

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA BIBLIOTECA DEPARTAMENTAL
CARLOS CASTRO SAAVEDRA

PRACTICA ACADEMICA INTEGRADA II

ALEXANDRA LOAIZA MOLINA

Asesoras

NORA LEDIS QUIROZ GIL

SILVIA JARAMILLO

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

ESCUELA INTERAMERICANA DE BIBLIOTECOLOGIA

MEDELLIN

2009

AGRADECIMIENTOS

A Dios que es mi guía en todo lo que emprendo en mi vida diaria, a mi esposo, su familia y la mía, que han estado con mis hijos y con migo siempre que los necesito.

Agradezco a doña Silvia, mi asesora que siempre saco tiempo de donde le faltaba para enseñarme las cosas que no se alcanzan a aprender en la academia.

Al personal de la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra.

Y por último a mi cuñado Guillermo Álvarez y mi compañera Maricela por sus apuntes y apreciaciones.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
PRESENTACIÓN	
RESUMEN -----	6
PALABRAS CLAVES -----	6
1. MARCOS -----	7
1.1 MARCO CONCEPTUAL -----	7
1.2 MARCO TEÓRICO -----	11
1.3 MARCO DE REFERENCIA -----	11
1.4 MARCO CONTEXTUAL -----	11
2. CARACTERIZACIÓN DE LA BIBLIOTECA-----	15
2.1 TIPO DE COLECCIONES-----	15
2.2 USUARIOS-----	15
2.3 SERVICIOS-----	16
3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO -----	17
4. PROBLEMA -----	17
5. OBJETIVOS -----	18
5.1 OBJETIVO GENERAL -----	18
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS -----	18
6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO -----	19
6.1 MUESTRA -----	19
7. RECURSOS -----	20
8. METODOLOGÍA -----	21
9. OBJETIVO DE LA ENCUESTA -----	23
10. RESULTADOS DE LA ENCUESTA-----	23
10.1 ANÁLISIS DE DATOS -----	23
11. CONCLUSIONES -----	46
12. RECOMENDACIONES -----	47
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

PRESENTACIÓN

Medellín, a pesar de los muchos males que la afecta y de la mala imagen que le da hacia el exterior, es una de las ciudades más importantes a nivel nacional e internacional en materia de industria, comercio, servicios, cultura, deporte, turismo y conocimiento, lo que la convierte constantemente en centro de atención de encuentros regionales, nacionales e internacionales muy importantes en la misma materia (asambleas, encuentros, centros de negocios, exposiciones, presentaciones artísticas, musicales y culturales, juegos, etc.).

Esto requiere de grandes esfuerzos organizativos, publicitarios, pero muy en especial en el intercambio y la retroalimentación de información y conocimiento que se debe dar en cada uno de estos eventos. Para ello se requiere de instituciones como la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra en el apoyo de la labor investigativa, la gestión y la difusión del patrimonio documental Antioqueño, como un aporte fundamental a esta tarea, el desarrollo de su misión y visión y al cambio de la mala imagen que hoy tiene nuestra ciudad.

Por ello en la realización del trabajo “Estudio de Mercadeo para la Biblioteca Carlos Castro Saavedra” se partió de la necesidad de difundir los servicios y darlos a conocer a toda la comunidad regional, nacional e internacional, para hacer realidad la difusión de los servicios se consideró vital hacer un estudio de usuarios que respondiera que tipo de usuarios tiene la biblioteca y saber a quien va dirigido cada servicio, cuanto conocen los usuarios potenciales la biblioteca, que necesidades y expectativas presentan y por que medio es más factible entregar al usuario la información, para detectar los mecanismos de difusión y a la vez conocer la satisfacción de los usuarios o insatisfacción frente a los servicios que se ofrecen actualmente.

Para esta investigación se diseñó una encuesta como herramienta de recolección de datos; con ésta se pretende conocer las necesidades y expectativas de los usuarios acerca de los servicios que la biblioteca ofrece, y poder ofrecer nuevos productos y servicios que garanticen el acceso a la información.

RESUMEN

En la realización del trabajo “estudio de mercado para la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra” se tuvo en cuenta la necesidad de difundir los servicios, las colecciones y la misma biblioteca. Con este fin se diseño una encuesta para la recolección de datos, donde se indaga sobre el conocimiento que los usuarios tienen de la biblioteca y las necesidades y expectativas de los usuarios y cual o cuales son los medios más eficaces para difundir la misma.

La encuesta fue aplicada en su totalidad, con resultados satisfactorios ya que se logro el objetivo de Conocer las necesidades y expectativas de los usuarios acerca de los servicios que ésta ofrece.

PALABRAS CLAVE

Estudio de mercadeo

Estudio de usuarios

Expectativas

Muestra

Necesidades

Servicios

Servicios básicos

Tipo de usuarios

Usuarios

1. MARCOS

1.1 MARCO CONCEPTUAL

Estadística:

“Ciencia que estudia la recogida, inferencia, clasificación, representación, resumen e interpretación de datos numéricos que representan estados empíricos o teóricos de variables que se han considerado relevantes para caracterizar a una o varias poblaciones. La estadística es imprescindible para el estudio de todos aquellos fenómenos que no están sometidos a leyes determinadas, sino que implican un factor de azar, así como en los procesos previos de cualquier investigación empírica, en los que hace falta recoger y analizar gran cantidad de datos. Por tanto, es una ciencia auxiliar muy importante en casi todas las disciplinas, desde la física cuántica y la Astronomía hasta las ciencias del comportamiento y las ciencias sociales. Etimológicamente, estadística procede del término “estado”, y efectivamente la práctica estadística se inicia con el desarrollo del Estado como el conjunto de métodos utilizados para recoger y resumir datos sobre aspectos importantes para su administración como su población, hacienda, etc. A partir del descubrimiento empírico de que los valores que resultan de las mediciones varían para los diferentes objetos o sujetos medidos surgió el concepto de distribución de frecuencias y los métodos de representación gráfica que permitían estudiar su forma.

La estadística descriptiva, también conocida como análisis de datos, consiste en un conjunto de técnicas numéricas y gráficas que permiten descubrir la estructura de un conjunto de datos, en particular su tendencia central o posición, su dispersión y su forma- simetría y cuartosis o apuntamiento-. También aborda el estudio de relaciones entre variables cuantitativas- correlación y regresión lineales- y cualitativas- contingencias y regresiones-, y el análisis de seres temporales”. [López: 2004]

Estudios de mercado:

Publicación que permite conocer la situación de un producto/ país para realizar una transacción comercial de un país a otro, más comúnmente llamado exportación. Un estudio de mercado sirve de conocimiento a los empresarios exportadores o agentes comerciales para conocer cuál es el mejor país y el mejor canal comercial para vender los productos que producen o los que representan. En un estudio de mercado se pueden analizar: las características esenciales del país de destino, bien sean geográficas, de historia reciente, información económica, balanza de pagos, balanza comercial, canal de distribución, legislación correspondiente, sistema de pagos, transporte, consejos útiles para el empresario exportador y una relación de empresas compradoras o, más correctamente, importadoras del producto o productos a comerciar. Los estudios de mercado se realizan por los centros de promoción comercial de los diferentes países, las cámaras de comercio, industria y navegación, las oficinas comerciales que representan a un país y están destacadas en los demás, por las asociaciones profesionales y las empresas consultoras. A nivel de análisis documental se procede con estos documentos como con una monografía. [López: 2004]

Estudio de usuarios:

Conjunto de estudios que permiten analizar cualitativa y cuantitativamente los hábitos de información de los usuarios de las unidades de información, con el objeto de poder ofrecer a éstos mejores servicios. Algunas de las aplicaciones de los estudios de usuarios son:

- a) Averiguar los hábitos y necesidades de información de los usuarios reales, así como detectar los cambios y la evolución que se produzca.
- b) Evaluar los recursos de información de las unidades de información para comprobar si se adaptan a las necesidades de sus usuarios reales y potenciales.

c) Evaluar la eficacia de esas unidades de información y del sistema nacional de información de cada país, para saber si se adapta o no a las necesidades de los usuarios.

d) Adecuar así los espacios a las necesidades, distribuyendo mejor la superficie destinada al servicio a los usuarios.

e) Conocer la estructura y dinámica de los colectivos que forman el grupo de usuarios de las unidades, con objeto de satisfacer sus necesidades y de planificar y prever las de los usuarios potenciales.

Existen diferentes métodos para realizar los estudios de usuarios. Los directos son la técnica Delhi, o recogida de opiniones de expertos en el tema, entrevistas, encuesta, o indirectos, es decir, del uso de la información, como los análisis de citas, de referencias y de petición de documentos (fotocopias, préstamo, desiderata, etc.) ...[López: 2004]

Servicios:

Definidos como las acciones que se realizan para dar respuesta a las necesidades de información de los usuarios. Son la esencia de la biblioteca, están diseñados para todos los usuarios y tienen permanencia en el tiempo; su diseño involucra cuatro componentes:

- Personal: su actitud y aptitud definen la calidad, eficacia, eficiencia y oportunidad de servicio.
- Instalaciones físicas: su bienestar y confort privilegian al usuario.
- Tecnologías: facilitan la oportunidad y la eficiencia del servicio.
- Procesos: Permiten la eficiencia y eficacia. Adicionan valor a los insumos para transformarlos en servicios, pueden o no hacer uso de la tecnología.

Los servicios requieren:

- Estar respaldados en políticas administrativas que orienten su acción.
- Ser planeados de acuerdo con la finalidad de la biblioteca y la necesidad de información de los usuarios.

- Apoyarse en un manual que oriente sus procedimientos, formas de ejecución y evaluación.

Los servicios que ofrece la biblioteca se pueden clasificar en dos categorías: básicos y complementarios:

Servicios básicos:

Aquellos servicios que conllevan al cumplimiento de la misión son la esencia de la biblioteca. Su realización no requiere de costos adicionales, ni de infraestructura especial y se ofrecen en forma permanente. En esta categoría se ubican los servicios de consulta, préstamo y referencia.

- Consulta: Acceso directo del usuario a las colecciones y a su uso en el interior de la biblioteca.
- Referencia: Es la guía y orientación a los usuarios en la búsqueda, localización y obtención de información. Este servicio puede realizarse en forma personal, telefónica o por correspondencia postal o electrónica.
- Préstamo: Suministro de materiales bibliográficos para ser consultados en espacios diferentes al de la biblioteca, incluye la modalidad de préstamo interbibliotecario.

Usuarios:

Los usuarios son aquellas personas para quienes están diseñados los productos o servicios de la biblioteca. Se pueden clasificar en usuarios reales y potenciales.

Usuario real: Persona que utiliza los servicios y programas de la biblioteca en forma más frecuente.

Usuario potencial:

Personas que pertenecen al radio de acción de la biblioteca y no hace uso de los servicios y programas, pero podrían hacerlo en algún momento. [López: 2004]

1.2 MARCO TEÓRICO

Para la realización del estudio de mercadeo, se tuvo en cuenta los informes semestrales de la biblioteca y las estadísticas de usuarios y de uso de colecciones, a demás de la bibliografía más adelante mencionada.

1.3 MARCO DE REFERENCIA

Desde el año 2007, la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra adscrita a la Gobernación de Antioquia y en convenio con Comfenalco Antioquia, ha venido estructurando de una forma más técnica y detallada las colecciones y los procesos en general de la Biblioteca, pero no tiene ningún estudio de mercado. Es de ahí que nace la necesidad de realizar este estudio de mercadeo para darla a conocer a los usuarios potenciales que posiblemente pueden hacer uso de los servicios diseñados por la biblioteca y los que próximamente se implementaran.

1.4 MARCO CONTEXTUAL

La Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra fue creada mediante Decreto 1024 de 1986, y reestructurada en 1991 por el Decreto 1184 constituyéndose en nodo central y laboratorio de aprendizaje de la Red Departamental de Bibliotecas Públicas y Escolares de Antioquia. Según el Decreto 460 de 1995, es la receptora del Deposito Legal de la producción bibliográfica editada en Antioquia.

Desde el 2004 La Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra se fusionó con la antigua Biblioteca Pedagógica de la Secretaria de Educación,

por lo que hoy ofrece materiales bibliográficos y servicios destinados a facilitar la practica docente¹.

En el año 2006 se presentó una propuesta llamada “Proyecto de convenio de asociación para la operatividad de la biblioteca departamental Carlos Castro Saavedra” presentada por COMFENALCO ANTIOQUIA Departamento de Cultura y Bibliotecas.

Esta propuesta se dio para “garantizar un eficiente y adecuado funcionamiento de la de la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra para apoyar la labor investigativa, la gestión y la difusión del patrimonio documental antioqueño, mediante la modernización de los procesos y servicios y el cumplimiento de la ley de depósito legal”.

A partir del año 2007, la Secretaría de Educación para la Cultura de Antioquia – Dirección de Fomento a la Cultura aceptó convenio inter-administrativo con la caja de compensación familiar Comfenalco, para aplicar su idoneidad y conocimiento a la modernización y puesta en auge de la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra, funciona en el Palacio de la Cultura Rafael Uribe Uribe, pertenece a la Gobernación de Antioquia y se opera bajo la tutoría de Comfenalco Antioquia.

CREACIÓN DE LA BIBLIOTECA:

La Biblioteca se creo dada la promulgación de la ordenanza 059 del 4 de marzo de 1986 que dio origen al decreto 1024 de 1986 adscribiéndola a la División de bibliotecas publico-escolares de la Secretaria de Educación para la Cultura de Antioquia, la finalidad principal de la creación de la Biblioteca fue:

¹ Gobernación de Antioquia. Secretaria De Educación para la Cultura. Biblioteca Pública Departamental Carlos Castro Saavedra. Medellín: Imprenta Departamental de Antioquia; 2007. 4 p.

Ser centro de capacitación permanente a los docentes y al personal técnico-administrativo vinculado a las bibliotecas público escolares del departamento, a través de su función como laboratorio y biblioteca modelo, finalidad que cumplió hasta el año 1991, cuando se promulgo el decreto 1181 que le asigno la función de ser centro de documentación cultural.

En 1995, por propuesta de la Biblioteca Nacional de Colombia se le encargó a la biblioteca la recuperación, acopio, conservación del material bibliográfico patrimonial y la receptora de la producción bibliográfica, audiovisual, hemerográfica y fonográfica de Antioquia para su protección y divulgación

Es decir a partir de este año, la biblioteca cumple la función de ser depositaria de la producción bibliográfica y documental del departamento mediante la aplicación de la ley 44 de 1993 de derechos de autor y su decreto 460 de 1995 sobre el depósito legal².

MISIÓN

La misión social de la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra es: proporcionar servicios de información bibliográfica, documental y patrimonial a docentes, agentes culturales, estudiantes, investigadores y comunidad en general, mediante servicios de información oportuno y eficiente con un enfoque de calidad; para contribuir a los procesos de autoformación, transformación del conocimiento, mejorando la calidad de vida de las comunidades, divulgando las manifestaciones culturales y el conocimiento de la diversidad cultural, siendo la depositaria legal de la producción literaria, audiovisual y hemerográfico, producida y editada en Antioquia.

VISIÓN

En el año 2015 la biblioteca departamental Carlos Castro Saavedra será una unidad de información moderna, con una estructura organizacional ágil y

² JARAMILLO, Orlanda...et al. La biblioteca pública una mirada desde su génesis y desarrollo. Medellín: Universidad de Antioquia, Escuela interamericana de Bibliotecología. 2005; p. 85.

flexible: automatizada en todos sus procesos; con un equipo multidisciplinario, administrador, procesador, generador y difusor de la información con múltiples fuentes en respaldos magnéticos y digitales con plataforma tecnológica en red, gestionará los recursos con altos índices de eficiencia, contará con servicios autónomos, creativos e innovadores que podrán ser utilizados mediante autopistas de información.

OBJETIVO GENERAL DE LA BIBLIOTECA

Apoyar el desarrollo investigativo, educativo y cultural de las comunidades, mediante la prestación de servicios de información correspondientes a una biblioteca departamental de carácter patrimonial y promover la recuperación, conservación y difusión del patrimonio bibliográfico, audiovisual y hemerográfico editado en el departamento de Antioquia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Definir políticas y directrices que orienten las actividades de la biblioteca para cumplir su misión y su visión.

Establecer pautas para la organización y desarrollo de colecciones.

Crear nuevos servicios de información.

Realizar alianzas estratégicas con instituciones afines que permitan la integración de la biblioteca a otras unidades de información, entidades culturales a nivel local, regional, nacional e internacional

Realizar programas de extensión para difundir y estimular las actividades bibliográficas y culturales.

2. CARACTERIZACIÓN DE LA BIBLIOTECA

La biblioteca en su función de depositaria legal, patrimonial y por el tipo de colecciones en las áreas de: Antioquia, autores antioqueños, cultura, arte, educación y pedagogía, se caracteriza como una Biblioteca especializada siendo el nodo central de la red departamental de las 125 Bibliotecas públicas municipales y aproximadamente 282 de corregimientos, de acuerdo con el plan de lectura y Bibliotecas incluido en el Plan Departamental de Cultura 2006 - 2020 Antioquia en sus diversas voces.³

TIPO DE COLECCIONES

El material bibliográfico y hemerográfico de la biblioteca está dividido en siete colecciones que son:

Referencia con énfasis en el área cultural

Colección Antioquia

Autores antioqueños

Videoteca

Colección de educación y pedagogía

Patrimonio y depósito legal

Colección general

2.2 USUARIOS

Los usuarios de la Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra son entre potenciales y reales:

Funcionarios de la Gobernación de Antioquia

Autores

Editoriales de Antioquia

³ Tomado del Plan departamental de cultura de Antioquia 2006-2020 pág. 132

Docentes

Entidades culturales

Entidades gubernamentales (municipios, corporaciones, banco de la república, bibliotecas públicas, secretarías)

Entidades privadas (universidades, ONG, etc)

Planificadores

Comerciantes

Turistas

Estudiantes

Investigadores en las ciencias básicas y aplicadas

Profesionales en diferentes áreas

Padres de familia

Empleados

Desempleados

Amas de casa

Jubilados

Adultos mayores

Comunidad en general

2.3 SERVICIOS

La biblioteca actualmente presta los servicios básicos como son: Consulta en sala, préstamo, referencia y consulta de prensa; su interés es especializarlos según su tipo de colecciones y de acuerdo a las necesidades de los usuarios.

Se tienen otros servicios que son especializados:

Consulta de la colección depósito legal

Consulta de la colección patrimonial

Para el reconocimiento de éstas colecciones se realizan programas de extensión cultural a través de conferencias, conversatorios, exposiciones, lectura en voz alta, presentaciones musicales, entre otras.

3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Las bibliotecas deben tener clara la necesidad de hacer mercadeo, aunque no sea una empresa, ésta ofrece productos en este caso servicios, el estudio de mercadeo ayuda a determinar quienes son su público objetivo, qué productos o servicios ofrecer, quién o quiénes son su competencia, entre otros aspectos que le aseguren su permanencia en el tiempo; en este sentido, al identificar el segmento, caracterizar el producto, trazar objetivos, aplicar instrumentos de recolección de información y analizar datos, se obtiene como resultado un conocimiento profundo del mercado y las necesidades que éste presenta.

En busca de satisfacer las necesidades de los usuarios de la biblioteca departamental Carlos Castro Saavedra, siendo ellos el motor de la biblioteca, se plantea un estudio de usuarios que permita una relación cliente biblioteca y viceversa y a demás que los servicios prestados sean de calidad y se pueda medir el impacto de éstos a partir de la satisfacción del usuario. Es también indispensable hacer un estudio de necesidades y definir los servicios que debe prestar la biblioteca, para esto se busca conocer los servicios con que la Unidad de Información cuenta y los que son solicitados por los usuarios.

4. PROBLEMA

La biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra es una de las principales fuente de información patrimonial antioqueña, esto hace que sea una unidad de información especializada en sus colecciones y servicios, pero no tiene el reconocimiento y la mejor utilización por parte de la comunidad departamental, nacional e internacional.

La biblioteca tras la reestructuración hecha a través del convenio entre la Secretaría de Educación y Cultura de Antioquia y la caja de compensación familiar Comfenalco Antioquia por su responsabilidad como depositaria legal y conservadora patrimonial requiere de un estudio de mercadeo para difundir sus servicios, programas y proyectos a toda la comunidad, de tal manera que la proyecte y poseione hacia el futuro como una institución indispensable para el desarrollo de la investigación, la educación y la cultura en Antioquia

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO

Elaborar un estudio de mercado para la biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra en el cual se detecten los canales más efectivos para dar a conocer los servicios que se ofrece a los usuarios o puede llegar a ofrecer.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar una herramienta de recolección de datos
- Aplicar la herramienta de recolección de datos
- Elaborar diagnóstico
- Recomendar a la unidad de información soluciones o mejoras a los servicios prestados según el resultado del diagnóstico.

6. SEGMENTACION DEL MERCADO

Como se mencionó anteriormente los usuarios de la biblioteca son Empleados de la Gobernación de Antioquia, Docentes, Investigadores, Autores, Escritores, Editoriales de Antioquia y comunidad en general compuesta a demás por, Estudiantes, Padres de familia, Empleados, Desempleados, Amas de casa, Jubilados y Adultos mayores.

Con el fin de obtener información confiable para determinar las posibles acciones del estudio de mercado se define como publico objetivo los usuarios de la biblioteca, radicados en el departamento de Antioquia, mayores de 18 años de edad, independientemente de la ocupación u oficio; lo que se busca es concentrarse en una parte del mercado y dirigir el estudio hacia el segmento elegido.

En la encuesta a realizarse se busca medir la satisfacción de los usuarios frente a los servicios prestados y a la vez conocer sus necesidades y expectativas, para así desarrollar un plan de mercadeo y dar respuesta a esas necesidades y expectativas expuestas por los usuarios, a demás detectar dentro de la comunidad más cercana, el conocimiento o desconocimiento que tienen de la biblioteca, sus colecciones y servicios.

6.1 MUESTRA

La muestra se ha determinado teniendo en cuenta la población de usuarios que visitaron la biblioteca entre octubre de 2008 y febrero de 2009, se tomo el promedio semanal de visitantes que da como resultado 150 usuarios por semana, ya que el tiempo para la entrega de informes, y los recursos son bajos se decidió hacer un estudio no probabilístico determinístico por conveniencia, es decir que depende de la experiencia del investigador y su juicio personal basado en el conocimiento del problema estudiado.

Para determinar la muestra se utilizo la formula:

$n = \frac{N \cdot Z_a^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$ ya que se conoce el tamaño total de la población, con esta fórmula se conocerá el total de usuarios que se va a estudiar.

Tamaños de muestra y precisión para estimación de una proporción poblacional

Tamaño poblacional:	150
Proporción esperada:	50%
Nivel de confianza:	95%
Efecto de diseño:	1.0
Precisión (%)	Tamaño de muestra
-----	-----
5	108

7. RECURSOS

La Biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra dispone de los siguientes recursos para el desarrollo del proyecto:

Asesor externo

Personal de apoyo

Infraestructura física

Soporte tecnológico

Usuarios reales

Material bibliográfico y de consulta

8. METODOLOGÍA

Para realizar el estudio de mercado se diseñó y aplicó una encuesta la cual se abordó en cuatro variables que son:

- Identificación del usuario
- Reconocimiento de la biblioteca y los servicios
- Satisfacción del usuario
- Necesidades y expectativas de los mismos

La encuesta se realizó a usuarios reales y potenciales de la biblioteca como: funcionarios de la gobernación, empleados del palacio de la cultura Rafael Uribe Uribe, empleados de las bibliotecas Comfenalco Antioquia, profesores y alumnos de la Escuela Interamericana de Bibliotecología a editoriales y al personal de algunas bibliotecas públicas municipales.

Como puede notarse los encuestados seleccionados de alguna manera tienen vínculos con la biblioteca ya sea de forma directa o indirecta. La encuesta se realizó durante diez días consecutivos.

La encuesta no se pudo realizar en su totalidad a **usuarios reales** que consultan durante todo el año la biblioteca, pues en la época de Octubre – Febrero, la biblioteca es visitada por otro tipo de público que responden a la programación cultural y académica especial de la época.

Otro de los motivos por el cual no se pudo diligenciar la encuesta a los usuarios anteriormente mencionados fue el encuentro recurrente de los mismos usuarios que asisten durante la semana a la biblioteca, por lo tanto no se les podía repetir la encuesta que debía ser 108 encuestas pues 28 usuarios visitantes son repetidos; la encuesta fue diligenciada por 60 usuarios reales. Los usuarios potenciales que diligenciaron la encuesta fueron 40; por lo tanto el total de usuarios que diligenciaron la encuesta fueron 100.

Los medios utilizados para la realización de la encuesta fueron: medio por correo electrónico 15% de los encuestados, el otro 85% fue personalmente con la encuesta impresa. Para hacer la encuesta a los usuarios potenciales fue necesario dirigirse directamente a cada uno de ellos después de una selección por criterio de experto.

9. OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Conocer las necesidades y expectativas de los usuarios acerca de los servicios que la biblioteca ofrece, y poder brindar nuevos productos y servicios que garanticen el acceso a la información

10. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

10.1 ANÁLISIS DE DATOS

Después de aplicar el instrumento, la información obtenida fue tabulada y analizada a través de la elaboración de tablas de frecuencia y gráficos que permitieran la visualización de las respuestas obtenidas a nivel global, lo que facilitó la descripción e interpretación de la información recogida, para luego hacer las recomendaciones y conclusiones pertinentes.

Es así como en los siguientes apartados se describen y exponen las respuestas obtenidas junto con su interpretación.

1) IDENTIFICACIÓN DEL USUARIO

Esta variable pretende saber la edad, de donde viene el usuario y que tipo de usuario realiza la encuesta, a demás del correo electrónico que algunos usuarios nos proporcionaron para enviarles información posteriormente.

edad

Con esta variable se quiere conocer entre que edades se encuentra el mayor número de usuarios y enfocar servicios a cada uno de ellos sin dejar de lado las edades de menor porcentaje.

Tabla 1

Variable	Edades	Frecuencia
A	18 y 28	12
B	29 y 38	19
C	39 y 49	41
D	50 ó más	27

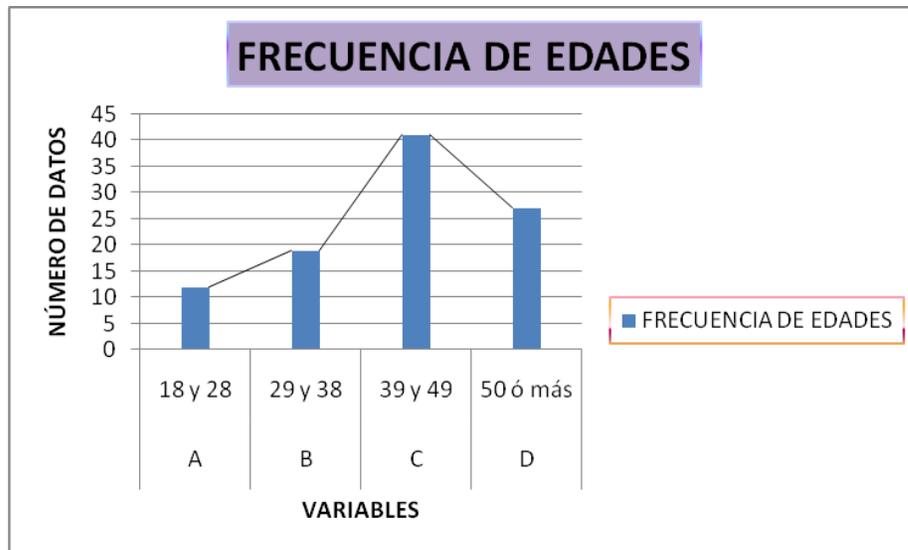


Gráfico 1

Según la frecuencia de los datos, es evidente que la mayoría de los usuarios de la biblioteca tienen edades comprendidas entre los 39 y 49 años, y el segundo porcentaje más alto presenta a los usuarios de edades entre los 50 años o más; lo cual indica que las personas que frecuentan la unidad de información son adultos de edad avanzada que posiblemente puedan tener

necesidades específicas o intereses relacionados con la academia o investigaciones de tipo histórico. En este sentido, estos usuarios pueden ser en gran parte, profesionales o investigadores los cuales requieren servicios específicos y especializados que den respuesta a su demanda de información. Sin embargo, esta hipótesis será comprobada en apartados posteriores.

1.2 Procedencia

El carácter departamental de la biblioteca incide en la afluencia de usuarios de otros municipios, por tener la característica de ser biblioteca depositaria, patrimonial con énfasis en Antioquia. Además, es el nodo central de la red departamental de las bibliotecas públicas municipales. De otro lado, la gran mayoría de usuarios son residentes de Medellín, dado que es el lugar de ubicación de la biblioteca.

Variable	Lugar de procedencia	Frecuencia
A	Municipios	22
B	Medellín	66
C	Otra ciudad	4
D	Extranjero	0

Tabla 2

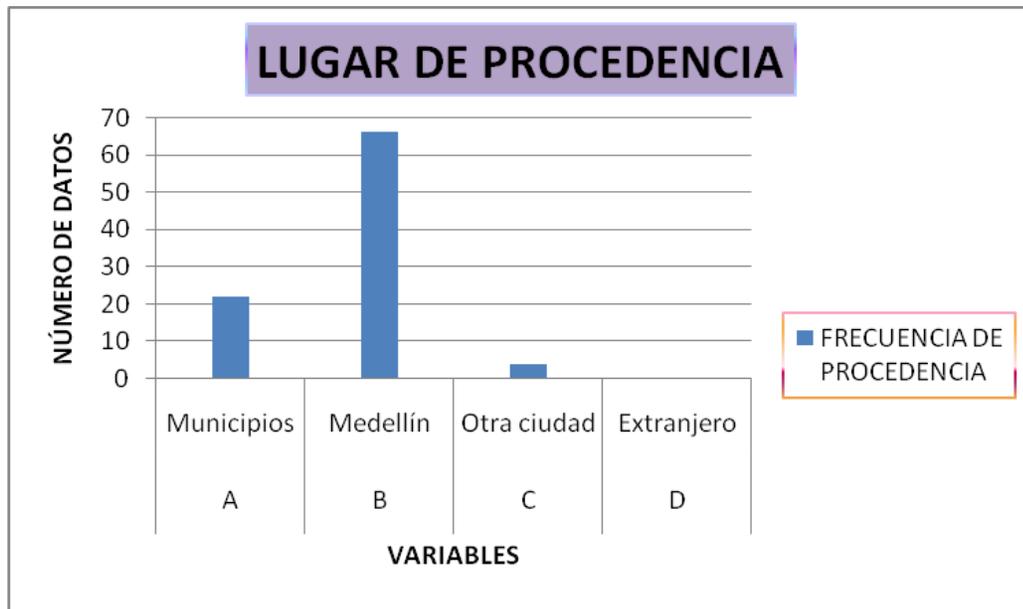


Gráfico 2

1.1 Tipo de usuario

Dado que la encuesta debió aplicarse a usuarios potenciales, en este caso de una gran mayoría de funcionarios de distintas instituciones, es evidente que el mayor número de usuarios sean de esta tipología. Sin embargo, es importante resaltar la cantidad de usuarios investigadores, ya que podría decirse que gran parte de las colecciones que ofrece la biblioteca va dirigido a este tipo de público. De igual manera, se observa una gran afluencia de estudiantes lo cual indica que los recursos bibliográficos están dirigidos a resolver necesidades de tipo académico, como sería el caso de los investigadores y profesores.

De igual manera, una parte de los usuarios que marcaron el numeral “otro tipo de usuario” son pensionados y jubilados, lo que se podría explicar dado la ubicación geográfica de la biblioteca, puesto que las personas que se aglomeran alrededor del Palacio de la Cultura cumplen con estas características.

Variable	Tipo de Usuario	Frecuencia
A	Funcionario institución	27
B	Investigador	18
C	Profesor	12
D	Profesional	10
E	Estudiante	23
F	Otro	16

Tabla 3

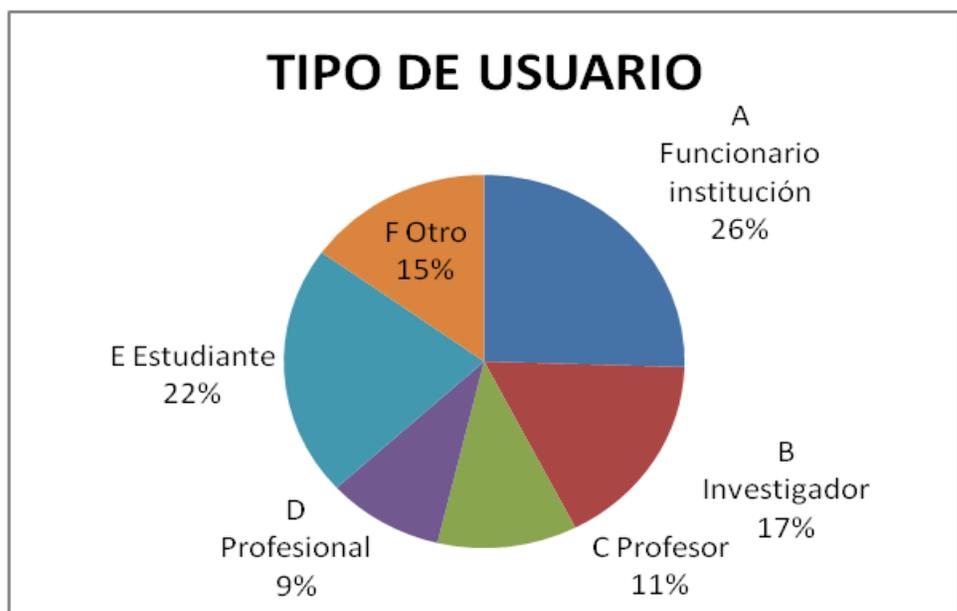


Gráfico 3

1.4 Correo electrónico

Con esta variable se pretendió detectar cuantos usuarios tienen acceso al correo electrónico y cuan factible es entregar la información por este medio.

A pesar de que muchos encuestados por reserva, no pusieron E-mail hipotéticamente se percibe mayor número de usuarios con correo electrónico.

Variable	Correo electrónico	Frecuencia
A	tiene correo	34
B	no responde	66

Tabla 4

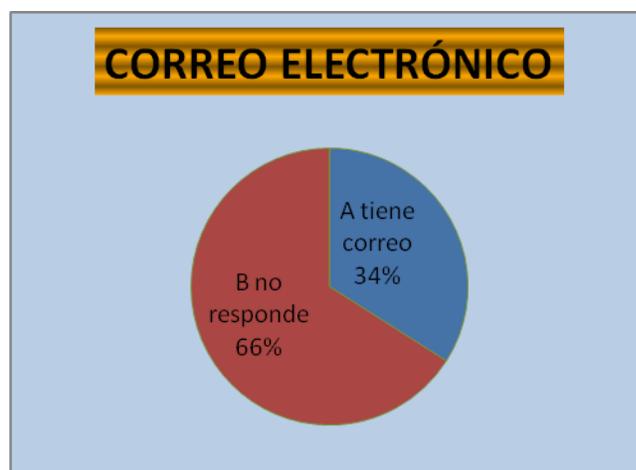


Gráfico 4

2) RECONOCIMIENTO DE LA BIBLIOTECA Y LOS SERVICIOS

Para dar respuesta a cuanto se conoce la biblioteca, se formuló esta pregunta y a la vez saber el reconocimiento que hay de los servicios existentes.

2.1 Visitas a la biblioteca

Con esta pregunta se pretende identificar si el usuario visita la biblioteca y con qué frecuencia lo hace, aunque no necesariamente sea para consultar las colecciones o hacer uso de los servicios.

Variable	Visitas a la biblioteca	Frecuencia
A	Una vez a la semana	6
B	Varias veces a la semana	22
C	Una vez al mes	17
D	Varias veces al mes	11
E	Primera vez	17
F	No responde	18

Tabla 5



Gráfico 5

Del gráfico 5 se aprecia que el 24 % de los usuarios visitan la biblioteca varias veces a la semana, lo que indica que hay un usuario real que hace uso de los servicios, este porcentaje de afluencia es bajo, puede ser porque el resto de público lo hace esporádicamente, sobre todo para asistir a eventos y visitas guiadas preparadas por el Palacio de la Cultura Rafael Uribe Uribe.

Algunos de los usuarios potenciales no respondieron la variable 2 posiblemente porque no han visitado la biblioteca, una de las razones es el desconocimiento que tienen los usuarios potenciales, como los de la gobernación, de la existencia de la misma.

2.2 Motivo de la visita

Esta pregunta esta contemplada para identificar los servicios que más se utiliza y además, los objetivos de la visita del usuario a la biblioteca.

Variable	Motivo de la visita	Frecuencia
A	Consulta	41
B	Acompañar a alguien	7
C	Leer la prensa	16
D	leer su propio material	7
E	asistir a visita guiada	2
F	asistir a un evento	31
G	prestar material	13
H	no responde	18

Tabla 6



Gráfico 6

Del gráfico 6 se puede observar que el 30 % de los usuarios visitan la biblioteca para hacer consultas de tipo académico e investigativo, por las características de las colecciones. además, dado el bajo porcentaje de la asistencia a visitas guiadas, puede considerarse una baja difusión de este servicio, o la poca frecuencia de prestación del mismo por parte de la biblioteca.

Dado que la encuesta se le aplicó a una gran parte de usuarios potenciales, que no han asistido a la biblioteca, el 18% no dio respuesta a esta pregunta.

2.3 Material consultado con frecuencia

Esta variable se formuló para identificar el tipo de material más consultado, es decir el formato, conocer cual es el formato de mayor atraccion para los usuarios.

Variable	Material que consulta	Frecuencia
A	Libro	48
B	Revista	7
C	Video	9
D	Prensa	17
E	Material propio	3
F	no responde	20

Tabla 7



Gráfico 7

La respuesta más frecuente se puede evidenciar en el gráfico, con un alto porcentaje, el libro es el formato mas consultado ya que es éste el tipo de material que sobresale en la biblioteca, la revista es un porcentaje muy bajo, esto puede darse por que no se ha orgasnizado la colección de revistas y solo se puede consultar las revistas que estan publicadas en los revisteros.

2.4 Colección más consultada

Con esta pregunta se pretende conocer cual es la colección más consultada y a la vez saber que uso hacen los usuarios de las colecciones especiales.

Variable	Colección más consultada	Frecuencia
A	colección general	30
B	colección Antioquia	20
C	col. Autores Antioqueños	21
D	col. Referencia	7
E	Col. Patrimonial	11
F	Col. Dep. legal	16
G	col. Pedagogía	9
H	col. Videos	4
I	no responde	20

Tabla 8



Gráfico 8

Como se evidencia en el gráfico 8 la más consultada es la colección general, de esto se puede inferir el desconocimiento que tienen los usuarios reales de la misma biblioteca, probablemente falta formación de usuarios, pues al parecer se referían a la colección general como a la generalidad de las colecciones de la biblioteca, esta última apreciación parte de las estadísticas que tiene la biblioteca de las colecciones consultadas donde la colección general no tiene un porcentaje alto, a demás mientras llenaban la encuesta los usuarios consultaban otras colecciones.

2.5 Conocimiento de los servicios

Con esta variable se pretende identificar el uso que hacen de los servicios y cuales son los servicios que más utilizan para intentar proponer ideas que den pie a nuevos servicios o fortalecimiento de los que menos se utilizan.

Variable	Servicio más conocido	Frecuencia
A	consulta en sala	47
B	préstamo	33
C	Referencia	14
D	Consulta en la base de datos	14
E	Consulta de deposito legal	20
F	lanzamiento de obras bibliográficas	20
G	lectura en voz alta	6
H	exposiciones	30
I	conversatorio	8
J	no responde	18

Tabla 9

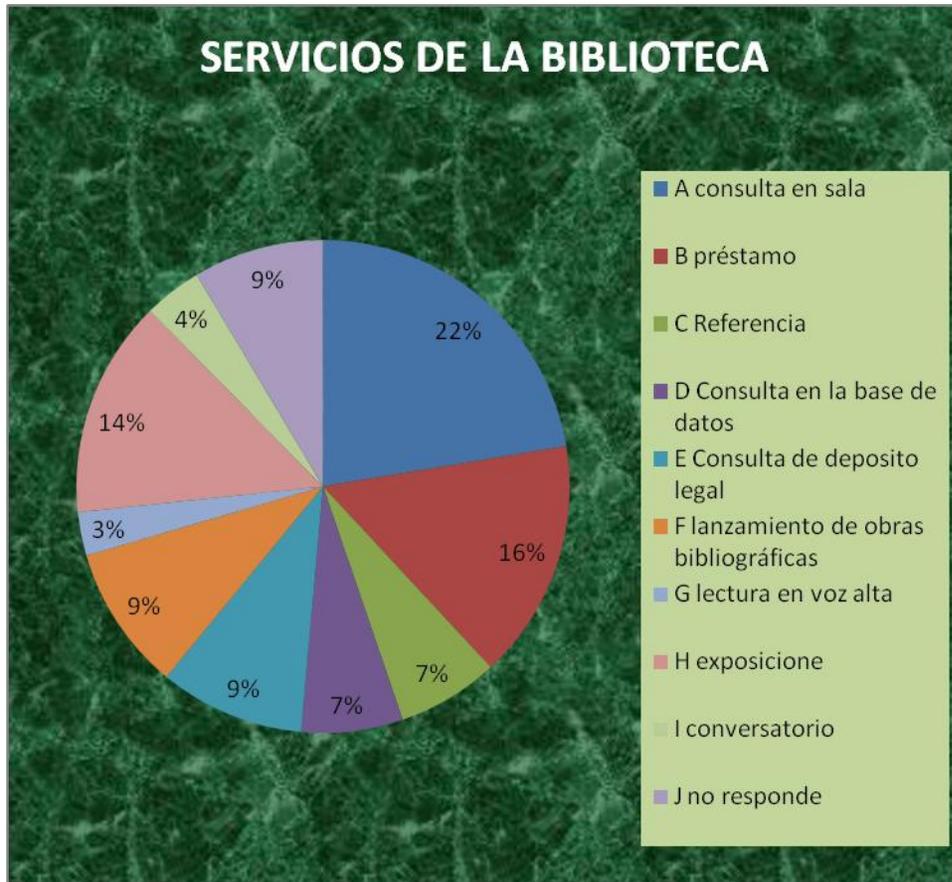


Gráfico 9

El gráfico señala la consulta en sala como el servicio más utilizado por los usuarios, además se muestra el préstamo como otra de las respuestas altas con un 16% a pesar de que los préstamos que hace la biblioteca no es al público en general si no solo a profesores y afiliados a comenalco se nota un reconocimiento de este servicio.

Una de las razones por las que el servicio de exposiciones es de un 14% de reconocimiento puede deberse a las invitaciones que se hacen a los usuarios potenciales para asistir a estos eventos, esto incide en el resultado de visitas a la biblioteca que no hacen uso de las colecciones.

3) SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Se pretende conocer el grado de satisfacción o insatisfacción de los usuarios frente a los servicios que se ofrecen, además de el porque se eligio esta biblioteca, e identificar los puntos debiles y fuertes de la misma, a partir de esto proponer servicios para el mejoramiento o fortalecimiento de la unidad de información.

3.1 Motivos de uso de la biblioteca

Variable	Motivo de la elección de la biblioteca	Frecuencia
A	Buena atención	43
B	silencio y respeto por el lector	22
C	cercanía	16
D	por que está lo que necesita	23
E	por los servicios	18
F	no responde	20

Tabla 10

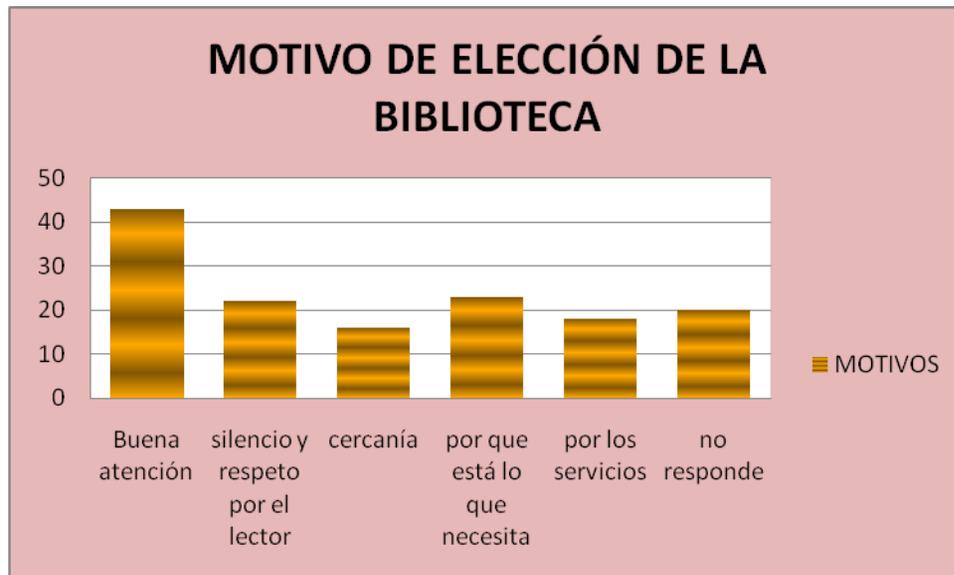


Gráfico 10

En esta pregunta hay tres puntos a resaltar, en primer lugar el resultado de la encuesta indica que la buena atención es un aspecto muy notorio en la unidad de información, probablemente por la calidad humana que tiene el personal. Otra respuesta a resaltar es “porque está lo que necesita” posiblemente por las colecciones especializadas los investigadores acuden a esta biblioteca sin importar tal vez lo lejana o cercana que se encuentre, así lo muestra la encuesta.

3.2 Cantidad y calidad de servicios prestados

Tabla 11

Variable	Cantidad y Calidad de los servicios	Frecuencia
A	suficientes	30
B	pocos	25
C	excelentes	28
D	buenos	29
E	regulares	0
F	malos	0

Gráfico 11



De acuerdo al resultado expuesto en el gráfico a pesar de ser satisfactorios, el 25% considera muy pocos servicios y un 29% dice que son buenos, desde

aquí se empieza a evidenciar la falta de servicios para los usuarios se puede notar en el siguiente apartado.

4) NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS USUARIOS

Con esta variable se procura reconocer lo que el usuario desea de la biblioteca en servicios especiales y la manera de llevar la difusión de los nuevos y actuales servicios a los usuarios.

4.1 Nuevos servicios especializados para ofrecer

Con esta pregunta se desea conocer las necesidades y expectativas de los usuarios y diseñar nuevos servicios y difundirlos.

Tabla 12

Variable	Posibles servicios especializados	Frecuencia
A	búsqueda de información en base de datos y revistas electrónicas	42
B	servicio de alerta	21
C	búsqueda especializada de información	35
D	consulta en línea del catalogo	42
E	consulta en línea de documentos electrónicos	31
F	préstamo de espacios para eventos culturales	29
G	préstamo interbibliotecario	27
H	promoción de lectura	42
I	cursos sobre el uso de la biblioteca	29

Gráfico 12



Del gráfico 12 se puede notar que hay tres servicios con el mismo porcentaje de solicitudes, dos de estos servicios son de búsqueda de información especializada esto puede darse por que el tipo de usuarios que lo han solicitado son investigadores, profesores, estudiantes universitarios y de posgrado probablemente con necesidades especiales de información.

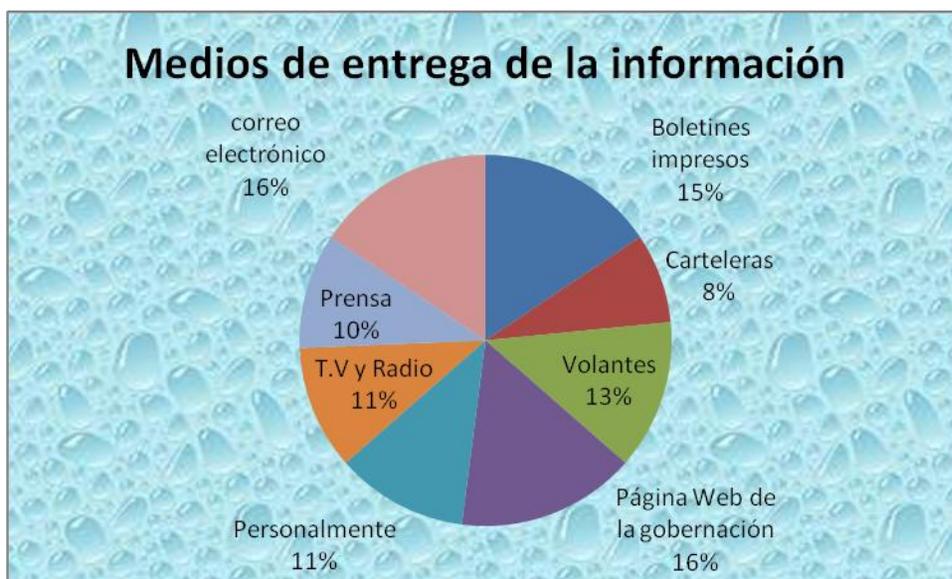
4.2 Medios para ofrecer información

Detectar el medio más eficaz para dar a conocer la unidad de información, los servicios y las colecciones a los usuarios potenciales, al igual que a los usuarios reales.

Tabla 13

Variable	Medios para entregar la información	Frecuencia
A	Boletines impresos	42
B	Carteleras	21
C	Volantes	35
D	Página Web de la gobernación	42
E	Personalmente	31
F	T.V y Radio	29
G	Prensa	27
H	Correo electrónico	42

Gráfico 13



Como en el gráfico anterior son tres medios con un porcentaje del 16% y una frecuencia de respuesta de 42 que los encuestados han elegido, dos de ellos son medios electrónicos, uno página Web de la gobernación y el otro es el correo electrónico; esta coincidencia de frecuencia pudo darse probablemente, por la posibilidad de acceso a Internet y facilidad de recibir la información, que tienen los usuarios

11. CONCLUSIONES

Se considera vital la pronta difusión de los servicios ya que de acuerdo al estudio realizado se puede concluir, en primer lugar, que los usuarios reales de la biblioteca Departamental son relativamente pocos ya que esta unidad de información por sus colecciones especializadas debe tener más afluencia de usuarios.

La falta de reconocimiento de la biblioteca tanto por entidades gubernamentales como privadas hace necesario buscar métodos de difusión de la biblioteca, los servicios, programas y proyectos y así irse posesionando en el medio como una unidad de información indispensable para el desarrollo de la investigación, la educación y la cultura en Antioquia.

Es importante el desarrollo de nuevos servicios y programas por parte de la biblioteca, de esta manera más usuarios pueden hacer uso de otros servicios e ir vinculándolos a la esencia de la biblioteca “la cultura, la educación y la investigación”.

Por otra parte el interés informativo del usuario está centrado en los servicios especializados esto puede darse por el tipo de usuario que frecuenta la biblioteca, como anteriormente se mencionó son, en su mayoría, un público adulto, investigativo y profesional, para este público deben diseñarse servicios especializados que contribuyan a la formación profesional e investigativa.

12. RECOMENDACIONES

- Para la difusión de los servicios de la biblioteca, se recomienda un plan de medios, dirigido a posibles usuarios en instituciones educativas, entidades privadas y gubernamentales con énfasis en el área: social, cultural educativa, tecnológica y ambiental, el plan puede contener una cartilla de servicios, un video institucional donde se muestre rápidamente la historia y los servicios de la biblioteca, promociones institucionales (videos, películas, foros, seminarios, etc.) otros medios de difusión puede ser:

Separadores de libros

Pagina Web

Almanaque

- Se considera necesario un curso de formación de usuarios donde se incluyan nociones sobre el funcionamiento de la base de datos, el uso de las colecciones y explicar en que consiste cada servicio.

- Se debe incrementar el número de visitas guiadas a usuarios reales y especialmente a usuarios potenciales, estas visitas pueden programarse por días, en horarios y fechas establecidos por la dirección de la biblioteca y que a demás el usuario pueda acomodarse a ellos.

BIBLIOGRAFÍA

Estadística matemática 1

http://bochica.udea.edu.co/~bcalderon/4_media.html documento en línea
(consulta: 10/03/09)

Gobernación de Antioquia secretaria de educación y cultura dirección de cultura, área bibliográfica y fonográfica biblioteca Departamental Carlos Castro Saavedra. 1999.

Gobernación de Antioquia secretaria de educación y cultura. Plan departamental de cultura de Antioquia. Medellín: 2006-2020 pág. 132

Gobernación de Antioquía. Secretaria de Educación para la Cultura. Biblioteca Pública Departamental Carlos Castro Saavedra. Medellín: Imprenta Departamental de Antioquía; 2007. 4 p.

Instrumentos para recabar datos

<http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0093instrumentosrecabardatos.htm> Documento en línea (consulta: 18/02/09)

JARAMILLO, Orlanda...et al. La biblioteca pública una mirada desde su génesis y desarrollo. Medellín: Universidad de Antioquia, Escuela interamericana de Bibliotecología. 2005; p. 85.

LOPEZ Yepes, José. Diccionario enciclopédico de ciencias de la documentación (A-G), España: Síntesis. 2004. 620p.

Plan estratégico de mercadeo para la Biblioteca Conmemorativa Orton
<http://www.invenia.es/oai:dialnet.unirioja.es:ART0000010757> INVENIA
documento en línea (consulta: 28/01/09)

Anexo 1

ENCUESTA

BIBLIOTECA DEPARTAMENTAL CARLOS CASTRO SAAVEDRA

Esta encuesta tiene como objetivo Conocer las necesidades y expectativas de nuestros usuarios acerca de los servicios que la biblioteca ofrece, y poder brindar nuevos productos y servicios que garanticen el acceso a la información

Le agradecemos tomarse unos minutos de su tiempo para dar respuesta a las siguientes preguntas

1) IDENTIFICACIÓN DEL USUARIO

1.1 Edad

- A () Entre 18 Y 28
- B () Entre 29 Y 38
- C () Entre 39 Y 49
- D () 50 0 más

1.2 Procedencia

- A () Municipios Cual _____
- B () Medellín
- C () Otra ciudad de Colombia
Cual _____
- D () Extranjero
País _____

1.3 Tipo de Usuario

1.4 Correo electrónico

- A () Institución (área)
- B () Investigador
- C () Profesor
- D () Profesional en otra área cual _____
- E Estudiante: () Básica () Universitario () Postgrado () Doctorado
- F () Otro Cual _____

2) RECONOCIMIENTO DE LA BIBLIOTECA Y LOS SERVICIOS

2.1 Usted visita la biblioteca

- A () Una vez a la semana
- B () Varias veces a la semana
- C () Una vez al mes
- D () Varias veces al mes
- E () Primera vez

2.2 Motivo de su visita

- Puede seleccionar varias opciones
- A () Consulta
 - B () Acompañar a alguien
 - C () Leer la prensa
 - D () Leer su propio material
 - E () Asistir a visita guiada
 - F () Asistir a un evento
 - G () Prestar material

2.3 Material que consulta

- A () Libro
- B () Revista
- C () Video
- D () Prensa Atlas...)
- E () Material Propio

2.4 Colección que más consulta

Puede seleccionar varias opciones

- A () Colección General
- B () Colección Antioquia
- C () Colección Autores Antioqueños
- D () Colección Referencia (Diccionarios, Atlas...)
- E () Colección Patrimonial
- F () Colección Depósito Legal
- G () Colección de pedagogía
- H () Colección de videos

2.5 Cuales de los siguientes servicios que ofrece la biblioteca usted conoce

Puede seleccionar varias opciones

- A () Consulta en sala
- B () Préstamo
- C () Referencia
- D () Consulta en la base de datos
- E () Consulta de deposito legal
- F () Lanzamiento de obras bibliográficas
- G () Lectura en voz alta
- H () Exposiciones
- I () Conversatorio

3) SATISFACCIÓN DEL USUARIO

3.1 Eligió esta biblioteca para su consulta por

Puede seleccionar varias opciones

- A () La buena atención
- B () El silencio para su concentración o respeto por el lector
- C () Por ser la más cercana
- D () Porque está lo que necesita
- E () Por los servicios que ofrece

3.2 La cantidad y calidad de servicios prestados es

- A () Suficientes
- B () Pocos
- A () Excelentes
- B () Buenos
- C () Regulares
- D () Malos

4) NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS USUARIOS

4.1 De los siguientes servicios especializados cual le gustaría que ofreciera la biblioteca

Puede seleccionar varias opciones

- A () Búsqueda de información en bases de datos y revistas electrónicas
- B () Servicio de alerta
- C () Búsqueda especializada de información

- D () Consulta en línea del catalogo desde afuera de la biblioteca
- E () Consulta en línea de documentos electrónicos
- F () Préstamo de espacios para eventos culturales
- G () Préstamo interbibliotecario
- H () Promoción de lectura
- I () cursos sobre el uso de la biblioteca

4.2 En que medios desean que le llegue la información

Puede seleccionar varias opciones

- A () Boletines Impresos
- B () Carteleras
- C () Volantes
- D () Página Web de la Gobernación
- E () Personalmente
- F () T.V. y Radio
- G () Prensa
- H () Correo electrónico