

Universidad de La Salle

Ciencia Unisalle

Sistemas de Información, Bibliotecología y
Archivística

Escuela de Humanidades y Estudios Sociales

9-25-2006

El mercadeo de servicios en las bibliotecas públicas colombianas. Entorno y herramientas prácticas situacionales, bibliotecas básicas, locales y comunitarias de Bogotá D.C

Magda Carolina Cardozo Cerquera
Universidad de La Salle, Bogotá

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



Part of the [Library and Information Science Commons](#)

Citación recomendada

Cardozo Cerquera, M. C. (2006). El mercadeo de servicios en las bibliotecas públicas colombianas. Entorno y herramientas prácticas situacionales, bibliotecas básicas, locales y comunitarias de Bogotá D.C. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas_informacion_documentacion/190

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Escuela de Humanidades y Estudios 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.

EL MERCADEO DE SERVICIOS EN LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS COLOMBIANAS:
ENTORNO Y HERRAMIENTAS PRÁCTICAS SITUACIONALES: BIBLIOTECAS
BÁSICAS, LOCALES Y COMUNITARIAS DE BOGOTÁ D.C.

MAGDA CAROLINA CARDOZO CERQUERA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
BOGOTÁ D.C.
2006

EL MERCADEO DE SERVICIOS EN LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS COLOMBIANAS:
ENTORNO Y HERRAMIENTAS PRÁCTICAS SITUACIONALES: BIBLIOTECAS
BÁSICAS, LOCALES Y COMUNITARIAS DE BOGOTÁ D.C.

MAGDA CAROLINA CARDOZO CERQUERA

TESIS DE GRADO

LUIS ROBERTO TELLEZ TOLOSA
DIRECTOR DE TESIS

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
BOGOTÁ D.C.
2006

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C. 25 de septiembre de 2006

DEDICATORIA

*A Dios por ser el creador de
todas las cosas,
A mis padres y hermanas por
su amor, su colaboración y
apoyo incondicional en el
logro de esta meta.*

AGRADECIMIENTOS

En el logro de esta meta quiero darle las gracias a mi director de Tesis Luís Roberto Téllez Tolosa, quien me apoyo constantemente en la realización de este trabajo.

A cada uno de mis maestros que me dejaron significativas enseñanzas para mi vida personal y laboral.

A mi tía Anita y a mis amigos: Sergio Hurtado, Omar Jaramillo, Jorge Ortiz y Marcela Caro por el apoyo incondicional, los momentos compartidos y la amistad que me han brindado durante la culminación de este sueño.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	
1. TÍTULO	16
1.1 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	16
1.2 ANTECEDENTES	16
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.3.1 Formulación del problema	18
1.3.2 Descripción de problema	18
1.4 JUSTIFICACIÓN	19
1.5 OBJETIVOS	20
1.5.1 Objetivo general	20
1.5.2 Objetivos específicos	20
1.6 DELIMITACIÓN Y ALCANCE	20
2. MARCO TEÓRICO	22
2.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	22
2.1.1 Elementos del plan estratégico.	24

2.2	MERCADEO	26
2.2.1	El mercadeo de servicios	27
2.2.2	Características del mercadeo de servicios	28
2.2.3	El triángulo de los servicios	30
2.2.4	La calidad de los servicios	31
2.2.5	Mezcla de mercadeo	34
2.2.4	Segmentación de mercados	35
2.3	CONTENIDO DEL PLAN DE MARKETING	37
2.4	EL MERCADEO Y SU IMPORTANCIA EN LAS BIBLIOTECAS	38
2.5	LA BIBLIOTECA PÚBLICA	39
2.5.1	Funciones de la biblioteca pública	41
2.5.2	Programas de la biblioteca pública	42
2.6	HISTORIA DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA EN COLOMBIA	44
2.7	LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS EN BOGOTÁ	46
3.	METODOLOGÍA DEL PROYECTO	49
3.1	PROPUESTA TEÓRICA	49
3.2	RECUPERACIÓN DE LA INFORMACIÓN	50
3.2.1	Datos internos	50
3.2.2	Inteligencia de mercados	50
3.2.3	Investigación de mercados	50
3.2.4	Análisis de la información	52

3.2.5	Variables	52
3.2.6	Análisis muestral	52
3.3	ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN	53
3.4	DEFINICIÓN DEL PERFIL DE LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS BÁSICAS, LOCALES Y COMUNITARIAS	53
3.5	PRODUCTOS Y RESULTADOS ESPERADOS	53
4.	ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO DE LA INFORMACIÓN SOBRE EL MERCADEO DE SERVICIOS EN LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS LOCALES Y COMUNITARIAS DE BOGOTÁ D.C.	54
4.1	CAPACIDAD ADMINISTRATIVA: planeación estratégica, objetivos controles y presupuesto.	74
4.2	CONOCIMIENTO DEL ENTORNO	78
4.3	ESTRATEGIAS DE MERCADEO	79
4.3.1	Diversificación	79
4.3.2	Penetración	90
4.4	CLIENTE: segmentación, características y necesidades	81
4.5	MEZCLA DE MERCADOS	82
4.5.1	Plaza	82
4.5.2	Producto/servicio	83
4.5.3	Precio	85
4.5.4	Promoción	86
4.6	SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS – SIM	86

5.	PERFIL DE LAS BIBLIOTECA PÚBLICAS BÁSICAS, LOCALES Y COMUNITARIAS	88
6.	CONCLUSIONES	90
7.	RECOMENDACIONES	94
	BIBLIOGRAFIA	96
	ANEXOS	100

LISTA DE TABLAS

		pág.
Tabla 1	Elementos del plan estratégico	24
Tabla 2	Principales variables de segmentación	36
Tabla 3	Contenido del plan de mercadeo	37
Tabla 4	Localidades y bibliotecas públicas básicas de Bogotá	80

LISTA DE FIGURAS

		pág.
Figura 1	Tareas de la administración estratégica	23
Figura 2	Concepto de marketing	27
Figura 3	Características del mercadeo de servicios	28
Figura 4	El triángulo de los servicios	30
Figura 5	Factores para evaluar los servicios	32
Figura 6	Beneficios de la satisfacción y la calidad de los servicios	33
Figura 7	Mezcla de mercados	34

LISTA DE ANEXOS

		pág.
Anexo A	Encuesta bibliotecas públicas locales y comunitarias de Bogotá D.C.	101
Anexo B	Instrumento de observación	107
Anexo C	Mapa de las localidades de Bogotá D.C.	108
Anexo D	Inventario de bibliotecas públicas locales y comunitarias de Bogotá D.C. por localidades	109

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el número de bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias ha ido aumentando, gracias a entidades públicas (DABS), juntas de acción comunal, parroquias, fundaciones, asociaciones y ONGs, que se han preocupado por apoyar y mejorar la calidad de vida de sus comunidades y de la sociedad, teniendo en cuenta esta situación fue necesario indagar como se encuentran estas bibliotecas públicas y si estas cuentan con estrategias y herramientas de mercadeo que apoyen la prestación de sus servicios.

Para el desarrollo del presente trabajo fue necesario identificar las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias de Bogotá D.C., que son administradas por las entidades anteriormente mencionadas y que no hacen parte de la Red Capital de Bibliotecas Públicas – BIBLIORED y la Red de Bibliotecas de las Cajas de Compensación Familiar.

La investigación se centró en conocer el comportamiento de diferentes variables relacionadas con el mercadeo, en la elaboración de un diagnóstico de la situación actual de estas bibliotecas y en la construcción de un perfil de las bibliotecas públicas básicas.

El presente trabajo se abordó metodológicamente, presentando una propuesta teórica sobre planeación estratégica, mercadeo, mercadeo de servicios, biblioteca pública, funciones y programas de estas. Para la recuperación de la información sobre la ubicación de las bibliotecas públicas se visitó la Biblioteca Nacional la cual trabaja con el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas, Fundalectura, el Departamento Administrativo de Bienestar Social – DABS y el Departamento Administrativo de Acción Comunal Distrital quien trabaja con las juntas de acción comunal de Bogotá.

Igualmente para la recuperación de la información relacionada con la situación actual de las bibliotecas se elaboró una encuesta, la cual se aplicó personalmente a los coordinadores de las bibliotecas, con el fin se obtener la información relacionada en cuanto a su infraestructura física, la capacidad operativa y financiera para la prestación de sus servicios e

incluso la capacidad en la toma de decisiones para el logro de los objetivos propuestos.

Con base en los resultados obtenidos y en la información básica recolectada que se encuentra tanto en los anexos, como en los archivos de la investigación, se puede afirmar en este momento que ya existen datos reales sobre las Bibliotecas Públicas Básicas, Locales y Comunitarias en Bogotá (inventario y diagnóstico), que de llevarse a buen final será el único con el que cuente la ciudad de Bogotá en este momento.

En el proceso se concluyó que estas bibliotecas no han implementado un programa de mercadeo que los posicione dentro de sus comunidades, como sitios de interés general para acceder de una forma más propicia a la información.

El trabajo de investigación se desarrolló bajo la línea de investigación "Gestión de la información" planteados por la Facultad de Sistemas de Información.

1. TÍTULO

El mercadeo de servicios en las Bibliotecas Públicas Básicas, Locales y Comunitarias de Bogotá D.C.: entorno y herramientas prácticas situacionales.

1.1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

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.

1.2. ANTECEDENTES

El mercadeo estratégico de servicios de información es un tema realmente poco tratado en el ámbito nacional, se destacan algunas investigaciones realizadas en la década pasada como el de Martínez Cáceres¹ y el de Barrera Restrepo² los cuales son un comienzo a la presente investigación y de los cuales se rescatarán planteamientos teóricos, sobre los cuales se puede anotar que no han tenido una profunda evolución por lo menos en la última década; si es importante destacar la descontextualización del primero en donde se formulan los preceptos propios del mercadeo con sugerencias a su aplicación en la biblioteca pública con un aparente desconocimiento de la situación real, pues no es mencionado ningún estudio de campo que justifique su posición y en el segundo se hace una inteligente propuesta orientada a las unidades de información en general, basado en un estudio de campo en donde no se mencionan cuales, cuantas ni de que tipo fueron las unidades de investigación estudiadas. Vale la pena, sin embargo sugerir para un fase posterior, un comparativo de los resultados entre esta investigación y la de Barrera Restrepo en la medida que los objetos de investigación lo permitan y tratar de proponer

¹ MARTINEZ CÁ CERES, Lucila. Marketing cultural y biblioteca pública: estrategias de gerencia creativa. Bogotá: Instituto colombiano de cultura, 1991. p.71.

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

una evolución de los procesos de mercadeo en las unidades de información colombianas.

Aisladamente han surgido artículos abordando el tema de una u otra forma como en el caso de Didier Álvarez y en las escuelas de bibliotecología se encuentran abundantes propuestas de nuevos servicios, planeación estratégica, estudios de comunidad, los cuales están formulados desde la perspectiva tradicional del bibliotecólogo, que no por esto, son menos importantes, pero que de cierta manera los siguen limitando a la mirada desde las ciencias administrativas; estos, como es de suponer no han tenido la suficiente difusión y podríamos decirlo sin temor a equivocarnos, no han tenido el aporte al desarrollo científico nacional, precisamente por la falta de difusión.

La poca literatura existente a nivel nacional, no desestima el interés y la necesidad de abordar esta problemática, se había mencionado la preocupación de las escuelas de bibliotecología por incluirlo en sus programas y ya se comienza a ver como en los debates académicos se convierte en un tema obligado, tal y como ha sucedido en los últimos congresos nacionales de lectura³.

A nivel internacional podríamos decir que el tema ha sido tratado medianamente, ya desde 1988 la UNESCO⁴, había sugerido como el tema del mercadeo debería ser introducido como parte de los programas de educación para bibliotecólogos. La producción de literatura no es como se esperaría y su gran mayoría se orientan a los servicios en general de las unidades de información y cuando se habla de de biblioteca pública, por supuesto se hace referencia a bibliotecas del entorno norteamericano o europeo en donde el sistema de bibliotecas se encuentra adecuadamente organizado y la biblioteca pública funciona y opera como una verdadera biblioteca pública, por supuesto esta investigación ha recogido exhaustivamente la literatura más representativa y pertinente al objeto de estudio.

³ ÀLVAREZ. Didier; ESPITALETA. Lina y PATTE. Genevieve. Mercadeo de la biblioteca pública. En: CONGRESO NACIONAL DE LECTURA. (6º:2002:Bogotá). Mesa redonda del V Congreso Nacional de Lectura. Bogotá: Fundalectura, 2002.

⁴ UNESCO. Directrices para la enseñanza de la comercialización en la formación de bibliotecarios, documentalistas y archiveros. Paris: PGI, 1988.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias en Bogotá han ido aumentando gracias a la colaboración de entidades públicas, privadas y sin ánimo de lucro, actualmente no existe un inventario actualizado con datos general de estas (dirección, teléfono) y tampoco se conoce en este momento como es su capacidad de funcionamiento (recursos económicos, financieros y administrativos), y que servicios y programas ofrecen a sus usuarios reales y potenciales, que les permita obtener un mayor posicionamiento y el logro de ventajas competitivas frente a otras bibliotecas.

1.3.1. Formulación del problema.

¿La utilización de la planeación estratégica y la implementación de herramientas de mercadeo en las Bibliotecas Públicas básicas, influyen en la prestación de servicios eficientes y satisfactorios?

1.3.2. Descripción del problema.

Las gran mayoría de las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias, han sido creadas y mantenidas gracias a esfuerzos aislados de los gobiernos locales y de las comunidades y que por esta misma razón su funcionamiento, sus recursos y sus capacidades son limitados. Aspectos que han hecho que las bibliotecas públicas, conciben su ejercicio y su función dentro de parámetros puramente sociales y académicos y por tanto no son interiorizadas por sus usuarios como esenciales, de tal manera que en un entorno altamente competitivo como el que estamos viviendo, estas son organizaciones que tratan con su gestión meramente de sobrevivir.

Actualmente no existe un inventario confiable por parte de los organismos estatales, de cuantas y cuales son las bibliotecas públicas básicas en Bogotá⁵, tampoco existe información sobre la utilización de las herramientas y técnicas de mercadeo, que les permitan a las bibliotecas satisfacer las necesidades de sus usuarios y lograr un posicionamiento,

⁵ Como parte de la revisión bibliográfica para esta propuesta se indagó con las principales agencias gubernamentales y no existe información completa y actualizada

aspectos que comprometen con sobradas razones la realización de esta investigación.

Teniendo en cuenta los recursos y capacidades de las bibliotecas públicas son limitados, permite formular uno de los interrogantes hacia los cuales conduce esta investigación ¿Cómo se preparan las bibliotecas públicas básicas 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 nos ocupa en esta investigación.

Por lo cual contar 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 esta investigación y la enmarca como un aporte a los procesos de desarrollo estratégicos del país en este momento.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la creación de nuevas bibliotecas públicas y el papel fundamental que estas cumplen ante la sociedad a la cual sirven, es necesario indagar como es la situación actual de estas bibliotecas, conocer si estas han implementado herramientas de mercadeo en sus sistemas de gestión, que les permitan tener un mayor posicionamiento ante la comunidad y ser cada día más competitivas y puedan cumplir con su misión y visión, ya que “si la biblioteca no cumple su misión de intercambio no tienen razón de ser y pueden perecer, desaparecer. De ahí, que a través de un intercambio exitoso con el usuario, la biblioteca garantiza su supervivencia”.⁶

Al mismo tiempo este proyecto se ha orientado en identificar las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias que existen actualmente en Bogotá, conocer la situación actual de estas e indagar sobre la utilización de herramientas propias del mercadeo como: mecanismos de promoción, difusión y comercialización de los servicios que prestan, cuales son las estrategias y herramientas hasta ahora utilizadas por las bibliotecas públicas, cual es el comportamiento de sus usuarios, que

⁶ DELGADO TORRES, Nora Alicia. Mercadeo: instrumento de gestión en las bibliotecas. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Antioquia. Vol. 19, N° 2 (jul-dic 1996): p.63.

servicios ofrece y como los ha conectado con su clientela, igualmente, cual es la capacidad operativa, financiera, de recursos, de infraestructura física.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

Identificar las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias en Bogotá y realizar un diagnóstico sobre la situación actual de la planeación estratégica de mercadeo en servicios de información en las Bibliotecas públicas básicas en Bogotá.

1.5.2. Específicos

- Identificar las bibliotecas públicas básicas que existen actualmente en Bogotá D.C., para una posterior visita de campo.
- Construir una herramienta de recuperación de información (encuesta), con fin de conocer aspectos básicos y específicos de las bibliotecas públicas.
- Tabular y analizar la información recolectada mediante la herramienta de recuperación de información.
- Diagnosticar la situación actual de las bibliotecas públicas, de acuerdo con las características y condiciones de uso de las herramientas del mercadeo.
- Definir un perfil de las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias de acuerdo con su estructura (tamaño, usuarios y servicios), financiamiento y dependencia administrativa.

1.6. DELIMITACIÓN Y ALCANCE

El objeto de investigación del trabajo son las bibliotecas públicas, básicas, locales y comunitarias en Bogotá, con el fin de conocer el comportamiento de diferentes variables relacionadas con el mercadeo, en la elaboración de un diagnóstico de la situación actual de estas

bibliotecas y en la construcción de un perfil de las bibliotecas públicas básicas.

2. MARCO TEÓRICO

Para identificar la realidad actual de las biblioteca públicas básicas, locales y comunitarias de Bogotá, fue necesario conocer que es la planeación estratégica para determinar como influye esta en las bibliotecas públicas en el logro de sus metas y objetivos mediante la implementación de un plan de mercadeo, definir que es mercadeo para relacionarlo con las funciones que desarrollan estas bibliotecas en la difusión de los productos y servicios que ofrecen a sus clientes reales y potenciales con el fin de satisfacer sus necesidades. Igualmente tener claro el concepto de Biblioteca Pública conocer cuales son las funciones, servicios y programa básicos y conocer una breve reseña sobre la historia de la Biblioteca Pública en Colombia y en Bogotá, con el fin de saber como ha evolucionado la biblioteca con el paso del tiempo.

2.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación es “simplemente una forma sistemática para que una organización intente controlar su futuro”⁷, estrategia es “la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar sus metas”⁸ y planeación estratégica que es:

“Un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla, con base en el análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación activa de los actores organizacionales, la obtención permanente de información sobre sus factores claves de éxito, su revisión, monitoria y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio”⁹.

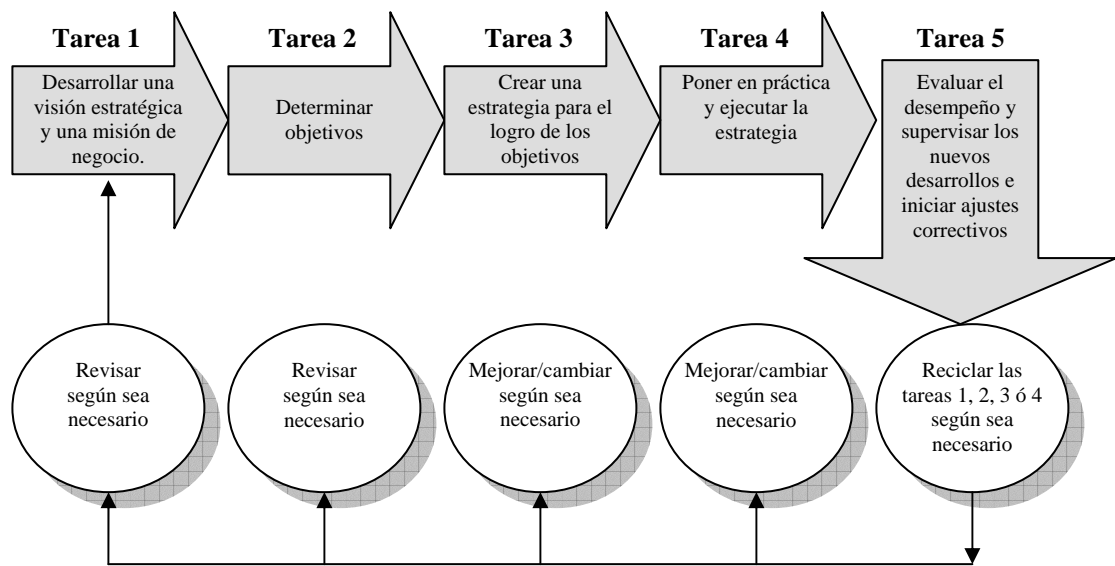
⁷ GUILTINAN, Joseph; GORDON, Paúl y MADDEN, Thomas. Gerencia de marketing: estrategias y programas. 8ed. Bogotá: McGraw Hill, 1999. p.15.

⁸ STONER, James; FREEMAN, Edwad y GILBERT, Daniel. Administración. 6 Ed. México: Prentice Hall, 1996. p.43.

⁹ SERNA GOMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. 8ed. Bogotá: 3R Editores, 2003. p.32.

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores, la planeación estratégica cumple un papel fundamental dentro de las bibliotecas públicas, ya que permite que estas definan con claridad sus objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo, de igual manera, identifiquen la forma de cómo alcanzar el éxito en un mercado cada día es más exigente, también a prever los problemas antes que estos surjan y afrontarlos antes que se agraven y reconocer las oportunidades seguras, riesgosas y poder elegir entre ellas, también permite la realización de un monitoreo constante mediante la utilización de mecanismos que ayuden a identificar la demanda y uso de los servicios, productos y el nivel participación en los programas que desarrolla la biblioteca, aspectos que se ven reflejados en la figura 1.

Figura 1. Tareas de la administración estratégica¹⁰



Dentro de la planeación estratégica las bibliotecas deben contemplar el plan de mercadeo, ya que las funciones del mercadeo están enmarcadas como una función estratégica que “incluyen la totalidad de las relaciones con los usuarios reales o potenciales que permitirán adaptar la oferta (la

¹⁰ ARELLANO CUEVA. Rolando. Marketing: enfoque América Latina. México: McGraw Hill, 2003, p.447.

colección y los servicios) a las necesidades de la población que trata de servir”¹¹.

El plan de mercadeo dentro de la biblioteca se debe desarrollar como una herramienta que facilite gestión, en la cual es necesario la participación y apoyo de todos los funcionarios para la definición de todos sus elementos, e identificar de servicios, programas y productos que se puedan ofrecer a la comunidad, teniendo en cuenta sus necesidades y los recursos físicos, humanos y económicos que se van a utilizar para la implementación de servicios, programas y productos dentro de la biblioteca.

Por lo cual si las bibliotecas públicas buscan un posicionamiento ante la comunidad, deben unir sus esfuerzos y desarrollar un plan estratégico que les permitan ser más competitivas, ofreciendo mejor y diversos productos y servicios a sus usuarios reales y potenciales, con el fin de garantizar su permanencia.

2.1.1. Elementos del plan estratégico.

Serna¹² describe como etapas del proceso de planeación estratégica:

Tabla 1. Elementos del plan estratégico

1.	Principios corporativos	Son el conjunto de valores, creencias, normas, que regulan la vida de una organización. Éstos definen aspectos importantes para la organización y que deben ser compartidos por todos.
2	Diagnóstico estratégico	Es el análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la institución.

¹¹ GIAPPICONI, Thierry. Gestión de la calidad y marketing en las bibliotecas públicas. Madrid: Fundación Bertesmann, 1999, p.115.

¹² SERNA, Op. Cit.,p.33-36

3.	Direccionamiento estratégico:	Las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia donde van, es decir, haber definido su direccionamiento estratégico el cual los principios corporativos, la misión y la visión de la organización.
4.	Proyección estratégica	<p>Objetivos: resultados a largo plazo que una organización espera lograr para hacer real la misión y la visión.</p> <p>Proyectos estratégicos: son un número limitado de áreas estratégicas en las cuales la organización, unidad estratégica de negocios o departamento, debe poner especial atención y lograr un desempeño excepcional, con el fin de asegurar una competitividad en el mercado. Los proyectos estratégicos son aquellas áreas condición para que el negocio logre sus objetivos.</p>
5	Alineamiento estratégico	Es el proceso mediante el cual una organización construye una visión compartida y la hace realidad en la gestión diaria de la empresa.
6	Plan Operativo	Estrategias: son las acciones que debe realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos. Las estrategias son, entonces, las que nos permiten concretar y ejecutar los proyectos estratégicos. Son el cómo lograr y hacer realidad cada objetivo y cada proyecto estratégico.

		Planes de acción: son las tareas que debe realizar cada unidad o área para concretar las estrategias en un plan operativo que permita su monitoría, seguimiento y evaluación.
7.	Monitoría estratégica:	Es el seguimiento sistemático del proceso estratégico con base en unos índices de desempeño y unos índices de gestión que permitan medir los resultados del proceso. Deben promover la información para la toma de decisiones estratégicas.

Estas etapas son importantes conocerlas y tenerlas bien definidas y aplicadas por todos los funcionarios que trabajan en las bibliotecas públicas, ya que están relacionados con aspectos esenciales de la organización como son: conocer su razón de ser, saber a donde se quiere llegar y como pueden lograr los objetivos propuestos, de igual manera. permiten analizar e identificar las fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades a las cuales se enfrentan, para tener un mayor posicionamiento ante la comunidad y poder cautivar otros usuarios, también el desarrollo de estas etapas permiten realizar un seguimiento y control con el fin de evaluar si los resultados alcanzados son iguales los esperados y poder hacer los ajustes necesarios.

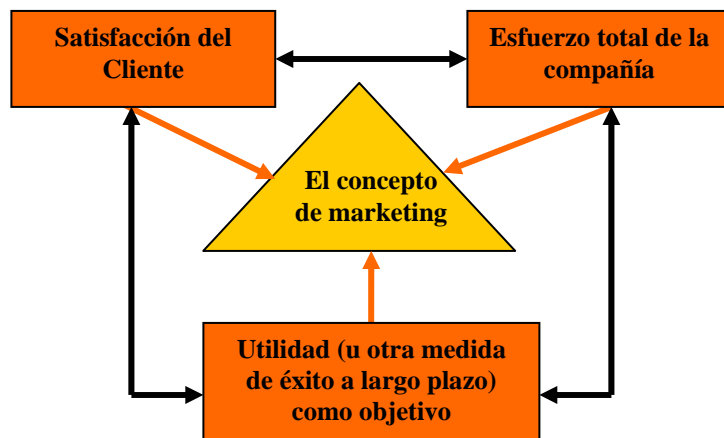
2.2. MERCADEO

Actualmente existen numerosos conceptos de mercadeo, entre los cuales vale la pena resaltar la definición dada por Kotler una de las autoridades en el tema, él define el mercadeo "como un proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros"¹³. Al mismo tiempo Lamb y Hair definen el mercadeo "como el proceso de planear y ejecutar la concepción, precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambio de satisfagan las metas individuales y las de la empresa"¹⁴.

¹³ KOTLER, Philip. Dirección de marketing. México: Pearson Educación, 2001. p.8.

¹⁴ LAMB, Charles y HAIR, Joseph. Marketing. México: Thomson, 2000. p.6.

Figura 2. Concepto de marketing¹⁵



De lo cual se puede concluir que el mercadeo una efectiva vía de comunicación efectiva entre lo que la biblioteca ofrece y el usuario que recibe los servicios, de igual manera, es un proceso de intercambio en el cual intervienen más de dos personas con el fin de conocer y satisfacer sus necesidades mediante la obtención de un producto o servicio, es importante aclarar que aunque se habla de personas, es posible que el proceso de intercambio se de entre personas-empresas o empresas-empresas (business to business).

2.2.1. El mercadeo de servicios.

Antes de definir que es el mercadeo de servicios es necesario conocer que "un servicio son aquellas actividades identificables, intangibles, objetos principales de una operación que se concibe para satisfacer las necesidades de los consumidores"¹⁶, estos servicios para que cumplan con la satisfacción de los usuarios deben ser de fácil acceso, se deben obtener en el momento oportuno y tener posibilidades de adquisición, lo cual crea beneficios relacionados con lugar, tiempo y posesión, beneficios que traen ventajas competitivas en cualquier empresa en este caso en las bibliotecas, ya que se atribuye un valor positivo al servicio después de obtenerlos y ayudan a mejorar la imagen corporativa.

¹⁵ MCCARTHY E. Jerome y PERREAULT, William. Marketing: un enfoque global. 13ª ed. México: McGraw Hill, 2000, p.34.

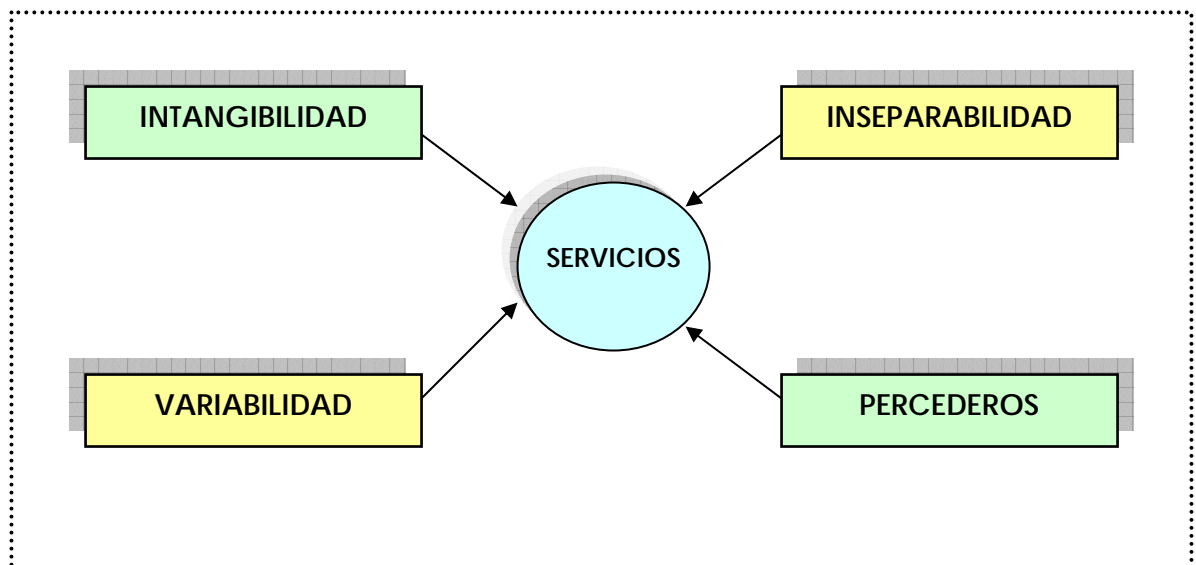
¹⁶ SOLANELLES ROJAS, María Julia. El Mercadeo y los servicios de información: instrumento de gestión en las bibliotecas. En: Revista ACIMED. La Habana. Vol. 11, No.4 (jul-ago. 2003); p.2

Ahora si puede definir que “el mercadeo de servicios es la especialidad de marketing que se ocupa de los procesos que buscan la satisfacción de las necesidades de los consumidores sin para ello sea fundamental la transferencia de un bien hacia el cliente”¹⁷. Este concepto llevado al ámbito de las bibliotecas significa que los servicios no se deben reducir solo a su estructura física, sino que van más allá y están relacionados con los servicios que se prestan en las bibliotecas como: consulta en sala, préstamo a domicilio, información local, formación de usuarios y servicios culturales entre otros, donde la biblioteca debe enfocar sus objetivos a responder a las necesidades de los usuarios, de tal forma que la información entregada a estos se convierta en conocimiento y cumpla con sus expectativas o las supere.

Los servicios tienen ciertas características que los distinguen de los bienes y que influyen en la satisfacción de los usuarios, estos aspectos también se deben tener en cuenta en el momento de realizar la mezcla de mercados (producto, plaza, precio y promoción).

2.2.2. Características del Mercadeo de Servicios.

Figura 3. Características del Mercadeo de Servicios.¹⁸



¹⁷ ARELLANO C. Rolando. Marketing enfoque América latina. México: McGraw Hill, 2003, p.512.

¹⁸ KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. 4 ed. México: Pearson Educación, 1998. p.265

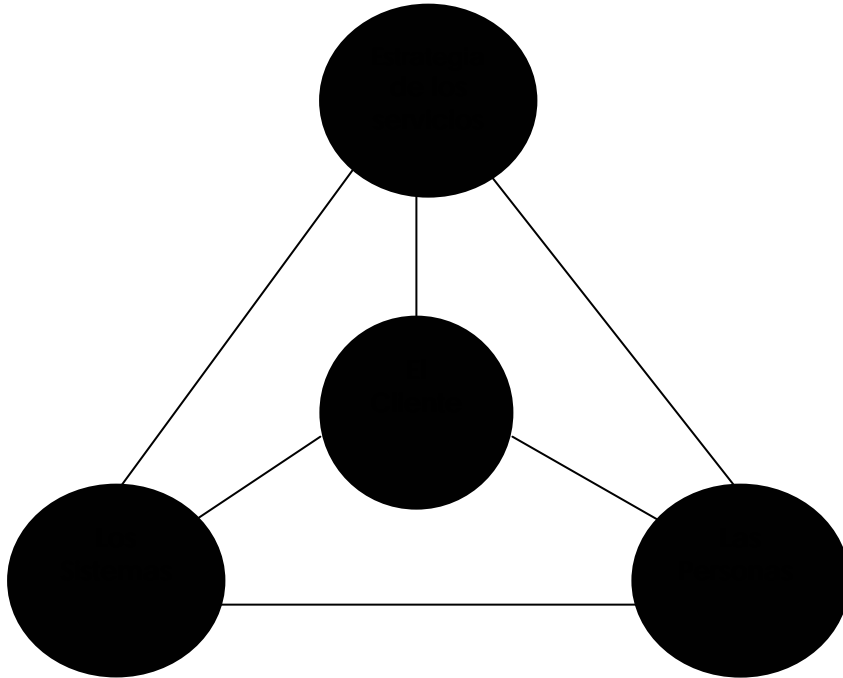
- **Intangibilidad:** se refiere a que los servicios no se pueden manipular, degustar, sentir, escuchar ni oler antes de su adquisición, aspectos que generan desconfianza entre los usuarios, para este caso se puede tener en cuenta la frase “hasta ver no creer”, ya que no tener un contacto anticipado con estos ponen en duda el logro de su satisfacción. Esta característica en los servicios que ofrecen las bibliotecas puede darse cuando un usuario solicita información sobre un tema específico para consulta en sala, pero no sabe si realmente, si en el material bibliográfico que le van a suministrar pueda obtener lo que necesita.
- **Inseparabilidad:** esta característica hace referencia a que el servicio va de la mano con la persona que lo proporciona, existe la interacción del proveedor-cliente, esto llevado al caso de las bibliotecas se da cuando un usuario necesita alguna información debe acercarse al encargado del servicio de consulta para que le colabore en la búsqueda de lo que necesita.
- **Variabilidad:** significa que los servicios no siempre son los mismos, ya que dependen de quienes lo suministran y del momento y lugar en que se llevan a cabo. Por ejemplo, el servicio de consulta en sala varía de acuerdo al personal que este encargado en ese momento, cambia de acuerdo a las necesidades de los usuarios y sobre todo de la percepción que los usuarios tengan de los resultados intangibles del mismo. Por lo cual es necesario que los prestadores de los servicios se capaciten, tenga una actitud positiva frente al trabajo que desarrollan y ofrezcan servicios con calidad en busca de la satisfacción del usuario.
- **Perecederos:** los servicios sólo se dan en el momento mismo de la fabricación y no se pueden almacenar o guardar, esto quiere decir que los requerimientos de los usuarios varían de acuerdo a sus necesidades y también de proveedor del servicio.

Además de estas características que influyen en la prestación de los servicios, existen otras interrelaciones identificadas dentro del triángulo de los servicios que afectan la prestación de los servicios y que se deben tener en cuenta para el mejoramiento continuo.

2.2.3. El triángulo de los servicios

“Es el marco que sustenta el modelo de administración orientado al mercado y describe las relaciones entre los sistemas, la estrategia de servicio y las personas”¹⁹.

Figura 4. El triángulo de los servicios.²⁰



Tal como lo muestra la figura el triángulo se basa en cuatro componentes que son:

- **Cliente:** esta en el centro del triángulo, ya que el servicio siempre debe estar centrado en el cliente, por que es la razón de ser del negocio.
- **Personas:** son los empleados que trabajan en la prestación de los servicios.
- **Estrategia:** es la visión en la cual deben estar comprometidos todos los empleados para guiar todos los aspectos del suministro del servicio.

¹⁹ HOFFAM, Douglas y BATESON, John. Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos. 2da Edición. México.2000. p. 21.

²⁰ Ibid., p. 22.

- **Sistema:** sistema físico y procedimientos que se utilizan en la prestación de los servicios.

Entre estos componentes existen seis interrelaciones claves para la prestación de los servicios

- **Cliente-Estrategia:** la estrategia debe considerar primero al cliente, al satisfacer sus necesidades verdaderas.
- **Cliente-Sistema:** el sistema (procedimientos y equipos) debe diseñarse teniendo en cuenta al consumidor.
- **Cliente-Personas:** las personas que trabajan tanto en la parte administrativa como en la operativa de la organización, deben orientarse siempre al cliente.
- **Personas-Sistema:** las personas dependen del sistema para suministrar un buen servicio. Los sistemas de servicio deben diseñarse para que sean simples y rápidos.
- **Estrategia-Sistema:** el sistema debe derivarse de la estrategia, pero rara vez lo hace.
- **Estrategia-Personas:** las personas de la organización deben conocer la estrategia

La utilización del triángulo de servicios dentro de la administración de los mismos cumple un papel fundamental, ya que permite identificar los problemas que se presentan en el servicio, determinar cuáles son las causas que afectan la calidad de estos y mejorar constantemente logrando la satisfacción y fidelidad de los clientes.

2.2.4. La calidad de los servicios

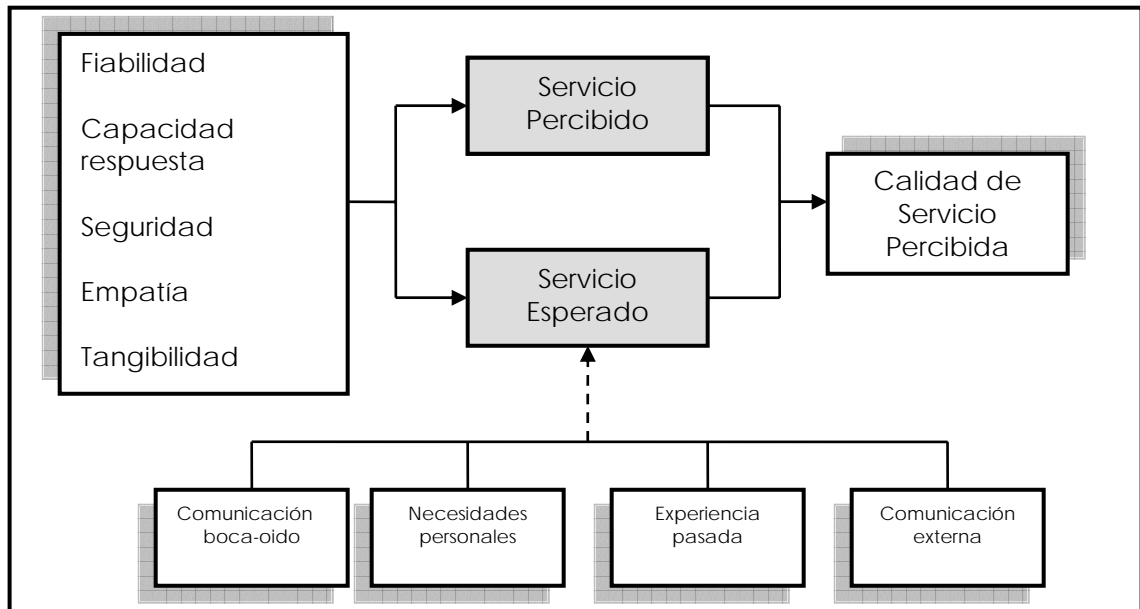
La calidad de los servicios es una estrategia que permite que cada unidad de información le de un valor agregado a los servicios que ofrece, permitiendo de esta manera que sean más competitivas en el mercado actual, y pueda cumplir con los requerimientos de los clientes atendidos y superar sus expectativas.

Aunque la calidad de los servicios es subjetiva, en algunos casos las referencias que tienen algunos usuarios respecto a los servicios recibidos

influyen en la percepción de otros usuarios, por lo cual es necesario que las bibliotecas y el personal que trabaja en ella, presten y ofrezcan los mejores servicios enfocados siempre hacia el cliente ya que ellos son la razón de ser del negocio.

La calidad de los servicios por parte de los usuarios se puede evaluar teniendo en cuenta los siguientes factores.

Figura 5. Factores para evaluar los servicios.²¹



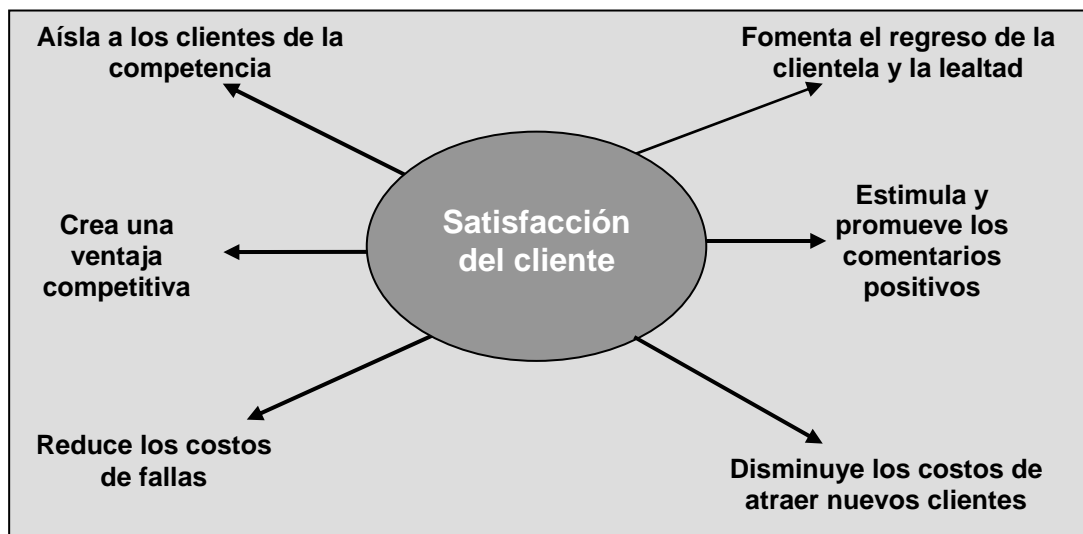
- **Fiabilidad:** esto quiere decir que el servicio se debe prestar de manera fiable y cuidadosa, se debe hacer siempre lo que se dice que se va hacer, de tal forma que lo recibido sea igual o superior a lo esperado.
- **Capacidad de respuesta:** es la disposición y voluntad que tienen los prestadores del servicio para ayudar a los usuarios a encontrar lo que necesita de manera rápida y oportuna.

²¹ SETÓ PAMIES, Dolors. De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid: ESIC, 2004. p.26.

- **Seguridad:** las personas encargadas de proveer los servicios deben demostrar que dominan y conocen bien el trabajo que desarrollan, de tal forma que inspiren credibilidad y confianza en la información que les suministra a sus usuarios.
- **Empatía:** es la atención, comunicación y respeto que tiene el proveedor del servicio con el usuario, situaciones que permiten darle un valor agregado a la prestación del servicio y hacer sentir que el usuario es lo más importante del negocio.
- **Tangibilidad:** como los servicios son intangibles los usuarios pueden realizar una preevaluación del servicio que van a recibir teniendo en cuenta por ejemplo las instalaciones físicas de la biblioteca, la decoración y señalización, carteleras informativas y el personal que atiende.

Cuando la calidad del servicio es tenida en cuenta y el cliente esta satisfecha con los servicios que le ofrece la biblioteca, siempre recurrirá a este mismo sitio en búsqueda de ayuda (fidelidad), también esta calidad permitirá mejorar la imagen de la biblioteca y generar confianza en sus usuarios y obtener una ventaja competitiva tal como lo muestra la siguiente figura.

Figura. Beneficios de la satisfacción y la calidad del servicio.²²

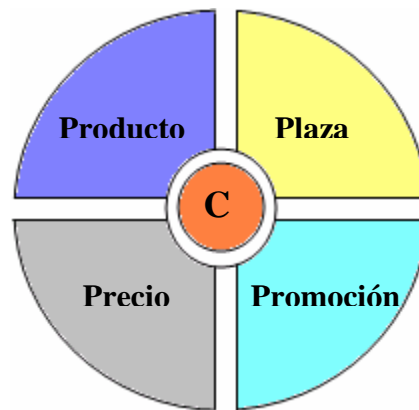


²² LOVELOCK, Christopher. Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos. México: Pearson Educación, 2004. p.155

2.2.3. Mezcla de mercados

El mercadeo en las bibliotecas es posible cuando este es orientado específicamente hacia los 4 aspectos que unen en términos generales todos los aspectos del mercadeo (producto, plaza, precio y promoción), los cuales deben interrelacionados y enfocados siempre hacia las necesidades del mercado, estos aspectos o elementos son conocidos como mezcla de mercados o las cuatro "P".

Figura 7. Mezcla de mercados²³



- **Producto:** "Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas"²⁴. Los productos dentro de las bibliotecas están relacionados con la información en todas sus formas y los servicios de préstamos, consultas, reprografía, actividades lúdicas, recreativas y culturales etc., que se prestan con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios.
- **Plaza y/o distribución:** "Incluyen las diversas actividades que la empresa realiza para poner el producto al alcance de los clientes meta"²⁵. Son los mecanismos e intermediarios para poner a disposición del cliente un producto o servicios, los cuales se pueden dar de manera directa o indirecta.

²³ Ibid.. p.47.

²⁴ KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Marketing. 8 ed. México: Pearson Educación, 2001. p.5.

²⁵ KOTLER, Op.cit., p.87.

- **Promoción:** “abarcan las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlos”²⁶. En las bibliotecas esta variable cumple un papel fundamental ya que su implementación permite dar a conocer su existencia y su importancia ante la comunidad, es difundir los servicios, programas y productos con los cuales cuenta; la promoción se puede dar mediante la utilización de folletos, plegables, publicidad en carteleras, pancartas, periódicos, emisoras etc., que sean llamativos para hacer conocer las bondades y características de nuestro producto o servicio.
- **Precio:** “es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto”²⁷. El precio dentro de las bibliotecas esta relacionado con el cobro en algunos de los servicios o productos que ofrecen a la comunidad por ejemplo: el servicio de fotocopiado, internet, afiliación etc.

De igual manera para que el mercadeo en las bibliotecas cumpla con los objetivos propuestos es necesario que se elabore un plan de mercadeo relacionado con el plan estratégico, que permita el direccionamiento en las actividades que se van a realizar, a continuación se enumeran los elementos que conforman el plan de mercadeo.

2.2.6. Segmentación de Mercados.

Para que las bibliotecas ponga en practica la mezcla de mercadeo y desarrollen sus estrategias definidas dentro del Plan de Mercadeo, es preciso que estas conozcan las características de la comunidad a la cual ofrecen sus servicios y productos, lo cual esta relacionado con la segmentación de mercados, que permite “dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable”²⁸., en la siguiente tabla 3 se muestran algunas variables se segmentación.

La Biblioteca pública puede definir diferentes criterios para segmentar su mercado pensando en la frecuencia de uso, el tipo de uso, el nivel educativo, el nivel socioeconómico entre otros, de manera tal que pueden ser detectados segmentos tales como amas de casa, estudiantes,

²⁶ KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Op.cit., p.51.

²⁷ Ibid.,p.51.

²⁸ ROJAS, María Julia. Marketing [en línea]. Madrid: [citado 15 jul.,2006]. Disponible en internet <http://www.mercadeo.com/documentos/es.htm>

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.

Tabla 2. Principales variables de segmentación²⁹.

Geográficas	Demográficas	Psicográficas	Conductual
Región del mundo o país	Edad	Clase social	Ocasiones
Región del país	Género	Estilo de vida	Beneficios
Tamaño de la zona metropolitana	Tamaño de la familia	Personalidad	Estatus de usuario
Densidad	Ciclo de vida familiar		Frecuencia de uso
Clima	Ingresos		Estatus de lealtad
	Ocupación		Etapa de preparación
	Educación		Actitud hacia el producto
	Religión		
	Raza		

La utilización del mercadeo ha ido aumentando dentro de las bibliotecas por que “se plantea como un instrumento positivo para hacer efectivo el vinculo de la biblioteca con su entorno”³⁰, allí se puede observar que es lo que realmente el cliente quiere o desea, al mismo tiempo contribuye en la creación de productos e implementación de programas y servicios de acuerdo con los perfiles de sus usuarios mediante: el estudio del mercado, conocimiento del usuario, orientación y atención al usuario, promoción, comunicación, difusión y campañas de lectura, los cuales le permiten identificar las características, motivaciones de sus clientes “conocer necesidades, estados de opinión y comportamiento frente a los productos y servicios”³¹ que se ofrecen.

- **Posicionamiento:**

Una vez realizada la segmentación e identificado el mercado meta, debe realizarse un estudio respecto a la *posición* que se desea de los servicios de la Biblioteca en cada segmento o en el mercado total es decir como se

²⁹ KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. 6 ed. México: Pearson, 2003. p.243.

³⁰ DELGADO TORRES, Nora Alicia. Mercadeo: instrumento de gestión en las bibliotecas. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol. 19, No.2 (jul-dic. 1996); p.61

³¹ DELGADO TORRES, Nora Alicia y SOSA SAURE, Hilda. Las bibliotecas y el marketing. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol. 17, No.2 (jul-dic. 1994); p.36

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 las otras bibliotecas, esto permitirá identificar el lugar en el mercado en el que se encuentra y lo que se necesita para mejorar, con base en dicho posicionamiento se fijarán metas y serán desarrolladas las estrategias de marketing.

2.3. CONTENIDO DEL PLAN DE MERCADEO.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary³² definen como elementos del plan de mercadeo:

Tabla 3. Contenido del plan de mercadeo

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Resumen ejecutivo	Descripción breve de los puntos clave y los objetivos del plan de marketing.
Situación actual del marketing	Resumen de las tendencia del entorno: <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la situación interna y externa (productos, mercados, resultados anteriores, competidores, otras factores ambientales) • Análisis DAFO (debilidades y fuerzas internas y amenazas u oportunidades externas)
Objetivos	Esbozo de los objetivos concretos de marketing a conseguir e identificación de aspectos que pueden afectar a la consecución de dichos objetivos.
Mercado objetivo	Exposición de las decisiones de segmentación, selección de mercados objetivos y posicionamiento, así como análisis del mercado y segmentos a alcanzar a través de la estrategia de marketing.
Estrategia de marketing	Definición de la estrategia a desarrollar para conseguir los objetivos de marketing.
Programas de marketing	Delimitación y definición de los programas para llevar a cabo la estrategia de marketing elegida, incluyendo actividades concretas, planificación temporal de las mismas y asignaciones de responsabilidades para: Producto, Precio, Promoción, Distribución y Servicios

³² KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Op.cit., p.53.

Planes financieros	Detallas los ingresos esperados, gastos y beneficios en función de los programas de marketing establecidos en el plan.
Control de aplicación	Indicar cómo se va a medir la evolución hacia los objetivos y cómo se llevarán a cabo los ajustes para mantener los programas dentro de las previsiones.

Contar con estos elementos bien definidos, permiten que las bibliotecas tengan objetivos claros, analicen la situación actual y busquen oportunidades que les permita un posicionamiento ante en el mercado actual.

2.4. EL MERCADEO Y SU IMPORTANCIA EN LAS BIBLIOTECAS

Teniendo en cuenta las definiciones sobre mercadeo y que este es "importante para que las bibliotecas puedan vivir, sobrevivir, y enfrentar nuevos desafíos y oportunidades"³³, y al mismo tiempo "contribuye a aumentar el número de consumidores o usuarios de un producto o de un servicio"³⁴, Las entidades encargadas del funcionamiento de las bibliotecas deben ser concientes de la importancia y la necesidad de implementar un plan de mercadeo en las actividades que realizan, ya que este permite que las personas que trabajan en la biblioteca mejoren, tengan mayor compromiso y desarrollen mecanismos y actividades encaminadas a la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

El mercadeo dentro de las bibliotecas es un canal de información constante, que ayuda a recopilar datos relacionados con la opinión que tienen los usuarios sobre la biblioteca, identificar cuales son los productos más utilizados, conocer que servicios se deben implementar. Por lo cual,

³³ GUPTA, Dinesh K. Marketing of library and information services: building a new discipline for library and information science education in Asia: En: Periódico de Malaysian de Biblioteca & la Ciencia de Información. Vol. 8, No. 2 (2003); p.95.

³⁴ COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. La biblioteca pública que queremos. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2001, p.9.

Ramos³⁵ afirma que la implementación del mercadeo dentro de las bibliotecas ayudan a determinar:

- La clientela potencial de los diferentes productos o servicios y conocer sus características, necesidades y motivaciones
- Las características de los productos (naturaleza, contenido, presentación, calidad, disponibilidad).
- La posición relativa de los productos en relación a los productos similares.
- Las posibilidades de desarrollo del mercado sea por extensión (nuevos grupos de usuarios potenciales), o por profundización (conseguir que el mayor número de usuarios potenciales se conviertan en usuarios reales).
- Las estrategias de promoción y difusión de productos.

Dentro del mercadeo en la biblioteca actúan varios elementos que hacen que el proceso de intercambio se de (usuarios, proveedores, otras bibliotecas y entidades que las financian), por lo cual es necesario tener un acercamiento con estos, conociendo sus necesidades y demandas de información, definiendo sus intereses, buscando que hagan uso de los servicios y programas, aspectos que favorecen al posicionamiento y reconocimiento de la biblioteca ante la comunidad.

2.5. LA BIBLIOTECA PÚBLICA

Existen varias definiciones sobre biblioteca dentro de las cuales vale la pena resaltar las siguientes:

El Manifiesto de la UNESCO sobre la Biblioteca Pública.1994, define que:

“La biblioteca pública es un centro local de información que facilita a sus usuarios todas las clases de conocimiento e información. Los servicios de la biblioteca pública se prestan sobre la base de igualdad de acceso para todas las personas, sin tener en cuenta su edad, raza, sexo, religión, nacionalidad, idioma o condición social. Deben ofrecerse servicios y materiales especiales para aquellos usuarios que por una u otra

³⁵ RAMOS SIMÓN, Luis Fernando. Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales. Madrid: Síntesis, 1995. p.147.

razón no pueden hacer uso de los servicios y materiales ordinarios, por ejemplo, minorías lingüísticas, personas con discapacidades o personas en hospitales o en prisión”³⁶.

En consonancia con lo anterior, la biblioteca pública cumple una función social de vital importancia en la transmisión de información para el desarrollo del país y deberá prestar sus servicios en igualdad de condiciones de acceso a todas las personas y adecuar o implementar nuevos servicios de acuerdo a las condiciones físicas de los usuarios. Actualmente los tipos de usuarios que hacen uso de los servicios de las bibliotecas públicas son: niños, estudiantes de primaria y secundaria, estudiantes universitarios, amas de casa, adultos mayores y empleados.

Fundalectura comparte la definición dada por la UNESCO y agrega que “la biblioteca pública brinda acceso al conocimiento, a la información y a las obras de la imaginación gracias a toda una serie de recursos y servicios y está a disposición de todos los miembros de la comunidad por igual”³⁷, se puede observar que las bibliotecas son un apoyo a nivel educativo y son un estímulo hacia la frecuencia y permanencia en la búsqueda del conocimiento.

Al mismo tiempo el Ministerio de Cultura de Colombia y Fundalectura³⁸ toman como base la definición planteada en las directrices del IFLA/UNESCO y agregan que la biblioteca pública es un servicio básico e imprescindible que dinamiza, por medio de la actualización y la difusión de información, los procesos de identidad, de participación ciudadana y de transformación social. Es un instrumento vivo que estimula la lectura como medio de enriquecimiento intelectual y espiritual. Es un centro comunitario que ofrece a los usuarios de diversas edades la opción de autoformarse y de ejercer el derecho a la información.

Se puede afirmar que la biblioteca pública “no es un centro destinado únicamente a conservar una colección de libros antiguos o viejos. No es

³⁶ FUNDACIÓN GERMÁN SÁNCHEZ RUIPÉREZ. Manifiesto de la UNESCO sobre la Biblioteca Pública. 1994 [en línea]. España: [citado 18 jul.,2005]. Disponible en internet <http://www.fundaciongsr.es/documentos/manifiestos/mani94es.htm>

³⁷ FUNDALECTURA. Servicio de bibliotecas públicas: directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo. Bogotá: Fundalectura, 2002. p. 9.

³⁸ COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA, Op.cit., p.9.

sólo una sala de estudio”³⁹. La biblioteca pública es un espacio libre que permite la participación activa de la comunidad en la utilización de sus servicios y programas, los cuales se ofrecen de forma gratuita y apoyan el desarrollo sociocultural de la comunidad, ya que están basados en objetivos educativos, informativos, comunicativos, recreativos y culturales que apoyan al mejoramiento de su calidad de vida.

2.5.1. Funciones de la biblioteca pública.

Teniendo en cuenta que la biblioteca pública juega un papel fundamental en la satisfacción de las necesidades de información de los usuarios, es necesario conocer cuales son las funciones que debe desarrollar la biblioteca pública. Según la última edición del Manifiesto de la UNESCO de 1994 documento recopilado por Gómez Hernández⁴⁰, define como funciones:

- Crear y consolidar los hábitos de lectura en los niños desde los primeros años.
- Prestar apoyo a la educación, tanto a nivel individual como autodidacta, así como a la educación formal en todos los niveles.
- Brinda posibilidades para el desarrollo personal creativo.
- Estimular la imaginación y creatividad de niños y jóvenes.
- Fomentar el conocimiento del patrimonio cultural, la valoración de las artes, de los logros e innovaciones científicas.
- Facilitar el acceso a las expresiones culturales de todas las manifestaciones artísticas.
- Fomentar el dialogo intercultural y favorecer la diversidad cultural.
- Prestar apoyo a la tradición oral.

³⁹ FERNANDEZ ABALLI, Isidro. El rol de las bibliotecas públicas en la sociedad de la información: ponencia inaugural del II congreso internacional de bibliotecas públicas. Puerto Vallarta, México [en línea]. 2003. URL http://www.cerlalc.org/reflexiones/Bibliotecas_Públicas.doc (consulta: 20 mayo, 2005).

⁴⁰ GÓMEZ HERNÁNDEZ, José Antonio. Gestión de bibliotecas: texto guía de las asignaturas de biblioteconomía general y biblioteconomía especializada. Madrid: Universidad de Murcia, 2002. p. 267.

- Garantizar a los ciudadanos el acceso a todo tipo de información de la comunidad.
- Prestar servicios adecuados de información a empresas, asociaciones y agrupaciones de ámbito local.
- Facilitar el progreso en el uso de la información y su manejo a través de medios informáticos.
- Prestar apoyo y participar en programas y actividades de alfabetización para todos los grupos de edades.

Con el fin de dar cumplimiento con las funciones del Manifiesto de la UNESCO, la Biblioteca Pública debe desarrollar programas y servicios que involucren a niños, jóvenes y adultos, deben implementar planes de mercadeo y mecanismos de participación activos, que le permitan a la comunidad conocer las actividades que se desarrollan, en busca del crecimiento personal e intelectual de la comunidad.

2.5.2. Programas de la biblioteca pública.

Para que las bibliotecas cumplan con sus funciones básicas, deben desarrollar programas, actividades y servicios de acuerdo con las expectativas y necesidades e intereses de sus diferentes usuarios, es necesario también conocer las características de la comunidad y pensar en las personas que tienen limitaciones físicas y no pueden acceder a los servicios que estas ofrecen. Las bibliotecas también deben arriesgar y asumir con responsabilidad los nuevos cambios (implementar nuevas tecnologías), deben abrir su espacio y estar presentes en otros lugares de su localidad, donde permitan la participación de comunidades que por diferentes motivos no pueden acceder a las actividades que allí se realizan.

La implementación de los programa dentro de las BP en la mayoría de los casos dependen de los recursos económicos, físicos y humanos con que cuente la biblioteca; en la cartilla "la biblioteca pública que queremos"⁴¹ elaborada por el Ministerio de Cultura y Fundalectura se sugieren como programas de la BP los siguientes:

⁴¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE CULTURA. Op.cit., p.9.

- **Programa de acceso a la información y desarrollo de colecciones:** que corresponde a los servicios de consulta, investigación y préstamo de materiales, algunos proyectos que dependen de este programa son:
 - Desarrollo de colecciones: compra de material bibliográfico según estudio de necesidades.
 - Circulación y préstamo: servicio de circulación de material dentro y fuera de la biblioteca.
 - Consulta en sala
 - Consulta de obras de referencia
 - Préstamo externo
 - Préstamo interbibliotecario
 - Sala infantil
- **Programa de fomento de la lectura y la investigación:** tiene como objetivo la formación de lectores.
 - Clubes de lectura
 - Hora del cuento
 - Clubes de ciencia
 - Talleres de promoción a la lectura
 - Colecciones viajeras
- **Programa de difusión y promoción de la biblioteca:** dar a conocer los servicios que ofrece a sus usuarios.
- **Servicio de información local:** recolección de información sobre entidades (direcciones, números telefónicos y horarios de atención) de la localidad y ciudad donde los usuarios pueden consultar esta información para la realizar trámites.
- **Fomento y divulgación cultural:** realización de actividades culturales que permitan la participación de la comunidad.

Teniendo en cuenta estos programas, el paso del tiempo y los avances tecnológicos la biblioteca pública tiene que dejar de ser una entidad pasiva para convertirse en una entidad activa, más competitiva, eficiente y efectiva, sin abandonar su esencia (su función social), la cual debe estar enfocada al mejoramiento del nivel de vida de la comunidad.

La biblioteca pública no solo debe realizar y prestar sus servicios tradicionales, "la biblioteca pública debe asumir nuevas funciones, que van

mucho mas allá del préstamo y la lectura”⁴², esta debe asumir su rol como biblioteca moderna, siendo capaz de ofrecer servicios especializados, avances tecnológicos (documentos en otros soporte, internet y multimedia), agilización de los trámites de circulación, aceleración de localización de información, alfabetización del usuario para conocer la biblioteca pública y formación de lectores.

Teniendo en cuenta las nuevas tecnologías y que las necesidades de información de los usuarios son cada día más exigentes a nivel personal y cultural, las bibliotecas debe desarrollar “mecanismos e innovaciones tendientes a agilizar, acelerar, especializar y alfabetizar los procesos de acceso a la información, a la lectura y a los servicios bibliotecarios”⁴³, que permitan el aprovechamiento de los recursos informativos y del tiempo libre de sus usuarios.

2.6. HISTORIA DE LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS EN COLOMBIA

Este apartado compila una breve historia del origen de la biblioteca pública en Colombia. En el artículo titulado la biblioteca pública en Medellín: un acercamiento a su contexto legal elaborado por Jaramillo⁴⁴, habla sobre la legislación nacional donde escribe que la primera disposición legal sobre la biblioteca pública corresponde al Decreto de la Junta Superior de Aplicaciones del 20 de julio de 1773 que establece la Real Biblioteca Pública de Santafé en la ciudad de Bogotá.

La Real biblioteca pública de Santafé se inició con los libros expropiados a la compañía de Jesús, producto de la expulsión ordenada por el Rey Carlos III a la biblioteca, posteriormente, le fueron anexadas colecciones de gran importancia histórica para el país como los documentos de la Real Expedición Botánica, los libros de José Celestino Mutis y de Antonio Nariño y finalmente en el año de 1991 por su responsabilidad como biblioteca nacional (rescate preservación del patrimonio bibliográfico nacional), la biblioteca limita su carácter de pública; es pública en cuanto su existencia

⁴² DOMINGUEZ SANJURJO, M. Ramona. MERLO VEGA, José Antonio. La biblioteca pública al servicio de la comunidad [en línea]. URL <http://www.fundaciongsr.es/bp/bp05.html> (consulta: agosto, 2005).

⁴³ TREVIÑO GARCIA, Roberto. Hacia la biblioteca pública moderna. En: Los Procedimientos Segundo Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas: "EL Desarrollo de Estrategias y Proyectos párrafo" Guadalajara, Jalisco (México), 2000. p. 146

⁴⁴ JARAMILLO, Orlanda. La biblioteca pública en Medellín: un acercamiento a su contexto legal. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol. 27, No.1 (jun-jul.2004); p.95.

y funcionamiento es responsabilidad del Estado y por preservar un patrimonio común, pero limita sus servicios a un público especializado

En el año de 1870 incluyen a la biblioteca pública como una oportunidad de garantizar a la población el acceso a la educación y al conocimiento, como estrategia para la formación de un espíritu de unidad nacional. Políticas que se orientaron a la creación de escuelas, a la gratitud y obligatoriedad de la educación, al incremento de la población matriculada en las escuelas públicas y además, a la creación de bibliotecas públicas.

Solo a partir de 1950 comienza un desarrollo legislativo sistemático en el país, con la promulgación del "Decreto 1776 de 1951" que crea las primeras bibliotecas públicas, adscritas al Departamento de Bibliotecas y Archivo Nacional del Ministerio de Educación. Años más tarde se promulga la "Ley 56 de 1954", por la cual se estimula el establecimiento y desarrollo de las bibliotecas departamentales.

Mediante el "Decreto 3154 de 1968"⁴⁵ se crea el Instituto Colombiano de Cultura - Colcultura, al que se le asigna la función de "fomentar el desarrollo de las bibliotecas públicas del país y establecer políticas que permitan su mejoramiento cualitativo y cuantitativo, constituyéndose ésta en una de las principales disposiciones referida a la creación y mantenimiento y fortalecimiento de las Bibliotecas Públicas en el país y el soporte legal para el apoyo de las iniciativas bibliotecarias en el país"⁴⁶.

A partir de 1968 las bibliotecas públicas se adscriben a Colcultura, se comienzan a discutir los aspectos básicos para implementar una política nacional para su desarrollo luego del establecimiento de acciones y funciones, y de la ampliación del concepto de biblioteca como un centro de promoción cultural de la comunidad. En 1991, los aspectos legales sobre la biblioteca pública tienen su marco general en la Constitución Política de país.

⁴⁵ COLOMBIA. Alcaldía Mayor de Bogotá. Normatividad. [en línea]. <http://www.alcaldia.gov.co/sisjur/normas/norma1> (consulta: agosto, 2005).

⁴⁶ COLOMBIA. UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. La biblioteca pública: una mirada desde su génesis y desarrollo. Medellín: Escuela Interamericana de Bibliotecología, Centro de Investigaciones en Ciencias de la Información. 2005. p. 42.

2.7. LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS EN BOGOTÁ

Cuando se habla de bibliotecas públicas en Bogotá no sólo se debe tener en cuenta las que son creadas y administradas por la Nación, sino también aquellas que son financiadas por fondos privados como son las cajas de compensación familiar (Colsubsidio y Compensar etc.) y las que son creadas por la comunidad.

En el país y en especialmente en Bogotá existe un grupo importante y creciente de bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias las cuales son:

“Creadas, desarrolladas y sostenidas por grupos organizados de la comunidad como parroquias, grupos juveniles, sindicatos, cooperativas, asociación de vecinos, etc. Estas se mantienen con el trabajo voluntario de miembros de la comunidad; generalmente funcionan en locales estrechos, sus colecciones provienen de donaciones y en muchos casos son la única alternativa de servicio de información con la que cuentan ciertas comunidades”⁴⁷.

Las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias, son conformadas por personas y/o entidades que ha unido esfuerzos para establecer, mantener y mejorar la calidad de vida de su comunidad, permitiendo que estos cuenten con un espacio donde pueden desarrollar actividades de carácter educativo, lúdico, recreativo y cultural y al mismo tiempo puedan tener un acercamiento a la información, mediante la utilización de los servicios y programas que ofrecen.

Es necesario resaltar que “La biblioteca pública popular contribuye a la construcción de la identidad social del barrio, a partir del rescate, promoción y apoyo de las diferentes manifestaciones culturales, educativas y organizativas que se dan en la comunidad”⁴⁸, teniendo en cuenta la contribución que hace la biblioteca pública a la comunidad, es

⁴⁷ RODRIGUEZ SANTA MARIA, Gloria María. Influencia del manifiesto de la UNESCO sobre la biblioteca pública en Colombia. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol.17, No.2 (jul-dic. 1994); p.41-53

⁴⁸ JARAMILLO, Orlanda, MONTOYA R., Mónica, y GOMEZ, Bibiana. La biblioteca pública popular: cuatro experiencias de desarrollo. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol. 25. No. 1 (ene-jun. 2002); p. 37-63

necesario que la sociedad en general le de el valor que se merece y ayude a su crecimiento, apoyando las actividades y programas que esta realiza con el fin de satisfacer las necesidades de información de su comunidad.

En la mayoría de los casos estas bibliotecas se encuentran ubicadas en zonas marginadas de la ciudad y con un alto nivel de necesidades básicas insatisfechas (carecen de vivienda, servicios públicos, salud, instituciones de educación), donde cada día crece el número de habitantes a causa del desplazamiento de la población de todo el país. Teniendo en cuenta estas necesidades las juntas de acción comunal han jugado un papel importante ya que fueron “creadas con el propósito de legalizar las relaciones entre los pobladores y la administración municipal, se convirtieron en el núcleo de trabajo comunitario y en una de las formas organizativas más eficientes de carácter formal que se establecieron por las instituciones gubernamentales y avaladas por la comunidad”⁴⁹.

Las juntas de acción comunal de los diferentes barrios de Bogotá y su estrecha relación con la comunidad, se han preocupado por unir esfuerzos con el fin de satisfacer algunas de las necesidades básicas que tiene la sociedad como es la educación, por eso son conscientes que “la biblioteca pública puede convertirse en un medio de acceso más eficaz para la inclusión social de las poblaciones marginadas del proceso educativo y cultural”⁵⁰. Actualmente también se han preocupado por crear y disponer de un espacio donde pueda funcionar una biblioteca, estas han sido instaladas en casas de familia, en el salón de la junta de acción comunal, el salón parroquial etc., son dotadas con libros, muebles donados por la misma comunidad.

El funcionamiento de las bibliotecas esta a cargo del grupo barrial, en algunas de las bibliotecas la comunidad hace parte del personal voluntario que apoya la prestación de los servicios con los que cuenta la unidad de información, buscando así contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, esta labor también es apoyada por las instituciones de educación secundaria, que se encuentran localizadas en el mismo barrio o localidad, allí los estudiantes de bachillerato quienes

⁴⁹ ECHAVARRIA, Luís Hernando. Experiencias significativas desde la biblioteca popular. En: Memorias del Encuentro de Bibliotecarios Populares: por el fortalecimiento de las dinámicas sociales. Medellín: Escuela Interamericana de Bibliotecología, Biblioteca Pública Piloto, Fundación Ratón de Biblioteca, 2002. p. 29.

⁵⁰ SUAIDEN, Emir José. El impacto social de las bibliotecas públicas. En: Anales Documentales. N° 5 (2002); p.338.

realizan el servicio social en las bibliotecas son los encargados de decorar el espacio, asesorar a los usuarios en la búsqueda de la información, y organización de la colección y el desarrollo de actividades educativas, lúdicas, talleres de lectura que permiten que los niños, jóvenes y adultos aprovechen su tiempo libre y mejoran su calidad de vida y sean un apoyo en el fortalecimiento democrático.

3. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

El tipo de estudio realizado es exploratorio ya que este tiene “como objetivo la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis”⁵¹. Lo cual aplica a esta investigación puesto que al no existir información concreta sobre las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias y la implementación de herramientas de mercadeo, permitió indagar como es la situación actual de estas bibliotecas.

Para identificar la situación del mercadeo de servicios y programas que ofrecen las bibliotecas públicas se dividió la investigación aplicada, en cinco (5) fases:

1. Propuesta teórica
2. Recuperación de información
3. Análisis y diagnóstico de la información (véase capítulo 4)
4. Definición del perfil de las BP locales y comunitarias (véase capítulo 5)
5. Productos y resultados (véase capítulo 6)

3.1. PROPUESTA TEÓRICA

Consistió en la revisión exhaustiva de material bibliográfico relacionado con: planeación estratégica, mercadeo, mercadeo de servicios, la biblioteca pública, funciones, programas y la biblioteca pública en Colombia y Bogotá, estos temas se definieron en la investigación por que permitieron conocer, como influye la planeación estratégica en el logro de los objetivos propuestos por las bibliotecas, identificar las herramientas de mercadeo que estas deben utilizar con el fin dar a conocer los servicios y programas que ofrece a la comunidad para tener un mayor posicionamiento en el mercado actual, determinar cuales son las funciones y programas básicos ó mínimos que deben ofrecer las

⁵¹ MÉNDEZ ÁLVAREZ. Carlos Eduardo. Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación. México: McGraw-Hill, 2003. p.134-135.

bibliotecas y conocer como ha sido la evolución de las bibliotecas públicas locales en Colombia.

Esta información también fue útil para realizar el análisis y diagnóstico de la información sobre el mercadeo de servicios en las bibliotecas públicas locales y comunitarias de Bogotá D.C., por que permito conocer la situación actual de las Bibliotecas.

3.2. RECUPERACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la recuperación de la información sobre el uso de herramientas y estrategias de mercadeo en las bibliotecas públicas locales y comunitarias en Bogotá, se utilizaron los siguientes instrumentos:

3.2.1 Datos internos.

Se consultó la información al interior de las bibliotecas, donde tienen registradas las características y estadísticas de los usuarios, servicios y productos, utilización de esto y los que quieren implementar con el fin de satisfacer las necesidades de la comunidad.

3.2.2 Inteligencia de mercados.

Se consultó sobre la cantidad, ubicación y características de las bibliotecas públicas en entidades que trabajan y apoyan las actividades que estas desarrollan. Las entidades cuentan con listados de datos básicos (nombre de la biblioteca, la dirección y el número telefónico), los cuales no están actualizado pero fueron útiles en la recuperación de información. No poseen información relacionada con el mercadeo de servicios, planeación estratégica, capacidad administrativa y mezcla de mercados.

3.2.3 Investigación de mercados.

Mediante la aplicación de la encuesta y el instrumento de observación que se realizó en cada biblioteca, se obtuvo información más precisa acerca de:

- Los servicios que ofrecen cada una de ellas a los usuarios.
 - Cuales de estos servicios son los más utilizados.
 - La frecuencia de uso de los servicios.
 - La calidad en la prestación de los servicios.
 - Como se encuentra posicionada la biblioteca ante la comunidad.
 - La existencia de bibliotecas cercanas
 - Mezcla de mercados
- **Encuesta:** se elaboró para conocer ciertas características de las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias en Bogotá: y abarcó las siguientes aspectos: identificación de la biblioteca, recursos físicos, bibliográficos, humanos y tecnológicos, uso de herramientas de planeación y estrategia, herramientas y técnicas de mercadeo utilizadas: (conocimiento del entorno, análisis de debilidades, fortalezas, marcos normativos como misión, visión y cultura organizacional, segmentación de mercados, sistemas de información de mercados, fidelización de clientes, portafolio de productos, diseño de productos, publicidad y canales de distribución). (véase el Anexo A). Para la elaboración de este instrumento fue importante cuidar el aspecto formal del cuestionario, el orden lógico de las preguntas, ya que no sólo nos aseguramos de que el encuestado respondiera de un modo fiable las preguntas formuladas, sino también a la validez de la información obtenida.

Las encuestas fueron contestadas por los responsables de dirigir y coordinar la biblioteca, quienes son los encargados de la elaboración y la ejecución del plan de acción de esta y tiene un conocimiento amplio sobre su funcionamiento.

Se aplicó una prueba piloto a las bibliotecas públicas locales comunitarias encontradas, con el fin de realizar los ajustes necesarios en el formato de la encuesta y el instrumento de observación, para obtener una información precisa con los requerimientos de la investigación.

- **Observación:** se aplico este instrumento a todas las Bibliotecas Públicas cuando se realizó la búsqueda de información (véase el Anexo B) con el fin de complementar la información de recopilada en la encuesta.

3.2.4 Análisis de la información.

La información que se recopiló sobre las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias de Bogotá, se encuentra desactualizada, por lo cual el inventario que se entrega en esta investigación será una herramienta útil para conocer las bibliotecas que existen actualmente en Bogotá.

Para realizar el análisis y diagnóstico sobre el mercadeo de servicios en las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias, se tuvieron en cuenta las variables del plan de mercadeo, se analizó la información recopilada en las encuestas que fueron contestadas por los coordinadores y/o responsables de las bibliotecas y la información recopilada mediante el instrumento de observación, estos datos fueron importantes para conocer la situación actual de las bibliotecas y determinar que herramientas de mercadeo deben desarrollar con el fin de mejorar sus servicios y lograr su posicionamiento ante la comunidad (véase capítulo 4).

3.2.5 Variables.

El análisis de la situación en la que se encuentran las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias en Bogotá se realizó teniendo en cuenta las siguientes variables:

- Identificación. Nombre, teléfono y ubicación.
- Capacidad administrativa (planeación estratégica, objetivos, controles y presupuestos).
- Conocimiento del entorno.
- Estrategias de mercadeo (diversificación y penetración).
- Cliente (segmentación, características y necesidades).
- Mezcla de mercados (plaza, producto/servicio, precio y promoción).
- Sistema de información de mercados – SIM

3.2.6 Análisis muestral.

Como propuesta inicial se propuso trabajar por lo menos el 50% de las bibliotecas públicas básicas, locales o comunitarias, partiendo del supuesto referencial de la existencia en promedio de 150 de estas bibliotecas en Bogotá. Sin embargo, la población total identificada fue de 77 bibliotecas, de tal manera que se determinó trabajar con el 100%. Como resultado final se logro analizar el 84% de las mismas, teniendo en

cuenta que 12 de ellas, plenamente identificadas, se encontraban clausuradas o cerradas por diferentes circunstancias (falta de recursos, remodelación) y el estudio implica el conocimiento de fenómenos actuales de cómo están funcionando y operando

3.3. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN

Se tabuló y se analizó la información recuperada de manera independiente, siguiendo los lineamientos generales y las variables determinadas para el estudio (véase capítulo 4).

3.4. DEFINICIÓN DEL PERFIL DE LAS BIBLIOTECAS BÁSICAS, LOCALES Y COMUNITARIAS

Se definió el perfil teniendo en cuenta su tamaño (recursos bibliográficos, humanos y población), dependencia administrativa y esquema de financiación (véase capítulo 5).

3.5. PRODUCTOS Y RESULTADOS ESPERADOS

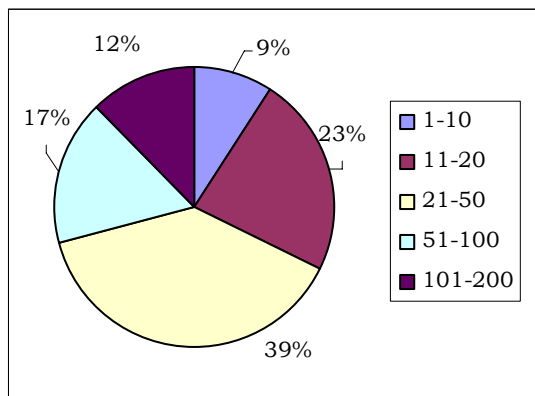
En términos generales, los productos esperados para esta investigación fueron:

- **Inventario de Bibliotecas públicas locales y comunitarias.** Consistió en la sistematización de la información básica de las bibliotecas (ubicación geográfica (ciudad/ localidad), el departamento y los datos de identificación (dirección, teléfono, e-mail)), esta información se recuperó en una base de datos general utilizando Excel. (véase anexo C y D).
- **Diagnóstico “Uso de herramientas de mercadeo” de las BP locales y comunitarias.** Es un registro detallado sobre que herramientas y procesos se realizan: como se usan, con que recursos, quien las utiliza, que cobertura y que registros se llevan.
- **Perfil de las Bibliotecas Públicas Básicas, Locales y Comunitarias.** Con la información recuperada en el diagnóstico se obtuvo el perfil general de las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias, este producto básicamente lo que realizó fue el agrupar las características más destacables de las bibliotecas públicas.

4. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN SOBRE EL MERCADEO DE SERVICIOS EN LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS BÁSICAS, LOCALES Y COMUNITARIAS DE BOGOTÁ D.C.

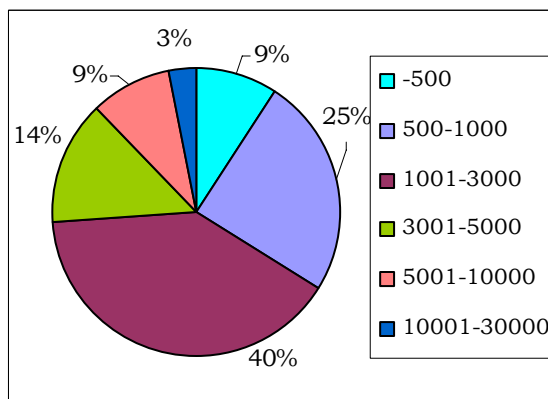
El análisis se basa en la tabulación de la información recopilada, la cual esta reflejada en cada una de las graficas.

Pregunta 1. ¿Cuál es el promedio de usuarios diarios que atiende la biblioteca?



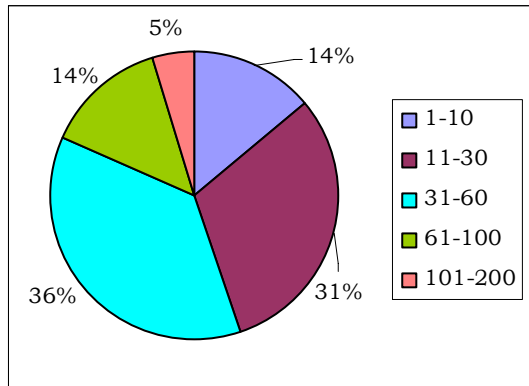
CANTIDAD DE USUARIOS	Nº DE BIBLIOTECAS	%
1-10	6	9%
11-20	15	23%
21-50	25	39%
51-100	11	17%
101-200	8	12%

Pregunta 2. ¿Cuál es aproximadamente la cantidad de materiales bibliográficos que posee la biblioteca (libros, videos, CD's etc.)?



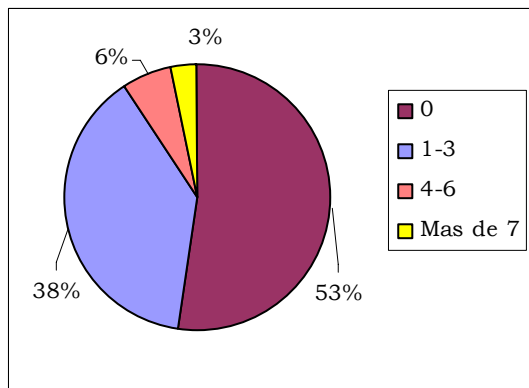
CANTIDAD DE MATERIAL BIBLIOGRAFICO	Nº DE BIBLIOTECAS	%
-500	6	9%
500-1000	16	25%
1001-3000	26	40%
3001-5000	9	14%
5001-10000	6	9%
10001-30000	2	3%

Pregunta 3. ¿Cuál es el número de puestos de lectura dentro de la biblioteca?



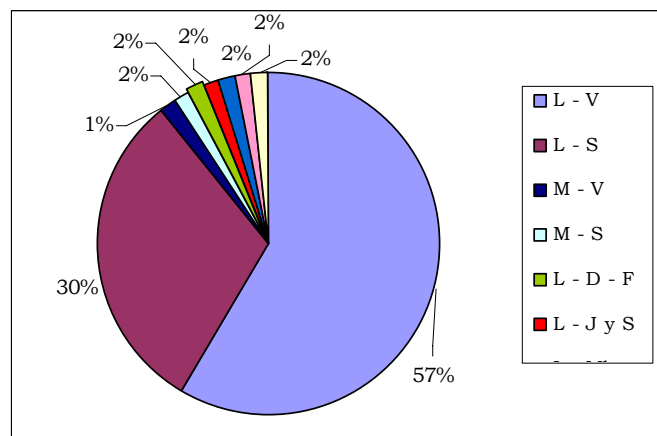
PUESTOS DE LECTURA	Nº DE BIBLIOTECAS	%
1-10	9	14%
11-30	20	31%
31-60	24	36%
61-100	9	14%
101-200	3	5%

Pregunta 4. ¿Cuál es el número de computadores que tiene la biblioteca para su servicio?



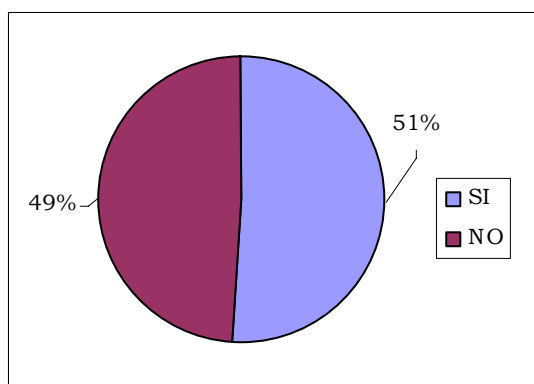
CANTIDAD DE COMPUTADORES	Nº DE BIBLIOTECAS	%
0	34	53%
1-3	25	38%
4-6	4	6%
Mas de 7	2	3%

Pregunta 5. ¿Cuál es el horario de la biblioteca?



HORARIO DE LA BIBLIOTECA	Nº DE BIBLIOTECAS	%
Lunes a Viernes	38	57%
Lunes a Sábado	20	30%
Martes a Viernes	1	2%
Martes a Sábado	1	2%
Lunes-Domingo-Festivo	1	2%
Lunes a Jueves y Sábado	1	2%
Lunes a Miércoles y Sábado y Domingo	1	2%
Lunes, Miércoles y Viernes	1	2%
Sábados	1	1%

Pregunta 6. ¿Jornada continua?.

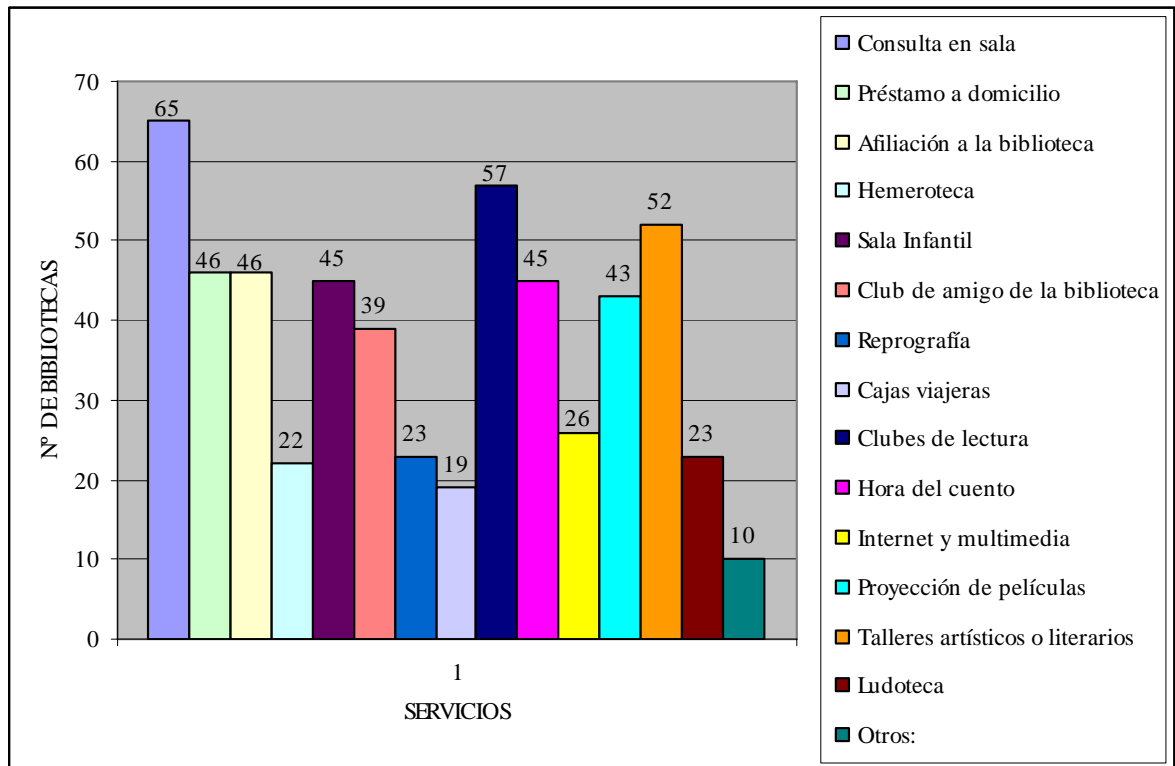


RESPUESTAS	Nº DE BIBLIOTECAS	%
SI	33	51%
NO	32	49%

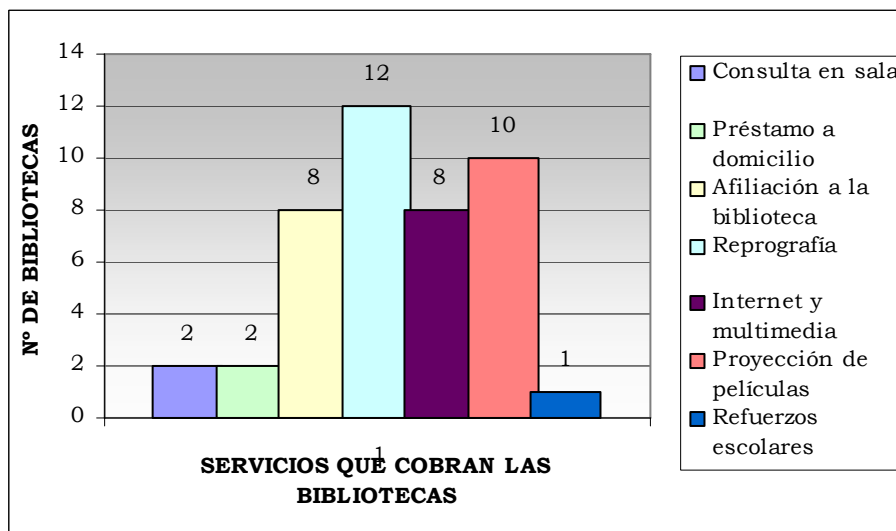
Pregunta 7. ¿Qué servicios que presta la biblioteca y cuales de ellos tiene consto para los usuarios?

SERVICIOS	SI	%
Consulta en sala	65	100%
Préstamo a domicilio	46	71%
Afiliación a la biblioteca	46	71%
Hemeroteca	22	34%
Sala Infantil	45	69%
Club de amigo de la biblioteca	39	60%
Reprografía	23	35%

SERVICIOS	SI	%
Cajas viajeras	19	29%
Clubes de lectura	57	88%
Hora del cuento	45	69%
Internet y multimedia	26	40%
Proyección de películas	43	66%
Talleres artísticos o literarios	52	80%
Ludoteca	23	35%
Otros:	10	15%

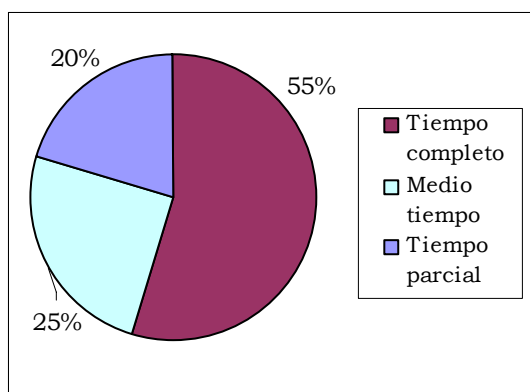


* Servicios que cobran las bibliotecas.



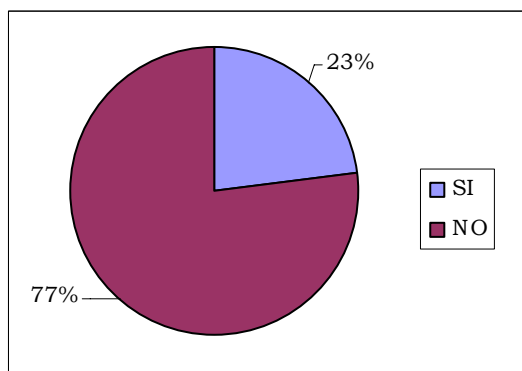
SERVICIOS	SI	%
Consulta en sala	2	3%
Préstamo a domicilio	2	4%
Afiliación a la biblioteca	8	17%
Reprografía	12	55%
Internet y multimedia	8	31%
Proyección de películas	10	23%
Refuerzos escolares	1	33%

Pregunta 8. ¿Cuántos empleados laboran en la biblioteca?



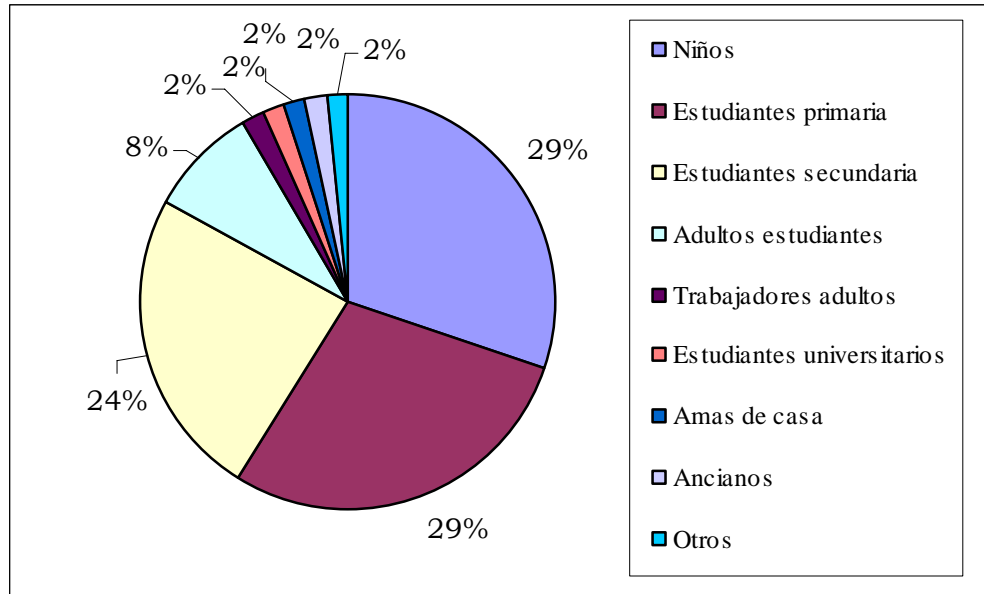
TIEMPO QUE LABORAN DIARIAMENTE	Nº EMPLEADOS	%
Tiempo completo	1-3	55%
Medio tiempo	1-6	25%
Tiempo parcial	1-12	20%

Pregunta 9. ¿Existe algún estudio reciente en la biblioteca sobre características de los usuarios (edades, sexo, origen, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo, etc.)?



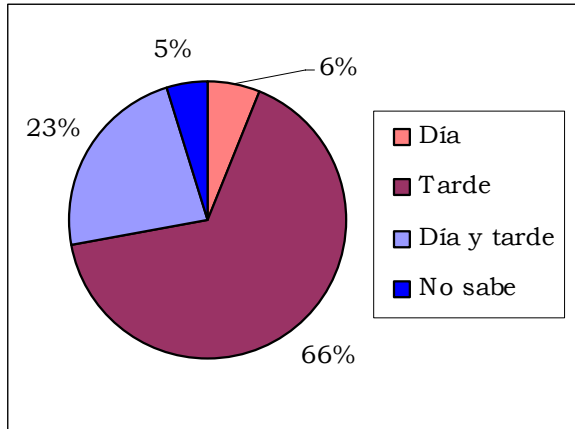
RESPUESTAS	Nº DE BIBLIOTECAS	%
SI	15	23%
NO	50	77%
AÑO EN QUE REALIZARON EL ESTUDIO		
2005	7	
2004	6	
2002	1	
2001	1	

Pregunta 10. Por favor ordene de mayor a menor los usuarios que usan con mayor frecuencia la biblioteca: niños, amas de casa, ancianos, escolares (primaria, secundaria), estudiantes universitarios, adultos estudiantes, adultos trabajadores y otros.



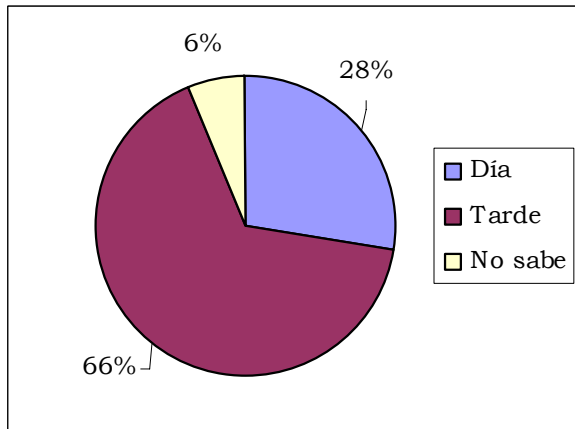
	USUARIOS	Nº DE BIBLIOTECAS	%
1	Niños	36	29%
2	Estudiantes primaria	34	29%
3	Estudiantes secundaria	29	24%
4	Adultos estudiantes	10	8%
5	Trabajadores adultos	2	2%
6	Estudiantes universitarios	2	2%
7	Amas de casa	2	2%
8	Ancianos	2	2%
9	Otros	2	2%

Pregunta 11. 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.?



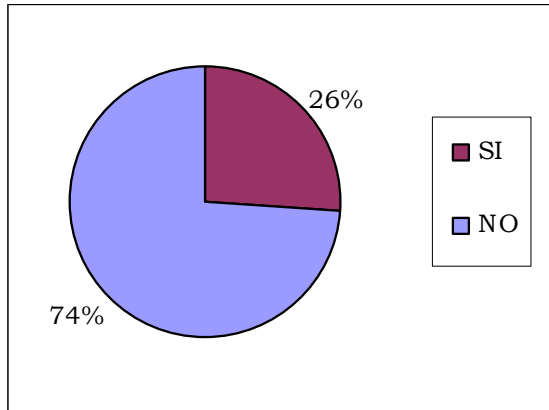
HORARIO	Nº BIBLIOTECAS	%
Día	4	6%
Tarde	43	66%
Día y Tarde	15	23%
No sabe	3	5%

Pregunta 12. Refiriéndose a los tres grupos de usuarios que usan con menos frecuencia la biblioteca, (los que ubico en las posiciones las 3 últimas posiciones en la pregunta No.10) ¿Cuál es la hora en que disponen de más tiempo para recreación, deportes, lectura y ocio?



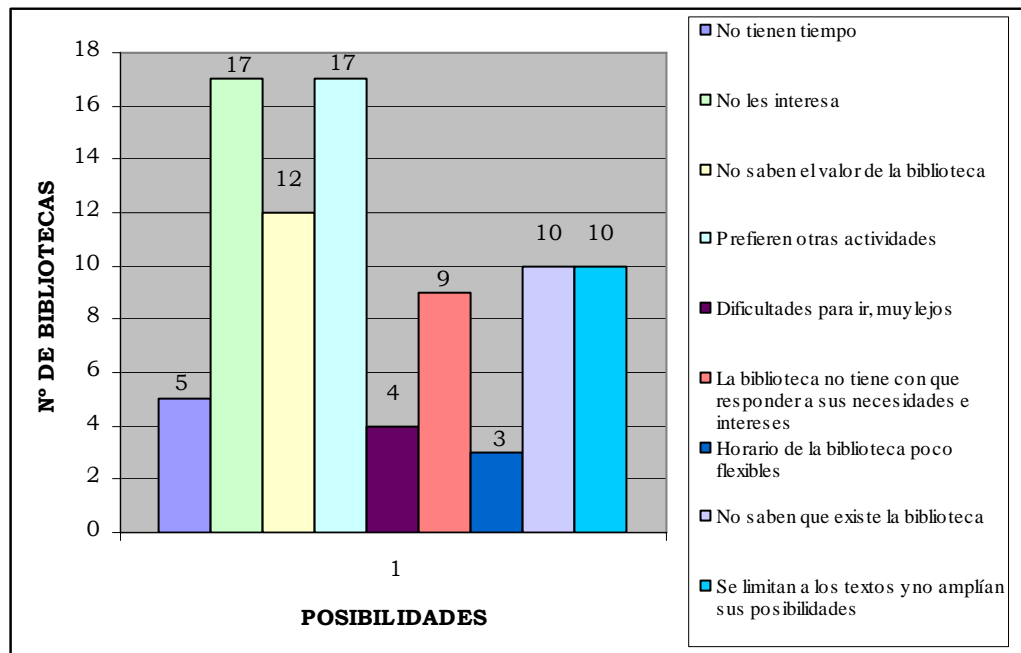
HORARIO	Nº BIBLIOTECAS	%
Día	18	28%
Tarde	43	66%
No sabe	4	6%

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?



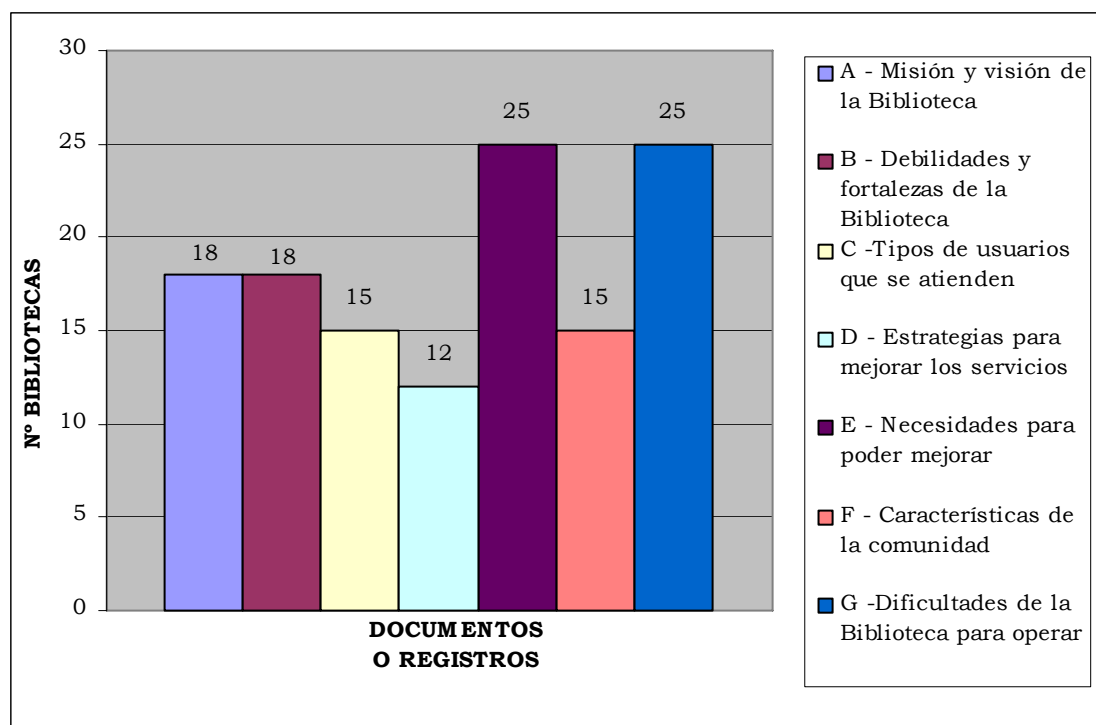
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	17	26%
NO	48	74%

Pregunta 14. ¿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 peso).



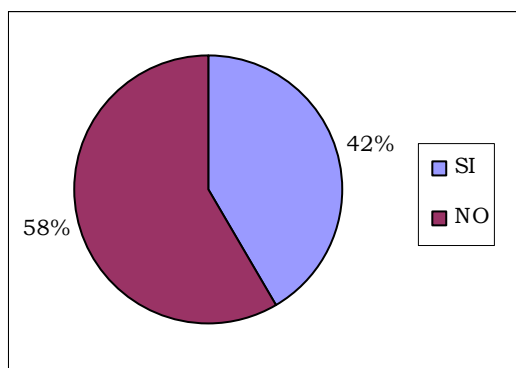
POSIBILIDADES	Nº BIBLIOTECAS	%
- No tienen tiempo	6	6%
- No les interesa	17	20%
- No saben el valor de la biblioteca	12	14%
Prefieren otras actividades	17	20%
- Dificultades para ir	4	5%
- La biblioteca no tiene con que responder a sus necesidades	9	10%
- Horario poco flexible	3	3%
No saben que existe la biblioteca	10	11%
- Se limitan a textos	10	11%

Pregunta 15. ¿Existe algún documento o registro en el cuál se hayan concretado o definido, los siguientes aspectos de la biblioteca?



POSIBILIDADES	Nº BIBLIOTECAS	NO %
a. Misión y visión de la biblioteca	47	72%
b. Debilidades y fortalezas	47	72%
c. Tipos de usuarios	50	77%
d. Estrategias para mejorar	53	82%
e. Necesidades para mejorar	40	62%
f. Características de la comunidad	50	77%
g. Dificultades de la biblioteca para operar	40	62%

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?

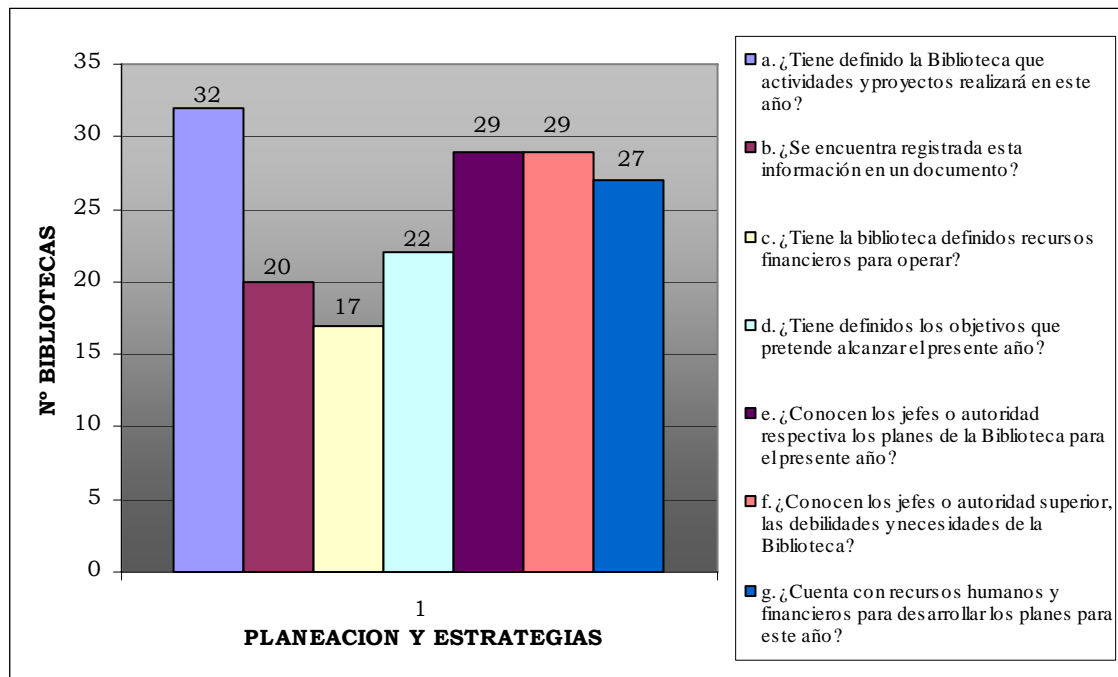


RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	27	42%
NO	38	58%

Pregunta 17. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, que aspectos positivos y negativos destaca usted de esa (s) bibliotecas?

ASPECTOS POSITIVOS	NEGATIVOS
Buen material	Mal Servicio
Horario extenso	Deterioro del material
Acceso de participación	Falta orientación al usuario
Sistemas	Horarios no adecuados
Personal de apoyo	Espacio
Cercana	Distancia
Buen servicio	Falta personal
Humanización del joven hacia la lectura y hacia Dios	Falta visión y proyección
Espacio adecuado	Material desactualizado
Préstamo domicilio	Falta de elementos de Trabajo

Pregunta 18. Planeación y Estrategias

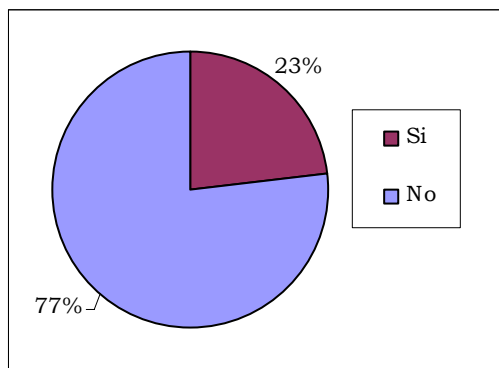


POSIBILIDADES	N° BIBLIOTECAS	NO %
a. ¿Tiene definido la biblioteca que actividades y proyectos realizará en este año?	33	51%
b. ¿Se encuentra registrada esta información en un documento?	45	69%
c. ¿Tiene la biblioteca definidos recursos financieros para operar?	48	74%
d. ¿Tiene definidos los objetivos que pretende alcanzar el presente año?	43	66%
e. ¿Conocen los jefes o autoridad respectiva los planes de la biblioteca para el presente año?	36	55%
f. ¿Conocen los jefes o autoridad superior, las debilidades y necesidades de la biblioteca?	36	55%
g. ¿Cuenta con recursos humanos y financieros para desarrollar los planes para este año?	38	58%

Pregunta 19. 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.

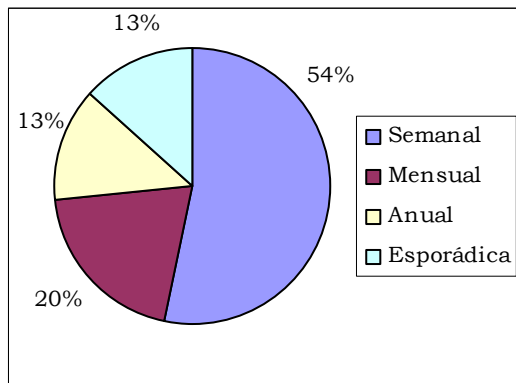
PROYECTOS /OBJETIVOS	Nº BIBLIOTECAS
Incentivar la lectura y la investigación	18
Fortalecer el crecimiento personal	15
Enriquecimiento cultural	9
Crear actividades lúdicas y creativas	6
Acompañamiento de tareas generando otras relaciones	5
Contar con material actualizado	5
Mejorar el espacio de la biblioteca	4
Contar con recursos financieros para el funcionamiento de la biblioteca	4
Contar con sala de internet	3
Prestar un buen servicio	2
Sistematizar la biblioteca	2
Apoyar a los usuarios	2
Difusión de los servicios de la biblioteca	2
Proyecto cultura Vs Calle	1
Proyecto artesanías vs Ocio	1
Educación social y sexual	1
Formar familias cristianas	1
Tener servicio de reprografía	1
Vacaciones recreativas	1
Contar con el apoyo de entidades para realizar talleres	1
Utilización de títeres	1

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 están?.



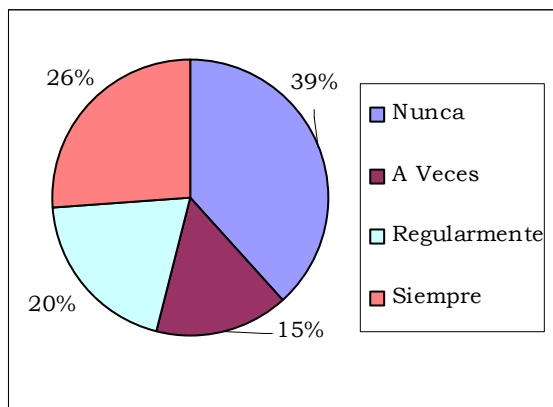
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	27	23%
NO	38	77%

* ¿Con que regularidad se hace la evaluación?



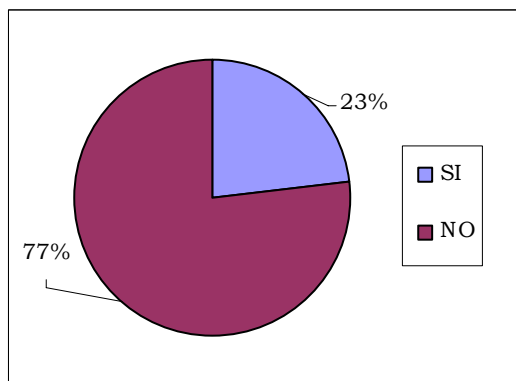
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
Semana	8	54%
Mensual	3	20%
Anual	2	13%
Esporádica	2	13%

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?



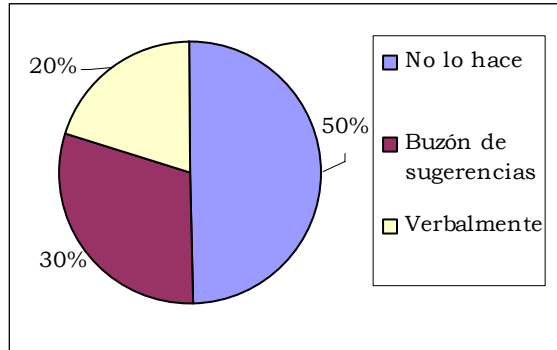
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
Nunca	25	39%
A veces	10	15%
Regularmente	13	20%
Siempre	17	26%

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.)



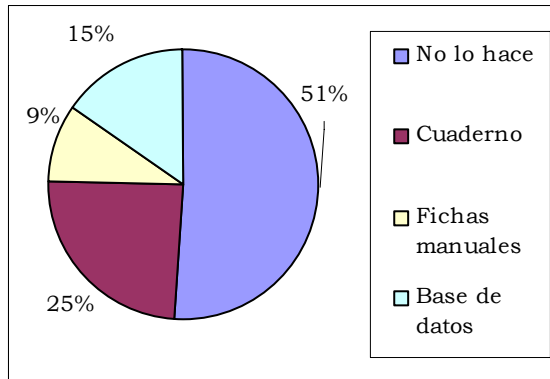
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	15	23%
NO	50	77%

Pregunta 23. ¿Como la biblioteca recoge la información relacionada con las sugerencias, quejas y comentarios de los usuarios? si es necesario marcar más de una, registre las dos más utilizadas.



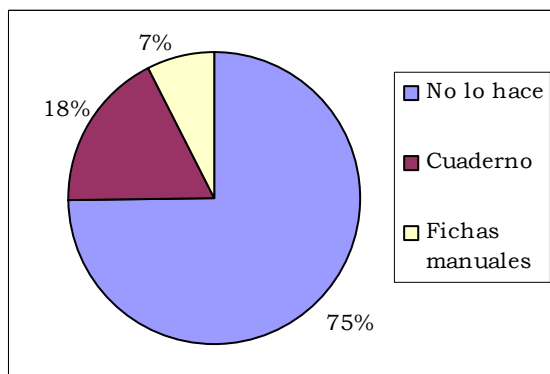
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
No lo hace	32	50%
Buzón de sugerencias	24	30%
Verbalmente	16	20%

Pregunta 24. ¿La biblioteca lleva un registro físico de las quejas y sugerencias de los usuarios?



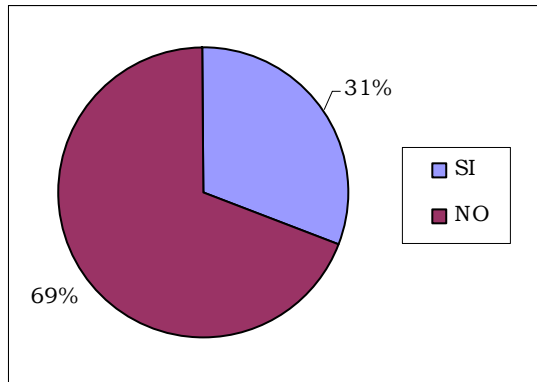
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
No lo hace	33	51%
Cuaderno	16	25%
Fichas manuales	6	9%
Base de datos	10	15%

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?



RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
No lo hace	50	75%
Cuaderno	12	18%
Fichas manuales	5	7%

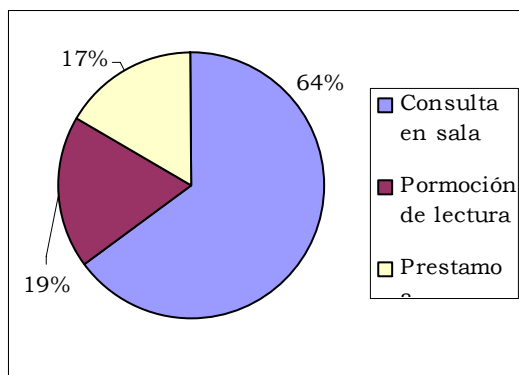
Pregunta 26. ¿En el último año se ha implementado algún nuevo servicio en la biblioteca?



RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	20	31%
NO	45	69%

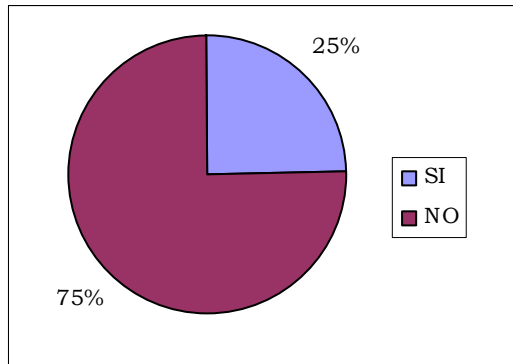
SERVICIOS IMPLEMENTADOS	Nº BIBLIOTECAS QUE HAN IMPLEMENTADO UN NUEVO SERVICIO
Internet	9
Reprografía	3
Impresiones	2
Actividades culturales	2
Proyección de películas	2
Talleres de superación	1
Cajas viajeras	1
Promoción de Lectura	1
Refuerzos escolares	1
Vacaciones	1
Juegos pedagógicos	1
Ludoteca	1

Pregunta 27. Nombre los tres (3) servicios más utilizados de las bibliotecas.



RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
Consulta en sala	62	64%
Cuaderno	18	19%
Fichas manuales	16	17%

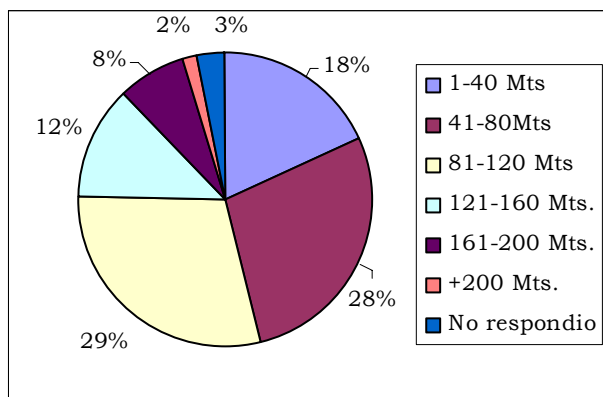
Pregunta 28. ¿La biblioteca posee algún servicio fuera de las instalaciones propias?.



RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	16	25%
NO	49	75%

SERVICIOS FUERA DE LAS INSTALACIONES DE LA BIBLIOTECA	Nº BIBLIOTECAS QUE POSEEN SERVICIOS POR FUERA DE LA BIBLIOTECA
Campos deportivos JAC	6
Salidas a lugares de interés	3
Lectura en espacios no convencionales	2
Apoyo informativo	1
Visita al centro cultural	1
Recreación	1
Caja viajeras	1
Talleres en escuelas	1

Pregunta 29. ¿Aproximadamente cuál es el área de la biblioteca en mts?.



RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
1-40 Mts	12	18%
41-80Mts	18	28%
81-120 Mts	19	29%
121-160 Mts.	8	12%
161-200 Mts.	5	8%
+200 Mts.	1	2%
No respondió	2	3%

Pregunta 30. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el espacio de la biblioteca en términos de comodidad, aseo, aire, luz, espacios amplios, colorido, calidad de la construcción, etc)?.

	1	2	3	4	5
Comodidad	2	31	18	11	3
Aseo	1	43	14	4	3
Aire	1	36	15	12	1
Luz	1	33	20	11	
Espacio	2	28	19	11	5
Colorido	1	22	24	15	3
Calidad de la construcción	2	47	8	7	1

Pregunta 31. ¿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
Contenido	1	28	24	1	11
Actualidad	1	25	27	4	8

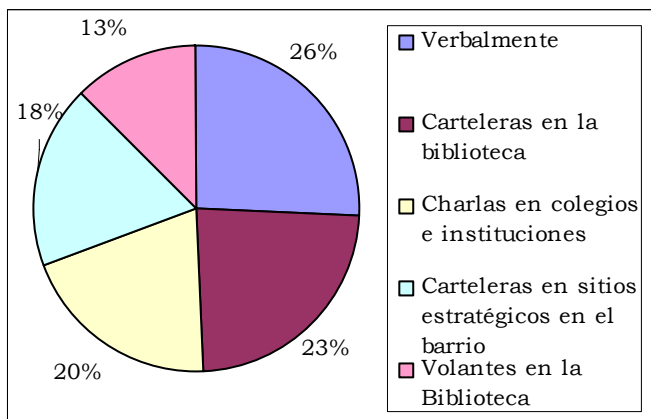
Pregunta 32. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el contenido, la actualidad de su colección? (pensando en toda la comunidad que podría hacer uso de los servicios de su biblioteca).

	1	2	3	4	5
Contenido	2	23	25	10	4
Actualidad	7	23	23	9	2
No Respondió	1				

Pregunta 33. ¿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?.

SERVICIOS QUE NECESITA LA COMUNIDAD	Nº BIBLIOTECAS
Internet y multimedia	36
Catalogo en línea	31
Reprografía	28
Ludoteca	28
Cajas viajeras	22
Hemeroteca	16
Proyección de películas	15
Talleres artísticos o literarios	14
Préstamo a domicilio	13
Club de amigo de la biblioteca	12
Sala Infantil	10
Afiliación a la biblioteca	9
Clubes de lectura	9
Hora del cuento	7
Otros:	
Charlas de educación sexual	1
Mapoteca	2
Bebeteca	2
Salidas pedagógicas	3
Trabajar con Bibliored	1
Talleres cívicos	1

Pregunta 34. ¿A través de que medios realiza la divulgación de los servicios y programas que realiza la biblioteca?, selecciones los cuatro (4) medios más utilizados.

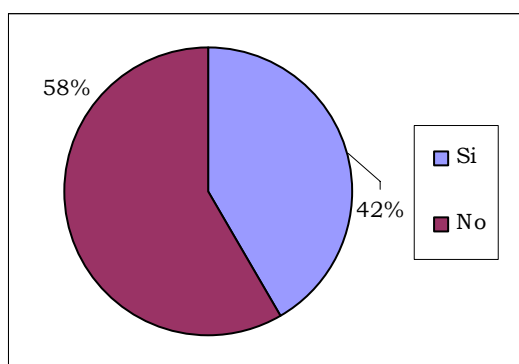


RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
Verbalmente	27	26%
Carteleras en la biblioteca	24	23%
Charlas en colegios	21	20%
Carteleras en el barrio	19	18%
Volantes en la biblioteca	13	13%

Pregunta 35. Teniendo en cuenta los cuatro (4) medios más utilizados, ¿Cuál es su frecuencia de divulgación?

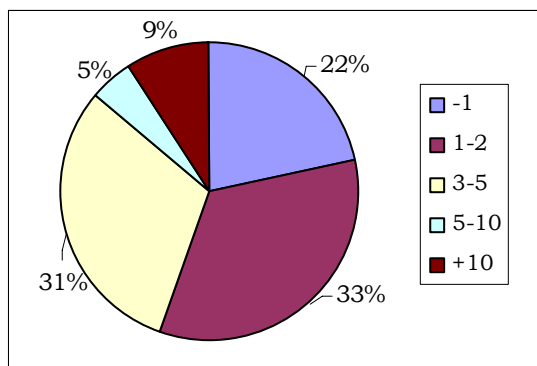
	ESPORADICO	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL
Verbalmente	8	13	2	2	2	1	
Cartelera Biblioteca	8	1	6	3	3	1	2
Cartelera en sitios estratégicos en el barrio	4		3	3	4	1	1
Charlas Colegios	5	2	3	8	2	1	1

Pregunta 36. ¿Cuenta la biblioteca con un presupuesto para operar?



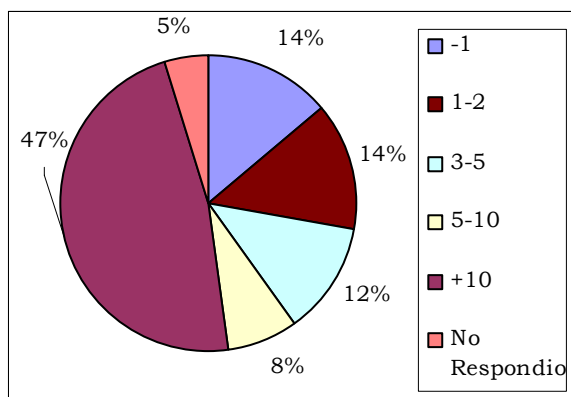
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	27	42%
NO	38	58%

Pregunta 37. ¿Cuántos años cumplidos lleva usted como bibliotecario en esta biblioteca?



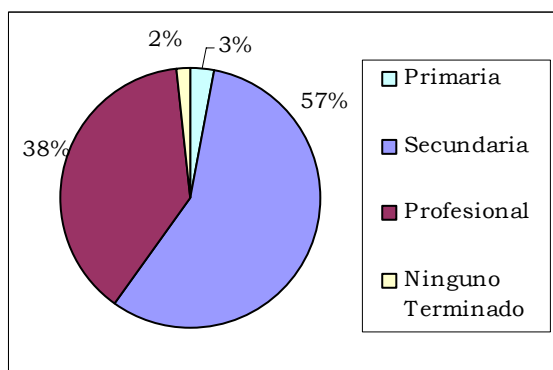
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
-1	14	22%
1-2	22	33%
3-5	20	31%
5-10	3	5%
+10	6	9%

Pregunta 38. ¿De acuerdo a su experiencia, cuantos años considera usted, permanecer en este puesto?



RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
-1	9	14%
1-2	9	14%
3-5	8	12%
5-10	5	8%
+10	31	47%
No respondió	3	5%

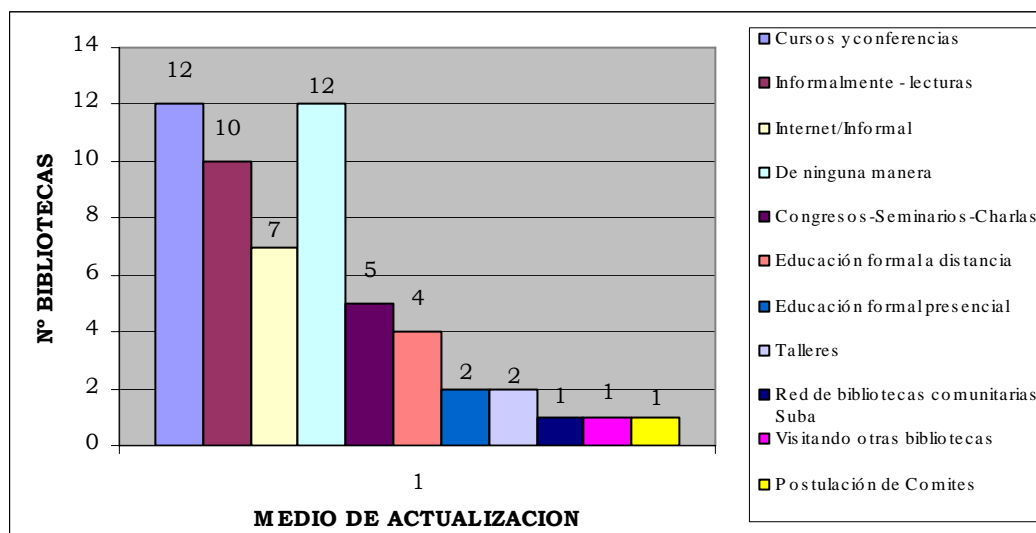
Pregunta 39. ¿Cuál es su nivel académico (nivel terminado)?



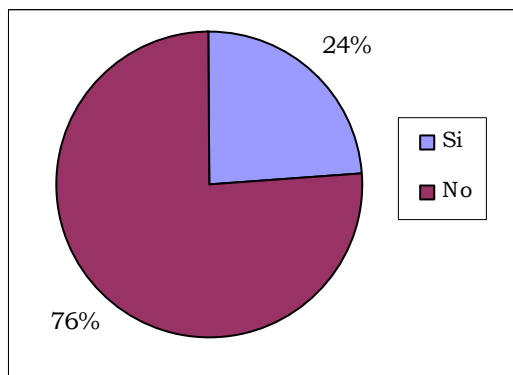
RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
Primaria	2	3%
Secundaria	37	57%
Profesional	25	38%
Ninguno terminado	1	2%

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

MEDIO DE ACTUALIZACIÓN	Nº BIBLIOTECAS	NO %
Cursos y conferencias	12	82%
Informalmente - lecturas	10	85%
Internet/Informal	7	89%
De ninguna manera	12	82%
Congresos-Seminarios-Charlas	5	92%
Educación formal a distancia	4	94%
Educación formal presencial	2	97%
Talleres	2	97%
Red de bibliotecas comunitarias Suba	1	98%
Visitando otras bibliotecas	1	98%
Postulación de Comités	1	98%



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



RESPUESTA	Nº BIBLIOTECAS	%
SI	15	24%
NO	47	76%
¿COMO?		
Donaciones		
Equipamiento de la biblioteca		

4.1 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Planeación Estratégica, objetivos, controles y presupuestos.

Aunque los coordinadores saben la labor tan importante que realizan las bibliotecas solo algunos se han preocupado por dejar documentados ciertos aspectos que son fundamentales para el funcionamiento de la biblioteca. El 72% (pregunta N° 15a)* de las ellas no cuentan con un

* Pregunta N° 15 ¿Existe algún documento o registro en el cuál se hayan concretado o definido, los siguientes aspectos de la biblioteca?. Opción a - Misión y visión de la biblioteca

documento donde tengan registrada su misión y su visión, no tienen definida su razón de ser y a donde quiere llegar en el futuro, al mismo tiempo el 72% (pregunta N° 15b)* de ellas no tienen registradas sus debilidades y fortalezas.

El 62% (pregunta N° 15e)* de las bibliotecas públicas no tienen documentadas las necesidades para poder mejorar, el 55% (pregunta N° 18f)* de estas tampoco tienen documentadas las debilidades y necesidades, lo cual es un aspecto negativo para el funcionamiento de las bibliotecas públicas, ya que no se sabe realmente lo que necesitan para ofrecer un mejor servicio; la carencia de esta información y el desconocimiento de esta por parte de las personas y/o entidades responsables del funcionamiento de la biblioteca se ve reflejado en la asignación de recursos humanos y financieros para el desarrollo de nuevos proyectos y actividades.

Se puede concluir que las bibliotecas no cuentan con una planeación estratégica que les permita un direccionamiento, identificando su misión, su visión, las estrategias a utilizar para alcanzar su visión con base en el análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, aspectos que son fundamentales para su funcionamiento y mejoramiento continuo en todas las actividades que desarrollan y que les garantice su posicionamiento ante la comunidad a la cual ofrecen sus servicios.

El 51% (preguntas N° 18a y N° 18b)* de las Bibliotecas Públicas -BP no tienen definidas ni tampoco documentadas las actividades y proyectos que realizarán en el presente año, el 58% (pregunta N° 18g)* de estas no cuentan con recursos humanos y financieros para desarrollar de los planes, aspectos que son negativos ya que las BP no se preocupan por contar con personal suficiente y recursos económicos para la prestación de los servicios y por diseñar planes que les permitan tener un mayor cubrimiento de las necesidades de la comunidad, solo quieren seguir realizando las actividades que hacen diariamente.

Según el presupuesto para operar y los recursos humanos con el que cuentan las bibliotecas públicas locales y comunitarias para ofrecer sus

* Pregunta N° 15. Opción b - Debilidades y fortalezas de la biblioteca.

* Pregunta N° 15. Opción e - Necesidades para poder mejorar

* Pregunta N° 18 - PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS, opción f - ¿Conocen los jefes o autoridad superior, las debilidades y necesidades de la biblioteca?

* Pregunta N° 18 opción a - ¿Tiene definido la biblioteca que actividades y proyectos realizará en este año? y opción b - ¿Se encuentra registrada esta información en un documento?

* Pregunta N° 18 opción g - ¿Cuenta con recursos humanos y financieros para desarrollar los planes para este año?

servicios (pregunta N° 8)* en el 55% de ellas laboran entre 1 y 3 funcionarios de tiempo completo, en el 25% de ellas laboran entre 1 y 6 funcionarios de medio tiempo y en el 20% laboran entre 1 y 12 personas en tiempo parcial, lo cual es adecuado teniendo en cuenta los horarios en que se atiende y los servicios que actualmente se ofrecen a la comunidad. Las personas que laboran en las bibliotecas en tiempo parcial hacen parte de voluntarios de la misma comunidad o son estudiantes de los colegios aledaños que realizan allí la labor social, quienes son los encargados de la decoración de la biblioteca, ordenación de la colección y la orientación de los usuarios.

El 86% (preguntas N° 37 y N° 38)* de los coordinadores y personal responsable en las actividades que realiza la biblioteca llevan trabajando en ella entre 1 y 5 años y esperan seguir ejerciendo esta labor por mucho más tiempo, ya que conocen a sus usuarios y el material bibliográfico con el que cuentan para la solución de las consultas de información, el 57% (pregunta N° 39)* de estas personas cuentan con un nivel de formación académica en educación secundaria y 38% educación universitaria en diferentes áreas (en algunos de los casos sin terminar la carrera), formación académica que les ha permitido ejercer las funciones básicas como coordinadores de las bibliotecas. Mediante la observación se pudo precisar que la mayoría de las bibliotecas visitadas no son dirigidas por personal con formación en bibliotecología, que las actividades que desarrollan las realizan teniendo en cuenta lo que han visto en otras bibliotecas y lo que la experiencia les ha enseñado, aspecto que limita el desarrollo de la biblioteca.

La actualización del personal de la biblioteca en áreas relacionadas con sus actividades desarrolladas (pregunta N° 40)* son mínimas ya que el 82% no se actualiza de ninguna manera, del 18% que si lo hace participan en cursos y conferencias, realizan lecturas relacionadas con bibliotecas y consultan internet, lo cual es preocupante ya que los encargados del funcionamiento de las bibliotecas públicas no cuentan con una formación en bibliotecología y tampoco se capacitan ni se actualizan en temas relacionados, que les permitan tener una visión amplia de lo que debe ofrecer una biblioteca a la comunidad teniendo en cuenta el mercado de servicios.

* Pregunta N° 8. ¿Cuántos empleados laboran en la biblioteca?

* Pregunta N° 37. ¿Cuántos años cumplidos lleva usted como bibliotecario en esta biblioteca? y pregunta N° 38. ¿De acuerdo con su experiencia, cuantos años considera usted, permanecerá en este puesto?.

* Pregunta N° 39. ¿Cuál es su nivel académico (nivel terminado)?

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

El 66% (pregunta N° 18d)* de las bibliotecas no tienen definidos los objetivos que pretenden alcanzar en el presente año, lo cual es negativo por que no tienen metas a corto, mediano y largo plazo, aspectos que son importantes en el direccionamiento de la BP y que el hecho de no tenerlos identificados se ve reflejado en la asignación de recursos económicos y humanos para el funcionamiento e implementación de nuevos servicios, obligando a las bibliotecas a seguir prestando solo los servicios tradicionales y no poder satisfacer la necesidades de sus usuarios.

Algunos de los proyectos/objetivos (pregunta N° 19)* que tienen pensado implementar las bibliotecas son:

- Incentivar la lectura y la investigación
- Fortalecer el crecimiento personal
- Enriquecimiento cultural
- Crear actividades lúdicas y creativas
- Contar con material actualizado
- Acompañamiento de tareas generando otras relaciones con la comunidad.

Actualmente las bibliotecas no les interesa saber como se encuentran, ya que el 77% (preguntas N° 20 y N° 22)* no realiza una evaluación de los servicios frente a los planes propuestos y tampoco utilizan indicadores de gestión para evaluar su ejercicio, lo cual esta relacionado con que las bibliotecas tampoco han desarrollado planes que quieran alcanzar, que les permita tener un mayor reconocimiento y posicionamiento ante la comunidad a la cual prestan sus servicios, las pocas bibliotecas que si realizan esa evaluación la hacen semanal, mensual, anual o esporádicamente.

El 74% (preguntas N° 18c y N° 36)* de las bibliotecas no tiene definido el presupuesto para operar, no cuentan con recursos propios para garantizar su funcionamiento, ya que estas bibliotecas dependen de las juntas de acción comunal, parroquias, organizaciones sin ánimo de lucro etc., el no tener asignados los recursos financieros para opera es malo ya que en

* Pregunta N° 18 - PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS, opción d - ¿Tiene definidos los objetivos que pretende alcanzar el presente año?

* Pregunta N° 19 - proyectos/objetivos o estrategias principales par el presente año.

* Pregunta N° 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 están? y Pregunta N° 22. Utiliza la biblioteca indicadores de gestión para evaluar su ejercicio.

* Pregunta N° 18 - PLANEACIÓN Y ESTRATEGIAS, opción c - ¿Tiene la biblioteca definidos recursos financieros para operar? y Pregunta N° 36. ¿Cuenta la biblioteca con un presupuesto establecido para operar?

ocasiones las bibliotecas han dejado de prestar sus servicios, han cerrado sus instalaciones, por que no tienen con que pagar el arriendo y el sueldo a los funcionarios encargados de la biblioteca, situación en la cual se han visto afectados los usuarios que hacen uso de los programas y actividades que desarrolla la biblioteca, teniendo en cuenta que en algunos de los casos son la única biblioteca en el barrio o localidad, al mismo tiempo la falta de recursos económicos impiden que la biblioteca ofrezca otros servicios (internet y multimedia), no se puede adquirir material bibliográfico acorde con las necesidades de información de los usuarios.

4.2. CONOCIMIENTO DEL ENTORNO

En el 42% (pregunta N° 16 y N° 17)* de los casos existen otras bibliotecas públicas o escolares, que contribuye de alguna manera a satisfacer las necesidades de consulta, recreación o lectura de la comunidad, estas bibliotecas tienen como aspectos positivos y negativos los siguientes:

Aspectos positivos

- Cuentan con buen material bibliográfico
- Personal de apoyo para la prestación del servicio
- Buen servicio – atención adecuada a los usuarios
- Espacio adecuado
- Cuentan con el servicios de internet y multimedia

Aspectos negativos

- Material desactualizado y deterioro del mismo
- Distancia
- Mal Servicio y falta de orientación al usuario
- Falta de visión y proyección

El hecho que exista otra biblioteca cerca es bueno ya que se pueden unir esfuerzos y realizar alianzas estratégicas (préstamo de material bibliográfico, búsqueda de información, realización de taller y actividades conjuntas), que apoyen el mejoramiento de la calidad de vida, se puede ofrecer un mejor servicio satisfaciendo las necesidades de información de la comunidad.

* Pregunta N° 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? y pregunta N° 17. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, que aspectos positivos y negativos destaca usted de esa(s) biblioteca?

4.3 ESTRATEGIA DE MERCADEO

El 82% (pregunta N° 15d)* de las bibliotecas no tienen registradas en documentos las estrategias para mejorar sus servicios, aunque una de las estrategias es la integración general de las bibliotecas que están en sectores aledaños y esta relacionado con el conocimiento del entorno.

4.3.1 Diversificación.

Dentro de los servicios (pregunta N° 7)* que prestan las bibliotecas en mayor porcentaje están: consulta en sala, clubes de lectura, talleres artísticos, préstamo a domicilio, afiliación a la biblioteca etc.

Las bibliotecas consideran que los servicios que requiere la comunidad teniendo en cuenta las necesidades manifestadas por los usuarios son (pregunta N° 33)*: internet y multimedia, catálogo en línea, reprografía, ludoteca, cajas viajeras y otros en menor porcentaje. En el último año 69% (pregunta N° 26)* de las bibliotecas públicas locales y comunitarias visitadas no han implementado ningún nuevo servicio, solo el 31% de las bibliotecas ha realizado diversificación de productos, en su mayoría ahora ofrecen a su comunidad el servicio de internet y reprografía.

La diversificación de los servicios que ofrece la biblioteca está relacionada con los recursos económicos (presupuesto) con los que cuenta y con las funciones que desarrollan las entidades responsables del funcionamiento de la biblioteca, ya que algunas de las que son administradas por parroquias que ofrecen el servicio de catequesis, talleres de formación personal enfocados en el desarrollo social y cultural de los usuarios, las que son administradas por las juntas de acción comunal ofrecen los servicios de refuerzos escolares, talleres con escuelas del sector, promoción de lectura en espacios no convencionales (que hacen parte de prestación de servicios fuera de las instalaciones de la biblioteca) y prestan sus instalaciones para realizar reuniones con la comunidad.

* Pregunta N° 15. ¿Existe algún documento o registro en el cuál se hayan concretado o definido, los siguientes aspectos de la biblioteca?. Opción c - Tipos de usuarios que se atienden.

* Pregunta N° 7. ¿Qué servicios presta la biblioteca y cuales de ellos tiene costo para los usuarios?

* Pregunta N° 33. ¿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?

* Pregunta N° 26. ¿En el último año se ha implementado algún nuevo servicio en la biblioteca?

4.3.2. Penetración.

Aunque las bibliotecas en promedio atienden entre 11 y 50 usuarios diarios, el 74% (pregunta N° 13)* de estas creen que la regularidad y cantidad no son los adecuados teniendo en cuenta en tamaño total de su comunidad. En conclusión no hay penetración de las bibliotecas frente a los servicios que ofrece y la población potencial.

El 62% de las bibliotecas públicas locales y comunitarias en Bogotá atienden entre 11 y 50 usuarios diarios, en las cuales el promedio de afluencia es de 31 usuarios.

Tomando como ejemplo la localidad de San Cristóbal que tiene 457.726 habitantes y cuenta con 3 bibliotecas que prestan sus servicios de lunes a viernes, estas bibliotecas mensualmente atienden 1.860 usuarios los cuales corresponden al 0.4% del total de la población, por lo cual se puede concluir que todas las bibliotecas visitadas atienden pocos usuarios teniendo en cuenta en tamaño de la comunidad a la cual prestan sus servicios y que en algunos de los casos estas bibliotecas públicas son las únicas que existe en el barrio o en la localidad.

En la siguiente tabla, se muestra la cantidad de habitantes por cada localidad y el número de bibliotecas que existen, datos que sirven para realizar el mismo ejemplo que se hizo con la localidad de San Cristóbal.

Tabla 4. Localidades y bibliotecas públicas básicas de Bogotá ⁵²

LOCALIDAD	Nº BIBLIOTECAS
1. Usaquén: 439.341 habitantes y 156 barrios.	1
2. Chapinero: tiene 122.991 habitantes y 49 barrios	1
3. Santa Fé: tiene 107.044 habitantes y 40 barrios	1
4. San Cristóbal: 457.726 habitantes y 211 barrios	3
5. Usme: 259.189 habitantes y 220 barrios	1

* Pregunta N° 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.

⁵² ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Recorriendo Bogotá 2004: diagnóstico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá, D.C. [en línea]. <http://www.alcaldia.gov.co/recorriendo> (consulta: agosto, 2005).

LOCALIDAD	Nº BIBLIOTECAS
6. Tunjuelito: 204.367 habitantes y 30 barrios	0
7. Bosa: 450.468 habitantes y 330 barrios	5
8. Kennedy: 951.330 habitantes y 328 barrios	12
9. Fontibón: 300.352 habitantes y 75 barrios	1
10. Engativá: 769.259 habitantes y 149 barrios	6
11. Suba: 753.593 habitantes y 163 barrios	9
12. Barrio Unidos: 176.552 habitantes 44 barrios	1
13. Teusaquillo: 126.125 habitantes y 31 barrios	0
14. Los Mártires: 95.541 habitantes y 21 barrios 21	0
15. Antonio Nariño: 96.355 habitantes y 16 barrios	1
16. Puente Aranda: 282.491 habitantes y 55 barrios	1
17. La Candelaria: 27.450 habitantes y 8 barrios	3
18. Rafael Uribe Uribe: 385.114 habitantes y 114 barrios	14
19. Ciudad Bolívar: 628.672 habitantes y 252 barrios	17

4.4. CLIENTE. segmentación, características y necesidades.

Los coordinadores de las bibliotecas (pregunta N° 14)* señalaron entre 1 y 4 posibilidades por la cuales los usuarios no van a la biblioteca, donde se pudo observar que: el 6% opina que las personas no van por que no tienen tiempo, el 40% por que no les interesa y prefieren otras actividades, al 14% no saben el valor de la biblioteca y el 11% se limitan a los textos y no amplían sus posibilidades.

El 77% (pregunta N° 15c)* de las bibliotecas no cuentan con un documento donde tengan reflejados los tipos de usuarios que hacen uso de sus servicios, aunque el 82% (pregunta N° 10)* de las bibliotecas han identificado que los usuarios que usan con mayor frecuencia la biblioteca son niños, estudiantes de primaria y secundaria que requieren el apoyo en la realización de las tareas y consultas, y que estos son los mismos que participan activamente en las actividades lúdicas, recreativas, culturales y talleres de promoción a la lectura que realizan las bibliotecas con el fin de

* Pregunta N° 14. ¿Por qué considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con más regularidad?.

* Pregunta N° 15 ¿Existe algún documento o registro en el cuál se hayan concretado o definido, los siguientes aspectos de la biblioteca?. opción c - Tipos de usuarios que se atienden.

* Pregunta N° 10. Por favor ordene de mayor a menor los usuarios que usan con mayor frecuencia la bibliotecas: niños, amas de casa, ancianos, escolares (estudiantes de básica primaria), estudiantes de secundaria, estudiantes universitarios, adultos estudiantes, adultos trabajadores y otros.

que ellos ocupen su tiempo libre. El 66% (preguntas N° 11 y 12)* de estos usuarios prefieren visitar, consultar y participar en estas actividades en horas de la tarde, esto puede darse porque estos usuarios estudian en el mañana o porque realizan otras actividades escolares.

Se puede concluir que las bibliotecas públicas tienen identificados los tipos de usuarios que hacen uso de sus servicios, pero realmente estas no saben como son y que estas bibliotecas no son públicas sino escolares con acceso al público, ya que no ofrecen sus servicios a otros usuarios (amas de casa, adulto mayor, adultos estudiantes, trabajadores etc.) que hacen parte de los usuarios potenciales de la BP.

4.5. MEZCLA DE MERCADOS

4.5.1. Plaza.

Siendo concientes que la biblioteca pública local y comunitaria es una institución importante en la comunidad, las personas y/o entidades responsables de su funcionamiento y prestación de los servicios se han preocupado porque la comodidad de los usuarios, el aseo, las condiciones ambientales, el colorido de la biblioteca sean los adecuados (pregunta N° 30)*, mediante implementación de la encuesta y el instrumento de observación se pudo determinar que estos aspectos están entre malo y regular y que las bibliotecas tienen que mejorar con el fin de que los usuarios se sienta bien y quieran volver a la biblioteca. El mejoramiento de estos aspectos está relacionado con el presupuesto con el que cuentan las bibliotecas para la adecuación del espacio físico.

Mediante el instrumento de observación se pudo identificar que en la mayoría de los casos las bibliotecas están localizadas en puntos estratégicos del barrio, el acceso por parte de la comunidad en algunos de los casos es fácil, pero para algunas personas que viven en sectores aledaños se les dificulta, ya que tienen que buscar un medio de transporte para ir a la biblioteca, el hecho de que los usuarios tengan que

* Pregunta N° 11. 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.? y pregunta N° 12. Refiriéndose a los tres grupos de usuarios que usan con menos frecuencia la biblioteca, (los que ubico en las últimas posiciones en la pregunta N° 10) ¿Cuál es la hora en que disponen de más tiempo para recreación, deportes, lectura y ocio?

* Pregunta N° 30. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el espacio de la biblioteca en términos de comodidad, aseo, aire, luz, espacios amplios, colorido, calidad de la construcción, etc.)?

desplazarse es uno de los aspectos por los cuales el 5% (pregunta N° 14)* de los coordinadores de las bibliotecas opinan que las personas no van a ella (dificultades para ir , queda), por eso uno de los servicios que se quieren implementar son las cajas viajeras para poder llegar a la comunidad que no puede ir a la biblioteca.

Las bibliotecas están ubicadas en casas de familia, en el salón de la junta de acción comunal, en salones parroquiales o edificaciones especiales para su funcionamiento, el 75% (pregunta N° 29)* de estas bibliotecas cuentan con un espacio físico para la prestación de sus servicios entre 1-120 mts². El 67% (pregunta N° 3)* de ellas tienen aproximadamente entre 11 y 60 puestos para un promedio de 36 puestos de lectura por biblioteca, teniendo en cuenta que las bibliotecas públicas en Colombia (Biblored y la Biblioteca Luis Ángel Arango) rotan cada puesto de lectura en promedio 4 veces al día, se puede concluir que la rotación de los puestos de lectura en las bibliotecas públicas locales y comunitarias es inferior a 1 ya que en promedio se atiende 31 usuarios diarios y se cuentan con 36 puestos de lectura por lo cual hay subutilización de puestos de lectura.

En conclusión el lugar donde funcionan las bibliotecas es bueno, pero se están desaprovechando los recursos físicos con los que cuenta la biblioteca, debido a que la cantidad de usuarios son pocos teniendo en cuenta la totalidad de la comunidad a la cual tienen dirigidos sus servicios y los puestos de lectura.

4.5.2. Producto/Servicio.

El 65% (pregunta N° 2)* de las bibliotecas públicas locales comunitarias de Bogotá poseen en su colección entre 500-3000 libros, videos y CD's, el promedio de material bibliográfico en las bibliotecas es de 1.750. El material de la colección en la mayoría de las bibliotecas ha sido donado por entidades y la comunidad, o comprados por los responsables de su funcionamiento quienes son actualmente los que apoyan su crecimiento. El 76% (pregunta N° 41)* de las bibliotecas visitadas no han recibido ayuda

* Pregunta N° 14. ¿Por qué considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con más regularidad?. Por favor marque máximo 4 posibilidades (las que usted considere de más peso)

* Pregunta N° 29. ¿Aproximadamente cuál es el área de la biblioteca en mts.?

* Pregunta N° 3. ¿Cuál es el número de puestos de lectura dentro de la biblioteca?

* Pregunta N° 2. ¿Cuál es aproximadamente la cantidad de materiales bibliográficos que usted posee en la biblioteca (contando libros, videos, CDs)?

* Pregunta N° 41. ¿Ha recibido alguna ayuda su biblioteca del "plan nacional de lectura y bibliotecas"?

del Plan Nacional de Bibliotecas y ni de otras entidades que trabajan en pro del desarrollo de ellas, lo cual se debe al desconocimiento de su existencia ya que cuando se consulto en entidades como Fundalectura, Biblioteca Nacional, Bibliored sobre estas bibliotecas fue muy poca la información que se recolecto.

Si tomamos como ejemplo la localidad de Bosa en la que habitan 450.468 personas y tiene 5 bibliotecas públicas locales y comunitarias; el material de la colección de las cinco bibliotecas en promedio es de 8.750, si esta cifra se divide entre la población potencial, a cada habitante le corresponde el 0.01 del material existente en las bibliotecas (ni siquiera uno por persona), lo cual nos indica el deficiente grado de cubrimiento para atender las necesidades de consulta del total de la población, problema que se presenta en todas las demás bibliotecas de las localidades de Bogotá; a este problema de cubrimiento también se le suma que el 75% (pregunta N° 32)* de los coordinadores de las bibliotecas creen que el contenido y la actualidad de sus colecciones es regular y aceptable pensando en los usuarios potenciales; al mismo tiempo el 80% (pregunta N° 31)* de ellos opinan que el contenido y la actualidad de la colección pensando en las necesidades de información de los usuarios reales también es regular y aceptable.

El 53% (pregunta N° 4)* de las bibliotecas no cuentan con ningún computador para la prestación de sus servicios (lo cual esta relacionado con el presupuesto con que cuentan para operar), no han implementado nuevas tecnologías lo cual ha impedido su incursión en la biblioteca moderna, estas bibliotecas solo ofrecen actualmente los servicios tradicionales (consulta en sala, préstamo a domicilio, talleres de lectura y actividades culturales).

El 87% de las bibliotecas atienden a sus usuarios de lunes a sábado, solo el 4% de estas prestan sus servicios los domingos y el 2% los lunes festivos, el 51% (pregunta N° 6)* de estas bibliotecas atienden a sus usuarios en jornada continua, ninguna de las BP visitas tienen horario nocturno, en general el horario de atención no es bueno, teniendo en cuenta la cantidad de usuarios que visitan la bibliotecas y los usuarios potenciales a

* Pregunta N° 32. ¿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.)

* Pregunta N° 31. ¿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.)

* Pregunta N° 4. ¿Cuál es el número de computadores que tiene la biblioteca para su servicio?

* Pregunta N° 6. ¿Jornada continua?

que debe llegar, los servicios más utilizados por ellos son (pregunta N° 27)*: la consulta en sala, el préstamo a domicilio y promoción de lectura.

El 40% de las bibliotecas de las bibliotecas que tienen uno o más computadores, teniendo en cuenta que el contenido y la actualidad de la colección bibliográfica no es excelente y que las necesidades de información de la comunidad cada día son más exigentes, se han preocupado por implementar el servicio de internet y multimedia, que les sirva de apoyo para “suplir” las necesidades de información de los usuarios mediante la búsqueda de información en internet.

El 75% (pregunta N° 28)* de las bibliotecas públicas locales y comunitarias no poseen ningún servicio fuera de las instalaciones de la biblioteca, lo cual es malo teniendo en cuenta que las bibliotecas tienen que realizar diversificación de los servicios y producto.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede concluir, que aunque las bibliotecas cuenten con el tiempo para atender a sus usuarios estas actualmente, no tienen como suplir las necesidades de información del total de la población y que este es uno de los factores por lo cuales el 10% (pregunta N° 14)* de los coordinadores de las bibliotecas opinan que los usuarios no van a ella, ya que no tienen con que responder a sus intereses.

Se puede concluir que los horarios de atención de las bibliotecas no son adecuados, que los servicios que prestan son los tradicionales, no hay diversificación y este es un aspecto negativo para el funcionamiento y posicionamiento de las BP.

4.5.3. Precio.

Los servicios que ofrecen las bibliotecas en algunos de los casos son gratuitos (pregunta N° 7)*, pero algunas cobran por el uso de sus servicios ya que implica la utilización de sus recursos, dentro de los servicios que se cobran están: afiliación a la biblioteca para el préstamo a domicilio, reprografía, servicio de internet y multimedia. Como caso curios vale la

* Pregunta N° 27. Nombre los tres (3) servicios más utilizados de la biblioteca.

* Pregunta N° 28. ¿La biblioteca posee algún servicio fuera de las instalaciones propias?

* Pregunta N° 14. ¿Por qué considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con más regularidad?. Por favor marque máximo 4 posibilidades (las que usted considere de más peso)

* Pregunta N° 7. ¿Qué servicios presta la biblioteca y cuales de ellos tiene costo para los usuarios?

pena destacar dos bibliotecas que cobran el servicio de consulta en sala, cuando es usuario realiza una consulta según sus necesidades y consigue lo que estaba buscado tiene que pagar el este servicio.

4.5.4. Promoción.

Aunque las bibliotecas realizan divulgación de sus servicios y programas, mediante la utilización de cuatro herramientas de difusión (preguntas N° 34)*, su pudo observar que existe una gran pobreza en los medios utilizados, ya que el 26% lo hace de manera verbal, el 23% ha implementado carteleras en la biblioteca, el 20% coloca carteleras en el barrio y el 13% elabora volantes para la biblioteca, otra aspecto que determina que la divulgación de los servicios no es la adecuada es que la frecuencia para hacerlos, no es constante (pregunta N° 35)* por lo cual se podría decir que la promoción que se hace de los servicios y programas es nula.

El 11% (pregunta N° 14)* de los coordinadores opinan que el principal problema de estas bibliotecas es el desconocimiento de la comunidad sobre su existencia (visibilidad), entonces se puede concluir en general las bibliotecas cuentan con algún medio de difusión, pero que estos no son los más adecuados y que no cuentan con herramientas de mercadeo que les permitan tener un mayor posicionamiento ante la comunidad.

4.6. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS – SIM

El 77% (pregunta N° 9)* de las bibliotecas no han elaborado un estudio de usuarios, que les permita identificar las características de los usuarios que acuden a la biblioteca (edad, sexo, nivel educativo, tipo de necesidades y la opinión que tienen ellos sobre la biblioteca etc.), lo cual es inadecuado por que el hecho de no conocer esta información dificulta el enfoque de los proyectos y objetivos reales a desarrollar (por que no sabe a que tipo

* Pregunta N°34. ¿A través de que medios realiza la divulgación de los servicios y programas que realiza la biblioteca?, selecciones los cuatro (4) medios más utilizados.

* Pregunta N°35. Teniendo en cuenta los cuatro (4) medios más utilizados, ¿Cuál es su frecuencia de divulgación?

* Pregunta N°14. ¿Por qué considera usted que las personas no van a la biblioteca pública con más regularidad?. Por favor marque máximo 4 posibilidades (las que usted considere de más peso)

* Pregunta N°9. Existe algún estudio reciente en la biblioteca sobre características de los usuarios (edades, sexo, origen, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo, etc)?

de población se quiere llegar). El 33% Las bibliotecas que si han realizado un estudio de usuarios, los hicieron entre los años 2001 y 2005.

Aunque las bibliotecas reconocen que la opinión de sus clientes es importante (porque son la razón de ser), solo el 50% (pregunta N° 23)* de estas recogen la información relacionada con sugerencias, quejas y reclamos mediante la utilización de: el 30% lo hace mediante buzones de sugerencias, el 20% lo realiza verbalmente; información que es relacionada en un registro físico (pregunta N° 24)*, el 25% utiliza un cuaderno, el 9% en fichas manuales y el 15% en una base de datos, información que le sirve control y seguimiento.

En conclusión una de las debilidades de las bibliotecas Públicas básicas, es que no tienen implementado un Sistema de Información de Mercados - SIM, que les permita medir su rendimiento frente a lo propuesto, lo cual se basa en que estas no cuentan con registros internos (informes, estadísticas e indicadores), inteligencia de mercados (cantidad, ubicación y características de las BP) e investigación de mercados (mezcla de mercados, posicionamiento, entorno) etc., que les permita mejorar y lograr un mayor reconocimiento ante la comunidad donde están ubicadas.

* Pregunta N° 23. ¿Cómo la biblioteca recoge la información relacionada con las sugerencias, quejas y comentarios de los usuarios?

* Pregunta N° 24. ¿La biblioteca lleva un registro físico de las quejas y sugerencias de los usuarios?

5. PERFIL DE LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS BÁSICAS, LOCALES Y COMUNITARIAS DE BOGOTÁ

Las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias dependen de entidades públicas, entidades sin ánimo de lucro, parroquias, ONGs, juntas de acción comunal, asociaciones, cooperativas., que se han preocupado por satisfacer las necesidades educación y el acceso a la información que tiene la comunidad en la cual están localizadas. Estas bibliotecas se encuentran ubicadas en casas de familia, en el salón parroquial, salón de la junta de acción comunal o en locales especiales para su funcionamiento, donde los responsables de ellas se han encargado de las condiciones físicas y ambientales sean las adecuadas para la prestación de sus servicios.

Aunque las bibliotecas son importantes en el desarrollo de actividades, culturales, académicas y de recreación, actualmente estas no cuentan con recursos económicos propios que garanticen su funcionamiento e implementación de nuevos servicios y programas para satisfacer las necesidades de información de la comunidad.

En promedio su colección bibliográfica (libros, videos, CD's,) es de 1.750, los cuales han sido comprados y/o donados por la misma comunidad, pero el contenido y la actualidad del material no es el adecuado pensando en las necesidades de información de los usuarios reales y potenciales. Estas bibliotecas atienden en promedio 31 usuarios diarios, los cuales son pocos teniendo en cuenta el tamaño de la población.

Tienen identificados como usuarios reales: niños, estudiantes de primaria y secundaria, teniendo en cuenta esto se puede concluir que estas bibliotecas son más bibliotecas escolares con acceso al público que bibliotecas públicas. Aunque estas bibliotecas tienen identificados los usuarios que hacen uso de sus servicios, no han realizado estudios de caracterización (edades, sexo, tipo de necesidades, estrato social, nivel educativo), como tampoco llevan estadísticas de usuarios, uso de los servicio, movimiento de su colección

En la mayoría de las bibliotecas públicas su horario de atención al público es de lunes a sábado en jornada continua, ninguna tiene horario nocturno; cuentan en promedio con 36 puestos de lectura para la prestación de los servicios y programas; los cuales estas siendo subutilizados, ya que el promedio de la rotación es estos debe ser de cuatro veces por día y actualmente es inferior a una vez por día.

Los coordinadores de las estas bibliotecas y/o personal responsable del desarrollo de las actividades que se realizan en la biblioteca llevan trabando en ella entre 1 y 5 años, cuentan con personal que labora en jornada continua, medio tiempo y por horas (voluntarios y practicantes), su nivel académico esta entre educación secundaria y universitaria (no terminada y en algunos casos tampoco esta relacionada con el área de bibliotecología).

Dentro de los servicios que ofrecen a la comunidad están: consulta en sala, préstamo a domicilio, clubes de lectura, talleres artísticos o literarios, y los servicios que piensan implementar son: reprografía, internet y multimedia. Aunque conocen la existencia de otras bibliotecas en sectores aledaños, no han realizado alianzas estratégicas que les permitan compartir recursos y lograr la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

Realizan de forma verbal y mediante la utilización de carteleras la difusión los servicios y programas, pero no han implementado herramientas de mercadeo que les permitan tener un mayor reconocimiento y posicionamiento ante la comunidad.

Las bibliotecas no han utilizado la planeación estratégica para el logro de los objetivos propuestos, como tan poco han definido su misión y su visión (no tienen definida su razón de ser), no tienen documentadas sus necesidades para poder mejorar, al igual que no utilizan indicadores de gestión que les permita evaluar su funcionamiento frente a lo propuesto.

6. CONCLUSIONES

En consideración al valor de la información obtenida mediante la implementación de la encuesta y con base en los objetivos de estudio; se permite deducir y justificar la necesidad de implementar en las bibliotecas públicas herramientas de mercadeo para la prestación de sus servicios y satisfacción de las necesidades de sus usuarios, de igual manera se puede concluir lo siguiente:

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

- La mayoría de las bibliotecas no tienen definida su misión y su visión, no han desarrollado estrategias de mercado, que les permitan alcanzar los objetivos propuestos y mejorar los servicios que presentan. Tampoco tienen documentadas las necesidades lo cual es negativo por que no saben realmente que es lo que necesitan y el desconocimiento y la carencia de esta información afecta la asignación de recursos humanos y financieros para el desarrollo de las actividades.
- Otro aspecto negativo en las Bibliotecas Públicas –BP, es que no tienen definidas ni tampoco documentadas las actividades y proyectos que realizarán para tener un mayor cubrimiento de las necesidades de la comunidad.
- La cantidad de personal con el que cuentan las bibliotecas actualmente es el adecuado teniendo en cuenta los horarios en que se atiende y los servicios que actualmente se ofrecen a sus usuarios, algunas de estas bibliotecas reciben apoyo de voluntarios de la misma comunidad.
- El personal que atiende las bibliotecas públicas locales no tienen formación en bibliotecología y tampoco se actualiza en áreas propias a las actividades que desarrollan, lo cual dificulta el enfoque en el desarrollo de nuevos servicios y programas.

- La mayoría de las bibliotecas son administradas por entidades sin ánimo de lucro, asociaciones juveniles, parroquias, juntas de acción comunal etc., que han unido esfuerzos con el fin de ofrecerle una mejor calidad de vida a su comunidad.
- Son pocas las bibliotecas que han recibido apoyo del “ plan nacional de lectura y bibliotecas” y de otras entidades que apoyan el crecimiento de estas.

ESTRATEGIA DE MERCADEO

- El presupuesto de las bibliotecas es limitado, lo cual ha influido en que estas solo ofrezcan a la comunidad los servicios tradicionales y no tengan diversificación de productos y no puedan tener una mayor penetración en el mercado actual, al mismo tiempo ha sido una de las causas por las cuales algunas de las bibliotecas han dejado de prestar sus servicios al público de forma temporal o permanente.
- El promedio de usuarios que visitan las bibliotecas es del 0.4% los cuales no son los suficientes comparados con la comunidad a la cual dirigen sus servicios, algunas de las causas por las cuales no va los usuarios a la biblioteca es por que no conocen su existencia, no les interesa o la biblioteca no tiene con que satisfacer sus necesidades, es decir hay un problema publicidad, divulgación y diseño de productos y servicios.
- Teniendo en cuenta que el mercadeo busca la satisfacción del cliente, se pueden concluir que las bibliotecas no han realizado e implementado herramientas de mercadeo completas y serias, solo han realizado actividades publicidad de los servicios y programas que desarrollan.

CLIENTE

- Sabiendo que los usuarios en las bibliotecas son su razón de ser, la gran mayoría de las bibliotecas visitadas no han realizado un estudio de usuarios que les permita conocer sus características y necesidades y así enfocar los servicios y programas que desarrollan.
- Se puede concluir que las bibliotecas públicas tienen identificados los tipos de usuarios que hacen uso de sus servicios, pero realmente estas no saben como son y que estas bibliotecas no son públicas sino

escolares con acceso al público, ya que no ofrecen sus servicios a otros usuarios (amas de casa, adulto mayor, adultos estudiantes, trabajadores etc.) que hacen parte de los usuarios potenciales de la BP.

MEZCLA DE MERCADOS

- En general las bibliotecas no cuentan con materiales bibliográficos suficientes para atender a los usuarios potenciales, lo cual nos indica el deficiente grado de cubrimiento para atender las necesidades de consulta del total de la población y el contenido y actualidad de estos son calificados dentro de aceptable y regular, lo cual dificulta la prestación del servicio de consulta en sala.
- Aunque las bibliotecas tienen un buen espacio para la prestación de sus servicios y cuentan con 36 puestos de lectura, los cuales están siendo subutilizados comparados con el total de la población.
- En la mayoría de las bibliotecas no se han implementado nuevas tecnologías lo cual ha impedido su incursión en la biblioteca moderna, estas bibliotecas solo ofrecen actualmente los servicios tradicionales (consulta en sala, préstamo a domicilio, talleres de lectura y actividades culturales). Tampoco han realizado diversificación de sus servicios ya que no poseen servicios fuera de sus instalaciones.

CONCLUSIONES PERSONALES

- Los objetivos planteados al comienzo del trabajo se cumplieron, se pudo identificar cuales son las bibliotecas públicas básicas, locales y comunitarias que existen en Bogotá, las cuales son administradas por entidades públicas, privadas y sin ánimo de lucro y conocer cual es su situación actual.
- Esta investigación me dio la oportunidad de tener un mayor acercamiento hacia la temática de las bibliotecas, de igual forma me permitió tener un enriquecimiento a nivel personal y profesional, ya que este tema es importante en el desarrollo social y educativo de toda comunidad.
También me permitió conocer personas que son un ejemplo ante esta sociedad, las cuales se han preocupado por unir esfuerzos y poner en

funcionamiento un lugar para satisfacer las necesidades de información sus usuarios.

- Con toda seguridad este trabajo puede ser la base para posteriores investigaciones y un documento valioso para las entidades que trabajan en pro del desarrollo de las bibliotecas públicas, como también para los responsables de su funcionamiento, Primero porque todo permite conocer su existencia y segundo identificar cuales son sus necesidades, debilidades y fortalezas.

7. RECOMENDACIONES

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

- Las bibliotecas deben tener definida su misión y visión con el fin de tener claros los objetivos a corto, mediano y largo plazo que pretendan alcanzar, de igual forma deben compartir con los responsables del funcionamiento los planes, las debilidades y necesidades ya que la retroalimentación es un factor clave en el éxito de las actividades que se desarrollan.
- Definir las actividades y proyectos que se realizarán para tener un mayor cubrimiento de las necesidades de la comunidad.
- Actualización constante de los funcionarios para la prestación de los servicios y desarrollo de actividades que ofrece la biblioteca.
- Darsen a conocer ante las entidades que trabajan en pro del funcionamiento de las bibliotecas con el fin de buscar su apoyo como es el caso del "Plan Nacional de Lectura".

ESTRATEGIA DE MERCADEO

- Aunque algunas de las bibliotecas cuentan con nuevos servicios, es necesario que se realicen alianzas estratégicas entre las bibliotecas que se encuentran cerca con el fin de seguir ofreciendo a sus usuarios los servicios tradiciones y los nuevos que están relacionados con la biblioteca moderna y la implementación de nuevas tecnologías.
- Dar a conocer a los responsables del funcionamiento de la biblioteca los planes y actividades, con el fin de contar con un presupuesto para el desarrollo de los mismos.
- Es necesario que la biblioteca se proyecte y realicé una mayor difusión de sus servicios, para atraer nuevos usuarios.

CLIENTE

- Es indispensable que todas las bibliotecas realicen un estudio de usuarios y lo actualicen constantemente con el fin de conocer sus características, necesidades e intereses y así enfocar los servicios y programas que se van a desarrollar.

MEZCLA DE MERCADOS

- Es necesario que las bibliotecas se proyecten, que den a conocer sus planes y programas no solo en su comunidad o localidad, sino también a nivel Bogotá, ya que varias entidades que les pueden colaborar mediante la donación de material bibliográfico no conocen su existencia, lo cual les permitiría mejorar su colección y satisfacer la necesidades de información de sus usuarios reales y potenciales que harían uso de sus servicios.
- Las bibliotecas deben implementar nuevos servicios teniendo en cuenta las necesidades, requerimientos de sus usuarios y sus recursos económicos y físicos, que les permitan una mayor penetración ante la comunidad a la cual ofrecen sus servicios
- Las bibliotecas son conscientes de su función social en el desarrollo educativo, recreativo y cultura de la comunidad, pero es necesario que abran sus puertas al cambio constante que se está dando en la sociedad de la información, e implementen estrategias y planes de mercadeo con el fin de difundir y mejorar sus programas y servicios.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ. Didier. ESPITALETA. Lina y PATTE. Genevieve. Mercadeo de la biblioteca pública. En: CONGRESO NACIONAL DE LECTURA. (6° : 2002 : Bogotá). Mesa redonda del V Congreso Nacional de Lectura. Bogotá: Fundalectura, 2002.

ARELLANO CUEVA. Rolando. Marketing: enfoque América Latina. México: McGraw Hill, 2003, p.576.

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

COLOMBIA. ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. Normatividad. [en línea]. <http://www.alcaldia.gov.co/sisjur/normas/norma1> (consulta: agosto, 2005).

----- . ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Recorriendo Bogotá 2004: diagnóstico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá, D.C. p. 185

----- . BIBLIOTECA NACIONAL. Bibliotecas públicas. [en línea]. <http://www.bibliotecanacional.gov.co/bibliotecas.htm> (consulta: agosto, 2005).

----- . MINISTERIO DE CULTURA. La biblioteca pública que queremos. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2001. p.48.

COMPENDIO HISTÓRICO DE LAS INSTITUCIONES EN BOGOTÁ [en línea] URL <http://www.bogota.gov.co/bogota/LA%20COLONIA%20I.doc> (consulta: 7 marzo, 2001).

DELGADO TORRES, Nora Alicia. Mercadeo: instrumento de gestión en las bibliotecas. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol. 19, No.2 (jul-dic. 1996); p.61-68.

----- y SOSA SAURE, Hilda. Las bibliotecas y el marketing. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol. 17, No.2 (jul-dic. 1994); p.33-39.

DOMINGUEZ SANJURJO, M. Ramona. MERLO VEGA, José Antonio. La biblioteca pública al servicio de la comunidad[en línea]. URL <http://www.fundaciongsr.es/bp/bp05.html> (consulta: agosto, 2005).

FERNANDEZ ABALLI, Isidro. El rol de las bibliotecas públicas en la sociedad de la información: ponencia inaugural del II congreso internacional de bibliotecas públicas. Puerto Vallarta, México [en línea]. 2003. URL http://www.cerlalc.org/reflexiones/Bibliotecas_Públicas.doc (consulta: 20 mayo, 2005).

FUNDALECTURA. Servicio de bibliotecas públicas: directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo. Bogotá. Fundalectura, 2002. p.122.

GIAPPICONI, Thierry. Gestión de la calidad y marketing en las bibliotecas públicas. Madrid: Fundación Bertelman, 1999. p.185.

GÓMEZ HERNÁNDEZ, José Antonio. Gestión de bibliotecas: texto guía de las asignaturas de biblioteconomía general y biblioteconomía especializada. Madrid: Universidad de Murcia, 2002. p.342.

GULTINAN, Joseph; GORDON, Paúl y MADDEN, Thomas. Gerencia de Marketing: estrategias y programas 8ed. Bogotá: McGraw Hill, 1999. p.470.

GUPTA, Dinesh K. Marketing of library and information services: building a new discipline for library and information science education in Asia: En:

Periódico de Malaysian de Bibliotecas & la Ciencia de Información. Vol.8, No.2 (2003); p.95-108.

HOFFMAN, Douglas y BATESON John. Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos. 2 ed. México. Thomson, 2002. p. 569.

JARAMILLO, Orlanda. La biblioteca pública en Medellín: un acercamiento a su contexto legal. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Medellín. Vol.27, No.1 (jun-jul. 2004); p.93-115.

KOTLER, Philip. Dirección de marketing. 10 ed. México: Pearson Educación, 2001. p.792.

----- y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. 6 ed. México: Pearson, 2003. p.589.

----- . Marketing. 8 ed. México: Pearson Educación, 2001. p.718.

LAMB, Charles y HAIR, Joseph. Marketing. México: Thomson, 2000. p.751.

LOVELOCK, Christopher. Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recurso humano. México: Pearson, 2004. p. 741.

MARTINEZ CÁCERES, Lucila. Marketing cultural y biblioteca pública: estrategias de gerencia creativa. Bogotá: Instituto Colombiano de Cultura, 1991. p.71.

MCCARTHY E. Jerome y PERREAULT, William. Marketing: un enfoque global. 13ª ed. México: McGraw Hill, 2000, p.792.

MÉNDEZ ÁLVAREZ. Carlos Eduardo. Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación. México: McGraw-Hill, 2003. p.197.

RAMOS SIMÓN, Luis Fernando. Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales. Madrid: Síntesis, 1995. p. 238.

SERNA GOMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. 8ed. Bogotá: 3R Editores, 2003. p.414.

SETÓ PAMIES, Dolors. De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid: ESIC, 2004. p.171.

STONER, James; FREEMAN, Edward y GILBERT, Daniel. Administración. 6 ed. México: Prentice Hall, 1996. p.293.

SUAIDEN, Emir José. El impacto social de las bibliotecas públicas. En: Anales Documentales. Nº 5 (2002); p.333-344.

TREVIÑO GARCIA, Roberto. Hacia la biblioteca pública moderna. En: Los Procedimientos Segundo Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas: "El Desarrollo de Estrategias y Proyectos párrafo" Guadalajara, Jalisco (México), 2000. p. 146-150

UNESCO. Directrices para la enseñanza de la comercialización en la formación de bibliotecarios, documentalistas y archiveros. Paris: PGI, 1988

ZEITHAML, Valarie y BITNER, Mary Jo. Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa. México: McGRAW-HILL. 2002. p. 747.

ANEXOS

Anexo A.

BIBLIOTECAS PÚBLICAS LOCALES Y COMUNITARIAS DE BOGOTÁ D.C.

El presente cuestionario es el insumo para una investigación netamente académica, desarrollada en la Universidad de la Salle. Por esta razón la información que usted registre solo se utilizará para estos fines. Solicitamos a usted registrar la información de la manera más exacta y real, de acuerdo con las características de su biblioteca.

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

1-10	11-20	21-50	51-100	101-200	201-300	301-500	500-1000	+1000

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

-500	500-1000	1001-3000	3001-5000	5001-10000	10001-30000

3. ¿Cuál es el número de puestos de lectura dentro de la biblioteca?

1-10	11-30	31-60	61-100	101-200	201-500

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

5. ¿Cuál es el horario de la biblioteca? (Colocar el horario de apertura y cierre)

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

6. ¿Jornada continua? SI _____ NO _____

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

	Costo
Consulta en sala	
Préstamo a domicilio	
Afiliación a la biblioteca	
Hemeroteca	
Sala Infantil	
Club amigo de la biblioteca	
Reprografía	
Cajas viajeras	

	Costo
Clubes de lectura	
Hora del cuento	
Internet y multimedia	
Catálogo en línea	
Proyección de películas	
Talleres artísticos o literarios	
Ludoteca	
Otros:	

¿Cuales?: _____

8. ¿Cuántos empleados laboran en la biblioteca? (Registrar la cantidad dentro del cuadro)

	Tiempo completo
	Medio tiempo
	Tiempo parcial (por horas practicantes, etc)

ENTORNO / USUARIO

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

SI ¿En que año se hizo? _____
 NO

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

1.	
2.	
3.	

4.	
5.	
6.	

7.	
8.	
9.	

11. 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.?

	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM
No se sabe	Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes		Sábado		Domingo	
		Noche		Noche		Noche		Noche		Noche		Noche		Noche

12. Refiriéndose a los tres grupos de usuarios que usan con menos frecuencia la biblioteca, (los que ubico en las últimas posiciones en la pregunta N° 10) ¿Cuál es la hora en que disponen de más tiempo para recreación, deportes, lectura y ocio?

	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM	AM	PM
No se sabe	Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes		Sábado		Domingo	
		Noche		Noche		Noche		Noche		Noche		Noche		Noche

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?

SI _____ NO _____

Si su respuesta a la pregunta N° 13 fue positiva (SI), por favor pase directamente a la pregunta N° 15, de lo contrario continúe con la pregunta N° 14.

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

No tienen tiempo	
No les interesa	
No saben el valor de la biblioteca	
Prefieren otras actividades	
Dificultades para ir, (muy lejos)	
Horario de la biblioteca pocos flexibles	

Mal servicio en la biblioteca	
No saben que existe la biblioteca	
Prefieren otras actividades	
Se limitan a los textos y no amplían sus posibilidades	
La biblioteca no tiene con que responder a sus necesidades e intereses	

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

a. - Misión y visión de la biblioteca	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año aproximado: _____
b. - Debilidades y fortalezas de la biblioteca	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año aproximado: _____
c. - Tipos de usuarios que se atienden	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año aproximado: _____
d. - Estrategias para mejorar los servicios	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año aproximado: _____
e. - Necesidades para poder mejorar	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año aproximado: _____
f. - Características de la comunidad	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año aproximado: _____
g. - Dificultades de la biblioteca para operar	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año aproximado: _____

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?

SI ¿Cuántas? _____
 NO

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

Aspectos Positivos

Aspectos Negativos

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

18. PLANEACION Y ESTRATEGIAS

a. ¿Tiene definido la biblioteca que actividades y proyectos realizará en este año?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
b. ¿Se encuentra registrada esta información en un documento?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
c. ¿Tiene la biblioteca definidos recursos financieros para operar?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
d. ¿Tiene definidos los objetivos que pretende alcanzar el presente año?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
e. ¿Conocen los jefes o autoridad respectiva los planes de la bteca para el presente año?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
f. ¿Conocen los jefes o autoridad superior, las debilidades y necesidades de la bteca?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
g. ¿Cuenta con recursos humanos y financieros para desarrollar los planes para este año?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

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

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 están?

SI	<input type="checkbox"/>	¿Con que regularidad se hace?				
			Mensual	Anual	Esporádica	Casi nunca
NO	<input type="checkbox"/>					

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?

Nunca	A veces	Regularmente	Siempre

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 de horas de servicio, etc.)

SI Mencione los que recuerde: _____
 NO _____

MEZCLA /SIM

23. ¿Cómo la biblioteca recoge la 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

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

No lo hace	En un cuaderno	En fichas manuales	En una base de datos

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.?

No lo hace	En un cuaderno	En fichas manuales	En una base de datos

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

SI ¿Cuál? _____
 NO

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

1.	
2.	
3.	

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

SI ¿Cuál? _____
 NO

29. ¿Aproximadamente cuál es el área de la biblioteca en mts.? _____

30. ¿Como calificaría de 1 a 5 (siendo 1 pésimo y 5 excelente) el espacio de la biblioteca en términos de comodidad, aseo, aire, luz, espacios amplios, colorido, calidad de la construcción, etc.)?

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

31. ¿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.)

Contenido	1	2	3	4	5
Actualidad	1	2	3	4	5

32. ¿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.)

Contenido	1	2	3	4	5
Actualidad	1	2	3	4	5

33. ¿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?

Consulta en sala	
Préstamo a domicilio	
Afiliación a la biblioteca	
Hemeroteca	
Sala Infantil	
Club amigo de la biblioteca	
Reprografía	
Cajas viajeras	

Clubes de lectura	
Hora del cuento	
Internet y multimedia	
Catalogo en línea	
Proyección de películas	
Talleres artísticos o literarios	
Ludoteca	
Otros:	

¿Cuales?: _____

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

<input type="checkbox"/>	Cartelera en la biblioteca
<input type="checkbox"/>	Volantes en la biblioteca
<input type="checkbox"/>	Plegables
<input type="checkbox"/>	Afiches
<input type="checkbox"/>	Pancartas
<input type="checkbox"/>	Cartelera en sitios estratégicos del barrio
<input type="checkbox"/>	Verbalmente
<input type="checkbox"/>	Volantes en diferentes sitios del barrio
<input type="checkbox"/>	Periódico local

<input type="checkbox"/>	Charlas en colegios e instituciones
<input type="checkbox"/>	Emisora local
<input type="checkbox"/>	Ninguno
<input type="checkbox"/>	Otros:

¿Cuáles?

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

	Esporádico	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
1.					
2.					
3.					
4.					

36. ¿Cuenta la biblioteca con un presupuesto establecido para operar? NO _____ SI _____

37. ¿Cuántos años cumplidos lleva usted como bibliotecario en esta biblioteca?

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

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

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

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

Primaria	Secundaria	Profesional	Ninguno terminado
----------	------------	-------------	-------------------

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

<input type="checkbox"/>	De ninguna manera	<input type="checkbox"/>	Cursos y conferencias
<input type="checkbox"/>	Internet / informal	<input type="checkbox"/>	Otros
<input type="checkbox"/>	Educación formal a distancia		¿Cuáles? _____
<input type="checkbox"/>	Educación formal presencial		_____
<input type="checkbox"/>	Informalmente a través de lecturas		_____

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

SI ¿Como? _____

NO

Agradecemos su colaboración.

¿Usted desea conocer los resultados de la investigación final? SI _____ NO _____

IDENTIFICACIÓN BIBLIOTECA

Nombre de la Biblioteca: _____

Nombre del responsable de la Biblioteca: _____ Cargo: _____

Entidad u organismo de quien depende la Biblioteca: _____

Dirección: _____ Teléfono: _____ Fax: _____

Correo electrónico _____ Pagina Web: _____

Fecha: _____

Anexo B.

INSTRUMENTO DE OBSERVACIÓN BIBLIOTECAS PÚBLICAS BÁSICAS

Nombre de la biblioteca: _____

Dirección: _____ **Barrio:** _____

Teléfono: _____ **Fax:** _____

• **Vías de acceso a la biblioteca:** _____

• **Ubicación de la biblioteca en el barrio (puntos referenciales) :** _____

• **Horario de atención al público en la entrada de la biblioteca:** _____

• **Espacio físico de la biblioteca para la prestación de sus servicios (estantería, aseo, luz, colorido etc.):** _____

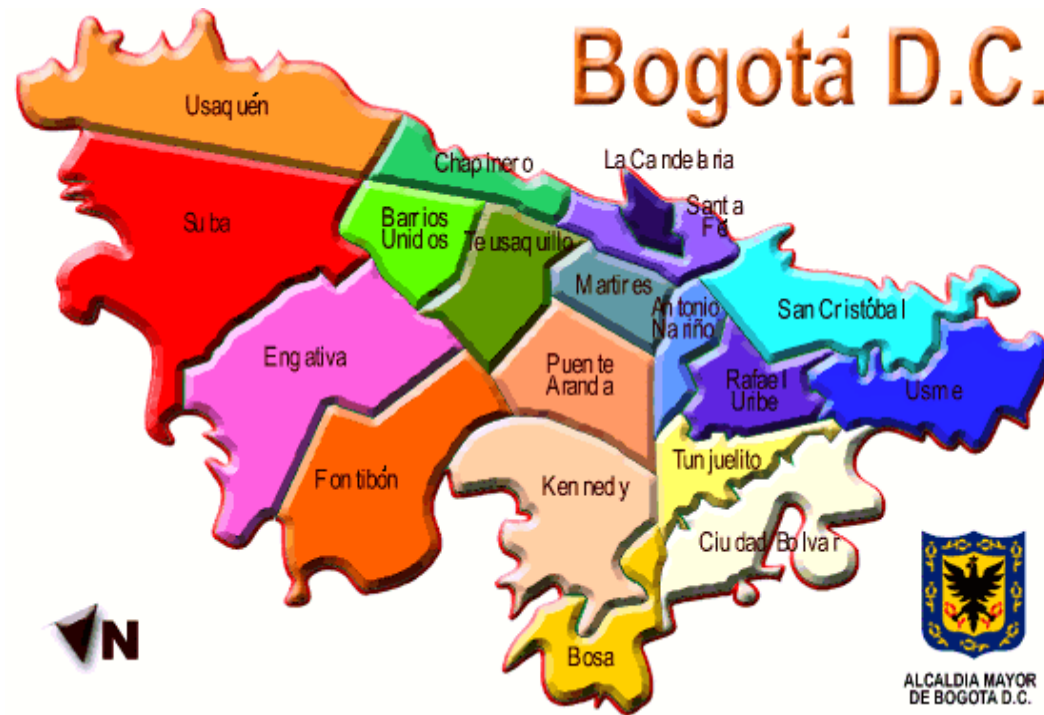
• **Medios de divulgación de los servicios y programas dentro de la biblioteca (cartelera, afiches, volantes etc.):** _____

Anexo C.

MAPA DE LAS LOCALIDADES DE BOGOTÁ D.C.⁵³

LOCALIDADES

- 1. Usaquén
- 2. Chapinero
- 3. Santa Fé
- 4. San Cristóbal
- 5. Usme
- 6. Tunjuelito
- 7. Bosa
- 8. Kennedy
- 9. Fontibón
- 10. Engativá
- 11. Suba
- 12. Barrios Unidos
- 13. Teusaquillo
- 14. Los Mártires
- 15. Antonio Nariño
- 16. Puente Aranda
- 17. La Candelaria
- 18. Rafael Uribe Uribe
- 19. Ciudad Bolívar



⁵³ ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Recorriendo Bogotá 2004: diagnóstico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá, D.C. p. [en línea]. <http://www.alcaldia.gov.co/recorriendo> (consulta: agosto, 2005).

Anexo D

INVENTARIO DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS BÁSICAS, DE BOGOTÁ D.C. POR LOCALIDADES

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
1. USAQUEN	Biblioteca Pública Cedro Golf Club	Junta de Acción Comunal	Carrera 12 A N° 150 – 01 Cedro Golf Club	6480337	Biblioteca Pública Cedro Golf Club
2. CHAPINERO	Biblioteca El Parque	Ministerio de Cultura Dirección de Infancia y Juventud	Carrera 12 A N° 150 – 01 Parque Nacional	6480337	bparque@mincultura.gov.co gprieto@mincultura.goc.co
3. SANTA FE	Biblioteca Pública Comunitaria La Perseverancia	Junta de Acción Comunal	Carrera 4A N° 31– 43 La Perseverancia	2877760	
4. SAN CRISTÓBAL	Biblioteca Pública Centro Comunitario San Blas	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Carrera.3 N° 15-57 Sur - San Blas	2891278	
	Biblioteca Pública Comunitaria Diego Riveros	Junta de Acción Comunal	Carrera 13 Este N° 61 - 15 Sur - Nueva Delhi	3674422	
	Biblioteca Pública Los Fundadores	Junta de Acción Comunal	Carrera 7 Este 8 - 58 Sur Vitelma	2463423	

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
5. USME	Biblioteca Pública Local Unidos en el Saber	Junta de Acción Comunal	Salón Junta de Acción Comunal Santa Librada II Sector		
6. TUNJUELITO	No existe ninguna biblioteca pública básica en esta localidad				
7. BOSA	Biblioteca Comunitaria Los Naranjos	Junta de Acción Comunal	Carrera 80 I N° 71 B - 27 Sur - Bosa Naranjos	7821321	jacnaranjos@starmedia.com
	Biblioteca Comunitaria Piamonte	Estación de Policía Bosa	Diag. 69A Bis N° 81 - 03 Frente al CAI de Bosa Piamonte		
	Biblioteca Pública Centro Comunitario Bosa	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Calle 73 N° 81 B - 10 Bosa Laureles	7802755	
	Biblioteca Pública Comunitaria Chiminigagua	Fundación Social Chiminigagua	Carrera 87 A N° 72 - 45 Sur - Bosa Laureles	7791504 7806911	chigagua@hotmail.org.co chigagua@telecom.org.co www.venusalbeirosilva.org
	Biblioteca Pública Comunitaria Kerigma	Fundación Teatral Kerigma Fuintek	Carrera 12 N° 11 - 72 - Bosa La Despensa	7764632 7777980	administracion@fundacionkerigma.org cecitorrestoledo@yahoo.es
8. KENNEDY	Biblioteca Fernando Rodríguez Valbuena	Junta de Acción Comunal	Calle 46 N° 77 Q - 67 Sur - Jackeline	2640026 Fax 4519229	jac.jackeline@hotmail.com

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
8. KENNEDY	Biblioteca Parroquial San Francisco de Asís	Parroquia San Francisco de Asís	Carrera 20F N° 66 - 38 Sur - Floralia		
	Biblioteca Parroquial San Juan de La Cruz	Parroquia San Juan de La Cruz	Carrera 79 B N° 42 C - 26 Sur - Abraham Lincon	2733134	
	Biblioteca Parroquial Santa Margarita María de Alacoque	Parroquia Santa Margarita María de Alacoque	Transversal 80 N° 41 C - 04 Sur - Bomberos		
	Biblioteca Parroquial Santo Tomas Moro	Parroquia Santo Tomas Moro	Carrera 75 N° 42B - 78 Sur - Timiza	4510061	
	Biblioteca Pública Nuestra Señora de La Caridad	Parroquia Nuestra Señora de La Caridad	Calle 48 N° 47 - 16 - Socorro	2734755	
	Biblioteca Pública Agustin Nieto Caballero	Administración Conjunto Casablanca 33	Carrera. 84 B No. 46 A - 70 Sur - Casablanca 33	4510461	
	Biblioteca Pública Casablanca 32	Junta de Acción Comunal	Casablanca 32		
	Biblioteca Pública Centro Comunitario Kennedy	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Centro Desarrollo Transv. 80 No. 43 - 43 Sur - Kennedy	4540198	
	Biblioteca Pública Comunitaria María Mercedes Carranza	Junta de Acción Comunal	Calle 42F Sur No. 100B - 24 - Altamar	4533862 4530898	

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
8. KENNEDY	Biblioteca Pública Popular Britalia	Centro Cultural Britalia	Carrera 80 l N° 52A - 08 Sur - Britalia	4508887 Fax 4516962	
	Biblioteca Pública Villa Rica	Junta de Acción Comunal	Diag. 52B Sur N° 75 - 01 - Villa Rica	2996604	
9. FONTIBÓN	Biblioteca de Modelia		Calle 43 N 78 A - 91 - Modelia	4296625	
10. ENGATIVA	Biblioteca Comunal Garcés Navas	Junta de Acción Comunal	Calle N° 104 - 18 - Garcés Navas	4922346	
	Biblioteca Comunitaria Vamos a Leer	Asociación Juvenil Club Cultural Siglo XXI	Calle 61 Sur N° 15A - 28 Este - Bochita	3620154 3622933	
	Biblioteca Minuto de Dios		Minuto de Dios		
	Biblioteca Pública Centro Comunitario Santa Helenita	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Calle 70 No. 78-07 - Santa Helenita	4301896 2516691	
	Biblioteca San Juan de Mata	Parroquia San Juan de Mata	Calle 73 N° 77- 95 Villa Gladys I Etap	4366926	
	Biblioteca Verbo Divino	Parroquia Verbo Divino	Transversal 106 Calle 76 - Garcés Navas	2275445	
11. SUBA	Biblioteca Pública Comunitaria Cerro Sur de Suba	Corporación Casa de la Cultura Ciudad Hunza - Junta de Acción Comunal	Calle 122 N° 86 - 20 - Hunza	6924452	casahunza@hotmail.com

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
11. SUBA	Biblioteca Siervas de San José	Comunidad Siervas de San José	Calle 134 N° 115 – 31 – Gaitana	6895518	
	Casa de Cuentos	Corporación del Cuento de Suba	Diag 144 A N° 90 – 33 – Rincón	6879579	
	Asociación Biblioteca Pública Nido del Gufo	Asociación El Gufo (ONG)	Transv. 154 N° 133 – 22 - Lisboa	6931907	
	Biblioteca Casa Blanca	Fundación Espejos Culturales	Calle 143A # 67B-35 - Casa Blanca	6813132	fundacionespejosculturales@yahoo.es
	Biblioteca Comunal La Cometa	Corporación La Cometa	Carrera 95C N° 126 – 48 – Los Robles	6924432	corporacionlacometa@hotmail.com
	Biblioteca Comunitaria Gloria Lara II Etapa	Junta de Acción Comunal	Calle 129 C N° 98 – 13 – Gloria Lara II Etapa	6847226 3118440488	
	Biblioteca Las Margaritas de Suba	Conjunto Residencial Las Margaritas	Calle 143 F # 119 - 62 - Compartir	6974812	bibliotecasmargaritas@yahoo.com
	Biblioteca Las Mercedes de Suba	Conjunto Residencial Las Mercedes	Compartir		
12. BARRIOS UNIDOS	Biblioteca Comunitaria Santa Sofía	Junta de Acción Comunal	Carrera 31 N° 78 – 27 – Santa Sofía	2255723	
13. TEUSAQUILLO	No existe ninguna biblioteca pública básica en esta localidad				

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
14. LOS MARTIRES	No existe ninguna biblioteca pública básica en esta localidad				
15. ANTONIO NARIÑO	Biblioteca Pública Comunitaria Manuela Beltrán	Asociación de Vecinos Granjas San Pablo	Carrera 14B No. 33-26 Sur - San Jorge	2091829	
16. PUENTE ARANDA	Biblioteca Pública Centro Comunitario Asunción	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Carrera 32A No. 2A-08 - La Asunción	3512530 2775233	
17. LA CANDELARIA	Biblioteca Parroquial Nuestra Señora de Egipto	Parroquia Nuestra Señora de Egipto	Calle 4 E N° 10 - 02 - Egipto	3421230	
	Biblioteca Publica Centro Comunitario Lourdes	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Carrera 2 No. 3a-00 - Belén	2330716	
	Casa de Rafael Pombo	Casa de Rafael Pombo	Calle 10 N° 5 - 22 - La Candelaria	2814534	
18. RAFAEL URIBE URIBE	Biblio Club Acregen	Asociación Creciendo Gente - ACREGEN	Diagonal 53 A Sur N° 3 - 53 - La Paz Naranjos	5691466	
	Biblioteca Comunitaria Amaruta	Junta de Acción Comunal	Calle 35 Sur N° 10 - 26 - Pijaos		

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
18. RAFAEL URIBE URIBE	Biblioteca Comunitaria Centenario	Junta de Acción Comunal	Carrera 26 N° 27 - 18 Sur - El Centenario	2038227	
	Biblioteca Comunitaria Luis Carlos Galán "La Espiga del Saber"	Junta de Acción Comunal	Transversal 9 B 51 - 23 Sur - El Portal	7723529	
	Biblioteca Fundación Víctor Braum	Fundación Víctor Braum	Diagonal 40 Sur 12 - 74 - Las Lomas I Sector	2788745	
	Asociación Biblioteca Semillas Creativas Juan Pablo II	Asociación Biblioteca Semillas Creativas (Gestión)	Carrera 18 Q N° 68b - 10 - Juan Pablo II	7909644	semicreativas@yahoo.es
	Biblioteca Los del Barrio	Asociación Los Del Barrio	Carrera 18 I N° 65 A - 34 Sur - Marandu	7926366	
	Biblioteca Casa de la Cultura de Arabia	Casa De La Cultura De Arabia	Calle 82 B N° 18 - 10 Sur - Arabia	9129112	
	Biblioteca Comunitaria De Asojuvenil	Asociación Juventudes Compartir - Asojuvenil	Calle 19 N° 66a - 05 Sur - Compartir	9117447 Fax 7167208	asojjuvenil@yahoo.com
	Biblioteca Comunitaria ICES - ISNEM	Instituto Cerros del Sur	Calle 81 Sur N° 42 - 09 - Potosí	7172495 7187781	ices@etb.net.co lsnem@etb.net.co
	Biblioteca Fasol	Centro de Promoción Y Cultura	Calle 41 N° 81 C - 05 Sur - El Amparo	5740008	dianapaz428@hotmail.com

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
18. RAFAEL URIBE URIBE	Biblioteca Fundación Víctor Braum	Fundación Víctor Braum	Calle 56 Sur N° 16 - 7a - Las Lomas	2788745	
	Biblioteca Libroteca Crear Jugando	Autosostenimiento	Carrera N° 1 - 45 Y - 93 - Diana Turbay y/o Ayacucho	7712309	
	Biblioteca Parroquial Sagrados Corazones de Jesús y María	Parroquia Sagrados Corazones de Jesús y María	Calle 21 A Bis Sur N° 1 - 34 Este - Granada Sur	2668902	
19. CIUDAD BOLÍVAR	Biblioteca Parroquial San Judas Tadeo	Parroquia San Judas Tadeo	Diag. 45 F Sur N° 16c - 27 - Marco Fidel Suárez	2795475	
	Biblioteca Popular Expreso del Sur	Expreso del Sur	Carrera 3 N° 94z - 86 Sur - La Resurrección		bipoexsur@hotmail.com
	Biblioteca Publica Centro Comunitario Molinos II	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Calle 48d Sur No. 5-10 - Molinos II		molinos2@bogota.gov.co
	Biblioteca Publica Centro Comunitario Samore	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Calle 40 A Sur No. 31 -46 - Barrio Ingles	2388990	
	Biblioteca Publica La Alegría de Leer	Departamento Administrativo de Bienestar Social - DABS	Calle 48 Sur N° 6 - 13 - Molinos II	7714833	

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
19. CIUDAD BOLÍVAR	Biblioteca Publica Palermo Sur	Junta de Acción Comunal	Carrera 1 Este N° 50 - 19 Sur - Palermo Sur	7141545	
	Biblioteca Juan Bosco Obrero	Centro Don Bosco (Salesianos)	Carrera 18 F N° 74 - 20 Sur - La Estrella	5687303/5 7652529	juanbosco4@hotmail.com
	Biblioteca Parroquial San Francisco	Parroquia San Francisco	Calle 22 F N° 69 - 39 Sur - San Francisco	7775121	
	Biblioteca Publica Aventureros del Saber	Benposta Nación de Muchachos "Las Torres"	Calle 78 A No. 18 G - 27 Sur - El Tesoro	3154732211	
	Biblioteca Publica La Estrella	Fundación Integración Social y Desarrollo Comunitario - FISDECO	Carrera 18 B No. 73 - 09 Sur - La Estrella	7659967	
	Biblioteca Publica Nuestra Señora Del Lucero	Fundación Integración Social y Desarrollo Comunitario - FISDECO	Calle 69 C No. 17 F - 36 Sur - Lucero Bajo	7901810	
	Biblioteca Publica Piloto Cardenal Aníbal Muñoz Duque	Fundación Integración Social y Desarrollo Comunitario - FISDECO	Diagonal 62 Sur No.17-38 Sur - Meissen	7653796	
	Biblioteca Publica San Joaquín y Santa Ana -	Fundación Integración Social y Desarrollo Comunitario - FISDECO	Carrera 17b Av. No. 80a-53 Sur - Mochuelo	7653796	

LOCALIDAD	BIBLIOTECA	RESPONSABLE	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
19. CIUDAD BOLÍVAR	Biblioteca Publica Santa Cruz	Fundación Integración Social y Desarrollo Comunitario	Calle 64 A No. 18 H - 33 Sur - Gíblartar Domingo Lain	7653796 7901810	
	Biblioteca Publica Santa Silvia	Fundación Integración Social y Desarrollo Comunitario - FISDECO	Carrera 17a No. 80f-49 Sur Parroquia Santa Silvia - El Tesoro	7901810	
	Biblioteca Publica Santo Domingo Guzmán	Fundación Integración Social y Desarrollo Comunitario - FISDECO	Calle 69 G No. 18 I - 76 Sur - Lucero Alto	7906091 7653796	
	Corporación Centro Local de Desarrollo Integral Jerusalén - CELODIJE	Corporación Centro Local de Desarrollo Integral Jerusalén - CELODIJE	Carrera 46 C N° 70 - 59 Sur - Jerusalén	7173040 7167146	

* Se consulto en la página web de la biblioteca nacional www.bibliotecanacional.gov.co/bibliotecas.htm y www.senderos.gov.co, información relacionada con las bibliotecas públicas en Bogotá.

