la prestación de los servicios.

El 72% de las bibliotecas encuestadas aseguraron tener asignado un presupuesto para operar, lo cual vislumbra el beneficio competitivo que representa para estas bibliotecas el pertenecer directamente a una entidad privada. Las personas que se encuentran a cargo de estas bibliotecas son profesionales lo que indica la capacidad administrativa y gerencial.

La gran mayoría de las BP pertenecientes de las Cajas de Compensación han desarrollado sus colecciones, creado infraestructura y generado sus servicios con presupuesto y apoyo de éstas pues no han recibido ayuda del Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas.

5.2. RED DE BIBLIOTECAS PUBLICAS DEL BANCO DE LA REPUBLICA

Las BP del Banco de la República, en primera instancia, son instituciones afectas a la actividad cultural estipulada de manera general en todo el país y planeada por el Banco; en segunda instancia es de anotar que por la trayectoria que ha tenido el concepto de BP en Colombia fueron los primeros entes culturales con dichas características en muchas de las regiones donde se encuentran pues fueron pioneras en la prestación de servicios bibliotecarios antes que la misma gobernación de algunos municipios.

Dichas bibliotecas cuentan con un promedio de 762 usuarios diarios, lo cual, aunque es bueno aun no representa un porcentaje adecuado dando por precedente que dichas bibliotecas se encuentran en ciudades cuya población es mucho mas amplia por lo que aun sigue considerándose que su cobertura no es buena ni mala dejándola en un término medio, adicionalmente es de anotar que el principal grupo de usuarios que consultan éstas bibliotecas continúan siendo los estudiantes de diferentes niveles siguiéndoles los tipos de usuario como: Amas de Casa, Ancianos y personas discapacitadas, denotando que los adultos en edad productiva o trabajadores no acuden a la Biblioteca de manera frecuente; de otra parte dichas bibliotecas cuentan con cerca de 20.000 volúmenes en sus colecciones para atender las necesidades de los usuarios. A pesar de encontrarse en un constante proceso de desarrollo de colecciones, aun no cubren gran parte de las necesidades de la

comunidad, adicionalmente es de anotar que no tienen la capacidad suficiente para cubrir dichas necesidades.

Estas BP se encuentran interesadas en conocer la comunidad para cubrir las particularidades que se presentan con los diferentes tipos de usuario, por tanto realizan estudios de usuarios, estadísticas de uso y demás herramientas que conduzcan al mejoramiento del servicio y al reconocimiento de las necesidades de la comunidad.

El horario de estas bibliotecas es accesible, en su mayoría realizan la apertura del servicio a las 9 a.m. y cierran hacia las 6 p.m. de otra parte es deducible que las BP no prestan sus servicios en Domingo.

El Espacio físico donde operan las BP del Banco de la República es bueno en su mayoría, el Banco designa espacios adecuados y las herramientas necesarias para la prestación de servicios bibliotecarios de manera efectiva y agradable, por ello también se denota la posible aceptación y complacencia por parte del usuario para permanecer, estudiar y consultar allí.

Referente a la administración las BP del Banco de la Republica cuentan con personal capacitado, la totalidad de las personas a cargo de las bibliotecas tienen capacitación profesional y se actualizan de manera continua a través de las diferentes herramientas que brinda el Banco por un lado y por iniciativa particular de cada una de estas personas en cuanto al manejo, administración y características particulares de una BP.

Una de las grandes ventajas de esta Red es el apoyo administrativo y financiero con que cuenta por parte del Banco de la Republica quien incluye dentro de su planeación el área cultural de todas las sucursales. Por tanto cuentan con un correcto plan de desarrollo de colecciones y el presupuesto para ser ejecutado.

Los tipos de servicios mas utilizados son Consulta en Sala, Préstamo a domicilio y cuentan con una asiduidad bastante buena en actividades culturales llevadas a cabo en las Bibliotecas como lo son conciertos y exposiciones temporales las cuales son planeadas para todo el año de manera irrevocable, fenómeno que denota una planeación acerca de las actividades eliminando los niveles de improvisación.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

6.1.1. Bibliotecas públicas Pertenecientes a Cajas de Compensación Familiar

Capacidad Administrativa

Las BPCCN en su generalidad no cuentan con el suficiente talento humano que supla las necesidades administrativas y funcionales de la misma.

El personal a cargo de las CCN cuenta con una permanencia adecuada, sin embargo es necesario analizar el perfil académico y profesional que estas personas poseen a saber si dicha continuidad representa una ventaja competitiva y favorece directamente los procesos llevados a cabo en las BP y la finalidad de las mismas.

A pesar de la actualización permanente del personal de las BP de las CCN se denota una incidencia en la asistencia a Cursos y Conferencias; sin ser demeritorio, éste método no asegura por completo la correcta capacitación de personas no instruidas en asuntos referentes a las BP y los servicios que debe prestar de otra parte no se denota una continuidad en dichas actividades.

La Red de BPCCN operan basados en los recursos que a bien deciden proporcionar las Cajas de Compensación, muy pocas han recibido recursos de otro tipo de presupuestos y planes del gobierno para BP en pro de fortalecer y establecer servicios o para desarrollo de colecciones.

☞ Planeación Estratégica

Las BPCCN operan bajo estrategias administrativas no planeadas mediante métodos apropiados para ello, dicho fenómeno resulta preocupante pues no existen documentos o directrices que rijan la labor bibliotecaria. Debido a esto tampoco han sido determinados claramente los objetivos y propuesta a seguir a corto, mediano y largo plazo, lo cual indica que el desarrollo de toda acción carece de fundamentos claros.

☞ Conocimiento del Entorno

De otra parte se denota de manera preocupante el desconocimiento del entorno, las bibliotecas desconocen los tipos de usuario y las necesidades que deben atender, de otra parte tampoco existe un conocimiento de “la

competencia” por tanto no es posible realizar un adecuado conocimiento del entorno.

Por pertenecer a entidades privadas, las BP de las CCN cuentan con directrices que aunque no se encuentran plenamente definidas responden a una estructura administrativa clara, adicionalmente cuentan con los recursos físicos, financieros y humanos.

☞ **Estrategias de Mercado**

Las BP pertenecientes a las CCN se esfuerzan por desarrollar actividades que conlleven a la diversificación de sus servicios. Adicionalmente, se denota un fenómeno de crecimiento de actividades orientadas a servicios basados en tecnologías de la información, así como la implementación de servicios bibliotecarios fuera del marco de la Biblioteca como son cajas, maletines y tulas viajeras; lo cual representa no solo una ventaja competitiva en contraprestación a las otras bibliotecas sino que también denota una buena diversificación y una ventaja para la comunidad.

Existe una gran inquietud e interés por desarrollar y prestar servicios que incluyan la implementación de recursos tecnológicos tales como Internet, Multimedia y enciclopedias en medios digitales.

Es de anotar que las BP no desarrollan a cabalidad estudios de comunidad que permitan evidenciar la cantidad de usuarios reales que no esta siendo cubierta por éstas y así desarrollar estrategias adecuadas para incrementar el número de usuarios potenciales, hacen falta estudios de comunidad que determinen las necesidades de información de la comunidad a la que atienden con el fin de prestar los servicios bibliotecarios adecuados para cubrir dichas necesidades.

Las BPCCN cuentan con el presupuesto para operar y desarrollar sus actividades tanto como para la prestación de los servicios, dicho presupuesto, asignado anualmente por las Cajas de compensación representa una ventaja competitiva para las Bibliotecas en contraprestación a BP de carácter municipal que posiblemente no cuentan con dicha asignación presupuestal.

No están siendo atendidos la cantidad de usuarios proporcional al tamaño de la comunidad, los niveles de usuarios son muy bajos aún, pero las BPCCN no cuentan con la infraestructura y recursos adecuados para la prestación de servicios a una mayor cantidad de usuarios. Dicha falencia también recaba en el desconocimiento que tiene la comunidad con respecto a la BP.

La comunidad no encuentra la BPCCN como una posibilidad muy viable para la satisfacción de sus necesidades de información, no acude a ella cuando las tiene y prefiere otras instancias.

La estructura física donde prestan los servicios bibliotecarios las BPCCN es adecuada con respecto a los promedios de usuarios que diariamente son atendidos, sin embargo no se especifica con claridad si pudieran atender una mayor cantidad de usuarios dado el caso que los promedios se incrementen gracias a la divulgación y promoción de la Biblioteca.

Se hace evidente un desconocimiento del entorno de las BPCCN, en primera medida éstas no realizan una caracterización de los usuarios que son atendidos ni de la totalidad de la comunidad que deberían atender y en segunda instancia a pesar de ser conscientes de la existencia de otras bibliotecas con características similares no tienen conocimiento de sus colecciones, servicios y los factores positivos o negativos que éstas poseen.

Existe un porcentaje conveniente de biblioteca que han diversificado sus servicios, de otra parte se denota el cubrimiento de las necesidades tecnológicas que presenta la comunidad con la implementación de salas de cómputo y la prestación de servicio de Internet, de igual manera se denota un fortalecimiento de programas de cajas, maletines y tulas viajeras; sin embargo, es necesario que dicha diversificación también incluya y fortalezca programas de animación a la lectura y demás actividades en pro del acopio de nuevos usuarios y permanencia de los usuarios reales de la biblioteca. Adicionalmente se hace evidente la necesidad de realizar ferias del libro con el fin de desarrollar colecciones y crear una cultura del libro más fuerte en la comunidad.

☞ **Penetración del Mercado**

De manera preocupante las BPCCN consideran adecuadas las estadísticas de uso que presentan sin ser consecuentes con la cantidad de habitantes de la población, por tanto no existe una buena penetración en el mercado, pues una parte muy pequeña de éste hace uso de los servicios de la biblioteca.

En general, es poca la cantidad de BP que prestan sus servicios en los diferentes municipios, lo que incurre en el escaso cubrimiento de las necesidades de la población, lo cual incurre en que las BPCCN no cuentan con muchas otras BP de cualquier otra naturaleza en las cuales apoyarse y trabajar en conjunto para cubrir una mayor parte de la comunidad; mas allá de esto, en aquellas poblaciones donde existen otras BP no existe comunicación entre unas y otras.

Existe un factor muy beneficioso tanto para la BPCCN como para la población y es la prestación de diversos servicios bibliotecarios lo cual incurre en el fortalecimiento de las relaciones con los usuarios reales; sin embargo, es necesario atraer muchos mas usuarios potenciales.

☞ **Cliente/Usuario**

La población desconoce el valor de la biblioteca y prefiere recurrir a otras instancias que posiblemente se encuentran más a su alcance que dirigirse a la BP en muchos casos porque ésta se encuentra alejada de su ubicación.

La BPCCN se encuentra actualmente atendiendo a usuarios que acuden a ella con fines académicos, es decir que los grupos mas representativos entre los usuarios de la BPCCN representan estudiantes de todas las edades y etapas académicas, es de anotar que éstos a pesar de ser importantes para la BP no representan el tipo de usuarios ideal que deben atender, pues una BP debe encontrarse enfocado a usuarios de tipo público a saber, amas de casa, ancianos, jóvenes y adultos que busquen el esparcimiento, edutenimiento y placer a través de la lectura y demás actividades presentadas por la biblioteca.

El hecho que los integrantes de la comunidad no vean en la BP un lugar donde encuentra muchos beneficios que no pueden ser superados por otras instancias denota una falencia en la prestación de los servicios, las colecciones dispuestas para consulta y demás actividades desarrolladas al interior de las bibliotecas y fuera de ella.

Plaza

A pesar de ser un dato aproximado, las BPCCN cuentan con la infraestructura física para operar, lo cual representa un beneficio y una ventaja competitiva con respecto a otras bibliotecas existentes en el municipio.

Las colecciones con que cuentan las BPCCN es buena en contraprestación al numero de usuarios diarios que son atendidos, lo cual a pesar de no implicar que cuentan con un producto superior pues deben ser evaluados otros aspectos que deben ser tomados en cuenta pero que si es sumado al ventajoso espacio físico con que cuentan y la cantidad de puestos de lectura es posible concluir que el producto ofrecido por las BPCCN es bueno, adicionalmente, mas allá del numero de volúmenes con que cuentan las colecciones se encuentran actualizadas y presentan contenidos pertinentes para las necesidades de información de la comunidad.

El horario que prestan las BPCCN no es adecuado pensando en la continuidad de la prestación de los servicios y si bien esto responde a la cultura organizacional que se presenta en la mayoría de municipios donde se cierra todo tipo de actividades hacia el mediodía, este tiempo podría ser aprovechado por las bibliotecas para el acopio de personas que pueden tomar justamente este receso para aprovechar los servicios de la biblioteca.

La evaluación de los servicios y la medición de los mismos se realiza de manera regular pero no periódica, lo cual impide un seguimiento de los

procesos llevados a cabo al interior de la biblioteca con respecto a la prestación de los servicios y demás actividades realizadas por la biblioteca. De otra parte no se están llevando a cabo indicadores de gestión que permitan evaluar los servicios y se denota un preocupante desconocimiento de dicho concepto.

Los funcionarios son capacitados permanentemente en aspectos relacionados con las BP lo cual denota un interés por parte de los administradores del servicio y de los funcionarios mismos en ser idóneos para los cargos que se encuentran ocupando.

☞ **Promoción**

Es latente la falta de estrategias de promoción de los servicios de información prestados por las bibliotecas lo cual incurre no sólo en la abstinencia de la comunidad para consultar la biblioteca sino la notable incidencia en el uso de los servicios básicos de la BP como son consulta en sala y préstamo a domicilio, dejando de lado muchos otros servicios bibliotecarios que pueden ser de mucha utilidad para la comunidad.

No está siendo aprovechada la información recibida a través de quejas y sugerencias de los usuarios, a pesar de proporcionar los medios para que los usuarios presenten sus inconformidades y opiniones dicha información no esta siendo procesada ni atendida por parte de la biblioteca.

Las BPCCN no están promocionando sus servicios fuera de ella de manera reiterativa y a través de medios fuertes, por tanto la promoción de servicios bibliotecarios en gran parte se encuentra enfocada a las personas que acuden a la biblioteca quienes posiblemente son usuarios reales con hábitos de consulta ya establecidos.

Se denota un interés y la realización de programas fuera de la biblioteca como parte de la diversificación de sus servicios tales como tulas, maletas y cajas viajeras permitiendo el acceso al material de la biblioteca por parte de sectores de la comunidad que no acuden a ella por diferentes motivos.

☞ **Sistema de Información de Mercados**

Las BPCCN no cuentan con un sistema de información de mercados debido a que no realizan estudios de caracterización de usuarios, no llevan de manera juiciosa las estadísticas por tanto carecen de mucha información que puede ser obtenida a través de los niveles de consulta y por último no registran ni atienden de manera eficiente la información obtenida a través de las quejas y sugerencias; a pesar de que éste fenómeno no se presenta en la totalidad de la bibliotecas encuestadas si representa una mayoría preocupante, la información con la que trabajan es poca y no se sustenta en estudios y análisis adecuados por tanto muchos de los procesos llevados a

cabo se basan posiblemente en la observación y en los fenómenos presentados de manera cotidiana en la prestación de los servicios.

Las bibliotecas objeto de estudio no tienen un cubrimiento adecuado del mercado, dato que es sopesado por los promedios de usuarios diarios que son atendidos en contraprestación a la totalidad de las comunidades que estas deberían atender.

6.1.2. Bibliotecas Públicas del Banco de la República

☞ Capacidad Administrativa

Las bibliotecas publicas del Banco de la República (BPBR) cuentan con la capacidad administrativa y la infraestructura organizacional adecuada para la prestación de servicios; sin embargo carece de documentación que soporte las dificultades que particularmente se presentan en cada una de ellas lo cual permite que el Banco de la República proporcione recursos físicos, tecnológicos y financieros sin mayor soporte teórico lo cual puede incurrir en el cubrimiento de necesidades poco prioritarias dejando de lado posibles requerimientos latentes de cada una de ellas.

Existe pleno conocimiento en cuanto a que las BPBR no son suficientes para cubrir la totalidad de la comunidad y consideran que aun deben desarrollarse muchas actividades para ello, sin embargo éstas bibliotecas operan de manera aislada a otras instituciones de características similares que prestan servicios bibliotecarios de tipo público.

☞ Planeación Estratégica

Las BPBR cuentan con una administración centralizada, adicional a ello las personas a cargo de la Red como tal llevan años de experiencia en dicha función lo que implica que tienen conocimiento de los procesos que se deben tener en cuenta y una amplia experiencia en el manejo de la Red.

Las actividades que son llevadas a cabo en las BPBR son planeadas anualmente, lo cual demuestra una amplia capacidad de planeación, sin embargo dicha programación no es modificada a lo largo del año.

Los documentos que han sido desarrollados para la identificación de dificultades para operar no son muy recientes, es de anotar que tanto las debilidades de las bibliotecas como las necesidades específicas de los usuarios tienden a cambiar y a variar de una año a otro por tanto se puede concluir que no existen documentos actualizados que identifiquen tanto las necesidades y características de la comunidad como la situación actual de las diferentes de las bibliotecas que componen la Red del Banco de la Republica.

Las BPBR cuentan con una administración concienzuda y adecuada, sin embargo no tienen definidos los objetivos a los cuales deben encaminar sus actividades.

Las BPBR se encuentran en ventaja financiera pues sus presupuestos y planes son soportados por el Banco de la República directamente y también a través de la Biblioteca Luis Ángel Arango quien destina los recursos del Banco y administra el desarrollo de colecciones y la administración interna que rige a la Red.

☞ **Estrategias de Mercadeo**

Al igual que as BPCCN la Red de BPBR tiene una falencia en cuanto a los horarios en que prestan sus servicios.

No hay documentos que registren las quejas y sugerencias que la comunidad expresa frente a la prestación de los servicios bibliotecarios en las BPBR, sin embargo dichas quejas son atendidas de manera inmediata.

Aunque las BPBR cuentan con una prestación de servicios coherente y adecuada, no hay diversificación de los servicios pues éstos fueron diseñados e implementados una vez y no se han pensado nuevos servicios ni el mejoramiento de los existentes; esto debido a que se considera que los servicios y productos que son proporcionados a los usuarios se encuentran bien estructurados y no son necesarios otros mas.

Las BPBR han querido alcanzar una mayor parte de usuarios a través de programas de cajas y tulas viajeras con lo cual han alcanzado una penetración en el mercado.

Las BPBR cuentan con tipos de usuario mas acordes al concepto de Biblioteca pública y aunque su prioridad uno siguen siendo los estudiantes también existen grandes porcentajes de usuarios correspondientes a tipos como amas de casa, Ancianos, jóvenes y adultos en general con propósitos no académicos.

En comparación con otras bibliotecas de las mismas ciudades es claro que las BP del Banco de la República se encuentran mas presentes en la mente de la comunidad y definitivamente son BP muy concurridas en cada región.

Las BPBR, al igual que las BPCCN se encuentran muy bien en cuanto a plaza debido a que las instalaciones físicas en las cuales operan son proporcionadas por el Banco de la Republica en muy buenos edificios en cada municipio. Es de anotar que dicha situación para ambas redes representa una ventaja pues presentan espacios acogedores que permitirán

que los usuarios se encuentren más a gusto dentro de ellas y prefieran consultarlas.

Las colecciones con que cuenta la Red del Banco de la República son muy buenas sin embargo toda BP debe estar en constante actualización y desarrollo de las colecciones, mas aun si pretende aumentar los niveles de consulta y las estadísticas de usuarios.

LAS BPBR se encuentran muy adelantadas en cuanto a la medición y evaluación de la prestación de los servicios, a través de estadísticas, indicadores de gestión y demás herramientas que permiten controlar y evaluar la dinámica de las bibliotecas.

El personal que labora en las BPBR se encuentra capacitado, quienes administran cada una de las instancias tienen perfiles profesionales muy bien estructurados y los funcionarios se encuentran en un constante proceso de capacitación en temas relacionados con las BP.

La Red del Banco de la Republicas se encuentra bien posicionada frente a la comunidad en comparación a otras bibliotecas publicas de las regiones en las que se encuentran sin embargo es latente la falta de promoción y divulgación de los servicios lo cual es sustentado por el aun bajo nivel de consulta y promedios de usuarios en contraprestación a la totalidad de la comunidad.

Las BPBR se basan para el desarrollo de sus servicios en un documento actualizado (2005), del cual se basa el sistema de información de mercados, adicionalmente este sistema es apoyado con las estadísticas mensuales y el buzón de sugerencias, sin embargo esta documentación no es suficiente para realizar un correcto SIM el cual es base de la creación, modificación y optimización de los servicios identificando las necesidades de la comunidad y las características de la biblioteca.

6.2. RECOMENDACIONES

Las BP deberán evaluar su planta de personal, analizando criterios que permitan medir cuanto personal es requerido para suplir las necesidades de la comunidad y realizar su vinculación.

El talento humano a contratar debe ser personal capacitado con conocimientos y nociones en el área de bibliotecología y las ciencias de la información.

Es necesario innovar y experimentar nuevos métodos de actualización de personal con el fin de capacitar la totalidad de las personas que laboran en

las BP y hacer que esta actualización se realice de manera frecuente y en la medida de lo posible periódica.

Es necesario que las CCN establezcan convenios y contacto con el Ministerio de Cultura y mas específicamente con el PNLB a fin de realizar alianzas estratégicas, si bien es posible que aun no se hayan establecido convenios es pertinente un interés más puntual por parte de las Cajas de Compensación.

Las BP pertenecientes a las CCN deben desarrollar procesos y herramientas de planeación estratégica con el fin de estipular y convenir parámetros tanto como fijar metas a cumplir. Adicionalmente es necesario que sean identificadas las características de la comunidad a la que sirven tanto como desarrollar planes de acopio de usuarios reales así como las diferentes variables que representan debilidades y fortalezas de la biblioteca en pro de un reconocimiento interno para mejorar o corregir dichas variables.

Si bien la Red de Bibliotecas Publicas de las Cajas de Compensación ha sido conformada y es regulada por Asocajas, se denota una desagregación de la misma, no es visible una colaboración entre las bibliotecas pertenecientes a la Red ni directrices que rijan la totalidad de las mismas, por tanto es necesario que exista una correcta planeación estratégica para cada una de las BPCCN y también directrices que rijan la Red como tal.

De otra parte se requiere que las BP de las CCN realicen estudios de reconocimiento del entorno a saber estudios de usuarios así como vinculación y evaluación concienzuda de las características que poseen otras entidades que presten servicios bibliotecarios en su municipio.

A pesar de contar con un presupuesto asignado, se hace evidente que las BPCCN deberán definir claramente los rubros que serán asignados para las diferentes actividades de la biblioteca y dar prioridad a aquellas en las que se encuentren más débiles tales como desarrollo de colecciones y contratación de personal para la prestación del servicio.

Es necesario fortalecer las colecciones, implementar nuevos servicios y atraer mediante la promoción y el mercadeo de los servicios un mayor numero de usuarios y cubrir de mejor manera las necesidades de información que la comunidad presenta; adicionalmente es necesario iniciar campañas de reconocimiento y valoración de la Biblioteca con el fin de que la comunidad entienda la importancia de la Biblioteca y la facilidad de satisfacer sus necesidades de información acudiendo a ella.

La biblioteca deberá desarrollar por si misma la divulgación necesaria para crear conciencia y cultura investigativa y recreativa que proporciona la prestación de servicios bibliotecarios y cambiar la imagen errada que gran parte de la comunidad tiene con respecto a la Biblioteca.

Una vez realizada la divulgación de los servicios y sean incrementados los niveles de consulta es necesario realizar un estudio del espacio físico y generar los requerimientos necesarios de adecuaciones físicas, sin embargo es de anotar que mientras continúen siendo bajos los niveles, la infraestructura física de las bibliotecas es adecuada.

Las BPCCN deberán realizar estudios de usuarios que identifiquen el tamaño de su comunidad y las necesidades que éstas presentan al igual que un reconocimiento de las otras bibliotecas ubicadas en sus municipios a fin de saber de que manera pueden ser complementados los servicios que éstas prestan y cubrir de mejor manera la comunidad a la que atienden.

Deben ser tomadas decisiones así como desarrollar programas y proyectos de diversificación de los servicios y productos de la Biblioteca con varios propósitos, el primero la propia diversificación con el fin de ampliar la prestación de servicios bibliotecarios y mejorar la imagen de la biblioteca frente a la comunidad, lo que conlleva al segundo propósito que consiste en el cubrimiento de una mayor parte de la comunidad atrayendo usuarios nuevos y fortaleciendo las relaciones con los usuarios reales.

Las BPCCN deben realizar alianzas estratégicas y crear grupos de acción con las otras bibliotecas en la región a fin de conseguir de manera conjunta patrocinadores y apoyo económico del gobierno para realizar ferias del libro y cualquier otro tipo de actividades en pro de la comunidad y de ellas mismas.

Debe realizarse estudios de población con el fin de evidenciar la diferencia entre los usuarios que son atendidos y la totalidad que comprende la población, por tanto es necesario realizar también campañas de divulgación de los servicios y cualquier otro tipo de actividad en pro del acopio de una mayor cantidad de usuarios, logrando de esta manera una mejor penetración en el mercado.

A pesar de las falencias que puedan presentar las BP es necesario realizar alianzas estratégicas y planeación de actividades conjuntas que permitan independiente de quien dependan, las bibliotecas puedan trabajar en pro del cubrimiento de una mayor parte de la población y el apoyo mutuo.

De manera prioritaria las BPCCN deben realizar actividades de divulgación y promoción, se hace evidente la necesidad de adelantar estas y toda herramienta de mercadeo de la información que permita generar conciencia por parte de la comunidad de las posibilidades y soluciones que le ofrece la BP y el uso asiduo de los servicios que éstas prestan a la comunidad, lo cual se logra desde la aceptación al interior de las bibliotecas de la necesidad de dichas herramientas y la optimización de los recursos a través del acopio de un mayor número de usuarios. Dichas herramientas de mercadeo deben encontrarse enfocadas hacia un público más diverso y heterogéneo con el fin de atraer a los tipos de usuario propios de las BP.

Parte de un plan de mercadeo de la información también implica el mejoramiento y optimización del producto que se ofrece al cliente, para el caso de las BP dicho producto se traduce en servicios bibliotecarios, colecciones y demás actividades que son ofrecidos a la comunidad y a los usuarios; actividades que deberán ser la prioridad al iniciar cualquier tipo de acción en pro del acopio y cubrimiento de la comunidad. Adicionalmente deberán ser desarrollados convenios interinstitucionales que momentáneamente pueden ayudar a cubrir un poco las falencias que pueden presentarse actualmente.

Las BPCCN deberán desarrollar actividades para aprovechar la infraestructura física con que cuentan a fin de optimizar la prestación de los servicios y mejorar los aspectos de plaza con que cuenta.

A pesar de contar con colecciones y espacio físico adecuados para la prestación de servicios bibliotecarios a los usuario con que cuenta actualmente, una vez se de inicio al programa de mercadeo de la información y dichos niveles aumenten empezarán a quedarse cortos, por tanto se recomienda adelantar un plan de desarrollo de colecciones y mejoramiento del espacio físico paralelo, previendo el incremento considerable de los niveles de usuarios que se denotará con la implementación de las herramientas de mercadeo de la información.

Parte de la optimización del servicio también implica ampliar los horarios y tratar de cubrir la mayor parte del tiempo de los usuarios que sea posible, por tanto se recomienda implementar turnos que permitan reducir el tiempo en que la biblioteca se encuentra cerrada durante el día.

Las estadísticas y toda acción que conlleve a la evaluación de los procesos deben ser estipuladas e institucionalizadas para que sean realizadas de manera periódica o continua, esto permitirá tener pleno conocimiento y control sobre los mismos, adicionalmente permite identificar de manera ágil y casi inmediata las falencias que se puedan estar presentando; lo cual facilitará desarrollar los correctivos necesarios antes que se pierdan usuarios potenciales y reales en el proceso. De no tener conocimiento al respecto también se sugiere capacitar a los administradores del servicio en cuanto a estadísticas de uso, colecciones y creación de indicadores de gestión para desarrollar dicha evaluación.

Deben continuar capacitando al personal de la biblioteca pues de dicha formación depende que toda acción desarrollada e implementada en la biblioteca tenga éxito y se lleve de la mejor manera.

Es imposible hacer que los usuarios utilicen los servicios bibliotecarios si no tienen conocimiento de ellos, la principal falencia de las BPCCN es la falta de promoción de éstos, se hace necesario desarrollar programas de promoción

y divulgación de los servicios con el fin que estos sean aprovechados por una mayor parte de la comunidad y mas allá de esto por los usuarios reales de la biblioteca.

Parte del mejoramiento continuo de la biblioteca infiere en gran medida a la atención de las quejas y sugerencias que los usuarios expresan; es inminente la obligación y compromiso que deben asumir las BPCCN en atender dichas solicitudes, generar los correctivos e implementar toda acción que sea necesaria para la optimización de la prestación de servicios bibliotecarios. Adicional a la respuesta inmediata que deben recibir estas quejas y sugerencias; este concepto representa un medio que debe ser aprovechado por la biblioteca para generar una comunicación directa con sus usuarios, por tanto también se sugiere normalizar éste proceso solicitando datos del usuario para un posterior seguimiento de la resolución de dichas inquietudes y de ser posible generar un correo electrónico que fortalezca dicha comunicación.

El tema de la promoción debe ser realizada tanto al interior de la biblioteca como fuera de ella pues si se pretende un cubrimiento mas amplio de la comunidad, la biblioteca debe utilizar herramientas de promoción externas y contundentes que inquieten a todo integrante de la comunidad que posiblemente no tiene conocimiento de su existencia o simplemente no se ha visto atraído a consultarla.

Deben continuarse realizando y fortalecer de la mejor manera los programas de tulas, maletas y cajas viajeras así como desarrollar todo tipo de actividades y programas que extrapolen la biblioteca a otras instancias.

Es necesario de manera urgente, que las BPCCN incluyan en sus procesos la recopilación de información soportada en documentos y estudios de comunidad que conlleven a la identificación apropiada de los problemas y fenómenos que se presentan en la biblioteca, la generación de un sistema de información de mercados y su correcto seguimiento permitirá a futuro una mejor administración y planeamiento de las bibliotecas.

Se hace indiscutible la necesidad de implementar herramientas de mercadeo de la información que, en primera instancia permitan el mejoramiento de la biblioteca y los procesos y servicios que éstas prestan y en segunda medida optimicen el cubrimiento de la comunidad y sus requerimientos de información, dando por sentado que en muchos casos las bibliotecas de las Cajas de compensación son la única instancia de BP en los municipios en los que se encuentran y tienen un compromiso social y público con comunidades muy amplias y diversas.

Las BPBR deberán generar de manera independiente, documentos que soporten las dificultades y particularidades que éstas presentan en la prestación de los servicios con el fin de identificar las necesidades más

latentes de cada una de ellas. El Banco de la República deberá discriminar de mejor manera las falencias de cada una de ellas individualmente evitando generalizar los recursos y disposiciones presupuestales, y basarse en documentos reportados en cada una de las instancias.

Una vez más se hace latente la necesidad de realizar alianzas estratégicas con otras BP en el municipio con el fin de realizar actividades conjuntas que permitan un mayor cubrimiento de la población.

A pesar de que es una ventaja competitiva buena el hecho de tener planeadas las actividades que se van a realizar durante el año, es necesario que las BPBR se encuentren abiertas a modificaciones, pues las necesidades de la comunidad pueden variar de un momento a otro y resulta desventajoso el hecho de no poder atenderlas o cambiarlas hasta el año siguiente.

Se hace indiscutible la necesidad de realizar estudios de usuarios, caracterización de la comunidad e identificar tanto las ventajas como las debilidades de las bibliotecas a fin de basar en documentos y estudios juiciosos las actividades y programas que van a ser realizados como solución y apoyo a dichas características previamente identificadas.

Es necesario que la Red como tal defina objetivos generales para cada una de las BPBR al igual que al interior de cada una de ellas y con base en las características de las bibliotecas y la comunidad a la que atienden determinen particularmente objetivos congruentes con los generales de la Red y que satisfagan las diferentes especialidades que se dan en cada una de las bibliotecas.

Se recomienda al igual que para las BPCCN aprovechar el tiempo de receso que tienen los municipios para acoger a las personas de la comunidad hacia la Biblioteca por tanto se recomienda prestar los servicios en jornada continua y utilizar el concepto de turnos y empleados de tiempo parcial.

A pesar de ser muy conveniente el atender directa e inmediatamente las inquietudes de los usuarios, es de vital importancia que las bibliotecas registren dichas solicitudes, quejas y sugerencias con el fin de también llevar un seguimiento de los errores en los que se está incurriendo por un lado y de las modificaciones que en pro de ello se vienen adelantando.

Aun cuando los servicios prestados sean de calidad y haya sido implementados de manera efectiva, toda biblioteca debe desarrollar procesos de diversificación de productos y servicios para atraer nuevos usuarios, de igual manera es necesario que exista una conciencia que algunas de las bondades prestadas por las bibliotecas requieran modificaciones o ser eliminados para dar pie a nuevos servicios.

Aun siguen siendo prioritarios en las BPBR los estudiantes y los usuarios que acuden a ella con propósitos académicos, sin desmeritar dicha prioridad es necesario adelantar programas de divulgación y promoción de la biblioteca para que los tipos de usuario públicos encuentren en la Biblioteca un lugar apropiado para la diversión, esparcimiento y la cultura.

El Banco de la Republica deberá continuar apoyando económica y administrativa mente la Rede de bibliotecas, pues aun cuando se encuentran muy bien estructuradas en muchos aspectos, deberán continuar mejorando y ampliado los espacios físicos y actualizando y fortaleciendo sus colecciones para lo cual es necesario un presupuesto firme y amplio, pues de ello dependerá también que sean implementadas herramientas de la información y su éxito para el mejor cubrimiento de las comunidades a las que atienden.

Deben continuar apoyando los procesos de capacitación de los funcionarios de las BPBR, adicionalmente el Banco de la República deberá ser muy selectivo y realizar estudio de perfiles a fin de asegurar que las personas que prestan los servicios bibliotecarios son idóneas para tal fin.

Deben ser desarrollados procesos de promoción y divulgación de los servicios y productos que son prestados por las bibliotecas es latente la necesidad de desarrollar planes de mercadeo de la información con el fin de acopiar un mayor numero de usuarios e incrementar los niveles de consulta, lo que se traduce en un mayor cubrimiento de las necesidades de información de la comunidad.

Las BPBR deberán de manera estructurada, periódica y comprometida, generar los documentos que apoye un correcto SIM, identificando características y fenómenos de la comunidad, la biblioteca y alimentándose de cuanta información sea generada o producida tanto por otras bibliotecas como por diferentes canales de comunicación que competa a la correcta dinámica de los procesos bibliotecarios, su soporte teórico y documental.

Es necesario aumentar los niveles de consulta y los promedios de usuarios diarios que consultan las bibliotecas de la Red a través de un plan adecuado de mercadeo de la información y la correcta aplicación de sus herramientas.

CONCLUSIONES ACERCA DEL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Hablar de Mercadeo de la información es tratar la totalidad de los tópicos administrativos relevantes para la prestación de servicios bibliotecarios y cualquier otro servicio de información, el presente trabajo de investigación se ha constituido en un enriquecimiento y crecimiento profesional y académico.

Un gran aporte para la vida profesional como bibliotecóloga y como investigadora, pues la rigurosidad de los procesos y la dinámica que se llevó a cabo permitió profundizar en metodología de la investigación en ciencias sociales, conceptos de mercadeo, planeación estratégica y la aplicación de todo un modelo teórico a la realidad de las bibliotecas publicas en Colombia.

Aun existe mucho por hacer, las Bibliotecas Públicas en Colombia van por un buen camino, pero considero que es el momento preciso para fortalecer los procesos y crecer en todo aspecto de manera paralela a esta bonanza bibliotecológica que se esta viviendo en el país.

Lamentablemente en el curso de la investigación se evidenció de manera latente el desinterés que existe en el ámbito bibliotecológico por el desarrollo de investigaciones aun cuando este tipo de trabajos constituyen un aporte para la labor bibliotecaria y una mejora notable en la prestación de los servicios y la administración de las unidades de información, dicho desinterés se vio crudamente reflejado en la aplicación de las encuestas, en la recopilación de los datos de identificación y en general en la búsqueda de datos relevantes para la investigación.

BIBLIOGRAFIA

BAGOZZI, Richard. Marketing as exchange. En: Journal o Marketing. Vol.39, 1975. Citado Por: **PARAMO MORALES**, Dagoberto. Marketing: Su esencia conceptual. Bogotá: Ediciones Uninorte, 2004.

BANCO DE LA REPUBLICA. [Informe, 1989].

_____. Bibliotecas y áreas Culturales [en Línea] disponible en: <<http://www.lablaa.org/biblioareasculturales.htm>> (consulta: Marzo 2006).

_____. La Historia del Banco de la República. [en Línea] disponible en: <<http://www.banrep.gov.co/banco/historia-banco-sept.pdf>> (consulta: Marzo 2006).

_____. Recuento Histórico de la Blaa. [en Línea] disponible en: <<http://www.banrep.gov.co/blaa/infogene/histor.htm>> (consulta: 24 Marzo 2005).

BARRERA RESTREPO, Efrén. Mercadeo de servicios de información. Bogotá: COLCIENCIAS, 1998.

CAICEDO Y MARDONES. Principales tipos de investigación. [en línea] disponible en <<http://www.profesiones.cl/papers/TiposDeInvestigacion.htm>> (Consulta: Octubre, 2005).

CONFERENCIA REGIONAL EUROPEA (1999: Copenhague, Dinamarca). Algo para todos: Las bibliotecas públicas y la sociedad de la información. [en línea] disponible en: <http://travesia.mcu.es/documentos/Copenhague.pdf> (Consulta: Octubre, 2005).

ENTREVISTA con Pilar Falla, Coordinadora de Sucursales de la Biblioteca Luis Ángel Arango. Bogotá, 6 de Marzo de 2006.

ENTREVISTA con Rafael Torres, Subdirector Administrativo de la Biblioteca Luis Ángel Arango. Bogotá. 6 de Marzo de 2006.

GIAPPICONI, Thierry. El Marketing. En: KLAASSEN, Ute; WIERSNA, Chris y GIAPPICONNI, Thierry. Gestión de la calidad y Marketing en las bibliotecas publicas. Barcelona: Fundación Bertelsman, 1999.

GOODSTEIN, Leonard, [et. al.]. Planeación estratégica aplicada. Bogotá: McGraw Hill, 2000

GRANDE ESTEBAN, Idelfonso. Marketing de los servicios. Madrid: Esic, 2000. 3ª Ed.

HENAO, Martha Luz. Cajas de Compensación Familiar: informe revisado de la consultaría par ala focalización, cobertura y efectividad de la red de protección social de Colombia. Bogotá: 2001 [en línea] <www.fedesarrollo.com> , (consulta: 20 febrero, 2005).

JANY, José Nicolás. Gerencia comercial: un enfoque operativo. Bogotá: Fondo Educativo Panamericano, 2005.

JARAMILLO, Orlanda. Et al. La Biblioteca pública: una mirada desde su génesis y desarrollo. Medellín: Universidad de Antioquia, 2005.

KINNEAR, Tomas; **TAYLOR**, James. Investigación de mercados: un enfoque aplicado. Bogotá: McGraw Hill, 2002.

KOTLER, Philip ; **ARMSTRONG**, Gary. Fundamentos de Marketing. México: Pearson Education, 2003.

LAMB, Charles; **HAIR**, Joseph y **McDANIEL**, Carl, Marketing. 4a. ed. Mexico: Thomson, 1998.

LAMBIN, Jean-Jacques. Marketing estratégico. 3ª ed. Madrid: McGraw Hill, 1997.

LAMBIN, Jean-Jaques. La recherche marketing: Analyser, mesurer, prévoir. París: McGraw Hill, 1990. Citado por: **PARAMO MORALES**, Dagoberto. Marketing: Su esencia conceptual. Barranquilla: Ediciones Uninorte, 2004.

LEAL JIMÉNEZ, Antonio. Gestión del Marketing Social. Madrid: McGraw Hill, 2000.

LUTHER, William M. El plan de mercadeo. Bogotá: Norma, 2003.

MUÑIZ GONZALEZ, Rafael. Marketing en el Siglo XXI. [libro en línea] disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/> (Consulta: Enero, 2006).

OLIGASTRI, Enrique. Manual de Planeación estratégica. Bogotá: Tercer mundo, 2000.

PARAMO MORALES, Dagoberto. Marketing: Su esencia conceptual. Bogotá: Ediciones Uninorte, 2004.

RICOVERI, Vladimir. Ricoveri M@rqueting: publicidad y mercadeo [en línea] disponible en: <http://ricoveri.tripod.com.ve/ricoverimarketing2.html>. (consulta: Octubre 2004).

RODRIGUEZ SANTA MARIA, Gloria María. Conceptos de mercadotecnia aplicados a las bibliotecas públicas. En: Revista Interamericana de Bibliotecología vol.14 N.1 (Ene-Jun, 1991).

RODRIGUEZ VALENCIA, Joaquín. Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. Bogotá: Thomson learning, 2001.

SALINAS, Oscar. La Servucción : es mejor servir que... [En línea] disponible en : <<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%201/servuccin.htm>> (Consulta: Septiembre, 2005).

SCHNARCH KIRBERG, Alejandro. Desarrollo de nuevos productos. 4ª ed. Bogotá: Mc Graw Hill, 2005. 458 p.

IFLA/UNESCO. Servicio de bibliotecas públicas: Directrices para el desarrollo. Bogotá: Fundalectura. 2002.

STANTON, William; **ETZEL**, Michael y **WALKER**, Bruce J.. Fundamentos de Marketing. 13ª ed. México: McGraw Hill, 2004.

UNESCO "Manifiesto para las bibliotecas públicas". 2002. [en línea] <www.ifla.org/VII/s11/pubs/mani-s.html> (consulta: 11 octubre, 2004).

ZEITHAML, Valerie A. y **BITNER**, Mary Jo. Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa. 2ª ed. México: McGraw Hill, 2000.

**ANEXO A
ENCUESTA
BIBLIOTECAS DE CAJAS DE COMPENSACIÓN**

La presente encuesta pretende establecer la situación actual de las bibliotecas objeto de estudio y su principal objetivo es netamente académico hace parte de una investigación de la Universidad de la Salle.

Por esta razón la información que usted registre solo se utilizará para estos fines.

Por favor, registre la información que le es solicitada de la manera más exacta y real la de acuerdo con las características de su biblioteca.

Agradezco de antemano su colaboración,

Identificación de la biblioteca

Biblioteca de la Caja de Compensación _____

Por favor marque con una equis (x) el rango al cual se ajusta su biblioteca

2. ¿Cuál es el promedio de usuarios diarios que usted atiende en su biblioteca?

1 – 10	<input type="checkbox"/>
11 – 20	<input type="checkbox"/>
21 – 50	<input type="checkbox"/>

51 – 100	<input type="checkbox"/>
101 - 200	<input type="checkbox"/>
201 - 300	<input type="checkbox"/>

301 – 500	<input type="checkbox"/>
500 – 1000	<input type="checkbox"/>
+ 1000	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cuál es aproximadamente la cantidad materiales bibliográficos que usted posee en la biblioteca (contando libros, videos, CDs,)?

- 500	<input type="checkbox"/>
500 - 1000	<input type="checkbox"/>
1001 - 3000	<input type="checkbox"/>

3001 - 5000	<input type="checkbox"/>
5001 - 10000	<input type="checkbox"/>
10001 - 30000	<input type="checkbox"/>

30001 - 50000	<input type="checkbox"/>
50001 - 100000	<input type="checkbox"/>
+ 100000	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuál es el número de puestos de lectura dentro de la Biblioteca?

1 - 10	
11 - 30	
31 - 60	

61 - 100	
101 - 200	
201 - 500	

5. ¿Cuál es el número de computadores que tiene la biblioteca para su servicio? _____

6. ¿Cuál es el horario de la Biblioteca? (Colocar el horario de apertura y cierre)

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

7. ¿Jornada continua?

SI _____

NO _____

8. ¿Qué servicios presta la biblioteca y cuales de ellos tiene costo para los usuarios?

Afiliación a la biblioteca	
Consulta en sala	
Hemeroteca	
Préstamo a domicilio	
Reprografía	
Sala Infantil	

Clubes de lectura	
Cajas viajeras	
Hora del cuento	
Internet y multimedia	
Proyección de películas	
Talleres artísticos o literarios	

¿Otros?, Cuales: _____

9. ¿Cuántos empleados laboran en la biblioteca? registrar la cantidad dentro del cuadro.

Tiempo Completo	
Tiempo parcial (por horas, practicantes, etc.)	

ENTORNO / USUARIO

10. Existe algún estudio reciente en la biblioteca sobre características de los usuarios (edades, sexo, origen, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo, etc.)? Si ___No___
En que año se hizo? _____

11. Por favor ordene de mayor a menor los usuarios que usan con mayor frecuencia la biblioteca: niños, amas de casa, ancianos, escolares (estudiantes de básica primaria), estudiantes de secundaria, estudiantes universitarios, adultos estudiantes, adultos trabajadores y otros.

1.		4.		7.	
2.		5.		8.	
3.		6.		9.	

12. Refiriéndose solo a los dos grupos que usan con mayor frecuencia la biblioteca, ¿Cuál es la hora en que disponen de más tiempo, para recreación, lectura, deportes, ocio, etc.?

Jornada	a.m.	p.m.	Noche
Lunes			
Martes			
Miércoles			
Jueves			
Viernes			
Sábado			
Domingo			
No se sabe			

13. Refiriéndose a los dos grupos de usuarios que usan con menos frecuencia la biblioteca, (los que ubico en las posiciones 7, 8, y 9 en la pregunta No.10) ¿Cuál es la hora en que disponen de más tiempo para

recreación, deportes, lectura y ocio?

Jornada	a.m.	p.m.	Noche
Lunes			
Martes			
Miércoles			
Jueves			
Viernes			
Sábado			
Domingo			
No se sabe			

14. Considera usted que la regularidad y la cantidad de personas que asisten a su biblioteca es la adecuada teniendo en cuenta el tamaño total de su comunidad?

SI _____

NO _____

Si su respuesta a la pregunta No.13 fue positiva (SI), por favor pase directamente a la pregunta No.16, de lo contrario continúe con la pregunta No. 14

15. ¿Por que considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con mas regularidad?. Por favor marque máximo 4 posibilidades (las que usted considere de más usuales)

No tienen tiempo	
No les interesa	
No saben el valor de la biblioteca	
Prefieren otras actividades	
Dificultades para ir, muy lejos	
La biblioteca no tiene con que responder a sus necesidades e intereses	

Horario de la biblioteca poco flexibles	
Mal servicio en la biblioteca	
No saben que existe la biblioteca	
La Biblioteca se encuentra muy lejos de su casa o lugar de trabajo	
Se limitan a los textos y no amplían sus posibilidades	

16. Existe algún documento o registro en el cuál se hayan concretado o definido, los siguientes aspectos de la biblioteca?

	SI	NO	Año aproximado
Misión y visión de la Biblioteca			
Debilidades y fortalezas			
Tipos de usuarios que son atendidos			
Estrategias para mejorar los servicios			
Necesidades a satisfacer			
Características del Municipio			
Dificultades de la Biblioteca para operar			

17. ¿Existe otra biblioteca pública o escolar cerca de esta, que contribuya de alguna manera a satisfacer las necesidades de consulta, recreación o lectura de la comunidad? Si ___ No___ Cuantas? _____

—

18. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, que aspectos positivos y negativos destaca usted de esa(s) biblioteca(s)?

Aspectos Positivos:

Aspectos Negativos:

19. PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS

¿Tiene definido la Biblioteca que actividades y proyectos se realizaran este año?

¿Se encuentra registrada esta información en un documento?

¿Tiene la biblioteca definidos recursos financieros para operar?

¿Tiene definidos los objetivos que pretende alcanzar el presente año?

¿Conocen los jefes o autoridad respectiva los planes de la biblioteca para el presente año?

¿Conocen los jefes o autoridad superior, las debilidades y necesidades de la Biblioteca?

¿Cuenta con recursos humanos y financieros para desarrollar los planes para este año?

SI	NO

20. Si respondió positivamente alguna de las preguntas planteadas en el numeral 18, por favor precise los 3 proyectos/objetivos o estrategias principales para el presente año.

21. ¿Se realiza en la biblioteca una evaluación de los servicios frente a los planes propuestos o frente a la opinión de los usuarios, o simplemente para saber como estamos?. Si ___No___
Con que regularidad se hace?

Mensual	Anual	Esporádica/	Casi nunca

22. ¿Lleva la biblioteca, estadísticas de usuarios, de uso de los servicios, de movimiento de su colección, de la programación y en general de todos sus procesos?

Nunca	A veces	Regularmente	Siempre

23. Utiliza la biblioteca indicadores de gestión para evaluar su ejercicio (Ej.: usuarios o colección/población, rotación de puestos de lectura, tiempo promedio de consulta/total horas de servicio, etc.).

Si ___ No ___ Mencione los que recuerde:

MEZCLA/SIM

24. ¿Cómo recoge la biblioteca información relacionada con las sugerencias, quejas y comentarios de los usuarios? **si es necesario marcar más de una, registre las dos más utilizadas**

No lo hace	Buzón de sugerencias	Cartelera de Sugerencias	Estudio de comunidad	Verbalmente

25. ¿La biblioteca lleva un registro físico de las quejas y sugerencias de los usuarios?

Si ___ No ___. Donde lo registra?

No lo hace	
Cuaderno	
Fichas manuales	
Base de datos	

26. ¿La biblioteca lleva un registro de las características de la comunidad, de los recursos disponibles en la comunidad, del comportamiento de los servicios (evaluación), etc?

No lo hace	
Cuaderno	
Fichas manuales	
Base de datos	

27. ¿En el último año se ha implementado algún nuevo servicio en la biblioteca?

Si ___ No ___. Cual? _____

28. Nombre los tres (3) servicios más utilizados de la biblioteca?

1. _____
2. _____
3. _____

29. ¿La biblioteca posee algún servicio fuera de las instalaciones propias?
Si ___No___.

Cual? _____

30. ¿Aproximadamente Cuál es el área de la biblioteca en mts?

Largo: _____ X Ancho: _____

31. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el espacio de la biblioteca en los siguientes términos:

	1	2	3	4	5
Aire					
Aseo					
Calidad de la construcción					
Colorido					
Comodidad					
Espacio					
Luz					

32. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el contenido, la actualidad de su colección, pensando en los usuarios que actualmente visitan su biblioteca?

	1	2	3	4	5
Actualidad					
Contenido					

33. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el contenido, la actualidad de su colección, pensando en toda la comunidad que podría hacer uso de los servicios de su biblioteca?

	1	2	3	4	5
Actualidad					
Contenido					

34. ¿Que servicio(s) bibliotecario(s), considera usted que necesita su comunidad o quisiera usted suministrarle y no ha sido posible montar en la biblioteca por diferentes circunstancias?

Menciónelos:

35. ¿A través de que medios realiza la divulgación de los servicios y programas que realiza la biblioteca?, selecciones los cuatro (4) medios más utilizados.

Afiches	Verbalmente	
Carteleras en la Biblioteca	Voceador	
Carteleras en sitios estratégicos del Municipio	Volantes en diferentes sitios del Municipio	
Charlas en colegios y otras Instituciones educativas	Volantes en la Biblioteca	
Emisora Local	Ninguno	
Pancartas	Otros	
Periodico Local		

Cuales?

36. Teniendo en cuenta los cuatro (4) medios más utilizados, ¿Cuál es su frecuencia de divulgación?

	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Otro
1					
2					
3					
4					

37. ¿Cuenta la biblioteca con un presupuesto establecido para operar?
Si _____ No _____

37. ¿Cuántos años cumplidos lleva usted a cargo de esta biblioteca?

-1	1-2	3-5	5-10	+10

38. ¿De acuerdo con su experiencia, cuántos años considera usted, permanecerá en este puesto?

-1	1-2	3-5	5-10	+10

39. ¿Cuál es su nivel académico (último nivel terminado)?

Primaria	
Secundaria	
Técnico	
Profesional	
Ninguno	

40. ¿A través de que medios se actualiza el personal de la biblioteca en áreas propias de la actividad de biblioteca pública?

Cursos y conferencias	
Educación formal a distancia	
Educación formal presencial	
Informalmente, a través de lecturas	
Internet/Informal	
Ninguno	
Otras	

Cuales? _____

41. ¿Ha recibido alguna ayuda su biblioteca del "plan nacional de lectura y bibliotecas"? Si ___No___ ¿Cómo?

_____.

Muchas gracias su amable atención y su colaboración, si usted desea conocer los resultados de la presente investigación por favor registre sus datos a continuación .

IDENTIFICACIÓN BIBLIOTECA

Nombre del contacto o responsable de la Biblioteca: _____

_____ Cargo: _____

Dirección: _____ Ciudad _____

Teléfonos: _____ Fax: _____

Correo electrónico: _____

ANEXO B
CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

COBERTURA CAJAS VIAJERAS Y BIBLIOJEEP/BIBLIOBUS SEGÚN CAJA
Bibliotecas Abiertas al Público

CAJAS		BIBLIOTECA				PUNTOS FIJOS	NÚMERO		# Orden
Cod	NOMBRE	# Orden	NOMBRE	Municipio	Dirección	Usos	Cajas Viajeras	BibliojEEP /Bibliobus	
44	COMFAMILIAR - RISARALDA	1	Biblioteca Cuba	Pereira	Ciudadela Cuba-Guayacanes	19.766			56
		2	CCB Jardín	Pereira	Avenida Sur No. 36 A 28	9.985			57
		3	CCB Dosquebradas	Dosquebradas	Dg a La Rosa Dosquebradas	10.984			58
		4	CCCB Cuba	Pereira	Cll 70 bis #23-93	27.878			59
		5	CCCB Centro	Pereira	Cra 5 #21-48	31.348			60
SUBTOTAL						99.961			
46	CAFASUR - ESPINAL	1	BIBLIOTECA ELECTRONICA	Espinal	Cra. 4 # 10-54	3.683			61
SUBTOTAL						3.683			
47	C.C.F. HONDA	1	COLEGIO COMFAHONDA	Honda	Cll 6 Cra 23 -22B-15	3.220			62
SUBTOTAL						3.220			
50	COMFENALCO TOLIMA	1	DANILO BOTERO	Ibagué	CR 5a. CALLE 37	11.028			63
SUBTOTAL						11.028			
53	COMFAMILIAR BUGA	1	SEDE EDUCATIVA Y CULTURAL BIBLIOTECA 1 DE MAYO	Buga	Cr 12 salida Sur	55.270	2		64
SUBTOTAL						55.270	2		
57	COMFANDI - CALI	1	CENTRO CULTURALBIBLIOTECA INFANTIL	Cali	Cll 8 N.6-23	266.870	3		65
		2	CENTRO CULTURALBIBLIOTECA ADULTOS	Cali	Cll 8 No.6-23	47.769	10		66
SUBTOTAL						314.639	13		
59	C.C.F. DE CARTAGO	1	MARCO FIDEL SUAREZ	Cartago	Cra.4 No.9-45	70.199			67
SUBTOTAL						70.199			
61	COMFAUNION - PALMIRA	1	Biblioteca Central Comfaunión Palmira	Palmira	Cll. 32A #28-03	392.692	1		68
		2	Biblioteca Instituto Educativo.	Palmira	Cr. 33A #26-42	55.883	93		69
		3	Biblioteca Pública Escolar Comfaunión San Antonio de los Caballeros	Florida	Corregimiento San Antonio de los Caballeros	27.268			70

		4	Biblioteca Pública Infantil Comfaución Pradera	Pradera	Cr. 11 #8-19	33.583			71
		5	Biblioteca Pública Escolar Comfaución El Cerrito	El Cerrito	Cll. 8 #12-44	28.980			72
		6	Biblioteca Virtual	Palmira	Cr. 33A #26-42	5.931			73
SUBTOTAL						544.337	94		
62	COMFAMILIAR TULUA	1	BIBLIOTECA PUBLICA INFANTIL COMFAMILIAR C.E. Alfonso Potes Roldan	Tulúa	Cra. 37 # 28-48	216.506	21		74
		2	BIBLIOTECA PUBLICA INFANTIL COMFAMILIAR CHIMINANGOS	Tulúa	Cll. 23 Crr. 7 y 7A	139.082	5		75
SUBTOTAL						355.588	26		
63	COMFAMILIAR PUTUMAYO	1	COMFAMILIAR	Orito	Cll. 8 No. 11 - 118	442			76
SUBTOTAL						442			
SUBTOTAL						1.458.367	135		
GRAN TOTAL						21.516.287	430	11	

FUENTE: Informe Estadístico 2002 C.C.F. - Supersubsidio-Oficina de Planeación y Desarrollo-Grupo de Estadística

** Bibliotecas manejadas por la caja en infraestructura propia de la caja dotadas por el m/cipio (convenio y/o comodato)

ANEXO C

CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

TENENCIA Y COBERTURA DE PUNTOS FIJOS Y MÓVILES SEGÚN CAJA

Bibliotecas Abiertas al Público

CAJA		INFRAESTRUCTURA PROPIA				INFRAESTRUCTURA ARRENDADA Y COMODATO			
Cod	NOMBRE	Usos	NÚMERO			Usos	NÚMERO		
			Puntos Fijos	Cajas Viajeras	Biblioteep o Bibliobus		Puntos Fijos	Cajas Viajeras	Biblioteep o Bibliobus
2	C.C.F. CAMACOL - ANTIOQUIA	45.373	-	-	1				
3	COMPENALCO ANTIOQUIA	6.554.212	10	136	-	2.612.769	7	95	-
4	COMFAMA - MEDELLIN	9.604.206	12	134	-	890.121	1	9	-
5	CAJACOPI - B/QUILLA	-	-			-			
6	COMFAMILIAR BARRANQUILLA	97.590	2	-	-				
7	COMFAMILIAR DEL ATLANTICO	367.185	2	-	-	85.748	4	-	
8	COMPENALCO CARTAGENA	36.500	1	-	-				
9	COMFAMILIAR CARTAGENA	37.500	1	-	-				
10	COMFABOY TUNJA	83.871	3	6	-	180.940	5	12	-
11	COMFAMILIARES CALDAS	25.608	2	-	-	192.793	9	4	-
12	COMFAMILIAR LA DORADA	91.297	2	-	-	-	-	-	-
14	COMFAMILIAR CAUCA	61.630	1	-	-	1.986	1	-	-
15	COMFACESAR		-						
16	COMFACOR - MONTERIA		-						
21	CAFAM - BOGOTA		-						
22	COLSUBSIDIO BOGOTA	2.679.284	7	10	5	1.055.863	2	-	-
24	COMPENSAR - BOGOTA		-						
29	COMFACHOCO QUIBDO	112.490	1	-	-				
30	COMFAMILIAR GUAJIRA	36.822	1	-	1				
32	COMFAMILIAR HUILA	-	-			29.779	1	-	-
33	CAJAMAG SANTA MARTA	45.303	1	3	3		-		
34	COFREM V/CENCIO	82.401	1	-	-				
35	COMFAMILIAR NARIÑO	37.636	1	6	1				
36	COMFAORIENTE CUCUTA	-	-			108.100	6	-	-
37	COMFANORTE CUCUTA	16.388	2	-	-				
39	CAJASAN B/MANGA	-	-	-	-	291.432	5	-	-
40	COMPENALCO SANTANDER	13.152	4	-	-	10.788	4	-	-
41	COMFASUCRE SINCELEJO	29.472	1	-	-	-	-	-	-
43	COMPENALCO QUINDIO	-				70.185	1	20	-
44	COMFAMILIAR RISARALDA	99.961	5	-	-	219.033	7	-	-
46	CAFASUR - ESPINAL	3.683	1	-	-	-	-	-	-
47	COMFAMILIAR HONDA	3.220	1	-	-	-	-	-	-

48	COMFAMILIAR TOLIMA	-	-			45.779	3	-	-
50	COMFENALCO TOLIMA	11.028	1	-	-	130.324	5	-	-
51	COMFAMAR / B/VENTURA	-	-			-	-	-	-
53	COMFAMILIAR BUGA	55.270	1	2		-	-	-	-
56	COMFENALCO VALLE	-	-	-	-	24.113	4	-	-
57	COMFANDI CALI	314.639	2	13	-				
59	COMFAMILIAR CARTAGO	70.199	1	-	-				
61	COMFAUNION PALMIRA	544.337	6	94	-	87.854	8	-	-
62	COMFAMILIAR TULUA	355.588	2	26	-				
63	COMFAMILIAR PUTUMAYO	442	1	-	-				
64	CAJASAI SAN ANDRES	-	-			17.495	1	-	-
68	COMCAJA	-	-						
TOTAL		21.516.287	76	430	11	6.055.102	74	140	-

FUENTE: Informe Estadístico 2002 C.C.F. - Supersubsidio-Oficina de Planeación y Desarrollo-Grupo de Estadística

Bolívar	1.439.291
Cartagena	656.632
El Carmen de Bolívar	62.355
Magangue	102.155
Maria La Baja	36.474
Mompos	38.261
Pinillos	32.775
Cesar	729.634
Valledupar	248.525
Aguachica	64.147
Agustin Codazzi	52.943
Chimichagua	29.186
Curumani	29.165
Choco	338.160
Quibdo	102.003
Bajo Baudo	20.862
Istmina	31.011
Riosucio	28.635
Tado	20.551
Córdoba	1.088.087
Monteria	275.952
Ayapel	46.320
Cerete	65.965
Cienaga De Oro	37.271
Lorica	100.543
Montelibano	44.097
Sahagun	92.069
S.Andres Sotav.	41.885
San Pelayo	31.746
Tierralta	48.666
Cundinamarca	1.658.698
Agua De Dios	11.426
Cajica	29.504
Chia	45.696
Choachi	10.623
Facatativa	69.552
Funza	37.774
Fusagasuga	75.333
Girardot	84.658
Madrid	39.212
Soacha	230.335
Ubate	30.832
Zipaquira	69.695
Guainía	13.491
Inirida	7.287

Cauca	979.231
Popayan	187.519
Bolivar	50.724
Caloto	31.709
El Tambo	38.073
Guapi	23.505
Puerto Tejada	38.249
Santander	69.660

Magdalena	882.571
Santa Marta	283.711
Cienaga	130.610
Pivijay	43.850
Plato	48.629
Santa Ana	28.838

Meta	561.121
Villavicencio	253.780
Acacias	35.046
Granada	34.123

Nariño	1.274.708
Pasto	294.024
El Tambo	28.820
Ipiales	74.495
La Union	31.288
Olaya Herrera	21.495
Tumaco	115.674
Tuquerres	38.149

Norte de Santander	1.046.577
Cucuta	482.490
Abrego	31.459
Los Patios	47.800
Pamplona	45.283
Tibu	34.830

Putumayo	204.309
Mocoa	20.736
Puerto Asis	38.010
Valle Del Guamez	35.919
Villa Garzon	17.320

Quindío	435.018
Armenia	223.284
Calarca	59.142
Montenegro	32.620
Quimbaya	31.849

Guaviare	57.884
San José del Guaviare	29.663
Huila	758.013
Neiva	250.838
Garzon	44.134
La Plata	36.240
Pitalito	66.070
Guajira	387.773
Riohacha	97.289
Uribia ¹	55.685

Risaralda	744.974
Pereira	354.625
Belen De Umbria	27.489
Dos Quebradas	139.839
La Virginia	28.404
Quinchia	31.597
S Rosa De Cabal	59.831
San Andrés y Providencia.	50.094
San Andrés .	46.254
Providencia y Santa Catalina	3.840

Santander	1.598.688
Bucaramanga	414.365
Barrancabermeja	157.433
Floridablanca	192.856
Giron	79.799
Piedecuesta	72.631
Puerto Wilches	26.486
Rionegro	36.885
San Gil	35.123
S Vicente D Ch.	26.519
Sucre	624.463
Sincelejo	174.345
Corozal	45.511
Majagual	27.998
Ovejas	22.953
Sampues	31.031
San Marcos	38.741
San Onofre	38.931
Since	29.540
Tolu	28.424

Valle	3.333.150
Cali	1.666.468
Buenaventura	227.478
Buga	107.036
Caicedonia	38.766
Candelaria	52.783
Cartago	105.234
Dagua	30.964
El Cerrito	46.463
Florida	48.505
Jamundi	48.145
Palmira	234.166
Pradera	38.499
Roldanillo	33.498
Sevilla	51.081
Tulua	145.531
Yumbo	62.305
Vaupés	18.235
Mitu	9.596
Vichada	36.336
Puerto Carreño	7.059

Tolima	1.150.080
Ibague	365.136
Chaparral	40.880
Espinal	63.859
Guamo	32.416
Libano	39.785
Mariquita	27.198
Ortega	31.650
Rioblanco	27.649
Rovira	21.822

¹ Corresponde a la población del censo Wayuú

* Solo se encuentran los datos de municipios cuya población sea considerablemente grande o sea capital.

ANEXO E

ENTREVISTA RED DE BIBLIOTECAS DEL BANCO DE LA REPUBLICA

La presente entrevista pretende establecer la situación actual de las bibliotecas objeto de estudio y su principal objetivo es netamente académico hace parte de una investigación de la Universidad de la Salle.

Por esta razón la información que usted registre solo se utilizará para estos fines.

1. ¿Qué servicios prestan las bibliotecas de la Red?

Afiliación a la biblioteca	
Consulta en sala	
Hemeroteca	
Préstamo a domicilio	
Reprografía	
Sala Infantil	

Clubes de lectura	
Cajas viajeras	
Hora del cuento	
Internet y multimedia	
Proyección de películas	
Talleres artísticos o literarios	

¿Otr

os?, Cuales: _____

ENTORNO / USUARIO

2. Existe algún estudio reciente de las bibliotecas sobre características de los usuarios (edades, sexo, origen, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo, etc.)? Si ___No___
En que año se hizo? _____

3. Que tipos de usuarios acuden de manera mas frecuente a las bibliotecas de la Red?

1.	
2.	
3.	

4.	
5.	
6.	

7.	
8.	
9.	

4. Existe algún documento o registro en el cuál se hayan concretado o definido, los siguientes aspectos de las bibliotecas?

	SI	NO	Año aproximado
Misión y visión de la Biblioteca			
Debilidades y fortalezas			
Tipos de usuarios que son atendidos			
Estrategias para mejorar los servicios			
Necesidades a satisfacer			
Características del Municipio			
Dificultades de la Biblioteca para operar			

5. ¿Considera que las bibliotecas de la Red del Banco de la Republica son suficientes para los municipios en los que se encuentran? Si ____ No

6. Considera la existencia de otras bibliotecas en el municipio representa un bien o una amenaza para el curso normal de las bibliotecas de la Red?

Aspectos Positivos:

Aspectos Negativos:

7. PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS

- ¿Tiene definido la Biblioteca que actividades y proyectos se realizaran este año?
- ¿Se encuentra registrada esta información en un documento?
- ¿Tiene la biblioteca definidos recursos financieros para operar?
- ¿Tiene definidos los objetivos que pretende alcanzar el presente año?
- ¿Conocen los jefes o autoridad respectiva los planes de la biblioteca para el presente año?
- ¿Conocen los jefes o autoridad superior, las debilidades y necesidades de la Biblioteca?
- ¿Cuenta con recursos humanos y financieros para desarrollar los planes para este año?

SI	NO

8. Que planes y estrategias se tienen contempladas a nivel general para desarrollar en las diferentes bibliotecas?

9. ¿El Banco exige o solicita las evaluaciones que realizan las bibliotecas con respecto a los servicios que presta en contraprestación a los planes que éstas se proponen? Si ___ No___
 Con que regularidad se presentan?

Mensual	Anual	Esporádica	Casi nunca

10. ¿El Banco Solicita a las bibliotecas las estadísticas de usuarios, de uso de los servicios, de movimiento de su colección, de la programación y en general de todos sus procesos?

Nunca	A veces	Regularmente	Siempre

11. Utilizan las bibliotecas indicadores de gestión para evaluar su ejercicio (Ej.: usuarios o colección/población, rotación de puestos de lectura, tiempo promedio de consulta/total horas de servicio, etc.).

Si ___ No___ Mencione los que recuerde:

MEZCLA/SIM

12. ¿Cómo recoge la biblioteca información relacionada con las sugerencias, quejas y comentarios de los usuarios?

No lo hace	Buzón de sugerencias	Cartelera de Sugerencias	Estudio de comunidad	Verbalmente

13. ¿Qué nuevos servicios o proyectos se han implementado en el último año?

14. Nombre los tres (3) servicios que usted considera son los más utilizados de la biblioteca?

4. _____
5. _____
6. _____

15. ¿La biblioteca posee algún servicio fuera de las instalaciones propias? Si
___No___

Cual? _____

16. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) de manera generalizada la infraestructura física donde operan cada una de las bibliotecas: _____

17. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el contenido, la actualidad de las colección, pensando en los usuarios que actualmente visitan su biblioteca? _____

18. ¿Que servicio(s) bibliotecario(s), considera usted que necesita su comunidad o quisiera usted suministrarle y no ha sido posible montar en la biblioteca por diferentes circunstancias?

Menciónelos:

_____.

19. ¿A través de que medios realiza la divulgación de los servicios y programas que realiza la biblioteca?, seleccione los cuatro (4) medios más utilizados.

Afiches		Verbalmente	
Carteleros en la Biblioteca		Voceador	
Carteleros en sitios estratégicos del Municipio		Volantes en diferentes sitios del Municipio	
Charlas en colegios y otras Instituciones educativas		Volantes en la Biblioteca	
Emisora Local		Ninguno	
Pancartas		Otros	
Periodico Local			

¿Cuales? _____

20. ¿Cuenta la biblioteca con un presupuesto establecido para operar? Si _____ No _____

21. ¿Cuántos años cumplidos lleva usted trabajando con la Red de Bibliotecas del Banco de la Republica?0 _____

22. ¿Cuál es el último nivel académico que poseen de manera general las personas encargadas de cada una de las bibliotecas de la Red?

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Técnico	<input type="checkbox"/>
Profesional	<input type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>

23. ¿A través de que medios se actualiza el personal de las bibliotecas en áreas propias de la actividad de biblioteca pública? _____

ANEXO F
INVENTARIO DE BIBLIOTECAS PULICAS DE LAS REDES NACIONALES
CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR Y BANCO DE LA REPUBLICA

TIPO DE BIBLIOTECA	NOMBRE	MUNICIPIO/LOCALIDAD	DEPARTAMENTO	Datos De Localización
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Paradero Para Libros Para Parques -PPP- - Comfenalco Antioquia	Argelia	Antioquia	Calle 31 N° 32-10 Argelia. Hospital San Julián
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco Quindío	Armenia	Quindío	Calle 16 N° 15-22 Tel. 6-7475327
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Cajacopi	Barranquilla	Atlántico	Calle 42 N° 3C-07 Tel. 5-3244902
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Combarranquilla	Barranquilla	Atlántico	Carrera 43 N° 63B-107 Tel.5-3686666 Ext.720-721
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Del Atlántico	Barranquilla	Atlántico	Carrera 54 N° 59-167 Tel.5-3683901-03
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Del Atlántico	Barranquilla	Atlántico	Carrera 48 N° 43-104 Tel.5-3440670
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Combarranquilla	Barranquilla	Atlántico	Calle 34 N° 44-63 Tel.5-3707008 Ext.738
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Palmas - Comfamiliar Del Atlantico	Barranquilla	Atlántico	Calle 36 K 6 Esquina
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. Bello - Comfama Medellín	Bello	Antioquia	Calle 52B N° 59B-50

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Cajasán	Bucaramanga	Santander	Km. 2 Vía Al Mar Tel.7-6730343
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco Santander	Bucaramanga	Santander	Avenida G. Valencia N° 52-69 Tel.7-6577336
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Buga	Buga	Valle	Carrera 12 Salida Sur Tel.2-2281643
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Caja De Compensación Familiar De Antioquia Comfama	Caldas	Antioquia	Calle 129 Sur N° 49-24 Tel.4-2781135
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfandi	Cali	Valle	Calle 8 N° 6-23 P.5 Tel.2-3340000 Ext.1311
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco	Cali	Valle	Calle 5 N° 6-63 Torre C Piso 4 Tel.2-8862727 Ext.2564
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Paradero Para Libros Para Parques -Ppp- - Comfenalco Antioquia	Carepa	Antioquia	
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	C.C.F. De Cartagena	Cartagena	Bolivar	Tenera, Sector San José Campano Tel.5-6619185
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco Cartagena	Cartagena	Bolivar	Zaragocilla Sector El Cairo Tel.5-6697010 Ext. 240-306
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Cartagena	Cartagena	Bolivar	Calle 103 N° 35-101 San José De Los Campanos

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	C.C.F. De Cartago	Cartago	Valle	Carrera 4 N° 9-45 P.4 Tel.2-2110111
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfacasanare	Casanare	Meta	Calle 7 N° 20-67 Tel. 6322121
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Paradero Para Libros Para Parques -Ppp- - Comfenalco Antioquia	Chigorodó	Antioquia	Precooperativa De Reciclaje E Industrialización Gesta, Km 1 Vía Mutatá
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaboy	Chiquinquirá	Boyacá	Carrera 7 N° 21a-24 Palacio De Cultura Tel.8-7264805
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Colsubsidio	Choachí	Cundinamarca	Calle 3 N° 3 - 85 Tel.1-8486806
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfachocó	Chocó	Quibdó	Calle 23 N°4-31 Calle Las Guifas Tel.6701597
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfanorte	Cúcuta	Santander	Km. 3 Vía Los Patios Tel.7-5807820
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaorient	Cúcuta	Santander	Calle 6 N° 9e-88 Quinta Oriental Tel.7-5750057/5742270
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfanorte	Cúcuta	Santander	Calle 9 A N° 1-11 Tel.7-5725297
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaboy	Duitama	Boyacá	Calle 14 N°13 - 69 Tel.8-7601190

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. Envigado - Comfama Medellín	Envigado	Antioquia	Calle 35s N°41-51
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Cafasur	Espínal	Tolima	Carrera 4 N° 10-04 Tel.8-2484322
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaca	Florencia	Caquetá	Transv. 6 Cl. 12 Av Circumbalar Centro De Servicios Tel.4358822
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaca	Florencia	Caquetá	Carrera 16 N° 2b-02 Tel.4344852
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comgirardot	Girardot	Cundinamarca	Manzana 71 Barrio Kennedy Tel.1-8308108
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfama Girardota	Girardota	Antioquia	Carrera 18 N°5a-65 Florida Tel.4-2892851
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfahonda	Honda	Tolima	Calle 6 N° 22B-15 Tel.8-2513890
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfatolima	Ibagué	Tolima	Carrera 4 Estadio N° 39-44 Tel.8-2651052
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco Del Tolima	Ibagué	Tolima	Carrera 5 Con Calle 37 Esquina Tel.8-2646785
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. Itagúí - Comfama Medellín	Itagui	Antioquia	Calle 54 N° 52-58

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Caja De Compensación Familiar De Antioquia - Comfama	La Ceja	Antioquia	Calle 19 N°13 B -105 Tel.4-5533434
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	C.C.F. De La Dorada	La Dorada	Caldas	Carrera 3 N° 14-27 Piso 3 Tel.6-8577517/8574819
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Ferias - comfamiliar La Dorada	La Dorada	Caldas	Plaza Ppal
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Paradero Para Libros Para Parques -Ppp- - Comfenalco Antioquia	La Pintada	Antioquia	Camping Los Farallones
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliares	Manizales	Caldas	Carrera 24 N° 62-56 Tel.6-8856921/8859629
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliares	Manizales	Caldas	Carrera 25 Cl. 50 Tel. 6-8783100
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Bosque Popular - Comfamiliar Caldas	Manizales	Caldas	Av. Alberto Mendoza Cra.30
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Unidad Integral San Marcel - Comfamiliar Caldas	Manizales	Caldas	Carrera 30 N° 93-25
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. Manrique - Comfama Medellín	Medellín	Antioquia	Carrera 45 N° 78-61
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. Pedregal - Comfama Medellín	Medellín	Antioquia	Calle 103C N° 76a-24

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. San Ignacio - Comfama Medellín	Medellín	Antioquia	Calle 48 N° 43-87
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. Cristo Rey - Comfama Medellín	Medellín	Antioquia	Calle 1S N° 53-47
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	U.S. Aranjuez - Comfama Medellín	Medellín	Antioquia	Carrera 51B N° 91-95
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfama	Medellín	Antioquia	Calle 48 N° 43-87 Tel.4-2156649/2156505
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco Antioquia	Medellín	Antioquia	Av. La Playa Cl. 51 N° 45-37 Tel.4-5121902 Ext. 113/119
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Caja De Compensación Familiar De Antioquia Comfama	Medellín	Antioquia	Calle 48 N°43-87 Plazuela De San Ignacio Tel.4-2156649
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Caja De Compensación Familiar De Antioquia Comfama	Medellín	Antioquia	Carrera 51 B N° 91-95 Barrio Aranjuez Tel.4-5212929
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Caja De Compensación Familiar De Antioquia Comfama	Medellín	Antioquia	Calle 103 C N° 76 A-24 Barrio Pedregal Tel.4-2677251
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Hector Gonzalez Mejia - Comfenalco Antioquia	Medellín	Antioquia	Calle 51 N°45-37 Piso 4 Y 5
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco Castilla - Comfenalco Antioquia	Medellín	Antioquia	Carrera 65 No. 95-57

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Bibliocafeteria Sede Colombia - Comfenalco Antioquia	Medellín	Antioquia	Calle 50 No. 54-32
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Paradero Para Libros Para Parques -PPP- - Comfenalco Antioquia	Medellín	Antioquia	Carrera 36 N° 87-03. San Blas (Comuna Nororiental)
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Paradero Para Libros Para Parques -PPP- - Comfenalco Antioquia	Medellín	Antioquia	Barrio Blanquizal. Sede Acción Comunal (Comuna 13)
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Burbuja Informativa - Comfama Medellín	Medellín	Antioquia	Av. La Playa Al Frente Del Ed. Coltejer
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfacor	Montería	Córdoba	Carrera 9 N° 14-41 Tel.4-7834111
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	C.C.F. Del Huila	Neiva	Huila	Calle 11 N° 5-63 Tel.8-8752458
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaboy	Paipa	Boyacá	Casa 47 Urbanizacion La Pradera
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaunión	Palmira	Valle	Calle 32a N° 28-03 Piso 4 Tel. 2-2756705
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	C.C.F. De Nariño	Pasto	Nariño	Diag. 17 N° 1-34 B. Miraflores Tel.2-7300068/7300069
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Risaralda	Pereira	Risaralda	Carrera 5 Calle 22 Esq. Tel.6-3354004/3352003

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Instituto De Cultura De Pereira	Pereira	Risaralda	Carrera 10 N°16-60 P.3 Tel.6-3332868
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfacauca	Popayán	Cauca	Calle 2 Kra. 10 Esqina Tel.2-8231868 Ext. 257
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar	Puerto Asís	Putumayo	Av. Principal, Orito Tel.8-4292336/4227137
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaboy	Puerto Boyacá	Boyacá	Carrera 7 Con Calle 14 Esquina Tel.8-7384442
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Del Chocó	Quibdó	Chocó	Calle 23 N° 4-32 P. 3 Tel.4-6712380 Ext. 19
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar De La Guajira	Riohacha	Guajira	Calle 13 N° 10-140 Tel.5-7274746
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Caja De Compensación Familiar De La Guajira	Riohacha	Guajira	Carrera 15 N° 12 - 78 Tel.5-7274806
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Parque Los Osos - Comfama Medellín	Rionegro	Antioquia	Carrera 55A N° 35-29
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Cajasai	San Andrés	San Andres	Av. 20 De Julio N° 4-155 Tel. 8-5121876
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Cajamag	Santa Marta	Magdalena	Calle 23 Carrera 7 Esquina Tel. 5-4212218

CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfasucre	Sincelejo	Sucre	Calle 23 N° 20-55 Tel.5-2821314
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaboy	Sogamoso	Boyacá	Carrera 10 N° 13-28 Tel.8-7717493
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Biblioteca U.S.I.30 - Comfamiliar Barranquilla	Soledad	Atlántico	Calle 30 Av .Circunvalar
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfamiliar Tuluá	Tuluá	Valle	Carrera.37 N° 28-48 Tel.2-2258176
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaboy	Tunja	Boyacá	Carrera. 10 N° 16-81 Tel.8-7422271/7439335
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfaboy - Biblioteca Infantil De Tunja	Tunja	Boyacá	Carrera 10 N° 20 - 84 Tel.8-7439344
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Comfenalco Cesar	Valledupar	Cesár	Calle 16B N° 14-93 Tel.5-5744382
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Cofrem	Villavicencio	Meta	Vía Catama, Barrio Sn. Luis Tel.8-6660307/6664183
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	Cofrem	Villavicencio	Meta	Av. 40 N° 35 A-19 Tel.8-6660307
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Buenaventura	Buenaventura	Valle	Calle 1a N° 3-73 Tel.2-2422393
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Cartagena - Biblioteca Bartolomé Calvo	Cartagena	Bolivar	Calle de la Inquisición N° 3-44 Tel. 5-6600777

BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Florencia	Florencia	Caquetá	Tel.4356871
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Girardot	Girardot	Cundinamarca	Calle 1a N° 3-73 Tel.314131
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Honda	Honda	Tolima	Carrera 14 Calle 11 Tel.8-2512252
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Ibagué - Biblioteca Darío Echandía	Ibagué	Tolima	Carrera 3a N° 11-26 Tel.8-2630721
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Ipiales	Ipiales	Nariño	Calle 17 N° 7-82 Tel.27-733026
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Leticia	Leticia	Amazonas	Tel.9859-27783 A.A.015
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Manizales	Manizales	Caldas	Carrera 23 N° 23-14 Tel.968-845534
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Pasto	Pasto	Nariño	Calle 19 N°21-27 Tel. 927-215777
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Pereira	Pereira	Risaralda	Avenida 30 de Agosto N° 35-08 Tel.963-295300
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Popayan	Popayán	Cauca	Carrera 6 N° 2-78 Tel.2-8240216
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Quibdo	Quibdó	Chocó	Carrera 1 Calle 25 Tel.976-716698
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Riohacha	Riohacha	Guajira	Carrera 1 N° 7-11 Tel.957-270990
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Santa Marta	Santa Marta	Magdalena	Calle 14 N°1c-37 Tel.954-210953
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Sincelejo	Sincelejo	Sucre	Calle 23 N°18-30 Tel.5-2821550
BANCO DE LA REPUBLICA	Area Cultural Tunja	Tunja	Boyacá	Carrera 8a entre Calles 23 y 24 Claustro San Agustín Tel.5-7270990

BANCO DE LA
REPUBLICA

Area Cultural Valledupar

Valledupar

Cesár

Carrera 9 N° 16-13 Tel. 5-5743055