

MERCADEO BIBLIOTECARIO:

Diseño para la Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática UPR



Yariliz R. Quiles Martínez, MIS

Comité de Tesis: Luisa Vigo- Cepeda, Ph.D., Carlos Torres-Berrios Ph.D.,
Jeannette Lebrón Ramos, MPA, MIS



Resumen

La investigación expone el diseño de un plan de mercadeo para la Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática, (BCBI), del Sistema de Bibliotecas en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras. El plan está dirigido a satisfacer las necesidades de estudio e investigación de los estudiantes de la Escuela Graduada de Ciencias y Tecnologías de la Información, usuarios principales de dicha unidad de información.

En esta investigación cualitativa, de tipo investigación-acción bajo el enfoque práctico y la perspectiva deliberativa, se utilizan los marcos conceptuales de mercadeo y estudios de usuarios. Se guió, además, por el proceso que orienta el enfoque de la Práctica del Profesional de la Información Basada en la Evidencia. En este enfoque se observa la búsqueda, selección, evaluación y aplicación de datos con el fin de resolver un problema. Al estudiar a la población seleccionada se utilizaron dos técnicas de investigación: análisis documental y grupo focal. Los resultados se utilizaron para desarrollar el diseño de un plan de mercadeo para la biblioteca seleccionada.

Introducción

Este estudio presenta el diseño de un plan de mercadeo para la Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática, (BCBI), del Sistema de Bibliotecas en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras. La BCBI es una unidad de información académica especializada en ciencias bibliotecarias y de la información cuya misión es de "colabora[r] con la Escuela Graduada de Ciencias y Tecnologías de la Información, EGCTI, en su misión de formar profesionales de la información y crear y difundir nuevo conocimiento en el campo de la información por medio de la investigación de sus profesores y estudiantes" (Sistema de Bibliotecas, 2011).

La investigación se desarrolló partiendo de dos marcos de referencia: el mercadeo en unidades de información (Kotler & Armstrong, 2003; Elliot de Sáez, 2002), y los estudios de usuarios según descritos por Sanz Casado (1994). Utiliza además, como marco teórico, el enfoque de la Práctica del Profesional de la Información Basada en la Evidencia (Booth & Brice, 2004). Los resultados ayudaron a diseñar un plan de mercadeo para la BCBI dirigido a los estudiantes de la EGCTI.

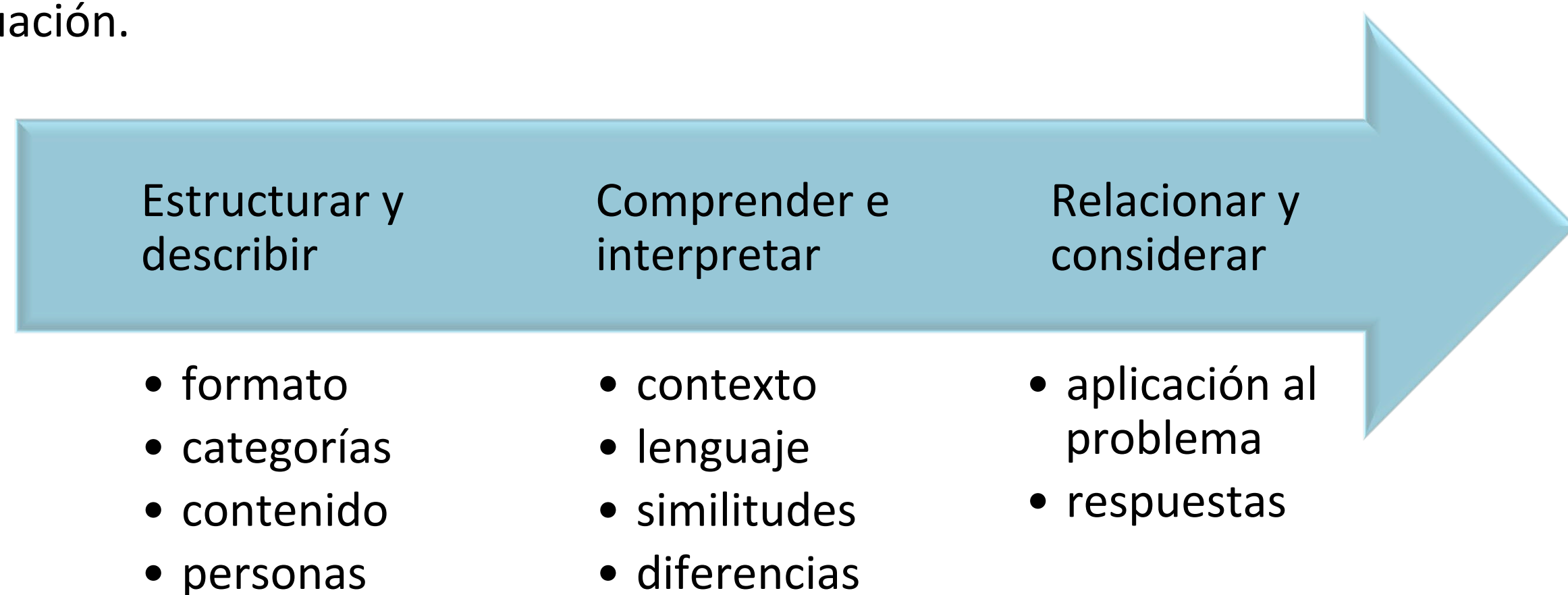
El estudio se llevó a cabo durante el año académico 2011/2012.

Metodología

Este estudio, de tipo cualitativo, utilizó la investigación acción práctica y deliberativa, según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010), con el fin de diseñar un plan de mercadeo sobre los servicios de la Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática (BCBI). Este método tiene el propósito de "resolver problemas cotidianos y mejorar prácticas concretas" (Hernández-Sampieri *et al*, 2010, p.706).

Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron dos: el análisis documental de documentos organizacionales de la BCBI y una sesión de grupo focal dirigido a los estudiantes de la Escuela Graduada de Ciencias y Tecnologías de la Información (EGCTI). La utilización de las técnicas requirió el uso de varios instrumentos: una hoja de registro y el análisis para los documentos organizacionales, una guía de preguntas para realizar el grupo focal, un cuestionario de preguntas socio-demográficas para obtener el perfil de los estudiantes de la EGCTI, y una hoja de acopio para observaciones y anotaciones durante el grupo focal.

Basándonos en Hernández-Sampieri *et al* (2010), para el análisis de los resultados, se utilizó la estructura del esquema a continuación.



Resultados

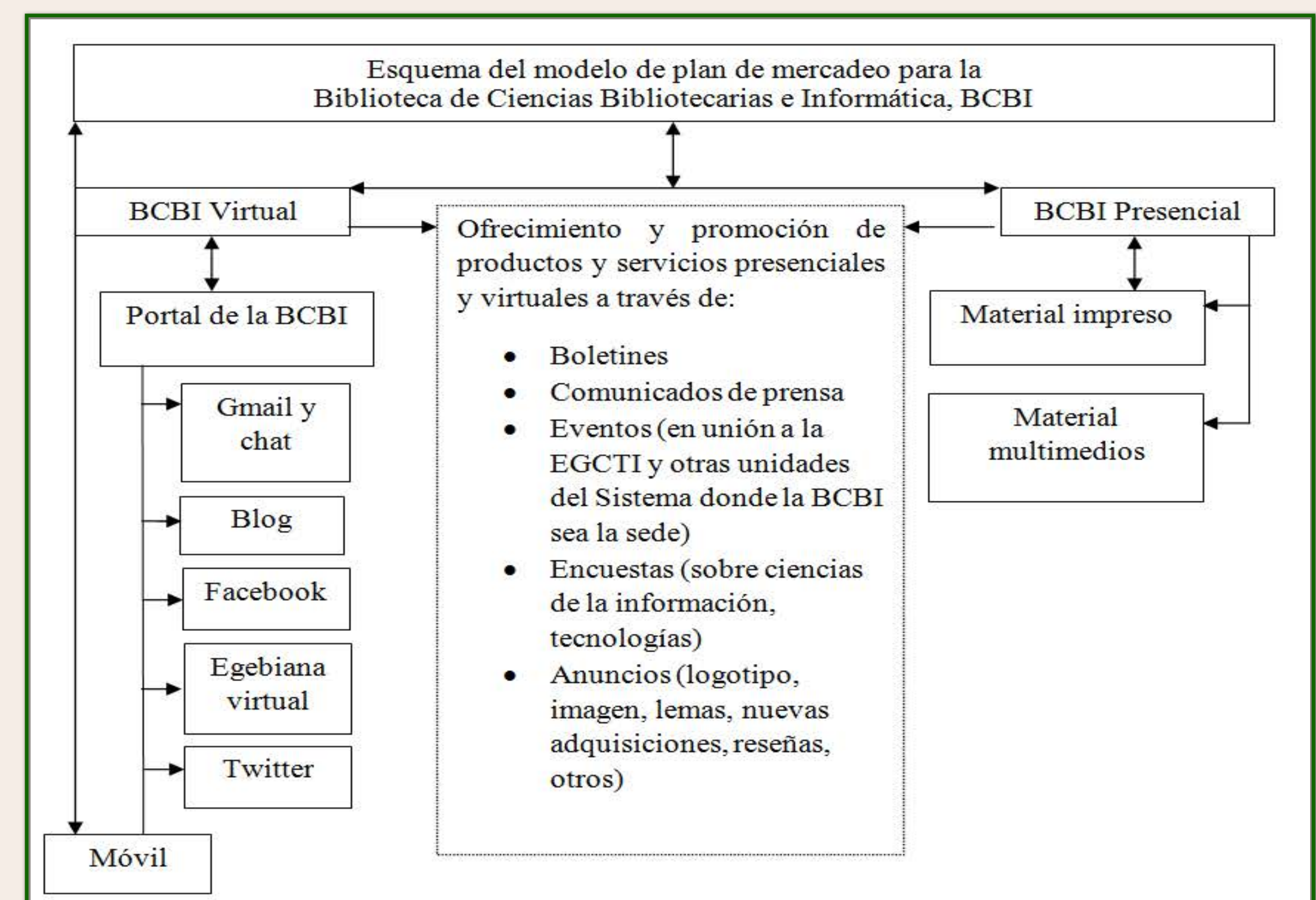
Los resultados del análisis documental confirman la disminución en el uso de los recursos físicos de la biblioteca. Muestra además, una reducción sustancial en el personal bibliotecario lo que trajo, como consecuencia, un reajuste en el horario de servicio.

Los resultados del grupo focal indican que los estudiantes no utilizan la BCBI porque su horario de búsqueda es diferente al de la biblioteca y les es más conveniente acudir a Internet, a las bases de datos suscritas y otras bibliotecas para satisfacer sus necesidades de información.

Los resultados ayudaron a diseñar un plan de mercadeo para la Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática. En el plan elaborado se proponen posibles estrategias y productos adicionales de promoción y relaciones públicas, en beneficio de la visibilidad de la BCBI para atraer a los estudiantes de la EGCTI.

El plan de mercadeo para la BCBI resultó en las siguientes partes.

- Resumen
- Introducción
- Análisis de la situación actual de la BCBI
- Investigación de mercado
- Metas y objetivos del plan
- Estrategias de mercadeo
- Modelo del plan de mercadeo para la BCBI presencial y virtual
- Plan de Acción
- Evaluación del plan de mercadeo
- Apéndices



Prototipo del portal cibernético y de la aplicación móvil



Discusión

Los resultados de esta investigación despuntan datos que contribuyen a conocer las necesidades de información, el comportamiento de búsqueda y el nivel de satisfacción de los estudiantes de la EGCTI en relación con la BCBI. Información que, junto a la revisión de literatura, ayudó al desarrollo de un Plan de mercadeo para la BCBI.

Fortalezas

Este proyecto de investigación tiene las siguientes fortalezas:

- Al no encontrar evidencia empírica de estudios similares, particularmente en Puerto Rico, en la búsqueda de la literatura, se espera que este estudio contribuya a la bibliotecología puertorriqueña ofreciendo las pautas actuales aplicadas al proceso del mercadeo en unidades académicas de información.
- El plan de mercadeo realizado identifica las razones y estrategias para enfrentar la disminución evidenciada en el uso de los servicios de la Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática. Como resultado este estudio, presenta unos lineamientos viables de mercadeo, con recomendaciones específicas que, de acogerse, estará listo para implantarse con la colaboración de la administración del Sistema de Bibliotecas, especialmente de la BCBI.

Limitaciones

Por otra parte, este proyecto de investigación presenta las siguientes limitaciones:

- La investigación está circunscrita a la unidad académica especializada de la Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática, BCBI.
- El mercado se segmentó y sólo se consideraron para el estudio los estudiantes graduados en la EGCTI. No se consideraron otros usuarios reales y potenciales de la unidad.
- El plan de mercadeo diseñado se basó en los resultados del estudio de usuarios de la población actual de estudiantes en la EGCTI.
- Por razones de tiempo y la necesidad de conseguir participantes voluntarios, sólo se realizó una sesión de grupo focal.
- La investigación quedó en la parte del diseño del plan de mercadeo; es decir, no se implantó. Por lo tanto, no se puede constatar su efectividad.

Referencias

- Booth, A., & Brice, A. (Eds.) (2004). *Evidence-based practice for information professionals: A handbook*. London: Facet.
- Dempsey, K. (2009). *The accidental library marketer*. Medford, New Jersey: Information Today.
- Eldredge, J. (2002). Evidence Based Librarianship Levels of Evidence. *Hypothesis* 16(3)
- Elliot de Sáez, E. (2003). *Marketing concepts for libraries and information services*. 2nd ed. London : Facet Publishing.
- Hernández Sampieri, R, Fernández Collado, C & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw Hill.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson
- Krueger, R. A. & Casey, M. A. (2009). *Focus group: A practical guide for applied research*. London: SAGE
- Sanz Casado, E. (1994). *Manual de estudios de usuarios*. Madrid : Fundación Germán Sánchez Ruipérez
- Sistema de Bibliotecas. (2011). *Biblioteca de Ciencias Bibliotecarias e Informática*. Recuperado de <http://biblioteca.uprr.edu/BIB-COL/BCBI.html>
- Walters, S. (2004). *Library marketing that works!* New York: Neal Schuman Publisher

Agradecimientos / Contacto

La investigadora testimonia aprecio a los integrantes del Comité de Tesis y a todas las personas que, de una forma u otra, contribuyeron a lograr este sueño académico.

Yariliz R. Quiles Martínez, MIS
Portafolio profesional electrónico: <https://sites.google.com/site/yarilizrquilesmartinez/>, <http://yrquilesmartinez.weebly.com/>
Correo electrónico: yrquilesmartinez@gmail.com ; Linked In: <http://www.linkedin.com/pub/yariliz-rosana-quiles-martinez/39/b37/754>
Skype: yariliz_rosana