



UNIVERSIDAD NACIONAL
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

**Trabajo final de graduación para optar por el grado de Licenciatura en
Bibliotecología y Documentación**

**Propuesta de un plan de promoción y divulgación para
las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia
aplicando tecnologías de la información y comunicación**

Presentado por:
Glenda Guerrero Segura
Karen Mesén Sánchez
Catalina Rojas González

Campus Omar Dengo
Heredia, Costa Rica

2014

TRIBUNAL EXAMINADOR

Máster. Aracelly Ugalde Víquez

Vicedecana de la Facultad de Filosofía y Letras

Máster. Nydia Rojas Morales

Directora de la Escuela

Máster. Ana Victoria Chacón Monge

Tutora del Trabajo Final de Graduación

Máster. Freddy Oviedo González

Lector

Máster. Adriana Retes Céspedes

Lectora

Licda. Daisy Montero Araya

Profesora especialista

Fecha: 18 de agosto del 2014

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darnos el don de la vida, sabiduría e inteligencia, por el amor infinito que nos tiene, por iluminarnos y guiarnos todos los días, por haber hecho que nos encontráramos en el camino y poder concluir juntas esta meta.

A nuestra profesora, Lucrecia Barboza Jiménez, por cultivar en nosotras el amor a nuestra carrera, por creer en nosotras y enseñarnos que siempre se puede dar más; por sus consejos y el apoyo desinteresado e incondicional que nos ha brindado siempre, muchas gracias.

A nuestra tutora de proyecto final de graduación, Ana Victoria Chacón Monge, por ser nuestra guía y luz, por todo el tiempo dedicado, por sus consejos y apoyo para culminar de la mejor manera este proyecto.

A nuestros profesores lectores, Freddy Oviedo González y Adriana Retes Céspedes, por transmitirnos todo sus conocimientos, por todo el tiempo dedicado, las enseñanzas y consejos para llegar a buen término con este proyecto.

A todas las personas que han estado con nosotras durante este proceso, dándonos ánimos para poder concluir nuestro trabajo de graduación, profesores, amigos, compañeros, familiares, muchas gracias.

Glenda, Karen, Catalina

DEDICATORIA

A Dios, por cada una de las bendiciones que me ha dado en estos años de estudio.

A mi madre, Noemy; a mi padre, Héctor, y a mi hermana Andrea por apoyarme y ayudarme a cumplir un sueño más y a toda mi familia que ha estado presente en este sueño

A mis compañeras de tesis, Catalina y Karen, fundamentales para mí, sin el apoyo y esfuerzo de ustedes no se hubiera logrado obtener este resultado.

GLENDIA

A Dios, por cada una de sus bendiciones.

A mi madre, Cristina, le debo todo lo que soy, gracias por amarme y apoyarme siempre y por ser un gran ejemplo para mí.

A toda mi familia por motivarme a seguir adelante.

A Catalina y Glenda, por su apoyo incondicional y su muestra de confianza al permitirme vivir esta maravillosa aventura junto a ellas, por su paciencia, esfuerzo y dedicación, gracias.

KAREN

A mi familia, especialmente a mis papás, Gilberto y Ana, quienes han dedicado su vida a enseñarme de dónde viene la verdadera felicidad y que todo lo que se ha suscitado en estos años ha sido únicamente fruto del amor de Dios.

A mis hermanos y hermanas, por recordarme todos los días quién soy.

A Ignacio, por el apoyo inagotable, por recordarme que siempre se puede dar más y enseñarme que la felicidad viene del amor.

A Karen y a Glenda, por enseñarme a no rendirme y a darme cuenta que, con esfuerzo y dedicación, todas las metas y proyectos se alcanzan; sin ustedes no hubiera sido lo mismo.

CATALINA

Resumen ejecutivo

Guerrero, G., Mesén, K & Rojas, C. (2014). Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación. Heredia, C. R.: Universidad Nacional.

Descriptor:

Bibliotecas públicas en Costa Rica – Mercadeo en bibliotecas – Promoción – Divulgación - Tecnologías de información y Comunicación en bibliotecas.

Resumen:

La presente investigación aborda temáticas relacionadas con la promoción y divulgación en las bibliotecas públicas, partiendo de que actualmente la tecnología se ha hecho presente en las actividades cotidianas, se ve la importancia de realizar una propuesta que contenga información que ayude a divulgar el quehacer de las bibliotecas, aplicando las tecnologías de información y comunicación, así como diversas herramientas tecnológicas empleando estrategias que sirvan para atraer y mantener a los usuarios. La investigación es desarrollada en las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia a saber: Biblioteca Pública de Heredia, Biblioteca Pública de San Joaquín, Biblioteca Pública de Paracito y Biblioteca Pública de Santa Bárbara.

Los objetivos planteados para la investigación se detallan a continuación: como objetivo general 1 se plantea diagnosticar la situación actual de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia en relación con la difusión y promoción de los servicios y productos de información. Para la solución de este objetivo se plantean los siguientes objetivos específicos: enlistar los servicios y productos de información que ofrecen las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, identificar los medios de difusión y las formas que utilizan las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia para promocionar los servicios y productos de información, determinar la frecuencia de uso, el grado de conocimiento y el grado de satisfacción de la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia con respecto a los servicios y productos de información que ofrecen.

Como objetivo general 2 se plantea crear una propuesta de promoción y divulgación para que las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia logren difundir efectivamente sus productos y servicios de información, aplicando las tecnologías de la información y la comunicación, para que esto sea posible se debe definir las estrategias para promocionar y divulgar los servicios y productos de información, que permitan posicionarlos dentro de las comunidades de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, determinar los recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para implementar una propuesta de promoción y divulgación de servicios y productos para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, definir una estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación propuesto para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.

Se identificaron quince investigaciones que apoyan el estudio realizado, entre ellas trece son internacionales y dos son estudios nacionales, de las cuales se rescata la importancia de posicionar las bibliotecas en las comunidades a las cuales estas brindan servicios, esto ayudara al desarrollo del país, al libre acceso a la información, a la difusión de servicios e información utilizando e incorporando las herramientas tecnológicas, permitiendo de esta manera, la incrementación de la utilización de los servicios y productos, logrando así competitividad y un buen desarrollo de las bibliotecas.

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que por medio de la realización de un diagnóstico se describieron las condiciones actuales de las bibliotecas, así mismo para los sujetos y fuentes de información se tomaron en cuenta las directoras de las bibliotecas, los bibliotecólogas y bibliotecólogos que laboran en la institución y la comunidad usuaria que visita las bibliotecas (niños y niñas de etapa preescolar y primaria 6 a 12 años de edad, jóvenes (mujeres y hombres) de 13 a 35 años de edad y adultos (mujeres y hombres) de 35 años en adelante). Analiza por medio de diversos instrumentos estadísticos, tales como la encuesta, cuestionarios y entrevistas, la situación de cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia (Costa Rica), a saber: Biblioteca Pública de Heredia, Biblioteca Pública de San Joaquín, Biblioteca Pública de Paracito y Biblioteca Pública de Santa Bárbara.

Los datos recopilados permitieron determinar que en general, más del 50% de los encuestados no conocen los servicios y productos que ofrecen las bibliotecas objeto de estudio; lo que evidencia la necesidad de establecer una agresiva campaña de promoción y divulgación, por distintos medios, ya sea impresos o virtuales.

Se pudo comprobar también que los usuarios de las cuatro bibliotecas, en un porcentaje muy alto (en algunos casos hasta del 80%), posee computadora en su casa y también un porcentaje importante, tiene acceso a Internet; por esta razón, se consideró que la divulgación de los productos y servicios, tanto los existentes como los que puedan diseñarse a futuro, podrían accederse por medio de un sitio web, que fuera compartido por las cuatro bibliotecas.

El aporte más importante de la investigación no se limitó únicamente a identificar los problemas que presentan las bibliotecas públicas seleccionadas, que son los mismos que se observan en la mayoría de las bibliotecas públicas del país y sin temor a equivocarnos, en las bibliotecas públicas de la región centroamericana; las autoras desarrollaron los instrumentos que serán de gran utilidad para la promoción y divulgación de los productos de información, junto los manuales respectivos para su actualización e implementación; por tanto, este trabajo final de graduación será de gran valor no solo para las bibliotecas públicas de Heredia, si no que para toda biblioteca que tenga interés en aplicar las prácticas mencionadas para fomentar la lectura y la investigación entre los usuarios que visitan las bibliotecas y los potenciales, que por desconocimiento, no hacen uso de los recursos gratuitos que se ofrecen.

Además de los productos que las autoras recomiendan y desarrollan para la promoción y divulgación de servicios y productos, las bibliotecas pueden aprovechar la metodología utilizada, para identificar las poblaciones de usuarios, sus necesidades y posibilidades de desarrollar o no determinada forma de mercadeo.

Hoy en día, las bibliotecas que sobrevivan serán aquellas que puedan competir, por medio del establecimiento de nuevos servicios, a través de las redes sociales, sitios web y otros medios basados en la tecnología; ya que el cliente actual ha evolucionado, prefiere la consulta a texto completo de los libros desde su casa u oficina, le gusta recibir información específica en su correo y también, quiere obtener en el menor tiempo posible lo que solicita, tomado de una fuente confiable, no solo busca referencias bibliográficas que no pueda acceder rápidamente o que no sean de una fuente autorizada.

Sobrevivir o morir, ese es el reto de las bibliotecas y centros de documentación en el mundo; si los profesionales no crean una necesidad en sus clientes, hay miles de alternativas, por lo que cerrarlas, será la opción más fácil y económica; he ahí el reto del profesional en Bibliotecología: brindar servicios “a la medida” de los clientes, lo que solo se puede lograr conociendo el perfil de esa población, sus necesidades y posibilidades, todo hacia una nueva concepción de la información, claro, en la Era de la Información y del Conocimiento, reto que debemos afrontar utilizando la tecnología que tenemos y los recursos escasos con que la mayoría de las bibliotecas cuentan.

Tabla de contenido

| | Pág. |
|---|-----------|
| CAPÍTULO I. Introducción | 21 |
| 1.1. El problema y su importancia | 22 |
| 1.2. Estado del conocimiento | 29 |
| 1.3. Objetivos..... | 38 |
| 1.3.1. Objetivo general 1 | 38 |
| 1.3.2. Objetivo general 2 | 38 |
| | |
| CAPÍTULO II. Marco teórico..... | 40 |
| 2.1. Biblioteca pública..... | 41 |
| 2.1.1. Misión de la biblioteca pública | 42 |
| 2.1.2. Objetivos de la biblioteca pública | 43 |
| 2.1.3. Funciones de la biblioteca pública..... | 44 |
| 2.1.4. Servicios y productos de la biblioteca pública..... | 47 |
| 2.1.5. Colección de la biblioteca pública..... | 47 |
| 2.1.6. Personal de la biblioteca pública | 48 |
| 2.1.7. Usuarios de la biblioteca pública | 49 |
| 2.2. Bibliotecas públicas en Costa Rica..... | 50 |
| 2.2.1. Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI)..... | 51 |
| 2.2.1.1. Misión, visión y objetivos..... | 53 |
| 2.2.1.2. Fines | 54 |
| 2.2.1.3. Fuentes de financiamiento | 55 |
| 2.2.1.4. Servicios | 56 |
| 2.2.1.5. Proyectos de las bibliotecas públicas | 59 |
| 2.2.2. Bibliotecas públicas de la provincia de Heredia | 60 |
| 2.2.2.1. Biblioteca Pública de Heredia | 60 |
| 2.2.2.2. Biblioteca Pública de San Joaquín | 61 |
| 2.2.2.3. Biblioteca Pública de Paracito | 63 |
| 2.2.2.4. Biblioteca Pública de Santa Bárbara | 64 |
| 2.3. Promoción y divulgación de productos y servicios de las bibliotecas..... | 65 |
| 2.3.1. Generalidades del término mercadeo | 65 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.2. Estrategias de promoción y divulgación | 66 |
| 2.3.2.1. Promoción | 66 |
| 2.3.2.1.1. Publicidad..... | 67 |
| 2.3.2.1.2. Relaciones públicas | 68 |
| 2.3.2.1.3. Promoción por medio de la web | 69 |
| 2.3.2.1.4. Promoción de ventas | 70 |
| 2.3.2.1.5. Promociones no tradicionales..... | 71 |
| 2.3.3. Promoción y divulgación no lucrativa | 71 |
| 2.3.4. Posicionamiento de promoción y divulgación en las organizaciones | 72 |
| 2.3.5. Segmentación de mercado | 73 |
| 2.3.5.1. Tipo de usuario..... | 74 |
| 2.3.5.2. Aspectos demográficos y geográficos | 75 |
| 2.4. Tecnologías de la Información y Comunicación | 76 |
| 2.4.1. Historia | 76 |
| 2.4.2. Características | 77 |
| 2.4.3. La Tecnología de la Información y Comunicación y la sociedad del conocimiento | 79 |
| 2.4.4. Organizaciones inteligentes..... | 80 |
| 2.4.5. La biblioteca pública y las TIC | 82 |
| 2.4.5.1 Incorporación y uso | 82 |
| 2.4.5.2. Servicios bibliotecarios tecnológicos | 84 |
| 2.4.6. La alfabetización informativa tecnológica..... | 85 |
| 2.4.7. Aplicación de las TIC en la enseñanza-aprendizaje | 86 |
| 2.4.8. Métodos y técnicas de evaluación de las TIC | 87 |
| CAPÍTULO III. Marco metodológico..... | 89 |
| 3.1. Enfoque de la investigación | 90 |
| 3.2. Tipo de investigación..... | 91 |
| 3.3. Sujetos y fuentes de información | 92 |
| 3.3.1. Sujetos..... | 92 |
| 3.3.2. Cálculo del tamaño de la muestra | 93 |
| 3.3.3. Fuentes de información | 100 |
| 3.4. Cuadro de variables | 101 |
| 3.5. Cuadro de técnicas de recolección de datos..... | 106 |

| | |
|---|------------|
| 3.6. Definición de técnicas | 108 |
| 3.7. Alcance de la investigación..... | 108 |
| 3.7.1. Proyecciones..... | 108 |
| 3.7.2. Limitaciones | 109 |
| | |
| CAPÍTULO IV. Análisis de resultados | 111 |
| 4.1. Análisis de resultados Biblioteca de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 112 |
| 4.1.1. Comunidad usuaria adulta | 112 |
| 4.1.2. Comunidad usuaria infantil | 126 |
| 4.2. Análisis de resultados Biblioteca de San Joaquín (Heredia, C. R.) | 139 |
| 4.2.1. Comunidad usuaria adulta | 139 |
| 4.2.2. Comunidad usuaria infantil | 153 |
| 4.3. Análisis de resultados Biblioteca de Paracito (Heredia, C. R.) | 164 |
| 4.3.1. Comunidad usuaria adulta | 164 |
| 4.3.2. Comunidad usuaria infantil | 177 |
| 4.4. Análisis de resultados Biblioteca de Santa Bárbara (Heredia, C. R.) | 190 |
| 4.4.1. Comunidad usuaria adulta | 190 |
| 4.4.2. Comunidad usuaria infantil | 204 |
| 4.5. Resumen de los resultados..... | 215 |
| 4.6. Hallazgos detectados | 218 |
| | |
| CAPÍTULO V. Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación..... | 229 |
| 5.1. Reseña de las Bibliotecas Públicas de la Provincia de Heredia | 231 |
| 5.2. Propuesta de Solución | 235 |
| 5.2.1. Red de Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia..... | 236 |
| 5.2.2. Canal de difusión | 238 |
| 5.2.3. Materiales publicitarios para la difusión de servicios y productos | 239 |
| 5.2.4. Diseño y construcción del sitio web de la Red | 254 |
| 5.2.5. Sitio Web de la Red de Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia | 259 |
| 5.2.6. Organización de espacios, señalización de áreas de la biblioteca..... | 265 |
| 5.2.7. Recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para el plan de promoción y divulgación..... | 269 |

| | |
|--|------------|
| 5.2.8. Capacitación al personal de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia sobre el sitio web y las herramientas tecnológicas..... | 270 |
| 5.2.9. Factibilidad del plan de promoción y divulgación..... | 272 |
| 5.3. Evaluación del plan de promoción y divulgación..... | 273 |
| CAPÍTULO VI. Conclusiones y recomendaciones..... | 274 |
| 6.1. Conclusiones..... | 275 |
| 6.2. Recomendaciones..... | 280 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 283 |
| APÉNDICES..... | 297 |
| APÉNDICE 1. Biblioteca Pública de Heredia | 298 |
| APÉNDICE 2. Biblioteca Pública de San Joaquín..... | 303 |
| APÉNDICE 3. Biblioteca Pública de Paracito..... | 306 |
| APÉNDICE 4. Biblioteca Pública de Santa Bárbara..... | 308 |
| APÉNDICE 5. Guía de Entrevista 1 Personal de las Bibliotecas Públicas de Heredia | 310 |
| APÉNDICE 6. Análisis de resultados de la entrevista aplicada al personal de las bibliotecas. ... | 313 |
| APÉNDICE 7. Guía de Entrevista 2 Experto en el tema | 317 |
| APÉNDICE 8. Análisis de resultados de la entrevista aplicada a expertos de distintas áreas. ... | 320 |
| APÉNDICE 9. Cuestionario 1 Comunidad Usuaria de las Bibliotecas Públicas de Heredia | 322 |
| APÉNDICE 10. Cuestionario 1, Parte II Comunidad Usuaria Infantil de las Bibliotecas Públicas de Heredia.. | 325 |
| APÉNDICE 11. Matriz de análisis 1 Heredia | 329 |
| APÉNDICE 12. Matriz de análisis 2 San Joaquín | 332 |
| APÉNDICE 13. Matriz de análisis 3 Paracito | 335 |
| APÉNDICE 14. Matriz de análisis 4 Santa Bárbara | 337 |
| APÉNDICE 15 Manual de uso de Atube Catcher | 339 |
| APÉNDICE 16 Manual de uso de Bitstrips | 340 |
| APÉNDICE 17 Manual de uso de Códigos QR | 341 |
| APÉNDICE 18 Manual de uso de DIIGO..... | 342 |
| APÉNDICE 19 Manual de uso de Facebook..... | 343 |
| APÉNDICE 20 Manual de uso de Flipsnack..... | 344 |

| | |
|---|------------|
| APÉNDICE 21_ Manual de uso de Glogster | 345 |
| APÉNDICE 22_ Manual de uso de Go Animate..... | 346 |
| APÉNDICE 23_ Manual de uso de Google + | 347 |
| APÉNDICE 24_ Manual de uso de Google Drive..... | 348 |
| APÉNDICE 25_ Manual de uso de ISSUU | 349 |
| APÉNDICE 26_ Manual de uso de Photo peach..... | 350 |
| APÉNDICE 27_ Manual de uso de Pinterest..... | 351 |
| APÉNDICE 28_ Manual de uso de Puzzle Maker..... | 352 |
| APÉNDICE 29_ Manual de uso de StoryBird | 353 |
| APÉNDICE 30_ Manual de uso de WIX | 354 |
| APÉNDICE 31_ Manual de uso de WordPress | 355 |
| | |
| ANEXOS..... | 356 |
| ANEXO 1. Herramientas tecnológicas utilizadas por la Biblioteca Pública de Heredia | 357 |
| ANEXO 2. Herramientas tecnológicas utilizadas por la Biblioteca Pública de Paracito..... | 361 |
| ANEXO 3. Herramientas tecnológicas utilizadas por la Biblioteca Pública de San Joaquín..... | 363 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|-----|
| Cuadro 1. Estadísticas Biblioteca Pública de Heredia..... | 92 |
| Cuadro 2. Estadísticas Biblioteca Pública de San Joaquín..... | 92 |
| Cuadro 3. Estadísticas Biblioteca Pública de Santa Bárbara..... | 93 |
| Cuadro 4. Estadísticas Biblioteca Pública de Paracito..... | 93 |
| Cuadro 5. Pesos porcentuales de la población de cada una de las bibliotecas..... | 95 |
| Cuadro 6. Porción de muestra asignada a cada una de las bibliotecas..... | 95 |
| Cuadro 7. Tamaño de la muestra asignada a cada una de las bibliotecas..... | 96 |
| Cuadro 8. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de Heredia, año 2012..... | 97 |
| Cuadro 9. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de Heredia..... | 97 |
| Cuadro 10. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de San Joaquín, año 2012..... | 98 |
| Cuadro 11. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de San Joaquín..... | 98 |
| Cuadro 12. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de Paracito, año 2012..... | 98 |
| Cuadro 13. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de Paracito..... | 99 |
| Cuadro 14. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de Santa Bárbara, año 2012..... | 99 |
| Cuadro 15. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de Santa Bárbara..... | 99 |
| Cuadro 16. Resumen de datos obtenidos, cálculo de la muestra..... | 100 |
| Cuadro 17. Variables del objetivo general 1..... | 102 |
| Cuadro 18. Variables del objetivo general 2..... | 104 |
| Cuadro 19. Cuadro de técnicas de recolección de datos del objetivo general 1..... | 107 |
| Cuadro 20. Cuadro de técnicas de recolección de datos del objetivo general 2..... | 107 |
| Cuadro 21. Características de la población usuaria, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 113 |
| Cuadro 22. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 127 |
| Cuadro 23. Características de la población usuaria, Biblioteca San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 140 |
| Cuadro 24. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 154 |
| Cuadro 25. Características de la población usuaria, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)..... | 165 |
| Cuadro 26. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)..... | 178 |
| Cuadro 27. Características de la población usuaria, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 191 |
| Cuadro 28. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 205 |
| Cuadro 29. Resumen comparativo de gráficos población usuaria adulta..... | 216 |
| Cuadro 30. Resumen comparativo de gráficos población usuaria infantil..... | 217 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 31. Servicios Biblioteca Pública de Heredia | 220 |
| Cuadro 32. Servicios Biblioteca Pública de San Joaquín | 223 |
| Cuadro 33. Servicios de la Biblioteca Pública de Paracito..... | 226 |
| Cuadro 34. Servicios de la Biblioteca Pública de Santa Bárbara | 228 |
| Cuadro 35. Características de la publicidad impresa (brochure, panfletos, trípticos)..... | 241 |
| Cuadro 36. Características de la publicidad impresa (murales, carteles)..... | 241 |
| Cuadro 37. Herramientas tecnológicas recomendadas | 248 |
| Cuadro 38. Comparación de programas para diseñar sitios web | 254 |
| Cuadro 39. Características del sitio web | 256 |
| Cuadro 40. Prueba de usabilidad | 258 |
| Cuadro 41. Prueba de accesibilidad | 263 |
| Cuadro 42. Recursos necesarios para la implementación del plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia | 269 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 112 |
| Gráfico 2. Distribución de la población encuestada, según nivel académico Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 115 |
| Gráfico 3. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 116 |
| Gráfico 4. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 117 |
| Gráfico 5. Población de personas que conoce los servicios que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 118 |
| Gráfico 6. Población de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 120 |
| Gráfico 7. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la Biblioteca, por parte de los usuarios encuestados Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 121 |
| Gráfico 8. Población de usuarios que conocen las distintas formas de promoción de servicios que se brindan, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.) | 122 |
| Gráfico 9. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 123 |
| Gráfico 10. Grado de conocimiento de los usuarios sobre los servicios y productos que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.) | 124 |
| Gráfico 11. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 125 |
| Gráfico 12. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 126 |
| Gráfico 13. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de Heredia(Heredia, C. R.)..... | 129 |
| Gráfico 14. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 130 |
| Gráfico 15. Servicios que conoce la población usuaria infantil. Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 131 |
| Gráfico 16. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 133 |
| Gráfico 17. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 134 |
| Gráfico 18. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 135 |
| Gráfico 19. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)..... | 136 |
| Gráfico 20. Grado de conocimiento por parte sobre los usuarios de los servicios y productos que se ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.) | 137 |

| | |
|---|-----|
| Gráfico 21. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 139 |
| Gráfico 22. Distribución de la población encuestada, según nivel, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 142 |
| Gráfico 23. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 143 |
| Gráfico 24. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 144 |
| Gráfico 25. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 145 |
| Gráfico 26. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 147 |
| Gráfico 27. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 148 |
| Gráfico 28. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.) | 149 |
| Gráfico 29. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 150 |
| Gráfico 30. Grado de conocimiento de los servicios y productos por parte de los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 151 |
| Gráfico 31. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 152 |
| Gráfico 32. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 153 |
| Gráfico 33. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 155 |
| Gráfico 34. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca San Joaquín (Heredia, C. R.) | 156 |
| Gráfico 35. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 157 |
| Gráfico 36. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrece la Biblioteca de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 158 |
| Gráfico 37. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 159 |
| Gráfico 38. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.) | 160 |
| Gráfico 39. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)..... | 161 |
| Gráfico 40. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la Biblioteca por parte de los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.) | 162 |
| Gráfico 41. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 164 |

| | |
|--|-----|
| Gráfico 42. Distribución de la población encuestada, según nivel académico, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 167 |
| Gráfico 43. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 168 |
| Gráfico 44. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 169 |
| Gráfico 45. Cantidad de personas que conoce los servicios que ofrece la Biblioteca, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 170 |
| Gráfico 46. Cantidad de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de Paracito (Heredia, C. R.) | 171 |
| Gráfico 47. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) . | 172 |
| Gráfico 48. Cantidad de usuarios que conocen las distintas formas de promoción de servicios que realizan, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 173 |
| Gráfico 49. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 174 |
| Gráfico 50. Grado de conocimiento por parte de los usuarios de los servicios y productos que se ofrecen, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 175 |
| Gráfico 51. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 176 |
| Gráfico 52. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 177 |
| Gráfico 53. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 180 |
| Gráfico 54. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 181 |
| Gráfico 55. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 182 |
| Gráfico 56. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de Paracito (Heredia, C. R.) | 184 |
| Gráfico 57. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la Biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 185 |
| Gráfico 58. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 186 |
| Gráfico 59. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 187 |
| Gráfico 60. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrecen, por parte de los usuarios, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 188 |
| Gráfico 61. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.) | 189 |
| Gráfico 62. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.) | 190 |

| | |
|--|-----|
| Gráfico 63. Distribución de la población encuestada, según nivel, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.) | 193 |
| Gráfico 64. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.) | 194 |
| Gráfico 65. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 195 |
| Gráfico 66. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 196 |
| Gráfico 67. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 198 |
| Gráfico 68. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la Biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 199 |
| Gráfico 69. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 200 |
| Gráfico 70. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 201 |
| Gráfico 71. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la Biblioteca, por parte de los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 202 |
| Gráfico 72. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 203 |
| Gráfico 73. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 204 |
| Gráfico 74. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.) | 207 |
| Gráfico 75. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 208 |
| Gráfico 76. Cantidad de personas que conocen los servicios que ofrecen, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 209 |
| Gráfico 77. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que se ofrecen, Biblioteca de Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 210 |
| Gráfico 78. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 211 |
| Gráfico 79. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 212 |
| Gráfico 80. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 213 |
| Gráfico 81. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, por parte de los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)..... | 214 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|-----|
| Ilustración 1. Estructura orgánica, Ministerio de Cultura y Juventud | 52 |
| Ilustración 2. Ejemplo de publicidad impresa..... | 242 |
| Ilustración 3. Ejemplo de publicidad impresa..... | 242 |
| Ilustración 4. Ejemplo de publicidad impresa..... | 243 |
| Ilustración 5. Ejemplo de publicidad impresa..... | 243 |
| Ilustración 7. Ejemplo de publicidad impresa..... | 244 |
| Ilustración 8. Ejemplo de publicidad impresa..... | 245 |
| Ilustración 9. Ejemplo de publicidad impresa..... | 245 |
| Ilustración 10. Ejemplo del sitio web | 260 |
| Ilustración 11. Ejemplo de sitio web, menú quiénes somos | 261 |
| Ilustración 12. Ejemplo de sitio web, menú nuestras bibliotecas | 261 |
| Ilustración 13. Ejemplo de sitio web, menú amigos y amigas de la biblioteca..... | 262 |
| Ilustración 14. Ejemplo de sitio web, menú consulte al bibliotecólogo..... | 262 |
| Ilustración 15. Distribución de áreas, primer nivel (Biblioteca Pública de Heredia)..... | 266 |
| Ilustración 16. Distribución de áreas, segundo nivel (Biblioteca Pública de Heredia) | 266 |
| Ilustración 17. Distribución de áreas, tercer nivel (Biblioteca Pública de Heredia) | 267 |
| Ilustración 18. Distribución de áreas, Biblioteca Pública de San Joaquín | 267 |
| Ilustración 19. Distribución de áreas, Biblioteca Pública de Paracito..... | 268 |
| Ilustración 20. Distribución de áreas, Biblioteca Pública de Santa Bárbara | 268 |

TABLA DE ABREVIATURAS

| | |
|----------------|--|
| AEU | Asociación de Estudiantes Universitarios |
| AI | Alfabetización Informacional |
| AIT | Alfabetización Informacional Tecnológica |
| ALA | Asociación de bibliotecas americanas |
| CECI | Centros Comunitarios Inteligentes |
| IFLA | Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios |
| ISBN | Número Estándar Internacional de Libros |
| ISSN | Número Estándar Internacional de Seriadas |
| MICIT | Ministerio de Ciencia y Tecnología |
| SILDACL | Sistema de Información y Documentación Agropecuaria de las Américas |
| SINABI | Sistema Nacional de Bibliotecas |
| TIC | Tecnología de Información y Comunicación |
| UNESCO | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura |

CAPÍTULO I. Introducción

1.1. El problema y su importancia

Entre los tipos de bibliotecas que existen en la sociedad actual, las públicas tienen una labor social primordial que deben desarrollar en las comunidades en las que están insertas. La UNESCO (2001, p. 8) define la biblioteca pública de la siguiente manera:

Organización establecida, respaldada y financiada por la comunidad, ya sea por conducto de una autoridad u órgano local, regional o nacional, o mediante cualquier otra forma de organización colectiva. Brinda acceso al conocimiento, la información y 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, sean cuales fueren su raza, nacionalidad, edad, sexo, religión, idioma, discapacidad, condición económica y laboral y nivel de instrucción.

Otra definición es la que presentan Jaramillo, Montoya y Uribe (2008, p.39) en esta se afirma que:

[...] la biblioteca pública es una institución de carácter social y cultural, financiada por el estado, cuya finalidad es posibilitar el acceso libre y gratuito a la información, registrada en un soporte documental, que responda a unos criterios de selección y adquisición, para la satisfacción de necesidades en el plano educativo, informativo, cultural y de uso del tiempo libre.

Por lo tanto, se deduce que las bibliotecas públicas contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de la población a la que se dirige, esto debido a la construcción y articulación de las relaciones sociales mediante los servicios, productos y programas gratuitos que ofrecen.

Es importante mencionar que la función de las bibliotecas públicas es garantizar el acceso gratuito e integral a la información, rescatando el patrimonio cultural de la comunidad donde está situada; además, tiene la función de, apoyar la enseñanza y la formación para el fortalecimiento y adquisición de conocimiento.

Según Felicié (2006, p. 82) existen dos funciones clave que la biblioteca pública debe desarrollar:

- Educar a las personas respecto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y motivarlas a tomar parte activa de su uso. Para lograrlo, la biblioteca deberá convertirse en un centro de tecnologías de la información donde se pueda capacitar a las personas en el uso de estas nuevas tecnologías.
- Concientizar a la sociedad sobre la función de la biblioteca pública como ente que contribuye a satisfacer las necesidades de información de las personas, convirtiéndose en el primer paso en la solución de sus problemas.

Tal como se mencionó, las bibliotecas públicas, como instituciones sociales, son organizaciones sin fines de lucro que deben implementar ciertas acciones básicas para su buen desarrollo, una de ellas es la aplicación de herramientas tecnológicas que permitan promocionar y difundir el quehacer de sus instituciones. Este proceso ayuda al intercambio de información social o comercial donde se adquiere un bien, ya sea un servicio o producto acorde con las necesidades de la comunidad usuaria. La promoción y la divulgación son parte fundamental del mercadeo, el cual tiene diversas funciones sociales, comerciales y de formación, lo cual viene a llenar vacíos existentes en la comunicación que surgen de las necesidades de un mercado cambiante donde se busca eficacia, eficiencia y beneficios.

Tarrés (2006) define mercadeo como la aplicación de técnicas y procesos que permiten descubrir y generar mercados para los productos, satisfaciendo las necesidades de los consumidores de una manera rentable para la organización.

Es evidente, entonces, que las bibliotecas deben poner en práctica técnicas de mercadeo enfocadas especialmente en la promoción de servicios y productos, el mercadeo aplica principios y técnicas a los programas o acciones encaminadas a contribuir con el bienestar de la comunidad, es decir, modifica ideas, creencias, actitudes y valores con el fin de mejorar la vida dentro de una colectividad. Asimismo, las diversas técnicas de mercadeo procuran alcanzar un objetivo social sin fines de lucro, aplicando los principios de este haciendo más eficaces los procesos para lograr un verdadero compromiso social.

Para que exista un adecuado desarrollo de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas, es importante que se apoyen en el uso de tecnologías de la información y comunicación, aprovechando y utilizando los recursos con los que cuenta la organización. En Cobo (2009, p. 306), se denomina TIC de la siguiente manera a:

Las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información. Las TIC, como elemento esencial de la Sociedad de la Información, habilitan la capacidad universal de acceder y contribuir a la información, las ideas y el conocimiento. Hacen, por tanto, posible promover el intercambio y el fortalecimiento de los conocimientos mundiales en favor del desarrollo, permitiendo un acceso equitativo a la información para actividades económicas, sociales, políticas, sanitarias, culturales, educativas y científicas, dando acceso a la información que está en el dominio público.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han venido a favorecer las labores en todos los ámbitos. En el caso de las bibliotecas públicas, con la aplicación de las TIC como herramienta, se logra mejorar la calidad de los servicios y productos que se ofrecen, cambiando la forma de relacionarse, permitiendo mayor comunicación, fácil retroalimentación y personalización de los servicios, ya que estos se adecuan a las necesidades de cada tipo de usuario.

En Costa Rica existen 56 bibliotecas públicas, de las cuales 31 son oficiales y 25 semi-oficiales, estas pertenecen al Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI) del Ministerio de Cultura y Juventud o a diferentes gobiernos locales o municipalidades. En la provincia de Heredia se ubican cuatro de estas bibliotecas, a saber: Biblioteca Pública de Heredia, Biblioteca Pública de San Joaquín, Biblioteca Pública de Santa Bárbara y Biblioteca Pública de Paracito, estas dos últimas son semioficiales, es decir, que son administradas por las municipalidades de cada lugar donde se ubican.

Los servicios que se ofrecen en estas bibliotecas están claramente definidos; sin embargo, muchas personas de las comunidades donde se encuentran ubicadas estas instituciones desconocen sus servicios o los subutilizan. Se podría decir que esta debilidad de las bibliotecas públicas se debe a que, generalmente, no están posicionadas dentro de esa comunidad a la que van dirigidas. Para que una biblioteca pública se desempeñe a cabalidad, es necesario que una vez establecida y reconocida por parte de la población, defina un medio idóneo para comunicar qué productos y servicios ofrece; para esto, se puede recurrir al uso de las TIC.

Debido a la situación que se percibe, se observa que en las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia falta una adecuada promoción y divulgación de los servicios y productos que estas brindan, por lo que surgen las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las principales razones por las que en las bibliotecas públicas de Heredia no se realiza una adecuada difusión de sus servicios y productos?, y ¿cuál es la mejor forma para dar a conocer a la comunidad usuaria los servicios y productos de las bibliotecas públicas de Heredia? Las respuestas a estas preguntas originan la presente investigación, con la cual se pretende desarrollar una propuesta que facilite la promoción y la difusión de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.

Las bibliotecas públicas deben buscar la forma de proyectarse y difundir a la comunidad todo su quehacer, tal como se menciona en las directrices de la UNESCO y la IFLA para las bibliotecas públicas, en las cuales se señala lo siguiente:

Esta publicidad puede partir de técnicas sencillas, como rótulos en sus edificios, que informan de lo que son, o folletos que hagan saber sus horarios de apertura y sus servicios, e ir hasta métodos más complejos como programas de comercialización y el empleo de páginas en la Red para promocionar sus prestaciones y actividades (UNESCO, 2001, p. 22)

En dichas directrices se expone la importancia de la comercialización y la promoción de la biblioteca, utilizando técnicas de difusión dentro de las unidades de información como medios para que la comunidad conozca qué se hace en respuesta a sus necesidades; las directrices también señalan que los administradores de las bibliotecas tienen el deber de elaborar políticas y planes de comercialización y promoción, donde queden plasmados los métodos y las estrategias por seguir para la campaña promocional de la biblioteca.

En una biblioteca pública, una estrategia de mercadeo que incluya la promoción y divulgación de los servicios y productos que en ella se brindan no puede implantarse de forma global, ya que es una institución que atiende distintas categorías de usuarios y, por lo tanto, sus usuarios tienen necesidades informativas diferentes. Es por ello que las bibliotecas públicas de Heredia necesitan establecer grupos con características e intereses comunes, con el fin de direccionar las acciones en función de las necesidades de cada grupo y no dirigir los productos y servicios de la misma forma a toda la población. Es indispensable pensar en la población usuaria, en sus necesidades y deseos, enfocarse en los usuarios actuales sin dejar de lado los potenciales, ya que al emplear técnicas de promoción y divulgación en la biblioteca, se busca atraer a todas esas personas, que se sientan identificadas con lo que se les ofrece y que permitan a la biblioteca acercarles la información específica que necesitan.

Las bibliotecas públicas deben de ser un puente entre la comunidad y el nuevo conocimiento, estas han sido creadas con el afán de incentivar a la sociedad a interesarse por estar informada, actualizada, a ser creativa e innovadora, a querer estar en un aprendizaje continuo. Lo anterior se logra creando servicios y productos acordes con las necesidades de cada tipo de usuario, implementando las TIC, con el fin de que la comunidad usuaria se sienta motivada a utilizar la biblioteca.

El propósito de todas las bibliotecas es la satisfacción de necesidades informativas de la población usuaria; la promoción y divulgación es un factor clave para cumplir con este fin, dichos factores pueden aplicarse convenientemente a las bibliotecas para suplir las necesidades de información. La estrategia de difusión debería convertirse en un elemento fundamental de cualquier unidad de información, ya que es un soporte indispensable para cumplir la misión, objetivos y metas de las bibliotecas.

Por lo tanto los resultados obtenidos por medio de esta investigación permitieron administrar, de manera más adecuada y oportuna, los servicios y productos que se brindan en dichas bibliotecas. Igualmente, el personal de la biblioteca podrá implementarlos de acuerdo con las necesidades de cada grupo de la comunidad de usuarios. Además, ayudará a mejorar el dinamismo y la relación dentro de la biblioteca con la comunidad a la cual sirve, ya que mediante las herramientas de mercadeo, se logra hacer efectivo el vínculo de la biblioteca con su entorno. Por otra parte, se contribuirá a que estén mejor posicionadas y tengan visibilidad ante la comunidad, pues con las TIC mayor cantidad de personas hará uso de los servicios y productos y podrán conocer todo lo que se ofrece.

Por último, por medio de esta investigación se dio respuesta a las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuáles son los servicios y productos de información que ofrecen las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia?
2. ¿Cuáles son los medios y las formas que utilizan actualmente las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia para difundir y promocionar sus servicios y productos de información?
3. ¿Cuál es la frecuencia de uso, el grado de conocimiento y el grado de satisfacción de la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia con respecto a los servicios y productos de información que ofrecen?
4. ¿Cuáles son las estrategias y las actividades de promoción y divulgación que permitirán posicionar los productos y servicios de información de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia hacia la comunidad que van dirigidas?
5. ¿Cuáles son los recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para implementar un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia?
6. ¿Cómo se evaluaría el plan de promoción y divulgación propuesto para las bibliotecas públicas de Heredia?

1.2. Estado del conocimiento

A continuación se describen los estudios, tanto nacionales como internacionales, que tienen relación con el abordaje del problema planteado en la presente investigación. Internacionalmente, se destacan los siguientes estudios:

La investigación realizada por Santos en 2010, titulada “Biblioteca pública y desarrollo”, tiene como propósito posicionar a la biblioteca pública como una red de apoyo al progreso de los países, asegurando el libre acceso a la información para la sociedad, velando por la equidad, la calidad de vida y el medio ambiente; asimismo, hace notar que las bibliotecas actúan como medio para el desarrollo y fortalecimiento de la cultura y el conocimiento por medio de actividades como el procesamiento, el almacenamiento y por supuesto la difusión de la información y los servicios. En el trabajo de Santos se identifica la importancia de rescatar la biblioteca pública como agente de cambio para la sociedad por medio del uso de sus servicios, impulsando las iniciativas para el desarrollo; lo cual ayuda a que, de una u otra forma, puedan abrirse espacio y posicionarse en las comunidades a las que van dirigidas. Sin embargo, a pesar de la calidad con la que se brindan los servicios y productos, no se muestra una posición innovadora de cómo ofrecerlos y difundirlos mejor, utilizando las herramientas tecnológicas, como es el propósito de la presente investigación a desarrollarse en las bibliotecas públicas de Heredia.

En el estudio realizado por Lozano en el 2008, titulado “Innovación en bibliotecas públicas: algo nuevo, algo útil, algo de calidad”, se muestra a la biblioteca como una institución social, integrada en su comunidad y, por supuesto, como prestadora de servicios de información a todas las personas sin distinción alguna. El propósito de este estudio es contextualizar y dar a conocer la importancia que tiene el concepto de innovación en las bibliotecas públicas, haciendo énfasis en que este debe ser calificado como factor de supervivencia; se menciona que para innovar desde las bibliotecas públicas ha de estar presente la actualización continua, la realización del *benchmarking* con otras bibliotecas, mercadear,

difundir sus servicios y estar dispuestos a aprender, desaprender, compartir y cooperar. Entre los resultados obtenidos, se observa que, a pesar de la importancia de comenzar a cambiar el rumbo de las bibliotecas públicas en cuanto a dar a conocer sus servicios y productos, así como generar ideas que permitan introducir nuevos y mejorar los existentes, no se debe considerar el factor tecnológico como el único elemento innovador, ya que tiene que ir de la mano con el aporte que hace el personal de las bibliotecas. La investigación de Lozano hace énfasis en la importancia de la innovación como medio para difundir servicios y ofrecer calidad a toda la comunidad usuaria; sin embargo, la aplicación de las TIC no prevalece como componente principal para lograrlo, como es el propósito fundamental de la investigación que se desea realizar.

En Gallo, “Innovación en los servicios de bibliotecas públicas orientadas al usuario: el caso de la Biblioteca Regional de Murcia”, realizado en 2008, se tiene como propósito dar a entender que la innovación ha pasado a formar parte fundamental de las actividades de las bibliotecas, creando servicios y productos que utilicen las herramientas tecnológicas, y más allá, a sabiendas de que estas mejoras se realizan siempre orientadas hacia los usuarios, ya que es una forma de acercamiento y atracción. Entre los resultados que aborda están que la innovación se debe realizar y estar centrada en el bienestar de la comunidad usuaria, porque así es como se logrará cumplir con los objetivos, permitiendo a los usuarios su formación continua, especialmente en el uso de las TIC. Es importante observar que la investigación está orientada a renovar y mejorar los servicios brindados en las bibliotecas; no obstante, no se considera este factor como medio para promocionar y difundir los servicios, como es el propósito de la investigación que se realizará en las bibliotecas públicas de Heredia.

Por otro lado, la investigación de Vallejo y Téllez (2008), titulada “El mercadeo de servicios en las bibliotecas públicas: ¿una herramienta que se usa?”, tiene como propósito demostrar cómo y cuándo se debe utilizar la mercadotecnia como herramienta para beneficio de las bibliotecas. Entre los resultados conseguidos, se

evidencia la necesidad de que el mercadeo se convierta en un elemento fundamental de cualquier unidad de información, pues como orientación administrativa es imprescindible para desarrollar la misión y alcanzar los objetivos. Igualmente, señala que la aplicación de las 4 P' del mercadeo es el medio para lograr un posicionamiento de la biblioteca en la comunidad, ya que son estrategias que les permitirán ser más competitivas cada día, ofrecer mejores y diversos productos y servicios creados acordes a las necesidades y preferencias de todas las personas, garantizando su permanencia en el mercado. La investigación de Vallejo y Téllez resalta la importancia de emplear técnicas de mercadotecnia en las bibliotecas con el fin de conocer mejor a la comunidad usuaria, para brindar servicios y productos de acuerdo con lo que requiere, teniendo como función primordial dar a conocer dichos servicios por medio de la difusión, pero no se demuestra el aprovechamiento de las TIC para promocionarlas, como si es el caso de la presente investigación.

El estudio realizado por Jaramillo y Moncada en el año 2007, titulado “La biblioteca pública y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC): una relación necesaria”, plantea como propósito determinar la incorporación y uso de las TIC en la infraestructura tecnológica así como conocer el *software* y el *hardware* que poseen las bibliotecas para realizar sus funciones. Entre los resultados obtenidos, se presenta la disponibilidad de presupuesto que tienen las bibliotecas públicas de Medellín, Colombia, lo que les permite contar con una mayor infraestructura, tener esbozados planes de desarrollo tecnológico e incorporar y usar las tecnologías como componente esencial para el desarrollo de las funciones, tanto técnicas como sociales y administrativas. Es posible observar que en el estudio anterior se hace énfasis en cómo utilizar y aprovechar la tecnología para agilizar y mejorar las tareas y procesos en las bibliotecas públicas; pero no se evidencia el aprovechamiento de las TIC para promocionar y divulgar los servicios de este tipo de bibliotecas, como es el propósito principal de la investigación que se pretende realizar.

La investigación “La megabiblioteca José Vasconcelos y la situación de las bibliotecas públicas de la Ciudad de México”, realizada por Ciprés y Flores en el año 2007, tiene como propósito mostrar que, de acuerdo con la situación y necesidades que presentan las bibliotecas públicas de determinado país es irracional pensar en la construcción de grandes bibliotecas con la intención de difundir y brindar mejor servicios y productos para atraer a la población. No obstante, se afirma que la carencia de espacio físico, de cierta forma, es un problema que afecta directamente al servicio y la asistencia a la biblioteca de la comunidad de usuarios. Entre los resultados obtenidos con este estudio, se destaca la poca afluencia de usuarios, en su mayoría estudiantes, limitando la atención y satisfacción hacia ellos, descuidando al resto de la comunidad; se rescata también la falta de instalaciones adecuadas y de equipo tecnológico, entre otros. La investigación de Ciprés y Flores hace énfasis en que aunque no se cuente con la disponibilidad de recursos, la mejor manera de satisfacer las necesidades de los usuarios es ofreciéndoles espacios físicos adecuados, diseñando nuevas infraestructuras, pensando un poco en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías; sin embargo, no se piensa en otras opciones para ofrecer mejores servicios, con la idea de brindar calidad, aprovechando el espacio que se tiene sin incurrir en grandes gastos, tratando siempre de implementar las TIC con el fin de atraer a toda la comunidad de usuarios y buscar el posicionamiento de las bibliotecas públicas, como es el caso de la presente investigación.

El trabajo de García, en el 2007, titulado “La misión de las bibliotecas públicas en la nueva ecología informacional: una perspectiva hispanoamericana”, tiene como propósito analizar la misión de la biblioteca pública al servicio del desarrollo social, por medio del apoyo a la educación y el autoaprendizaje, siendo la biblioteca el instrumento de educación y promoción social, abordando los cambios y desigualdades que se están produciendo en el acceso a la información; también, plantea la incorporación de la biblioteca pública al mundo digital, como una forma de buscar y atraer a los usuarios de la comunidad a la que están dirigidas. Entre los resultados se evidencia la importancia de las bibliotecas públicas como

puentes entre la comunidad de usuarios y el acceso al conocimiento a todo aquel que lo necesite, igualmente menciona que las bibliotecas están siendo encaminadas cada vez más rápido al mundo tecnológico, por lo tanto será un medio para buscar el posicionamiento. El estudio anterior demuestra cómo las nuevas tecnologías de información y comunicación son necesarias y lo importante de implementarlas en las bibliotecas; pero no enfatiza en cómo aprovecharlas para promocionar y difundir servicios y productos.

La investigación realizada por Herrera y Pérez, titulada “Cultura y marketing en las bibliotecas públicas españolas: actividades, iniciativas y recursos” (2007) se centra en analizar 183 sitios web reunidos en el sitio “Red de sedes web de las bibliotecas públicas”, la investigación consistió en comprobar qué actividades, iniciativas y recursos relacionados con la difusión cultural y el *marketing* ofrecen las bibliotecas públicas españolas, estos por ser aspectos que se consideran esenciales para establecer vínculos entre la biblioteca y la comunidad, despertar interés por ella y promocionarla. Hoy es imprescindible que las bibliotecas promuevan el uso de sus servicios, se den a conocer y atraigan a los lectores, por lo que este trabajo analiza la difusión cultural y el *marketing* en estas bibliotecas públicas. Como resultados, se obtiene que de las 183 web analizadas, en 113 (61,7%) se informa sobre actividades culturales y de *marketing* y en 104 (56,8%) se localizaron recursos relacionados; como principales actividades culturales se mencionan las exposiciones, charlas y conferencias, certámenes, concursos y premios, audiciones y actividades en torno a la música, cine, cineforos y otras actividades como presentación de libros, encuentros con autores, tertulias, coloquios y debates, poesía, teatro y las ferias del libro. Como principales actividades de *marketing* se mencionan las visitas guiadas o en grupo, talleres, bibliopiscinas, concurso de marcapáginas y pegatinas, bebetecas, programas y actividades en coordinación con otras instituciones, bibliotecarios por un día y programas en la radio. Al igual que la investigación por realizar, tiene como propósito promover y difundir los servicios y productos existentes de las

bibliotecas públicas por medio de actividades de mercadeo, apoyándose en las tecnologías que cada día avanzan más.

El estudio efectuado por Uribe en el año 2005, titulado “Las unidades de información y empresas Informativo-documentales que se requieren hoy en América Latina: una mirada desde la gerencia y el mercadeo con responsabilidad social”, tiene como propósito descubrir qué unidades de información se requieren hoy en América Latina, tomando en cuenta los cambios y exigencias que se han presentado a lo largo de los años. Una de estas exigencias se refiere a las condiciones del mercado y la sociedad, esto ha obligado a las bibliotecas a buscar formas de ser más eficientes, eficaces y competitivas, lo cual ha hecho que surjan conceptos y aportes del mercadeo y gerencia en estrecha relación con la llegada de la tecnología. Entre los resultados se evidencia que la aplicación de técnicas efectivas del mercadeo, sin dejar de pensar en el acceso libre a los servicios y productos, ayuda al desempeño organizacional, esto es una realidad, una necesidad y una exigencia, que se debe aprovechar como oportunidad de mejora; igualmente, es fundamental implementar *benchmarking*, conociendo las necesidades de la biblioteca, con el fin de aprender de otros, para evaluar si es posible adaptar experiencias exitosas de otros contextos. El estudio de Uribe subraya la necesidad de emplear herramientas para mercadear las bibliotecas.

Por otra parte, el trabajo de Fernández (2004), titulado “Promoción de los servicios de la biblioteca: un enfoque desde el marketing no convencional”, tiene como propósito reconocer la importancia del *marketing* y la promoción en la gestión de las bibliotecas, resaltando el valor de la publicidad en el lugar de venta; además, aborda las manifestaciones de esta técnica, los principales problemas en su aplicación, así como las ventajas de su uso. Entre los resultados se evidencia el empleo inadecuado de las técnicas del *marketing* debido a la inexperiencia de las bibliotecas en este ámbito. El estudio de Fernández resalta la importancia de rescatar la comunicación de la oferta de servicios y productos con el fin de garantizar su uso por parte de la comunidad usuaria.

Asimismo, la investigación realizada por Aguilar en 2002, “Propuesta de un plan de mercadeo para el Sistema de Información y Documentación Agropecuaria de las Américas (SIDALC)”, tiene como objeto implementar un plan estratégico de mercadeo con el fin de incrementar el uso de los productos y servicios de esta institución. Para ello, se elaboró un estudio de usuarios para determinar la demanda, las prioridades de estos en cuanto a la utilidad y el conocimiento que tienen sobre los servicios y productos y la segmentación del mercado. Entre los resultados obtenidos con el diagnóstico, se logró identificar cuáles servicios tienen mayor demanda por parte de la comunidad usuaria, se determinó que los estudiantes y los investigadores son quienes más utilizan los servicios y además se evidencia que Costa Rica es el país con mayor número de pedidos de documentos y el que atiende la mayoría de solicitudes. El estudio de Aguilar es un gran aporte para el plan promoción y divulgación que se pretende proponer para las bibliotecas públicas de Heredia; sin embargo, no se evidencia la implementación de herramientas, en especial las TIC, que ayuden y faciliten el proceso de difusión y utilización de servicios y productos por parte de la población usuaria.

En el estudio realizado por Klaassen, Wiersma y Giappiconi (1999) que lleva por título “Gestión de la calidad y marketing en las bibliotecas públicas”, se presenta la biblioteca como empresa de servicios, donde se busca lograr la satisfacción y fidelidad de los clientes con la implementación de los conceptos de gestión de calidad total y *marketing*. Los principales resultados de la investigación apuntan a que es ineludible incluir el mercadeo dentro del marco estratégico de la institución, para llevarlo a cabo y que este se dé dentro del marco de la misión, metas y objetivos, se debe adaptar el contenido y la forma de los fondos documentales, del equipamiento y del esfuerzo de medición, a las necesidades y los deseos de la población del entorno. Los autores destacan la importancia de implementar las técnicas de mercadeo como medio para cumplir de forma óptima las tareas sociales y culturales de las bibliotecas públicas, todo mediante un sistema de gestión interno.

En “Marketing en los servicios de información” (1998), el estudio realizado por Díaz, se muestra que los servicios de información de las bibliotecas deben ser evaluados continuamente y, si es necesario, mejorarlos y promocionarlos, también se menciona una forma de hacerlo, aplicando un plan de *marketing*. Este plan toma en cuenta al personal de la biblioteca, los servicios de información y las necesidades de los usuarios; además, se mencionan algunos conceptos importantes para conocer sobre el tema, estrategias para enterarse del interés y necesidad del usuario, y los puntos importantes y el contenido que se debe tomar en cuenta al realizar un plan de mercadeo. El propósito de esta investigación es proporcionar y reforzar información que pueda ser útil para el desarrollo de un plan mercadeo para la biblioteca de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona (ETSAB), la investigación no muestra los resultados, ya que por varios motivos se tuvo que aplazar la aplicación de este plan, pero incentiva a otras bibliotecas para que lo lleven a cabo. Al igual que el estudio de Díaz, la presente investigación tiene como objetivo principal crear una propuesta o plan de plan promoción y divulgación para las bibliotecas públicas.

En el país se destacan los siguientes estudios:

La investigación realizada por Rodríguez y Méndez en 2005, titulada “La escolarización de la biblioteca pública como una propuesta para extender la cobertura de las bibliotecas públicas oficiales de Costa Rica a la comunidad”, cuyo propósito es determinar el grado de escolarización de las bibliotecas públicas oficiales de Costa Rica en relación con el tipo de usuario, las colecciones, los servicios y actividades, recurso humano e infraestructura, para generar una propuesta que incorpore un nuevo modelo de gestión en estas bibliotecas y recomendar una evaluación de la propuesta por medio de la técnica de los grupos focales. Entre los resultados obtenidos, se evidencia que la mayoría de la población usuaria que visita las bibliotecas públicas son estudiantes de secundaria y que la colección más solicitada es la del área de apoyo académico, seguida por la recreativa y artística; además, que los servicios tradicionales son los más solicitados; también se determinó que no existe plena satisfacción acerca de la

infraestructura de las bibliotecas públicas por parte de los directores de estas instituciones. Por último, el modelo de gestión para las bibliotecas públicas propuesto por las autoras pretende determinar y aplicar estrategias de difusión como la segmentación del mercado, con el fin de divulgar mejor el quehacer de las bibliotecas y que estas vayan estrictamente dirigidas a la comunidad, aunque las autoras no proponen utilizar herramientas como las TIC para este fin.

La “Propuesta para la atracción de usuarios infantiles potenciales en la sala infantil de la biblioteca pública de San Ramón de Alajuela”, investigación elaborada por Ávila en 2004, presenta como propósito identificar los intereses y necesidades de información y recreación de los niños del distrito central del cantón de San Ramón y así poder diseñar una propuesta para la atracción de estos usuarios infantiles con edades entre 3 y 6 años. El estudio de Ávila está enfocado únicamente en las bibliotecas infantiles, mientras que la propuesta que se plantea en la investigación por desarrollar es para las bibliotecas públicas, donde, además de la niñez, se atiende a toda clase de usuarios (infantiles, juveniles y adultos).

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general 1

Diagnosticar la situación actual de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia en relación con la difusión y promoción de los servicios y productos de información.

1.3.1.1. Objetivos específicos

1.3.1.1.1. Enlistar los servicios y productos de información que ofrecen las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.

1.3.1.1.2. Identificar los medios de difusión y las formas que utilizan las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia para promocionar los servicios y productos de información.

1.3.1.1.3. Determinar la frecuencia de uso, el grado de conocimiento y el grado de satisfacción de la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia con respecto a los servicios y productos de información que ofrecen.

1.3.2. Objetivo general 2

Crear una propuesta de promoción y divulgación para que las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia logren difundir efectivamente sus productos y servicios de información, aplicando las tecnologías de la información y la comunicación.

1.3.2.1. Objetivos específicos

1.3.2.1.1. Definir las estrategias para promocionar y divulgar los servicios y productos de información, que permitan posicionarlos dentro de las comunidades de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.

1.3.2.1.2. Determinar los recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para implementar una propuesta de promoción y divulgación de servicios y productos para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.

1.3.2.1.3. Definir una estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación propuesto para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.

CAPÍTULO II. Marco teórico

Este capítulo consiste en una descripción exhaustiva de conceptos y teoría sobre temas específicos como las bibliotecas públicas, difusión y promoción de servicios y tecnologías de la información y comunicación, lo cual facilitará la comprensión y el desarrollo de la presente investigación.

2.1. Biblioteca pública

El término biblioteca, según el Diccionario de la Lengua Española (Real Academia Española, 2001), proviene del latín *bibliothēca*, y este del griego *βιβλιοθήκη*; asimismo, indica que es la “institución cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición de libros y documentos”.

Según la definición elaborada por IFLA/UNESCO (2001, p. 8), la

"biblioteca pública es una organización establecida, apoyada y financiada por la comunidad, tanto a través de una autoridad u órgano local, regional o nacional o mediante cualquier otra forma de organización colectiva. Proporciona acceso al conocimiento, la información y las obras de creación gracias a una serie de recursos y servicios y está a disposición de todos los miembros de la comunidad por igual, sean cuales fueren su raza, nacionalidad, edad, sexo, religión, idioma, discapacidad, condición económica, laboral y nivel de instrucción”.

Por otra parte, la Ley del Sistema Nacional de Bibliotecas de Costa Rica (2009, p. 9) menciona que la biblioteca pública es “aquella al servicio de la ciudad, región o comunidad en que se encuentra emplazada, sostenida con recursos públicos o privados, que proporciona acceso libre a la información de todo tipo, gracias a varios tipos de recursos y servicios”.

Mientras que en el Reglamento de Servicios de las Bibliotecas Públicas de Costa Rica (2003, p. 1), se define de la siguiente manera:

Centro de información que facilita a los usuarios todo tipo de datos y conocimientos. La biblioteca pública presta sus servicios sobre la base de igualdad de acceso de todas las personas, independientemente de su edad, raza, sexo, religión, nacionalidad, idioma o condición social. Ha de contar además con servicios específicos para quienes por una u otra razón no puedan valerse de los servicios y materiales ordinarios, por ejemplo, minorías lingüísticas, deficientes físicos y mentales, enfermos o reclusos.

La biblioteca pública es un ente de carácter social y cultural, que dota de información con acceso libre y gratuito en igualdad de oportunidades a toda la comunidad a la que se dirige, para satisfacer las necesidades educativas, recreativas, informacionales y culturales de cada uno de sus usuarios.

2.1.1. Misión de la biblioteca pública

En las directrices de la IFLA/UNESCO sobre la biblioteca pública (2001, p. 72), se destacan las siguientes misiones clave, referentes a la información, la alfabetización, la educación y la cultura, las cuales son la esencia de los servicios de la biblioteca pública:

1. Crear y consolidar los hábitos de lectura en los niños desde los primeros años.
2. Prestar apoyo a la educación, tanto individual como autodidacta, así como a la educación formal en todos los niveles.
3. Brindar posibilidades para el desarrollo personal creativo.
4. Estimular la imaginación y creatividad de niños y jóvenes.

5. Fomentar el conocimiento del patrimonio cultural, la valoración de las artes, de las innovaciones y los logros científicos.
6. Facilitar el acceso a las expresiones culturales de todas las manifestaciones artísticas.
7. Fomentar el diálogo intercultural y favorecer la diversidad cultural.
8. Prestar apoyo a la tradición oral.
9. Garantizar a los ciudadanos el acceso a todo tipo de información de la comunidad.
10. Prestar servicios adecuados de información a empresas, asociaciones y agrupaciones de ámbito local.
11. Facilitar el progreso en el uso de la información y su manejo a través de medios informáticos.
12. Prestar apoyo y participar en programas y actividades de alfabetización para todos los grupos de edad y, de ser necesario, iniciarlos.

2.1.2. Objetivos de la biblioteca pública

La biblioteca pública, como centro social para la comunidad, debe tener objetivos claros para el beneficio de aquellos a quienes se dirige. Relacionado con ellos, la UNESCO (2001, p. 8) ha definido los siguientes objetivos de las bibliotecas públicas:

- Facilitar recursos informativos y prestar servicios a través de diversos medios, con el fin de cubrir las necesidades de personas y grupos en materia de educación, información y desarrollo personal, comprendidas actividades de recreación y ocio.
- Crear y consolidar el hábito de la lectura en los niños desde los primeros años.
- Prestar apoyo a la autoeducación y la educación formal de todos los niveles.
- Brindar posibilidades para un desarrollo personal creativo.
- Estimular la imaginación y creatividad de niños y jóvenes.

- Sensibilizar respecto del patrimonio cultural y el aprecio de las artes, las innovaciones y logros científicos.
- Facilitar el acceso a la expresión cultural de todas las artes del espectáculo.
- Fomentar el diálogo intercultural y favorecer la diversidad cultural.
- Prestar apoyo a la tradición oral.
- Garantizar a todos los ciudadanos el acceso a la información comunitaria.
- Prestar servicios adecuados de información a empresarios, asociaciones y agrupaciones.
- Contribuir al mejoramiento de la capacidad de información y de las nociones básicas de informática.
- Prestar apoyo a programas y actividades de alfabetización destinados a todos los grupos de edad, participar en ellos y, de ser necesario, iniciarlos.

El conjunto de objetivos de las bibliotecas públicas desempeñan un papel importante en el progreso y el mantenimiento de una sociedad democrática al ofrecer a cada persona acceso a toda una serie de conocimientos, ideas y opiniones. Lo anterior evidencia que cada uno de los objetivos están estrechamente ligados a la razón de ser de la biblioteca, la población usuaria, así como a la información, educación y cultura.

2.1.3. Funciones de la biblioteca pública

La biblioteca pública debe llevar a cabo una serie de funciones para cumplir con los objetivos establecidos, para ello la UNESCO (2001, p. 35) ha definido las funciones que le competen, de las cuales destacan las siguientes:

- Servir de núcleo al progreso cultural y artístico de la comunidad y ayudar a dar forma y apoyo a su identidad cultural. Lo que se puede lograr coordinando con las organizaciones locales y regionales espacios para actividades culturales, organizando programas culturales donde se busque representar intereses culturales de la comunidad.

- Desempeñar un importante papel como espacio público y como lugar de encuentro; especialmente en aquellas comunidades donde la población no cuenta con lugares para reunirse a tratar asuntos relacionados con la comunidad a la cual pertenecen. El uso de la Biblioteca para realizar investigaciones y localizar información útil para la instrucción y los intereses recreativos de sus usuarios logra que estos establezcan contactos con otros miembros de la comunidad.
- Facilitar el uso de los materiales de la Biblioteca, ya sea para consulta en la sala de lectura, para fotocopiado, o por medio del préstamo a domicilio.
- Dar a conocer su existencia y la serie de servicios que prestan.
- La Biblioteca Pública debe estar correctamente gestionada y administrada. Esta función debe procurar la mejora de la calidad de los servicios, ser eficiente y responsable, además, tener personal multidisciplinario.

En otro orden de ideas, Jaramillo y Moncada (2007, p. 20) consideran que la biblioteca debe cumplir con varias funciones al ser reconocida como una institución social, entre ellas se mencionan las siguientes: función cultural, función educativa, función política, función económica

Al percibir las bibliotecas como centros culturales, que resguarden y conserven su patrimonio, se da paso a la formación y fortalecimiento de la comunidad donde está inmersa, ya que les permitirá conocer más acerca de su historia. Las bibliotecas como medios culturales deben procurar brindar un acceso libre y gratuito a todo tipo de información para toda la comunidad usuaria, con el fin de que puedan formar y reforzar el conocimiento. Según Jaramillo y Moncada (2007, p. 20), la función cultural de las bibliotecas es “apoyar la libre circulación social de la información con el fin de promover, estimular y garantizar el acceso de las personas a universos simbólicos cada vez más significativos, de forma que puedan ampliar su visión de mundo e integrar convenientemente y en perspectiva de humanización, sus realidades locales con las globales, en estructuras de

conocimiento que les permitan recuperar y conservar su propia historia y su propia voz”.

Es necesario que las bibliotecas puedan ser parte de la educación de toda la comunidad, contribuir a la enseñanza y educación de diferentes formas, ya sean actividades como talleres, capacitaciones, cursos, entre otros, para lograr de esta manera que la población sea rica en conocimiento; en esto radica la función educativa, la cual es “facilitar y proveer a las personas de estrategias, medios y materiales para la educación general y la apropiación del conocimiento social. Esta función se realiza, fundamentalmente, con el apoyo a programas de alfabetización, educación formal, no formal e informal”. (Jaramillo y Moncada, 2007, p. 21).

En cuanto a la función política, Jaramillo y Moncada (2007, p. 20) se refieren a ella de la siguiente forma: “apoyar y estimular el desarrollo de la condición ciudadana de las personas, mediante la promoción y formación para la participación consciente y activa en la vida política. Esta función se advierte como consecuencia de las posibilidades y oportunidades organizativas que genera la biblioteca pública, además de su compromiso democrático que la hace una institución con un papel político”. Las bibliotecas deben ser un estímulo constante para la ciudadanía; por medio de estas instituciones, las personas de la comunidad pueden despertar su interés en formar parte de comités, asociaciones o grupos, con el fin participar activamente en el mejoramiento y desarrollo de la población.

La función económica es aquella que ayudará a “Brindar y posibilitar el acceso a la información necesaria y pertinente para la comunidad, de tal manera que su aplicación contribuya al desarrollo económico, dinamice y apoye las relaciones productivas que en ella se realizan y aporte al mejoramiento de la calidad de vida tanto de las personas como de la comunidad”. (Jaramillo y Moncada, 2007, p. 21). Toda biblioteca pública debe ser un sustento para la comunidad usuaria, quiere decir que mediante diferentes actividades, acceso gratuito y libre de la

información, las personas podrán enriquecer cada vez más su conocimiento, lo que les permitirá desarrollarse personal y profesionalmente.

2.1.4. Servicios y productos de la biblioteca pública

Según, Herrera y Pérez (2006), los productos y servicios de la institución se deben orientar hacia los ciudadanos, a atender sus demandas de información, culturales y formativas, ya sean individuales o colectivas; para ello, se debe planificar con prioridades claras y estrategias a medio o largo plazo. No deben reducirse a las instalaciones de la biblioteca, por lo tanto hay que facilitar servicios a quienes no puedan visitarla, aprovechando las posibilidades tecnológicas.

Los productos y servicios que se brindan en la biblioteca pública siempre deben ir encaminados a satisfacer las necesidades expuestas por la población usuaria. Para ello, la institución debe diseñar servicios básicos y complementarios. Tal como lo apuntan Jaramillo, Montoya y Uribe (2008, p. 110), “los primeros apuntan a cumplir la misión o esencia de la biblioteca, no requieren de sobrecostos o infraestructura especial y se realizan en forma permanente, de ahí que la biblioteca debe ofrecerlos en forma libre y gratuita”(…). “Los servicios complementarios son aquellos que apoyan el cumplimiento de la misión de la biblioteca, generalmente requieren de mayor infraestructura y otros costos para su elaboración, y además su diseño y prestación pueden no ser permanentes”.

2.1.5. Colección de la biblioteca pública

Sobre la colección que debe poseer la biblioteca pública hay que procurar que esta ofrezca igualdad de acceso, mediante diversos recursos, tratando de satisfacer las necesidades de sus usuarios en materia de educación, información, tiempo libre y a nivel personal. Es decir, “Las colecciones de la biblioteca pública corresponden a los fondos documentales o bibliográficos, en los cuales deben estar representadas todas las áreas de conocimiento. En otras palabras, son todos

aquellos materiales, no sólo libros, que la biblioteca dispone para satisfacer las necesidades de información y conocimiento de sus usuarios” (Jaramillo, Montoya y Uribe, 2008, p. 143).

La biblioteca pública debe disponer de una amplia gama de materiales en diversos formatos, es decir las características técnicas y de presentación de los materiales que se encuentran en la biblioteca (formato impreso, electrónico, digital) y en cantidades suficientes para suplir las necesidades e intereses de la comunidad. Por lo tanto, tiene que estar al corriente de los soportes y métodos nuevos para acceder a la información, para ello es vital desarrollar los recursos y las fuentes de información local.

Para cumplir sus funciones de manera satisfactoria, la biblioteca deberá poseer recursos apropiados, ya sean bibliográficos, tecnológicos, materiales y humanos, esto requiere identificar los grupos de usuarios, sus intereses y necesidades específicas, así como facilitar múltiples colecciones, materiales en todos los formatos y actualizados periódicamente para satisfacer las demandas cambiantes de los grupos.

2.1.6. Personal de la biblioteca pública

Los funcionarios que laboran en la biblioteca son indispensables para su buen funcionamiento, es por ello que la IFLA y la UNESCO (2001, p. 52) destacan que el personal es de vital importancia en el funcionamiento de la biblioteca pública. Para prestar servicios óptimos a la comunidad es necesario mantener un personal capacitado y muy motivado, lo que permitirá utilizar eficazmente los recursos de la biblioteca, en respuesta a las demandas de la comunidad. El personal deberá ser el suficiente para asumir esas responsabilidades; por otra parte, la administración del personal bibliotecario es, por sí sola, una importante tarea. Todo el personal es necesario que tenga un conocimiento exhaustivo de la política del servicio de bibliotecas, tareas y responsabilidades bien definidas, condiciones de empleo y

salarios adecuadamente reglamentados y competitivos con los de otros empleos similares.

2.1.7. Usuarios de la biblioteca pública

El término usuarios es definido por Jaramillo, Montoya y Uribe (2008, p. 96) como “todas aquellas personas u organizaciones que potencialmente pueden acceder a los servicios que la biblioteca ofrece, son también un conglomerado social para el que están diseñados los servicios de la biblioteca pública. Ellos son los que orientan la función de la biblioteca; esto quiere decir que los servicios se definen a partir de las características, necesidades, aptitudes de quienes los demandan, usan y hacen parte de la comunidad donde está ubicada la biblioteca pública”.

Como lo establecen la IFLA y la UNESCO (2001), uno de los objetivos de la biblioteca pública es “servir a todos los ciudadanos y grupos. Nadie es nunca ni demasiado joven ni demasiado mayor para ser usuario de una biblioteca”, por lo que se debe identificar la población usuaria a la cual se le brinda servicio. Los grupos beneficiarios a los que se dirige la biblioteca pública son los siguientes:

- Personas de todas las edades
 - Niñas
 - Niños
 - Mujeres jóvenes
 - Hombres jóvenes
 - Mujer adulta
 - Hombre adulto
 - Mujer adulta mayor
 - Hombre adulto mayor
- Personas y grupos con necesidades especiales
 - Personas de culturas y de grupos étnicos diferentes.
 - Personas con alguna discapacidad, como los invidentes o personas que tienen una visión reducida o problemas de audición.

- Gente que no se puede mover de su casa.
- Personas recluidas en instituciones como hospitales o prisiones.
- Instituciones de la red comunitaria más general
 - Organizaciones y grupos educativos, culturales y voluntarios de la comunidad.
 - El sector empresarial.
 - El órgano de gobierno de la organización matriz, por ejemplo, la administración local.

Asimismo, hay que considerar las clases de usuarios, reales y potenciales, ambas son esenciales para la biblioteca. Los usuarios reales son aquellos que hacen uso frecuente de la biblioteca por algún motivo, ya sea para buscar información, consulta o préstamo de materiales, participar de las diversas actividades o disfrutar del espacio. Por otra parte, los usuarios potenciales, son quienes no tienen contacto con la institución, no hacen uso de los servicios y productos que se les brinda, pero forman parte de la comunidad a la cual pertenece la biblioteca, por lo que es necesario considerarlos en la planificación de esta.

Dentro del ámbito nacional en la normativa costarricense, específicamente en el Reglamento de servicios de las bibliotecas públicas de Costa Rica, se destaca que toda persona, sin ningún tipo de discriminación, tiene derecho a hacer uso de las instalaciones, servicios y actividades que prestan las bibliotecas públicas, siempre que cumpla con las disposiciones establecidas en el reglamento interno de la institución.

2.2. Bibliotecas públicas en Costa Rica

El origen histórico del Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI), tal como se detalla en su página oficial (2008), se remonta a 1890, cuando se estableció la Dirección General de Bibliotecas por iniciativa y labor de don Miguel Obregón Lizano, quien fundó y organizó la Biblioteca Nacional (creada en 1888); además,

reabrió la biblioteca de Alajuela; poco después, constituyó la Biblioteca Pública de Cartago y más tarde la de Heredia. Redactó el primer Reglamento de Bibliotecas Públicas (Acuerdo CXCVII, 18-4-1890) y publicó el primer catálogo de la Biblioteca Nacional. Obregón fungió como Director General entre 1890 y 1915, puesto que ocupó ad honórem; como reconocimiento a su labor de más de 17 años, la Biblioteca Nacional lleva su nombre, al igual que la Biblioteca Pública de Alajuela.

La Dirección General de Bibliotecas, desde 1971, se estableció como un programa del Ministerio de Cultura y Juventud; se constituyó como Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI) mediante Decreto N° 23382-C del 13 de enero de 2000. De acuerdo con su estructura orgánica y dentro de la gestión sustantiva, todas las dependencias que lo conforman desarrollan una serie de servicios, actividades y tareas relacionadas con su quehacer, en cuanto a la entrega de bienes y servicios, la atención del cumplimiento de los objetivos, la prestación del servicio público, aunado al interés de la colectividad y los fines institucionales por lo que contribuye con el desarrollo cultural, social e intelectual de los ciudadanos, ofreciendo servicios de información acordes con los requerimientos informativos del momento actual.

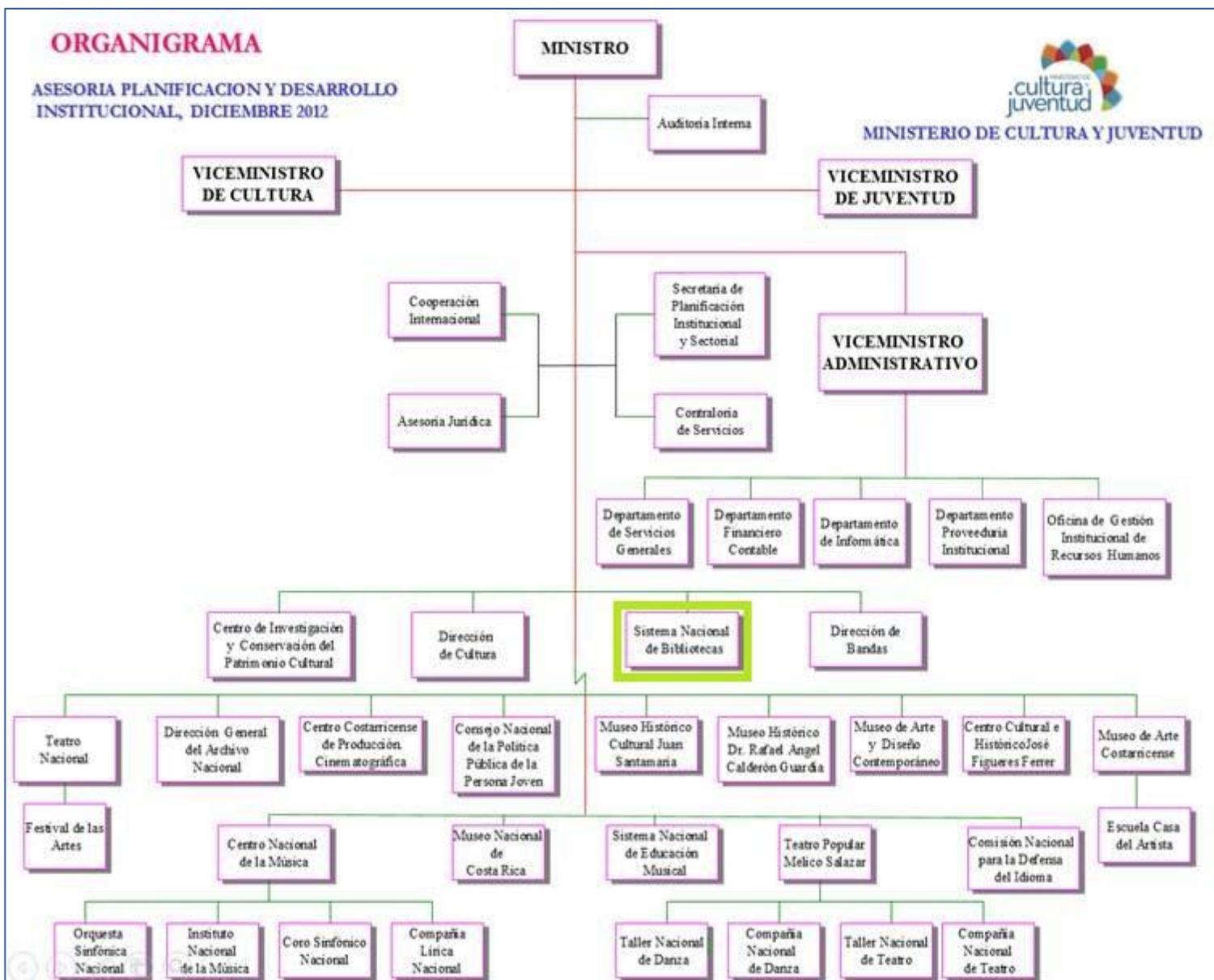
2.2.1. Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI)

El Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI) es una red de bibliotecas diseminadas en todo el país, constituida por la Biblioteca Nacional y las bibliotecas públicas. Para su funcionamiento, está constituido por la Dirección General, la Unidad Administrativa y Financiera, la Unidad Técnica, la Unidad de Automatización, el Taller de Restauración y Conservación, y la Unidad de Construcción y Mantenimiento. El SINABI administra también la Agencia del ISBN, que publica el catálogo nacional, y la Agencia del ISSN. (Sistema Nacional de Bibliotecas, 2008).

El origen histórico del SINABI se remonta a 1890, cuando se abrieron al público las bibliotecas de Heredia, Alajuela, Cartago y San Ramón y la Biblioteca Nacional

(creada en 1888); se estableció la Dirección General de Bibliotecas y se redactó el Reglamento de Bibliotecas dada la iniciativa y la labor de Miguel Obregón Lizano (Acuerdo CXCVII, 18-4-1890), fue oficializada por el decreto N.º 23382-C del 13 de enero de 2000. El Sistema Nacional de Bibliotecas pertenece al Ministerio de Cultura y Juventud, como se muestra en la ilustración 1.

Ilustración 1. Estructura orgánica, Ministerio de Cultura y Juventud



Fuente: Ministerio de Cultura y Juventud (2012).

2.2.1.1. Misión, visión y objetivos

La misión bajo la cual se rigen las bibliotecas públicas es la establecida por el SINABI:

El SINABI propicia un desarrollo social y cultural para el fortalecimiento de una sociedad democrática y pluralista; promoviendo el conocimiento, la educación, la cultura, la recreación y la difusión de la memoria local y nacional, mediante el acceso a recursos, servicios y tecnologías de información (SINABI, 2008).

Al igual que en el apartado anterior, la visión de las bibliotecas públicas es la creada por el SINABI, esta es:

Ser una red de bibliotecas que trabaja por el desarrollo social y cultural del país, líder en servicios de información, acceso al conocimiento, extensión cultural, que garantiza la recreación y los programas que promuevan la lectura, reconocida a nivel nacional e internacional por su eficiencia y por la calidad de su gestión con capacidad de promover la investigación, la innovación, la creatividad y la difusión de la cultura nacional (SINABI, 2008).

Los principales objetivos del sistema son los citados en la Ley del SINABI (2009), los cuales se detallan a continuación:

- a) Contribuir con el desarrollo intelectual, social, político, educativo y económico de la sociedad, brindando los recursos informativos necesarios y asesorando a los poderes públicos nacionales, regionales y locales en materias de su competencia.

- b) Constituir las bibliotecas públicas en centros de formación educativa y cultural que propicien un desarrollo sistemático de las capacidades creadoras de sus usuarios.
- c) Promover el buen funcionamiento y el desarrollo de los servicios bibliotecarios del SINABI, la colaboración entre ellos y la complementariedad en el uso de sus colecciones.
- d) Facilitar el acceso a los recursos de información y servicios bibliotecarios disponibles en el país y el resto del mundo.
- e) Promover la utilización de los fondos documentales y fomentar la lectura.
- f) Contribuir a la satisfacción de las necesidades y los intereses de conocimiento de los distintos sectores de la población.
- g) Apoyar las manifestaciones culturales regionales y nacionales.

2.2.1.2. Fines

Los fines del SINABI, según lo indica la ley (ley del Sistema Nacional de Bibliotecas, 2009), son los siguientes:

- a) Compilar, procesar y preservar el patrimonio bibliográfico documental impreso, audiovisual y electrónico o digital producido en el país o que se relacione con este, así como la promoción de las investigaciones sobre asuntos relativos a la bibliografía nacional.
- b) Llevar un registro de las colecciones bibliográficas públicas y privadas.

- c) Establecer políticas y lineamientos óptimos para un buen funcionamiento del SINABI.
- d) Conservar en condiciones óptimas el fondo antiguo de las colecciones del SINABI, con el fin de ponerlo a disposición de la población mediante la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.
- e) Crear y poner en servicio un sistema nacional de referencia que ofrezca información actualizada y facilite el acceso a los recursos bibliográficos, audiovisuales y electrónicos disponibles en el país y en el resto del mundo.
- f) Ser depositario de los ejemplares que se deben entregar de acuerdo con la Ley de imprenta y la Ley de derechos de autor y derechos conexos.
- g) Administrar, realizar los respectivos cobros y establecer las políticas sobre el otorgamiento de los códigos ISBN, ISSN, el código de barras, la catalogación en la fuente y cualquier otro que sea creado para el cumplimiento de sus fines.
- h) Brindar asesoría para la conservación adecuada de las colecciones bibliográficas públicas y privadas.
- i) Los demás que de conformidad con su competencia le corresponda realizar.

2.2.1.3. Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento son todos aquellos rubros que el SINABI obtiene gracias a diferentes medios, ya sea por ley, cobro de multas, cobro de timbres, donaciones, entre otros; con lo que obtiene recursos económicos para desarrollar los distintos proyectos. En el artículo 13 de la Ley del Sistema Nacional de Bibliotecas (2009), se mencionan las fuentes de financiamiento que apoyan al Sistema, entre ellas están las siguientes:

- a) Un 0,5% del monto recaudado por concepto del impuesto de ventas de la Ley N.º 6826, del 8 de noviembre de 1982.
- b) Los ingresos producto del cobro del timbre de educación y cultura. Ley N.º 5923 del 18 de agosto de 1976.
- c) Las multas generadas por la infracción del artículo 6 de la Ley de imprenta, N.º 32 de 12 de julio de 1902 y el artículo 106 de la Ley de derechos de autor y derechos conexos, N.º 6683 de 14 de octubre de 1982.
- d) Las multas generadas por lo establecido en los artículos 17 y 18 de esta Ley.
- e) Las transferencias del Presupuesto Nacional, así como cualquier otra que prevea la Ley general de presupuesto público.
- f) Los recursos provenientes del artículo 37 de la Ley sobre la venta de licores, N.º 10, del 7 de octubre de 1936, y sus reformas, y el artículo 182 del Código Municipal, Ley N.º 7794 del 30 de abril de 1998 y sus reformas.
- g) La venta de servicios y productos propios de actividades del SINABI.
- h) Donaciones, legados y aportes de personas y entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, de conformidad con lo establecido en la Ley de Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos Ley N.º 8131 del 18 de setiembre de 2001.

2.2.1.4. Servicios

Dentro del Reglamento de Servicios de las bibliotecas públicas de Costa Rica (2003), en el artículo 5, se menciona que las Bibliotecas Públicas Oficiales brindarán, entre otros, los siguientes servicios:

- a) Consulta, información y orientación al individuo o grupo.
- b) Servicio de préstamo de materiales documentales en cualquier soporte.
- c) Servicios de extensión cultural.
- d) Servicios a grupos organizados de la comunidad.
- e) Servicio automatizado de información o consulta en línea.
- f) Servicio de fotocopiado.
- g) Servicio de colecciones itinerantes.
- h) Sala Infantil.

Por otra parte, en el sitio web del SINABI se amplían los servicios que brinda la Biblioteca Nacional, tanto de forma virtual como presencial, entre ellos se destacan los siguientes:

- Pregunte a la biblioteca: Consiste en enviar las consultas de información a la biblioteca en línea.
- Atención personalizada: Solicitud para consulta de colecciones especiales.
- Boletines: Reciba información en varias temáticas, así como de nuevos contenidos del portal.
- Notificación de actividades: Reciba información sobre las actividades que realizan las bibliotecas del SINABI y que son de interés.

- Visita grupal a la biblioteca: Solicitud de charla sobre la biblioteca y los servicios que ofrece para un grupo.
- Búsqueda en línea: Búsqueda integrada de información en el portal del SINABI.
- Solicitud de ISBN- ISSN: Tramite el ISBN para libros e ISSN para publicaciones seriadas.
- Chat: Pregunte a la biblioteca utilizando el servicio de chat.
- Cursos: El SINABI ofrece cursos de inducción para usuarios en el manejo de las tecnologías, uso de los diferentes servicios, manejo del portal SINABI.
- Consulta y referencia: Orientación al usuario según sus necesidades, en cada biblioteca pública y en el Departamento de Referencia de la Biblioteca Nacional.
- Sala de lectura y cómputo: Con mobiliario para trabajo grupal e individual, algunas bibliotecas ofrecen cubículos para trabajo independiente y acceso a internet inalámbrico.
- Préstamos: Préstamo a sala de libros, revistas y periódicos. También a domicilio en bibliotecas públicas. Además de préstamo interbibliotecario a bibliotecas con convenios.
- Copia de documentos: Los documentos se pueden reproducir según el estado del material y respetando la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos.
- Bibliobús: Visitas del bibliobús a regiones con menos oportunidades de acceso a la recreación, a la cultura y a la información.

- Usuarios con necesidades especiales: Se ofrecen accesos y servicios a personas con necesidades especiales como rampas, ascensores, audiolibros, equipos y atención personalizada.

2.2.1.5. Proyectos de las bibliotecas públicas

Actualmente el SINABI ha desarrollado y concluido una gran variedad de proyectos, tal como se presenta en su portal web, con el fin de brindar mejores servicios a la población usuaria. Entre ellos se destacan los siguientes:

- Portal del SINABI .
- Biblioteca virtual del SINABI, constituida como la Plataforma social y cultural.
 - Incluye el catálogo o base de datos de las colecciones de las bibliotecas; a la biblioteca digital permanentemente se le incorporan documentos digitalizados a texto completo, entre libros, revistas y periódicos, además de contener la fonoteca virtual.
 - Incluye una base de datos de sitios y recursos, y un diccionario biográfico de personajes de la historia nacional, que también se actualiza y amplía. Además de una serie de exhibiciones virtuales, así como la historia del humor gráfico en Costa Rica.
 - Restauración, indización, microfilmación y digitalización de las colecciones especiales nacionales, especialmente los documentos del siglo XIX y principios del siglo XX.
- Actualización del banco de datos:
 - El SINABI tiene como meta incorporar los registros bibliográficos de las colecciones de las bibliotecas públicas y de la Biblioteca Nacional, con el fin de que estén disponibles para su consulta en línea.

- Programas de Lectura
 - El SINABI desarrolla el Programa Nacional de Fomento a la lectura 2010-2014. Este programa está constituido por una serie de subprogramas dirigidos a los diferentes actores sociales: niñez, juventud, adulto y adulto mayor, donde se promueve el hábito y el placer por la lectura mediante las actividades que realizan las bibliotecas públicas.

2.2.2. Bibliotecas públicas de la provincia de Heredia

Las 56 bibliotecas públicas existentes en Costa Rica, se encuentran adscritas al SINABI; de estas, 31 son oficiales y 25 semioficiales. Para efectos de la presente investigación, se analizarán las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, a saber: Biblioteca Pública de Heredia, Biblioteca Pública de San Joaquín, Biblioteca semioficial de Paracito y Biblioteca semioficial de Santa Bárbara. A continuación, se presenta una reseña de cada una de ellas.

2.2.2.1. Biblioteca Pública de Heredia

La Biblioteca Pública de Heredia se creó mediante acuerdo número 336 del 28 de agosto de 1890 en la administración del Lic. José Joaquín Rodríguez Zeledón (1890-1894). Se ubicó, en sus inicios, en el salón municipal facilitado por el ayuntamiento.

Inició sus servicios con 628 libros, algunos prestados, otros donados por la comunidad y el gobierno. En 1891 fue clausurada, a petición del señor gobernador. Se abrió nuevamente en 1906, siendo bibliotecario don Aquileo J. Echeverría y cierra en 1917 en la dictadura de los hermanos Tinoco, por no darle mayor atención a los asuntos de esta. (Ministerio de Cultura y Juventud, 2011).

Estuvo ubicada en diferentes locales, por ejemplo: en la esquina donde actualmente se encuentra la Farmacia El Carmen, en los altos de la antigua Panadería Pochet, edificio Negrini, donde estuvo la escuela Ulloa, antigua Unidad Sanitaria, sucursal de la Caja Costarricense del Seguro Social.

En febrero de 1981 dejó de brindar servicios por una demanda de desahucio. Con la colaboración de un grupo de heredianos, entre ellos don Marco Tulio Salazar, José María Salas, gobernador de la provincia; José Luis Salas, Director Regional de Educación y otros más, se logra ubicar la biblioteca en el segundo piso de la antigua escuela República Argentina.

El 27 de julio de 1988, se inaugura el nuevo edificio donde actualmente se encuentra ubicada. En mayo de 1995 es bautizada con el nombre del ilustre herediano “Dr. Marco Tulio Salazar Salazar”; y el 12 de julio del 2002 se inaugura la Ludoteca de la Biblioteca (Ministerio de Cultura y Juventud, 2011).

El espacio físico de la Biblioteca Pública de Heredia consta de tres niveles, en la planta principal se encuentra el área de información, la ludoteca, el auditorio, el área administrativa, el Centro comunitario inteligente (CECI), el archivo documental, referencia, la sala de trabajo grupal y los servicios sanitarios, como se muestra en el apéndice 1. En la segunda planta se encuentra parte de la colección, sala de trabajo grupal, laboratorio para impartir talleres de computación y servicios sanitarios, como se muestra en el apéndice 1. En la tercera planta está parte de la colección y una sala de estudio individual, como se observa en el apéndice 1. La Biblioteca Pública de Heredia se encuentra ubicada en el barrio Corazón de Jesús (ver apéndice 1).

2.2.2.2. Biblioteca Pública de San Joaquín

Como parte de la reseña histórica de la biblioteca, se registran datos desde agosto de 1971, cuando representantes estudiantiles de San Joaquín de Flores

sostuvieron conversaciones con los regidores municipales de este cantón, con el propósito de crear una biblioteca pública. Se sugiere la formación de un grupo que exprese este deseo a las autoridades competentes, y es así como en el mes de septiembre de este mismo año, un grupo de estudiantes universitarios del lugar conforman una asociación denominada Asociación Estudiantes Universitarios (AEU), quienes presentan a los munícipes y representantes del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes un plan para el funcionamiento de la biblioteca. (Urbina, 2008).

Inicialmente, la Biblioteca Pública de San Joaquín fue designada como centro de estudio y abre sus puertas en el mes de marzo de 1972. Funcionaba con voluntarios de la AEU y con ayuda de la Municipalidad del cantón. Meses después, en este mismo año, pasa a formar parte de la Dirección de Bibliotecas Públicas del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes y se nombra al primer Bibliotecario, el Sr. Ronald Víquez Arias, hasta el año de 1974.

La biblioteca pasa por momentos difíciles entre 1974 y 1975, debido al retiro del Sr. Víquez. Afortunadamente, se nombra a una asistente que hace un listado de los problemas por los que atraviesa la institución, entabla nuevas conversaciones con los munícipes del lugar, quienes dan una respuesta afirmativa de apoyo, no solo de su parte, sino el tratar de gestionar con altos funcionarios del Ministerio de Cultura, dando así nueva vida a la institución, que ya para el año de 1976 se designa como Biblioteca Pública de San Joaquín (Urbina, 2008).

El espacio físico de la Biblioteca Pública de San Joaquín consta de una sola planta, donde se encuentra la ludoteca, el archivo documental, las áreas de estudio grupal e individual, el área administrativa, el CECI, la colección y los servicios sanitarios, tal como se muestra en el apéndice 2. La biblioteca está ubicada contiguo a la Cruz Roja, distrito de San Joaquín, Flores de Heredia (ver apéndice 2).

2.2.2.3. Biblioteca Pública de Paracito

De acuerdo con Fernández (2012) la Biblioteca Pública de Paracito fue fundada en 1982, año en que inició sus labores, por iniciativa de la Asociación de Desarrollo Integral, para ofrecer a la comunidad un espacio donde se incentivara la lectura. Esto en alianza con la escuela de la comunidad que en ese momento no contaba con biblioteca propia; de esta forma, se daría opción de préstamo de libros a los estudiantes de la escuela y colegio para realizar tareas y trabajos de investigación.

Participaron, en la fundación de la biblioteca las siguientes personas: Eliécer Madrigal, Sara Solano, Juan Ramón Solís, Ilse Brenes Fernández, Alfonso Marín, Germán Gamboa Marín y David Sánchez. Desde sus inicios, la biblioteca ha trabajado de forma inconstante debido a la falta de recursos para la contratación de personal. Ha permanecido cerrada mucho tiempo, más de lo que ha estado abierta; a partir del año 2000 hasta la fecha se ha mantenido abierta al público, pero se abría solamente un par de horas al día, es a partir de abril del 2007 que brinda servicios en jornada continua. Había un retraso en cuanto al funcionamiento y procesos normales de toda biblioteca, por lo que no se realizaba ningún tipo de difusión a la comunidad, las personas no estaban enteradas que existía una biblioteca, y menos aún que se brindaba el préstamo de libros. En el año 2012, cuando se reabrió, la encargada se propuso rescatar la biblioteca y darla a conocer a la comunidad, por medio de actividades, tales como charlas y talleres.

El espacio físico de la Biblioteca Pública de Paracito consta de una sola planta, donde se encuentra el área de trabajo administrativo, la ludoteca, la colección, el área de trabajo grupal y el CECI, como se señala en el apéndice 3. Esta biblioteca se sitúa en las instalaciones del salón comunal de Paracito, Santo Domingo de Heredia, según se muestra en el apéndice 3.

2.2.2.4. Biblioteca Pública de Santa Bárbara

La Biblioteca Pública de Santa Bárbara de Heredia fue creada en 1981, mediante un convenio entre la Municipalidad, la Asociación de Desarrollo y el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes. Por razones presupuestarias, se cierra en el año de 1995 y se abre nuevamente en el año 2001, administrada por la Asociación de Desarrollo, institución clave para que se volvieran a ofrecer los servicios de información a la población de Santa Bárbara (Ministerio de Cultura y Juventud, 2011).

Luego de su reapertura, se consigue una donación del Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICIT), ya que este continúa con la disposición del Gobierno de insertar a Costa Rica en la era digital. Por esta razón, en el 2010 se inauguró el Centro Comunitario Inteligente, en la Biblioteca Pública de Santa Bárbara de Heredia.

El espacio físico de la Biblioteca Pública de Santa Bárbara, consta de una sola planta, donde se encuentra el área de trabajo administrativo, la ludoteca, la colección, el área de trabajo grupal y el CECI, como se muestra en el apéndice 4. Esta biblioteca está ubicada en las instalaciones del salón comunal de Santa Bárbara de Heredia (apéndice 4).

Al conocer y analizar generalidades como la función, el quehacer, el financiamiento, la ubicación, y otros aspectos vinculados con el SINABI y las bibliotecas públicas, es importante conceptualizar y relacionar temas como la promoción y divulgación de servicios y productos, así como las Tecnologías de Información y Comunicación, lo cual se analiza a continuación.

2.3. Promoción y divulgación de productos y servicios de las bibliotecas

La promoción es la fase de comunicación más importante del mercadeo, ya que no tendría ningún fin crear un plan de promoción y divulgación si el público a quien está dirigido no se entera de los productos y servicios que se ofrecen en la organización.

Existen muchas formas para que las empresas promocionen sus productos y servicios, las principales se encuentran en los planes de mercadeo, en los que se definen y se idean las estrategias y los medios por los cuales se va a realizar dicha promoción.

2.3.1. Generalidades del término mercadeo

Tarrés (2006) define mercadeo como la aplicación de técnicas y procesos que permiten descubrir y generar mercados para los productos, satisfaciendo las necesidades de los consumidores de una manera rentable para la organización.

El mercadeo tiene dos enfoques principales, el social que Kotler y Keller (2006) definen como un proceso social por el cual grupos e individuos consiguen lo que necesitan y desean mediante la creación, la oferta y el libre intercambio de productos y servicios de valor para otros grupos o individuos.

En cuanto a la definición empresarial, el mercadeo se ha descrito como el arte de vender productos, Kother y Keller (2006) mencionan que el objetivo es lograr que la venta sea algo superfluo, se debe entender y conocer tan bien a los consumidores que los productos y servicios se ajusten también a sus necesidades y se vendan solos.

De acuerdo con las definiciones anteriores el mercadeo consiste en identificar y satisfacer las necesidades, tanto de las personas como de la sociedad, de forma rentable.

Para tener éxito con el proceso de mercadeo, se debe elaborar estrategias de mercado, en las que se formulen técnicas útiles para identificar las necesidades, los deseos, los gustos y las preferencias de los consumidores, lo que permite generar una oferta de productos con mayor posibilidad de ser adquiridos por los clientes.

2.3.2. Estrategias de promoción y divulgación

Según Kotler y Keller (2006), un elemento fundamental en la dirección de mercadeo es la elaboración de estrategias y planes creativos e inteligentes, para que estos sirvan de orientación al resto de las actividades de *marketing* en la organización. Para desarrollar la estrategia de mercadeo más adecuada es necesario combinar disciplina y flexibilidad; las empresas deben apegarse a una estrategia, pero también tienen que encontrar la manera de mejorarla constantemente.

Las estrategias de promoción y divulgación son las que van a describir la manera como la organización cubrirá las necesidades y peticiones de sus clientes, entre las que se pueden mencionar las siguientes:

2.3.2.1. Promoción

Los autores Kotler y Keller (2006, p. 585) mencionan que “la promoción es un elemento clave en las campañas de mercadeo. Según estos autores, consiste en un conjunto de instrumentos de incentivo, por lo general a corto plazo, diseñados para estimular rápidamente o en mayor medida la compra de determinados

productos o servicios”. Su función primordial es dar a conocer, informar, recordar, educar y persuadir a la población objetivo o mercado meta acerca de los productos y servicios de las organizaciones sin fines de lucro que buscan el bienestar social.

Algunas herramientas de incentivo que utiliza la promoción para que el consumidor compre son las muestras gratuitas, cupones, reembolsos, descuentos, premios etc. Por otra parte, para que la promoción sea más efectiva, se deben utilizar técnicas que mezclen la comunicación social, hay cinco elementos que orientan las actividades de la comunicación que pueden ser perfectamente aplicadas:

- Publicidad
- Relaciones públicas
- Promoción a través de la web
- Promoción de ventas
- Promociones no tradicionales. (Kotler y Keller, 2006)

2.3.2.1.1. Publicidad

Metzger y Donaire (2007, p. 88) definen publicidad como:

Cualquier comunicación no personal de una idea, bien o servicio por parte de un patrocinador identificado. Mencionan que el propósito de la publicidad es ayudar al consumidor en el proceso de toma de decisiones y ofrecerle en última instancia una razón para comprar el producto o servicio.

La publicidad, se puede utilizar para crear una imagen a largo plazo del producto, o para disparar las ventas súbitamente; y permite alcanzar a compradores muy dispersos geográficamente. Algunas formas, tales como la publicidad en televisión, requieren de un gran presupuesto, mientras que otras, como los

periódicos, no tanto. La sola presencia de publicidad en los medios puede tener un efecto directo sobre la venta, ya que muchos consumidores pensarían que las marcas son buenas por el solo hecho de anunciarse.

La publicidad puede tomar forma de anuncio por televisión, radio, impreso, vallas publicitarias, exhibiciones en el punto de compra, vídeo, discos compactos o rótulos por internet (Metzger y Donaire, 2007, p. 88).

2.3.2.1.2. Relaciones públicas

Los mercadólogos tienden a hacer un uso escaso de las relaciones públicas, aunque estas, coordinadas con el resto de elementos de la mezcla promocional, suelen ser muy efectivas. Según Kotler y Keller (2006, p. 596), algunas herramientas principales de relaciones públicas son:

1. Publicaciones: Las empresas se apoyan de manera importante en materiales publicados para alcanzar e influir en los mercados meta.
2. Eventos: Las empresas pueden llamar la atención hacia sus nuevos productos o hacia sus actividades mediante la organización de eventos especiales.
3. Patrocinios: Las empresas logran promover sus marcas y su imagen corporativa al patrocinar eventos.
4. Noticias: Tarea principal de los profesionales de relaciones públicas, encontrar o generar noticias favorables acerca de la empresa.
5. Discursos: Es una presentación que contribuye a fortalecer la imagen de la empresa.
6. Actividades de servicio público: Las empresas tiene la oportunidad de generar actividades favorables si contribuyen a causas nobles.
7. Medios de identidad: Las empresas necesitan identidad visual que el público reconozca de inmediato (logotipo, letreros, tarjetas de presentación, folletos, etc).

Gracias a estas herramientas, las empresas logran conseguir espacios publicitarios gratuitos, ya sea en medios electrónicos o en medios impresos, para promover los productos y servicios que brindan en sus empresas

Kotler y Keller (2006, p. 595) mencionan que las relaciones públicas en la actualidad van más allá y desempeñan una función crucial en tanto que contribuye a las siguientes tareas:

- Apoyar el lanzamiento de nuevos productos.
- Ayudar en reposicionamiento de productos maduros.
- Despertar el interés por una categoría de productos.
- Influir en grupos específicos de consumidores.
- Defender productos que se han enfrentado a problemas públicos.
- Transmitir la imagen de la empresa de tal modo que afecte positivamente a sus productos.

2.3.2.1.3. Promoción por medio de la web

Internet, de acuerdo con Kotler y Keller (2006), es un lugar ideal para mercadear y promocionar productos y servicios de las organizaciones que quieran ser conocidas y deseen influir en los clientes que visiten su página web; mediante la web, las empresas tienen a su disposición un canal de información y ventas con mayor alcance geográfico, el cual les permite informar acerca de sus productos y promociones a nivel internacional. A diferencia de los anuncios o de los folletos publicitarios tradicionales, la web permite transmitir una cantidad de información ilimitada para lograr mercadear los productos y servicios que se brinden.

Así mismo, con el gran avance que ha tenido la tecnología, internet se ha vuelto una herramienta de gran ayuda para muchas empresas y organizaciones, con la que pueden conseguir más y mejor información sobre mercados, clientes y

competidores y agilizan la comunicación interna entre sus empleados a través de programas o de una intranet privada.

De igual forma, las empresas pueden enviar anuncios, cupones de descuentos, folletos publicitarios, promociones y cualquier otra información a los clientes que así lo soliciten o que lo hayan autorizado, con el fin de promocionar las actividades y los productos que brindan; así los usuarios se enteran y si les interesa, se acercan a la empresa a llevar sus productos. Resaltando lo anterior, las bibliotecas pueden aplicar este tipo de estrategias a la comunidad usuaria, por ejemplo, enviar y recordar constantemente las actividades que habrá durante el mes, así como diversa información relevante, promocionar el material permitiendo a los usuarios que más visitan la biblioteca llevar mayor cantidad de libros, incentivando y promoviendo el hábito de lectura.

2.3.2.1.4. Promoción de ventas

La promoción de venta es un elemento clave en las campañas de mercadeo, consiste en un conjunto de instrumentos de incentivos, diseñados para estimular rápidamente o en mayor medida la compra de determinado producto o servicio. (Kotler y Keller 2006, p. 585).

Muchas organizaciones utilizan herramientas de promoción de ventas para generar respuestas más rápidas y más intensas por parte de los compradores. Las promociones de ventas sirven para conseguir efectos a corto plazo, por ejemplo, destacar las ofertas del producto y reavivar unas ventas decadentes; usualmente toma forma de concursos, juegos, premios o bonificaciones, muestreo, exhibición comercial, rebajas y cupones. Las herramientas de promoción de ventas presentan tres características comunes (Kotler y Keller, 2006, p. 586):

- Comunicación: generalmente atraen a los consumidores hacia el producto.

- Incentivo: incorporan algún tipo de atractivo, estímulo o beneficio que proporciona valor al consumidor.
- Invitación: Representa un estímulo para efectuar la transacción en el momento.

2.3.2.1.5. Promociones no tradicionales

Como lo mencionan Metzger y Donaire (2007), el crecimiento de los medios de comunicación y los mercados cada vez más saturados ha hecho que la publicidad tradicional sea menos eficaz para las organizaciones, por lo que las promociones no tradicionales han aumentado su eficacia en cuanto a costos y popularidad ante las organizaciones. El objetivo de estas promociones es crear experiencias positivas memorables para el consumidor con el producto, con un alto contenido emocional, de modo que el consumidor desarrolle una relación emotiva con el producto.

Este tipo de promoción depende mucho menos de la frecuencia de la exposición y hace mucho más énfasis en el impacto de las diversas exposiciones a los medios. Los medios no tradicionales incluyen patrocinio, acontecimientos, respaldo, colocación de productos, relaciones públicas y publicidad verbal (Metzger y Donaire, 2007).

2.3.3. Promoción y divulgación no lucrativa

El mercadeo no lucrativo es la aplicación de principios y técnicas en organizaciones sin ánimo de lucro para alcanzar su objetivo social y para volver más eficientes sus procesos la esencia del mercadeo, especialmente de promoción y divulgación, es que esta debe comenzar con el consumidor, no con la organización, se debe conocer las necesidades y las preferencias. Para eso, la organización debe adoptar una orientación hacia el consumidor, estudiando

sistemáticamente sus deseos, percepciones, preferencias y actuando de modo que sus productos mejoren constantemente para satisfacerlos.

Como lo mencionan Álvarez, Vázquez y Santos (1999), una organización no lucrativa orientada al mercadeo es aquella que realiza todos los esfuerzos precisos para averiguar, servir y satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes y públicos, dentro de los límites que le impone su presupuesto.

2.3.4. Posicionamiento de promoción y divulgación en las organizaciones

Según Metzger y Donaire (2007, p. 41), el posicionamiento es la selección de una posición de valor significativa, clara y competitiva en relación con la competencia dentro de un mercado objetivo tal y como percibe el consumidor. El posicionamiento del producto de la empresa debe ser significativo para el mercado objetivo; para que su producto sea significativo, debe ser un producto único, diferente del ofrecido por los competidores, y también competitivo, significa entonces que debe ser diferenciado de la competencia o significativo, es decir, importante para el mercado objetivo. El posicionamiento es la forma en la que el consumidor objetivo percibe su producto en relación con la competencia.

Para toda organización o empresa, el posicionamiento en el mercado es quizá el aspecto más importante de un plan de mercadeo, ya que enuncia la propuesta de valor, la cual constituye los puntos de diferenciación de la empresa, que son importantes para el mercado objetivo, como lo mencionan Metzger y Donaire (2007). La estrategia de posicionamiento sirve de base para determinar dónde y cuándo la empresa u organización invertirán sus recursos a fin de apoyar la propuesta de valor.

Kotler y Keller (2006) mencionan que todas las estrategias de *marketing* se basan en la segmentación de mercado, la definición de mercado meta y el posicionamiento del mercado. Las empresas identifican diversas necesidades y

grupos en el mercado, se dirigen a las necesidades o grupos que puedan atender mejor y, de seguido posicionan su producto de modo que el mercado meta reconozca la oferta y la imagen distintiva de la empresa, si una compañía no logra posicionarse adecuadamente, confundirá el mercado.

Las organizaciones, no son las únicas que deben posicionarse, también deben hacerlo los productos y servicios que estas brinden. En el caso de las bibliotecas públicas para que los servicios y productos puedan establecerse en la comunidad a las que van dirigidas, estas no deben ser instituciones donde solo se conserve y acumule el material, es por lo que el bibliotecólogo debe tomar decisiones que contribuyan a visualizar las unidades de información. Para lograr tener un buen posicionamiento, deben renovar la imagen y captar la atención de su entorno e identificar cuáles son los espacios que prefieren sus usuarios y cuáles servicios se les puede ofrecer que sean de su interés.

2.3.5. Segmentación de mercado

Para la promoción y divulgación, segmentar es muy importante, ya que contribuye al fundamento para seleccionar mercados objetivos, lo que a su vez determina cómo se estructura la organización para brindar valor a este mercado seleccionado. La segmentación consiste en agrupar clientes o consumidores que tiene deseos y necesidades semejantes; existen diversos tipos de segmentación de mercado, entre los que se pueden mencionar: demográfico, geográfico, género, conductual, psicográfico entre otros.

Gracias a la segmentación de mercados, la empresa puede diseñar, dar a conocer, entregar el producto o servicio y ponerle un precio de modo que satisfaga al mercado meta (Kotler y Keller, 2006, p. 240).

Tarrés (2006, p. 52) señala que “no se puede considerar al mercado como un conjunto de individuos y entidades homogéneas, menciona que los consumidores y usuarios tienen características muy diferentes entre ellos, por lo tanto, intereses

y expectativas de satisfacción muy diversas. Si se quiere satisfacer realmente las necesidades del mercado e incrementar la demanda, es preciso proponer una oferta de productos y servicios diferenciada para cada grupo que integra el mercado”.

2.3.5.1. Tipo de usuario

Los usuarios son los más importantes en las organizaciones, ya que son la razón de ser de toda empresa; sin ellos, estas no funcionarían adecuadamente, no cumplirían con la finalidad para la que fueron creadas, no podrían satisfacer las demandas ni las necesidades.

Según López el usuario es la persona que utiliza una unidad de información para obtener los datos, información y/o documentación que necesita (2004, p. 535). Por otra parte, Núñez (2000, p. 113) afirma que es toda persona, grupo o entidad, que recibe servicios de otra, independientemente de que pague o no. Es así como se convierten en la razón de ser y en los factores primordiales para la toma de decisiones en las bibliotecas, ya que estas van dirigidas principalmente a las necesidades de información de la comunidad usuaria.

En toda empresa, hay dos tipos de usuarios, los internos y los externos. Los usuarios internos son los mismos trabajadores, son los que se encuentran estrechamente relacionados con la empresa; y los usuarios externos son todas aquellas personas ajenas a la institución, que requieren de los servicios y productos que esta brinde, estos usuarios corresponden a la sociedad en general, pueden ser nacionales o internacionales, dependiendo de la proyección y la promoción que la empresa realice.

Los usuarios externos son esenciales para el éxito de cualquier organización, ya que proporcionan el flujo de ingresos a través de sus compras, así como esta podrá sobrevivir a la competencia, un usuario satisfecho suele visitar con más

frecuencia las empresas y las recomienda de buena manera a otras personas que conozca, al igual que un usuario insatisfecho va a referirla de mala manera, por lo que deben mantener siempre las prioridades de los usuarios por encima de todo, así estos estarán satisfechos con el servicio que se les brinde.

Así mismo, se tienen distintas ejemplos de usuarios, en diferentes temáticas, por ejemplo: existen usuarios informáticos, usuarios tecnológicos, usuarios de información. Un usuario es aquella persona que hace uso de algún objeto, herramienta, servicio o producto.

El usuario tecnológico es aquel que utiliza o trabaja con algún objeto o dispositivo o que usa algún servicio en particular que requiera herramientas tecnológicas. Significa, entonces, que la incorporación de las TIC está transformando el acceso a la información, haciéndolo más rápido, más amplio y más preciso, por ende emerge otro tipo de usuario que demanda información con mayor oportunidad y rapidez; a su vez, este tipo de usuario protagoniza la búsqueda directa de información que necesita debido a que cuenta con elementos y herramientas para hacerlo (Jaramillo y Moncada, 2007, p. 27).

2.3.5.2. Aspectos demográficos y geográficos

La segmentación demográfica, según Kotler y Keller (2006, p. 249), consiste en dividir el mercado en distintos grupos según variables como la edad, el tamaño del núcleo familiar, el ciclo de vida familiar, el sexo, los ingresos, la ocupación, el nivel educativo, la región, la raza, la generación, la nacionalidad y la clase social, lo más común es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas. Este tipo de variables son las que permiten definir el perfil de los consumidores, desde un punto de vista objetivo, ya que son las únicas que pueden medirse fácilmente.

Kotler y Keller (2006, p. 247) mencionan que la segmentación geográfica se caracteriza por dividir el mercado en unidades geográficas diferentes, tales como naciones, estados, regiones, municipios, ciudades o barrios. La empresa u organización puede trabajar en una de esas áreas o en varias, siempre y cuando tome en cuenta las necesidades y los productos que se requieren en cada área seleccionada.

Un segmento de mercado presenta ciertas características que asemejan a sus integrantes pero que los distingue de otros grupos, ya que las necesidades no van a ser las mismas en todas las áreas geográficas.

2.4. Tecnologías de la Información y Comunicación

2.4.1. Historia

De acuerdo con los inicios de las TIC, Moreno y Velázquez (2012, p. 83) afirman que:

A mediados de los años setentas irrumpe en el mundo una tecnología que había sido creada para el ejército estadounidense y posteriormente se extendió con el uso de las computadoras y las redes de comunicación y el Internet, al dominio público; viene a reformar la forma de tener acceso a la información, creándose así la revolución de las nuevas tecnologías. En la actualidad el mundo entra en un proceso de globalización donde se pretende aprovechar los talentos de toda la humanidad para producir y crear la sociedad del futuro, surge así el término: Sociedades del Conocimiento para llamar de alguna manera a la sociedad de esta época.

La UNESCO (2005) citada por Moreno y Velázquez (2012) afirma que este concepto se ha convertido y se ha preocupado por el desarrollo del individuo y busca crear en él “la capacidad de identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano”; con lo anterior

se observa cómo la tecnología ha ido avanzando en gran medida, creando herramientas para sectores educativos, culturales, sociales, médicos, con el fin de que la sociedad pueda fortalecer, adquirir y mejorar en la creación de su conocimiento.

En el caso de las bibliotecas, las tecnologías se han convertido en un apoyo para el quehacer de las instituciones, ya que les ha permitido gestionar nuevos servicios con el fin de que la población usuaria esté satisfecha con lo que se les brinda.

En este sentido es necesario centrarse también en el concepto que dan algunos autores sobre tecnologías de información y comunicación. De acuerdo con Rodríguez y Planchuelo (s.f) “las TIC se definen como el conjunto cada día más numeroso de aparatos electrónicos / informáticos (*hardware*), programas informáticos (*software*) y lenguajes de programación (para el desarrollo de los programas).

Una definición similar la presenta González y otros (1996, citado por Adell, 1997), la cual dice que se refiere al conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (*hardware y software*), soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información.

2.4.2. Características

Dentro de las características que presentan las Tecnologías de la Información y Comunicación, de acuerdo con Cabero (1998, citado por Belloch, 2012, pp. 2-4), se pueden citar las siguientes:

- Interactivas: Permiten interacción social entre dos tipos de usuarios: activos y pasivos.

- Instantáneas: Se maneja una gran cantidad de información en muy poco tiempo, casi de inmediato.
- Interconexión: Se obtiene información en tiempo real desde cualquier parte del planeta. Hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías.
- Diversidad: Tienen la posibilidad de transmitir información por varios medios y además permitir la interacción de los usuarios.
- Colaborativas: Permiten que varios usuarios participen de un proyecto en común para lograr un fin, en un ambiente virtual sin importar las distancias físicas
- Digitalizada: La información digital binaria hace que se pueda almacenar gran cantidad de información en redes físicas e inalámbricas.
- Inmaterialidad: Las TIC realizan la creación el proceso y la comunicación de la información. Esta información es básicamente inmaterial y puede ser llevada de forma transparente e instantánea a lugares lejanos.
- Mayor influencia sobre los procesos que sobre los productos: Es posible que el uso de diferentes aplicaciones de la TIC presente una influencia sobre los procesos mentales que realizan los usuarios para la adquisición de conocimientos, más que sobre los propios conocimientos adquiridos.
- Penetración en todos los sectores (culturales, económicos, educativos, industriales): El impacto de las TIC no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que se extiende al conjunto de las sociedades del planeta.
- Innovación: Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales.

- Tendencias hacia automatización: La propia complejidad empuja a la aparición de diferentes posibilidades y herramientas que permiten un manejo automático de la información en diversas actividades personales, profesionales y sociales.
- Dinámica y cambiante: Las informaciones que se encuentran en Internet se amplían todos los días. Las diferentes páginas son dinámicas cambiando su contenido con cierta asiduidad.

Estas características se tornan importantes para realizar cualquier diseño o propuesta para la difusión de las bibliotecas, con la aplicación de las TIC, ya que su empleo tiene muchas ventajas y llegar a atraer a la comunidad usuaria de manera ágil y rápida, brindándoles todo tipo de información y permitiendo adquirir y fortalecer conocimientos.

2.4.3. La Tecnología de la Información y Comunicación y la sociedad del conocimiento

La sociedad del conocimiento (Heidenreich, 2003; citado por Krüger, 2006) se refiere a la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación y su uso en los procesos económicos. La noción resalta las nuevas formas de producir conocimiento, el cual es considerado como uno de los principales causantes del crecimiento junto con los factores capital y trabajo. En este sentido, se concede una relevancia crucial a la producción intensiva de conocimiento y a los servicios basados en este. Se resalta la creciente importancia de los procesos educativos y formativos, tanto en su vertiente de educación y formación inicial como a lo largo de la vida, y se destacan de los servicios intensivos en conocimiento y comunicación, que generalmente se denominan trabajo de conocimiento.

En este mismo orden, Castells (2002) afirma que la sociedad del conocimiento se trata de un código para hablar de una transformación sociotecnológica, puesto que

todas las sociedades son "del conocimiento". Y en todas las sociedades históricamente conocidas, la información y el conocimiento han sido absolutamente decisivas: en el poder, en la riqueza, en la organización social. Se trata de una sociedad en la cual las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada sobre el procesamiento de información, la generación del conocimiento y las tecnologías de la información.

Después de las consideraciones anteriores es importante rescatar que a esto se dirige la sociedad actual, y por lo tanto, las bibliotecas no pueden obviar, en los procesos, la aplicación de herramientas tecnológicas como medios para aumentar el conocimiento.

2.4.4. Organizaciones inteligentes

Actualmente las organizaciones, de cualquier tipo (privadas, públicas, gubernamentales, con y sin fines de lucro, educativas, culturales, entre otras), se han visto obligadas a cambiar de horizonte, a renovar e innovar los servicios y productos que ofrecen para satisfacer las necesidades de sus usuarios. Igualmente, tienen la necesidad de implementar herramientas tecnológicas a los procesos y funciones que realizan diariamente.

Según León, Tejada y Yataco (2003, p. 82) las organizaciones inteligentes se definen como aquellas que son capaces de aprender, permitiendo así expandir sus posibilidades de crecimiento. No basta con adaptarse y sobrevivir, sino sobre todo desarrollar la capacidad de crear. La construcción de una organización con auténtica capacidad de aprendizaje y creatividad se basa en el desarrollo de cinco disciplinas: dominio personal, trabajo en equipo, visión compartida, modelos mentales y pensamiento sistémico.

Así mismo, quiere decir que contribuyen a la eficiencia, desarrollo e innovación de las organizaciones existentes en diferentes sectores de la economía, especialmente en instituciones de educación superior, consideradas estas como fuente principal en la generación y transferencia de conocimiento (Paredes, 2004, p. 468),

Por lo tanto, para que las organizaciones tradicionales se constituyan en organizaciones inteligentes, desarrollen su capacidad de aprendizaje y gestionen el conocimiento, deben cambiar su visión respecto del trabajo, pasando de un enfoque instrumental a una visión que integra los beneficios intrínsecos, aquellos que guardan una mayor coherencia con las aspiraciones humanas y que no solo se restringen a la satisfacción de las necesidades más básicas. Se requiere conocer, practicar e incorporar, sobre todo en los seres humanos que dirigen los niveles estratégicos de la organización las cinco disciplinas sistémicas (León, Tejada y Yataco, 2003, p. 86).

La gestión de la información y las TIC son recursos estratégicos para la efectiva consolidación de las organizaciones inteligentes, permiten la calidad, productividad, competitividad, el justo a tiempo, *benchmarking*, innovación y gestión de información y conocimiento, esto ha contribuido a que se efectúe el manejo inteligente de los recursos de las organizaciones, los relacionados con la información y las tecnologías, que se garantice ser accedida como estrategia para evaluar y controlar la información del entorno, optimizar y garantizar los flujos informativos, promover el desarrollo y mejoramiento continuo de los procesos, facilitar su comunicación y divulgación bajo un enfoque integral, gestionar y coordinar oportunamente el conocimiento e inteligencia corporativa y garantizar la excelencia y competitividad en los servicios y productos (Paredes, 2004, p. 468).

Con los aportes anteriores, se puede afirmar que las organizaciones inteligentes están tomando más auge en la sociedad actual, teniendo en cuenta la aplicación de las TIC en todo proceso administrativo, gerencial, gestión de la información,

gestión del aprendizaje, ya que se convierten en un instrumento facilitador que ayuda a que la operatividad y efectividad de los cambios sean efectivos. Por lo tanto, es importante que las bibliotecas encaminen sus acciones para ser reconocidas también como instituciones inteligentes. Es la oportunidad de las bibliotecas para estar más cerca de sus usuarios, conocer qué les interesa y qué necesitan, y ofrecerlo de la forma que mejor se adapte a ellos.

2.4.5. La biblioteca pública y las TIC

Como lo afirman Jaramillo y Moncada (2007, p. 17), la biblioteca pública tiene el desafío de incorporar las TIC a sus procesos y con el apoyo de estas ofrecer los servicios y programas que la sociedad actual necesita y espera. Con los principios de libre acceso que fundamentan la existencia de la biblioteca pública, esta debe desarrollar y cumplir funciones sociales, administrativas y técnicas para garantizar de manera efectiva y oportuna el acceso abierto a la información y al conocimiento.

Las bibliotecas públicas no deben quedarse rezagadas cumpliendo las funciones y procesos tradicionales, deben actualizarse, y para que esto suceda, el profesional de la información debe preocuparse y ocuparse por innovar y renovar los servicios y productos que brindan, con el fin de atraer a la población usuaria satisfaciendo sus necesidades informativas. Esto por medio de herramientas tecnológicas que ayuden en el desarrollo y cumplimiento de procesos y tareas, para que de esta forma los usuarios puedan adquirir y fortalecer el conocimiento.

2.4.5.1 Incorporación y uso

El desarrollo de las TIC y su implementación en las bibliotecas implica un cambio de paradigmas no solo en el funcionamiento de la institución, sino también en el quehacer de los profesionales de la información, ya que no se trata únicamente de

adquirir tecnologías, sino de administrarlas, tener capacidad para aplicarlas en beneficio de la comunidad a la cual sirve la biblioteca.

En otro orden de ideas, Jaramillo y Moncada (2007, p. 30) mencionan que la incorporación de las TIC en la biblioteca puede verse como la implementación del *software* y *hardware* que adquieren las unidades de información para desarrollar una función técnica, y el uso es la forma que se aprovecha o invierte el *software* y *hardware* que se ha incorporado previamente.

Es evidente entonces que el uso de la tecnología son las formas de empleo o aprovechamiento del *software* y del *hardware* incorporado en las funciones técnicas; en determinadas situaciones dicho uso puede generar modificaciones en la misma tecnología o descubrir otras necesidades que deben ser atendidas.

Bautista (2010), García (2006), Tirado (2007), Ballesta y Lozano (2007), citados por Ballesta y Cerezo (2011, p. 134), afirman que la brecha digital existe y es una manifestación de la brecha social, donde se refleja una situación de diferente acceso, de desigualdad de oportunidades de participación que es entendida como la distancia entre aquellas personas y comunidades que acceden y utilizan eficazmente las tecnologías y los que no, constatándose por ello barreras y limitaciones debidas tanto al equipamiento, como por los diferentes usos de los contenidos, en razón de la edad, sexo, desigualdades socio-culturales y entorno familiar. Existen brechas tecnológicas, en el acceso y consumo de las tecnologías, desde la familia de origen donde hay que profundizar en el conocimiento y valoración que tienen hacia el uso y la interacción con las TIC.

De acuerdo con lo que hasta ahora mencionado, el papel que juegan las bibliotecas y la educación debe ser de mediadores para reducir las distancias entre los diferentes segmentos sociales y el uso de las nuevas tecnologías, sabiendo que hay que facilitar el acceso y su integración en la vida social y en

concreto desde la familiar (Ricoy, Feliz y Sevillano, 2010; citados por Ballesta y Cerezo, 2011, p. 135).

2.4.5.2. Servicios bibliotecarios tecnológicos

Actualmente, debido a su desarrollo la bibliotecología se ha visto obligada a transformar y diseñar nuevos servicios y productos que vayan acorde a la expectativa de la comunidad usuaria, para así lograr satisfacer sus nuevas necesidades de información.

Según Palma (2009, p. 161), los servicios de información tecnológica se construyen como puntos centrales y para que estén a la altura de las demandas de los usuarios virtuales, es necesario que el profesional de la información maneje eficazmente la infraestructura tecnológica e informática.

Entre los servicios y productos en este momento brindan las bibliotecas enfocadas en las tecnologías de la información y comunicación (Palma, 2009, pp. 161-162), se mencionan los siguientes:

- Digitalización de documentos
- Préstamos de documentos electrónicos
- Desarrollo de colecciones electrónicas
 - Documentos electrónicos
 - Documentos virtuales
 - Bases de datos
 - Recursos de información accesibles por internet
 - Buscadores
 - Metabuscadores
 - Multibuscadores
 - Acceso abierto

- Organización de la información
 - Catalogar documentos virtuales y electrónicos
 - Clasificar documentos virtuales y electrónicos
 - Compilar documentos virtuales y electrónicos

- Servicios de referencia virtuales
 - Búsquedas básicas
 - Búsquedas especializadas
 - Recuperación de la información en bases de datos
 - Solicitud de información en línea y recuperación de la información remota
 - Alfabetización informativa

- Difusión de información
 - Recursos de información impresos, electrónicos y virtuales
 - Portales y páginas web
 - Boletines de nuevas adquisiciones
 - Boletines informativos mensuales
 - Salas con internet inalámbrico

2.4.6. La alfabetización informativa tecnológica

Una de las definiciones que da la ALA (1989, citado por Rodríguez y Planchuelo. s.f) acerca de alfabetización informacional afirma que, “para ser alfabetizada en información, una persona debe ser capaz de reconocer cuándo necesita la información y de tener la capacidad de localizarla, evaluarla, y de utilizarla con eficacia”.

Con la definición anterior acerca de alfabetización informacional (AI), es importante mencionar la alfabetización informacional tecnológica (AIT), ya que a

esto la sociedad está siendo dirigida actualmente, esta hace referencia a la creación de estrategias, destrezas, habilidades, conocimientos, manejo de recursos de información impresos, electrónicos y multimedia, aplicación y desempeño eficiente de la infraestructura tecnológica, por parte de los usuarios para que estos puedan recuperar información a través de cualquier medio (Palma, 2009).

Se debe rescatar que la AIT es una forma de acercar a las bibliotecas, los profesionales de la información y a la sociedad a las nuevas tecnologías de la información y comunicación, eliminando las brechas que existen, tanto geográfica, como generativa y de recursos; esto con el fin de enseñar a las personas a utilizar correctamente las TIC, de tal manera que ellas mismas puedan buscar y emplear la información de manera efectiva para satisfacer las necesidades que se les presenten, evitando y eliminando el miedo que muchas veces tienen las personas de conocer y manipular los avances y herramientas que presenta la tecnología cada día.

Así mismo, los bibliotecólogos se han visto afectados positivamente con los cambios tecnológicos, ya que su perfil, sus funciones y sus tareas han cambiado, además, de realizar los procesos y proyectos tradicionales han tenido que convertirse en especialistas de la tecnología, transformándose en docentes que enseñen a utilizar los productos y recursos tecnológicos informativos a sus usuarios, lo cual debe verse como un servicio básico de la bibliotecología.

2.4.7. Aplicación de las TIC en la enseñanza-aprendizaje

La idea de aplicar las TIC a la enseñanza-aprendizaje es apoyar a los usuarios en el proceso del uso y aprovechamiento de los recursos de información impresos, electrónicos y virtuales, sean estos localizables en las bibliotecas o en cualquier centro de información, mediante estrategias, destrezas y habilidades con

perspectiva educativa, informática, bibliotecológica y tecnológica (Palma, 2009, p. 165).

El proceso de enseñanza-aprendizaje se concibe como un modelo de acción con tres niveles jerárquicamente estructurados. Estos tres niveles se refieren a la finalidad, al contexto y al resultado. Dicho proceso debe ser visto como carácter dinámico, de modo que se modifiquen las actitudes, los valores, las habilidades y los conocimientos de los estudiantes y usuarios, esto porque en la actualidad se debe innovar en la educación mejorando la calidad de la enseñanza por el impacto que se da de las TIC (Bono, Arnau y Blanca, 2006, pp. 646-651). En este caso, los profesionales de la información deben proporcionar acceso, de forma rápida y eficaz, a distintos servicios y productos que brinda la biblioteca.

2.4.8. Métodos y técnicas de evaluación de las TIC

Como lo menciona Fuentes (2007), la evaluación, para que dé resultados auténticos, debe ser analítica y diagnóstica, este tipo de evaluación es conocida como evaluación objetiva, que se fundamenta en analizar toda la información recogida. También existe la evaluación subjetiva, la cual consiste en basarse únicamente en las opiniones de los usuarios y de todas aquellas personas que sean entrevistadas con el fin de saber que opinan del Centro de Información.

La evaluación es aquel proceso mediante el cual se intenta obtener un juicio de valor o la bondad de un objeto, una actividad de un proceso o de sus resultados, explica (Swanson 1975, en Abad, 2005).

De igual forma, Lancaster (1993) afirma que la evaluación no debe considerarse únicamente como un ejercicio intelectual interesante. Las actividades de la evaluación pueden ser costosas y solo se justifican en términos de las mejoras que se esperan como resultados de un cuidadoso programa de evaluación. Si se toma como un medio para incrementar el rendimiento o para una asignación más

efectiva de recursos, la evaluación se torna un instrumento esencial de evaluación y no solo en un lujo costoso.

La evaluación es el proceso para identificar y reunir datos acerca de servicios y actividades específicas de la implementación de las TIC en la biblioteca, estableciendo criterios para valorar su éxito y determinar el grado hasta donde el servicio o la actividad cumplen los fines y objetivos establecidos. Por lo tanto, es una herramienta de toma de decisiones dirigida, en primer lugar, a ayudar al personal del Centro de Información a asignar los recursos necesarios para aquellas actividades y servicios que mejor cumplen los objetivos y fines de la organización.

Lo anterior confirma que la evaluación de las TIC se concibe como el proceso de aplicación de un método que determina el desempeño de un programa para la consecución de los resultados esperados, durante un periodo determinado (Rodríguez, 2004). Por lo tanto, antes de realizar cualquier proyecto que implique la utilización de las TIC, verificar en qué estado se encuentran, si solventarán todas las necesidades que se presenten en su desarrollo, monitoreando problemas y oportunidades que retroalimenten la ejecución y promuevan nuevas estrategias de acción.

Gómez y Hunt (1999, citado por Rodríguez, 2004) explican que, mientras no se desarrollen metodologías y herramientas apropiadas para evaluar adecuadamente el impacto social del uso de las TIC en actividades de progreso, la credibilidad de los proyectos que implementen el uso de las tecnologías seguirá estando basada en la euforia dominante que pretende ver en las tecnologías la solución a los problemas sociales, de ahí la importancia de evaluar.

Al respecto, Rodríguez (2004) muestra entre los principales métodos y técnicas que existen para ello, el FODA, talleres de trabajo grupal con fases de análisis y planteamiento, lluvia de ideas, construcción árbol (problemas, objetivos).

CAPÍTULO III.

Marco metodológico

3.1. Enfoque de la investigación

Esta investigación está orientada hacia un enfoque mixto, debido a que se requiere de datos, tanto cualitativos como cuantitativos, para cumplir con los objetivos planteados. El enfoque cuantitativo será de gran ayuda para enlistar los servicios y productos de información de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia; por otra parte, mediante el enfoque cualitativo se podrán identificar los medios de difusión y las formas de promoción que utilizan, así como determinar el grado de conocimiento y el grado de satisfacción de la comunidad usuaria de estas bibliotecas con respecto a los productos y servicios de información que reciben.

Como lo mencionan Hernández, Fernández y Baptista (2010), existen tres enfoques de investigación definidos de la siguiente manera:

Enfoque cuantitativo: usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (2010, p. 4).

Enfoque cualitativo: utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (2010, p. 7).

Enfoque mixto: representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (2010, p. 546).

3.2. Tipo de investigación

Esta investigación es de carácter descriptivo, pues se pretende, mediante la realización de un diagnóstico, describir la condición actual de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia en cuanto a la promoción y divulgación de los servicios y productos de información que ofrecen.

La investigación descriptiva según Hernández, Fernández, y Baptista (2010, p. 80),

[...] busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas.

Según Barrantes (2007, p. 64), “Su objetivo central es la descripción de fenómenos. Se sitúa en un primer nivel del conocimiento científico. Usa la observación, estudios correlacionales y de desarrollo”.

Por otra parte, según Ary (1985, p. 308), este tipo de investigación es aquella que “trata de obtener información acerca del estado actual de los fenómenos. Con ello se pretende precisar la naturaleza de una situación tal como existe en el momento de estudio [...] el objetivo consiste en describir lo que existe con respecto a las variaciones y a las condiciones de una situación”.

Por último, para Venegas (2003), la investigación descriptiva trata de descubrir las principales modalidades de cambio, formación o estructuración de un fenómeno, y las relaciones que existen con otros. Por lo tanto, no solo se trata de medir, sino también de comparar resultados e interpretarlos para un mejor conocimiento de la situación.

3.3. Sujetos y fuentes de información

3.3.1. Sujetos

Los sujetos son aquellos que proporcionarán información para elaborar y desarrollar toda investigación; en este caso, serán las personas que tengan una relación directa con las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. Para esta propuesta, los sujetos de información son los siguientes:

- Directoras de las bibliotecas.
- Bibliotecólogas y bibliotecólogos que laboran en la institución.
- Comunidad usuaria que visita las bibliotecas:
 - o Niños y niñas en etapa preescolar y primaria (6 a 12 años de edad)
 - o Jóvenes (mujeres y hombres) de 13 a 35 años de edad
 - o Adultos (mujeres y hombres) de 35 años en adelante

Según las estadísticas suministradas por las directoras de las bibliotecas públicas de Heredia, la población aproximada que visitó cada una, durante el año 2012 es la siguiente:

Cuadro 1. Estadísticas Biblioteca Pública de Heredia

| Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | Total |
|-------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------|
| 3868 | 4168 | 14021 | 11096 | 9346 | 5775 | 48274 |

Cuadro 2. Estadísticas Biblioteca Pública de San Joaquín

| Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | Total |
|-------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|
| 846 | 572 | 1341 | 1052 | 827 | 781 | 5419 |

Cuadro 3. Estadísticas Biblioteca Pública de Santa Bárbara

| Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | Total |
|-------|-------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| 48 | 47 | 206 | 276 | 19 | 13 | 609 |

Cuadro 4. Estadísticas Biblioteca Pública de Paracito

| Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | Total |
|-------|-------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| 79 | 128 | 59 | 12 | 155 | 6 | 439 |

3.3.2. Cálculo del tamaño de la muestra

Para la selección de la muestra se utilizan los datos recopilados desde el año 2006 y hasta el 2012, ya que fue en ese momento que las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia comenzaron a segmentar la población por tipo de usuario, a saber: niños, niñas, jóvenes hombres, jóvenes mujeres, adultos hombres y adultas mujeres. Cabe mencionar que por deficiencias en la recolección de datos estadísticos en el rango de los años mencionados, no se tomaron en cuenta las personas adultas mayores.

Sin embargo, considerando que el año 2012 se contaban con los datos completos y más recientes, se decidió trabajar solamente con este año, tomando en cuenta la importancia de tener una cantidad de usuarios representativa para realizar los cálculos de la muestra.

Para esto se utilizó el método para extraer la muestra probabilística estratificada, la cual es el muestreo en que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento, expuestas por los autores Hernández, Fernández, Baptista (2010).

Este procedimiento inicia con el cálculo de la muestra global, muestra asociada al total de la población analizada. En este caso, dicha población corresponde al total de los usuarios que visitaron las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia en el año 2012. Dicha muestra se calcula, como lo detalla Morales (2012), con la ecuación que se muestra a continuación:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) * \frac{e^2}{z^2} + p * q} \quad (ec. 1)$$

Donde,

N = Población.

e = Error muestral, usualmente 5%.

p y q = Varianza de la población. Se asignó un valor de p = 0,5 y q = 1-p.

z = Valor estadístico de la curva normal de frecuencias para un nivel de confianza asociado.

En el presente estudio se asignó un nivel de confianza de 95%, por lo que el valor de z corresponde a 1,96.

Entonces, se procedió a calcular la muestra de acuerdo con la ecuación X.1 y se obtuvo el siguiente resultado:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) * \frac{e^2}{z^2} + p * q} = \frac{54741 * 0,5 * 0,5}{(54741 - 1) * \frac{0,05^2}{1,96^2} + 0,5 * 0,5} = 382$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra a nivel global es de 382, que corresponde a la cantidad de personas a las que se les debe aplicar el instrumento entre las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, para que tanto los resultados obtenidos como la propuesta generada, sean representativos para la población que frecuenta las bibliotecas analizadas.

Ahora, es necesario distribuir la muestra de acuerdo con los pesos porcentuales que tiene la población de cada una de las bibliotecas sobre la población total, según se muestra en el cuadro 5.

Cuadro 5. Pesos porcentuales de la población de cada una de las bibliotecas

| Biblioteca | Heredia | San Joaquín | Santa Bárbara | Paracito | Total |
|------------------------|----------------|--------------------|----------------------|-----------------|--------------|
| Población | 48274 | 5419 | 609 | 439 | 54741 |
| Peso porcentual | 88% | 10% | 1% | 1% | 100% |

Sin embargo, debido a la diferencia tan marcada que existe entre las poblaciones de cada una de las bibliotecas, se tiene que el porcentaje que sería asignado a las bibliotecas de Paracito y Santa Bárbara no sería representativo para la toma de decisiones respecto a ellas. Por lo tanto, se decidió distribuir la muestra de acuerdo con los porcentajes recomendados por el profesional en estadística Adrián Jiménez (2013) a partir de su experiencia en esta disciplina. Los porcentajes resultantes se muestran en el cuadro 6.

Cuadro 6. Porción de muestra asignada a cada una de las bibliotecas

| Biblioteca | Heredia | San Joaquín | Santa Bárbara | Paracito | Total |
|------------------------------------|----------------|--------------------|----------------------|-----------------|--------------|
| Porción de muestra asignada | 50% | 20% | 15% | 15% | 100% |

Estos porcentajes garantizan que se aplique el instrumento, en cada una de las bibliotecas, a una cantidad suficiente de personas, de manera que los resultados sean representativos y permitan cumplir con los objetivos del presente estudio.

Entonces, una vez aplicados los porcentajes recomendados por el estadista, se obtiene la muestra para cada una de las bibliotecas en cuestión, los resultados se observan en el cuadro 7.

Cuadro 7. Tamaño de la muestra asignada a cada una de las bibliotecas

| Biblioteca | Heredia | San Joaquín | Santa Bárbara | Paracito | Total |
|---------------------------|----------------|--------------------|----------------------|-----------------|--------------|
| Porción de muestra | 50% | 20% | 15% | 15% | 100% |
| Muestra parcial | 191 | 76 | 57 | 57 | 382 |

Una vez calculada la muestra parcial, fue necesario obtener el tamaño de la muestra para una de las poblaciones en las que se segmentó la población total de cada una de las bibliotecas o muestra estratificada. Para ello se utilizó la siguiente ecuación:

$$ksh = \frac{n}{N} \quad (ec. 2)$$

Dónde:

ksh = Fracción de estratos (constante que multiplica a la población de cada uno de los estratos para conocer la muestra de cada uno de ellos).

n = Tamaño de muestra de la biblioteca.

N = Población de la biblioteca.

3.3.2.1. Cálculo de muestra, Biblioteca Pública de Heredia

Los datos recopilados en la Biblioteca Pública de Heredia en el año 2012 fueron los siguientes:

Cuadro 8. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de Heredia, año 2012

| AÑO | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | Total |
|------------|--------------|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--------------|
| 2012 | 3868 | 4168 | 14021 | 11096 | 9346 | 5775 | 48274 |

Entonces, se calculó la fracción de estratos por medio de la ecuación 2, como se muestra a continuación, y se obtuvo el tamaño de la muestra para cada una de las categorías propuestas:

$$ksh = \frac{191}{48274} = 0,00396$$

Y si se multiplica la fracción de estratos por la población para cada una de las categorías en las que se segmentaron los usuarios, se obtiene lo siguiente:

Cuadro 9. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de Heredia

| Categoría | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | TOTAL |
|----------------------------------|--------------|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--------------|
| Muestra estratificada | 15 | 16 | 55 | 44 | 37 | 23 | 191 |

3.3.2.2. Cálculo de muestra, biblioteca pública de San Joaquín

Los datos de la cantidad de usuarios en el año 2012 para la Biblioteca Pública de San Joaquín son los siguientes:

Cuadro 10. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de San Joaquín, año 2012

| AÑO | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | TOTAL |
|------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------|
| 2012 | 846 | 572 | 1341 | 1052 | 827 | 781 | 5419 |

Cálculo del factor de estratos para la Biblioteca Pública de San Joaquín:

$$ksh = \frac{76}{5419} = 0,0141$$

Cuadro 11. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de San Joaquín

| Categoría | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | TOTAL |
|------------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------|
| Muestra Estratificada | 12 | 8 | 19 | 15 | 12 | 11 | 76 |

3.3.2.3. Cálculo de muestra, biblioteca pública de Paracito

Cuadro 12. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de Paracito, año 2012

| AÑO | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | TOTAL |
|------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------|
| 2012 | 79 | 128 | 59 | 12 | 155 | 6 | 439 |

Cálculo del factor de estratos para la Biblioteca Pública de Paracito:

$$ksh = \frac{57}{439} = 0,1305$$

Cuadro 13. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de Paracito

| Categoría | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | TOTAL |
|------------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------|
| Muestra estratificada | 10 | 17 | 8 | 2 | 20 | 1 | 57 |

3.3.2.4. Cálculo de muestra, biblioteca pública de Santa Bárbara

Cuadro 14. Datos de la afluencia de usuarios Biblioteca de Santa Bárbara, año 2012

| AÑO | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | TOTAL |
|------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------|
| 2012 | 48 | 47 | 206 | 276 | 19 | 13 | 609 |

Cálculo del factor de estratos para la Biblioteca Pública de Paracito:

$$ksh = \frac{57}{609} = 0,0941$$

Cuadro 15. Muestra estratificada por tipo de usuario, Biblioteca de Santa Bárbara

| Categoría | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | TOTAL |
|------------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------|
| Muestra estratificada | 5 | 4 | 19 | 26 | 2 | 1 | 57 |

El resumen de los resultados obtenidos, referente al tamaño de la muestra global y la muestra estratificada para cada uno de las categorías en las que se dividió la población, se observa a continuación:

Cuadro 16. Resumen de datos obtenidos, cálculo de la muestra

| Biblioteca | Proporción de muestra (PPT) | Niños | Niñas | Jóvenes Mujeres | Jóvenes Hombres | Adultos Mujeres | Adultos Hombres | Total |
|----------------------|------------------------------------|--------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|--------------|
| Heredia | 50% | 15 | 16 | 55 | 44 | 37 | 23 | 191 |
| San Joaquín | 20% | 12 | 8 | 19 | 15 | 12 | 11 | 76 |
| Paracito | 15% | 10 | 17 | 8 | 2 | 20 | 1 | 57 |
| Santa Bárbara | 15% | 5 | 4 | 19 | 26 | 2 | 1 | 57 |
| Total | 100% | 42 | 46 | 101 | 86 | 71 | 36 | 382 |

En el cuadro 16 se observa que existen algunos estratos en los cuales el tamaño de la muestra es menor a 5. Esta situación se da debido a la baja afluencia de usuarios de las categorías en las que sucede este fenómeno, comparado con las demás. Sin embargo, para efectos de elaboración de la propuesta, se decidió aplicar el instrumento como mínimo a 5 personas de cada una de las categorías en todas las bibliotecas.

3.3.3. Fuentes de información

Las fuentes son consideradas como hechos o documentos a los cuales se recurre para obtener información. Existen diferentes niveles, las principales son primarias y secundarias.

Sabino (2007, p. 156) menciona que los datos primarios “son aquellos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos con sus propios instrumentos”. Es decir, es la información que el investigador obtiene de forma directa mediante una comunicación oral o escrita “a través de relatos o escritos

trasmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento” (Méndez, 2001, p. 152).

Por otra parte, las fuentes secundarias “son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido escogidos y muchas veces procesados por otros investigadores” (Sabino, 2007, p. 157). Se entiende, entonces, que es información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que recibieron tal información a través de otras fuentes. Este tipo de información es la que está contemplada en libros, periódicos, trabajos de grado, revistas especializadas, enciclopedias, diccionario, entre otros. Para esta investigación, las fuentes de información son las siguientes:

- Documentos sobre estrategias de mercadeo, tecnología, bibliotecas (libros, artículos, tesis, revistas)
- Documentos institucionales
- Edificio de la biblioteca
- Colección
- Equipo tecnológico
- Internet
- Redes sociales

3.4. Cuadro de variables

El siguiente cuadro de variables presenta los objetivos específicos que guían esta investigación, definiendo conceptualmente cada una de las variables identificadas, mostrando su operacionalización lo que equivale a los aspectos contemplados dentro de cada variable, indicando la forma en que fueron medidas, mediante la aplicación de diversos instrumentos.

Cuadro 17. Variables del objetivo general 1

| Objetivo específico | Variable | Definición conceptual | Operacionalización | Instrumentalización |
|---|--|--|--|--|
| 1.3.1.1.1. Enlistar los servicios y productos de información que ofrecen las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. | Servicios y productos de información . | Conjunto de acciones planificadas sistemáticamente que tienen como objeto satisfacer las demandas de información de los usuarios de las bibliotecas públicas de Heredia. | <ul style="list-style-type: none"> -Préstamo de materiales -Sala de lectura individual -Sala para trabajo grupal -Bibliografías especializadas -Servicio de fotocopiado - Inducción a usuarios -Talleres, capacitaciones -Consulta a bases de datos - CECI -Archivo documental -Referencia -Material audiovisual -Auditorio -Ludoteca -Servicio de alerta de publicaciones nuevas (DVD, Libros, Revistas, etc.) - Visitas guiadas -Cursos de alfabetización tecnológica e informacional -Servicio de acceso a la red inalámbrica -Sección de hemeroteca -Actividades culturales y de extensión bibliotecaria -Base de datos -Brochure -Afiches -Capacitación a usuarios en el uso de recursos y servicios de la Biblioteca. - Exposiciones bibliográficas. -Red social (Facebook). | <p>Cuestionario 1 (preguntas 7 y 8). Apéndice 9</p> <p>Guía de entrevista 1 (pregunta 4). Apéndice 5</p> |
| 1.3.1.1.2. Identificar los medios de difusión y las formas que utilizan las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia para promocionar los | Medios para la difusión | Medios de comunicación que de manera rápida transmiten la información a la población de usuarios de las bibliotecas públicas de Heredia. | <p>Medios de comunicación con el usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación verbal - Comunicación escrita - Televisión - Teléfono - Radio - Internet - Otro | <p>Cuestionario 1 (pregunta 9). Apéndice 9</p> <p>Guía de entrevista 1 (pregunta 5). Apéndice 5</p> |

| | | | | |
|--|------------------------------------|--|---|---|
| servicios y productos de información. | | | | |
| | Promoción de servicios y productos | Conjunto de medios destinados a difundir los servicios y productos de la biblioteca pública de Heredia. | Formas de promoción - Boletines - Panfletos - Redes sociales - Blogs - Periódicos - Circulares - Otros | Cuestionario 1 (pregunta 10). Apéndice 9 Guía de entrevista 1 (pregunta 6). Apéndice 5 |
| 1.3.1.1.3. Determinar la frecuencia de uso, el grado de conocimiento y el grado de satisfacción de la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia con respecto a los servicios y productos de información que ofrecen | Frecuencia de uso | Realizar determinada acción por costumbre o hábito | Frecuencia de uso de los servicios y productos de información: -Diariamente -Quincenalmente -Semanalmente -Mensualmente -Ocasionalmente -Nunca. | Cuestionario 11 (preguntas 11). Apéndice 9 |
| | Grado de Conocimiento | El conocimiento es la información que los organismos inteligentes captan de su entorno para conseguir adaptarse a él, y eventualmente transformarlo y recrearlo. | Nivel de conocimiento: -Mucho (conoce y puede mencionar el 100% de los servicios y productos existentes) -Regular (conoce y puede mencionar el 70% de los servicios y productos existentes) -Poco (Conoce y puede mencionar el 40% de los servicios y productos existentes) -Nada (No conoce ni puede mencionar ninguno de los servicios y productos existentes) | Cuestionario 1 (pregunta 12). Apéndice 9 |
| | Satisfacción de los usuarios | Valores, expectativas y complacencia de los usuarios hacia los servicios de información | Nivel de satisfacción: - Muy satisfecho - Satisfecho - Poco satisfecho - Insatisfecho | Cuestionario 1 (pregunta 13). Apéndice 9 |

Cuadro 18. Variables del objetivo general 2

| Objetivo Específico | Variable | Definición conceptual | Operacionalización | Instrumentalización |
|--|---|---|---|---|
| <p>1.3.2.1.1. Definir las estrategias para promocionar y divulgar los servicios y productos de información, que permitan posicionarlos dentro de las comunidades de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.</p> | <p>Estrategias de promoción y divulgación</p> | <p>Acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con la promoción y divulgación para formar nuevas visiones y generar propuestas que conducen a cambios</p> | <p>-Segmentación de la población (Edad, tipo de usuario, idioma de interés, facilidades de recuperación de la información, intereses) -Implementación de las TIC -Uso de internet -Técnicas publicitarias y de propaganda -Promoción -Divulgación</p> | <p>Matriz de análisis 1, 2, 3, 4, (ítem 1). Apéndice 11, 12, 13, 14 Guía de entrevista 2 (pregunta 4) Apéndice 7</p> |
| <p>1.3.2.1.2. Determinar los recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para implementar una propuesta de promoción y divulgación de servicios y productos para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.</p> | <p>Recursos económicos</p> | <p>Son los medios materiales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una institución.</p> | <p>- Presupuesto</p> | <p>Guía de entrevista 1 (pregunta 10). Apéndice 5 Matriz de análisis 1, 2, 3, 4, (ítem 2.1). Apéndice 11, 12, 13, 14 Guía de entrevista 2 (pregunta 5) Apéndice 7</p> |

| | | | | |
|--|-----------------------|--|--|---|
| | Recursos materiales | Son los bienes tangibles que la organización puede utilizar para el logro de sus objetivos. | <ul style="list-style-type: none"> - Espacio físico (edificio, sala de estudio, áreas de atención) - Mobiliario (mesas, sillas, escritorios, estantería) -Materiales de oficina -Libros, publicaciones periódicas, bases de datos, material audiovisual | <p>Guía de entrevista 1 (pregunta 11 y 12). Apéndice 5</p> <p>Matriz de análisis 1, 2, 3, 4 (ítem 2.2). Apéndice 11, 12, 13, 14</p> <p>Guía de entrevista 2 (pregunta 6) Apéndice 7</p> |
| | Recursos tecnológicos | Medio que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. | <p>Equipo tecnológico</p> <p><i>Hardware</i> (computadora de escritorio, computadora portátil, escáner, impresora, fotocopidora, televisor, proyector multimedia, DVD, equipo de audio, <i>software</i> (sistema operativo, aplicaciones o herramientas tecnológicas de audio, video e imágenes)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Acceso a la red -Grado de manejo de los recursos tecnológicos <p>Mucho (Maneja el 100% de la tecnología) Poco (Maneja el 50% de la tecnología) Nada (No tienen conocimiento ni manejo de la tecnología)</p> | <p>Guía de entrevista 1 (preguntas 11, 12 y 13). Apéndice 5</p> <p>Matriz de análisis 1,2, 3, 4 (ítem 2.3). Apéndice 11, 12, 13, 14</p> <p>Guía de entrevista 2 (pregunta 7) Apéndice 7</p> |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| | Potencial humano | También conocido como potencial humano o activo humano, hace referencia al conjunto de trabajadores, empleados o personal que conforma un negocio, institución o empresa | -Cantidad de funcionarios -Puesto o especialización -Nivel académico -Conocimientos sobre en promoción y divulgación de servicios -Experiencia | Guía de entrevista 1 (pregunta 11 y 14). Apéndice 5 Matriz de análisis 1,2, 3, 4 (ítem 2.4). Apéndice 11,12,13,14 Guía de entrevista 2 (pregunta 8) Apéndice 7 |
| 1.3.2.1.3. Definir una estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación propuesto para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. | Evaluación del Plan promoción y divulgación | Permite indicar, valorar, establecer, apreciar o calcular la importancia de una determinada cosa o asunto | -Establecer un modelo para la evaluación. -Determinar qué aspectos se van a evaluar. -Definir el tiempo en se realizarán las evaluaciones. -Determinar acciones correctivas. | Matriz de análisis 1, 2, 3, 4 (ítem 3). Apéndice 11, 12,13,14 |

3.5. Cuadro de técnicas de recolección de datos

El siguiente cuadro de técnicas presenta los objetivos específicos que guían esta investigación, definiendo los sujetos y fuentes de los cuales se obtuvo la información necesaria para este proyecto, así como las técnicas aplicadas y los instrumentos empleados.

Cuadro 19. Cuadro de técnicas de recolección de datos del objetivo general 1

| Objetivo específico | Sujetos y fuentes | Técnicas | Instrumentos |
|--|--------------------|-----------|---------------------|
| 1.3.1.1.1. Enlistar los servicios y productos de información que ofrecen las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. | *Personal | *Encuesta | *Guía de entrevista |
| | *Comunidad usuaria | *Encuesta | *Cuestionario |
| 1.3.1.1.2. Identificar los medios de difusión y las formas que utilizan las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia para promocionar los servicios y productos de información. | *Personal | *Encuesta | *Guía de entrevista |
| | *Comunidad usuaria | *Encuesta | *Cuestionario |
| 1.3.1.1.3. Determinar la frecuencia de uso, el grado de conocimiento y el grado de satisfacción de la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia con respecto a los servicios y productos de información que ofrecen | *Comunidad usuaria | *Encuesta | *Cuestionario |

Cuadro 20. Cuadro de técnicas de recolección de datos del objetivo general 2

| Objetivo específico | Sujetos y fuentes | Técnicas | Instrumentos |
|---|-------------------------------|------------------------|----------------------|
| 1.3.2.1.1. Definir las estrategias para promocionar y divulgar los servicios y productos de información, que permitan posicionarlos dentro de las comunidades de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. | *Documentos sobre la temática | *Análisis de contenido | * Matriz de análisis |
| | *Expertos en el tema | *Encuesta | *Guía de entrevista |
| 1.3.2.1.2. Determinar los recursos económicos, materiales, tecnológicos y personal necesario para implementar una propuesta de promoción y divulgación de servicios y productos para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. | * Personal | *Encuesta | * Guía de entrevista |
| | *Documentos sobre la temática | *Análisis de contenido | *Matriz de análisis |
| | *Expertos en el tema | *Encuesta | *Guía de entrevista |
| 1.3.2.1.3. Definir una estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación propuesto para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. | *Documentos sobre la temática | *Análisis de contenido | * Matriz de análisis |

3.6. Definición de técnicas

Análisis de contenido:

Berelson (1971), citado por Hernández, Fernández, y Baptista (2010) menciona que el análisis de contenido es una técnica para estudiar y examinar la comunicación de una manera sistemática, objetiva y cuantitativa.

Encuesta:

Grasso (2006) menciona que la encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo, permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas.

3.7. Alcance de la investigación

3.7.1. Proyecciones

La presente investigación va dirigida a las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, las cuales son: la Biblioteca Pública de Heredia, la Biblioteca Pública de San Joaquín, la Biblioteca Pública de Santa Bárbara y la Biblioteca Pública de Paracito.

La propuesta para cada una de las cuatro bibliotecas ofrecerá un plan de promoción y divulgación, que pretende posicionar las bibliotecas públicas de la provincia y servir como herramienta para hacer una efectiva difusión de los productos y servicios, aplicando las tecnologías de la información y comunicación.

Los resultados de la investigación y las cuatro propuestas serán útiles para el personal profesional de las bibliotecas, así como para las directoras de las unidades de información, ya que, aparte de los servicios y productos con que

cuentan, podrán elaborar otros novedosos. Igualmente, será muy ventajoso para la comunidad usuaria, pues tendrán la posibilidad de conocer más acerca de los productos y servicios que se les ofrece y así darles un mejor uso y aprovechamiento a estas unidades de información, dado que estas son un puente al conocimiento.

La propuesta dependerá e irá acorde con el tipo de usuario al que se dirige la biblioteca (niños, niñas, hombres y mujeres jóvenes, hombres y mujeres adultos).

3.7.2. Limitaciones

La investigación presenta una limitación de tipo geográfica, ya que está enfocada específicamente a las cuatro bibliotecas públicas de Heredia, reconocidas por el Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI); a pesar de que existen otras bibliotecas en la provincia, solamente se conocerá el criterio de cierta población en cuanto a la promoción y divulgación, así como la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación de los servicios y productos que estas brindan.

Se recalca lo mencionado en el capítulo I de la presente investigación, donde se hace referencia a la distinción entre los diferentes tipos de biblioteca, este factor es una limitación para el estudio, ya que se le llama biblioteca pública oficial a aquella cuya infraestructura pertenezca al Ministerio de Cultura y Juventud, esto como principal característica. El personal de la biblioteca pública oficial es contratado directamente por el Ministerio de Cultura y Juventud y por el SINABI, así mismo el salario es pagado por dichas instituciones. A diferencia de las bibliotecas públicas oficiales, las bibliotecas públicas semioficiales son respaldadas por la asociación de desarrollo de la comunidad donde se encuentran, se encargan de proveer un espacio e infraestructura para ubicar la biblioteca y la contratación del personal e igualmente de pagar los salarios. El SINABI se ocupa de proveerles recursos materiales como libros, publicaciones, suministros de oficina (papel, lápices, lapiceros, cartulina hojas, folders, goma, tijeras, grapadora, entre otros), mobiliario (sillas, mesas, estantes, escritorios) y

recursos tecnológicos (computadoras, escáner, impresoras, DVD, etc.). Cabe mencionar que para el SINABI son prioridad las bibliotecas públicas oficiales cuando se deben tomar ciertas decisiones.

Otra limitante es que las bibliotecas semioficiales de Paracito y Santa Bárbara no cuentan con profesionales en bibliotecología, lo cual restringe las actividades propias de las bibliotecas.

CAPÍTULO IV.

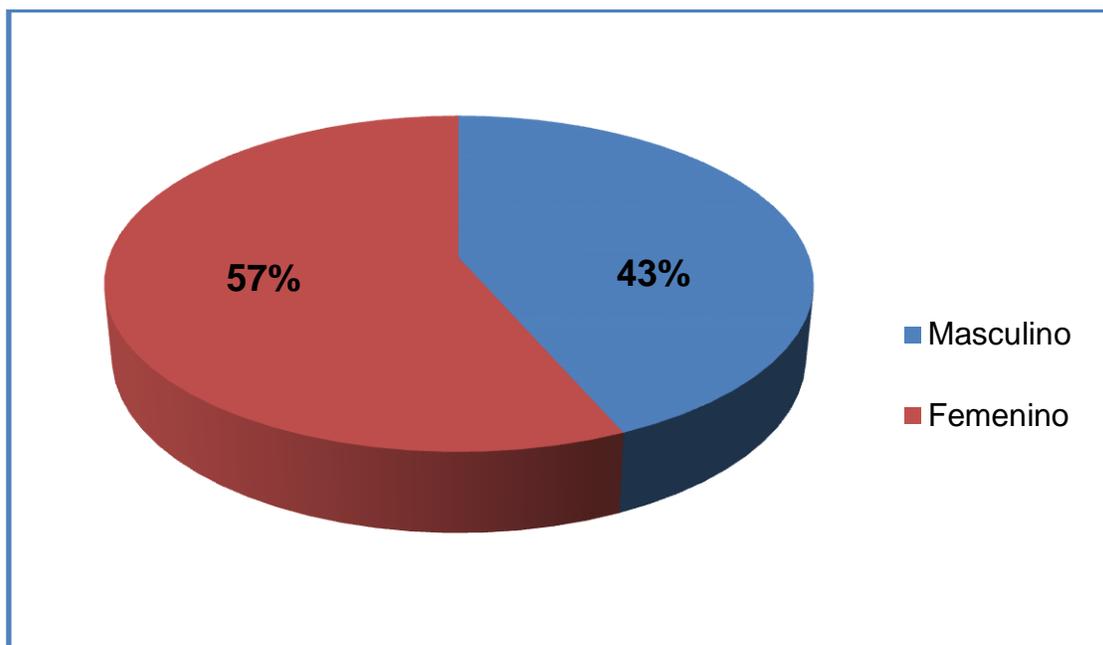
Análisis de resultados

A continuación se presentará el análisis, resultado de los cuestionarios aplicados en las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, se consideran las poblaciones adulta e infantil.

4.1. Análisis de resultados Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)

4.1.1. Comunidad usuaria adulta

Gráfico 1. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

En el gráfico 1 se presenta la distribución por género de los usuarios entrevistados. De las 159 personas seleccionadas en la muestra, 69 fueron hombres (43%) y 90 mujeres (57%).

Es importante tener en cuenta que la población del cantón de Heredia corresponde a 123616 personas; de aquí 64949 son mujeres y 58667 son hombres. De acuerdo con las estadísticas de la biblioteca, en promedio 48274 usuarios hacen uso de la Institución, tomando en cuenta niños y niñas.

Cuadro 21. Características de la población usuaria, Biblioteca Pública de Heredia
(Heredia, C. R.)

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|------------------------|----------|------------|
| TIPO DE USUARIO | | |
| Estudiantes | 98 | 62% |
| Padres o madres | 39 | 24% |
| Adulto mayor | 8 | 9% |
| Investigador | 14 | 5% |
| GÉNERO | | |
| Mujer joven | 55 | 35% |
| Hombre joven | 44 | 28% |
| Mujer adulta | 37 | 23% |
| Hombre adulto | 23 | 14% |
| EDAD | | |
| Entre 13 a 17 años | 20 | 13% |
| Entre 18 a 25 años | 48 | 30% |
| Entre 26 a 35 años | 30 | 19% |
| Entre 36 a 45 años | 23 | 14% |
| Entre 46 a 55 años | 20 | 13% |
| Entre 56 a 65 años | 15 | 9% |
| De 66 en adelante | 3 | 2% |

Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

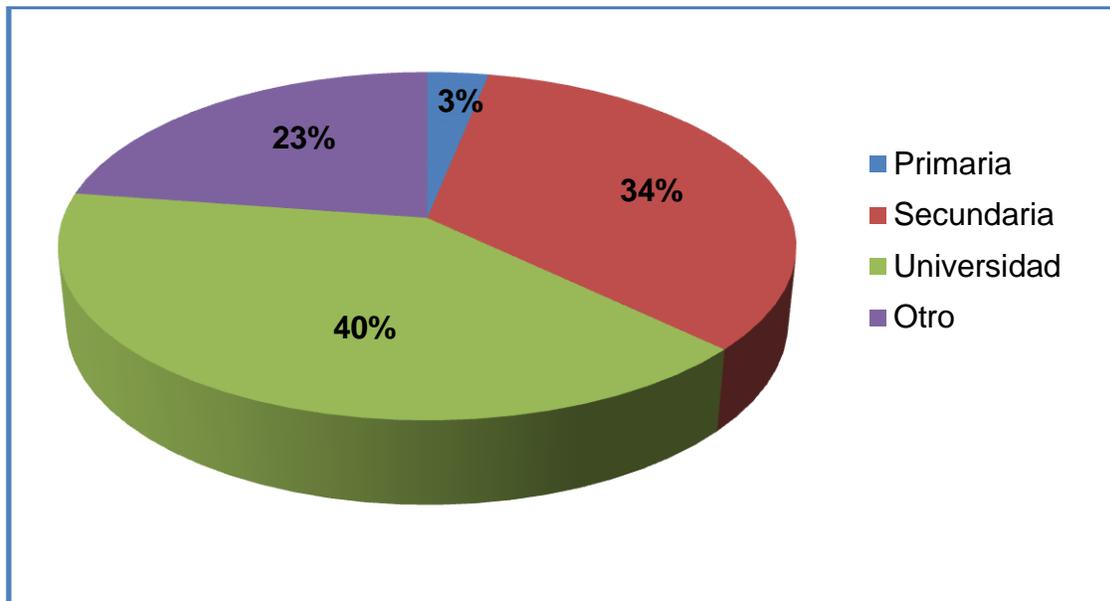
Según el cuadro 21 en el que se representa el género, la mayor cantidad de usuarios son mujeres jóvenes, esto corresponde a 55 personas encuestadas, representado por un 35%; seguidamente hombres jóvenes, lo que corresponde a 44 personas encuestadas, lo cual equivale a un 28%, las mujeres adultas

corresponden a un 23% en total 37 personas de la población encuestada, mientras que los hombres adultos corresponden solamente a 23 personas esto equivale a un 14%.

Como se indica en el cuadro 21 de tipo de usuario, los grupos mayoritarios de usuarios que visitan la biblioteca son estudiantes, representados por un 62%; el usuario correspondiente a padres o madres de familia equivale a un 24%, como se puede observar el investigador y el adulto mayor no son usuarios potenciales en la biblioteca, estos equivalen a un 9% y 5% respectivamente, de la población encuestada, lo cual podría deberse al tipo de acervo bibliográfico con el que cuenta la biblioteca para el uso de los investigadores, ya que no es especializado en ningún área o tema, la colección es de interés común y general. En cuanto a la baja que existe en el usuario adulto mayor podría ser que estos no sientan la necesidad de asistir a la biblioteca, más aun si no les ofrece servicios y productos acorde con sus intereses.

En una población en la que predominan los jóvenes (hombres y mujeres) con un 63%, el dato es relevante para el diseño de nuevos productos y servicios, ya que deben crearse “a la medida”, de acuerdo con las necesidades de cada rango de usuarios y permitir así llenar sus necesidades de información.

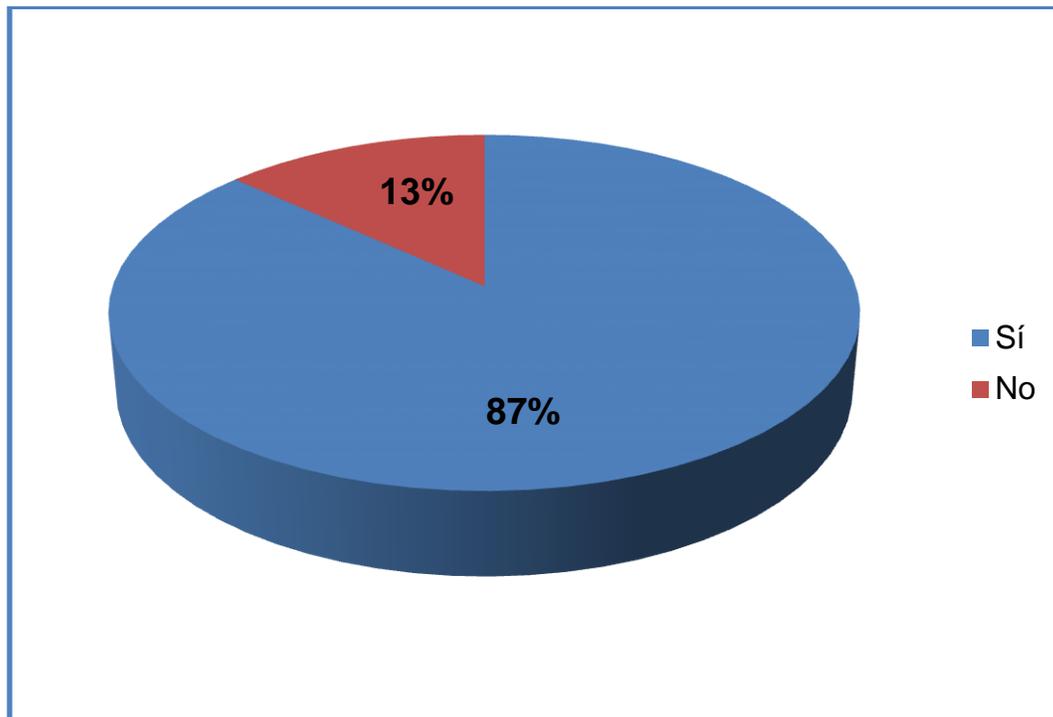
Gráfico 2. Distribución de la población encuestada, según nivel académico
Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

En el gráfico 2 se muestra que de los encuestados 118 personas indican que poseen estudios secundarios y universitarios concluidos, lo que representa un 74%. Solamente un 26% señala poseer estudios primarios o de otro tipo, esto corresponde a 41 personas encuestadas. El hecho de que un 74% de la población que visita la Biblioteca posea estudios secundarios y universitarios podría deberse a que han encontrado un espacio donde pueden adquirir y reforzar conocimiento para su ámbito académico. El 26% restante que visita poco la biblioteca, posiblemente responda a que la población desconoce las actividades que en esta se realizan o el material de apoyo que puede encontrar en ella.

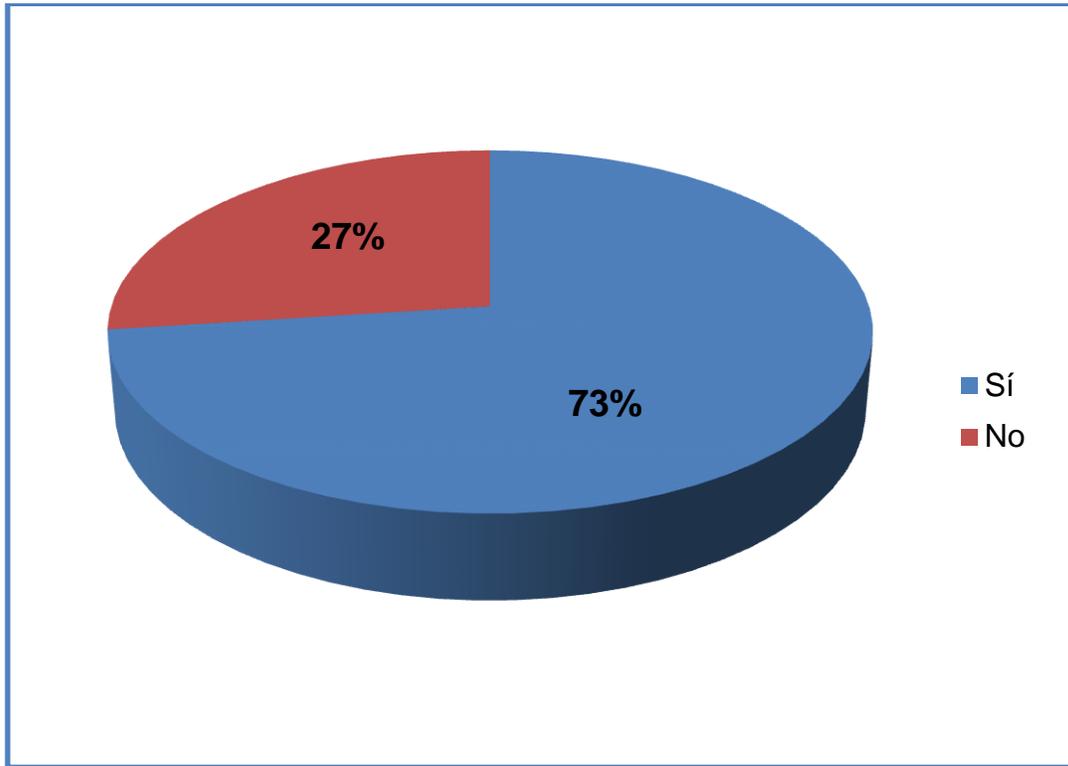
Gráfico 3. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes Marzo 2014.

El gráfico 3 evidencia que la mayoría de la población usuaria tiene computadora en el hogar (87%), solamente un 13% de los encuestados menciona que no posee computadora en el hogar. Esto es de gran importancia ya que contar con acceso a internet, le permitirá a la biblioteca ofrecer servicios y productos sin que los usuarios tengan que trasladarse hasta el lugar.

Gráfico 4. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y marzo 2014.

En el gráfico 4 se evidencia que de los entrevistados, 73% mencionan que tienen acceso a Internet desde sus casas. Solamente el 27% no cuenta con acceso a internet desde sus casas.

Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico anterior, se observa que el 14% de los encuestados que dicen poseer una computadora en su casa no tienen acceso a Internet. Esta información es relevante, ya que se puede considerar que la biblioteca brinde productos y servicios en línea, y que de esta forma la divulgación llegue a toda la comunidad.

Gráfico 5. Población de personas que conoce los servicios que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



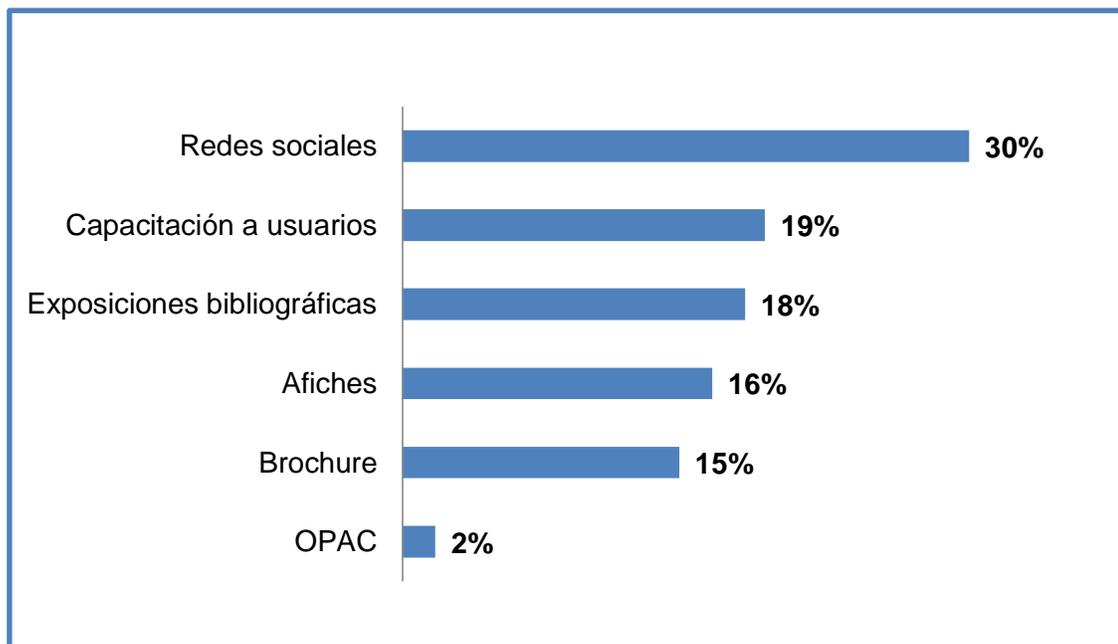
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

En el gráfico 5 se presenta la consulta que se realizó a los encuestados sobre el conocimiento que tienen de los servicios que ofrece la biblioteca, 116 personas afirman que saben que ofrece salas de trabajo grupal, lo que representa un 13%, siendo así los servicios más conocidos por los usuarios entrevistados. En segunda posición el servicio más conocido por los usuarios, son las salas de lectura, correspondiente a 115 personas (13%); otros de los servicios más conocidos son los talleres y capacitaciones, actividades culturales y de extensión y el préstamo

de materiales, representado por un 29%. El acceso a red inalámbrica, es conocido por 62 personas, representado por un 7%, a pesar de que el 14% de la comunidad usuaria tiene computadoras en sus casas pero no poseen internet, este servicio podría ser uno de los más conocidos y utilizados. En cuanto al servicio del auditorio, 61 personas encuestadas afirman conocerlo, esto corresponde a un 7%. Los servicios y productos como el material audiovisual, el archivo documental y las consultas a bases de datos corresponden a un conocimiento del 16%. El CECI, las bibliografías especializadas y la ludoteca son conocidos por un 11% de la población encuestada; por otra parte los servicios que menos conocen los usuarios son: el servicio de alerta, fotocopiado, hemeroteca y las visitas guiadas representadas por un 4%.

Se puede rescatar que la comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, sobre los que más divulga la biblioteca y los espacios físicos que esta ofrece, es decir, no conocen más allá de lo que requieren. Así mismo se observa cómo falta más promoción en cuanto a los servicios enfocados a los niños y niñas ya que si de los adultos tan solo un 3% conoce el servicio de ludoteca, podría ser reflejo de lo que conocerán los niños y niñas.

Gráfico 6. Población de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



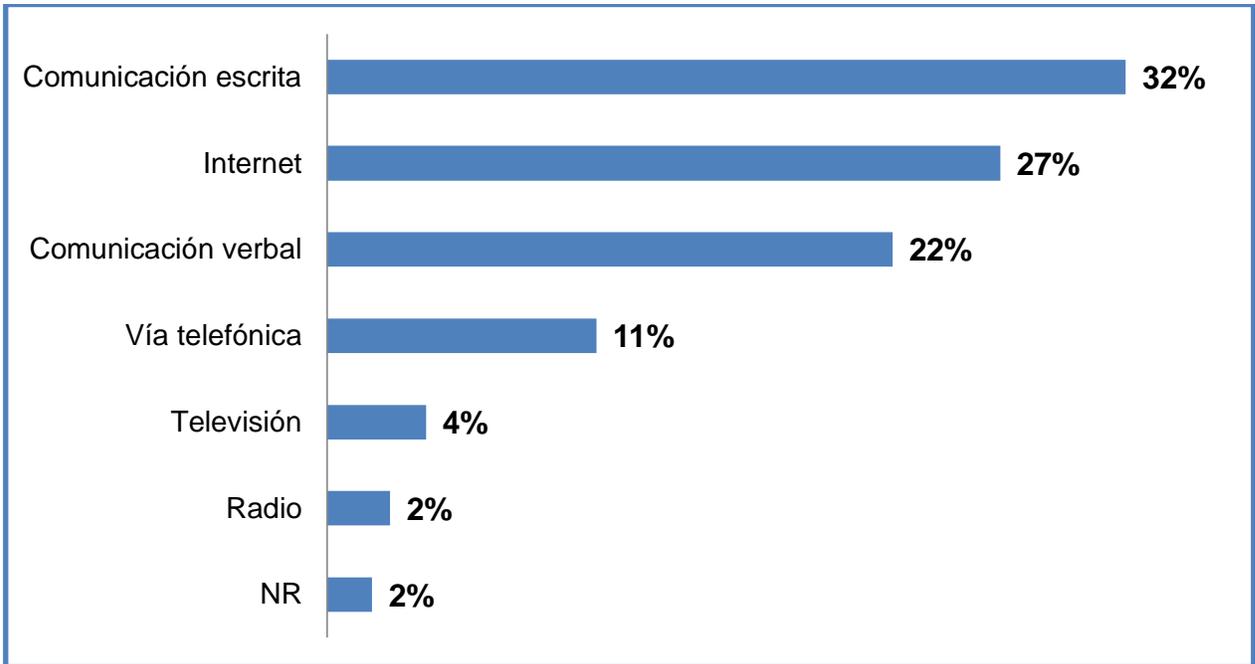
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo

2014.

Como se muestra en el gráfico 6 sobre el conocimiento respecto a los productos que ofrece la biblioteca, 86 personas (30%), afirma que conoce los productos de información que ofrece la Biblioteca por medio de las redes sociales, por ejemplo Facebook. Respecto a la capacitación de los usuarios, 55 personas indican conocerlos (19%). Seguidamente de las exposiciones bibliográficas, equivalente a un 18%. Los menos conocidos son los afiches, los brochures y el OPAC, estos tres productos corresponden a un 33%.

Es importante tomar en cuenta que la comunidad usuaria está familiarizada con el acceso a internet y las redes sociales, por lo cual se podría reforzar la promoción y divulgación de productos por estos medios.

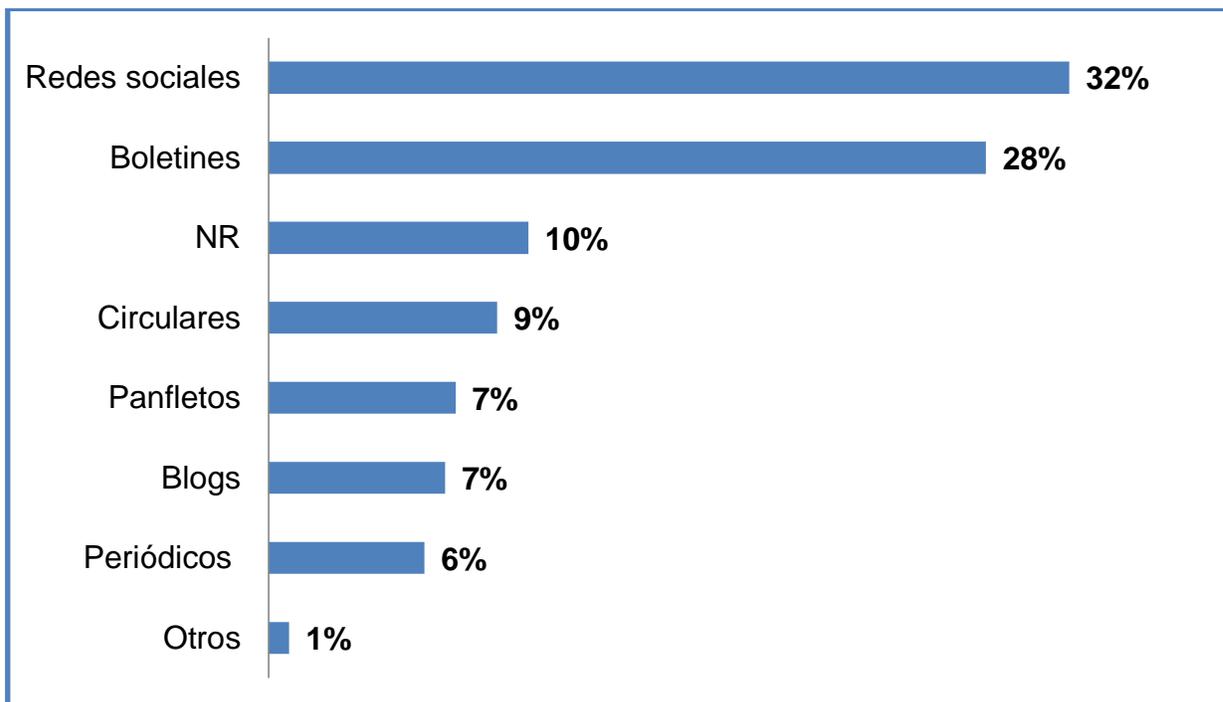
Gráfico 7. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la Biblioteca, por parte de los usuarios encuestados Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

Como se observa en el gráfico 7, el medio de promoción que los usuarios consideran más efectivo es la comunicación escrita, reflejado por un 32% (89 personas). Seguidamente, el medio más utilizado es el internet representado por un 27% (75 personas); este resultado es importante ya que como se mencionaba en los gráficos 3 y 4 los usuarios tienen computadoras en sus casas y acceso a internet, correspondiente a 87% y un 73% respectivamente. Respecto a la comunicación verbal, 63 personas encuestadas ven este medio como una forma efectiva de promoción, lo que equivale a un 22%. El 11% (30 personas) de la población indica que por vía telefónica es efectiva la promoción de los servicios. En último lugar, la televisión y la radios, representado por un 6%. Esta información ofrece una pista importante respecto al medio publicitario que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la publicidad de sus servicios.

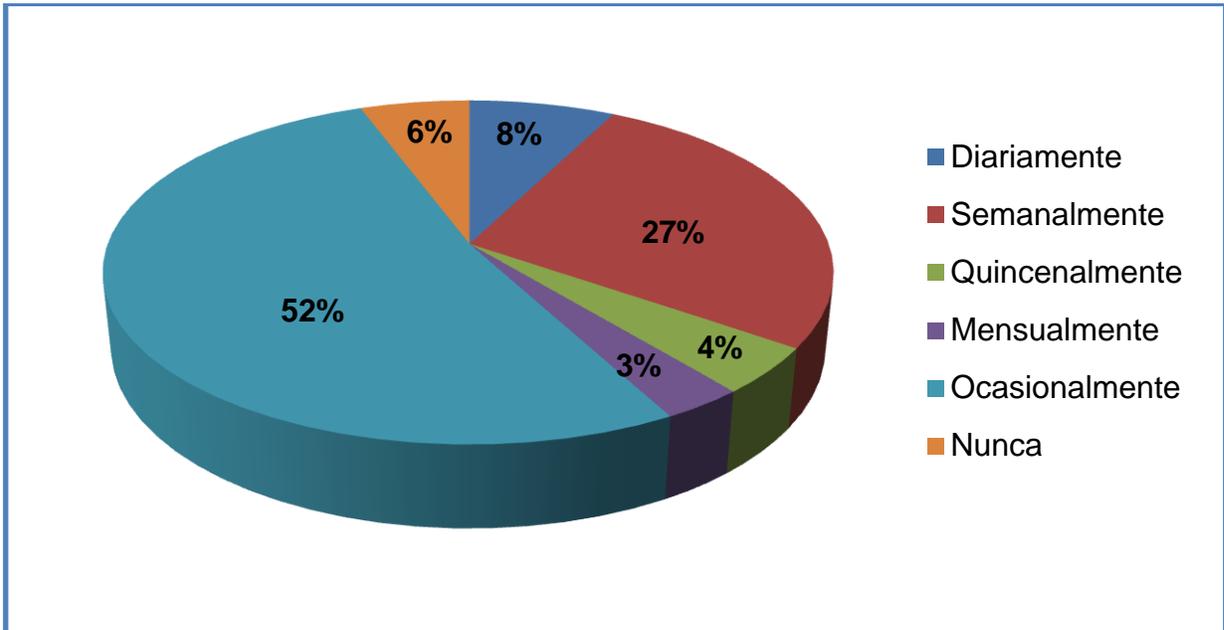
Gráfico 8. Población de usuarios que conocen las distintas formas de promoción de servicios que se brindan, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo, 2014.

En el gráfico 8 se presenta la relación con las formas de promoción que utiliza la biblioteca, se observa que la más conocida por los usuarios son las redes sociales, lo cual corresponde a 77 personas (32%), esto podría deberse a que la sociedad actual está totalmente inmersa en las diferentes tecnologías, desde sus celulares o distintos dispositivos móviles pueden acceder a las redes sociales, sin importar hora, día o distancia. Seguido de los boletines, forma de promoción conocida por 69 personas encuestadas, lo que equivale a un 28%. Es importante ver el resultado de las personas que no respondieron a esta pregunta, correspondiente al 10%, posiblemente por desconocer las formas de promoción que la biblioteca utiliza. Las formas de promoción menos conocidas por los usuarios son las circulares lo cual es representado por un (9%); panfletos y blogs representados por un 14% y los periódicos, para un 6%, este desconocimiento podría darse por la forma de promoción que más utiliza la biblioteca y no necesariamente por la forma de promoción que conoce y emplea el usuario.

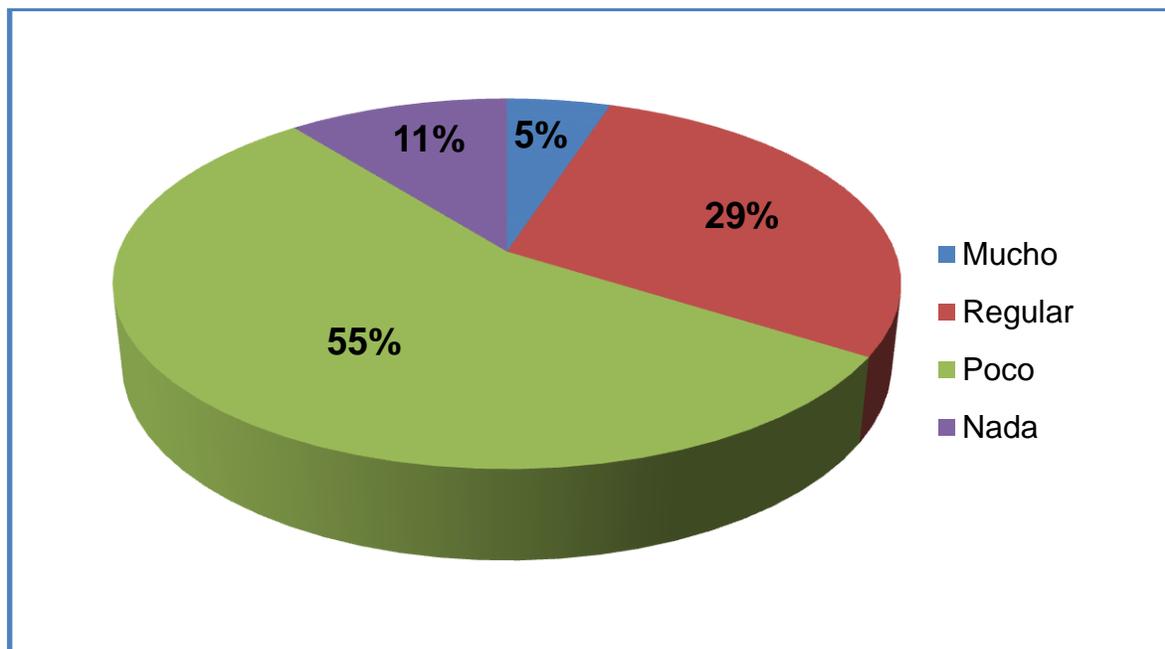
Gráfico 9. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo, 2014.

Como se indica en el gráfico 9 respecto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios, un 52% indica que visita la biblioteca ocasionalmente. Un 27% menciona que va a la biblioteca semanalmente; el 8% diariamente; 7% indica que visita la biblioteca quincenal y mensualmente. De estos resultados se debe rescatar que la mayoría de los usuarios asisten a la biblioteca ocasionalmente; por lo que es importante ayudar al usuario a asistir con más regularidad, aprovechar los momentos en los que están presencialmente para continuar ofreciéndole una gran gama de servicios y productos que los ayuden a estar siempre en contacto con la biblioteca. Es interesante observar que el 6% responde que nunca asisten a la biblioteca, lo cual se podría pensar que el día que se les aplicó la encuesta estaban realizando algún trámite rápido, se debe considerar este porcentaje para que la biblioteca les ayude a interesarse y a tener la necesidad de asistir.

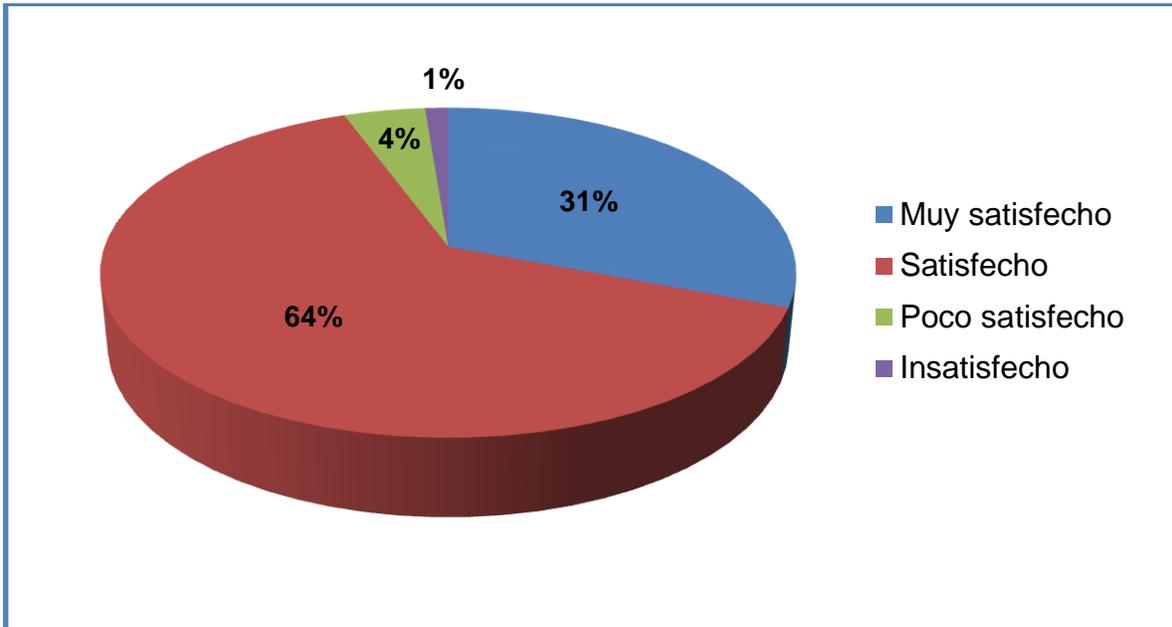
Gráfico 10. Grado de conocimiento de los usuarios sobre los servicios y productos que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

En el gráfico 10 se muestra el grado de conocimiento de los servicios y productos que tienen los usuarios, el 55% de los encuestados afirma que conoce poco los servicios de la biblioteca. El 29% de los usuarios encuestados afirman que conocen de forma regular los servicios y productos. Solamente el 5% de la población afirma conocer mucho. Se observa como la mayoría de la comunidad usuaria afirma no conocer al 100% los servicios y productos que ofrece la biblioteca, el 84% dice conocer regularmente o poco, en los gráficos 5 y 6, se refleja el panorama mencionado anteriormente, ya que los usuarios conocen los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no conocen todo lo que la biblioteca ofrece, tal vez porque la biblioteca no promociona ni los difunde con mayor fuerza o que el usuario no está interesado en conocer más allá de lo que necesita y usa. Un 11% de los usuarios encuestados responde no conocer nada de los servicios y productos que se ofrecen, podría deberse a que su primer visita fue el día que se les aplicó la encuesta o conocen solo el servicio y producto que utilizan y no necesariamente todos los que se brindan.

Gráfico 11. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



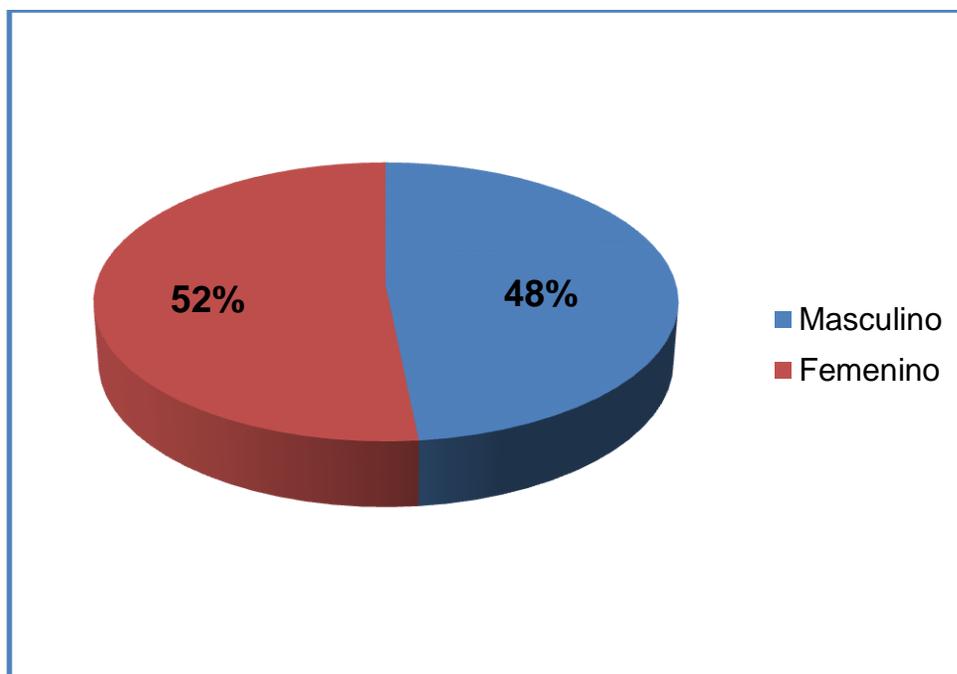
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo, 2014.

En el gráfico 11, respecto a la consulta que se realizó a los encuestados en relación con su grado de satisfacción de los productos y servicios que ofrece la biblioteca, un 64% afirma que se encuentra satisfecho; el 31% indica que está muy satisfecho.

El grado de satisfacción tan alto de los usuarios llama la atención, ya que es poco el conocimiento que tienen respecto a los servicios y productos que ofrece la biblioteca; como se mencionaba en el gráfico 10 el 84% de los encuestados conoce regularmente o poco de los servicios y productos, a pesar del desconocimiento, la satisfacción es bastante elevada, esto podría deberse a que al utilizar los servicios y productos que conocen no han presentado ningún problema, tomando en cuenta que la mayoría de la población asiste ocasionalmente a la biblioteca (52%), han recibido una adecuada atención por parte del personal.

4.1.2. Comunidad usuaria infantil

Gráfico 12. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

Como se observa en el gráfico 12, se presenta la distribución por género de la población usuaria infantil entrevistada. De las 31 personas seleccionadas en la muestra, 15 fueron niños (48%) y 16 niñas (52%). La biblioteca recibe alrededor de 3868 niños y 4168 niñas anualmente, según las estadísticas del 2012.

Cuadro 22. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)

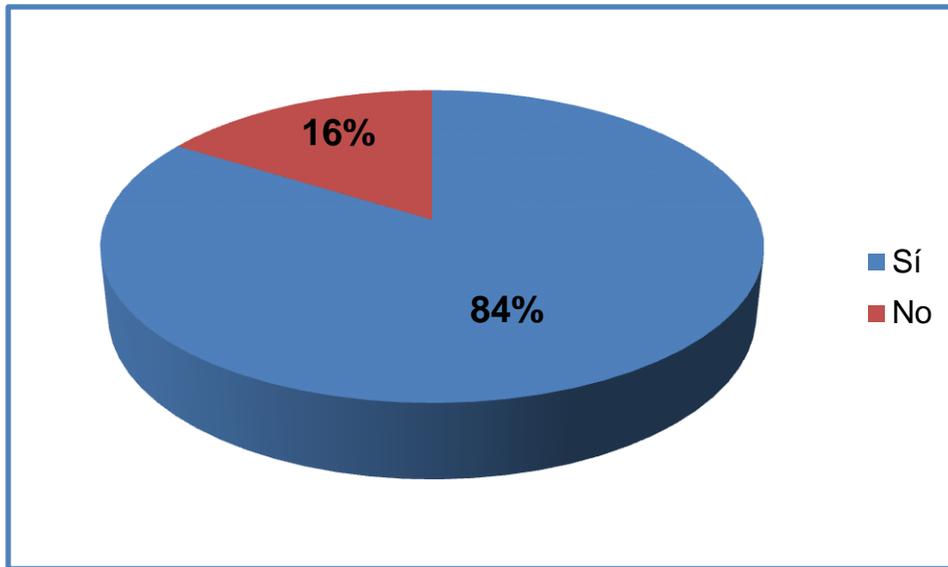
| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------------|----------|------------|
| ESCOLARIDAD | | |
| Primero | 8 | 26% |
| Segundo | 4 | 13% |
| Tercero | 5 | 16% |
| Cuarto | 6 | 19% |
| Quinto | 1 | 3% |
| Sexto | 7 | 23% |
| EDAD | | |
| 6 años | 8 | 26% |
| 7 años | 3 | 10% |
| 8 años | 3 | 10% |
| 9 años | 4 | 13% |
| 10 años | 5 | 16% |
| 11 años | 2 | 6% |
| 12 años | 6 | 19% |

Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

Como se observa en el cuadro 22 en el que se menciona la edad, la mayor parte de los usuarios que hacen uso presencial de los servicios de la Biblioteca de Heredia tienen 6 años de edad, representado por un 26%; luego están los usuarios con 12 años (19%); los de 10 años con un 16%, y usuarios de 9 años con 13%. En menor cantidad se encuentran los usuarios con 8 y 7 años, representados por un 10% ambos grupos etarios; y niños y niñas de 11 años con un 6%.

Debido a que la población usuaria infantil entrevistada oscila entre los 6 a 12 años de edad, tal como se comprobó en el gráfico anterior, es evidente que las 31 personas encuestadas son estudiantes de primaria. El 26% (8 personas) indican estar en primer grado, 13% son estudiantes de segundo nivel, el 16% se encuentra en tercer grado, mientras que el 45% restante son estudiantes de II ciclo, es decir, cuarto, quinto y sexto nivel, representados por el 19% (6 personas), 3% (1 persona) y 23% (7 personas) respectivamente.

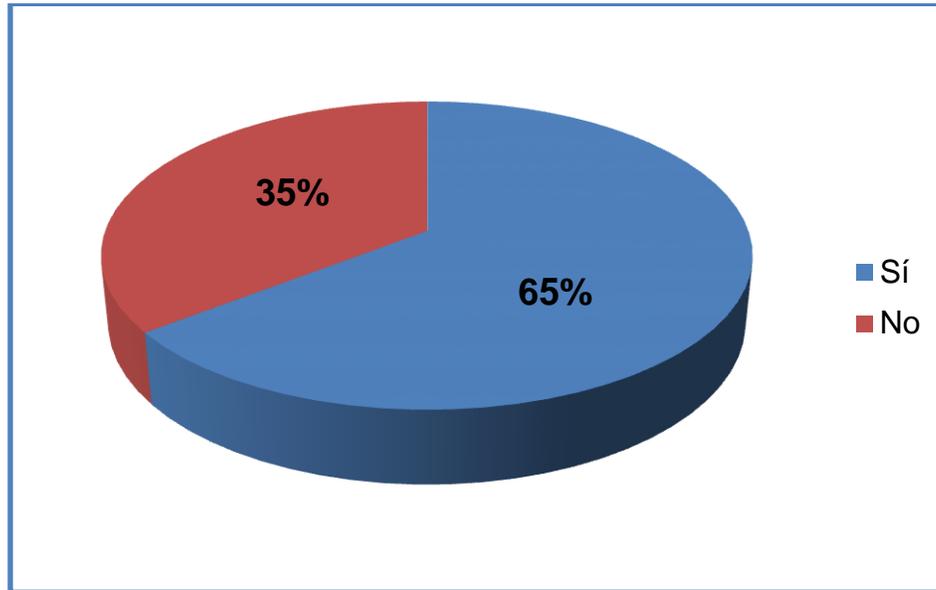
Gráfico 13. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de Heredia(Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

El gráfico 13 muestra que la mayoría de la población usuaria tiene computadora en el hogar (84%), tan solo el 16% de los encuestados menciona no contar con esta en el hogar.

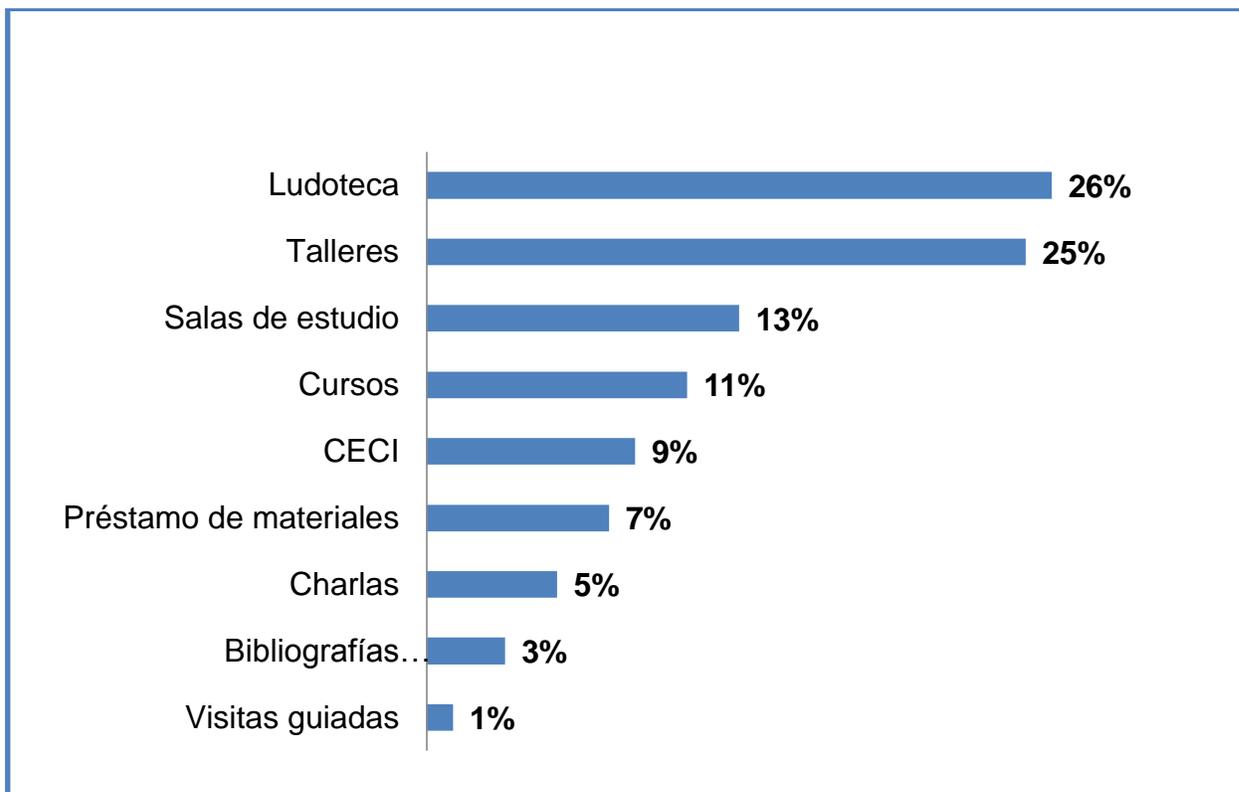
Gráfico 14. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar,
Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

Como se puede observar en el gráfico 14, el 35% de los entrevistados menciona que no tienen acceso a Internet desde sus casas. Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico anterior, se observa que 84% de los encuestados dicen poseer una computadora en su casa, pero tan solo el 65% tiene acceso a Internet. Esta información es relevante, ya que no se puede pensar que la Biblioteca diseñe productos y servicios solamente en línea, para los usuarios actuales y los potenciales, se deben idear varias formas para que la divulgación llegue a toda la comunidad, especialmente para los niños.

Gráfico 15. Servicios que conoce la población usuaria infantil. Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)

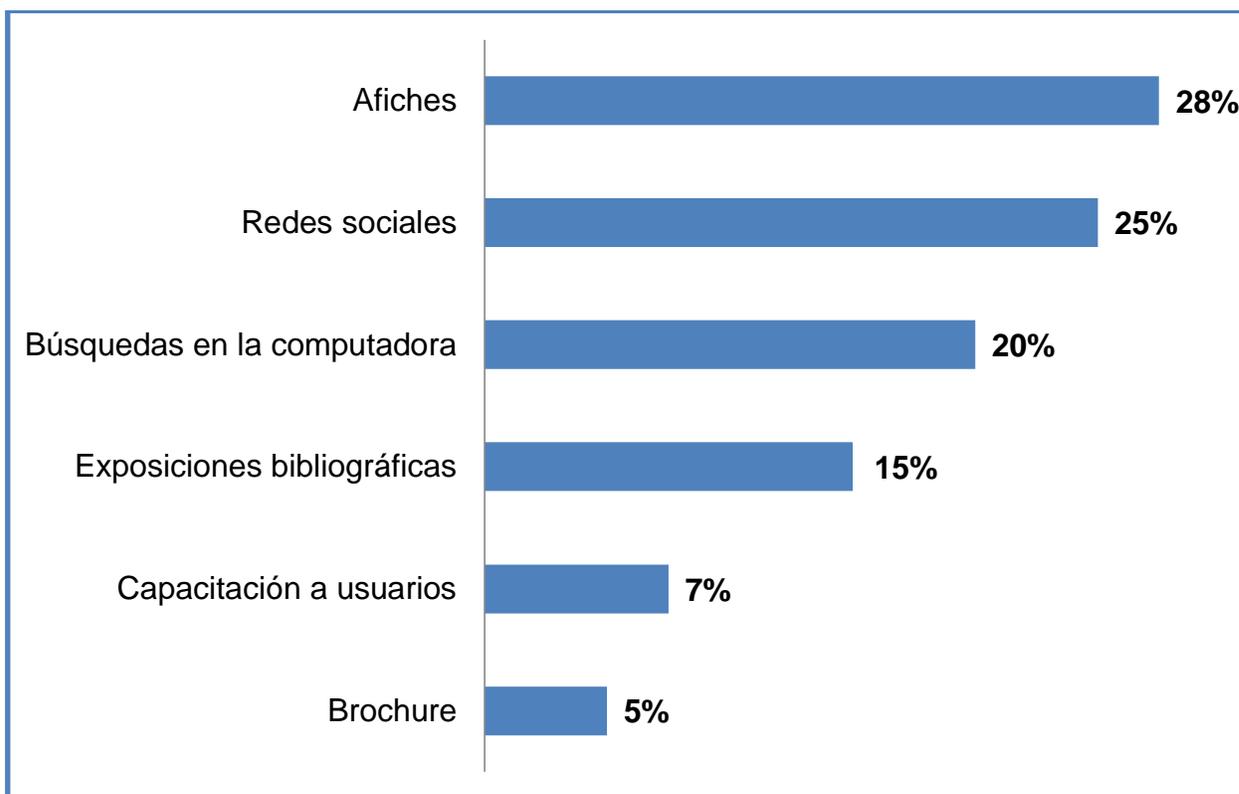


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

A la pregunta que se hizo a los usuarios encuestados respecto al conocimiento que tienen de los servicios que ofrece la biblioteca, en el gráfico 15 se muestra que 24 personas afirman que saben que esta ofrece servicio de ludoteca, con un 26%; 23 conocen acerca de los talleres que se imparten, representado con el 25%; las salas de estudio son conocidas por 12 usuarios (13%) y los cursos con un 11% siendo estos los servicios más conocidos por los entrevistados. Por otra parte, dentro de los servicios menos conocidos por los usuarios están el Centro Comunitario Inteligente (CECI) para un 9%; el préstamo de materiales 7%; las charlas 5%; el servicio de bibliografía especializada con un 3% y por último se encuentran las visitas guiadas con 1%.

Con esto último se rescata que la comunidad usuaria infantil tiene más conocimiento sobre los servicios que visualiza como lo son las diferentes áreas como salas de estudio, ludoteca y talleres) es decir no conocen más allá de lo que se les muestra. Así mismo se observa que falta más promoción en cuanto a los servicios como charlas, bibliografías especializadas y las visitas guiadas enfocadas a los niños y niñas ya que muy pocos conocen sobre esto.

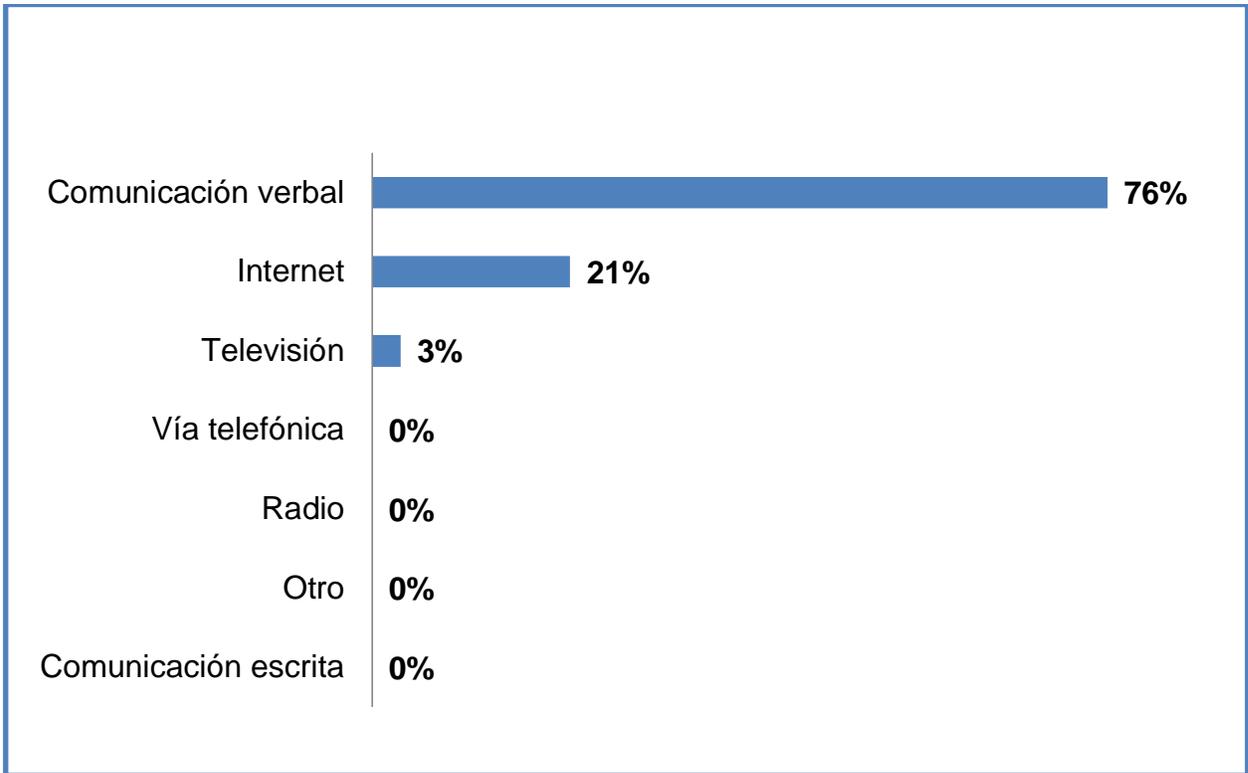
Gráfico 16. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

En el gráfico 16, ante la pregunta que se realizó a los encuestados sobre su conocimiento respecto a los productos que ofrece la Biblioteca, 11 personas (28%) afirman conocer los productos de información que ofrece mediante los afiches; a continuación se encuentran las redes sociales como Facebook (25%). Por otra parte 8 personas (20%) conocen acerca de las búsquedas especializadas. Entre los servicios menos conocidos están las exposiciones bibliográficas (15%), la capacitación a usuarios (7%) y los brochures (5%) posiblemente porque la biblioteca promociona poco este servicio.

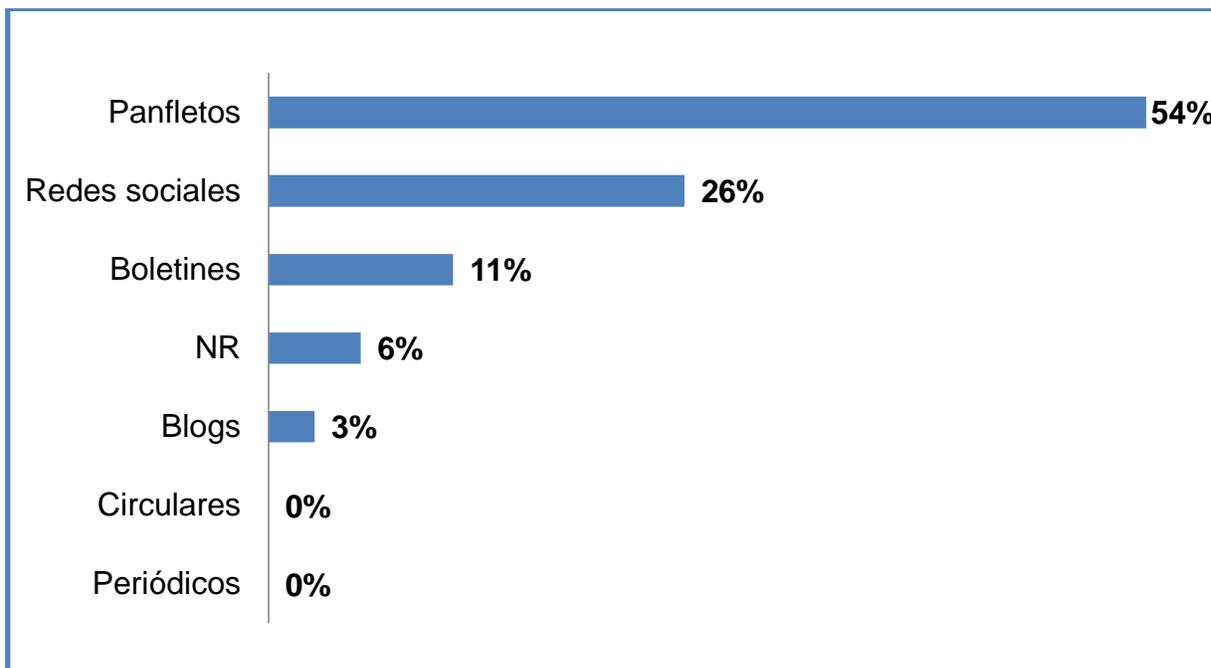
Gráfico 17. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

Como se observa en el gráfico 17, el medio de promoción de los servicios y productos que los usuarios conocen más es por la comunicación verbal, reflejado en un 76% (26 personas); asimismo mediante internet 7 personas (21%) se han enterado de los servicios y productos que la biblioteca ofrece, este resultado es interesante ya que se debe recordar que el 65% de la comunidad usuaria entrevistada afirmó tener acceso a internet desde sus casas, tan solo 1 persona afirmó conocer lo que se le ofrece por medio de la televisión. Ninguno de los entrevistados mencionó saber lo que se le brinda por medio de vía telefónica, radio, comunicación escrita u otro. Esta información ofrece una guía importante respecto al medio publicitario que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la publicidad de sus servicios.

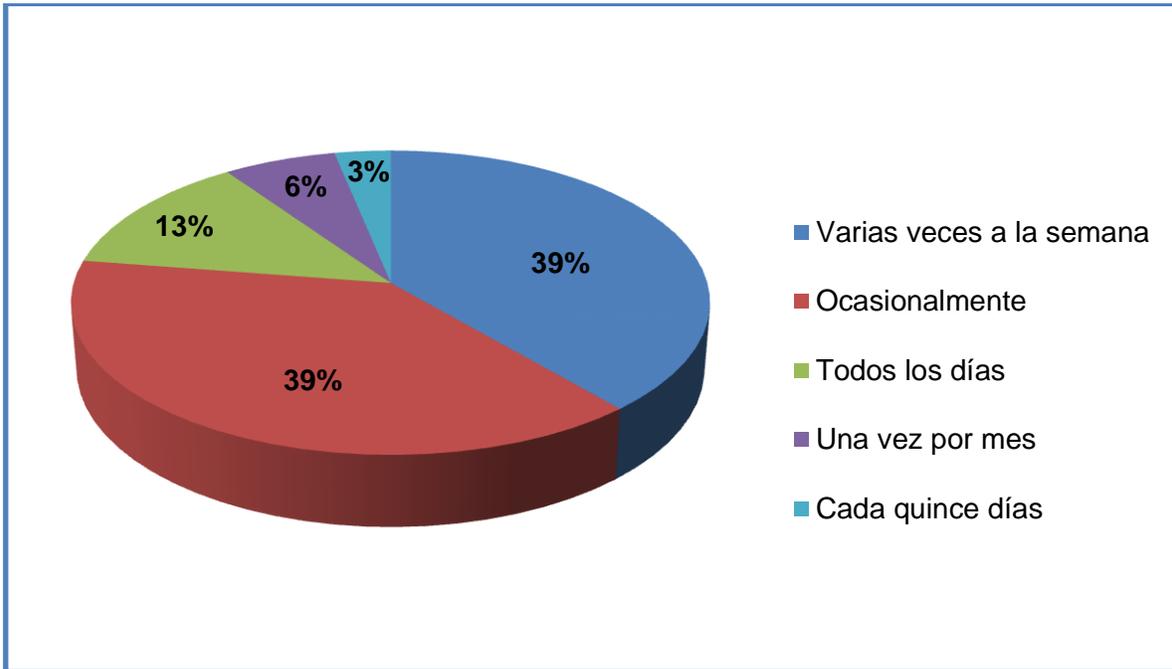
Gráfico 18. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

De acuerdo con el gráfico 18 se evidencia que la forma de promoción más conocida por los usuarios son los panfletos, lo cual corresponde a 19 personas (54%), este resultado es interesante, pues en el gráfico anterior, ningún usuario mencionó la comunicación escrita como medio de promoción de los servicios y productos. Seguidamente se encuentran las redes sociales con 26%, esto podría deberse a que la sociedad actual está totalmente inmersa en las diferentes tecnologías, desde sus celulares o distintos dispositivos móviles pueden acceder fácilmente a las redes sociales, sin importar la edad. Entre las formas de promoción menos conocidas por los usuarios están los boletines y los blogs para un 11 % y 3% respectivamente.

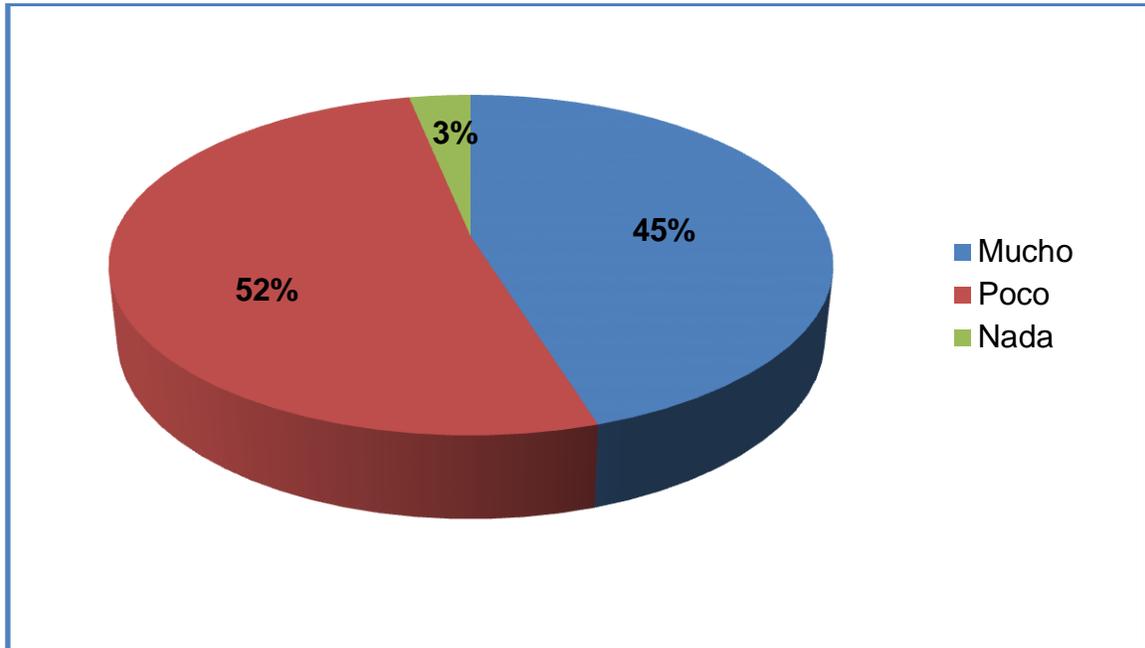
Gráfico 19. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

En el gráfico 19 en cuanto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios infantiles, un 39% indica que visita la biblioteca varias veces a la semana; de igual forma, otro 39% asiste a la biblioteca ocasionalmente, 13% afirma hacer uso de la biblioteca todos los días, 6% acude una vez por mes y tan solo un 3% menciona que utiliza la biblioteca cada quince días. De estos resultados se debe rescatar que la mayoría de los usuarios asisten con frecuencia, varias veces por semana, dada la importancia de mantener satisfecho al usuario para que por ningún motivo se desligue de la biblioteca y aprovechar esta oportunidad para buscar la forma más efectiva para divulgar lo que se brinda en la biblioteca, exponiéndoles la amplia gama de servicios y productos para que puedan utilizarlos.

Gráfico 20. Grado de conocimiento por parte sobre los usuarios de los servicios y productos que se ofrecen, Biblioteca Pública de Heredia (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada en el mes de marzo 2014.

El gráfico 20 muestra el grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, el 45% de los encuestados afirma que conoce mucho sobre lo que esta brinda. El 52% de encuestados afirma que conoce poco los servicios que ofrece la biblioteca; y tan solo el 3% dice no conocer sobre los servicios y productos.

Se observa cómo la mayoría de la comunidad usuaria afirma conocer mucho los servicios y productos que ofrece la biblioteca, lo cual se evidenció en los gráficos 15 y 16, donde se refleja el panorama mencionado, ya que los usuarios conocen los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no todo lo que la biblioteca ofrece, podría deberse a que la biblioteca no difunde con mayor fuerza los otros servicios o que el usuario no está interesado a conocer más allá de lo que necesita y usa.

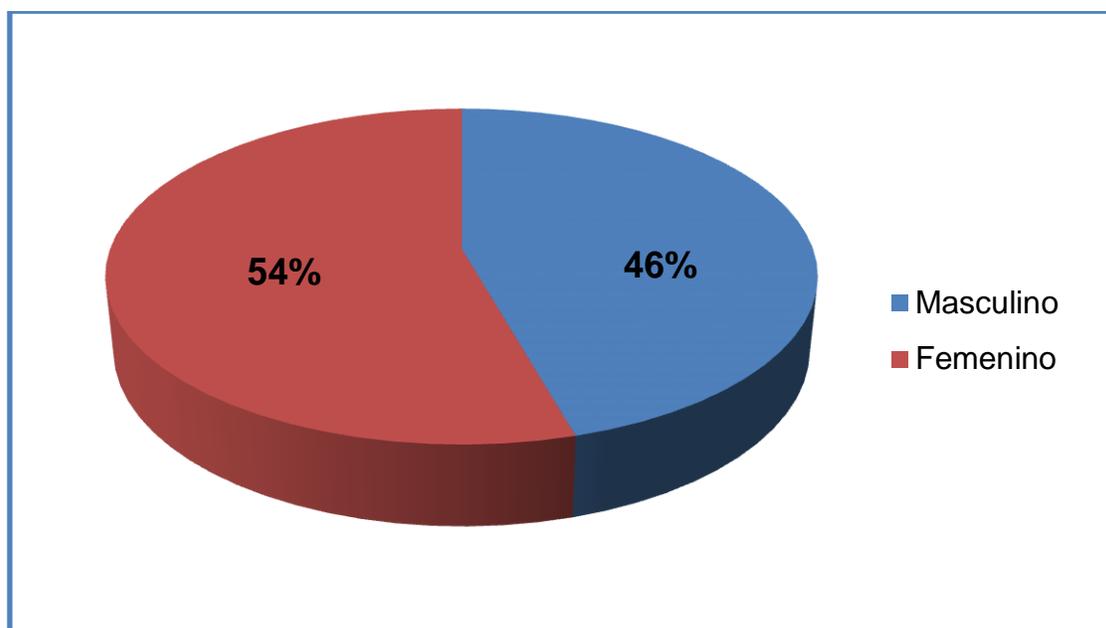
Respecto a la consulta que se realizó a los encuestados en relación con su grado de satisfacción de los productos y servicios que ofrece la biblioteca, el 100% afirma que se encuentra satisfecho con lo que se le brinda en la biblioteca.

Debido al poco el conocimiento que tienen los usuarios respecto a los servicios y productos que ofrece la biblioteca, llama la atención el alto grado de satisfacción; esto podría deberse a que al utilizar los servicios y productos que conocen no se ha presentado ningún problema y han recibido una adecuada atención por parte del personal, ya que el hecho que no conozcan todo lo ofrece que la biblioteca no quiere decir que disminuya su satisfacción.

4.2. Análisis de resultados Biblioteca de San Joaquín (Heredia, C. R.)

4.2.1. Comunidad usuaria adulta

Gráfico 21. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 21, se presenta la distribución por género de los usuarios entrevistados. De las 57 personas seleccionadas en la muestra, 26 fueron hombres (46%) y 31 mujeres (54%).

Es importante tener en cuenta que la población del cantón de San Joaquín corresponde a 7173 personas, los cuales 3701 son mujeres y 3472 son hombres. Se debe recordar que la cantidad de personas que visitan la biblioteca anualmente es de 5419 usuarios, incluyendo niños y niñas.

Cuadro 23. Características de la población usuaria, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|------------------------|----------|------------|
| TIPO DE USUARIO | | |
| Estudiantes | 25 | 44% |
| Padres o madres | 22 | 39% |
| Adulto mayor | 3 | 5% |
| Investigador | 7 | 12% |
| GÉNERO | | |
| Mujer joven | 19 | 34% |
| Hombre joven | 15 | 26% |
| Mujer adulta | 12 | 21% |
| Hombre adulto | 11 | 19% |
| EDAD | | |
| Entre 13 a 17 años | 14 | 24% |
| Entre 18 a 25 años | 9 | 16% |
| Entre 26 a 35 años | 11 | 19% |
| Entre 36 a 45 años | 9 | 16% |
| Entre 46 a 55 años | 8 | 14% |
| Entre 56 a 65 años | 5 | 9% |
| De 66 en adelante | 1 | 2% |

Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

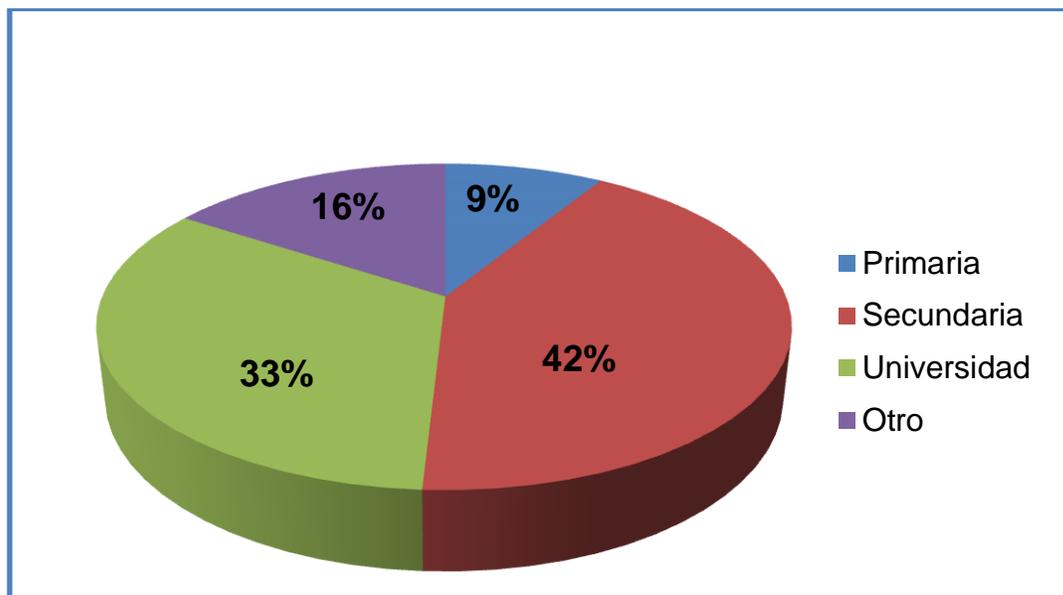
Como se observa en el cuadro 23 en el que se menciona la edad, la mayor parte de los usuarios que hacen uso presencial de los servicios de la Biblioteca de San Joaquín se encuentran entre los 13 y los 35 años (59%); el resto de la población se encuentra en el rango de los 36 a los 66 años (41%).

Según el cuadro 23 en el que se representa el género, la mayor cantidad de usuarios son mujeres jóvenes, esto corresponde a 19 personas encuestadas, para un 34%; los hombres jóvenes a 15 personas encuestadas, lo cual equivale a un 26%; las mujeres adultas encuestadas, a 12 personas, representadas por un 21% y el grupo minoritario es el de hombres adultos que incluye 11 personas encuestadas, es decir un 19%.

Como se indica en el cuadro 23 de tipo de usuario, el grupo mayoritario que visita la biblioteca son estudiantes (44%), seguido de padres o madres de familia (39%); el tipo usuario investigador está representado por el 12%, los adultos mayores que visitan la biblioteca corresponde al 5% de los entrevistados, donde se evidencia una menor cantidad con respecto a los otros tipos de usuarios.

Es una población joven, compuesta por niños, adolescentes y adultos jóvenes. Este dato es relevante para el diseño de nuevos productos y servicios, ya que deben crearse “a la medida”, de acuerdo con las necesidades de cada rango de usuarios y permitir así llenar sus necesidades de información.

Gráfico 22. Distribución de la población encuestada, según nivel, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)

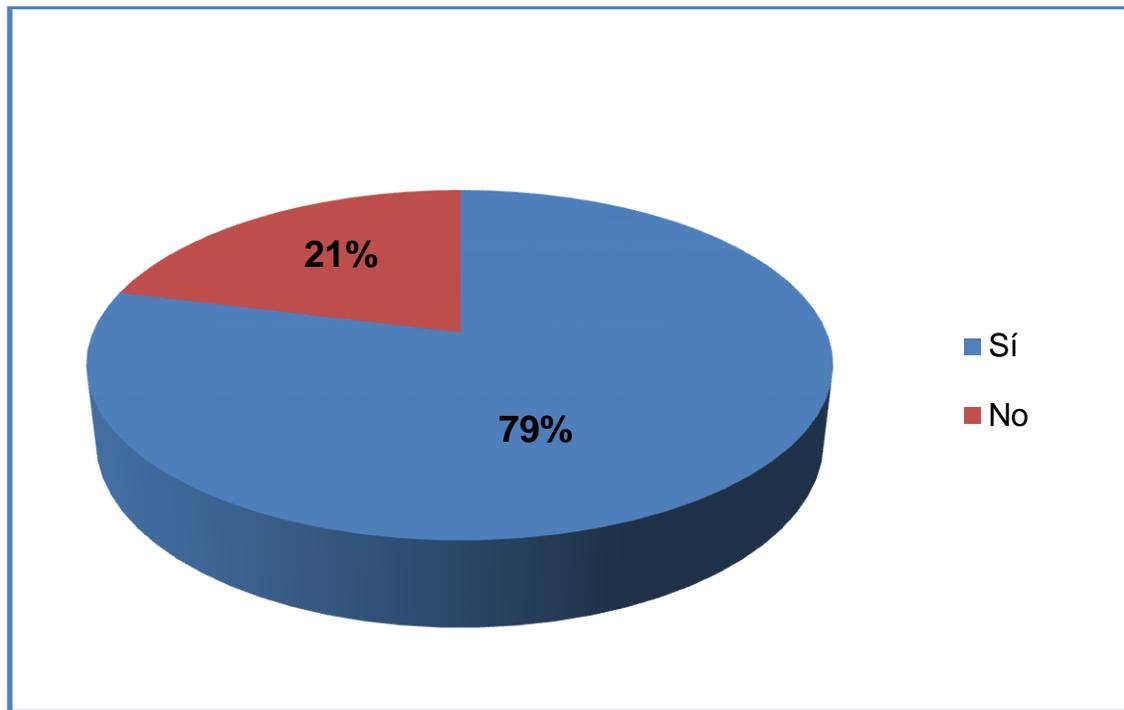


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 22, de los encuestados, 29 personas indican que poseen estudios primarios o secundarios concluidos, lo que representa un 51%. Solamente un 33% indica poseer estudios universitarios y un 16 % que tiene otros estudios.

El hecho de que un 49% de la población que visita la biblioteca posea estudios universitarios y otros estudios podría explicarse por la especialidad de la colección de la biblioteca, ya que, por ser una biblioteca pública, no incluye material bibliográfico especializado (libro, revistas), que sea de interés para el lector profesional o con estudios superiores; usualmente las bibliotecas públicas cuentan con colección muy general y de interés común.

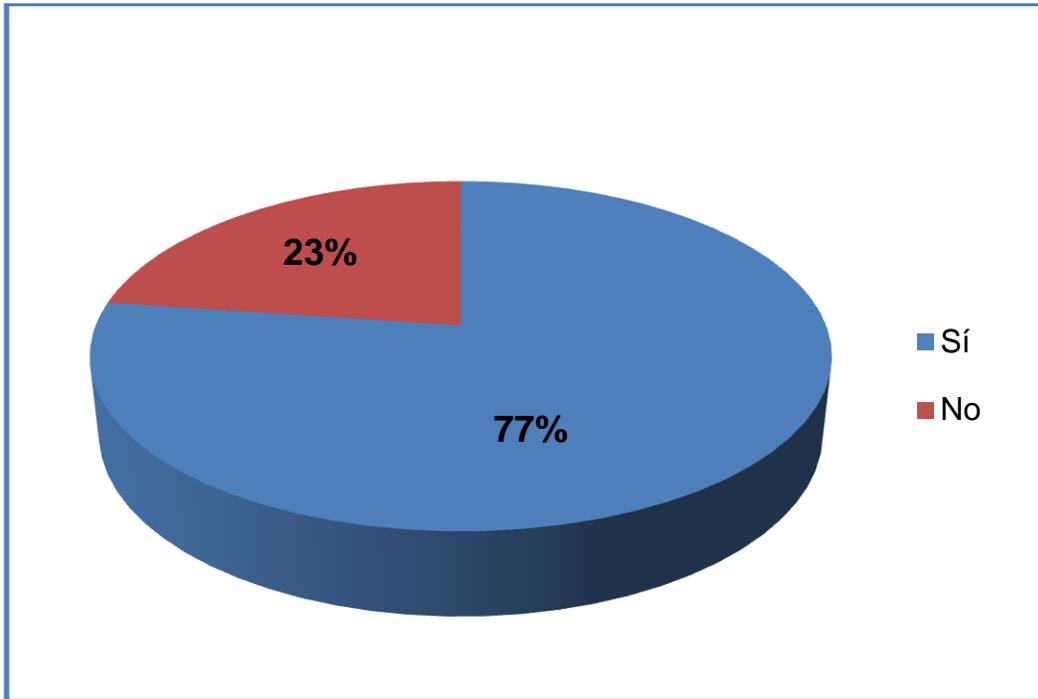
Gráfico 23. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

El gráfico 23, evidencia que la mayoría de la población usuaria tiene computadora en el hogar (79%), mientras el 21% de los encuestados no cuentan con una en su hogar.

Gráfico 24. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)

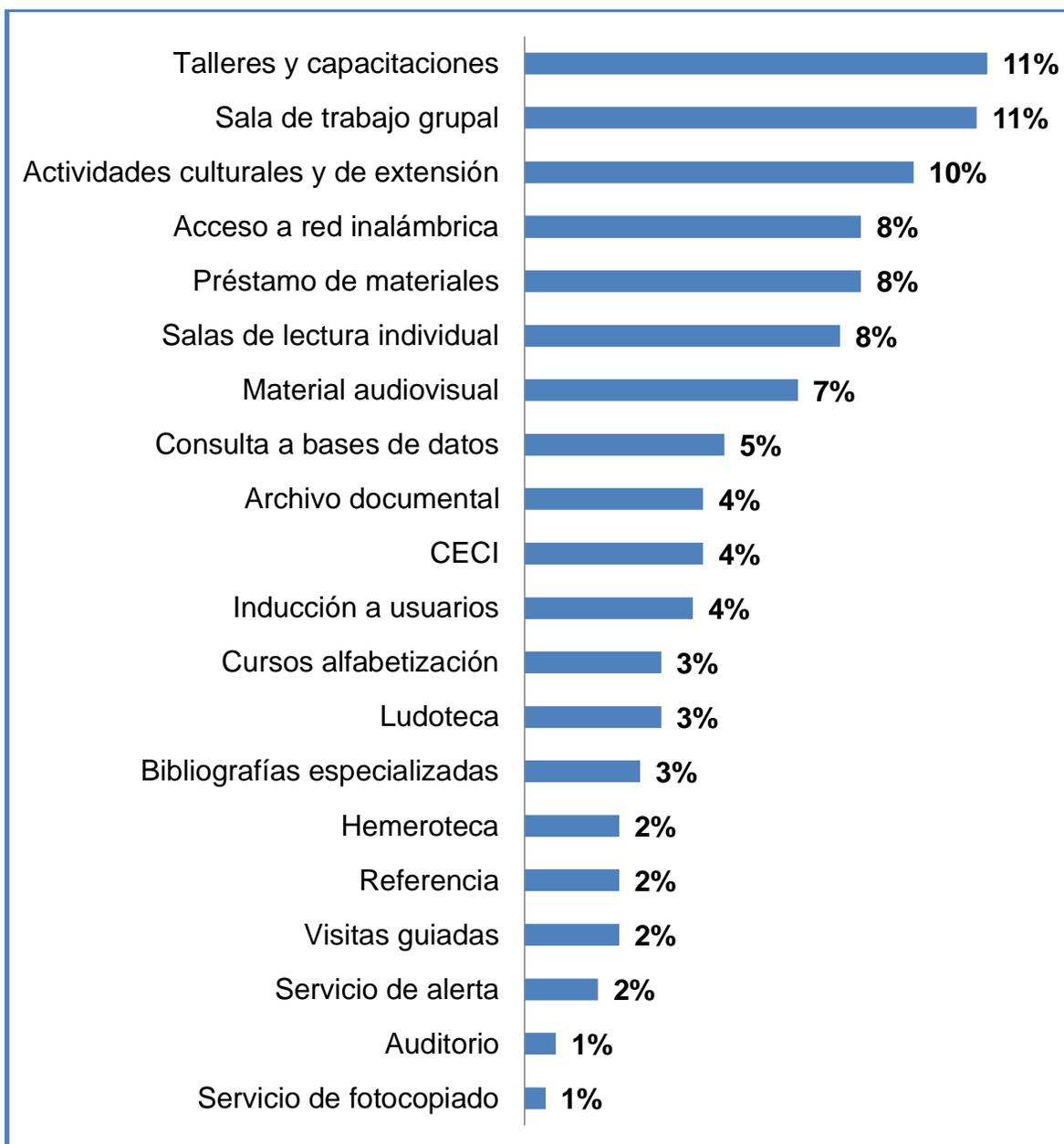


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 24, se evidencia que el 77% de los entrevistados menciona que tienen acceso a Internet desde sus casas. Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico anterior, se observa que solo un 2% de los encuestados que dicen poseer una computadora en su casa, carecen de acceso a Internet.

Esta información es relevante, ya que permitirá a la biblioteca diseñar productos y servicios en línea, para los usuarios actuales y los potenciales.

Gráfico 25. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)

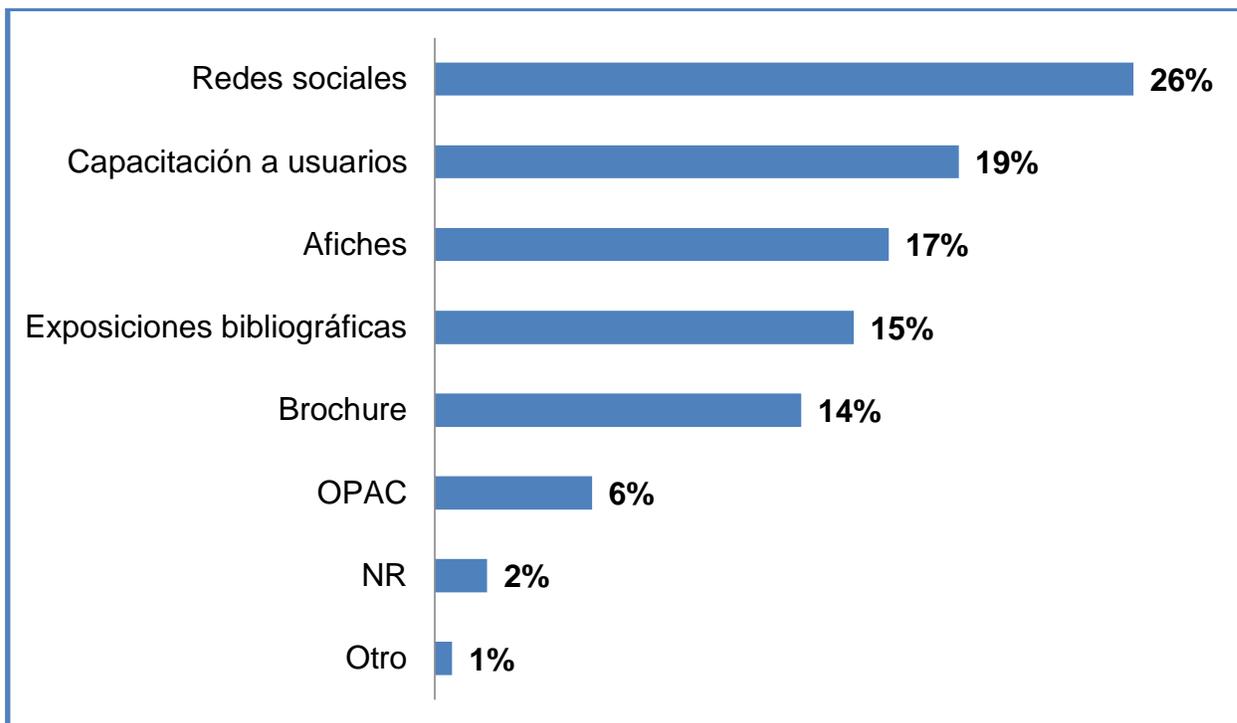


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 25, a la pregunta que se hizo a los usuarios encuestados respecto al conocimiento que tienen de los servicios que ofrece la biblioteca, 44 personas

afirman que saben que la biblioteca ofrece talleres, capacitaciones y sala de trabajo grupal, lo que representa un 22%, siendo así los servicios más conocidos por los usuarios entrevistados. El segundo servicio más conocido por los usuarios son las actividades culturales y de extensión, 37 personas afirman que saben de este servicio, representado por un 10% de la población encuestada; otros de los servicios más conocidos son el acceso a red inalámbrica y el préstamo de libros, 64 personas afirman conocerlos, representado por un 16% de la población encuestada; por otra parte los que menos conocen los usuarios son hemeroteca, referencia y visitas guiadas, solamente 27 personas (6%) los conocen. El conocimiento de los usuarios respecto al auditorio es de un 1%. Con lo anterior se rescata que la comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, o sobre los que más divulga la biblioteca, como lo son los talleres y las capacitaciones, es decir no conocen más allá de lo que requieren.

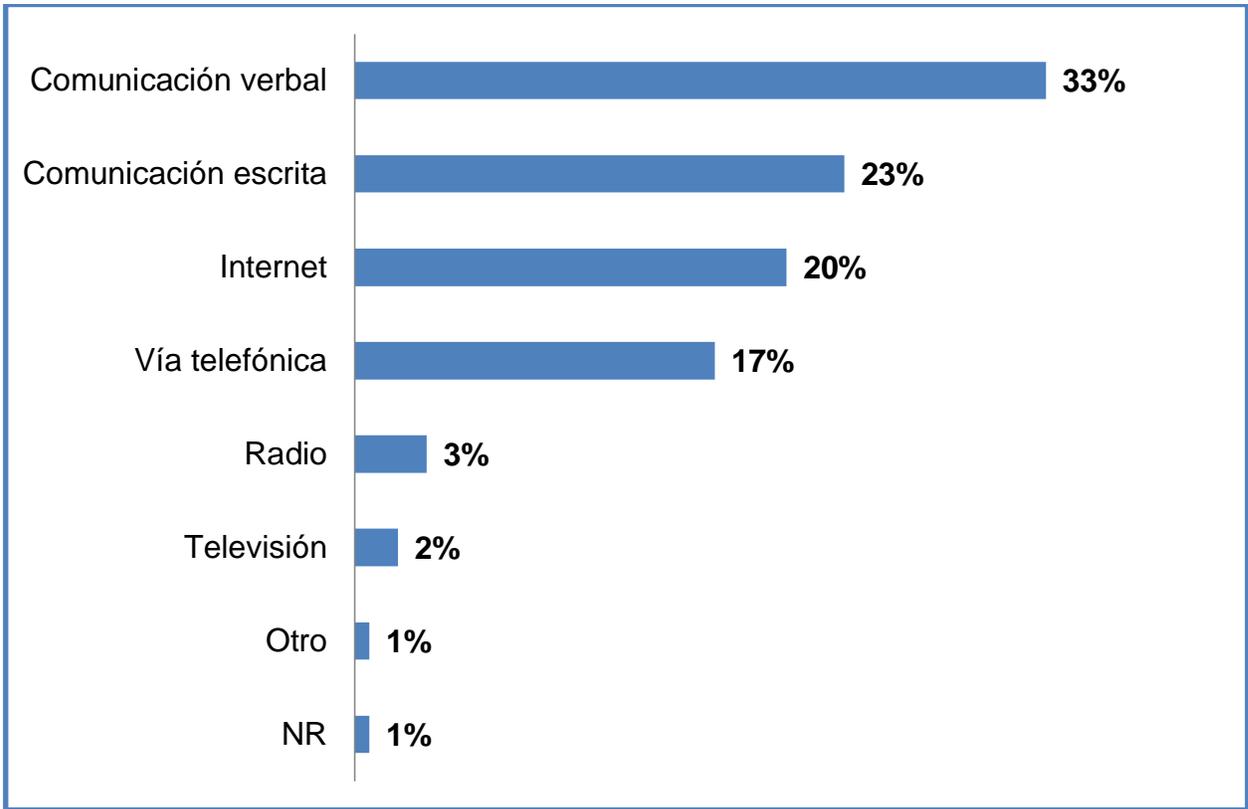
Gráfico 26. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Ante la pregunta que se realizó a los encuestados sobre su conocimiento respecto a los productos que ofrece la biblioteca, 40 personas (26%) afirman que conocen los productos de información que ofrece la biblioteca por medio de las redes sociales, por ejemplo Facebook. Respecto a la capacitación de los usuarios, 30 personas indican conocerlos (19%). Los menos conocidos son el acceso al OPAC, con 9 personas (6%); solo una persona (1%), indica tener conocimiento de la biblioteca por otros medios que no son los mencionados en el cuestionario.

Gráfico 27. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



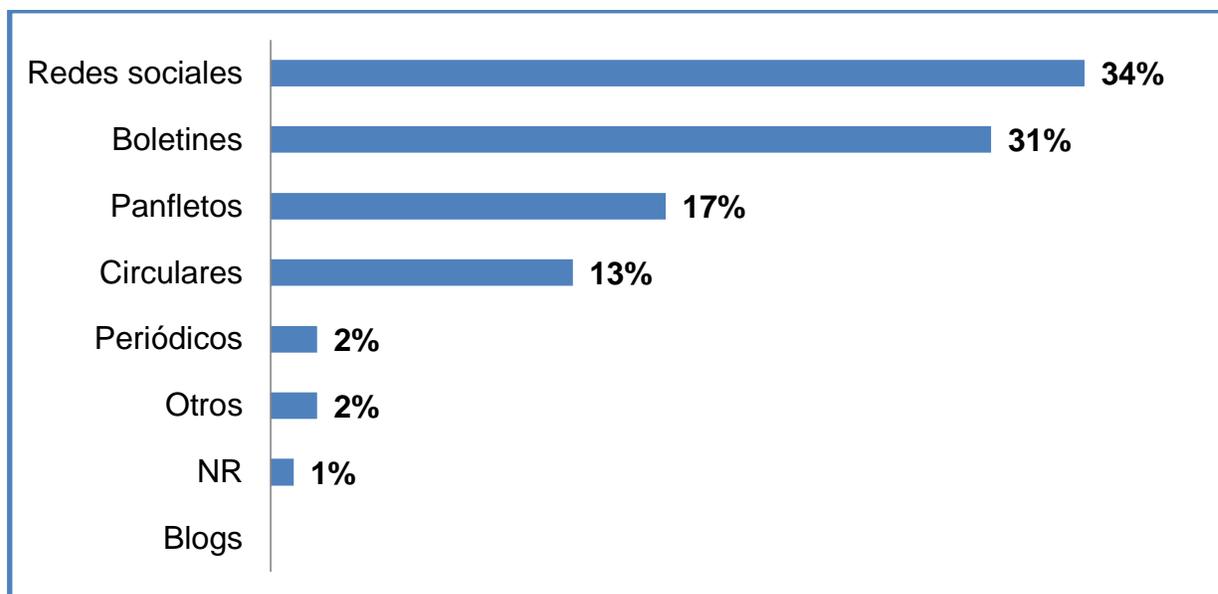
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el gráfico anterior, el medio de promoción que los usuarios consideran más efectivo es la comunicación verbal, reflejado por un 33% (48 personas). Respecto al acceso a información impresa para conocer sobre la biblioteca, un 23% considera una forma efectiva.

El 20% (30 personas), considera que la promoción de servicios por Internet es una forma efectiva de conocer sobre los servicios y productos que brinda la biblioteca, hay que recordar que un 77% de los encuestados indicó que accede a Internet desde sus hogares, esto da valor a los resultados obtenidos.

En relación con la publicidad de los servicios y productos que podría ofrecer la biblioteca por radio y televisión, solo 8 personas la consideran efectiva (5%). Esta información ofrece una clave importante respecto al medio publicitario que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la divulgación de sus servicios.

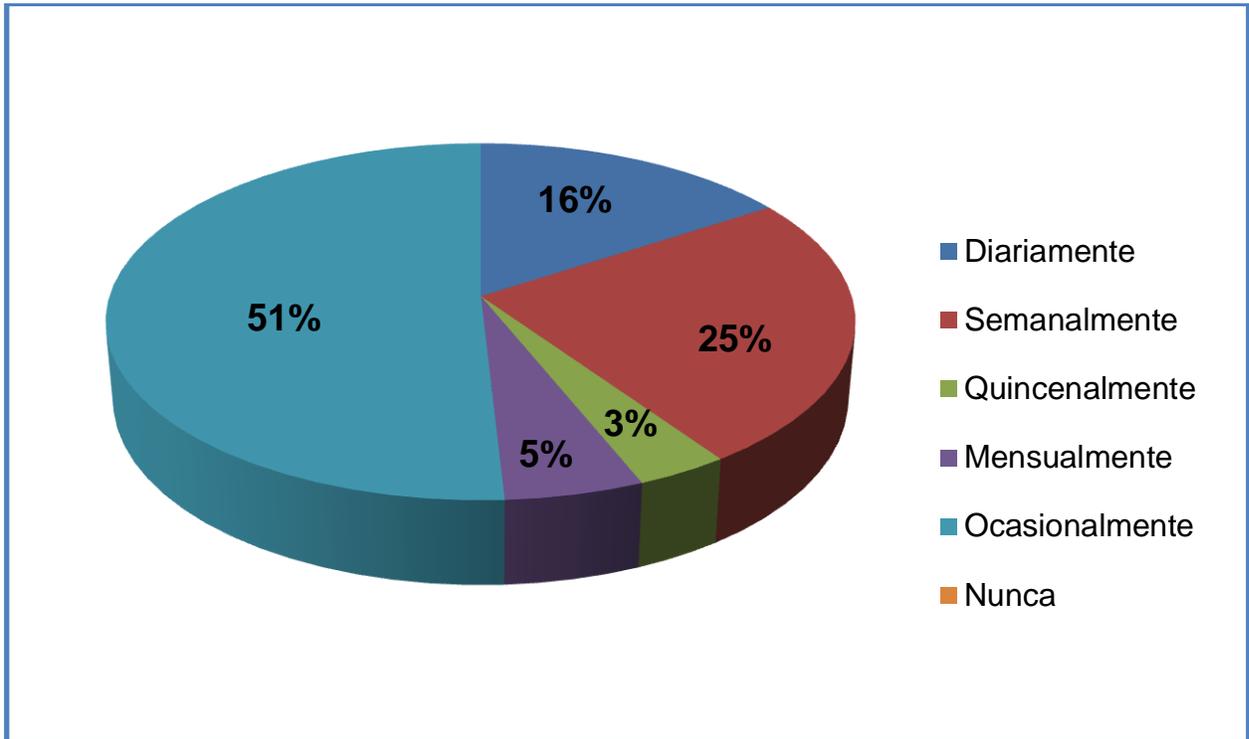
Gráfico 28. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

De acuerdo con el gráfico 28, la forma de promoción más utilizada por los usuarios son las redes sociales, lo cual corresponde a 35 personas, esto podría deberse a que la mayoría de los usuarios cuenta con computadora y acceso a internet desde sus casas. Las formas de promoción menos utilizadas por los usuarios son los periódicos y otros medios no mencionados, los blogs no son una forma de promoción ya que no se está actualizando ni alimentando constantemente, este desconocimiento podría ser resultado de la forma de promoción que más utiliza la biblioteca y no necesariamente por la que conoce y utiliza el usuario.

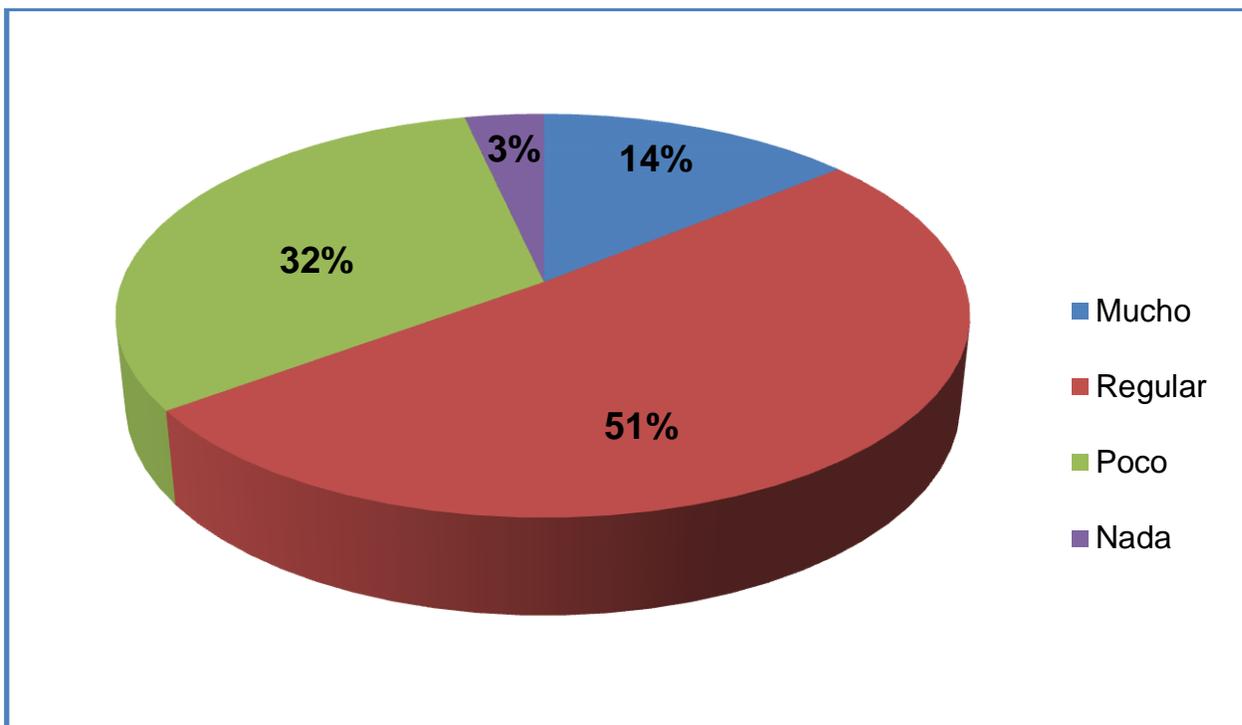
Gráfico 29. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios, un 51% indica que visita la biblioteca ocasionalmente. Un 25% menciona que va a la biblioteca una vez por semana; el 16% recurre a los servicios diariamente; un 8% señala que visita la biblioteca una vez por semana o por quincena. De estos resultados se rescata que la mayoría de los usuarios asiste a la biblioteca ocasionalmente, acá es importante ayudar al usuario a que no se desligue completamente de la biblioteca, ofreciéndole una gran gama de servicios y productos que contribuyan a que esté siempre en contacto y que de esta forma sientan la necesidad de asistir frecuentemente.

Gráfico 30. Grado de conocimiento de los servicios y productos por parte de los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)

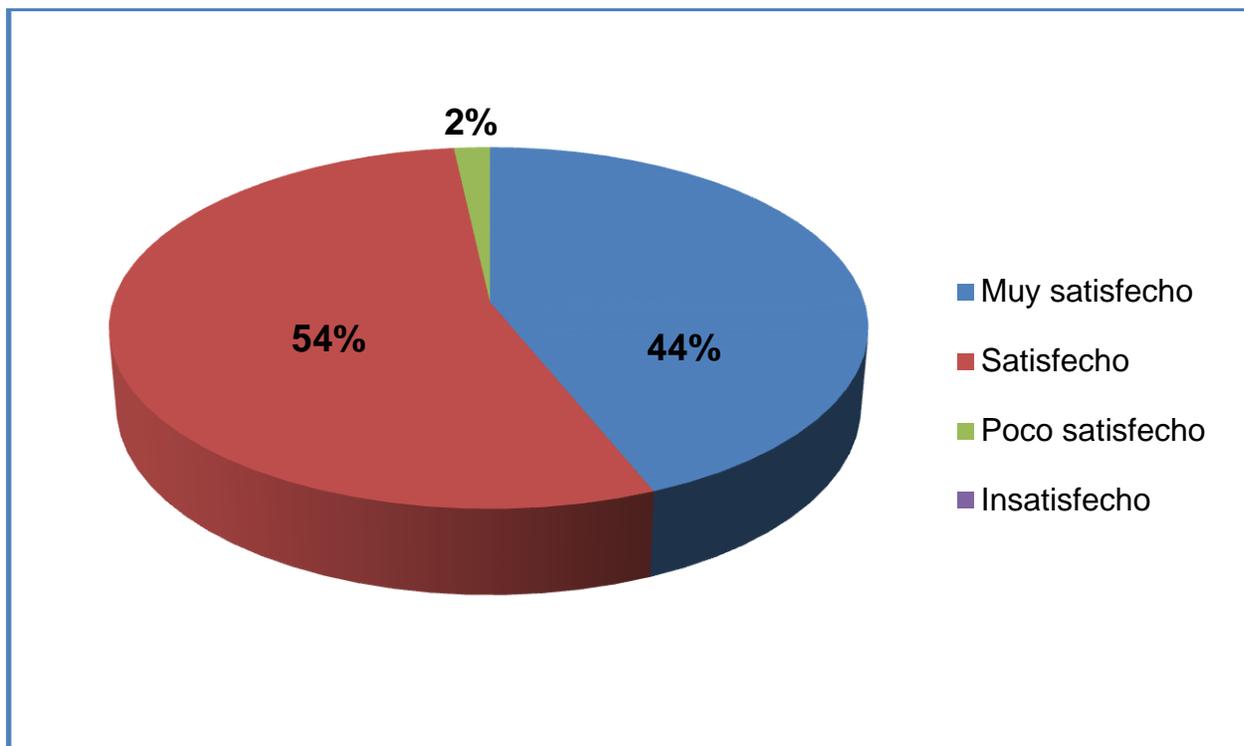


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto al grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, solo el 14% de los encuestados afirma que conoce mucho. El resto de los encuestados (86%) afirma que los conoce poco o que no conocen los servicios que ofrece la biblioteca.

Se observa cómo la mayoría de la comunidad usuaria afirma no conocer al 100% los servicios y productos que ofrece la biblioteca, con esto se puede ver en los gráficos 25 y 26 cómo se refleja el panorama mencionado, ya que los usuarios conocen los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no conocen todo lo que la biblioteca ofrece, podría deberse a que la biblioteca no promociona ni los difunde con mayor fuerza o que el usuario no está interesado a conocer más allá de lo que necesita y usa.

Gráfico 31. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



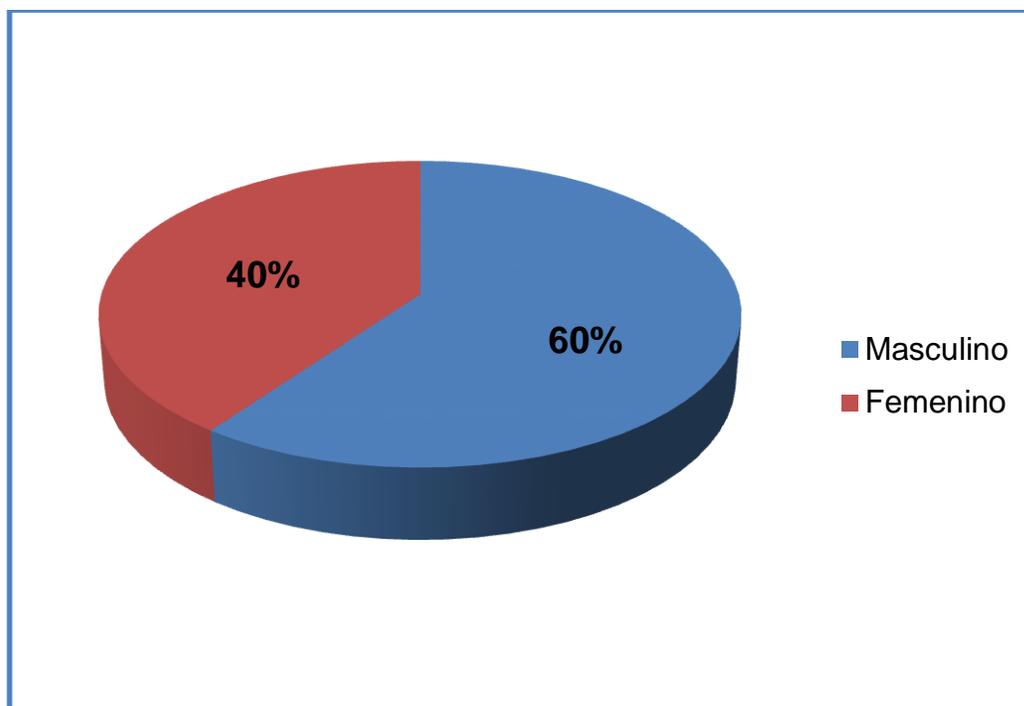
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Respecto a la consulta que se realizó a los encuestados en relación con su grado de satisfacción de los productos y servicios que ofrece la biblioteca, un 98% afirma que se encuentra satisfecho o muy satisfecho; solo un 2% indica que está poco satisfecho.

El grado de satisfacción tan alto de los usuarios llama la atención, ya que es poco el conocimiento que tienen respecto a los servicios y productos que ofrece la biblioteca; como se mencionaba en el gráfico 34 el 86% de los encuestados conoce poco o nada de los servicios y productos, a pesar del desconocimiento, la satisfacción es bastante elevada, podría ser porque al utilizar los servicios y productos que conocen no han presentado ningún problema y han recibido una adecuada atención por parte del personal.

4.2.2. Comunidad usuaria infantil

Gráfico 32. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 32 se presenta la distribución por género de los usuarios entrevistados; de los 20 niños y niñas seleccionadas en la muestra, 12 fueron hombres (60%) y 8 mujeres (40%).

Es importante recordar que la biblioteca de San Joaquín recibe anualmente un aproximadamente de 846 niños y 572 niñas.

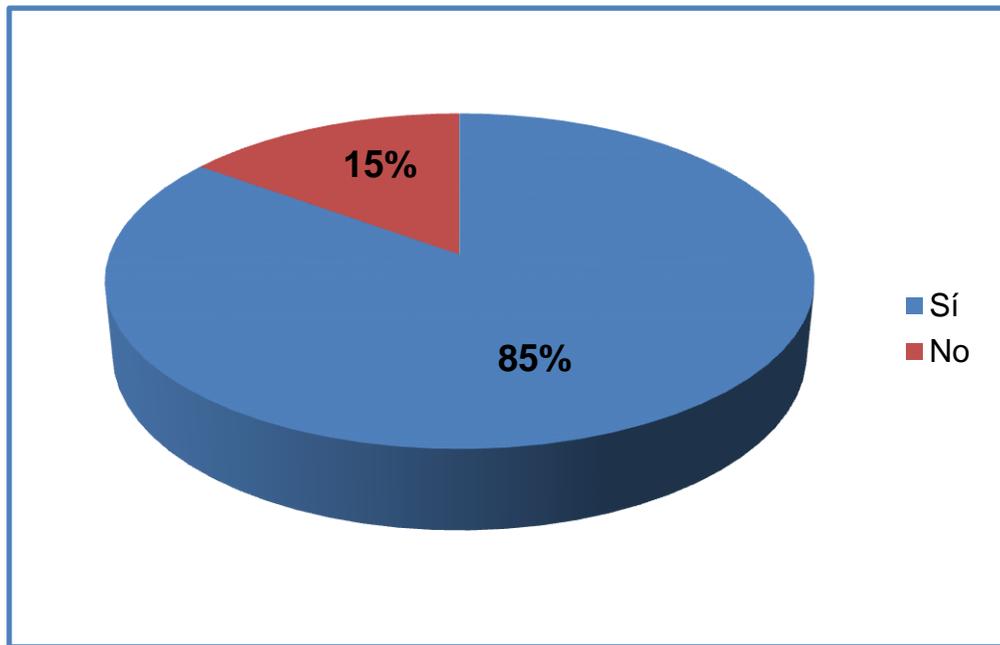
Cuadro 24. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------------|----------|------------|
| ESCOLARIDAD | | |
| Primero | 5 | 25% |
| Segundo | 3 | 15% |
| Tercero | 2 | 10% |
| Cuarto | 2 | 10% |
| Quinto | 6 | 30% |
| Sexto | 2 | 10% |
| EDAD | | |
| 6 años | 5 | 25% |
| 8 años | 3 | 15% |
| 9 años | 3 | 15% |
| 10 años | 3 | 15% |
| 11 años | 6 | 30% |

Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en la cuadro 24 en el que se menciona la edad, la mayor parte de personas que hacen uso de los servicios de la biblioteca de San Joaquín son usuarios con 11 años de edad lo que equivale al 30%; seguidamente los niños y niñas de 6 años de edad correspondiente a un 25% y un 45% es representado por población entre los 8 a 10 años de edad. Los niños y niñas de 7 años no se reflejan en la biblioteca, esto podría deberse a que no se realizan actividades de interés para la edad de estos usuarios. Como se indica en el cuadro 24 de escolaridad, los grupos mayoritarios de usuarios que visitan la biblioteca son niños y niñas de quinto grado, el 30%; niños y niñas de primer grado, el 25%; niños y niñas de segundo grado un 15 % y finalmente el 30% son niños y niñas de tercero, cuarto y sexto grado.

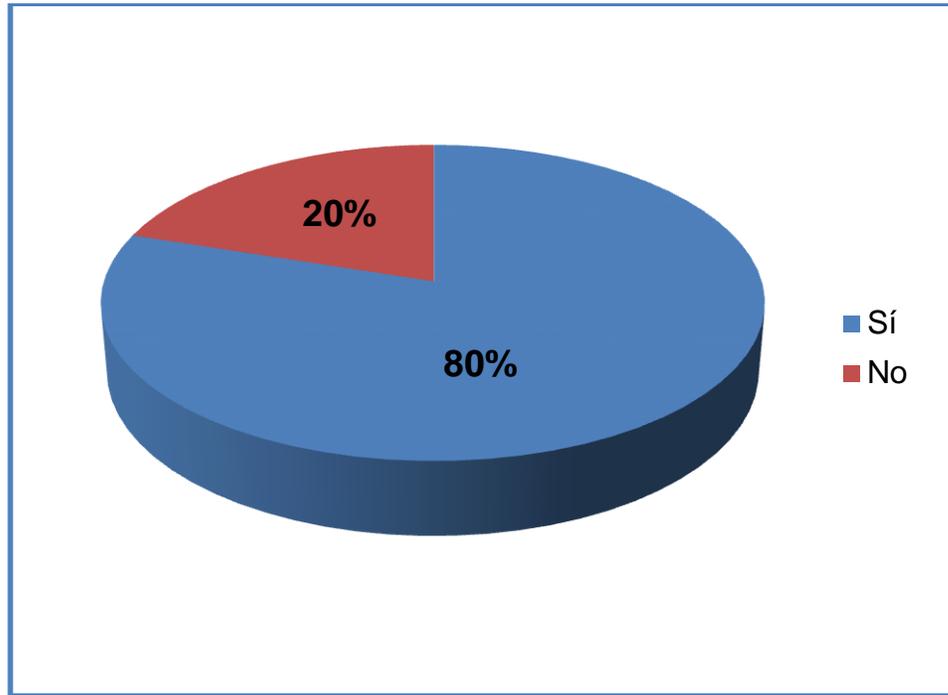
Gráfico 33. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 33 se evidencia que la mayoría de la población infantil cuenta con computadora en el hogar (85%), cabe mencionar que muchos niños y niñas afirmaban que la computadora existente en el hogar pertenece a algún adulto, un 15% de los encuestados menciona que no posee computadora en el hogar, lo cual es equivalente a 3 personas.

Gráfico 34. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca San Joaquín (Heredia, C. R.)

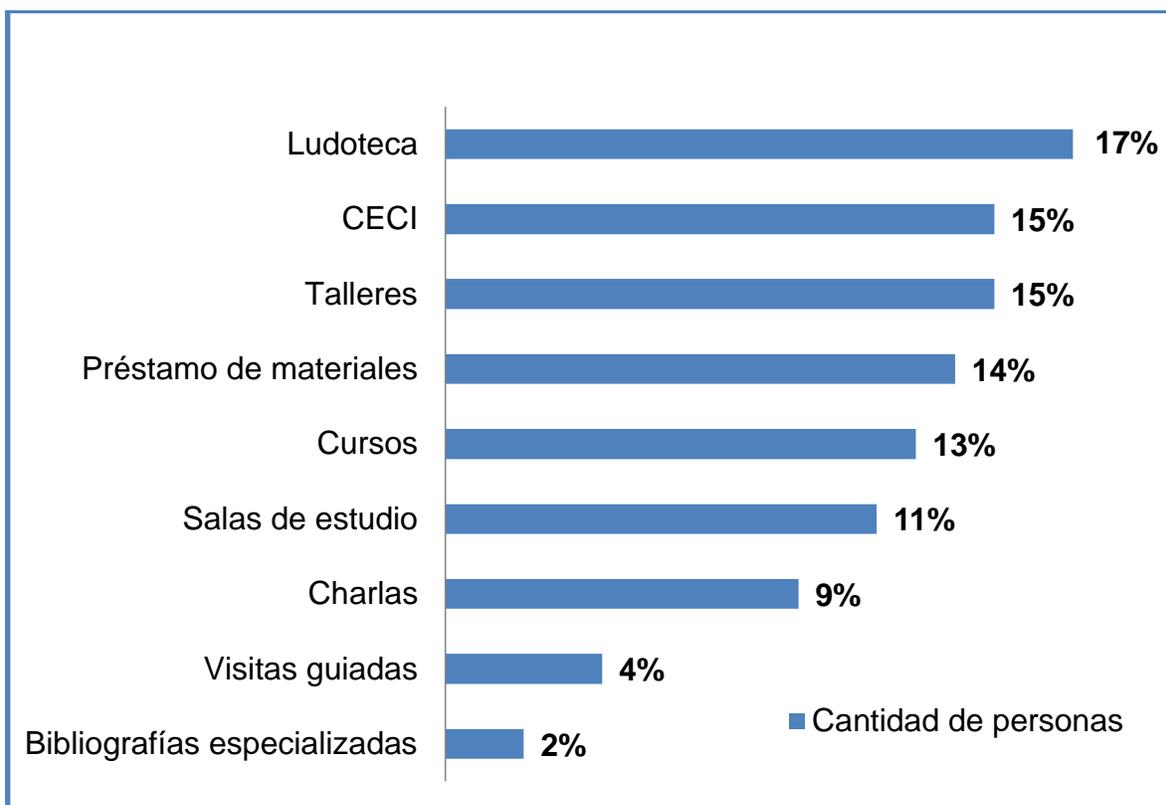


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

El gráfico evidencia que la mayoría de la población usuaria infantil, el 80% de los entrevistados, menciona que tiene acceso a Internet desde sus casas, tan solo el 20% no tienen acceso. Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico anterior, se observa que solamente un niño o niña de los que dicen tener computadora en su hogar, no tiene acceso a internet.

Esta información es relevante, ya que la biblioteca podrá explotar más la promoción y difusión de productos y servicios en línea, siempre orientados a esta comunidad usuaria, ya que varios usuarios cuentan con acceso a internet.

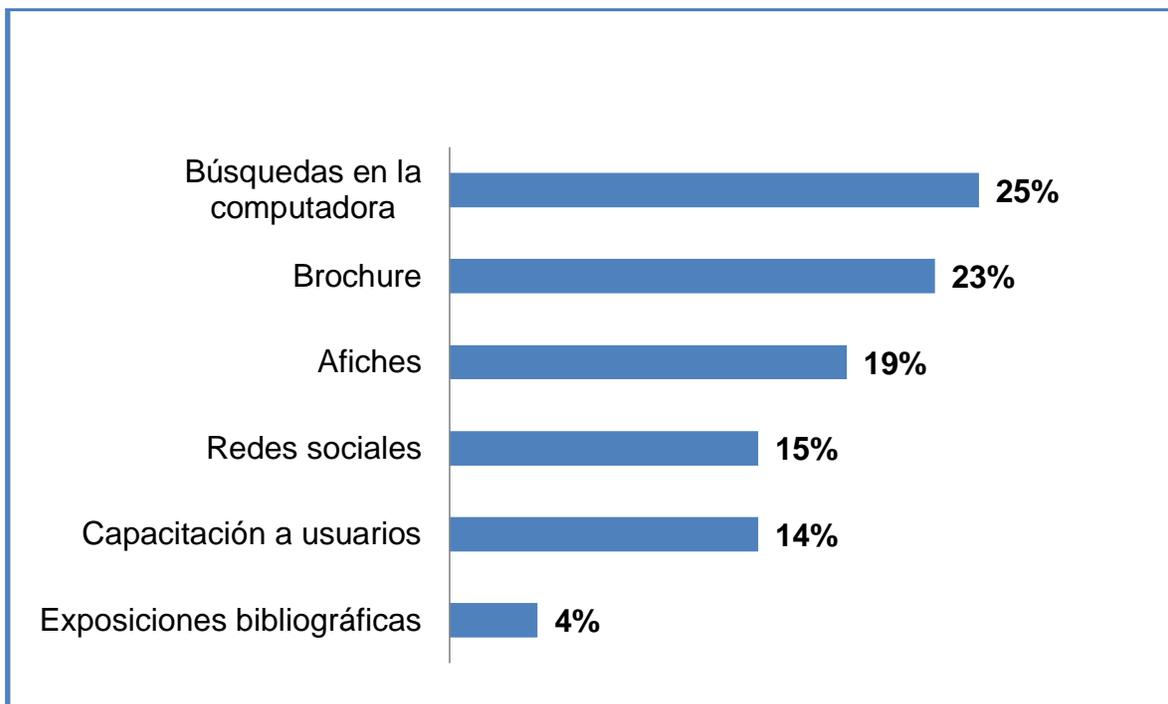
Gráfico 35. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

De los 20 usuarios encuestados, se les cuestionó el conocimiento que tienen respecto a los servicios que ofrece la biblioteca, los más populares y conocidos para la población son la ludoteca, que implica al 17% de los usuarios, el Centro Comunitario Inteligente (CECI) y los talleres representados con el 30% de los usuarios y el préstamo de materiales con el 14% de los usuarios; las charlas, las visitas guiadas y las bibliografías especializadas son los servicios menos conocidos, representados con 9%, 4% y 2% respectivamente. Se puede rescatar que la comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, o sobre los que más divulga la biblioteca, es decir no conocen más allá de lo que solicitan.

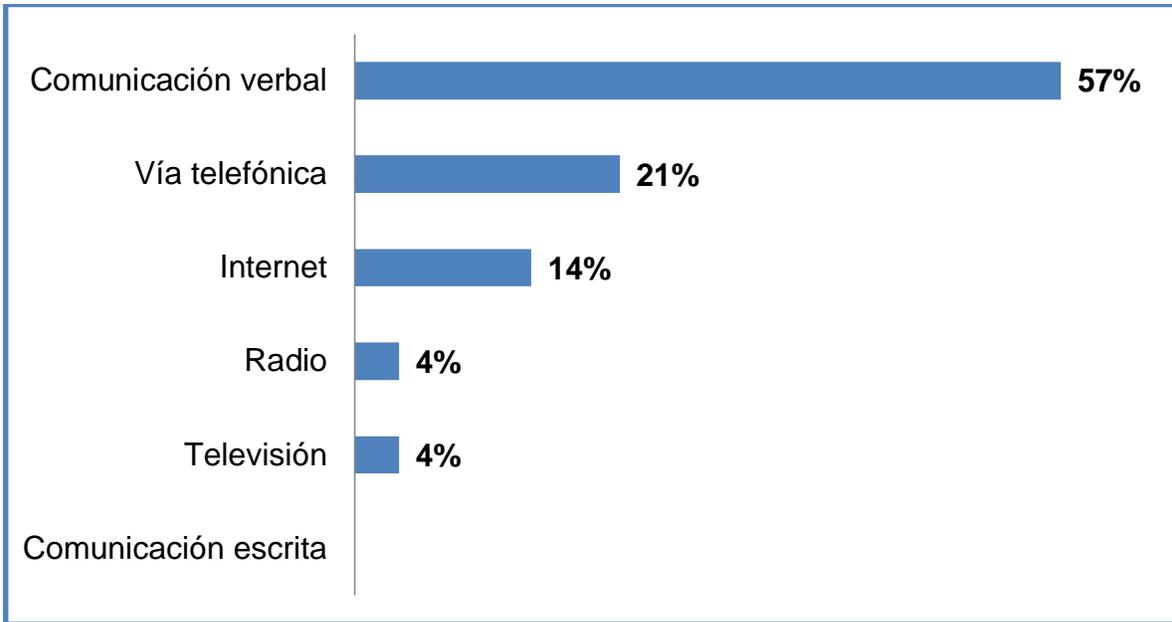
Gráfico 36. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrece la Biblioteca de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Ante la pregunta que se realizó a los encuestados sobre su conocimiento respecto a los productos que ofrece la biblioteca, 12 personas (60%) afirman que conoce los productos de información que ofrece la biblioteca entre ellos las búsquedas en la computadora, 12 personas representadas con un 25%; 11 usuarios (23 %) conocen los brochures, 9 usuarios (19%) afirman conocer los afiches; 14 usuarios afirman conocer las redes sociales y la capacitación de usuarios, estos representados con un 29%. En cuanto a las exposiciones bibliográficas, es la menos conocida, solamente dos usuarios, representados con un 4% indica conocerlas.

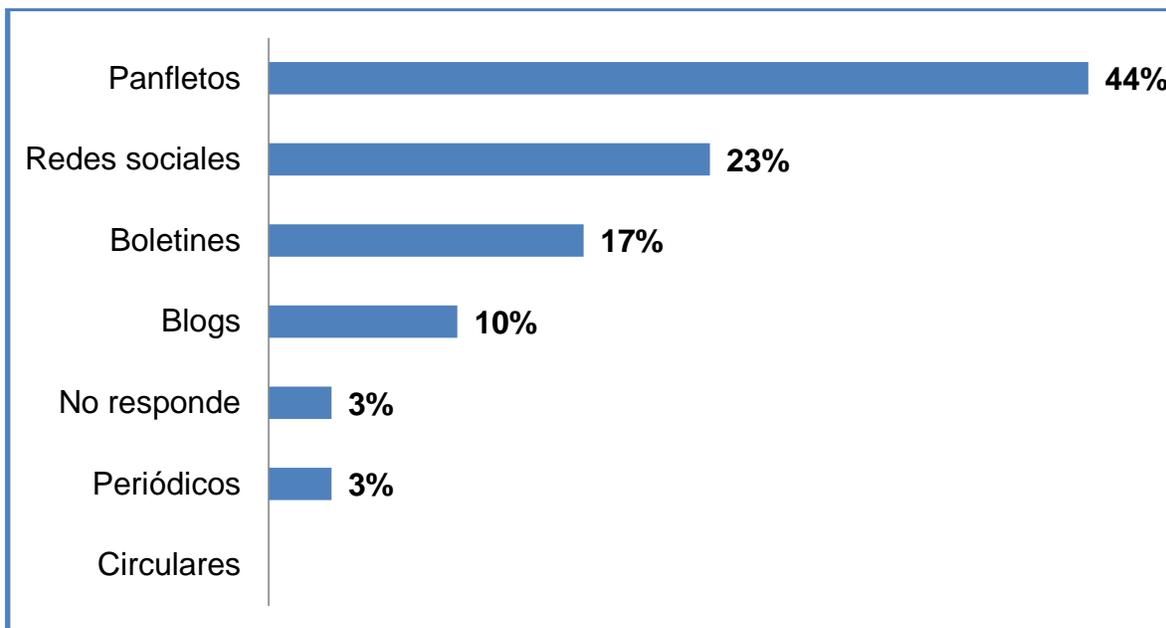
Gráfico 37. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el gráfico 37, el medio de promoción que los usuarios consideran más efectivo es la comunicación verbal, reflejado por el 57% (16 personas). Por otra parte, los usuarios reconocen que por vía telefónica e internet son medios oportunos para dar a conocer los productos y servicios que brinda la biblioteca, ya que para ambos se obtuvo un 35%. Respecto a la radio y televisión, solo el 8 % (2 personas) los consideran una forma efectiva. Esta información ofrece una guía importante respecto al medio de divulgación que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la publicidad de sus servicios.

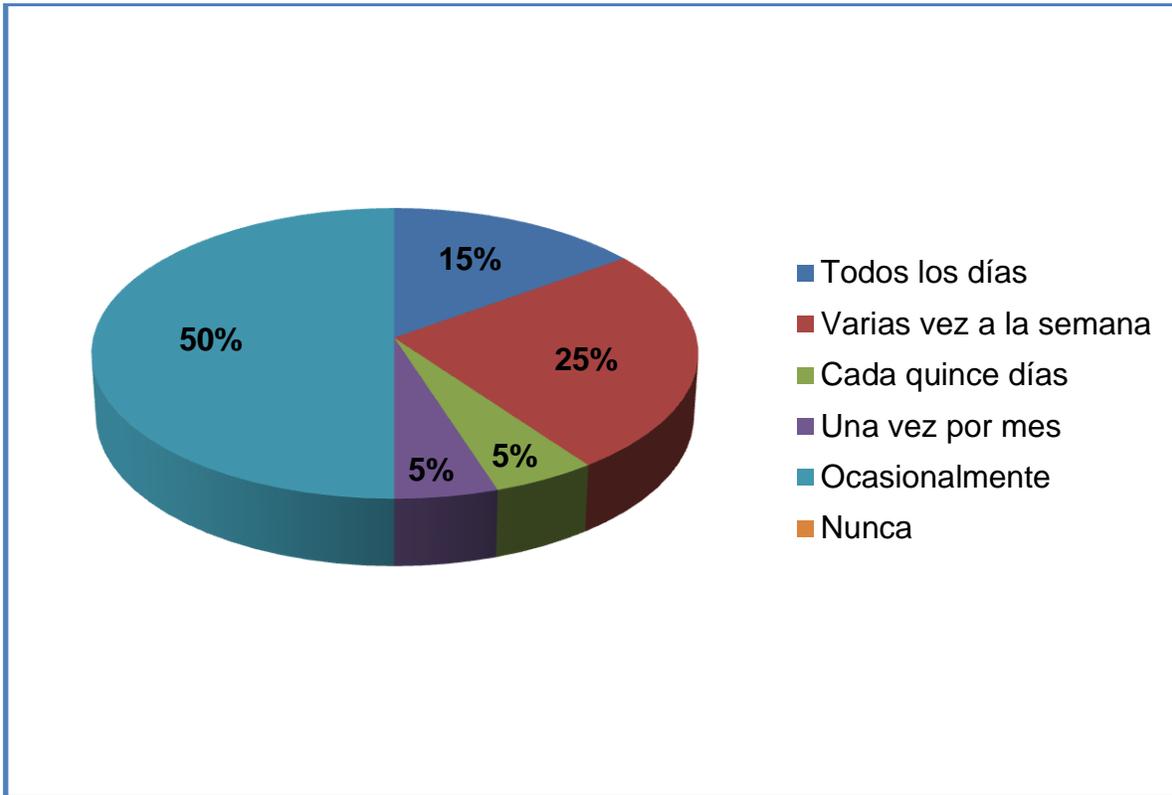
Gráfico 38. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Entre las formas de promoción de acuerdo con el gráfico 38, la más conocida por los usuarios son los panfletos con 44% (13 personas), seguida por las redes sociales con 23% (7 personas) y los boletines 17% (75 personas), las formas de promoción menos utilizadas por los usuarios son los blogs y los periódicos, 10% y 3% respectivamente; las circulares ni siquiera son mencionados por los usuarios y solamente un usuario 3% se abstiene de responder a la pregunta.

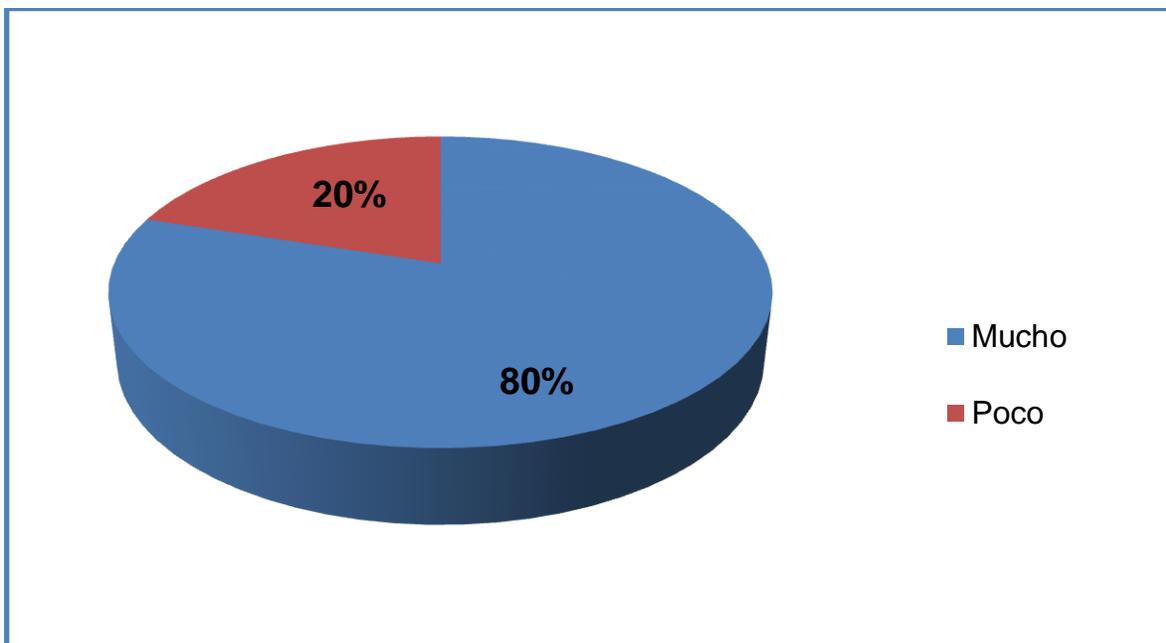
Gráfico 39. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios, un 50% indica que visita la biblioteca ocasionalmente (10 personas). Un 25% menciona que va a la biblioteca varias veces a la semana (5 personas); el 15% hace uso de los servicios todos los días (3 personas) y solamente el 10% equivalente a dos personas hacen uso de la biblioteca cada 15 días o una vez al mes. Es importante destacar que la mayoría de usuarios asisten a la biblioteca ocasionalmente, por lo que es importante mantenerlos satisfechos para que por ningún motivo se desliguen de la biblioteca y sigan frecuentándola y utilicen todos los servicios y productos que esta les brinda.

Gráfico 40. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la Biblioteca por parte de los usuarios, Biblioteca Pública de San Joaquín (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto al grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, el 80% de los encuestados (12 personas) afirma que conoce mucho. El resto de los encuestados, 8 personas (20%), afirma que conoce poco los servicios que ofrece la biblioteca.

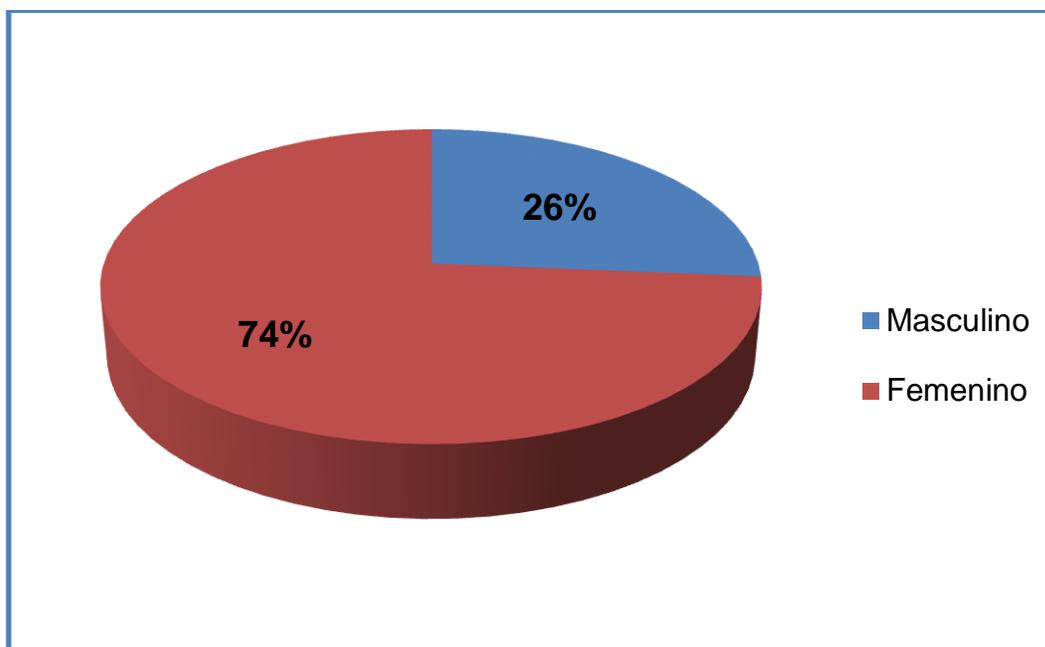
Con este gráfico se evidencia cómo la mayoría de la comunidad usuaria afirma conocer mucho los servicios y productos que ofrece la biblioteca; en los gráficos 35 y 36 se refleja lo anterior, ya que los usuarios señalan conocer los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no conocen todo lo que la biblioteca ofrece, esto podría deberse a que la biblioteca no difunde todos servicios o que el usuario no está interesado en conocer más allá de lo que necesita y usa.

En cuanto al grado de satisfacción por parte de los usuarios hacia los productos y servicios que ofrece la biblioteca, el 100% afirma que se encuentra satisfecho, esto llama la atención ya que el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios y productos que se les ofrecen es bastante elevado, esto podría deberse a que al utilizar los servicios y productos que conocen no se haya presentado ningún problema, ya que han recibido una adecuada atención por parte del personal de la biblioteca.

4.3. Análisis de resultados Biblioteca de Paracito (Heredia, C. R.)

4.3.1. Comunidad usuaria adulta

Gráfico 41. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 41 se presenta la distribución por género de los usuarios entrevistados. De las 38 personas seleccionadas en la muestra, 10 fueron hombres (26%) y 28 mujeres (74%).

Es importante tener en cuenta que la población del cantón de Paracito corresponde a 2231 personas, 1117 son mujeres y 1114 son hombres. De acuerdo con las estadísticas de la biblioteca, en promedio 439 usuarios hacen uso de la Institución, tomando en cuenta niños y niñas.

Cuadro 25. Características de la población usuaria, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|------------------------|----------|------------|
| TIPO DE USUARIO | | |
| Estudiantes | 17 | 45% |
| Padres o madres | 17 | 45% |
| Adulto mayor | 4 | 10% |
| GÉNERO | | |
| Mujer joven | 8 | 21% |
| Hombre joven | 5 | 13% |
| Mujer adulta | 20 | 53% |
| Hombre adulto | 5 | 13% |
| EDAD | | |
| Entre 13 a 17 años | 7 | 18% |
| Entre 18 a 25 años | 5 | 13% |
| Entre 26 a 35 años | 1 | 3% |
| Entre 36 a 45 años | 8 | 21% |
| Entre 46 a 55 años | 7 | 18% |
| Entre 56 a 65 años | 9 | 24% |
| De 66 en adelante | 1 | 3% |

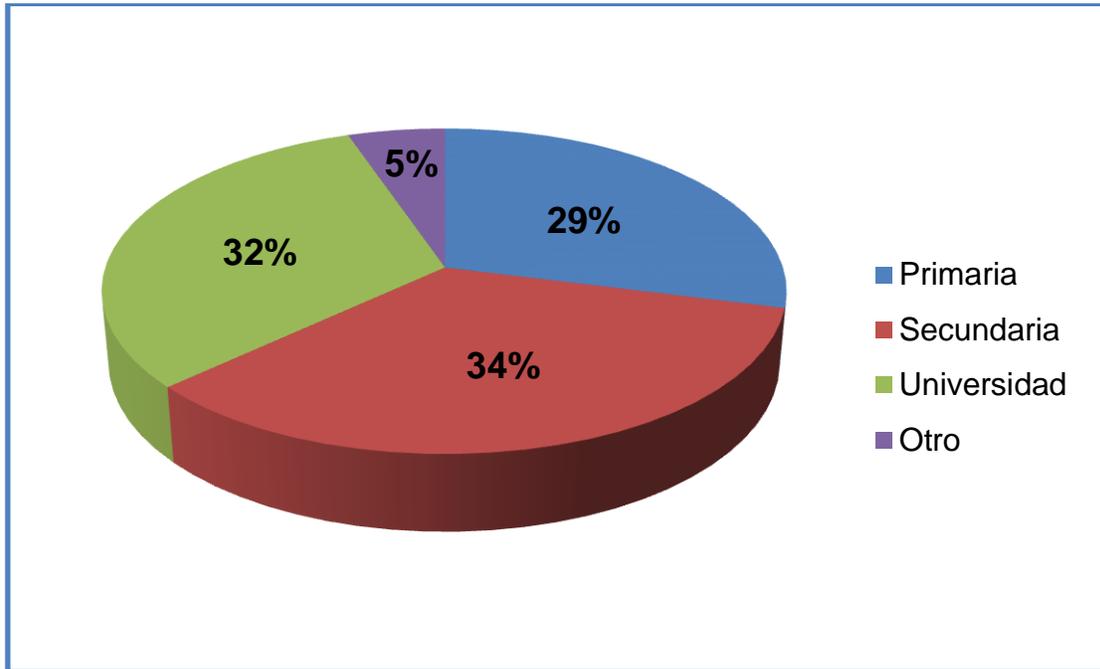
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el cuadro 25, la mayor parte de los usuarios que utilizan de forma presencial los servicios de la biblioteca de Paracito se encuentra entre los 56 y 65 años y entre los 36 y los 45 años (45%); seguida de la población entre los 13 a 17 años y entre los 46 a los 65 años (36%). El 13% en cuanto a la edad está entre los 18 a 25 años de edad. El resto de la población se encuentra en el rango de los 26 a 35 años y de 66 años adelante (6%).

Según el cuadro 25 en el que se representa el género, la mayor cantidad de usuarios son mujeres adultas, esto corresponde a 20 personas encuestadas, representado por un 53%; las mujeres jóvenes a 8 personas encuestadas, lo cual equivale a un 21%; los hombres jóvenes y adultos encuestadas corresponden a 10 personas, representados con un 26%.

Como se indica en el cuadro 25 de tipo de usuario, los grupos mayoritarios de usuarios que visitan la biblioteca son estudiantes y padres o madres de familia (90%), el tipo usuario adulto mayor se representa por el 10%; como se puede observar el investigador no es un usuario potencial en la biblioteca, podría deberse al tipo de acervo bibliográfico con el que cuenta la biblioteca, ya que no es especializado en ningún área o tema, la colección es de interés común y general. Es una población en la cual predominan las mujeres jóvenes y adultas con un 74%, este dato es relevante para el diseño de nuevos productos y servicios, ya que deben crearse “a la medida”, de acuerdo con las necesidades de cada rango de usuarios y permitir así llenar sus necesidades de información

Gráfico 42. Distribución de la población encuestada, según nivel académico, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)

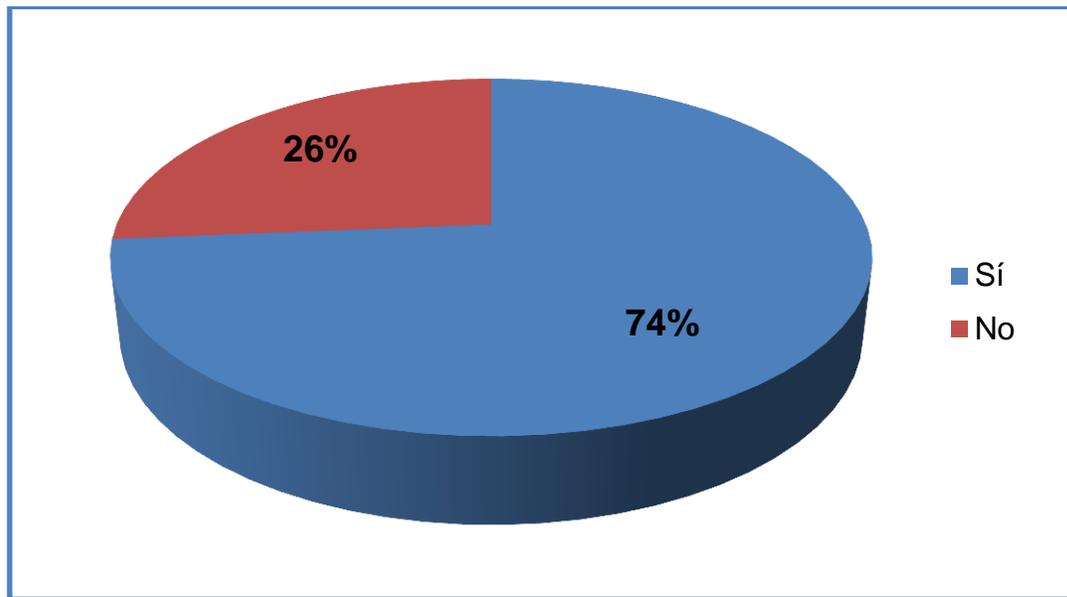


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

De los encuestados, 25 personas indican que poseen estudios secundarios y universitarios concluidos, lo que representa un 66%. Solamente un 34% indica poseer estudios primarios o de otro tipo, esto corresponde a 13 personas encuestadas.

El hecho de que un 66% de la población que visita la biblioteca posea estudios secundarios y universitarios, podría deberse a que han encontrado un espacio donde pueden adquirir y reforzar conocimiento para su ámbito académico.

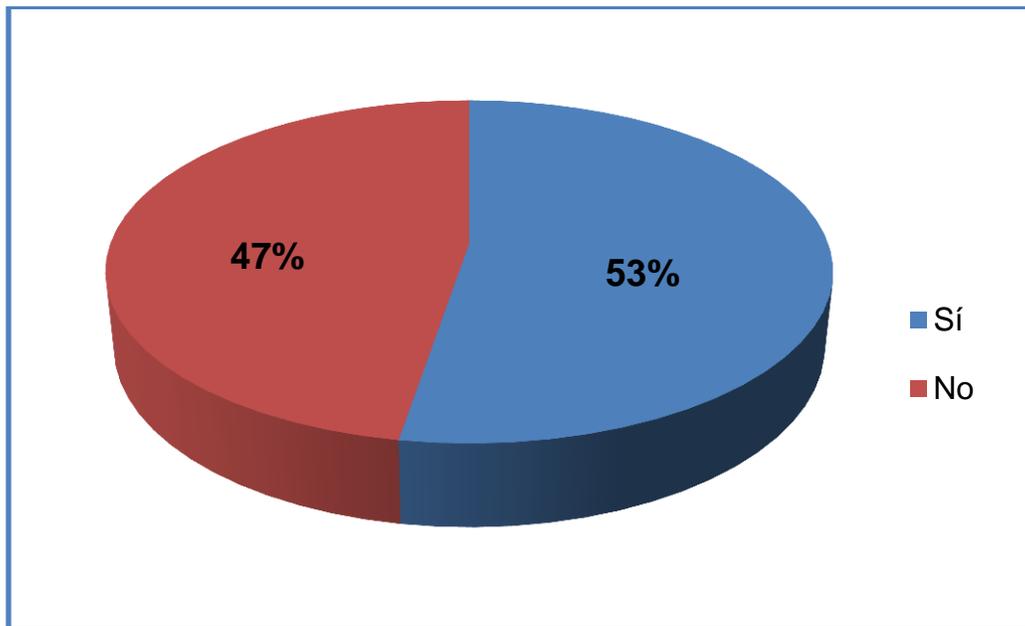
Gráfico 43. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

El gráfico 43 evidencia que la mayoría de la población usuaria tiene computadora en el hogar (74%), mientras que el 26% de los encuestados menciona que no posee computadora en el hogar.

Gráfico 44. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)

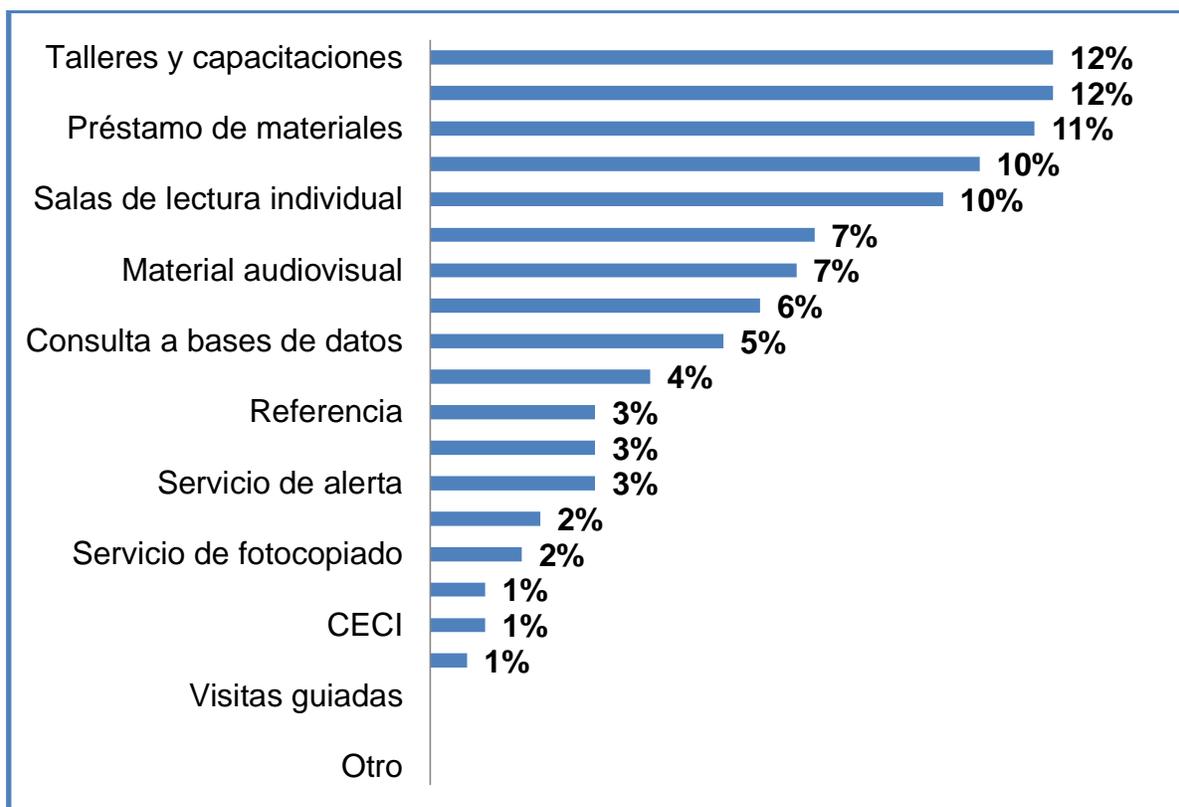


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

El 53% de los entrevistados menciona que tienen acceso a Internet desde sus casas.

Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico 44, se observa que el 47% de los encuestados no tienen acceso a Internet. Esta información es relevante, ya que no se puede pensar que la biblioteca diseñe productos y servicios solamente en línea, para los usuarios actuales y los potenciales, se deben idear varias formas para que la divulgación llegue a toda la comunidad.

Gráfico 45. Cantidad de personas que conoce los servicios que ofrece la Biblioteca, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)

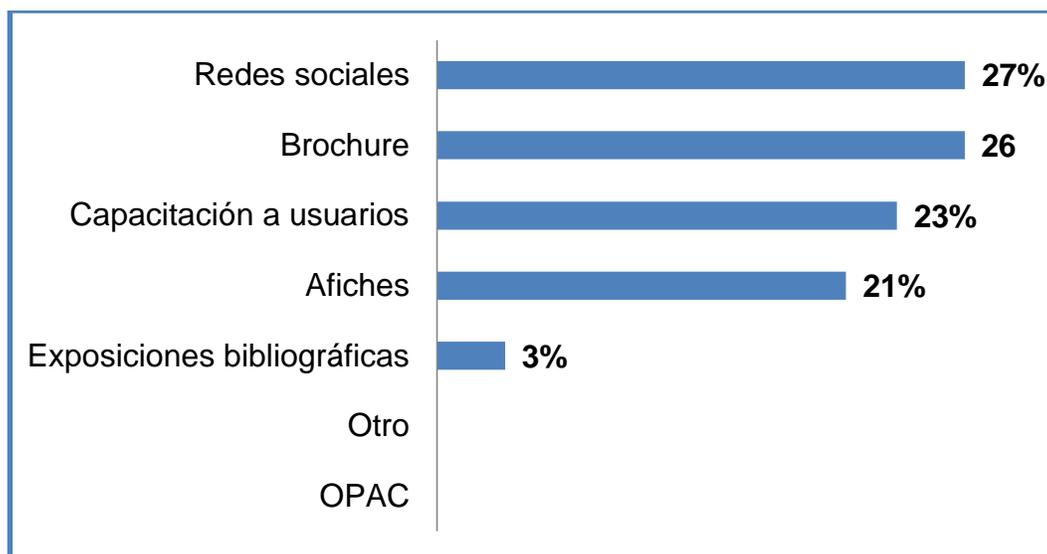


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Respecto a la consulta que se realizó a los encuestados sobre el conocimiento que tienen de los servicios que ofrece la biblioteca, 68 personas afirman que saben que la biblioteca ofrece talleres, capacitaciones y actividades culturales y de extensión, lo que representa un 24%, siendo así los servicio más conocidos por los usuarios entrevistados. En segunda posición el servicio más conocido por los usuarios es el préstamo de material, representado por un 11%; otros de los servicios más conocidos son la sala de lectura individual y trabajo grupal, representado por un 20%. El acceso a red inalámbrica es representado por un 7%, a pesar de que el 21% de la comunidad usuaria no posee internet desde sus casas, es decir este servicio podría ser uno de los más conocidos y utilizados. Por otra parte los servicios que menos conocen los usuarios son referencia, archivo

documental y servicio de alerta, representadas por un 9%. El conocimiento de los usuarios respecto a la ludoteca, el CECI y la hemeroteca es de un 3%. Con esto último se puede rescatar que la comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, o sobre los que más divulga la biblioteca, como lo son los talleres y las capacitaciones, es decir no conocen más allá de lo que requieren. Así mismo se observa que falta más promoción en cuanto a los servicios enfocados a los niños y niñas ya que si de los adultos tan solo un 1% conoce el servicio de ludoteca, podría ser reflejo de lo que conocerán los niños y niñas.

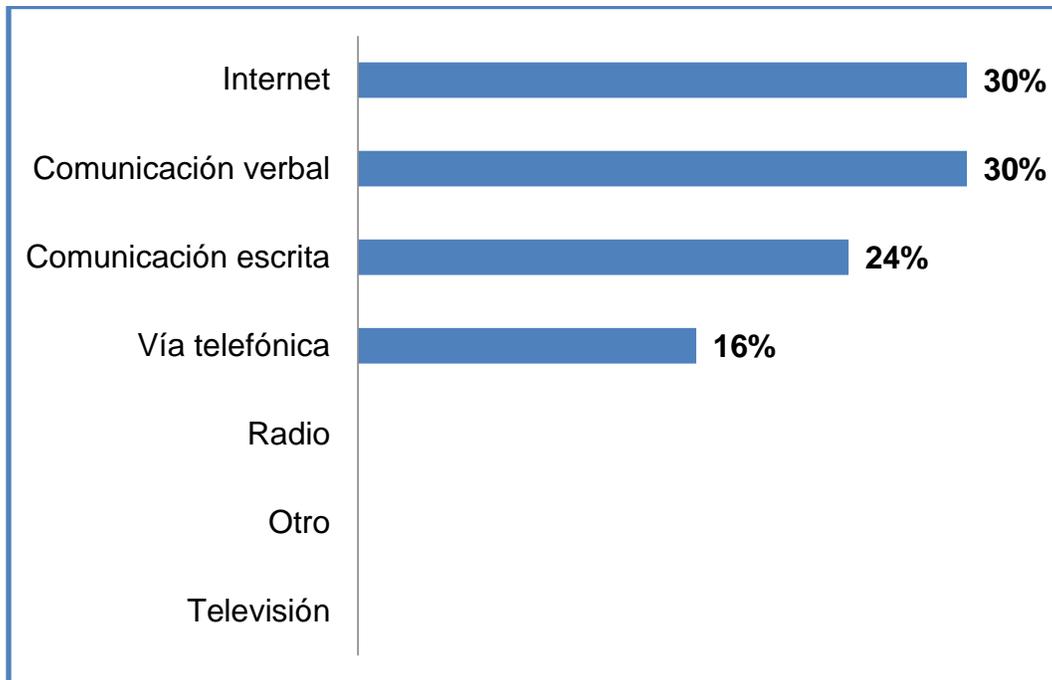
Gráfico 46. Cantidad de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Ante la pregunta que se realizara a los encuestados sobre su conocimiento respecto a los productos que ofrece la biblioteca, 31 personas (26%); afirma que conoce los productos de información que ofrece la biblioteca por medio de las redes sociales, por ejemplo Facebook; igualmente pasa con los brochures (27%), Respecto a la capacitación de los usuarios, 27 personas indican conocerlos (23%). El menos conocido son las exposiciones bibliográficas, con 4 personas (3%) esto podría deberse a que la biblioteca promoció poco este servicio.

Gráfico 47. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



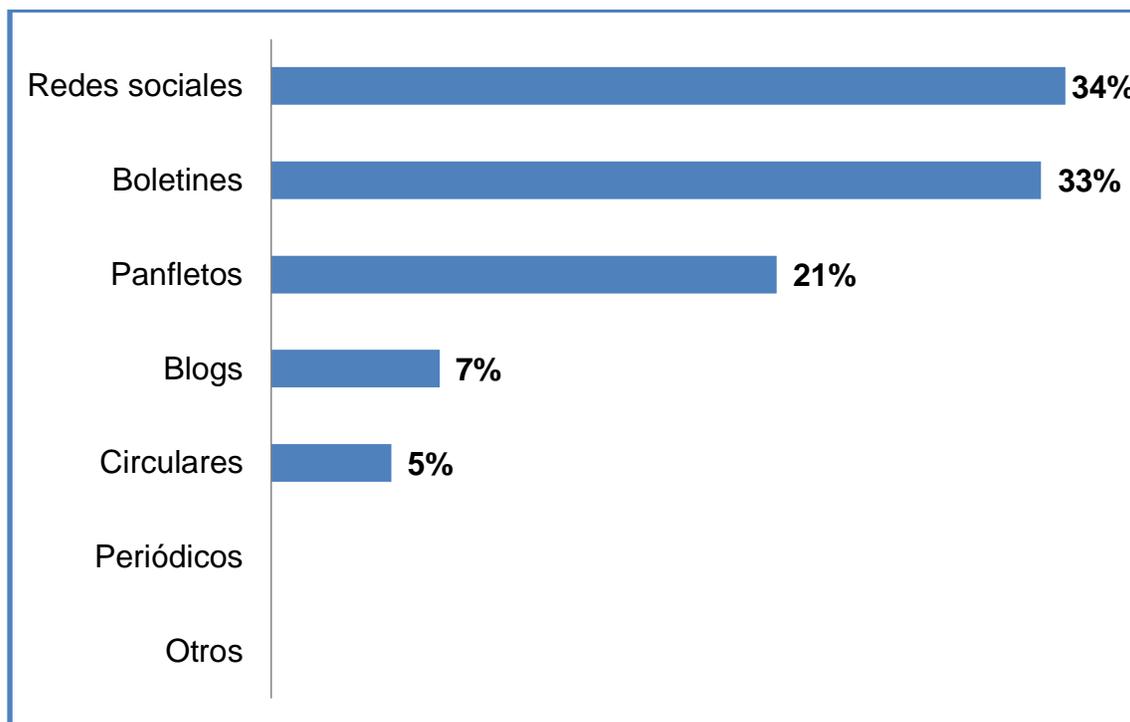
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el gráfico 47 el medio de promoción que los usuarios consideran más efectivo es internet, reflejado por un 30% (36 personas), este resultado es interesante, ya que se debe recordar que la comunidad usuaria que solamente tiene acceso a internet desde sus casas el 47%, aun así lo ven como un medio efectivo para la promoción.

Seguidamente de este, el medio más utilizado es la comunicación verbal lo cual arroja resultados exactamente igual al medio como el internet es decir representado por un 30% (36 personas). Respecto al acceso a información impresa para conocer sobre la biblioteca, un 24% considera una forma efectiva. El 16% (20 personas) de la población indica que por medio de vía telefónica es uno de los medios menos utilizados para promocionar la biblioteca. Esta información

ofrece una pista importante respecto al medio publicitario que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la publicidad de sus servicios.

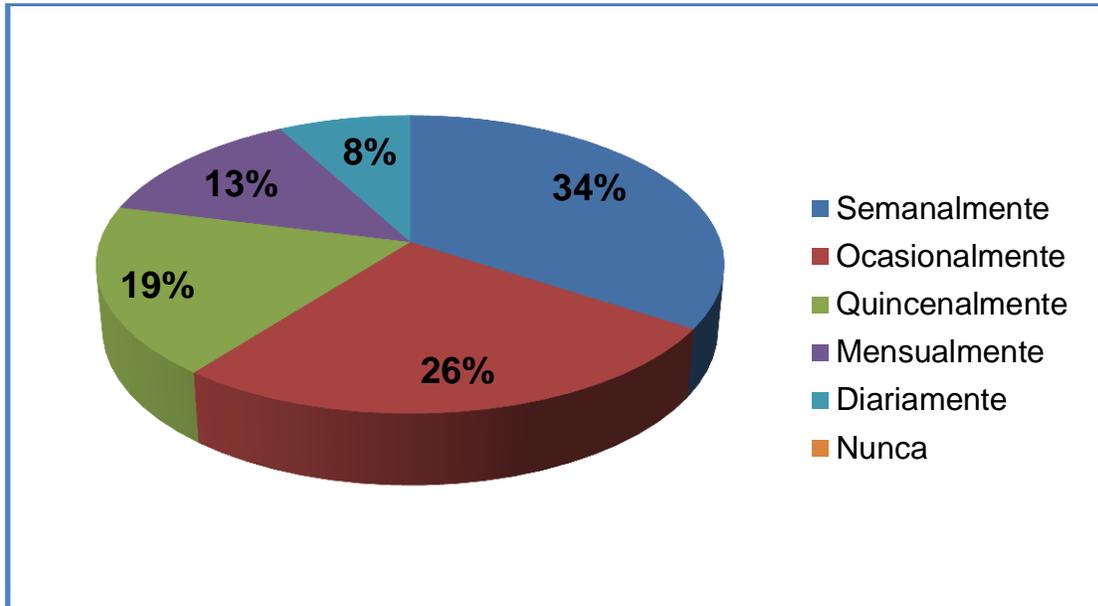
Gráfico 48. Cantidad de usuarios que conocen las distintas formas de promoción de servicios que realizan, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En relación con las formas de promoción que utiliza la biblioteca, se observa que la más conocida por la población usuaria son las redes sociales, lo cual corresponde a 33 personas (34%), esto podría deberse a que la sociedad actual está totalmente inmersa en las diferentes tecnologías, desde sus celulares o distintos dispositivos móviles pueden acceder a las redes sociales, sin importar hora, día o distancia. La forma de promoción menos conocida por los usuarios son los blogs y las circulares, representan por el 12% lo que corresponde a la respuesta de 12 personas, este desconocimiento podría darse por la forma de promoción que más utiliza la biblioteca y no necesariamente por la que conoce y utiliza el usuario.

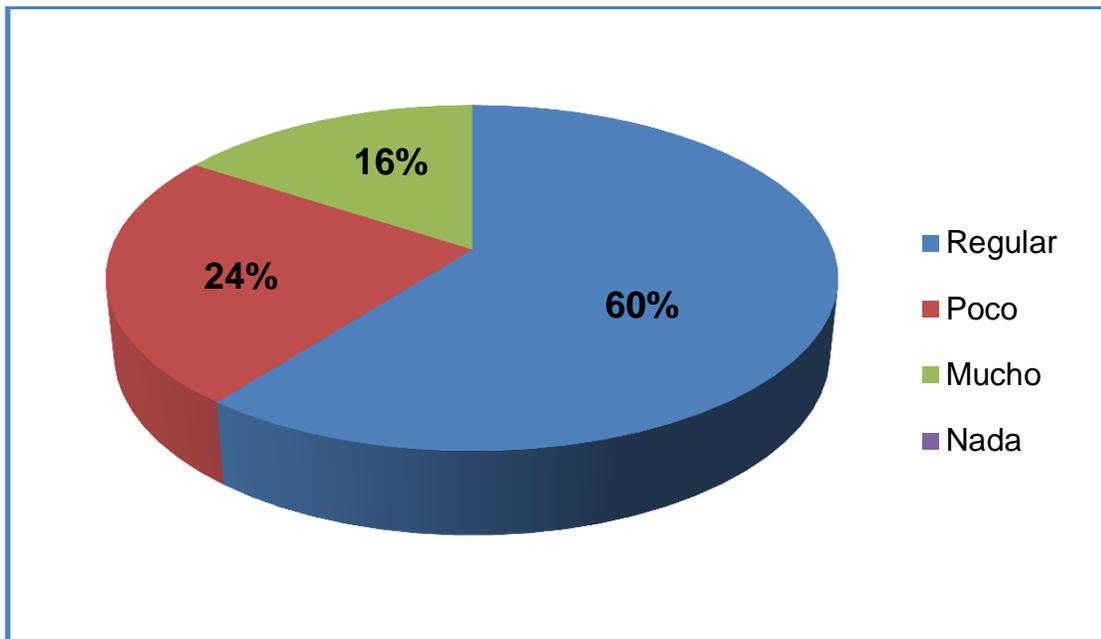
Gráfico 49. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios, un 34% indica que visita la biblioteca semanalmente. Un 26% menciona que va a la biblioteca ocasionalmente; el 19% hace uso de los servicios quincenalmente; un 13% indica que visita la biblioteca mensualmente, solamente el 8% la visita a diario. De estos resultados, se rescata que la mayoría de los usuarios asisten a la biblioteca semanalmente; por lo tanto es importante ayudar al usuario a que siga asistiendo con regularidad, aprovechando estos momentos para continuar ofreciéndole una gran gama de servicios y productos que contribuyan a que esté siempre en contacto con la biblioteca.

Gráfico 50. Grado de conocimiento por parte de los usuarios de los servicios y productos que se ofrecen, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)

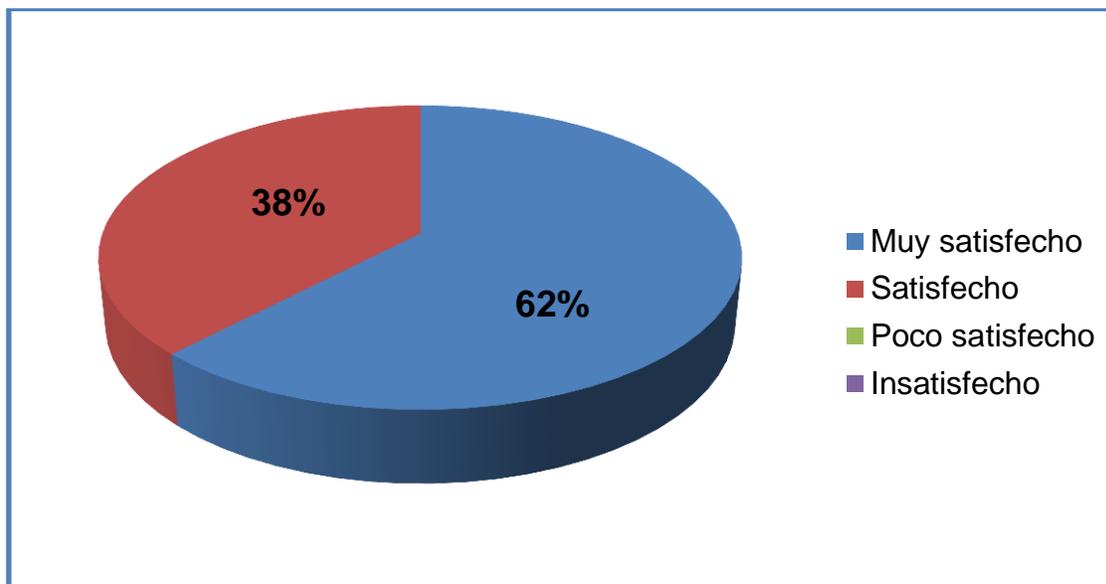


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto al grado de conocimiento de los servicios y productos que tienen los usuarios el 60% de los encuestados afirma que conoce de forma regular los servicios de la biblioteca. El 24% de los usuarios encuestados afirma que conocen poco los servicios y productos de la biblioteca. Solamente el 16% de la población afirma conocer mucho.

Se observa como la mayoría de la comunidad usuaria afirma no conocer al 100% los servicios y productos que ofrece la biblioteca, el 84% dice conocer regularmente o poco, con esto se puede ver que en los gráficos 45 y 46, se refleja el panorama mencionado anteriormente, ya que los usuarios conocen los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no conocen todo lo que la biblioteca ofrece; posiblemente la biblioteca no promociona ni los difunde con mayor fuerza o el usuario no está interesado a conocer más allá de lo que necesita y usa.

Gráfico 51. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



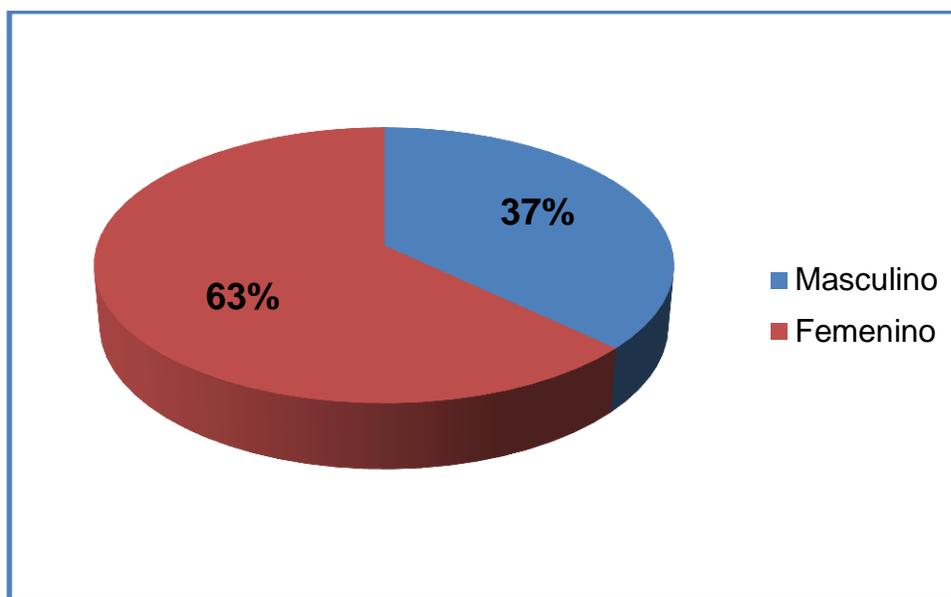
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Respecto a la consulta que se realizó a los encuestados en relación con su grado de satisfacción de los productos y servicios que ofrece la biblioteca, un 62% afirma que se encuentra muy satisfecho; el 38% indica que está satisfecho.

El grado de satisfacción tan alto de los usuarios llama la atención, ya que es poco el conocimiento que tienen respecto a los servicios y productos que ofrece la biblioteca, como se mencionaba en el gráfico 50, el 84% de los encuestados conocen regularmente o poco de los servicios y productos, a pesar del desconocimiento, la satisfacción es bastante elevada, esto podría deberse a que al utilizar los servicios y productos que conocen no se ha presentado ningún problema, tomando en cuenta que la mayoría de la población asiste semanalmente a la biblioteca (34%), han recibido una adecuada atención por parte del personal, ya que el hecho que no conozcan todo lo que la biblioteca brinda no quiere decir que su satisfacción sea escasa.

4.3.2. Comunidad usuaria infantil

Gráfico 52. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el gráfico 52, se presenta la distribución por género de la población usuaria infantil entrevistada. De las 27 personas seleccionadas en la muestra, 10 fueron niños (37%) y 17 niñas (63%). La biblioteca recibe alrededor de 79 niños y 128 niñas anualmente, según las estadísticas del 2012.

Cuadro 26. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Paracito
(Heredia, C. R.)

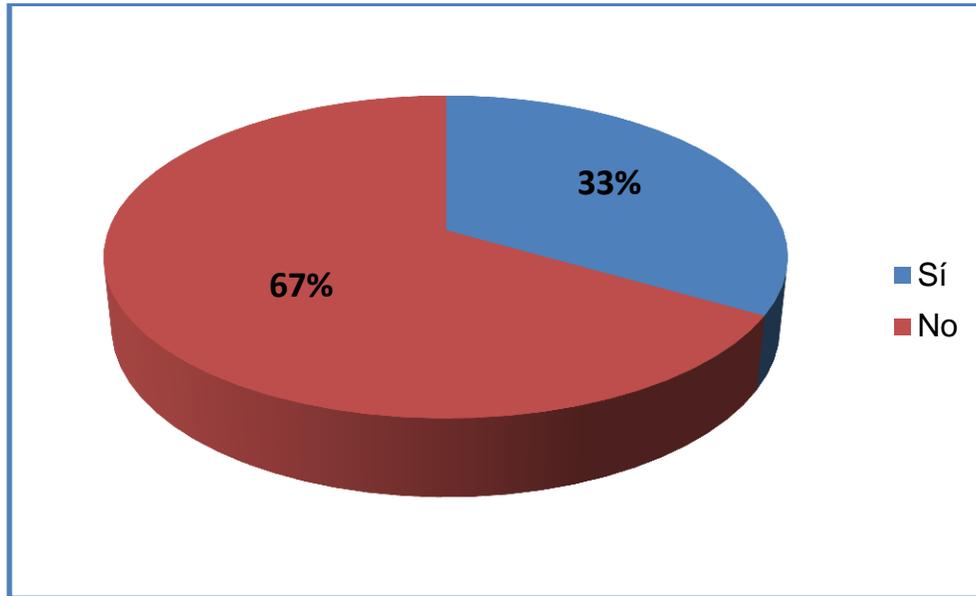
| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------------|----------|------------|
| ESCOLARIDAD | | |
| Primero | 4 | 15% |
| Segundo | 6 | 22% |
| Tercero | 4 | 15% |
| Cuarto | 3 | 11% |
| Quinto | 6 | 22% |
| Sexto | 4 | 15% |
| EDAD | | |
| 6 años | 2 | 7% |
| 7 años | 4 | 15% |
| 8 años | 6 | 22% |
| 9 años | 4 | 15% |
| 10 años | 6 | 22% |
| 11 años | 1 | 4% |
| 12 años | 4 | 15% |

Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el cuadro 26, en el que se menciona la edad, la mayor parte de los usuarios que hacen uso presencial de los servicios de la Biblioteca de Paracito tiene 8 y 10 años de edad, representados por un 22% ambos grupos etarios; seguidamente, están los usuarios con 7, 9 y 12 años, representados por un 15% cada uno de ellos; en menor cantidad se encuentran los usuarios con 11 años y 6 años, con un 4% y 7%, respectivamente.

Debido a que la población usuaria infantil entrevistada oscila entre los 6 a 12 años de edad, tal como se comprobó en el cuadro anterior, es evidente que las 27 personas encuestadas sean estudiantes de primaria. El 15% (4 personas) indican estar en primer grado, 22% son estudiantes de segundo nivel, el 15% se encuentra en tercer grado, mientras que el 48% restante son estudiantes de II ciclo, es decir, cuarto, quinto y sexto nivel, representados por el 11% (3 personas), 22% (6 personas) y 15% (4 personas), respectivamente.

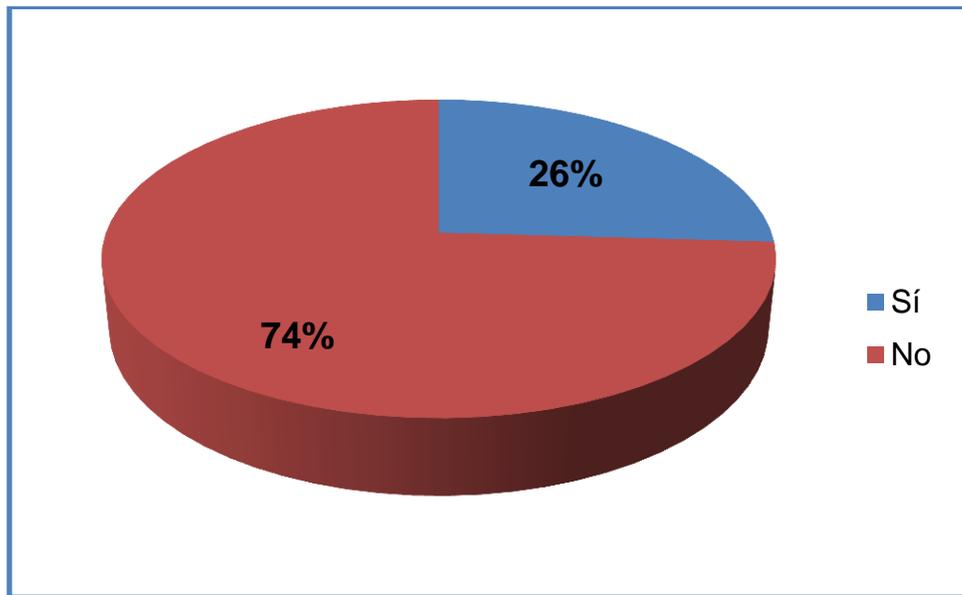
Gráfico 53. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

El gráfico 53 muestra que la mayoría de la población usuaria no tiene computadora en el hogar (67%), tan solo el 33% de los encuestados menciona que posee computadora en el hogar.

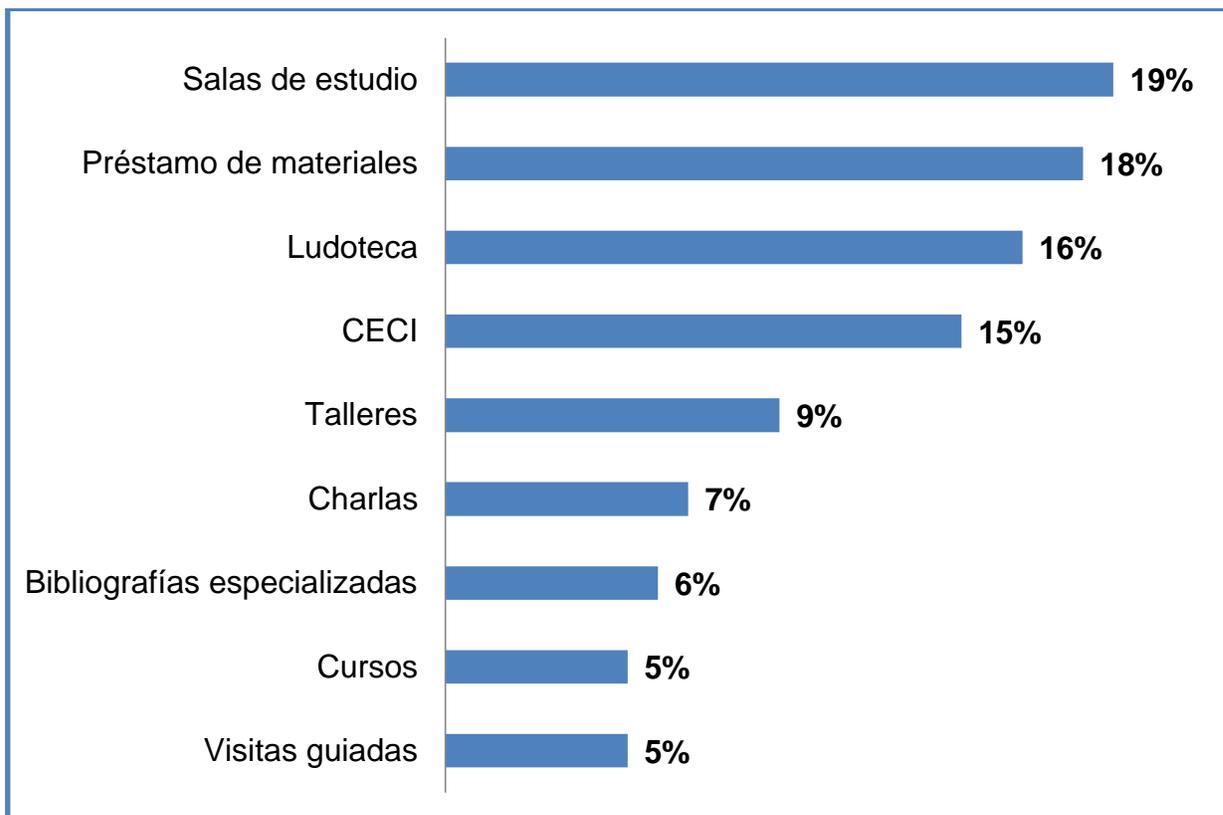
Gráfico 54. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar,
Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se puede observar en el gráfico 54, el 74% de los entrevistados menciona que no tienen acceso a Internet desde sus casas. Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico 53, se observa que el 33% de los encuestados que dicen poseer una computadora en su casa, pero tan solo 26% tiene acceso a Internet. Esta información es relevante, ya que no se puede pensar que la biblioteca diseñe productos y servicios solamente en línea, para los usuarios actuales y los potenciales, se deben idear varias formas para que la divulgación llegue a toda la comunidad, especialmente para los niños.

Gráfico 55. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)

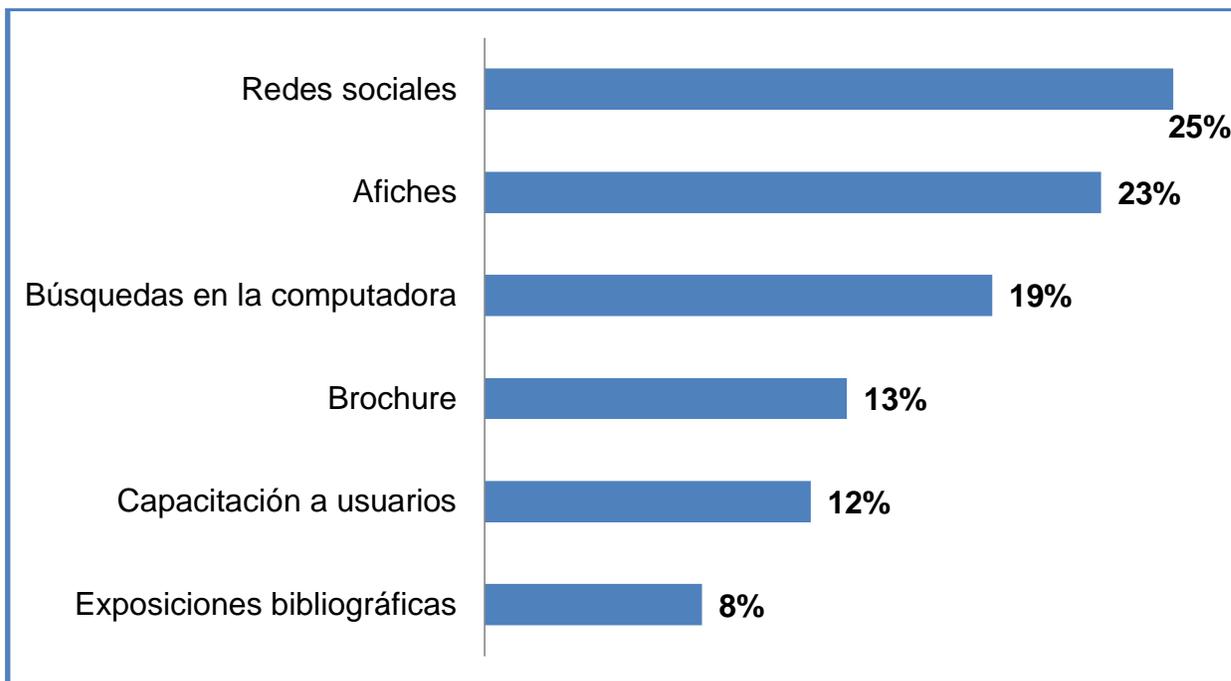


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

La pregunta que se hizo a los usuarios encuestados respecto al conocimiento que tienen de los servicios que ofrece la biblioteca, 22 personas afirman saber que la biblioteca ofrece salas de estudio, con un 19%; 21 personas conocen acerca del servicio de préstamo de materiales, representado con el 18%, la ludoteca es conocida por 19 usuarios (16%) y el Centro Comunitario Inteligente (CECI) con un 15%, siendo estos los servicios más conocidos por los entrevistados. Por otra parte, dentro de los servicios menos conocidos por los usuarios están los talleres representados por un 9%, las charlas 7%, el servicio de bibliografía especializada con un 6% y, por último, se encuentran los cursos y visitas guiadas con 5% cada servicio.

Con esto último se puede rescatar que la comunidad usuaria infantil tiene más conocimiento sobre los servicios que visualiza como lo son las diversas áreas (salas de estudio, ludoteca y préstamo de materiales), es decir no conocen más allá de lo que se les muestra. Así mismo, se observa como falta más promoción en cuanto a los servicios como talleres, cursos o charlas enfocados a los niños y niñas ya que muy pocos conocen sobre esto.

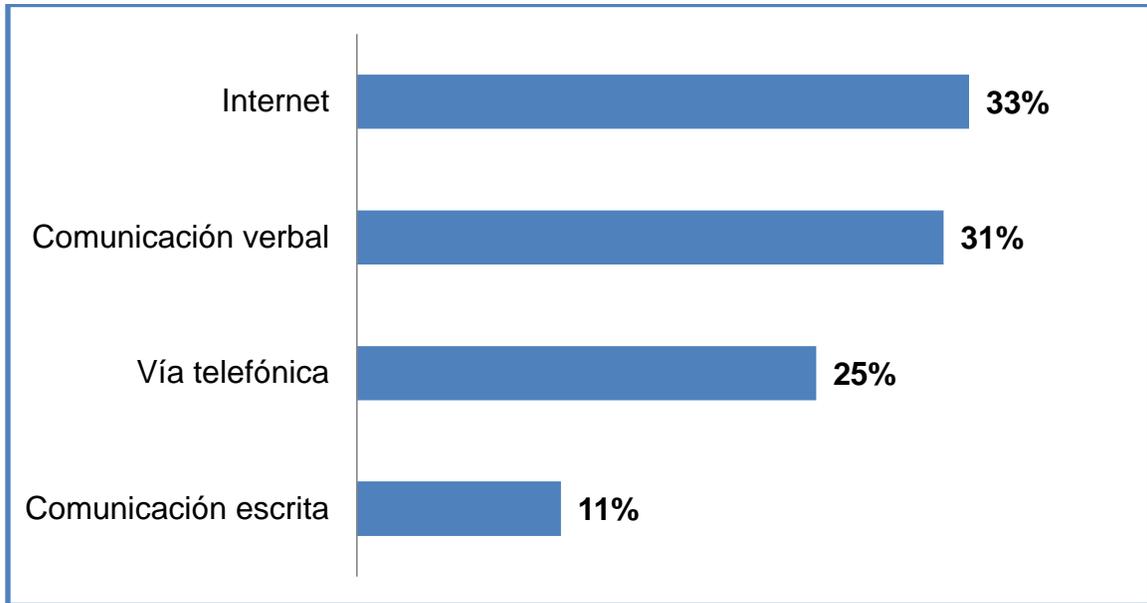
Gráfico 56. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Ante la pregunta que se realizara a los encuestados sobre su conocimiento respecto a los productos que ofrece la biblioteca, 19 personas (25%); afirman que conocen los productos de información que ofrece la biblioteca mediante las redes sociales, por ejemplo Facebook; a continuación se encuentran los afiches (23%); por otra parte, 14 personas (19%) conocen acerca de las búsquedas especializadas. Entre los menos conocidos están los brochures (13%), la capacitación a usuarios (12%) y las exposiciones bibliográficas (8%) esto podría deberse a que la biblioteca promocioe poco estos servicio.

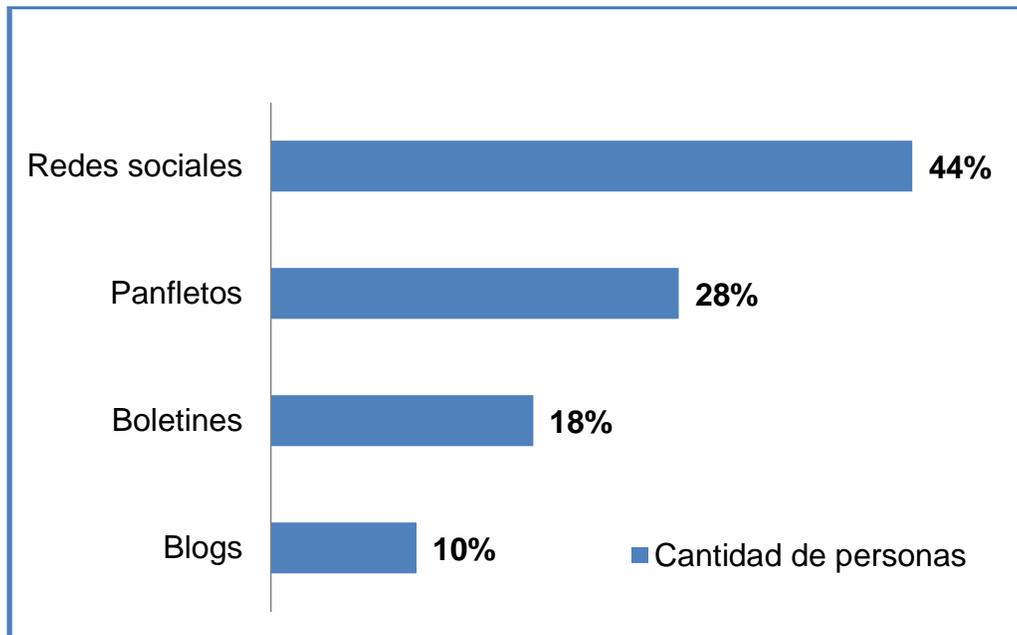
Gráfico 57. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la Biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el gráfico 57, el medio de promoción que los usuarios conocen más es el internet, reflejado por un 33% (24 personas), este resultado es interesante pues tan solo el 26% de la comunidad usuaria entrevistada afirmó tener acceso a internet desde sus casas, aun así, lo ven como un medio efectivo para la promoción. Seguidamente, el medio más utilizado es la comunicación verbal, con un 31% (23 personas). El 25% (18 personas) de la población indica que la vía telefónica es uno de los medios menos utilizados para promocionar la biblioteca, igualmente por medio de información impresa, ya que tan solo 8 personas (11%) conocen este medio. Esto ofrece una guía importante respecto al medio publicitario que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la publicidad de sus servicios.

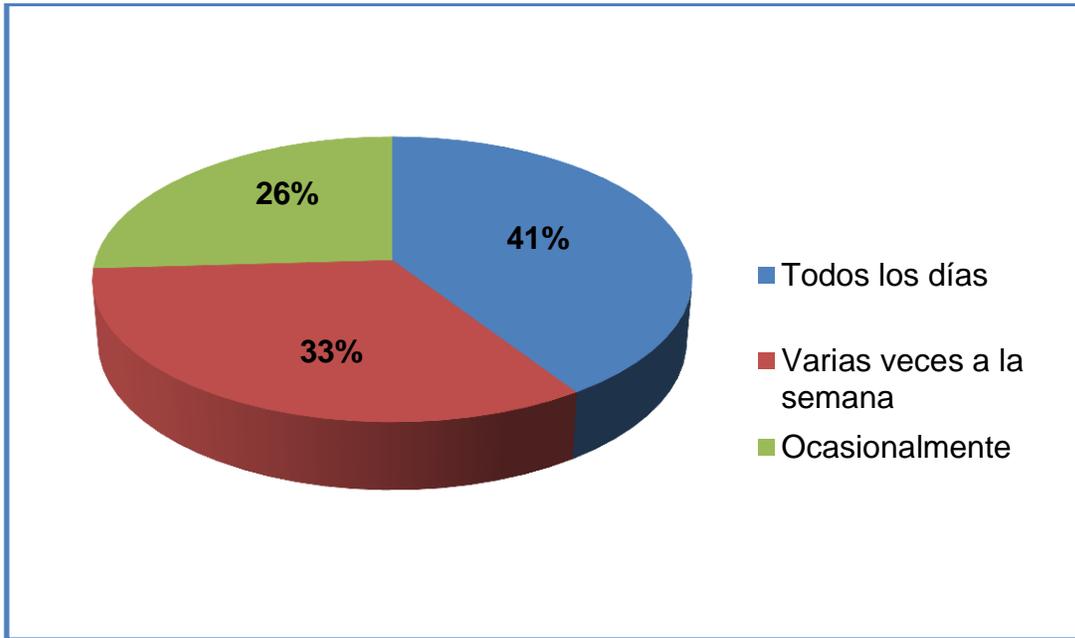
Gráfico 58. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

De acuerdo con el gráfico 58, se evidencia que la forma de promoción más conocida por los usuarios son las redes sociales, lo cual corresponde a 22 personas (44%), esto podría deberse a que la sociedad actual está totalmente inmersa en las diferentes tecnologías, desde sus celulares o distintos dispositivos móviles pueden acceder fácilmente a las redes sociales, sin importar la edad. Seguido de los panfletos, con 28% (14 personas). Las formas de promoción menos conocidas por los usuarios son los boletines y blogs, representados por un 18% y 10%, respectivamente.

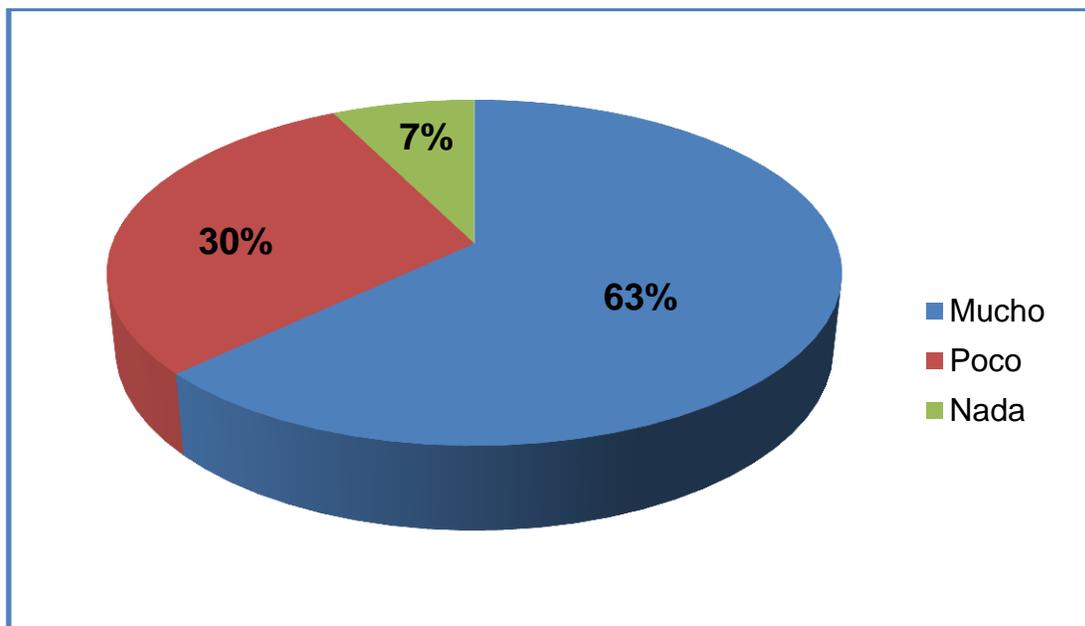
Gráfico 59. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios infantiles, un 41% indica que visita la biblioteca todos los días, 33% afirma hacer uso de la biblioteca varias veces a la semana y tan solo un 26% menciona que utiliza la biblioteca ocasionalmente. De estos resultados se rescata que la mayoría de los usuarios asisten con frecuencia, varias veces por semana, es importante mantener satisfecho al usuario para que por ningún motivo se desligue de la biblioteca y aprovechar esta oportunidad para buscar la forma más efectiva para divulgar lo que se les brinda dentro de la biblioteca, exponiéndoles la amplia gama de servicios y productos para utilicen la mayor cantidad.

Gráfico 60. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrecen, por parte de los usuarios, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)

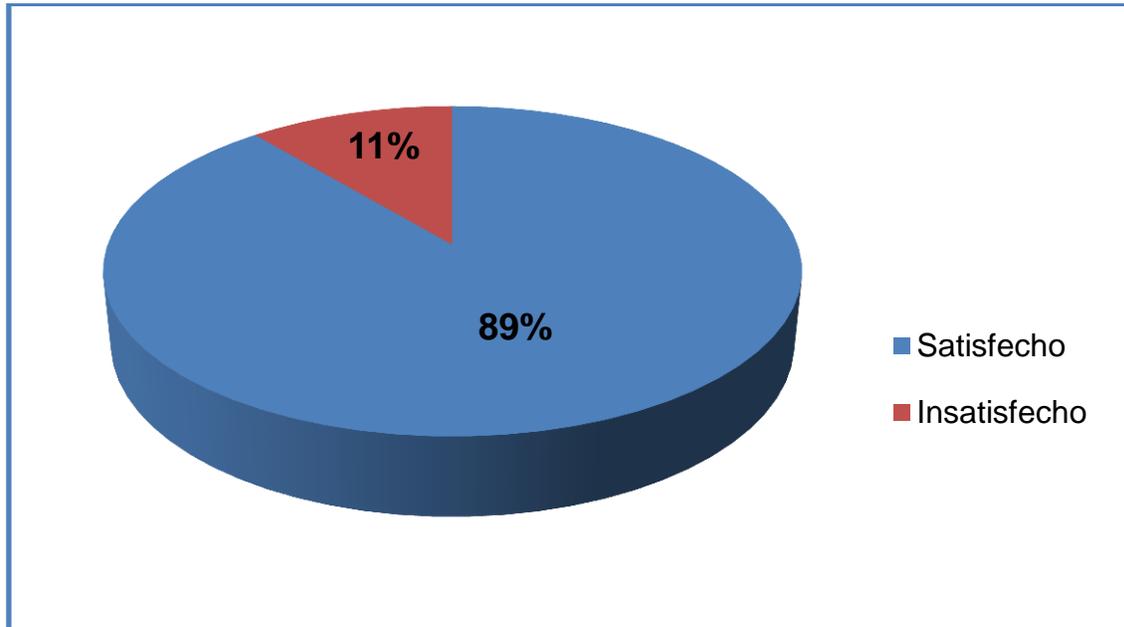


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto al grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, el 63% de los encuestados afirma que conoce mucho sobre lo que esta les brinda. El 30% de encuestados afirman que conoce poco los servicios que ofrece la biblioteca; y tan solo el 7% dice no conocer sobre los servicios y productos.

Se observa cómo la mayoría de la comunidad usuaria afirma conocer mucho los servicios y productos que ofrece la biblioteca, esto se evidenció en los gráficos 55 y 56, en los cuales se refleja el panorama mencionado anteriormente, ya que los usuarios conocen los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no conocen todo lo que la biblioteca ofrece, podría ser resultado de que la biblioteca no difunde con mayor fuerza los otros servicios o que el usuario no está interesado a conocer más allá de lo que necesita y usa.

Gráfico 61. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Paracito (Heredia, C. R.)



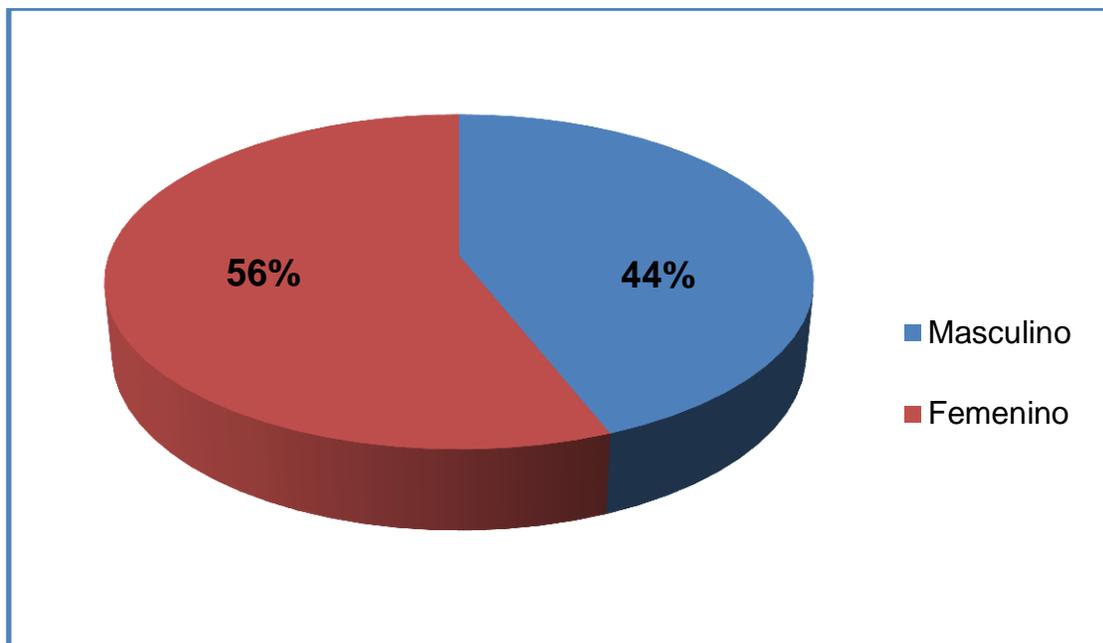
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Respecto a la consulta que se realizó a los encuestados en relación con su grado de satisfacción de los productos y servicios que ofrece la biblioteca, el 89% afirma encontrarse satisfecho con lo que se le brinda en la biblioteca y el restante 11% está insatisfecho con servicios ofrecidos. A pesar de ello, el grado de satisfacción es muy alto, aun cuando es poco el conocimiento que tienen respecto a los servicios y productos que ofrece la biblioteca, la satisfacción es bastante elevada, esto podría deberse a que al utilizar los servicios y productos que conocen no han presentado ningún problema y han recibido una adecuada atención por parte del personal; además, el hecho que no conozcan todo lo que la biblioteca brinda no implica que su satisfacción sea menor.

4.4. Análisis de resultados Biblioteca de Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

4.4.1. Comunidad usuaria adulta

Gráfico 62. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 62 se presenta la distribución por género de los usuarios entrevistados. De las 25 personas seleccionadas en la muestra, 11 fueron hombres (44%) y 14 mujeres (56%).

Es importante considerar que la población del cantón de Santa Bárbara corresponde a un aproximado de 36243 personas, según datos del INEC en el Censo 2011, de los cuales 18366 son mujeres y 17877 son hombres. Sin embargo se debe recordar que la biblioteca reporta que cerca de 609 usuarios visitan la biblioteca anualmente, tomando en cuenta todos los tipos de usuarios.

Cuadro 27. Características de la población usuaria, Biblioteca Santa Bárbara
(Heredia, C. R.)

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|------------------------|----------|------------|
| TIPO DE USUARIO | | |
| Estudiantes | 22 | 88% |
| Padres o madres | 3 | 12% |
| GÉNERO | | |
| Mujer joven | 14 | 56% |
| Hombre joven | 11 | 44% |
| EDAD | | |
| Entre 13 a 17 años | 12 | 48% |
| Entre 18 a 25 años | 9 | 36% |
| Entre 26 a 35 años | 4 | 16% |

Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

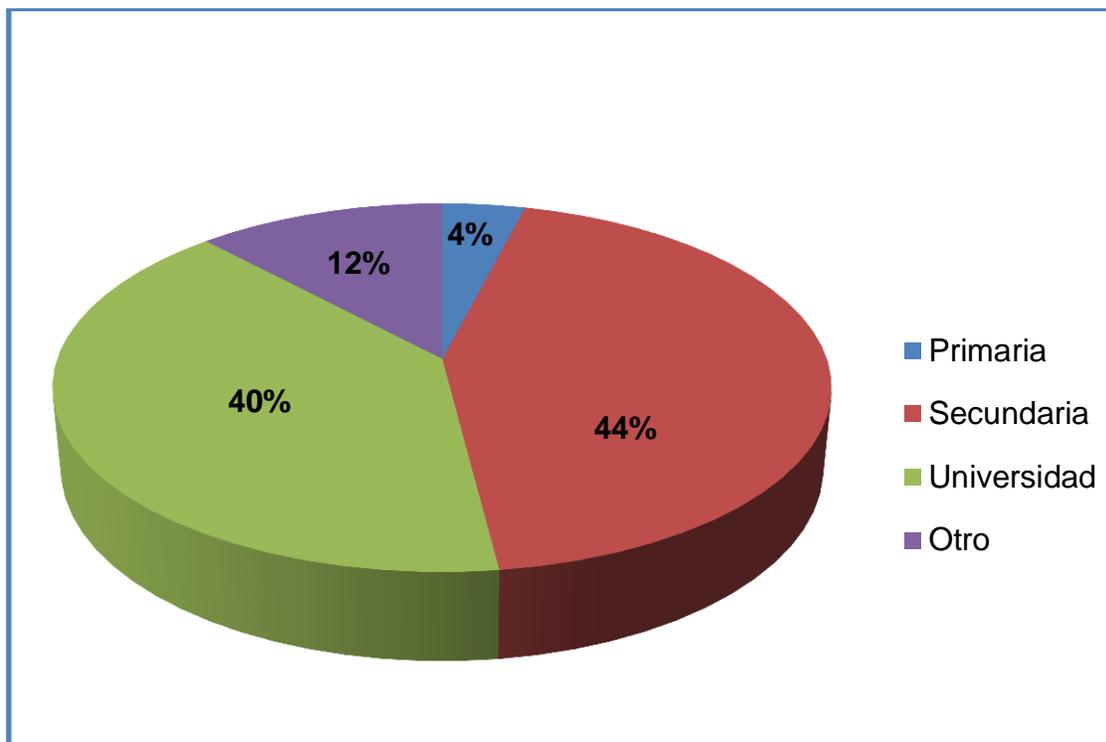
Como se observa en el cuadro 27 donde se menciona la edad, la mayor parte de los usuarios que hacen uso de los servicios de la biblioteca de Santa Bárbara es una población joven, entre ellos se destacan usuarios entre los 13 y 17 años lo que equivale al 48%; seguidamente de la personas que oscilan entre los 18 a 25 años (36%) y un 16% es representado por población entre los 26 a 36 años de edad.

Según el cuadro 27 donde se representa el género, la mayor cantidad de usuarios es representada por mujeres jóvenes, lo cual corresponde a 14 personas encuestadas, representado por un 56%, mientras que los hombres jóvenes corresponden a 11 personas, lo cual equivale a un 44% de la población entrevistada.

Como se indica en el cuadro 27 de tipo de usuario, los grupos mayoritarios de usuarios que visitan la biblioteca son estudiantes y padres o madres de familia, el 88% son estudiantes y tan solo 12% son padres o madres, como se puede observar los adultos mayores y los investigadores no representan ser usuarios potenciales para esta biblioteca, esto podría deberse al tipo de acervo bibliográfico y actividades que se desarrollan en la biblioteca.

Al ser una población usuaria relativamente joven, compuesta por adolescentes y adultos jóvenes, se debe considerar el diseño de productos y servicios a la medida, para satisfacer las necesidades de cada rango de usuarios y permitir así llenar sus necesidades de información.

Gráfico 63. Distribución de la población encuestada, según nivel, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

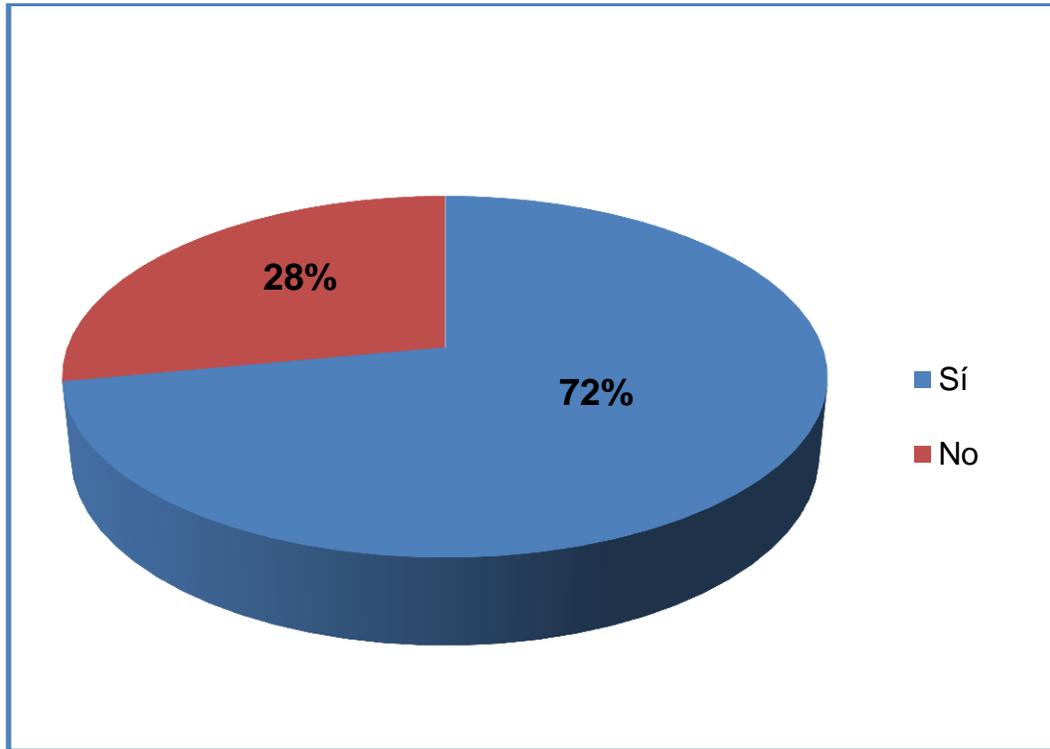


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

De los encuestados 11 personas indican que poseen estudios secundarios, 10 personas aseguraron tener estudios universitarios concluidos, lo que representa un 44% y 40% respectivamente. Tan solo un 12% indicaron poseer otro tipo de estudio, lo que corresponde a 3 personas encuestadas, mientras que tan solo una persona indicó tener estudios en primaria.

Como se pudo evidenciar anteriormente la población que hace uso de los servicios de la biblioteca de Santa Bárbara son usuarios jóvenes, por lo tanto es comprensible que la mayoría sean estudiantes de secundaria, el hecho de que un 84% de la población que visita la biblioteca posea estudios secundarios y universitarios, puede deberse a que han encontrado un lugar donde pueden reforzar sus conocimientos.

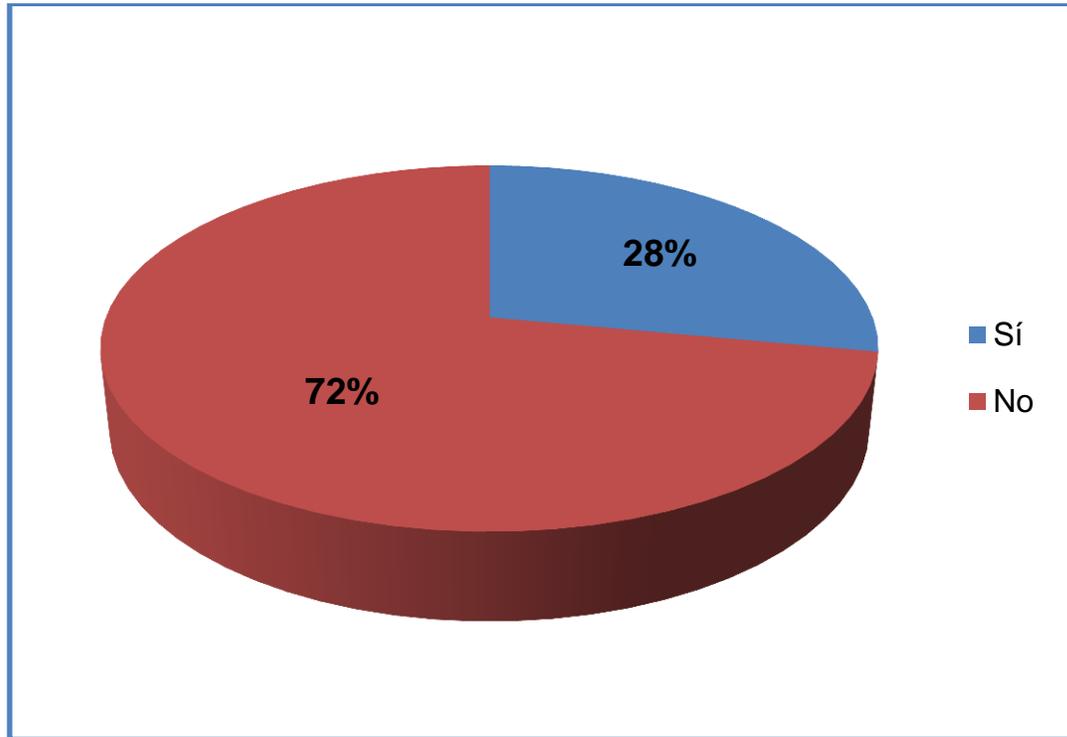
Gráfico 64. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 64 se evidencia que la mayoría de la población usuaria tiene computadora en el hogar (72%), tan solo un 28 % de los encuestados menciona que no posee computadora en el hogar, lo cual es equivalente a 7 personas.

Gráfico 65. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

El gráfico 65 evidencia que la mayoría de la población usuaria encuestada, es decir el 72% menciona que no tienen acceso a Internet desde sus casas, solo el 28% indica que sí tiene acceso. Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico 64, se observa que existe una brecha tecnológica en cuanto al acceso a internet se refiere, ya que varios de los entrevistados poseen computadora, más no pueden acceder a internet desde la comodidad de su hogar.

Esta información es relevante, ya que la biblioteca deberá orientar el diseño de productos y servicios no solo en línea, sino que deberá idear diversas formas para que la divulgación llegue a toda la comunidad.

Gráfico 66. Cantidad de personas que conocen cada uno de los servicios que ofrecen, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

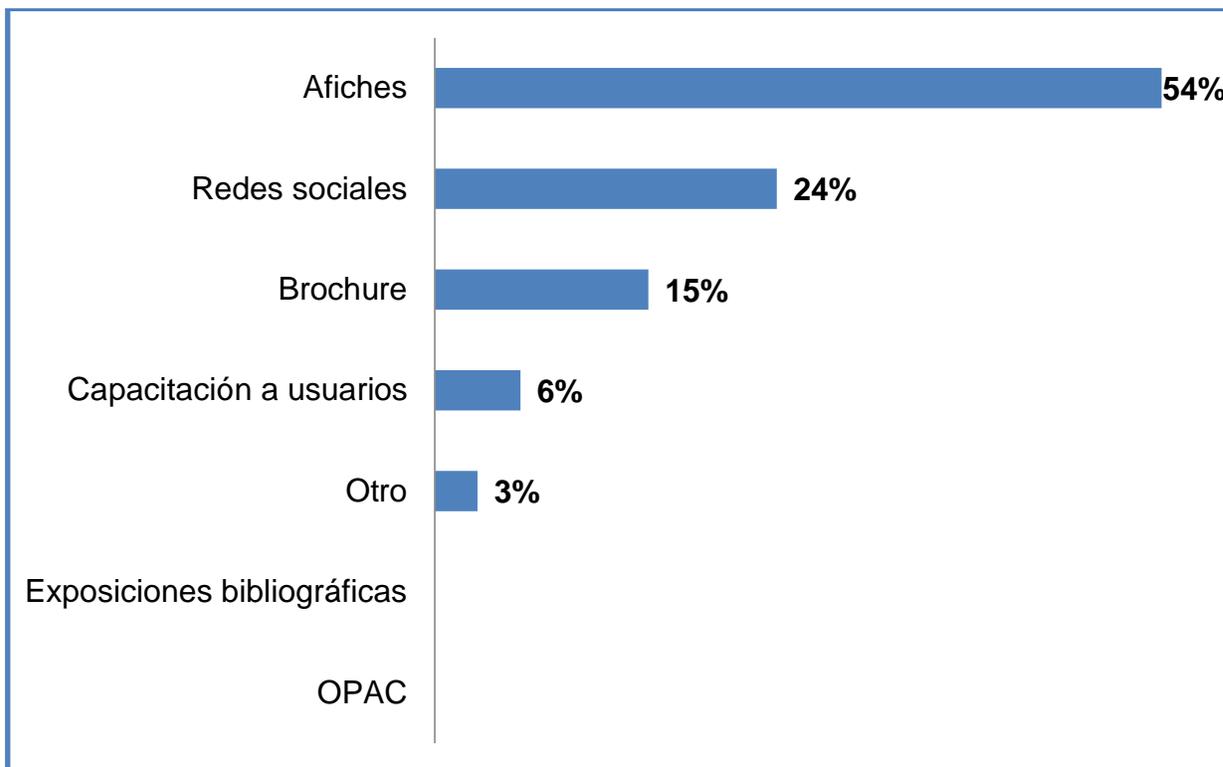
Se les cuestiono a los usuarios encuestados respecto al conocimiento que tienen de los servicios que ofrece la biblioteca, los más populares y conocidos para la población usuaria son el Centro Comunitario Inteligente (CECI) ya que 24 personas (17%) afirmaron conocer y hacer uso de este, de igual forma el acceso a la red inalámbrica con un 16%, esto evidencia que la biblioteca contribuye a disminuir la brecha tecnológica que se mencionó anteriormente. Otro servicio más conocido por los usuarios son las salas, tanto para lectura individual como para trabajo grupal, donde un 15% y 13% de los entrevistados aseguraron conocerlas.

Mientras que 17 personas (12%) afirman conocer el servicio de ludoteca para los más pequeños de la comunidad. Asimismo, otro servicio conocido es el préstamo de materiales, ya que el 10% de la población encuestada conoce acerca de este servicio.

Por otra parte los dentro de los servicios menos conocidos están las actividades culturales y de extensión con un 5% (7 personas), la inducción a usuarios con un 4% (5 personas), el servicio de hemeroteca con 3% y el servicio de bibliográficas especializadas con un 2%. Tan solo una persona aseguro conocer los servicios de referencia, talleres o capacitaciones y las visitas guiadas.

Con lo anterior se puede rescatar que la comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, o sobre los que más divulga la biblioteca, como lo es el préstamo de computadoras y el acceso a internet.

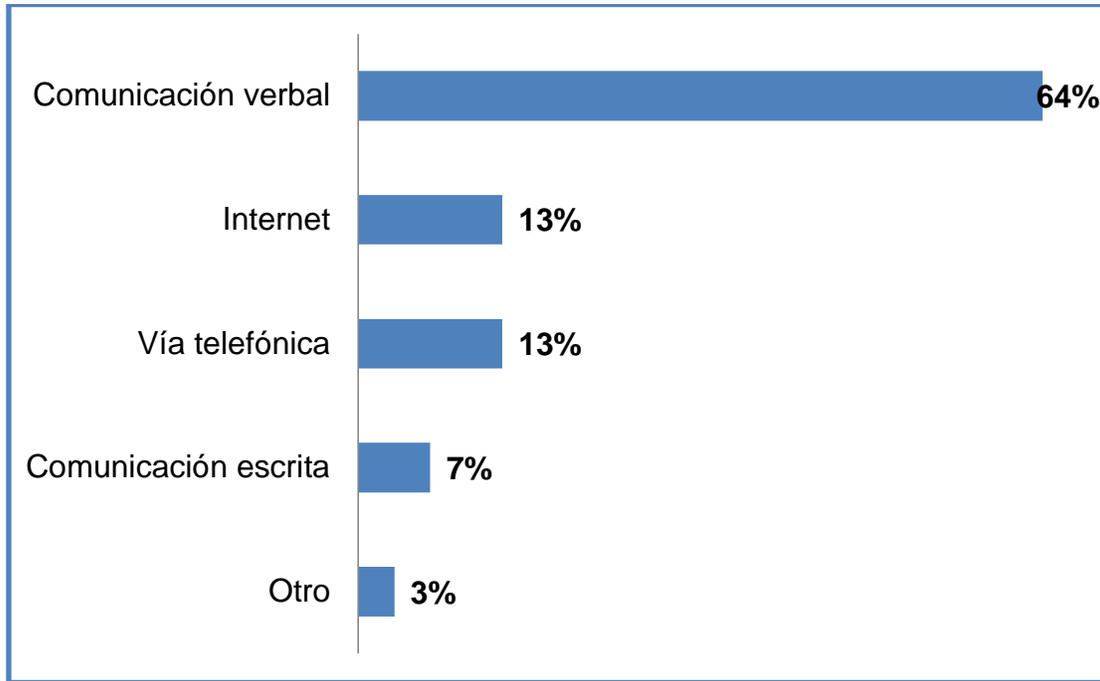
Gráfico 67. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que ofrecen, Biblioteca de Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Ante la pregunta que se realizó a los encuestados sobre su conocimiento respecto a los productos que ofrece la biblioteca, 17 personas (52%), afirma que conoce los productos de información que ofrece la biblioteca por medio afiches, 8 personas (24%) aseguraron conocer las redes sociales de la biblioteca, mientras que 5 usuarios (15%) conocen los brochures, respecto a la capacitación de los usuarios, 2 personas indican conocerlos (6%). Los menos conocidos son las exposiciones bibliográficas y el acceso al OPAC ya que no fueron seleccionados dentro de las opciones que se les proporcionó en el cuestionario.

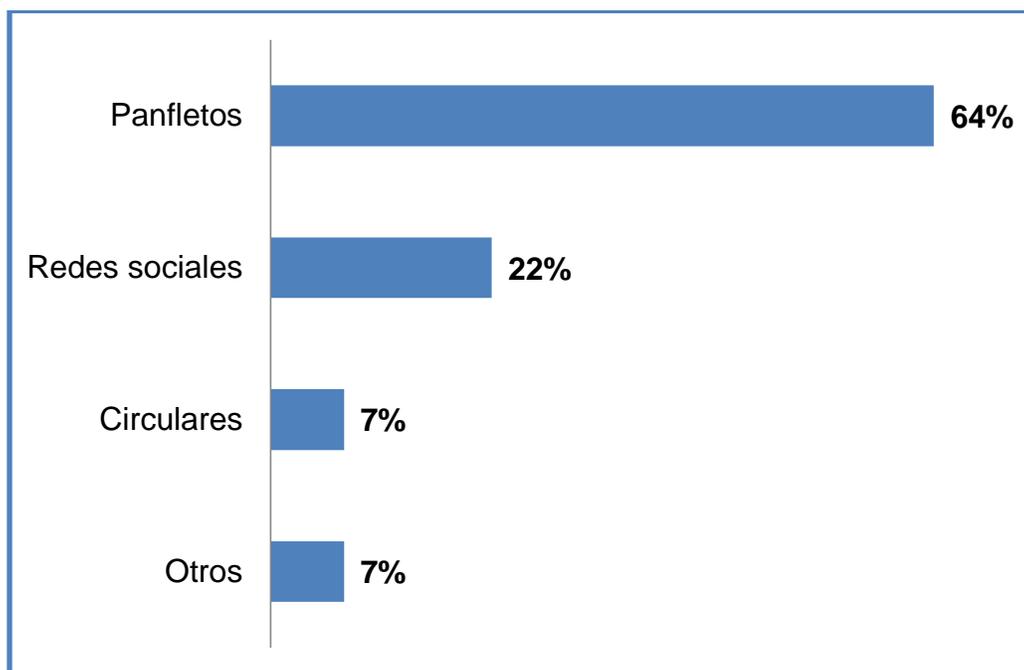
Gráfico 68. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la Biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el gráfico 68; el medio de promoción que los usuarios consideran más efectivo es la comunicación verbal, reflejado por el 64% (19 personas). Por otra parte, los usuarios reconocen que la promoción por internet y vía telefónica son medios oportunos para dar a conocer los productos y servicios que brinda la biblioteca, ya que ambos obtuvieron un el 13%. Respecto al acceso a información impresa para conocer sobre la biblioteca, un 7% considera una forma efectiva. Esta información ofrece una guía importante respecto al medio de divulgación que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la publicidad de sus servicios.

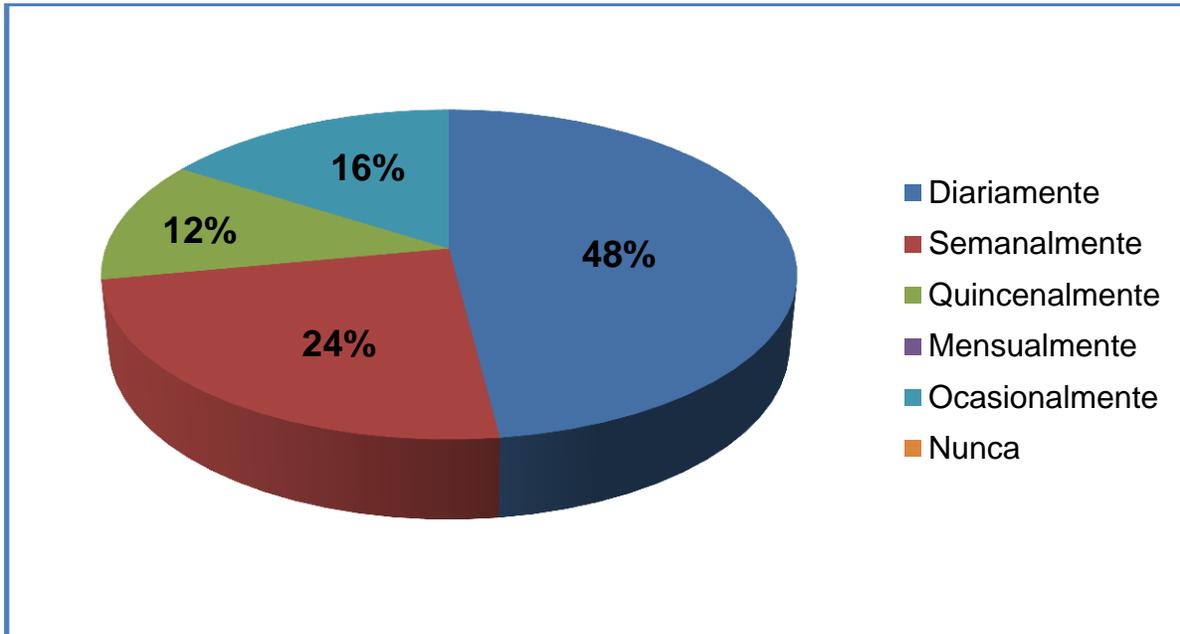
Gráfico 69. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En relación con los medios de promoción que utiliza la biblioteca, se observa que la más conocida por los usuarios son los panfletos, lo cual corresponde a 18 personas (64%), seguidamente las redes sociales con 22% (6 personas) esto podría deberse a que la mayoría de los usuarios hace uso del servicio de préstamo de computadoras (CECI) y el acceso gratuito a la red inalámbrica de la biblioteca. La forma de promoción menos conocida por los usuarios son las circulares (2 personas) y otras formas de promoción no mencionadas, este desconocimiento podría darse por la forma de promoción que más utiliza la biblioteca y no necesariamente por la forma de promoción que conoce y utiliza el usuario.

Gráfico 70. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

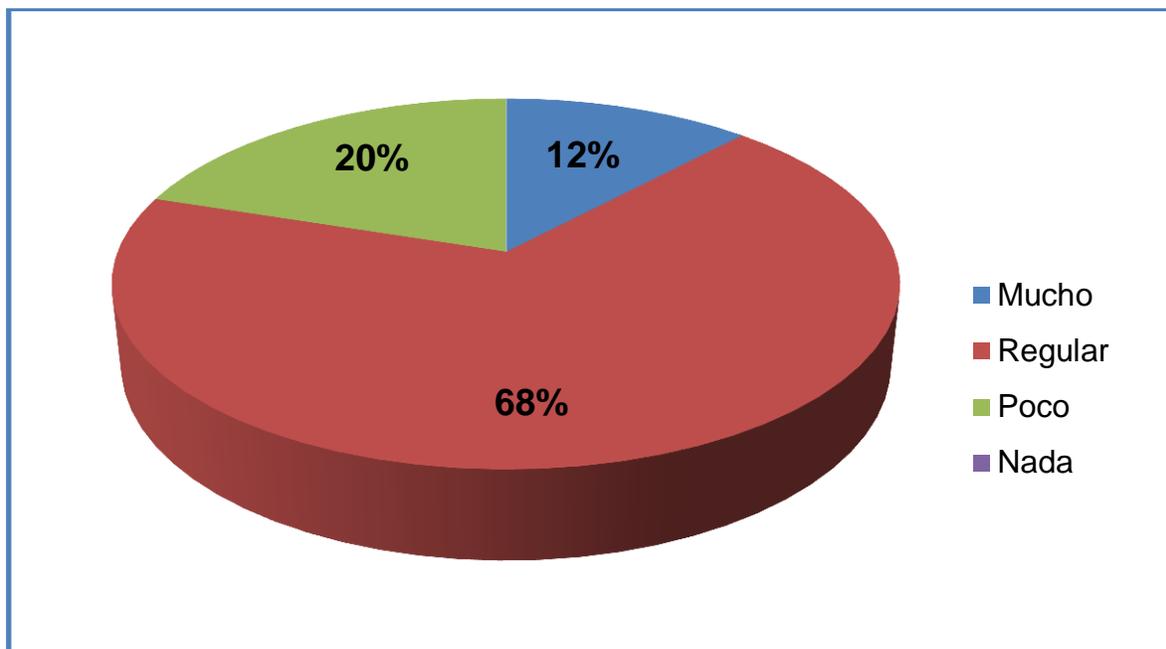


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios, un 48% indica que visita la biblioteca diariamente. Un 24% menciona que va a la biblioteca una vez por semana; el 12% hace uso de los servicios quincenalmente; un 16% indica que visita la biblioteca ocasionalmente.

De estos resultados se debe rescatar que la mayoría de los usuarios asisten a la biblioteca casi todos los días, por lo que podría afirmarse que se encuentra satisfecho con los servicios que consulta. A pesar de esto, se debe buscar la forma de hacer más efectiva la divulgación de lo que se les brinda dentro de la biblioteca, exponiéndoles la amplia gama de servicios y productos para que estos puedan hacer mayor uso de los mismos.

Gráfico 71. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la Biblioteca, por parte de los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

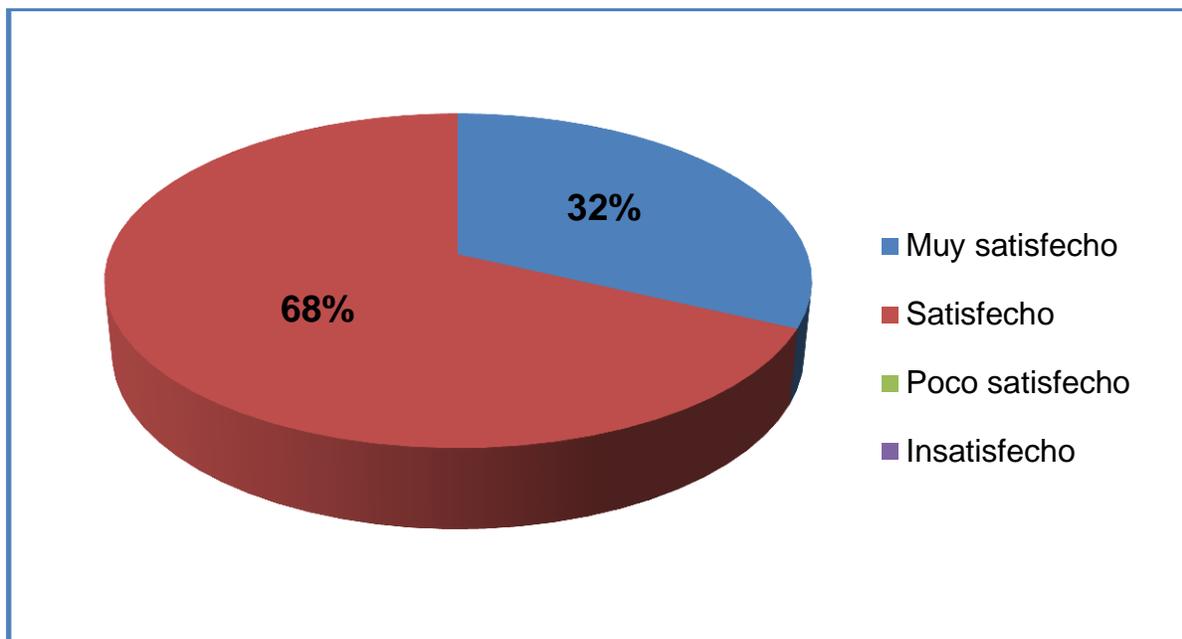


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto al grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, solo el 12% de los encuestados afirma que los conoce mucho (o en alto grado). El resto de los encuestados (88%), afirma que los conoce de regular a poco los servicios que ofrece la biblioteca.

Se observa como la mayoría de la comunidad usuaria afirma no conocer al 100% los servicios y productos que ofrece la biblioteca, con esto se evidencio en los gráficos 66 y 67, donde se refleja el panorama mencionado anteriormente, ya que los usuarios conocen los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no conocen todo lo que la biblioteca ofrece, podría deberse a que la biblioteca no difunde con mayor fuerza los otros servicios o que el usuario no está interesado a conocer más allá de lo que necesita y usa.

Gráfico 72. Grado de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



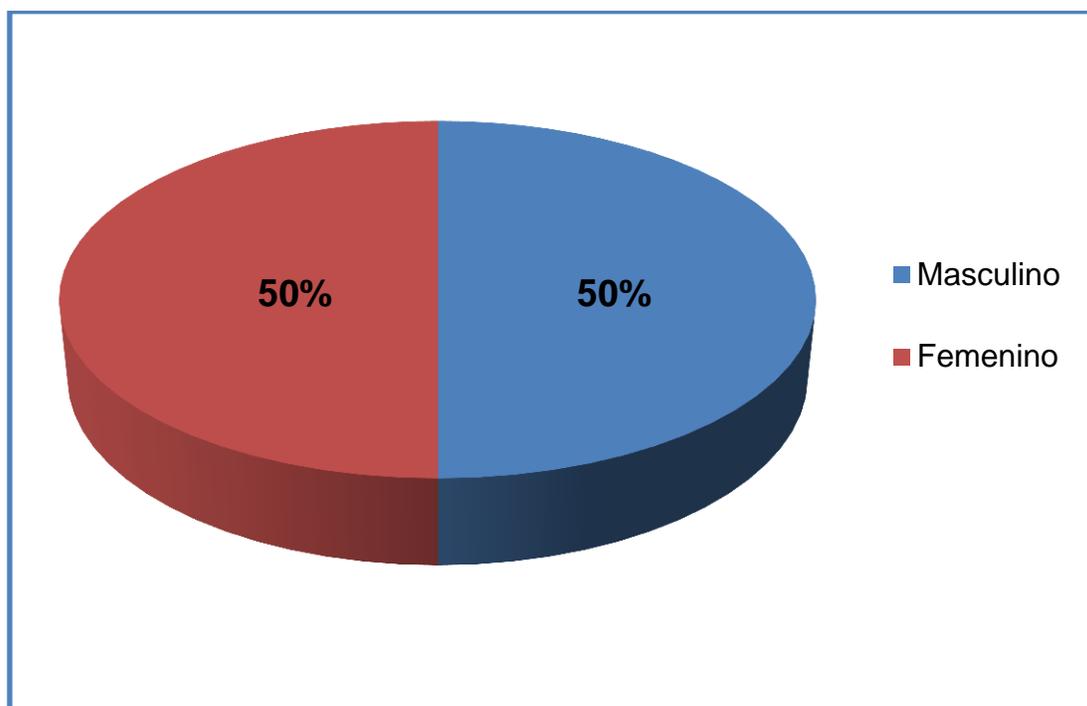
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Respecto a la consulta que se realizó a los encuestados en relación con su grado de satisfacción de los productos y servicios que ofrece la biblioteca, un 32% afirma que se encuentra muy satisfecho, el 68% restante se considera satisfecho con lo que se le brinda en la biblioteca.

El grado de satisfacción tan alto de los usuarios, llama la atención, ya que es poco el conocimiento que tienen respecto a los servicios y productos que ofrece la biblioteca, como se mencionaba en el gráfico 71, el 88% de los encuestados conocen de regular a poco los servicios y productos, a pesar del desconocimiento, la satisfacción es bastante elevada, esto podría deberse a que al utilizar los servicios y productos que conocen no han presentado ningún problema, han recibido una adecuada atención por parte del personal ya que el hecho que no conozcan todo lo que la biblioteca brinda no quiere decir que su satisfacción sea escasa.

4.4.2. Comunidad usuaria infantil

Gráfico 73. Distribución de la muestra según género de la población usuaria, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 73, se presenta la distribución por género de los usuarios entrevistados. De los 10 niños y niñas seleccionadas en la muestra, 5 fueron hombres (50%) y 5 mujeres (50%).

Es importante mencionar que la Biblioteca de Santa Bárbara recibe anualmente a 48 niños y 47 niñas.

Cuadro 28. Características de la población usuaria infantil, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

| INDICADORES | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------------|----------|------------|
| ESCOLARIDAD | | |
| Tercero | 4 | 40% |
| Cuarto | 3 | 30% |
| Quinto | 2 | 20% |
| Sexto | 1 | 10% |
| EDAD | | |
| 8 años | 1 | 10% |
| 9 años | 3 | 30% |
| 10 años | 4 | 40% |
| 11 años | 1 | 10% |
| 12 años | 1 | 10% |

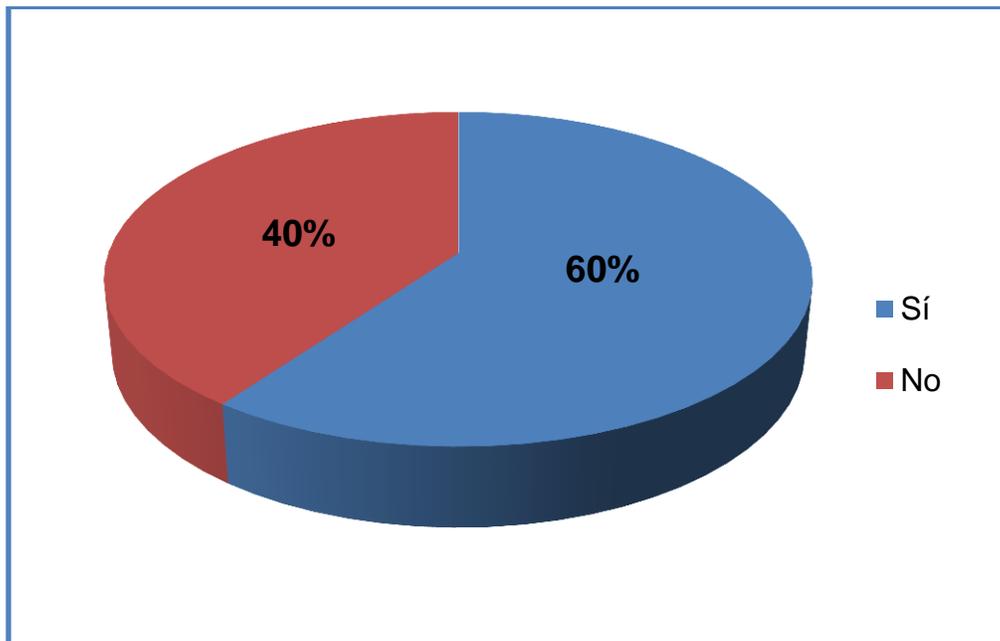
Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en la cuadro 28 donde se menciona la edad, la mayor parte de los usuarios que hacen uso de los servicios de la biblioteca de Santa Bárbara son usuarios con 10 años de edad lo que equivale al 40%; seguidamente de los niños y niñas de 9 años de edad equivalente a un 30% y un 20% es representado por población entre los 11 a 12 años de edad, un 10% representado por niños y niñas de 8 años. Se puede observar que los niños y niñas entre 6 y 7 años de edad no hacen uso de la biblioteca. Esto podría deberse a que por ser tan pequeños las personas encargadas de estos niños y niñas no los acompañan a que hagan uso de la biblioteca, igualmente podría deberse a que en la biblioteca no se realizan actividades de interés para este tipo de usuario.

Como se indica en el cuadro 28 de tipo de usuario, los grupos mayoritarios de usuarios que visitan la biblioteca son niños y niñas de tercer grado, el 40%, seguidamente de niños y niñas de cuarto grado. Finalmente el 30% son niños y niñas de quinto y sexto grado. Como se mencionaba anteriormente las niñas y niños de 6 y 7 años de edad no se ven reflejados en el uso de la biblioteca, por lo que no se tienen usuarios de primer y segundo grado.

Al ver los resultados anteriores es importante considerar tomar más en cuenta a la comunidad usuaria infantil, realizando diferentes tipos de actividades que llamen su atención. Se debe considerar el diseño de productos y servicios a la medida, para satisfacer las necesidades de cada rango de usuarios y permitir así llenar sus

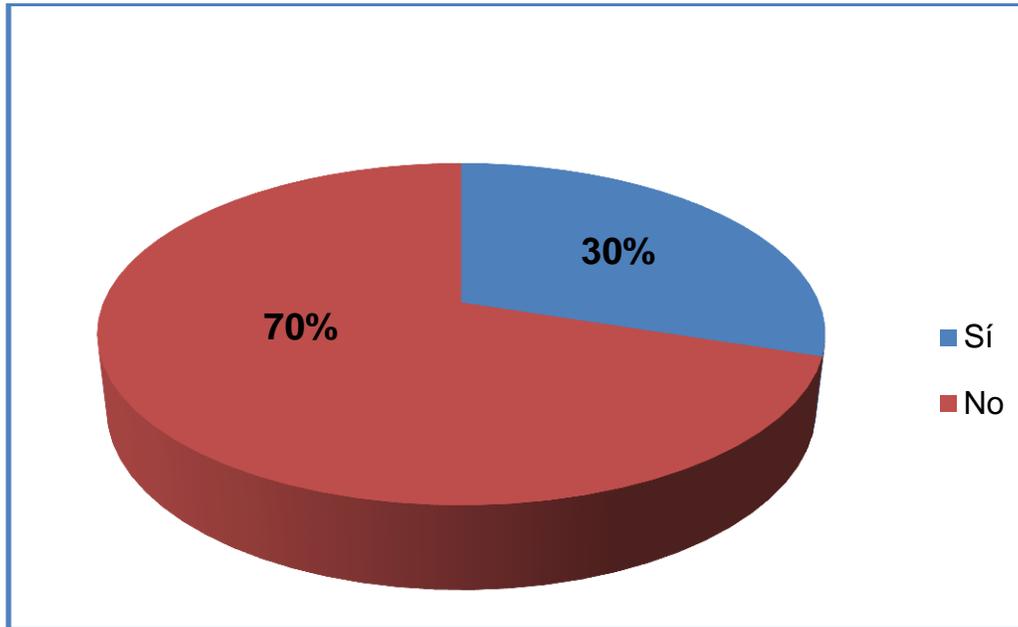
Gráfico 74. Cantidad de usuarios que tienen computadora en el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En el gráfico 74, se evidencia que la mayoría de la población infantil cuenta con computadora en el hogar (60%) cabe mencionar que muchos niños y niñas afirmaban que la computadora existente en el hogar pertenecía a algún adulto, un 40% de los encuestados menciona que no posee computadora en el hogar, lo cual es equivalente a 4 personas.

Gráfico 75. Población usuaria que tiene acceso a internet desde el hogar, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

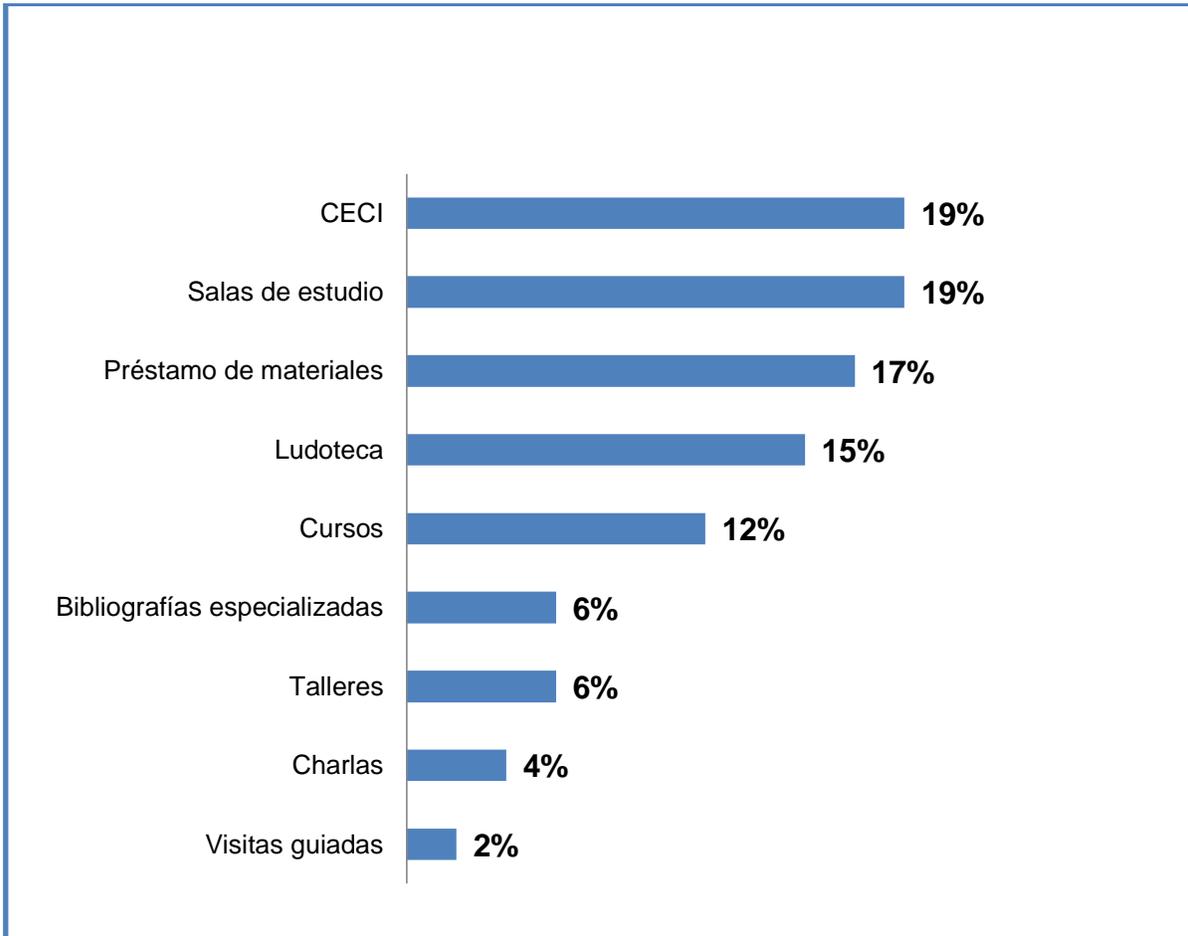


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

El gráfico evidencia que la mayoría de la población usuaria infantil, es decir el 70% de los entrevistados menciona que no tienen acceso a Internet desde sus casas, tan solo el 30% tiene acceso. Si se analizan estos datos con los obtenidos en el gráfico 74, se observa que existe una brecha tecnológica en cuanto al acceso a internet se refiere, ya que varios de los entrevistados poseen computadora, más no pueden acceder a internet desde la comodidad de su hogar.

Esta información es relevante, ya que la biblioteca deberá orientar el diseño de productos y servicios no solo en línea, sino que deberá idear diversas formas para que la divulgación llegue a toda la comunidad usuaria, siempre y cuando se adecue a la edad y capacidad de los niños y niñas para entender que se les quiere ofrecer.

Gráfico 76. Cantidad de personas que conocen los servicios que ofrecen, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

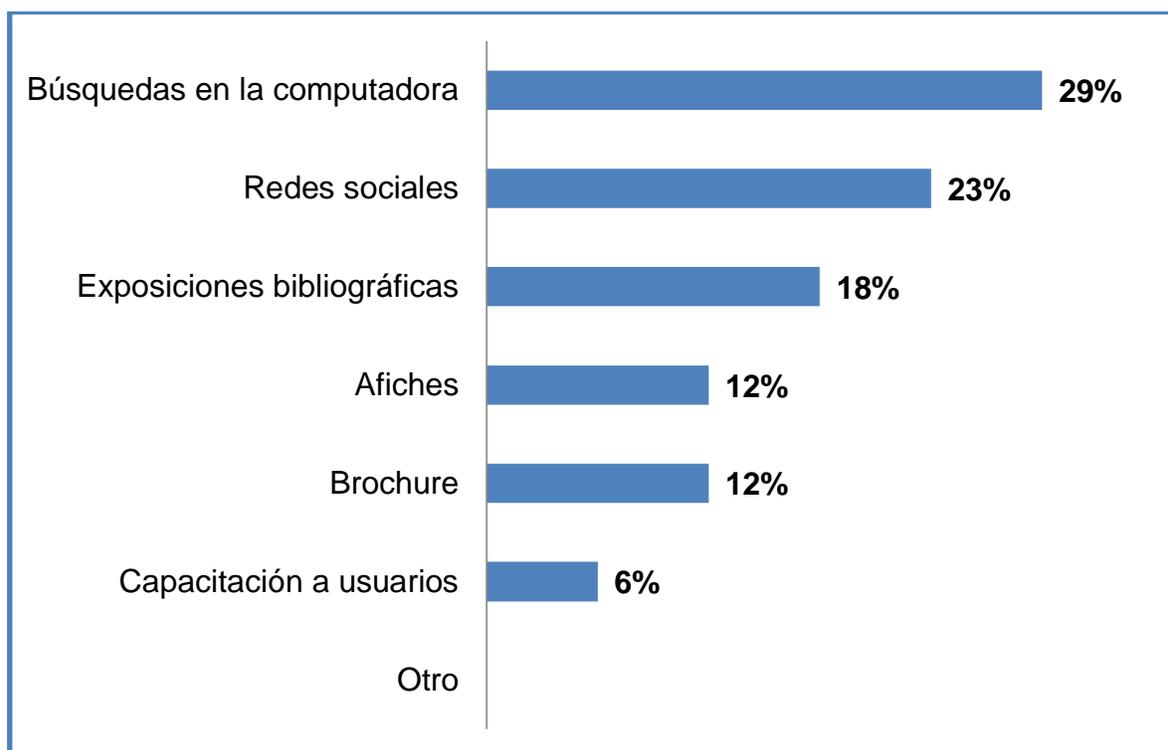


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Se les cuestiono a los usuarios encuestados respecto al conocimiento que tienen de los servicios que ofrece la biblioteca, los más populares y conocidos para la población usuaria son el Centro Comunitario Inteligente (CECI) y las salas de estudio ya que el 38% afirmaron conocer y hacer uso de dichos servicios. En cuanto al préstamo de materiales (17%) y a la ludoteca (15%), se puede rescatar que en el momento que la comunidad usuaria hace uso de la ludoteca están a la vez tomando como préstamo los libros y documentos que se encuentran en ella. Los cursos son conocidos y utilizados por el 12% de la población, de acuerdo con las bibliografías especializadas, talleres, charlas y visitas guiadas estos cuatro

servicios son conocidos solamente por el 18% de la comunidad usuaria, podría deberse a que la biblioteca no refuerza la promoción en cuanto a los servicios que se mencionaban anteriormente. Se puede rescatar que la comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, o sobre los que más divulga la biblioteca, es decir no conocen más allá de lo que requieren.

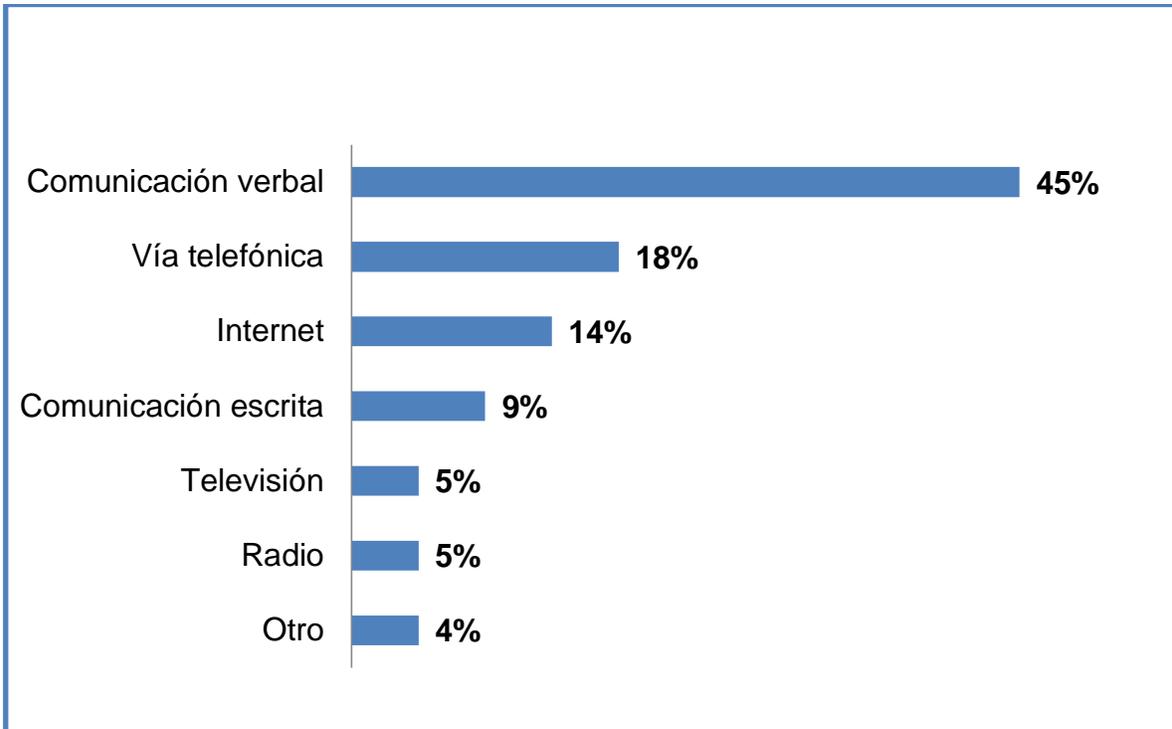
Gráfico 77. Porcentaje de usuarios que conoce cada uno de los productos que se ofrecen, Biblioteca de Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Ante la pregunta que se realizó a los encuestados sobre su conocimiento respecto a los productos que ofrece la biblioteca, 10 personas (29%), afirma que conoce los productos de información que ofrece la biblioteca entre ellos las búsquedas en la computadora, 8 personas (23%) aseguraron conocer las redes sociales de la biblioteca, mientras que 6 usuarios (18%) conocen las exposiciones bibliográficas. Respecto a los afiches y brochures el 24% tiene conocimiento de estos productos, para la capacitación de los usuarios, 2 personas indican conocerlos (6%).

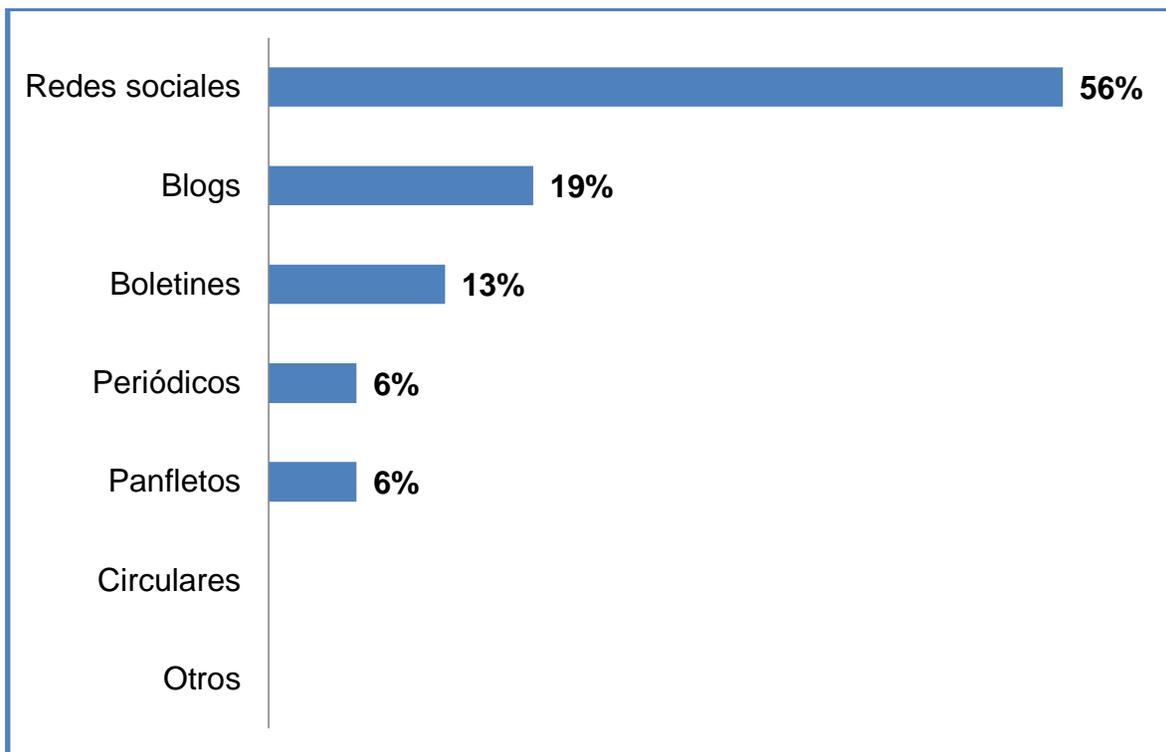
Gráfico 78. Conocimiento de los medios de promoción de los servicios que utiliza la biblioteca, por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Como se observa en el gráfico 78; el medio de promoción que los usuarios consideran más efectivo es la comunicación verbal, reflejado por el 45% (10 personas). Por otra parte, los usuarios reconocen que por vía telefónica e internet son medios oportunos para dar a conocer los productos y servicios que brinda la biblioteca, ya que para ambos se obtuvo un 32%. Respecto al acceso a información impresa para conocer sobre la biblioteca, un 9% considera una forma efectiva. De acuerdo con la televisión, radio y otro tipo de medio se obtiene un 14% representado por 3 personas de la comunidad usuaria. Esta información ofrece una guía importante respecto al medio de divulgación que debería utilizar y reforzar la biblioteca para la publicidad de sus servicios.

Gráfico 79. Formas de promoción conocidos por los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

Las formas de promoción de acuerdo con el gráfico 79, se observa que la más conocida por los usuarios son las redes sociales con 56% (9 personas) este resultado es importante ya que si se recuerda, la edad de la comunidad usuaria infantil ronda entre los 8 y 12 años de edad. Las formas de promoción menos utilizadas por los usuarios son los blogs, los boletines, los periódicos, los panfletos y las circulares que ni siquiera son mencionados por los usuarios, esto corresponde a la respuesta de 7 personas lo que equivale a un 44%, este desconocimiento podría darse por la forma de promoción que más utiliza la biblioteca y no necesariamente por la forma de promoción que conoce y utiliza el usuario.

Gráfico 80. Frecuencia de uso de los servicios por parte de los usuarios encuestados, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)

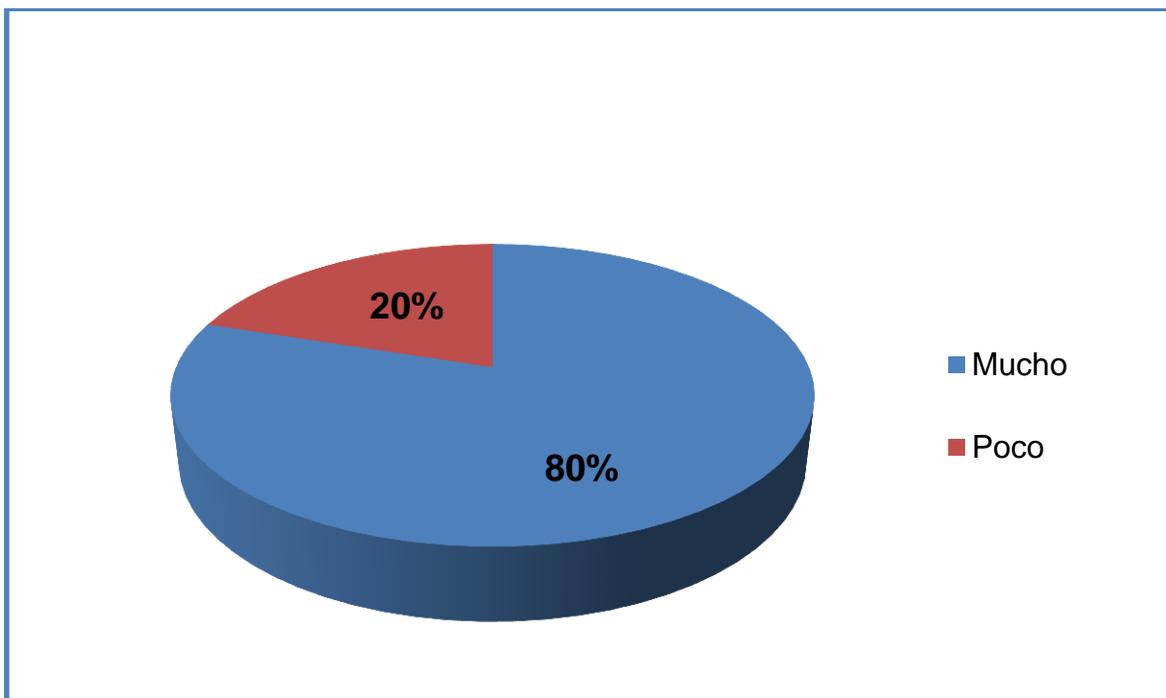


Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto a la frecuencia de uso y visita a la biblioteca por parte de los usuarios, un 60% indica que visita la biblioteca varias veces a la semana. Un 20% menciona que va a la biblioteca todos los días; el 20% hace uso de los servicios quincenalmente o una vez al mes.

De estos resultados se debe rescatar que la mayoría de los usuarios asisten a la biblioteca varias veces por semana, acá es importante mantener satisfecho al usuario para que por ningún motivo se desligue de la biblioteca, se debe buscar la forma de hacer más efectiva la divulgación de lo que se les brinda dentro de la biblioteca, exponiéndoles la amplia gama de servicios y productos para que estos puedan hacer mayor uso de los mismos.

Gráfico 81. Grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, por parte de los usuarios, Biblioteca Santa Bárbara (Heredia, C. R.)



Fuente: elaboración propia, datos tomados de la encuesta realizada entre los meses de noviembre 2013 y enero 2014.

En cuanto al grado de conocimiento de los servicios y productos que ofrece la biblioteca, el 80% de los encuestados afirma que conoce mucho. El resto de los encuestados (20%), afirman que los conoce poco los servicios que ofrece la biblioteca.

Se observa como la mayoría de la comunidad usuaria afirma conocer mucho los servicios y productos que ofrece la biblioteca, con esto se evidencio en los gráficos 76 y 77, refleja el panorama mencionado anteriormente, ya que los usuarios conocen los servicios y productos que generalmente utilizan, pero no conocen todo lo que la biblioteca ofrece, podría deberse a que la biblioteca no difunde con mayor fuerza los otros servicios o que el usuario no está interesado en conocer más allá de lo que necesita y usa.

Respecto a la consulta que se realizó a los encuestados en relación con su grado de satisfacción de los productos y servicios que ofrece la biblioteca, el 100% afirma que se encuentra satisfecho con lo que se le brinda en la biblioteca.

El grado de satisfacción tan alto de los usuarios, llama la atención, ya que es poco el conocimiento que tienen respecto a los servicios y productos que ofrece la biblioteca, la satisfacción es bastante elevada, esto podría deberse a que al utilizar los servicios y productos que conocen no han presentado ningún problema, han recibido una adecuada atención por parte del personal ya que el hecho que no conozcan todo lo que la biblioteca brinda no quiere decir que su satisfacción sea escasa.

4.5. Resumen de los resultados

Con el fin de sintetizar la información antes presentada, en un cuadro resumen se exponen los principales resultados arrojados de los instrumentos que se aplicaron, tanto de la población usuaria adulta como la infantil. Se rescatan datos relevantes útiles para la propuesta del plan de difusión y divulgación de los productos y servicios que se ofrecen en cada una de las bibliotecas; también se comparan las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, objeto de este estudio. Esta información se detalla en los cuadros 29 y 30, los cuales se muestran a continuación:

Cuadro 29. Resumen comparativo de gráficos población usuaria infantil

| Bibliotecas Públicas | Heredia | San Joaquín | Paracito | Santa Bárbara |
|--|--|---|---|--|
| 1. Composición de la población según muestra | Masculino: 48% Femenino: 52% | Masculino: 60% Femenino: 40% | Masculino: 37% Femenino: 63% | Masculino: 50% Femenino: 50% |
| 2. Acceso a Computadora | Si : 84% No : 16% | Si: 85% No: 15% | Si: 33% No: 67% | Si: 60% No: 40% |
| 3. Acceso a Internet | Si : 65% No: 35% | Si: 80% No: 20% | Si: 26% No: 74% | Si: 30% No: 70% |
| 4. Servicios más conocidos por la comunidad usuaria de cada biblioteca | Ludoteca: 26% Talleres: 25% Salas de estudio: 13% Cursos: 11% | Ludoteca: 17% CECI: 15% Talleres: 15% Préstamo de materiales: 14% Cursos: 13% | Sala de estudio: 19% Préstamo de material: 18% Ludoteca: 16% CECI: 15% Talleres: 9% Charlas: 7% | Sala de estudio: 19% CECI: 19% Préstamo de material: 17% Ludoteca 15% Cursos: 12% Bibliografías especializadas: 6% |
| 5. Productos más conocidos por la comunidad usuaria | Redes sociales: 25% Capacitación de usuarios: 7% Exposiciones bibliográficas: 15% Afiches: 28% Brochure: 5% Búsqueda en la computadora: 20% | Redes sociales: 15% Capacitación de usuarios: 14% Exposiciones bibliográficas: 4% Afiches: 19% Brochure: 23% OPAC: 0% Búsqueda en la computadora: 25% | Redes sociales: 25% Capacitación de usuarios: 12% Exposiciones bibliográficas: 8% Afiches: 25% Brochure: 13% Búsquedas especializadas: 19% | Redes sociales: 23% Capacitación de usuarios: 6% Afiches: 12% Brochure: 12% Exposiciones bibliográficas: 18% Búsquedas en la computadora: 29% |
| 6. Medios de promoción más conocidos por la comunidad usuaria utilizados por la Biblioteca | Escrita: 0% Internet: 21% Verbal: 76% Vía telefónica: 3% Televisión, radio: 0% | Escrita: 0% Internet: 14% Verbal: 57% Vía telefónica: 21% Televisión, radio: 8% | Escrita: 11% Internet: 33% Verbal: 31% Vía telefónica: 25% | Escrita: 9% Internet: 14% Verbal: 45% Vía telefónica: 18% Otro: 4% Televisión: 5% Radio: 5% |
| 7. Formas de promoción más conocidos la comunidad usuaria empleados por la Biblioteca | Redes sociales: 26% Boletines: 11% NR: 6% Circulares: 0% Panfletos: 54% Blogs: 3% Periódicos: 0% | Redes sociales: 23% Boletines: 17% NR: 3% Circulares: 0% Panfletos: 44% Periódicos: 3% Blog: 10% | Redes sociales: 44% Boletines: 18% Panfletos: 28% Blogs: 10% | Redes sociales: 56% Panfletos: 6% Blogs: 19% Boletines: 13% Periódicos: 6% |
| 8. Grado de conocimiento (servicios y productos) | Poco: 52% Nada: 3% Mucho: 45% | Poco: 40% Nada: 0% Mucho: 60% | Poco: 30% Nada: 7% Mucho: 63% | Poco: 20% Mucho: 80% |

Cuadro 30. Resumen comparativo de gráficos población usuaria adulta

| Bibliotecas Públicas | Heredia | San Joaquín | Paracito | Santa Bárbara |
|--|--|---|---|--|
| 1. Composición de la población según muestra | Masculino: 43% Femenino: 57% | Masculino: 46% Femenino: 54% | Masculino: 26% Femenino: 74% | Masculino: 44% Femenino: 56% |
| 2. Acceso a Computadora | Sí: 87% No: 13% | Sí: 79% No: 21% | Sí: 74% No: 26% | Sí: 72% No: 28% |
| 3. Acceso a Internet | Sí: 73% No: 27% | Sí: 77% No: 23% | Sí: 53% No: 47% | Sí: 72% No: 28% |
| 4. Servicios más conocidos por la comunidad usuaria de cada biblioteca | Sala de trabajo grupal 13% Salas de lectura 13% Talleres y capacitaciones 10% Actividades culturales y de extensión 10% Préstamo de materiales 9% Acceso a red inalámbrica 7% | Talleres y capacitaciones 11% Sala de trabajo grupal 11% Actividades culturales y de extensión 10% Acceso a red inalámbrica 8% Préstamo de materiales 8% Sala de lectura individual 8% | Talleres y capacitaciones 12% Actividades culturales y de extensión 12% Préstamo de materiales 11% Sala de trabajo grupal 10% Sala de lectura individual 10% Acceso a red inalámbrica 7% | CECI 17% Acceso red inalámbrica 16% Salas de lectura 15% Sala de trabajo grupal 13% Ludoteca 12% Préstamo de materiales 10% |
| 5. Productos más conocidos por la comunidad usuaria | Redes sociales: 30% Capacitación de usuarios: 19% Exposiciones bibliográficas: 18% Afiches: 16% Brochure: 15% OPAC: 2% | Redes sociales: 26% Capacitación de usuarios: 19% Exposiciones bibliográficas: 15% Afiches: 17% Brochure: 14% OPAC: 6% NR: 2% Otros: 1% | Brochure: 27% Redes sociales: 26% Capacitación de usuarios: 23% Afiches: 21% Exposiciones bibliográficas: 3% | Afiches: 52% Redes sociales: 24% Brochure: 15% Capacitación de usuarios: 6% |
| 6. Medios de promoción más conocidos por la comunidad usuaria utilizados por la Biblioteca | Escrita: 32% Internet: 27% Verbal: 22% Vía telefónica: 12% Televisión y radio: 6% NR: 2% | Verbal: 33% Escrita: 23% Internet: 20% Vía telefónica: 17% Televisión y radio: 5% Otro: 1% NR: 1% | Internet: 30% Verbal: 30% Escrita: 24% Vía telefónica: 16% | Verbal: 64% Internet: 13% Vía telefónica: 13% Escrita: 7% Otro: 3% |
| 7. Formas de promoción más conocidos la comunidad usuaria empleados por la Biblioteca | Redes sociales: 32% Boletines: 28% NR: 10% Circulares: 9% Panfletos: 7% Blogs: 7% Periódicos: 6% | Redes sociales: 34% Boletines: 31% Panfletos: 17% Circulares: 13% Periódicos: 2% Otro: 2% NR: 1% | Redes sociales: 34% Boletines: 33% Panfletos: 21% Blogs: 7% Circulares: 5% | Panfletos: 64% Redes sociales: 22% Circulares: 7% Otro: 7% |
| 8. Grado de conocimiento (servicios y productos) | Poco: 55% Regular: 29% Nada: 11% Mucho: 5% | Regular: 51% Poco: 32% Mucho: 14% Nada: 3% | Regular: 60% Poco: 24% Mucho: 16% | Regular: 68% Poco: 20% Mucho: 12% |

4.6. Hallazgos detectados

Dentro de los principales hallazgos arrojados por los diversos instrumentos aplicados, se detectaron las siguientes situaciones, las más relevantes son:

Biblioteca Pública de Heredia

- ✿ La biblioteca posee diversas áreas para los usuarios; sin embargo la más específica es la ludoteca para niñas y niños. No hay una adecuada señalización de las áreas lo que evidencia una falta de segmentación de los usuarios; además la carencia de rotulación de áreas provoca que el usuario desconozca algunos servicios que se brindan como es el caso de la sala de lectura individual ubicada en el tercer piso.

- ✿ No existe un plan específico para dar conocer los servicios y productos de la biblioteca. Para las diversas actividades programadas la pauta es hacer la invitación personal (cara a cara) al finalizar alguna actividad, también por medio de llamadas telefónicas, correo electrónico, Facebook (en algunas ocasiones), así como pegar boletines en la entrada de la biblioteca, lo cual limita a aquellos usuarios que no la visitan con frecuencia, esto hace prácticamente nula la promoción dirigida a nuevos usuarios o a nueva audiencia de usuarios potenciales.

- ✿ No todos los usuarios reales o “frecuentes” conocen lo que brinda la biblioteca, no todos los servicios y productos que se ponen a disposición, son utilizados completamente, esto puede deberse a la falta de promoción por parte de la biblioteca o bien los usuarios no se interesan en utilizar más allá de lo que necesitan o conocen. La comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, o sobre los que más divulga la biblioteca, como lo son los talleres y las capacitaciones, es decir no conocen más allá de lo que requieren. Tal como se evidencia en los gráficos 5 y 6.

- ✿ El uso que se le da a las herramientas tecnológicas no es el idóneo; en efecto, se utiliza la tecnología, sin embargo esto se da muy esporádicamente, no es una tendencia continua, por ejemplo mediante las redes sociales, como el caso de Facebook, canal de YouTube, blog, Twitter y Google plus, se hacen publicaciones de algunas de las actividades, nuevos materiales y algunos anuncios, pero esto no es algo que se haga da diario para comunicarse con la población, tampoco se contestan algunos de los mensajes o comentarios que dejan los usuarios. Esto se ve representado en el gráfico 8. Se desaprovecha el hecho que la mayoría de la población usuaria cuenta con acceso a estos medios pues poseen computadora e internet, como lo reflejan los gráficos 3 y 4.

- ✿ Se debe reforzar la extensión bibliotecaria, llevar la biblioteca a exteriores para llegar a una mayor cantidad de personas; crear alianzas estratégicas con centros a donde acudan los vecinos como es el caso de centros educativos, iglesia, clínica, parque, entre otros, para promocionar todo lo que brinda la biblioteca.

- ✿ Se deben reconocer los distintos intereses de la comunidad usuaria para hacerle llegar información oportuna y de su interés. Es decir, hacer más específica la promoción y divulgación de los productos y servicios, de esta forma la información llegará a los interesados y no a todo el público en general, sin dejar de lado la población infantil.

- ✿ Dar mayor visibilidad a algunos productos que se realizan pero no son tan relevantes para la población usuaria, quizá debido a su presentación, como es el caso de las exposiciones bibliográficas, afiches y brochures. Esto se representa en el gráfico 8.

- En relación al personal, es conveniente mejorar las relaciones interpersonales y servicio al cliente, ya que hubo varios comentarios negativos acerca del trato que algunos funcionarios dan a los usuarios. A pesar de que la población está satisfecha, como se muestra en el gráfico 11, las observaciones hacían referencia a este punto.
- Como se muestra en el cuadro 31, los usuarios de la Biblioteca Pública de Heredia, de acuerdo con los gráficos 5 y 15 conocen los siguientes servicios, cabe resaltar que la mayoría no tienen conocimiento de todos los servicios brindados por la biblioteca.

Cuadro 31. Servicios Biblioteca Pública de Heredia

| Servicios que brinda la Biblioteca Pública de Heredia | Servicios que conocen los usuarios de la Biblioteca Pública de Heredia |
|---|---|
| Información | ✓ |
| Archivo documental | ✓ |
| Referencia | ✓ |
| Material audiovisual | ✓ |
| Préstamo a sala y a domicilio | ✓ |
| Auditorio | ✓ |
| Ludoteca | ✓ |
| Acceso a computadoras para los usuarios | ✓ |
| Consultas de periódicos nacionales del día | |
| Exposiciones bibliográficas | ✓ |
| Consulta de base de datos Janium y base de datos SINABI | ✓ |
| Servicio de alerta de publicaciones nuevas (DVD, libros, revistas, entre otros) | ✓ |
| Inducción de usuarios | ✓ |

| | |
|--|-----------|
| Cursos de alfabetización tecnológica e informacional | ✓ |
| Servicio de acceso a la red inalámbrica | ✓ |
| Sección de hemeroteca | ✓ |
| Recomendaciones bibliográficas | ✓ |
| Préstamo de Gacetas y periódicos de la provincia | |
| Otros | Tertulias |

Fuente: elaboración propia

Biblioteca Pública de San Joaquín

- ✿ Las distintas áreas con que se cuenta en la biblioteca no son fácilmente identificables, ya que no existe una adecuada señalización, la más específica y representativa es el espacio de ludoteca para niñas y niños. Faltan rótulos que orienten al usuario sobre los lugares que puede utilizar.
- ✿ En relación con la forma de dar a conocer los productos y servicios, no existe un plan específico para la promoción y divulgación de estos. La pauta con algunas de las actividades programadas es hacer la invitación personal a cada uno de los usuarios al finalizar la actividad, también en algunas ocasiones se utiliza hacer llamadas telefónicas, enviar invitaciones vía correo electrónico, publicar avisos por medio de Facebook, así como pegar boletines en la entrada de la biblioteca, esto limita a aquellos usuarios que no la visitan con frecuencia, lo que hace prácticamente nula la promoción dirigida hacia una nueva audiencia de usuarios potenciales.
- ✿ Respecto a la población usuaria, no todos conocen lo que se ofrece en la biblioteca, desconocen en gran parte los servicios y productos que se ponen a disposición, estos no son utilizados en su totalidad, puede deberse a la falta de promoción por parte de la biblioteca o que los usuarios no se interesan en

utilizar más allá de lo que necesitan. La comunidad usuaria tiene más conocimiento sobre los servicios que utiliza, o sobre los que más divulga la biblioteca, como lo son los talleres y las capacitaciones; es decir, no conocen más allá de lo que requieren, tal como se evidencia en los gráficos 25 y 26.

- ✿ Si bien se hace uso de algunas herramientas tecnológicas, no es lo idóneo, ya que se da muy esporádicamente, no hay continuidad ni se da seguimiento, por ejemplo por medio de la red social Facebook, se hacen publicaciones de algunas de las actividades, nuevas adquisiciones y ciertos anuncios, pero esto no es algo que se efectúa todos los días, no se saca todo el provecho de este medio para comunicarse con la población, pues no se contestan algunos de los mensajes o comentarios que dejan los usuarios. Esta biblioteca cuenta con un perfil de Facebook no con una página, lo cual limita el uso de la herramienta; la página ofrece una amplia gama de aplicaciones a favor. Por otra parte, se cuenta con un blog, sin embargo está inactivo, ya que la información que contiene es del 2010 (ver anexo 3) y no tiene ninguna otra publicación. Desaprovechando el hecho que la mayoría de la población usuaria cuenta con acceso a estos medios, dado que poseen computadora e internet, como se refleja en el análisis de los gráficos 23 y 24.
- ✿ Otro aspecto importante por considerar es reforzar la extensión bibliotecaria, llevar la biblioteca a exteriores para llegar a una mayor cantidad de personas, dar a conocer a toda la comunidad lo que se está haciendo en la biblioteca, por lo que se deben crear alianzas estratégicas con centros a donde acudan los vecinos como es el caso de centros educativos, iglesia, clínica, parque, entre otros, para promocionar todo lo que brinda la biblioteca.
- ✿ Hace falta la segmentación de usuarios, se deben reconocer los distintos intereses de la comunidad usuaria para hacerle llegar información oportuna y de su interés. Es decir, hacer más específicos los volantes informativos.

- ✿ Falta de personal, en la biblioteca laboran dos personas y son múltiples labores las que se deben llevar a cabo, lo que satura el trabajo de las bibliotecólogas, quienes deben distribuir muy bien el tiempo para salir con las tareas cotidianas y las actividades especiales, por lo que sería oportuno contar con más personal o aprovechar a las personas que realizan trabajo comunal en la biblioteca.
- ✿ Dar mayor visibilidad a algunos productos que se elaboran pero no son tan relevantes para la población usuario posiblemente debido a su presentación, como es el caso de las exposiciones bibliográficas.
- ✿ Como se muestra en el cuadro 32, los usuarios de la Biblioteca Pública de San Joaquín, de acuerdo con los gráficos 25 y 35 conocen los siguientes servicios, aunque no todos los usuarios conocen el conjunto de los servicios brindados por la biblioteca.

Cuadro 32. Servicios Biblioteca Pública de San Joaquín

| Servicios que brinda la Biblioteca Pública de San Joaquín | Servicios que conocen los usuarios de la Biblioteca Pública de San Joaquín |
|--|---|
| Información | ✓ |
| Archivo documental | ✓ |
| Referencia | ✓ |
| Material audiovisual | ✓ |
| Sala infantil | ✓ |
| Préstamo a sala y a domicilio | ✓ |
| Consultas telefónicas | ✓ |
| Talleres y charlas | ✓ |
| Acceso a computadoras | ✓ |
| Uso de OPAC (Janium) | ✓ |
| Inducción de usuarios | ✓ |
| Cursos de alfabetización tecnológica e informacional | ✓ |
| Servicio de acceso a la red inalámbrica | ✓ |
| Recomendaciones bibliográficas | |
| Fomento a la lectura | ✓ |
| Otros | |

Fuente: elaboración propia

Biblioteca Pública de Paracito

- ✿ Se requiere reforzar los siguientes servicios: servicio de alerta, cursos de alfabetización, ludoteca, CECI (dar a conocer a los usuarios de que se trata este servicio, porque muchas veces utilizan las computadoras sin saberlo), visitas guiadas. En cuanto a los productos están: redes sociales (mantener la página del Facebook actualizada, que sea un medio por el cual el usuario pueda sentirse atendido), brochures y los afiches (no solo repartirlos en la misma biblioteca donde ya llegan los usuarios, sino distribuirlos por toda la comunidad, escuelas, colegios, comercios, iglesias, casas, con información de interés). Capacitación a usuarios (este servicio es primordial para que el usuario conozca la biblioteca, debe realizarse constantemente). Exposiciones bibliográficas (realizarlas con diferentes herramientas).
- ✿ Los servicios y productos no son utilizados en su totalidad por los usuarios, ya sea porque la biblioteca no los da a conocer y los usuarios no utilizan más allá de lo que necesitan o conocen, esto se ve reflejado en los gráficos 45 y 46; lo cual evidencia que no se aprovechan bien los recursos.
- ✿ En cuanto a la promoción y divulgación no hay un plan específico para dar conocer los servicios y productos de la biblioteca. Por lo general, se invita a la población mediante publicaciones en Facebook o personalmente, tal como lo comentó la encargada, quien ha realizado visitas a los hogares extendiendo la invitación casa por casa, o bien hace llamadas telefónicas a algunos de los usuarios más frecuentes. Esto limita la atracción de nuevos usuarios, ya que la promoción no se dirige a ellos.
- ✿ El espacio físico es limitado, no hay una adecuada señalización dentro de la biblioteca, y no hay rótulos que orienten a los usuarios sobre las áreas que puede utilizar.
- ✿ No hay una adecuada segmentación de la población, ya que siempre se entrega la misma información de forma general o global, no se hacen

especificaciones de ningún tipo en la “publicidad” de las actividades de la biblioteca.

- ✿ En esta biblioteca se cuenta con personal único, tan solo una persona labora en la unidad de información, y no ha completado sus estudios en Bibliotecología, por lo que muchas de las labores se realizan empíricamente, lo cual afecta de cierta forma el desarrollo que pueda tener la biblioteca.
- ✿ Es importante que la bibliotecóloga tenga una relación estrecha con el usuario, y que existan diferentes medios de comunicación, no basarse solo en un medio para divulgar la información, brindar diferentes opciones para el usuario, se debe reforzar la comunicación. De esta forma, más personas de la comunidad se integrarán activamente a la biblioteca. Queda demostrado en los gráficos 47 y 48.
- ✿ Otro problema es la poca afluencia que existe por parte de los usuarios, es difícil que los usuarios se acerquen a la biblioteca, este problema se ve reflejado en el gráfico 49, donde la segunda opción como frecuencia de uso de la biblioteca y los servicios es ocasionalmente. Es importante atraer a la comunidad usuaria utilizando diferentes herramientas.
- ✿ Por otra parte, en cuanto a la población infantil, a pesar de la cercanía entre la escuela y la biblioteca, la visitan muy pocos niños y niñas y, de acuerdo con lo observado, en la biblioteca se realizan muy pocas actividades dirigidas a ellos; lo cual limita la presencia de este tipo de población, ya que no se les está ofreciendo una gama de servicios que les interese.
- ✿ La biblioteca de Paracito cuenta con redes sociales, como Facebook, sin embargo esta herramienta tecnológica debe aprovecharse mejor para ofrecer mejores servicios, se debe mantener actualizada; aspecto muy importante para ofrecer al usuario información reciente. Desafortunadamente no cuenta con página web, ni utiliza algunas otras aplicaciones ni herramientas que ayuden a mejorar los servicios.

- Como se muestra en el cuadro 33, los usuarios de la Biblioteca Pública de Paracito, de acuerdo a los gráficos 45 y 55 conocen los siguientes servicios, es importante resaltar que no todos los usuarios conocen la suma de los servicios brindados por la biblioteca, muchos solamente tienen presente los que utilizan con mayor frecuencia.

Cuadro 33. Servicios de la Biblioteca Pública de Paracito

| Servicios que brinda la Biblioteca Pública de Paracito | Servicios que conocen los usuarios de la Biblioteca Pública de Paracito |
|--|--|
| Información | ✓ |
| Hemeroteca | |
| Talleres | ✓ |
| Sala infantil | ✓ |
| Préstamo a sala y a domicilio | ✓ |
| Consultas telefónicas | |
| Ludoteca | ✓ |
| Acceso a computadoras | ✓ |
| Referencia | ✓ |
| Charlas | ✓ |
| Audiovisuales | |
| Inducción de usuarios | ✓ |
| Cursos de alfabetización tecnológica e informacional | ✓ |
| Audiovisual | |
| Sala de lectura | ✓ |
| Circulación | ✓ |
| Otros | Archivo documental, bibliografías especializadas, consulta a base de datos |

Fuente: elaboración propia

Biblioteca Pública de Santa Bárbara

- ✿ En el caso de Santa Bárbara, se cuenta con personal único, solo una persona labora en la biblioteca, como desventaja se tiene que la encargada no posee estudios en Bibliotecología, existe escasa pro actividad, lo cual afecta para proponer ideas que hagan crecer y mejorar la unidad de información.
- ✿ La biblioteca cuenta con poco espacio, a pesar de que es limitado, el área más específica es la ludoteca. No hay una adecuada señalización de las áreas lo que refleja la falta de segmentación de los usuarios.
- ✿ Otro problema es la poca afluencia de público, lamentablemente los usuarios no se acercan, muy pocas personas lo hacen y la gran mayoría de la población desconoce que en el cantón hay una biblioteca. Es importante buscar la forma de atraer a la comunidad usuaria utilizando diferentes herramientas. Lastimosamente se realizan pocas actividades para atraer usuarios, el único servicio que se utiliza más es el Centro Inteligente Comunitario (CECI) por parte de los estudiantes de secundaria.
- ✿ En la biblioteca no se emplea ninguna herramienta tecnológica para hacer promoción o divulgación, no cuenta con una página web, un blog o una en página en Facebook. Ni muchos menos se tiene un plan o estrategia para dar a conocer la biblioteca.
- ✿ La encargada debería reforzar la extensión, saliendo a dar a conocer el lugar y sacar provecho a la cercanía con el colegio y a la escuela, así podría atraer usuarios y promocionar los servicios y productos que se brindan en la biblioteca.
- ✿ Se debe reforzar el equipo tecnológico para poder implementar y brindar mejores servicios a la comunidad.

- ✿ Es importante contar con una lista de contactos de las personas que visitan la biblioteca y reconocer los distintos intereses de la comunidad usuaria para hacerle llegar información oportuna y de su interés, con tal de acercarlos y que vean en la biblioteca una opción para mejorar.
- ✿ Como se muestra en el cuadro 34, los usuarios de la Biblioteca Pública de Santa Bárbara, de acuerdo a los gráficos 66 y 76, conocen los siguientes servicios; no obstante, la mayoría de los usuarios desconoce cuáles son todos los servicios brindados por la biblioteca.

Cuadro 34. Servicios de la Biblioteca Pública de Santa Bárbara

| Servicios que brinda la Biblioteca Pública de Santa Bárbara | Servicios que conocen los usuarios de la Biblioteca Pública de Santa Bárbara |
|--|---|
| Información | |
| Archivo documental | ✓ |
| Referencia | |
| Préstamo a sala y a domicilio | ✓ |
| Sala infantil | ✓ |
| Acceso a computadoras | ✓ |
| Sala de trabajo grupal | ✓ |
| Consultas telefónicas | |
| Inducción de usuarios | ✓ |
| Talleres | ✓ |
| Circulación | |
| Hemeroteca | ✓ |
| Bibliografías especializadas | ✓ |
| Fomento a la lectura | |
| Otros | |

Fuente: elaboración propia



CAPÍTULO V.

Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Las bibliotecas públicas, como entidades sociales, son organizaciones sin fines de lucro que responden a las necesidades de la comunidad a la cual se dirigen. Para un buen desarrollo, deben implementar acciones fundamentales, algunas de ellas son la promoción y difusión del quehacer de sus instituciones, así como de sus servicios y productos, aplicando herramientas tecnológicas.

El siguiente plan de promoción y difusión busca posicionar los servicios y productos de la biblioteca por medio de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación; aunque estos servicios y productos estén claramente definidos en la biblioteca, muchas personas de la comunidad los desconocen o los subutilizan, de ahí la importancia y necesidad de crear un plan de difusión.

Es por ello que se diseña el siguiente plan, con el fin de dar más visibilidad y dinamismo a los servicios y productos que actualmente ofrecen las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. Es importante dar un mejor manejo a las tecnologías de información y comunicación, permitiendo llegar a mayor cantidad de usuarios por medio de diferentes herramientas y técnicas de promoción, brindando así a la comunidad usuaria más posibilidades de acceso y conocimiento, tanto de la biblioteca como de sus productos y servicios.

Se realizó un diagnóstico a cada una de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, mediante la aplicación de diferentes instrumentos se logró obtener información relevante para el diseño de dicho plan. Se seleccionaron y se estudiaron diversas herramientas tecnológicas que se podrán implementar en las bibliotecas, de las cuales se eligieron las idóneas para la divulgación de servicios y productos. Se tomaron en cuenta diversos elementos, como la segmentación de la población, canales de difusión, distribución de las áreas, y recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para el plan de promoción y divulgación. Así mismo, se propondrán diversos indicadores que permitan evaluar la eficiencia de este plan.

5.1. Reseña de las Bibliotecas Públicas de la Provincia de Heredia

Biblioteca Pública de Heredia

La biblioteca Pública de Heredia se creó mediante acuerdo número 336 del 28 de agosto de 1890 en la administración del Lic. José Joaquín Rodríguez Zeledón (1890-1894). Se ubicó, en sus comienzos, en el salón municipal facilitado por el ayuntamiento.



Inició sus servicios con 628 libros, algunos prestados, otros donados por la comunidad y el gobierno. En 1891 fue clausurada, a petición del señor gobernador. Se abrió nuevamente en 1906, siendo bibliotecario don Aquileo J. Echeverría y cierra en 1917 en la dictadura de los hermanos Tinoco, por no darle mayor

atención a los asuntos de esta (Ministerio de Cultura y Juventud, 2011).

En febrero de 1981, dejó de brindar servicios por una demanda de desahucio. Con la colaboración de un grupo de heredianos, entre ellos don Marco Tulio Salazar, José María Salas, gobernador de la provincia; José Luis Salas, Director Regional de Educación y otros más, se logra ubicar la biblioteca en el segundo piso de la antigua escuela República Argentina.

El 27 de julio de 1988 se inaugura el nuevo edificio donde actualmente se encuentra ubicada. En mayo de 1995 es bautizada con el nombre del ilustre herediano "Dr. Marco Tulio Salazar Salazar"; y el 12 de julio del 2002 se inaugura la Ludoteca de la Biblioteca (Ministerio de Cultura y Juventud, 2011).

Biblioteca Pública de San Joaquín

Como parte de la reseña histórica de la biblioteca, se registran datos desde agosto de 1971, cuando representantes estudiantiles de San Joaquín de Flores sostuvieron conversaciones con los regidores municipales de este cantón, con el propósito de crear una biblioteca pública. Se sugiere la formación de un grupo que exprese este deseo a las autoridades competentes, y es así como, en el mes de septiembre de este mismo año, un grupo de estudiantes universitarios del lugar conforman una asociación denominada Asociación Estudiantes Universitarios (AEU), quienes presentan a los munícipes y representantes del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes un plan para el funcionamiento de la biblioteca. Inicialmente, la Biblioteca Pública de San Joaquín fue designada como centro de estudio y abre sus puertas en el mes de marzo de 1972. Funcionaba con voluntarios de la AEU y con ayuda de la Municipalidad del cantón. Meses después, en ese mismo año, pasa a formar parte de la Dirección de Bibliotecas Públicas del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes y se nombra al primer bibliotecario, el Sr. Ronald Víquez Arias, hasta el año de 1974. La biblioteca pasa por momentos difíciles entre 1974 (retiro del Sr. Víquez) y el mes de diciembre de 1975. Afortunadamente, se nombra a una asistente que hace un listado de los problemas por los que atraviesa la institución, entabla nuevas conversaciones con los munícipes del lugar, quienes dan una respuesta afirmativa de apoyo, no solo de su parte, sino el tratar de gestionar con altos funcionarios del Ministerio de Cultura, dando así nuevos hálitos de vida a la institución, que ya para el año de 1976 se designa como Biblioteca Pública de Flores (Urbina, 2008).



Biblioteca Pública de Paracito

Fundada en el año 1982, año en el que inició sus labores, por iniciativa de la Asociación de Desarrollo Integral, para ofrecer a la comunidad un espacio donde se incentivara la lectura. Esto en alianza con la escuela de la comunidad, que en ese momento no contaba con biblioteca propia, de esta forma se daría opción de préstamo de libros a los estudiantes de la escuela y colegio para la realización de tareas, trabajos de investigación. Como parte de la fundación de la Biblioteca, participaron las siguientes personas: Eliécer Madrigal, Sara Solano, Juan Ramón Solís, Ilse Brenes Fernández, Alfonso Marín, Germán Gamboa Marín y David Sánchez. (Fernández, 2012).

Algunos datos históricos que son importantes recalcar es que, desde sus inicios la biblioteca ha trabajado de forma inconstante, ha permanecido cerrada mucho tiempo, más de lo que ha estado abierta, debido a la falta de recursos para la contratación de personal. La biblioteca tenía un retraso en cuanto al funcionamiento y procesos normales de toda biblioteca, por lo que no se realizaba ningún tipo de difusión a la comunidad, las personas no estaban enteradas que existía una biblioteca, y menos aún que se brindaba el préstamo de libros. En el año 2012, cuando se reabrió la biblioteca, la encargada se propuso levantarla y darla a conocer a la comunidad, por medio de actividades, charlas, talleres. Uno de los logros importantes que se deben rescatar es que, en junio del 2012, se recibió una donación por parte del SINABI de cinco computadoras con acceso a internet. (Fernández, 2012).



Biblioteca Pública de Santa Bárbara

La Biblioteca Pública de Santa Bárbara de Heredia fue creada mediante convenio entre la Municipalidad, Asociación de Desarrollo, Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes en el año de 1981.

Por razones presupuestarias se cierra en el año de 1995 y se abre nuevamente en el año 2001, administrada por la Asociación de Desarrollo, institución clave para que se volviera a ofrecer los servicios de información en la población de Santa Bárbara (Ministerio de Cultura y Juventud, 2011).

Años más tarde de su apertura, se consigue una donación del Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICIT), ya que continúa con la disposición del gobierno de insertar a Costa Rica en la era digital. Por esta razón, en el 2010, inauguró el Centro Comunitario Inteligente número 36 de esta administración, en la Biblioteca Pública de Santa Bárbara de Heredia.



5.2. Propuesta de Solución

Con la investigación realizada, por medio de distintos instrumentos se detectaron algunos problemas que debían corregirse, entre ellos se destacan la falta de conocimiento por parte de los usuarios de los productos y servicios que brindan las bibliotecas, debido a la poca promoción y divulgación que se lleva a cabo, al igual que la poca aplicación que se le da a las TIC.

Con base en los hallazgos detectados en las Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia, se considera necesario implementar una serie de elementos que brinden solución a los problemas antes mencionados. Para ello, se propone lo siguiente:

5.2.1. Red de Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia

▣ Importancia de crear una red

Una red de bibliotecas es un conjunto de bibliotecas relacionadas entre ellas, lo que les permite promover e intercambiar información, conocimientos y recursos, mejorando su quehacer con el fin de brindar mejores condiciones para el fortalecimiento del desarrollo social y cultural de la comunidad a las que van dirigidas.

Para las Bibliotecas Públicas de Heredia es fundamental pertenecer a una red de bibliotecas, ya que les permitirá tener una estrecha relación, integración y cooperación entre ellas. Un aspecto importante para lograr esto es la implementación de las herramientas colaborativas, ya que estos hacen referencia al trabajo en equipo teniendo en cuenta la colaboración, coordinación y comunicación.

Como principal solución, se propone crear la Red de Bibliotecas y un sitio web en común donde puedan promocionar y divulgar los productos y servicios que se brindan en cada una de ellas, permitiéndole al usuario navegar por una página web colectiva que agrupa las cuatro bibliotecas de la provincia de Heredia, facilitando opciones a la comunidad usuaria, acceso a la información y que brinde una vista unificada de los recursos disponibles.

▣ Integrantes de la Red

Esta Red estará integrada por las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, es decir Heredia, San Joaquín, Paracito y Santa Bárbara. Todo el personal estará involucrado activamente en su mantenimiento y actualización. Cada uno de los miembros de la biblioteca debe incorporar las acciones de promoción y divulgación a sus actividades diarias. El equipo que lidere el plan estará formado por las encargadas de la biblioteca y por personal base.

▣ Responsable del plan de difusión y promoción

En el caso de las bibliotecas que cuentan con varios funcionarios, se debe designar una persona que se haga cargo de mantener actualizada la página de la Red; así mismo, deberá rendir informes a su superior sobre el progreso del sitio.

En las bibliotecas donde hay personal único, deberán incorporar a su plan de trabajo la difusión y promoción de servicios y productos, así como dedicar tiempo para actualizar la página con las actividades.

▣ Segmentación del mercado

Para este aspecto, no se recomienda generalizar la forma de difundir la información a la población. Para dar a conocer los servicios y productos que se brindan, se debe diseñar maneras diferentes de promoción según sus intereses y necesidades, es por ello que se sugiere crear una adecuada segmentación de la población, considerando los distintos tipos de usuarios que visitan la biblioteca

Una segmentación objetiva para las bibliotecas públicas de Heredia podría ser la siguiente:

- Niños y niñas de etapa preescolar y primaria (6 a 12 años de edad).
- Jóvenes (mujeres y hombres) de 13 a 35 años de edad.
- Adultos (mujeres y hombres) mayor de 35 años en adelante.

5.2.2. Canal de difusión

▣ Relaciones interpersonales

Las relaciones interpersonales significan un elemento esencial para todas las entidades, es por ello que las bibliotecas deben trabajar en este tema también. Se debe capacitar al personal en servicio al cliente, tener más empatía y diseñar una campaña que les recuerde estos aspectos. Un factor primordial para cualquier campaña de promoción pública debe tener un plan de comunicación con un mensaje claro y definido. Es importante que todo el personal y demás involucrados que aboguen por la biblioteca entiendan el plan, su análisis y la importancia del apoyo; esto dará un valor agregado a la promoción y divulgación de los productos y servicios que se brinda, se debe considerar la vocación y orientación al usuario, teniendo presente que son la razón de ser de la biblioteca y un trato adecuado permitirá que la imagen de la biblioteca mejore y sea recomendada por sus mismos usuarios.

5.2.3. Materiales publicitarios para la difusión de servicios y productos

▣ Publicidad Impresa

De acuerdo con el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte (2008), la ejecución de la publicidad impresa consiste en el diseño y distribución de cuatro elementos:

Titular: Frase colocada normalmente en la parte superior del anuncio con el objetivo de conseguir captar su atención e identificar el producto o aquello de lo que se le habla.

Ilustración: Imagen estática que contribuye también a captar la atención y expresa la idea central de la campaña. Su principal valor deriva de su capacidad para sintetizar lo que se quiere comunicar. Puede tratarse de fotografías, dibujos o gráficos.

Cuerpo de texto: Realiza la función básica de explicar mediante lenguaje escrito lo que anuncia el titular. El cuerpo de texto publicitario puede ser de diferentes tipos en función de su extensión y su estilo.

Sobre las bases de las consideraciones anteriores, los elementos son necesarios en el momento que se diseña cualquier tipo de publicidad impresa, es importante tenerlos en cuenta, ya que se pueden ajustar a las necesidades siempre y cuando se estén cubriendo en su totalidad.

De acuerdo con el Consejo Nacional de Rehabilitación y Educación Especial (2014), para optimizar al máximo la funcionalidad visual del usuario, los aspectos fundamentales deben ser: contraste, tamaño, iluminación adecuada, tipografía y posibilidad de acercarse; por lo tanto, es fundamental que las señalizaciones visuales sean claramente definidas en su forma, color y grafismo. Para realizar una adecuada señalización, se debe tomar en cuenta las siguientes características:

- Estar bien iluminadas, o ser luminosas.
- Destacarse por contraste visual, generalmente por medio de la cromática.
- En su superficie, evitar reflejos que dificulten la lectura e identificación.
- Evitar la interferencia en la lectura de materiales reflectivos.
- Utilizar texto e íconos para transmitir la información deseada.
- Usar mayúsculas en la primera letra de la frase y minúsculas en el resto, tal como se hace en los escritos tradicionales, ya que esto hace más fácil y rápida la lectura. Únicamente se permite el uso de mayúsculas en toda la palabra cuando es solo una en la señal y además es corta.
- Expresar las ideas en frases cortas.
- Utilizar tipografía sencilla, de trazos redondeados y sin adornos, se recomienda Arial o Helvética.
- Evitar imágenes de fondo que podrían invisibilizar el mensaje.

Para la promoción impresa, como los volantes o brochures, se recomienda elaborar material publicitario escrito más llamativo y visible, en los que se difundan los productos y servicios que se brinda. Se utilizará una presentación que sea agradable a la vista, que no esté cargada de información y que sea sencilla y atractiva, donde se extienda una cordial invitación a la población usuaria, mediante un mensaje claro y concreto, con un lenguaje acorde a los usuarios a quienes se está dirigiendo el mensaje, conservando los mismos colores a la hora de hacer la publicidad, y sobre todo teniendo en cuenta el tipo de público al cual va dirigido el mensaje.

Para la publicidad impresa dirigida a la comunidad usuaria adulta, se utilizarán imágenes llamativas y representativas de acuerdo con lo que se les quiera informar; si fuera el caso, agregar texto. Para la comunidad usuaria infantil, se utilizarán imágenes que sean explicativas, diferentes colores, sería importante no agregar texto

Para lo anterior, se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Cuadro 35. Características de la publicidad impresa (brochure, panfletos, trípticos)

| Tipo letra | Tamaño letra | Espacios | Colores | Imágenes |
|---|--|---|---|---|
| Arial Black (títulos) AaBbCc Arial (cuerpo) AaBbCc | Entre 14 y 20 (títulos) Entre 12 y 16 (cuerpo) (Se recomiendan estos tamaños de letra, ya que para un documento son los más adecuados) | Párrafos: justificados o centrados Espacio: 1.5 |  | *Atractivas *Sencillas *Explicativas por sí solas |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 36. Características de la publicidad impresa (murales, carteles)

| Tipo letra | Tamaño letra | Espacios | Colores | Imágenes |
|---|---|---|---|---|
| En este caso, se puede utilizar la letra que se considere atractiva para el usuario, sin embargo debe tener siempre en cuenta la accesibilidad del documento. | Entre 20 y 48 (títulos) Entre 20 y 30 (cuerpo) (Se recomiendan estos tamaños de letra, ya que para estos tipos de documento son los más adecuados, ya que generalmente se colocan en las paredes y otros puntos para que sean visibles) | Párrafos: justificados o centrados Espacio: 1.5 |  | *Atractivas *Sencillas *Explicativas por sí solas |

Fuente: elaboración propia

Para lo anterior se muestran los siguientes ejemplos de publicidad impresa, estas sugerencias han sido creadas con las herramientas que se mencionan en el cuadro número 37, tan solo representan una muestra de las múltiples utilidades que brindan las herramientas tecnológicas recomendadas.

Ilustración 2. Ejemplo de publicidad impresa



Fuente: elaboración propia

Por medio de diversas herramientas tecnológicas, se podrá crear publicidad para dar a conocer las nuevas adquisiciones de la biblioteca. La comunidad usuaria podrá acceder a este tipo de información, obteniendo información atractiva y de calidad.

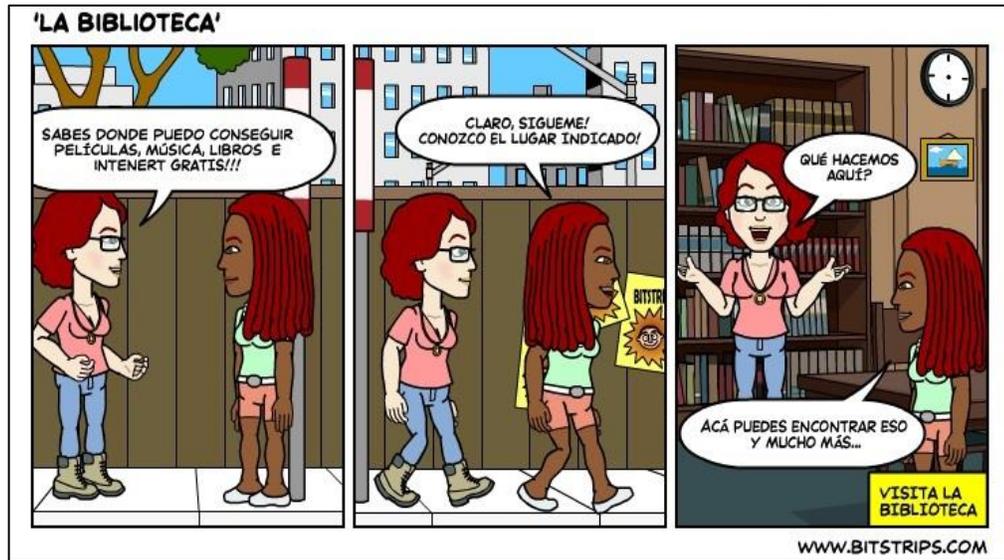
Ilustración 3. Ejemplo de publicidad impresa



Fuente: elaboración propia

Los códigos QR representan una opción para presentar de manera sintetizada la información a los usuarios más tecnológicos.

Ilustración 4. Ejemplo de publicidad impresa



Fuente: elaboración propia

La herramienta Bitstrips permite crear secuencias de caricaturas o avatares para presentar cualquier tipo de información de manera entretenida.

Ilustración 5. Ejemplo de publicidad impresa



Fuente: elaboración propia

Los banners de snack tools (flipsnack) permiten utilizar imágenes libres, colores atractivos e infinidad de diseños, este ejemplo está dirigido a la población usuaria infantil.

Ilustración 6. Ejemplo de publicidad impresa

Este ejemplo de Glogster está dirigido a la población usuaria infantil, específicamente. Una ventaja de esta herramienta es que no solo permite crear el poster digital, sino brinda la opción de compartirlo en línea, así como la opción de imprimir, generando automáticamente un código QR con la información del evento.



Fuente: elaboración propia

Ilustración 7. Ejemplo de publicidad impresa



Fuente: elaboración propia

Los banners de snack tools (flipsnack) permiten utilizar imágenes libres, colores atractivos e infinidad de diseños, este ejemplo está dirigido a la población usuaria joven.

Ilustración 8. Ejemplo de publicidad impresa



Fuente: elaboración propia

Este tipo de publicidad creada en herramientas tecnológicas, las cuales pueden ser impresas y colocadas en lugares estratégicos, generara un gran impacto en la población usuaria, ya que al ser publicidad visible y atractiva, tendrán el agrado de asistir a las actividades.

Ilustración 9. Ejemplo de publicidad impresa



Fuente: elaboración propia

Este tipo de publicidad puede causar un impacto positivo en la comunidad usuaria, ya que en ocasiones se desconoce que las bibliotecas ofrecen un espacio para la recreación con lo son las tardes de cine.

Es sumamente necesario distribuir el material más allá de las puertas de la biblioteca, por lo que se puede acudir a estudiantes con horas colaboración o el mismo personal para la entregarlo, se puede salir a repartir volantes en las escuelas y colegios cercanos, así como otros puntos de reunión de la comunidad, como es el caso de iglesia, clínica, parque, comercios, entre otros.

▣ Publicidad electrónica

Herramientas tecnológicas

En la actualidad, la publicidad electrónica es un medio idóneo para la promoción de productos y servicios, ya que permite llegar más rápido y fácil a una gran cantidad de personas. Las herramientas tecnológicas brindan grandes posibilidades y ventajas, las cuales se deben aprovechar, es por ello que para la implantación del plan de promoción y divulgación se utilizan diversas herramientas de acceso gratuito, estas permitirán dar mayor visibilidad a la Red de bibliotecas de la provincia.

Resulta oportuno tener presente la accesibilidad web, la cual se refiere al acceso que cualquier tipo de persona niños, jóvenes, adultos, ya sea con alguna deficiencia visual, motora, auditiva, personas en edad avanzadas, edad infantil, van a poder hacer uso de la web. Hassan y Martín (2003) enlistan algunos aspectos que deben ser tomados en cuenta en el momento que se crea una página web:

- Generales (objetivos del sitio web, URL correcta, fácil de recordar, qué contenido y servicios ofrece).
- Identidad e información.
- Lenguaje y redacción.
- Rotulado.
- Estructura y navegación.
- Lay-out de la página (espacio visual, sobrecargar informativa, jerarquía informativa, ruido visual).
- Búsqueda.
- Elementos multimedia.
- Ayuda (sección de ayuda).
- Accesibilidad (tipo y tamaño de fuente)
- Control y retroalimentación.

Para desarrollar la Red de bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando las tecnologías de la información y comunicación, es importante implementar distintas herramientas que facilitarán el acceso a la información de manera ágil y rápida, sin importar la distancia, lugar u hora.

Se realizó una búsqueda y una evaluación para elegir las herramientas que estarán disponibles en la página de la Red de bibliotecas públicas, tomando en cuenta aspectos económicos, se decidió utilizar *software* libre, ya que permite utilizar los programas sin costo adicional, además por facilidad de uso e interfaz amigable, las herramientas que se escogieron son para utilizar en línea, esto significa que todo lo que se realiza queda guardado en la nube; igualmente, si el bibliotecólogo lo desea puede guardar lo que diseña en la computadora o en algún dispositivo.

Todas las herramientas se pueden ligar a la página de la Red, lo cual permite resguardar en un solo lugar información de las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, esto permitirá a la comunidad usuaria encontrar toda la información que requieran en un mismo sitio, sin tener que buscar o navegar por muchos sitios de internet.

Por lo tanto, se recomienda utilizar las herramientas tecnológicas antes mencionadas por las siguientes razones:

- Facilidad de uso: es intuitivo y de interfaz amigable.
- Son *software* libre: permite que todos puedan tener acceso.
- Son gratuitas: las bibliotecas no incurren en gastos.

Se han elegido 17 herramientas tecnológicas para uso de las bibliotecas, entre ellas se destacan las siguientes:

Cuadro 37. Herramientas tecnológicas recomendadas

| HERRAMIENTA | CARACTERÍSTICAS | SERVICIO AL QUE SERÁ APLICADO |
|---|--|--|
|  | <p>aTube catcher es un programa de descarga gratuita, que funciona para crear video tutoriales, de lo que usted desee enseñar y las personas deban aprender. Permite grabar las pantallas que desee, así como hasta su propia voz.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Consulta de base de datos SIABUC y base de datos SINABI (como utilizar las bases de datos y la página del SINABI). |
|  | <p>Bitstrips, es un sitio web que permite crear caricaturas o historietas, así como personajes. Crea escenas instantáneas e interactivas muy fácilmente, esta herramienta posee una amplia galería de personajes, escenarios, vestuario y objetos (del hogar, de la calle, de las tiendas, entre otros), lo que permite crear una gran variedad de situaciones.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Publicidad dentro del sitio ⦿ Afiches, murales ⦿ Salvapantallas |
|  | <p>Códigos QR, es una herramienta de fácil uso, es muy útil para guardar información, esta herramienta genera códigos ya sea de una página web, de una ficha informativa, de texto, de mensajes, etc., y toda esa información queda capturada en una imagen de código QR, el cual es muy fácil de leer, solamente se debe tener un lector de estos códigos en un dispositivo electrónico y este abrirá una ventana con la información que contenga dicho código.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Auditorio (crear afiches para que los usuarios conozcan cómo solicitar el auditorio) ⦿ Servicio de alerta de publicaciones nuevas (DVD, libros, revistas, etc.) ⦿ Exposiciones bibliográficas ⦿ Recomendaciones bibliográficas ⦿ Actividades culturales y de extensión (formulario de interés) |

| | | |
|---|---|--|
|  | <p>Diigo es un sistema de gestión de información en la nube que permite incluir marcadores web, bloc de notas, imágenes y documentos, así como seleccionar textos destacados. Permite crear grupos para compartir enlaces favoritos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Referencia (marcadores digitales) |
|  | <p>Una página en Facebook permite mayor visibilidad frente a los posibles clientes, el contenido de las páginas aparecen en los resultados de búsqueda de Google, ya que contiene motores de búsqueda, lo que permite maximizar cada publicación, además se pueden crear pestañas y múltiples aplicaciones.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Publicidad con toda la información de la biblioteca actualizada |
|  | <p>Flipsnack es un programa gratuito en línea que permite subir archivos en PDF y JPG, con el fin de crear y diseñar los documentos en increíbles catálogos interactivos, los cuales pueden ser publicados y compartidos por diferentes medios.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Servicio de alerta de publicaciones nuevas (DVD, libros, revistas, etc.) ⦿ Exposiciones bibliográficas |
|  | <p>Esta herramienta permite crear murales digitales multimedia, estos pueden ser impresos o insertados en una web, posibilitan realizar una representación multimedia de contenidos con el fin de presentarlos más fácilmente, insertando imágenes, texto, audio, video e hipervínculos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Auditorio (crear afiches para que los usuarios conozcan cómo solicitar el auditorio) ⦿ Señalización (rótulos) |

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>Go Animate es un <i>software</i> en línea gratuito, que permite crear y diseñar videos de acuerdo a sus necesidades. Crea escenas interactivas muy fácilmente, posee una amplia galería de personajes, escenarios, vestuario y objetos, todo para que usted pueda crear su video con lo que más se ajuste a su necesidad.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Préstamo a sala y a domicilio (debe afiliarse para disfrutar de este servicio). Video de cómo los usuarios deben afiliarse. ⦿ Capacitación a usuarios en el uso de recursos y servicios de la biblioteca (visitas guiadas) |
|  | <p>Google drive es un sitio web que permite crear un formulario para ser añadido a una página web o a un blog, estos formularios son muy prácticos y son fáciles de crear para obtener datos de interés, se pueden crear con varios espacios, dejando la libre respuesta de los usuarios (preguntas abiertas) o presentando una lista de opciones que puedan seleccionar y así responder (preguntas cerradas).</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Actividades culturales y de extensión (formulario de interés) |
|  | <p>Google plus, permite a los usuarios organizar contactos en grupos para compartir indexando contenidos. Se da la segmentación, ya que a través de los círculos se puede elegir la audiencia a la cual se le quiere llevar el mensaje.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Publicidad con toda la información de la biblioteca actualizada |

| | | |
|---|---|---|
|  | <p>ISSUU es un programa gratuito en línea que permite subir archivos de PDF, con el fin de crear y diseñar los documentos en increíbles catálogos interactivos, los cuales pueden ser publicados y compartidos por diferentes medios.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Servicio de alerta de publicaciones nuevas (DVD, libros, revistas, etc.) ⦿ Exposiciones bibliográficas |
|  | <p>PhotoPeach es un programa que permite crear videos con texto, audio e imágenes, es muy fácil de usar, se puede compartir en redes sociales o insertarlo en alguna página web y utilizar completamente gratis y no requiere de instalación para su uso.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Acceso a computadoras para los usuarios (salvapantallas) ⦿ Servicio de alerta de publicaciones nuevas (DVD, libros, revistas, etc.) ⦿ Exposiciones bibliográficas |
|  | <p>Pinterest es una red social que permite compartir imágenes y coleccionar sitios web de interés, los usuarios crean y administran tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Ludoteca ⦿ Sala infantil ⦿ Recomendaciones bibliográficas |
|  | <p>Permite crear juegos como sopas de letras, laberintos, crucigramas, entre otros, con la intención de que los usuarios aprendan jugando, es una herramienta útil y fácil de usar.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ⦿ Sala infantil ⦿ Ludoteca |

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>Storybird es una herramienta 2.0 que sirve para crear cuentos o historias en línea y pueden ser compartidas en redes sociales, es una herramienta de fácil uso a pesar de que se encuentra en inglés.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ☉ Sala Infantil ☉ Ludoteca |
|  | <p>Wix es un creador de páginas web que permite hacer una página web en HTML5 o Flash, así como personalizar la página web sin necesidad de programación o conocimientos de diseño.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ☉ Publicidad con toda la información de la biblioteca actualizada |
|  | <p>Es una plataforma que permite crear páginas web o blogs gratuitos, con temas de interés, es fácil de usar, cuenta con gran variedad de plantillas para escoger y está diseñado para todo tipo de gente por su fácil acceso y gestión, es una de las plataformas más usadas y recomendadas para crear un blog.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ☉ Publicidad con toda la información de la biblioteca actualizada |

Fuente: Elaboración propia, imágenes tomadas de las páginas de cada herramienta.

✿ Manuales de uso de las herramienta tecnológicas recomendadas

Con el fin de que el personal a cargo pueda dar mantenimiento a la página web, se les ofrece un manual de uso de cada una de las herramientas tecnológicas antes descritas.

Cada manual permite crear diversos productos útiles para promocionar y divulgar el quehacer de las bibliotecas, estos se detallan en los apéndices, de la siguiente manera:

- ATube catcher, para grabar tutoriales, ver apéndice 15.
- Bitstrips, para diseñar historietas y caricaturas, ver apéndice 16.
- Códigos QR, para elaborar códigos, ver apéndice 17.
- Diigo, para gestionar la información mediante marcadores sociales, ver apéndice 18.
- Facebook, para la migración de un perfil a una página comercial, ver apéndice 19.
- Flipsnack, para diseñar libros digitales, ver apéndice 20.
- Glogster, para el diseño de murales y poster digitales, ver apéndice 21.
- Go animate, para diseñar videos, ver apéndice 22.
- Google + (Google plus), para la creación de un perfil en esta red social, ver apéndice 23.
- Google Drive, para crear formularios o encuestas, ver apéndice 24.
- Issuu, para crear libros digitales, ver apéndice 25.
- Photo peach, para crear videos con texto, audio e imágenes, ver apéndice 26.
- Pinterest, para coleccionar sitios de interés, ver apéndice 27.
- Puzzle maker, para crear juegos, ver apéndice 28.
- Storybird, para crear libros infantiles digitales, ver apéndice 29.
- Wix, para la crean de páginas web, se detalla en el apéndice 30.
- Word press, para elaborar un blog, ver apéndice 31.

Cabe mencionar que el material preparado y los ejemplos sugeridos tanto para la publicidad impresa y digital, está disponible en el sitio web que se creó como ejemplo, se podrán ver más detalles ingresando a:

<http://redbibliopub.wix.com/redbibliosheredia>

5.2.4. Diseño y construcción del sitio web de la Red

Cuadro 38. Comparación de programas para diseñar sitios web

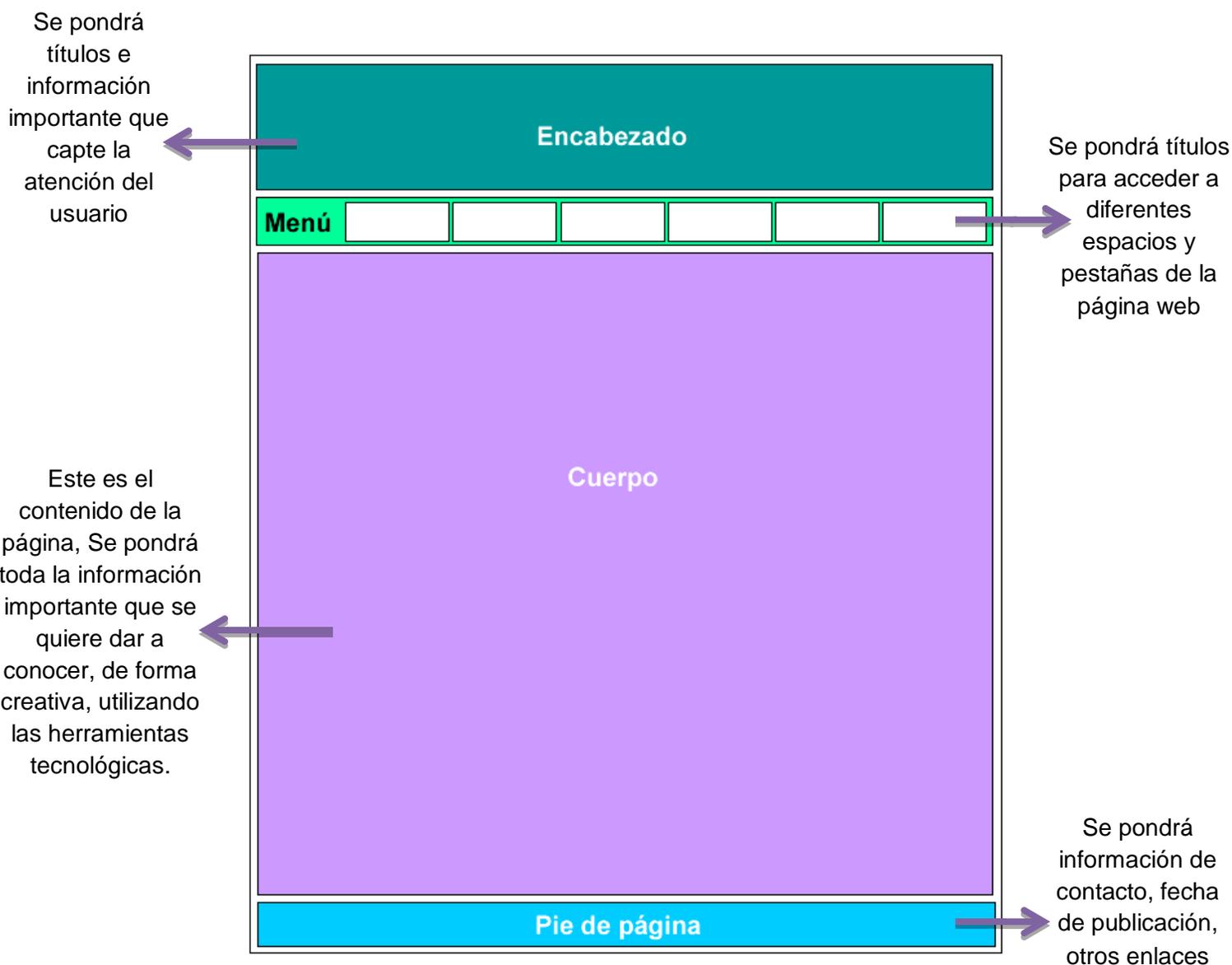
| CRITERIOS | PROGRAMAS | | | | | |
|--------------------------------------|-----------|----|--------|----|-------|----|
| | WIX | | WEEBLY | | JIMDO | |
| | Sí | No | Sí | No | Sí | No |
| Funcionalidad | X | | X | | X | |
| Flexibilidad | X | | | X | | X |
| Software libre | X | | X | | X | |
| Fácil de usar | X | | X | | X | |
| Tiene soporte | X | | | X | X | |
| Confiable | X | | X | | X | |
| Creación fácil | X | | X | | X | |
| Seguridad | X | | | X | | X |
| Varios idiomas | X | | | X | X | |
| Compatibilidad con otras tecnologías | X | | | X | | X |
| Operatividad | X | | X | | X | |
| Usabilidad | X | | X | | X | |
| Presentación atractiva | X | | | X | | X |
| Se puede personalizar | X | | | X | | X |
| Fiabilidad | X | | X | | X | |
| Funcionalidad adecuada | X | | X | | X | |
| Eficiencia | | X | | X | | X |
| Accesibilidad | X | | X | | X | |
| Mantenimiento | | X | | | X | |
| Soporta objetos digitales | X | | | | X | |

Fuente: elaboración propia

Después de lo expuesto anteriormente y de analizar los resultados que arroja la evaluación de los tres programas para diseñar sitios web, se decide crear la página web para la red de bibliotecas públicas de la provincia de Heredia con el programa de acceso libre WIX; ya que, de acuerdo con las opciones y creación del programa, este es el que más se ajusta a las necesidades de lo que se requiere diseñar.

© Prototipo de la página y entorno gráfico

Para el diseño de la página web, donde estará contemplada la información de las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, se considerará la siguiente estructura básica, es importante recalcar que cada biblioteca tendrá un espacio en el sitio, por lo tanto la página principal y la página de cada pestaña de las bibliotecas será como se describe a continuación:



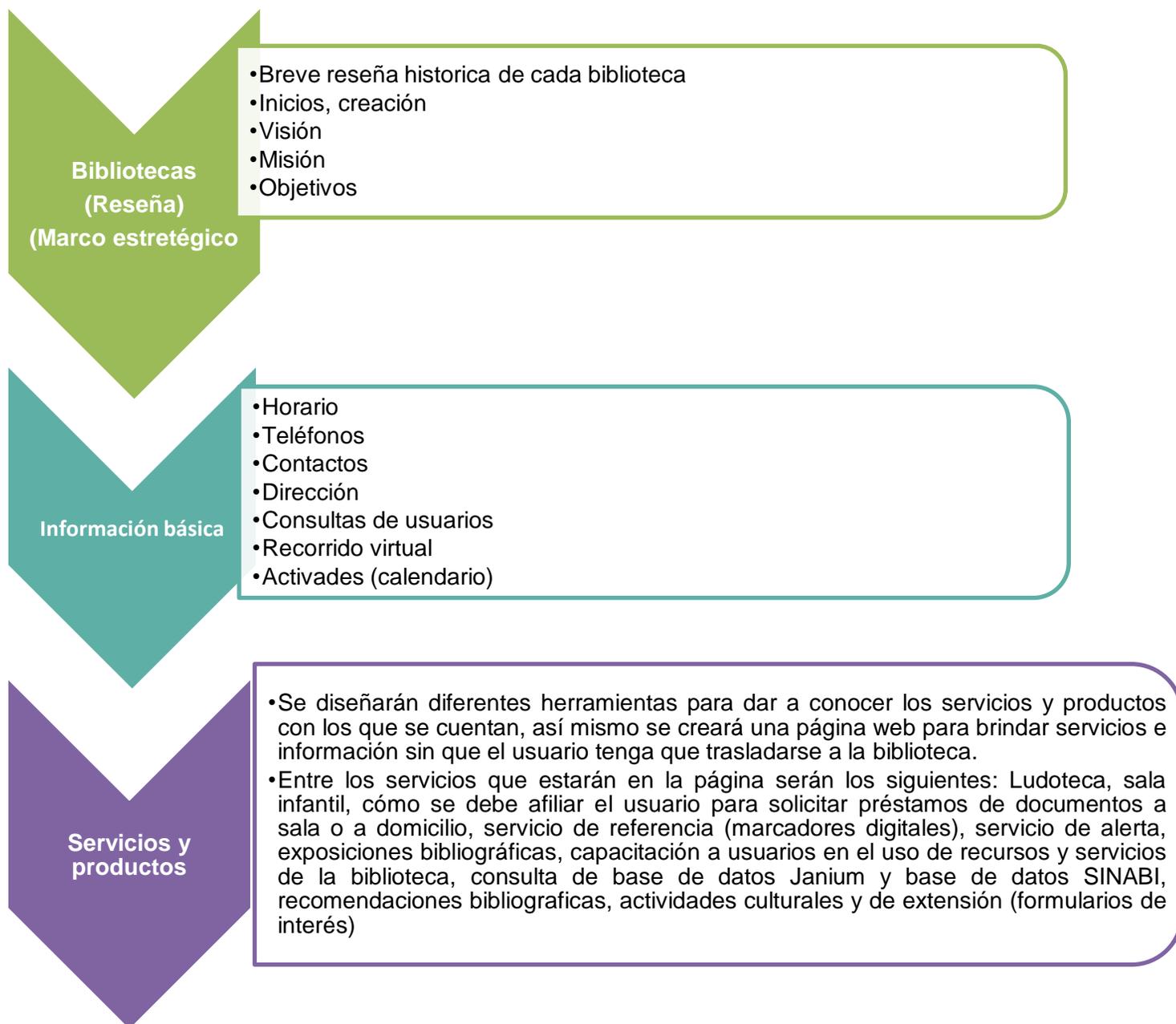
Después de las consideraciones anteriores, es necesario que el sitio por diseñar cumpla con criterios y aspectos que lo harán más accesible a todas las personas, para ello se recomienda que el sitio contenga las siguientes características:

Cuadro 39. Características del sitio web

| Tipo y tamaño de letra | Espacios | Sistema de navegación de botones | Colores | Imágenes | Videos |
|---|--|--|--|--|--|
| <p>En este caso, se puede utilizar la letra que se considere atractiva para el usuario; sin embargo, debe tener siempre en cuenta la accesibilidad del documento.</p> | <p>Párrafos: De acuerdo con lo que se desea dar a conocer pueden ser centrados o justificados, dejando espacio entre párrafos y líneas para que sea más comprensible</p> | <p>Es importante tener espacios de navegación donde se vean reflejados los botones, tales como: inicio, adelante, atrás, regresar, refrescar, entre otros.</p> |  | <p>*Atractivas *Sencillas *Explicativas por sí solas</p> | <p>*Breves *Claros *Atractivos *Explicativos</p> |

Fuente: elaboración propia

☉ Contenido que se va a publicar en el sitio



☉ Usabilidad

La usabilidad responde al atributo más importante de calidad del *software*, busca que una herramienta ejecute de la mejor manera posible la tarea para la que fue diseñada. Para comprobar si el programa recomendado, Wix, cumple a cabalidad con los requerimientos necesarios para el sitio de la Red de bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, se evaluaron diversos aspectos en cuanto a la usabilidad de la plataforma, lo cual permite medir la facilidad y efectividad que tendrá la página cuando se utilice.

Cuadro 40. Prueba de usabilidad

| RUBROS | ESCALA DE EVALUACIÓN | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------|------------------|-------------|------------------|
| ASPECTOS TÉCNICOS | BAJA | ACEPTABLE | ALTA | EXCELENTE |
| Interfaz | | | | X |
| Tiempo de carga | | X | | |
| Amigable | | | | X |
| Distribución de pantalla | | | | X |
| ASPECTOS DE DISEÑO | BAJA | ACEPTABLE | ALTA | EXCELENTE |
| Originalidad/Creatividad | | | | X |
| Atractivo para el usuario | | | | X |
| Imágenes | | | | X |
| Sonidos | | | | X |
| Videos | | | X | |
| Animaciones | | | | X |
| INTERACTIVIDAD Y COMUNICACIÓN | BAJA | ACEPTABLE | ALTA | EXCELENTE |
| Facilidad para la interactividad | | | | X |
| Auto explicativo | | | | X |
| Usabilidad | | | | X |
| Fácil de usar | | | | X |
| Presencia de errores | X | | | |
| Legibilidad de la información | | | | X |
| CONTENIDOS | BAJA | ACEPTABLE | ALTA | EXCELENTE |
| Objetivos claros y consistentes | | | | X |

| | | | | |
|---|--|--|--|---|
| Organización práctica y coherente | | | | X |
| Información pertinente al tema | | | | X |
| Facilita el autoaprendizaje | | | | X |
| OBSERVACIONES ESCRIBA EN ESTE ESPACIO COMENTARIOS Y SUGERENCIAS | | | | |
| | | | | |

Fuente: elaboración propia

⦿ **Accesibilidad**

La accesibilidad permite que todas las personas que visiten la página web puedan percibir, entender, navegar e interactuar fácilmente, si el sitio es flexible y fácil de navegar sin necesidad de estar descargando plugins es altamente accesible; el objetivo de la accesibilidad es lograr que los sitios web sean utilizados por la mayor cantidad de personas, independientemente de si conocen o no cómo navegar en internet. Para identificar si el sitio web es verdaderamente accesible, se evaluaron aspectos que ayudan a la verificación de la accesibilidad que tendrá la página en el momento de ser utilizada.

5.2.5. Sitio Web de la Red de Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia

Para ingresar a la página web debe acceder a www.wix.com. Debe ingresar el siguiente correo: **redbibliopub@gmail.com** y la contraseña: ***redbibliotecasheredia***. Estos datos servirán para que cada una de las personas encargadas de la actualización de la página web ingrese a realizar las modificaciones, cambios y actualizaciones de la información. Cabe mencionar que esto contribuirá a proteger y mantener la seguridad en el sitio web, es importante que el correo y la contraseña sean de uso confidencial.

Si bien es cierto que gracias a la creación de esta Red se fomentará el trabajo colaborativo, cada responsable debe velar para que la información que se presenta en la página esté actualizada; así mismo, cada uno de los encargados debe respetar el espacio asignado para cada biblioteca y ser sumamente cuidadosos de no manipular erróneamente cualquier tipo de dato.

En la siguiente ilustración, se muestra un ejemplo del sitio web creado para la Red de Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia, el mismo se puede detallar en línea en la siguiente dirección: <http://redbibliopub.wix.com/redbibliosheredia>.

Ilustración 10. Ejemplo del sitio web



Fuente: elaboración propia.

En la página inicial se debe indicar el nombre del sitio y los responsables del mismo, se sugiere presentar la agenda actualizada con las actividades de cada mes en las distintas bibliotecas, dando énfasis en la información del lugar, hora y fecha, así como al público a la cual se dirige la actividad.

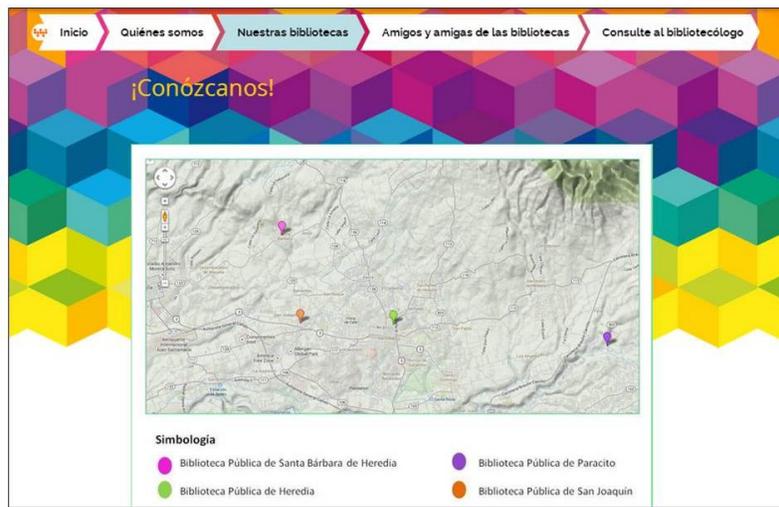
Ilustración 11. Ejemplo de sitio web, menú quiénes somos



Fuente: elaboración propia.

En el menú Quiénes somos se brinda una pequeña reseña de qué es la Red de bibliotecas de la provincia, quiénes las conforman y las responsables de la misma, así mismo en este apartado se presenta un enlace al portal del Sistema Nacional de Bibliotecas.

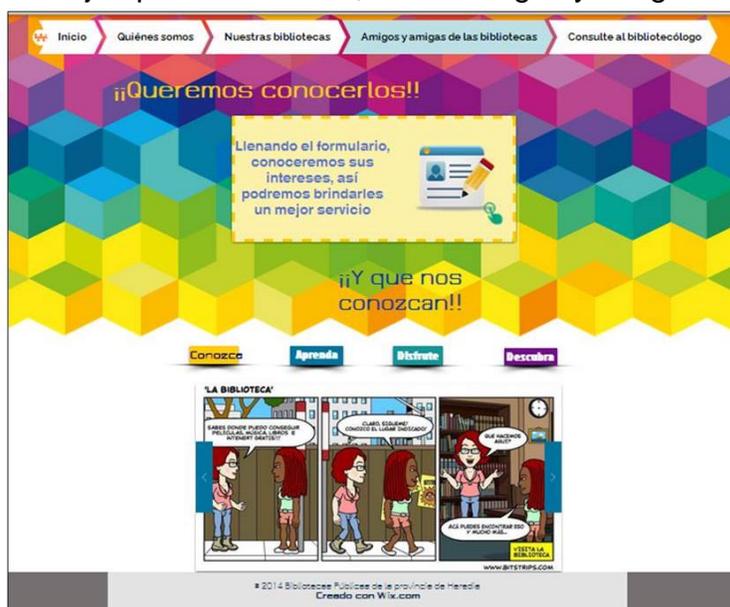
Ilustración 12. Ejemplo de sitio web, menú nuestras bibliotecas



Fuente: elaboración propia

En la página Nuestras bibliotecas, se muestra un mapa de la ubicación geográfica de las cuatro bibliotecas dentro de la provincia de Heredia, así como un espacio para cada una de ellas, aquí se muestran los servicios y productos específicos.

Ilustración 13. Ejemplo de sitio web, menú amigos y amigas de la biblioteca



Fuente: elaboración propia.

En la sección Amigos y amigas de las bibliotecas, se brinda un espacio para conocer a los usuarios y que estos conozcan más sobre las bibliotecas, para ello se les presenta un formulario, con el fin de conocer sus gustos e intereses. Asimismo se presentan caricaturas y videos con información útil sobre las bibliotecas de la Red.

Ilustración 14. Ejemplo de sitio web, menú consulte al bibliotecólogo



Fuente: elaboración propia.

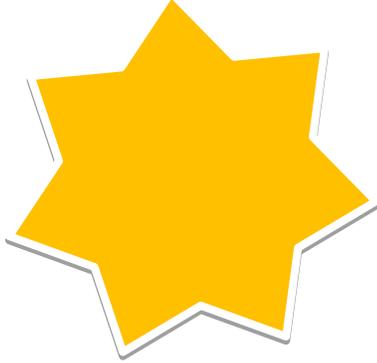
En el menú Consulta al bibliotecólogo se ofrece un espacio para que los usuarios realicen consultas o envíen comentarios.

Cuadro 41. Prueba de accesibilidad

| CRITERIOS | CARACTERÍSTICAS | SÍ | NO |
|---------------------------------|--|--|----|
| Aspectos generales | <ul style="list-style-type: none"> -¿El sitio cumple con los objetivos? -¿Está diseñado para darle a los usuarios lo que ellos requieren? -¿Es eficiente? -¿Es intuitivo? -¿Mantiene consistencia, con su funcionamiento y apariencia? -¿Facilita al usuario el control del sitio y que se sienta cómodo? | <ul style="list-style-type: none"> X X X X X X | |
| Identificación del sitio | -¿Se identifica que el sitio es creado para bibliotecas y sus servicios? | X | |
| Navegación | <ul style="list-style-type: none"> -¿Aparece la navegación en un lugar prominente, donde se vea fácilmente? -¿Existen enlaces rotos o que no conducen a ningún sitio? -¿Tiene el sitio un buscador para quienes quieren acceder directamente a los contenidos sin tener que navegar? -¿Se mantiene una navegación consistente y coherente? -¿Existen botones de navegación? | <ul style="list-style-type: none"> X X X X | X |
| Imágenes | <ul style="list-style-type: none"> -¿Se han optimizado las imágenes para reducir el tamaño? -¿Las imágenes que lo requieren tienen descripción? | <ul style="list-style-type: none"> X X | |
| Animaciones | -¿Evita las animaciones cíclicas? | X | |

| | | | |
|-------------------------------------|--|----------------|---|
| | -¿Se abren en ditintos formatos (AVI, MP3, entre otros)? | X | |
| Banners | -¿El tamaño de los banners es el más óptimo? -¿Tienen la ubicación correcta (parte superior o margen derecho)? | X X | |
| Contenidos | -¿Es coherente el contenido con el contexto de la página? -¿La redacción es corta y precisa? -¿Existen referencias cruzadas entre el texto que están relacionadas? | X X | X |
| Tecnología | -¿La tecnología utilizada con el sitio es compatible con el <i>software</i> y <i>hardware</i> de los usuarios objetivos? -¿Los usuarios no tendrán que descargar elementos como plugins (conexión) para poder descargarlos? -¿Si deben descargar plugins se le informa al usuario? | X X | X |
| Interfaz | -¿Tiene el sitio una interfaz agradable, con colores que concuerden con los objetivos y propósito del sitio? | X | |
| Retroalimentación (feedback) | -¿Se han previsto respuestas del sistema frente a interacciones del usuario? -¿Puede el usuario ponerse en contacto para hacer sugerencias o comentarios? | X X | |

Fuente: elaboración propia.



Es importante mencionar que el sitio web no estará en ningún tipo de servidor, ya que esto incurre en gastos adicionales y recursos económicos que no se tienen en las bibliotecas, cabe mencionar que tal como lo afirmaron las encargadas de las bibliotecas, no se cuenta con presupuesto fijo para la promoción y divulgación de las bibliotecas. Por lo tanto, el sitio web permanece de forma permanente en la nube, de acuerdo como se menciona en los términos de uso, así mismo hace la salvedad de que Wix proporciona los servicios tal como se encuentran y no asume ninguna responsabilidad por fallas al brindar los servicios a los usuarios, lo cual sirve como llamada de atención para mantener el sitio actualizado y asegurarnos de que funciona correctamente.

5.2.6. Organización de espacios, señalización de áreas de la biblioteca

Las bibliotecas deben contar con una buena distribución de áreas, espacios diseñados pensando en la satisfacción del usuario, con el fin de que cada vez que use las instalaciones se sienta familiarizado con los espacios, en esto radica la importancia de contar con una buena señalización que le permitirá conocer las diferentes áreas que se le ofrece.

Para ello se recomienda colocar señales visibles y llamativas en cada uno de los sectores; asimismo, instalar en la entrada del edificio un croquis que oriente al usuario y sirva como guía para dirigirse, tal como se detalla a continuación:

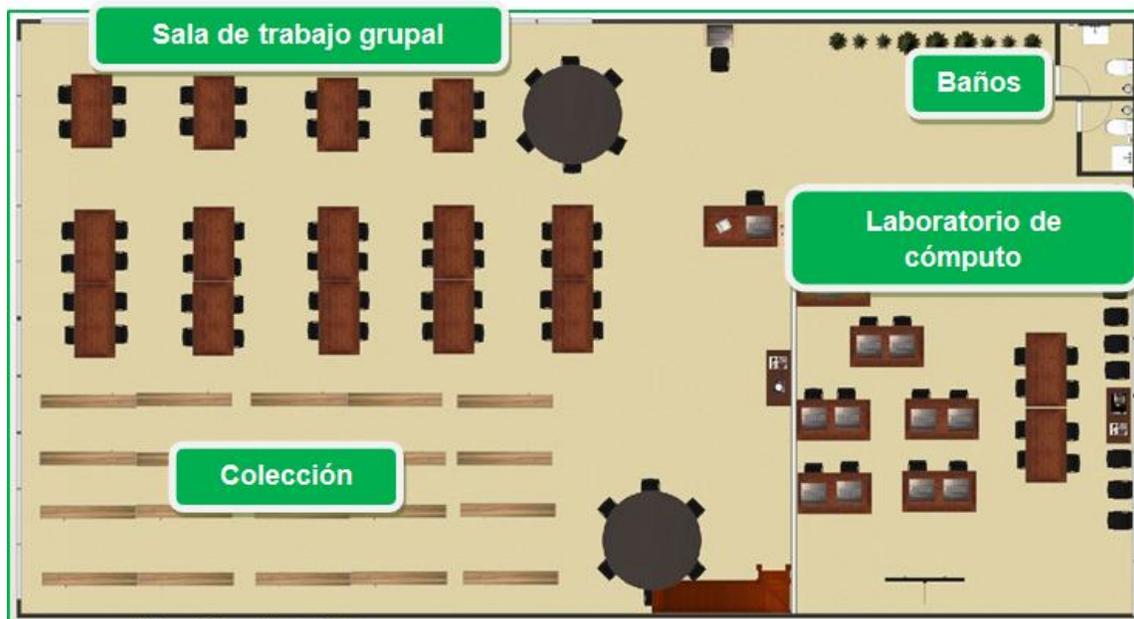
Biblioteca Pública de Heredia:

Ilustración 15. Distribución de áreas, primer nivel (Biblioteca Pública de Heredia)



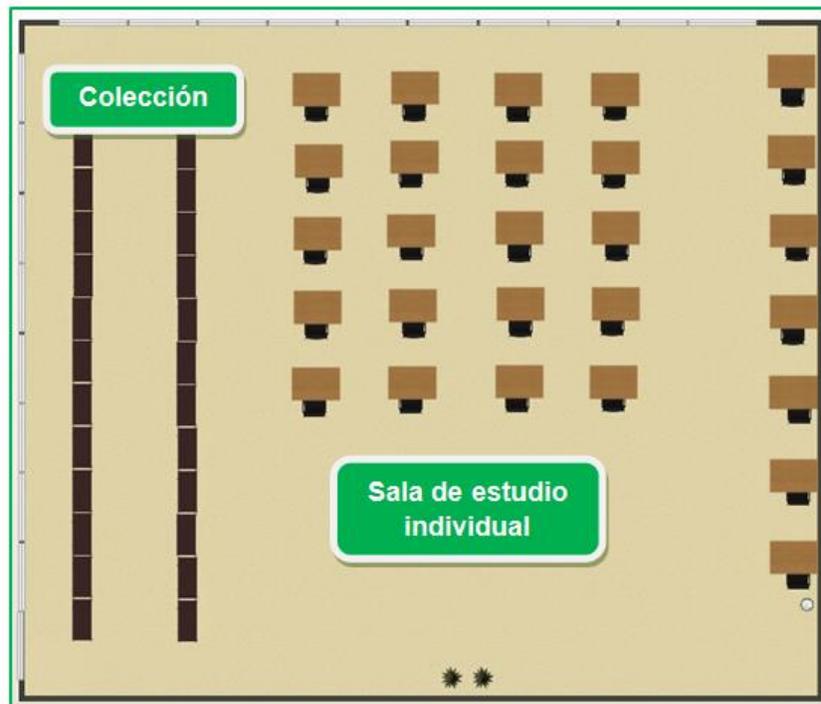
Fuente: elaboración propia

Ilustración 16. Distribución de áreas, segundo nivel (Biblioteca Pública de Heredia)



Fuente: elaboración propia

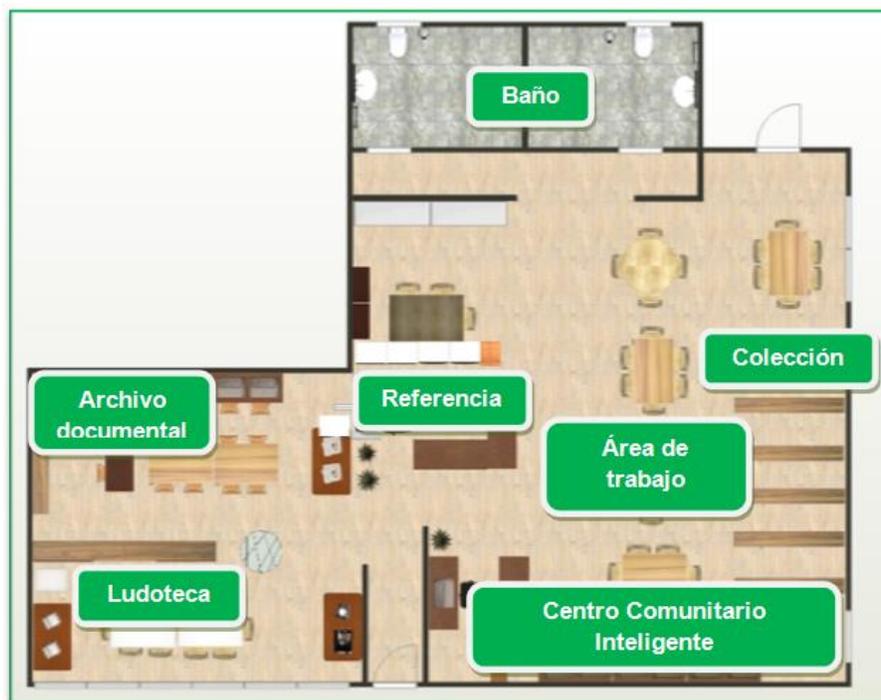
Ilustración 17. Distribución de áreas, tercer nivel (Biblioteca Pública de Heredia)



Fuente: elaboración propia

Biblioteca Pública de San Joaquín:

Ilustración 18. Distribución de áreas, Biblioteca Pública de San Joaquín



Fuente: elaboración propia

Biblioteca Pública de Paracito:

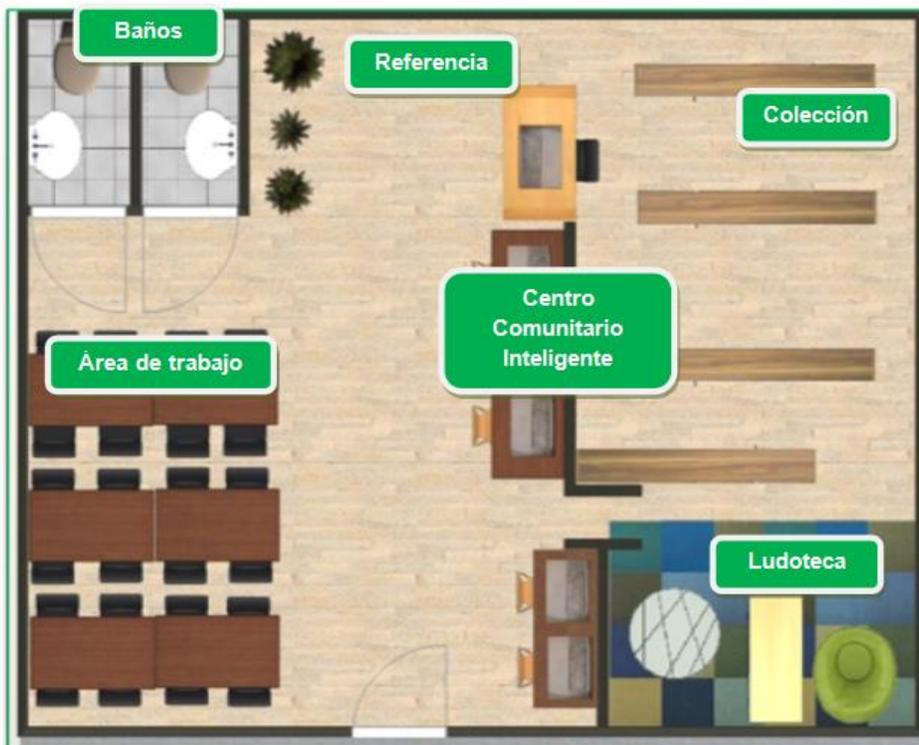
Ilustración 19. Distribución de áreas, Biblioteca Pública de Paracito



Fuente: elaboración propia

Biblioteca Pública de Santa Bárbara:

Ilustración 20. Distribución de áreas, Biblioteca Pública de Santa Bárbara



Fuente: elaboración propia

5.2.7. Recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para el plan de promoción y divulgación.

La siguiente es una tabla donde se especifican cuáles recursos son necesarios para implementar el plan de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.

Cuadro 42. Recursos necesarios para la implementación del plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia

| RECURSO ECONÓMICO | RECURSO MATERIAL | RECURSO TECNOLÓGICO | CAPITAL HUMANO |
|--|---|--|---|
| <p>No se incurrirá en gastos monetarios adicionales, ya que no se tendrá que adquirir ningún tipo de material, tan solo lo que se ha venido utilizando con anterioridad en la biblioteca.</p> <p>Todos los programas por utilizarse son libres, por lo que no se necesita pagar ningún monto.</p> <p>El único recurso económico necesario sería el que provee el SINABI para materiales de oficina con los que se pueda hacer volantes atractivos, brochures y cualquier material impreso necesario para el plan de promoción.</p> | <p>Es indispensable contar con el espacio físico; en este caso, afortunadamente los edificios son aptos y desde cualquier área de trabajo se puede poner en práctica el plan de promoción.</p> <p>Se debe contar con el mínimo de mobiliario (mesas, sillas, escritorios, estantería), lo cual ya se posee.</p> <p>Se hará uso de materiales de oficina, básicos, para anotaciones u otros.</p> | <p>El equipo tecnológico necesario será con el que se cuenta, computadora, escáner e impresora.</p> <p>En relación al <i>software</i>, se utilizarán aplicaciones o herramientas tecnológicas de libre acceso.</p> <p>Es imprescindible el acceso a Internet para poder utilizar las herramientas tecnológicas recomendadas.</p> | <p>El personal de la biblioteca, con actitud proactiva y disposición al cliente.</p> <p>Estudiantes con horas colaboración, sacar mayor provecho de los estudiantes que realizan trabajo comunal en la biblioteca.</p> <p>Para la implementación de este plan, es necesario que se asigne una persona encargada de estar actualizando y revisando la página de la red de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.</p> |

Fuente: elaboración propia

5.2.8. Capacitación al personal de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia sobre el sitio web y las herramientas tecnológicas

Para el adecuado uso, mantenimiento y actualización del sitio web, así como de las herramientas tecnológicas recomendadas, se propone un taller de capacitación dirigido a las encargadas de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia y al personal designado para esta labor, con el fin de que conozcan a fondo las ventajas que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación en una de las labores bibliotecológicas como lo es la promoción y divulgación de los productos y servicios. Esta capacitación pretende familiarizar a las personas encargadas de la Red con el manejo de las aplicaciones recomendadas, con el propósito de maximizar los beneficios que estas traerán a la biblioteca con su implementación.

En el taller se desea profundizar temas como las tecnologías de la información y comunicación en el campo bibliotecológico, manejo del sitio web en Wix, posibilidades y limitaciones de las herramientas tecnológicas recomendadas, productos de las aplicaciones tecnológicas, entre otros.

▣ Organización de la capacitación

| <p>Modalidad: Presencial Naturaleza: Teórico-práctica Duración: 4 horas Facilitadoras: Glenda Guerrero, Karen Mesén y Catalina Rojas. Objetivo del taller: Conocer las ventajas de las herramientas tecnológicas recomendadas para la promoción y divulgación de los productos y servicios de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia.</p> | | |
|---|---|--|
| Propósitos | Ejes temáticos | Metodología |
| <p>1. Concientizar al personal en bibliotecología, por qué es importante implementar las TIC y sus herramientas al quehacer diario.</p> <p>2. Analizar las posibilidades que ofrecen las herramientas tecnológicas recomendadas.</p> <p>3. Establecer estrategias adecuadas para el trabajo colaborativo en la Red de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia enfatizando en la promoción y divulgación de los productos y servicios.</p> | <p>Papel del bibliotecólogo Impacto de las TIC en las bibliotecas</p> <p>Aplicación de las TIC en las bibliotecas Herramientas tecnológicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son? • ¿Cuáles son sus características? • ¿Cuáles son las ventajas y desventajas? • ¿En qué actividades se pueden emplear? <p>Sitio web Wix</p> <ul style="list-style-type: none"> • Módulos • Contenidos • Aplicaciones | <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de un video relacionado. • Presentación del tema por parte de las facilitadoras. • Dinámica grupal: Exploración del sitio web de la Red. Comentar ventajas y desventajas. • Trabajo individual: Seleccionar un manual de uso, analizarlo, explorar la herramienta y exponer. Presentar el producto, resultado de la herramienta. |

Fuente: elaboración propia

5.2.9. Factibilidad del plan de promoción y divulgación

Las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia cuentan con varios factores positivos que permitirían implementar con éxito el plan de promoción y divulgación de los servicios y productos que se brindan.

En relación con el aspecto económico, al proponerse una serie de herramientas de acceso libre, estas no representan mayor inversión para las bibliotecas, el plan no implica contar con alto presupuesto para implementarlo, tan solo requiere una inversión de tiempo para dar mantenimiento a la página y actualizar la información presentada en el sitio web, lo que implica mayor gasto, por lo tanto se considera que es económicamente factible.

De acuerdo con el campo operacional, las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia cuentan con personal profesional, capaz de cumplir a cabalidad lo propuesto; así mismo, se capacitó y se entregó documentación para que los funcionarios de la biblioteca comprendan mejor la propuesta para difundir y promocionar los servicios y productos aplicando las TIC, por lo que es operacionalmente factible.

En el campo técnico, se cuenta con los recursos tecnológicos necesarios como lo son las computadoras y el acceso a internet, el personal posee conocimientos de los recursos tecnológicos, las herramientas tecnológicas recomendadas son fáciles de manejar; además se facilitan los manuales de uso y posibles capacitaciones para su empleo, por lo cual es técnicamente factible.

5.3. Evaluación del plan de promoción y divulgación

La evaluación es un punto importante por tomar en cuenta, pues es la que indica cuán rentable es el plan de difusión y promoción, y principalmente si ha tenido impacto en la población usuaria, dándole mayor conocimiento sobre la biblioteca y todo lo que en ella se brinda.

Es por ello que se propone aplicar la evaluación a través de tres puntos estratégicos:

1. Identificación de indicadores: Se puede medir el uso general de la biblioteca o el grado de satisfacción del cliente con los servicios en general o medir servicios concretos y específicos.

2. Recopilación sistemática de datos: Verificar los cambios dados a partir de la implementación del plan, mediante el uso de instrumentos como cuestionarios, encuestas, estadísticas, muestreos, observación, etc.

3. Análisis y reflexión de la información obtenida: Se debe realizar una observación detallada de los resultados obtenidos, analizar la evolución y reflexionar sobre el alcance de los objetivos propuestos.

Así mismo, se recomienda realizar un FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), es importante efectuarlo trimestralmente, tanto de la página web como las herramientas y la utilización que le da la comunidad usuaria a estos servicios y productos que se les brinda.

CAPÍTULO VI.

Conclusiones y recomendaciones

6.1. Conclusiones

Las principales conclusiones derivadas de esta investigación, en torno a los objetivos planteados y según los resultados obtenidos, se plantean a continuación.

De acuerdo con el objetivo general de esta investigación, que pretendía diagnosticar la situación actual de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, en relación con la difusión y promoción de los servicios y productos de información, se logró identificar que no se cuenta con un plan específico para dar a conocer los servicios y productos, la mayoría de las acciones realizadas se ejecutan empíricamente, no existe innovación en los servicios, ya que se brindan los tradicionales; y que el uso de herramientas tecnológicas para dar a conocer los servicios y productos a la comunidad usuaria es prácticamente nula. A las bibliotecas acuden generalmente los mismos usuarios, no hay un motor que atraiga otros usuarios. La visita a las bibliotecas de Heredia y San Joaquín es apreciable pues pesar de ser los mismos usuarios, las bibliotecas siempre están en constante actividad; sin embargo en Paracito y Santa Bárbara la afluencia es escasa. Para la solución de estos hallazgos detectados se crea una propuesta que contenga herramientas tecnológicas para que las bibliotecas se apoyen y divulguen sus productos y servicios.

Por otra parte según el objetivo que procuraba enlistar los servicios y productos de información que ofrecen las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, por medio de los cuestionarios aplicados a la comunidad usuaria adulta e infantil de las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, se determinó que estas brindan los servicios tradicionales, entre los más utilizados se destacan: préstamos de libros (a domicilio y a sala), préstamo de computadoras (Centro comunitario inteligente), ludoteca, actividades como talleres y charlas, realización de cursos y las salas de estudio; así mismo, se logró identificar cuáles servicios y productos necesitan mayor difusión. Esto permitió tener una visión más amplia para que, por medio de la propuesta realizada, se presentaran mayor opciones

para brindar de forma diferente y por otros medios los servicios y productos que ya se tienen, con el fin de llegar a la mayor cantidad de usuarios aplicando herramientas tecnológicas.

Respecto a la identificación de los medios de difusión y las formas que utilizan las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia para promocionar los servicios y productos de información, se evidenció que son, en su mayoría, publicidad impresa como volantes o afiches que colocan en la biblioteca y en algunos casos fuera de ella en puntos estratégicos; y publicidad por medio de internet, ya sea en las redes sociales o por correo electrónico. Así mismo, esta publicidad, tanto impresa como digital, se diseña globalmente, es decir, no está hecha para cada tipo de usuario, no se realiza segmentación de usuarios para dar a conocer la información, sino que se presenta la misma a un adulto o a un niño; por lo tanto, la información no llega a la comunidad usuaria de la manera correcta. Se consideró importante segmentar la población para que funcione eficientemente un buen plan de promoción, de manera tal que no se vea a los usuarios como un todo, sino por separado, con características y gustos diferentes. Para esto, se adaptaron los servicios y productos que ya existen a herramientas tecnológicas y divulgación impresa, diseñada de forma que la totalidad de la población tuviera acceso y se comprendiera.

En cuanto al objetivo específico que buscaba determinar la frecuencia de uso, el grado de conocimiento y el grado de satisfacción de la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia con respecto a los servicios y productos de información que ofrecen, se comprobó que los usuarios, en su gran mayoría, desconocen todo lo que la biblioteca ofrece, se identifican con algunos de los servicios pero omiten muchos de ellos, de igual forma con los productos. Esto se interpreta como la inexistencia de una adecuada difusión para dar a conocer en su totalidad todo lo que la biblioteca puede ofrecer; se le brinda al usuario lo mínimo que requiere, sin embargo si se le ofreciera más de lo que él pide, se estarían satisfaciendo las necesidades informativas, esta se convierte en conocimiento.

Como medida para la solución de este inconveniente se crea un sitio web y se diseña publicidad impresa, en la cual está contemplada la información de las bibliotecas, es una guía para el usuario, con el fin de que conozca más a fondo el quehacer de la biblioteca y lo que puede obtener de ella, es importante hacer extensiva la promoción, que vaya más allá de las bibliotecas.

Se evidenció que el grado de conocimiento de los servicios y productos de la población usuaria es muy bajo, se les da información solo de lo que ellos solicitan, esto hace que la satisfacción de los usuarios sea alta, porque están recibiendo lo que requieren. Lo anterior influye en tener ideas erróneas de que se está brindando el servicio adecuado y los usuarios están satisfechos, no se está pensando más allá de qué y cómo se le pueden ofrecer todos los servicios sin necesidad de que ellos tengan que trasladarse físicamente a las bibliotecas. Por ejemplo, no necesitan ir hasta la biblioteca a consultar cómo pueden pedir préstamos o cómo ver las nuevas adquisiciones de documentos. Para ello, se aplicó la tecnología a distintos servicios y productos, de tal manera que los usuarios pueden acceder a diferente información desde cualquier lugar.

De acuerdo con el objetivo específico que buscaba definir las estrategias para promocionar y divulgar los servicios y productos de información, que permitan posicionarlos dentro de las comunidades de las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia; por medio de la aplicación de distintos instrumentos se identificaron diversos problemas, entre ellos la falta de segmentación de la población, lo cual no permite llegar a toda la comunidad usuaria. Para resolverlo se sugirió establecer grupos según los rangos de edad, que permitirá crear instrumentos acorde con su edad e intereses. También, se identificó la falta de señalización y rotulación de áreas; para esto, se diseñaron los croquis y rotulación de espacios y se sugirió colocarlos en la entrada de las bibliotecas para que el usuario conozca todo lo que se le ofrece y lo que tiene a su disposición. Se evidenció la falta de un plan específico para dar a conocer los productos y servicios; de tal manera que se diseñó una propuesta de promoción y divulgación que, la cual por medio de estrategias como la segmentación de la población, trabajo colaborativo, el uso de

tecnología y capacitación, permitirá dar a conocer de forma efectiva los servicios y productos que se brindan en las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, con el fin de llegar a los usuarios potenciales y mantener informados a los usuarios actuales.

Se comprobó que el uso de las aplicaciones tecnológicas en las bibliotecas se hace de forma esporádica y simple, no se saca provecho a todas sus posibilidades; a pesar de que la mayoría de los usuarios tiene acceso a internet, las encargadas de las bibliotecas han tenido una participación escasa con la tecnología, los servicios y productos que se brindan por medio de ella es muy poca, lo que provoca al no tener una participación activa, dejar de lado la actualización de la información y de tener contacto permanente con los usuarios. Por lo que se propuso una serie de herramientas tecnológicas de fácil acceso y, adicionalmente, se proporcionaron los manuales de uso de cada una de estas para facilitar el manejo y empleo en las bibliotecas.

En relación con el objetivo que buscaba determinar los recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para implementar una propuesta de promoción y divulgación de servicios y productos para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, se comprobó que gracias a la aplicación de distintos instrumentos como los cuestionarios, entrevistas y observación, las bibliotecas no cuentan con un presupuesto destinado para el rubro específico de promoción y divulgación. Para ello se da la solución de utilizar herramientas tecnológicas de acceso libre y, respecto a los recursos materiales, las bibliotecas poseen en su mayoría los necesarios, estos suministrados por el SINABI, por lo tanto las bibliotecas no incurren en gastos adicionales. Se detectó, en cuanto al personal, que en las bibliotecas de San Joaquín, Paracito y Santa Bárbara, la falta de este hace que se recarguen las asignaciones de actividades en una sola persona y no se pueda dedicar más tiempo a la divulgación y promoción. Por tanto se propuso la creación de la Red de Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia, con el fin de que puedan realizar trabajo colaborativo; así mismo, para las cuatro bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, se identificó que el personal se ha capacitado

escasamente en temas de promoción y divulgación, hace falta enfatizar la preparación en estas temáticas, de igual forma como parte de los canales de difusión, se ideó una campaña con el fin de mejorar las relaciones interpersonales y capacitar al personal en servicio al cliente, dando un valor agregado a la difusión y la promoción, mejorando la imagen de las bibliotecas y que estas sean recomendadas gracias al servicio que se le brinda a los usuarios.

Acerca de la definición de una estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación propuesto para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia. Se determinó que es importante evaluar el plan de promoción y divulgación, cada cierto tiempo, para esto es importante emplear el FODA, así como la aplicación de encuestas de satisfacción, ya que de esta forma se podrán realizar acciones de mejora; igualmente será un respaldo para las encargadas de bibliotecas, pues esta manera sabrán si las funciones y actividades que están desarrollando para posicionar y dar a conocer el quehacer de la biblioteca es factible.

Como última conclusión se tiene que referente al Sistema Nacional de Bibliotecas de Costa Rica, se cuenta con un portal donde la mayoría de la información que se brinda es sobre la Biblioteca Nacional, no hay un espacio amplio para publicar información sobre las bibliotecas públicas, solamente brindan información general de cada una, como la ubicación, números de teléfono y contacto de la encargada. De aquí la importancia de que esta propuesta pueda ser tomada en cuenta por parte del SINABI, enlazando el sitio web de la Red de bibliotecas públicas de la provincia de Heredia con el portal, así se brindará más información específica sobre los productos y servicios que se ofrecen en las bibliotecas públicas heredianas.

6.2. Recomendaciones

Las principales recomendaciones aportadas para este trabajo final de graduación se presentan seguidamente-

Primero, se recomienda analizar y considerar los principales hallazgos detectados con el fin de mejorar continuamente las actividades que conllevan al quehacer bibliotecario; lo que permite presentar una mejor imagen de la biblioteca, dar a conocer los productos y servicios y utilizar la tecnología dentro de la biblioteca para atraer nuevos usuarios.

Segundo, es recomendable innovar e idear nuevas formas para brindar los servicios y productos que ya poseen las bibliotecas, aplicando una adecuada promoción de servicios, empleando las diversas estrategias con el uso de las tecnologías de información y comunicación, dando énfasis a los recursos tecnológicos, sin dejar de lado los impresos; tomando en cuenta los diferentes tipos de usuarios, sus gustos e intereses con el objeto de diseñar información adecuada y que pueda ser clara para cada sector.

Tercero, es indispensable además la creación de la Red de Bibliotecas Públicas de la provincia de Heredia, para facilitar el trabajo de promoción y divulgación de los productos y servicios que cada una de las bibliotecas ofrece, mediante el uso de herramientas tecnológicas, agregando varias de ellas en un solo sitio web que servirá de exposición a nivel global. Así, el usuario podrá encontrar en un solo sitio toda la información referente a las cuatro bibliotecas públicas de la provincia (Heredia, San Joaquín, Paracito y Santa Bárbara). También se recomienda considerar los canales de difusión por los cuales se desea transmitir a la población usuaria los servicios y productos; en este caso, corresponde a la mejora de las relaciones interpersonales entre los funcionarios y la población usuaria. De la misma manera, se debe considerar la publicidad impresa, es recomendable expandir la publicidad, hacerla llegar más allá de las puertas de la biblioteca,

aprovechar al máximo el entorno que las rodea, como son locales comerciales, la parroquia, asociaciones comunales, centros educativos, y que de esta forma sean un apoyo para divulgar información de las diferentes bibliotecas.

Así mismo, se aconseja dar a conocer en su totalidad todo lo que las bibliotecas ofrecen, mediante la aplicación de herramientas tecnológicas que permitan llegar rápidamente a los usuarios facilitando el acceso a la información.

Por otro lado, se recomienda segmentar de forma adecuada la población, considerando los grupos etarios con el fin de que la información llegue de forma especializada a cada uno de ellos; al mismo tiempo, la biblioteca debe tomar en cuenta que esta segmentación no debe ser solo para la difusión, sino que dentro de la biblioteca se permitan visualizar los espacios para los tipos de usuarios, señalizando apropiadamente cada una de las áreas, por lo que se aconseja colocar los croquis en las entradas de la biblioteca, y que esto permita al usuario tener una vista amplia de cómo está conformada la biblioteca por dentro.

A su vez, se recomienda implementar la propuesta del plan de promoción y divulgación de los servicios y productos en las bibliotecas públicas de Heredia aplicando las tecnologías de información y comunicación. Esto permitirá a las bibliotecas desarrollarse de una manera más óptima, brindando a la comunidad usuaria todos los servicios y productos, por diferentes medios, ofreciéndoles opciones de acceso a la información. Es pertinente enfocarse en atraer más usuarios a las bibliotecas, considerando los usuarios potenciales, sin dejar de lado los reales, y crear una base de datos de interesados en actividades.

Es conveniente, también, implementar el uso de las herramientas tecnológicas recomendadas debido a que son de acceso gratuito, lo cual permite promocionar y divulgar los servicios y productos sin tener que efectuar gastos económicos adicionales.

Referente a los funcionarios es oportuno que tomen conciencia de que las labores de bibliotecología deben de trascender al campo digital, ya que es importante estar al mismo nivel de los usuarios, por lo que es necesario presentar la mejor disponibilidad sin resistencia al cambio y sin miedo a romper paradigmas.

Es indispensable analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada una de las bibliotecas con el fin de conocer a fondo el funcionamiento, así como realizar periódicamente sondeos de la satisfacción de los usuarios para comprobar si las herramientas satisfacen o cumplen las necesidades por las cuales fueron creadas. De igual manera, se debe analizar, dar mantenimiento y actualizar el sitio web para dar una verdadera difusión de servicios y productos.

Se recomienda establecer y coordinar sesiones de capacitación y alfabetización, tanto a los usuarios como al personal de la biblioteca en cuanto al uso de las tecnologías y el manejo de internet, con el fin de lograr implementar con éxito la propuesta de promoción y divulgación.

Finalmente, es importante que esta propuesta de promoción y divulgación sea tomada en cuenta por parte del Sistema Nacional de Bibliotecas, ya que de esta forma podrán aplicarla en otras bibliotecas públicas, brindando así toda la información referente a este tipo de bibliotecas, donde el usuario puede acceder a diversa información en un solo lugar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abad, M. (2005). *Evaluación de la calidad de los sistemas de información*. Madrid: [s.n.]

Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *EDUTEC: Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. España. (7). Disponible en: <http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.html>

Aguilar, R. (2002). *Propuesta de un plan de mercadeo para el Sistema de Información y Documentación Agropecuaria de las Américas (SIDALC)*. San José, C. R.: [s.n.]

Álvarez, L., Vázquez, R. y Santos, M. (1999). Resultados de la orientación al mercado: evidencias empíricas de las organizaciones no lucrativas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 5(3),19-40.

Ary, D. (1985). *Introducción a la investigación pedagógica*. México: Interamericana.

ATube Catcher. (2011). aTube Catcher official web site. Recuperado el 7 de junio de 2014, de <http://www.atube.me/video/>

Ávila, J. (2004). *Propuesta para la atracción de usuarios infantiles potenciales en la sala infantil de la Biblioteca Pública de San Ramón*. (Tesis inédita de Licenciatura) Universidad Nacional, Costa Rica.

- Ballesta, J. y Cerezo, M. (2011). Familia y escuela ante la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista de la Facultad de Educación*, Educación XX1, 14(2): 133-155.
- Barrantes, R. (2007). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo*. San José, C. R.: EUNED.
- Belloch, C. (2012). Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje. Disponible en: <http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Bitstrips. (2011). Bitstrips. Recuperado el 26 de mayo de 2014, de <http://www.bitstrips.com/>
- Bono, R., Arnau, J. y Blanca, M. J. (2006). Tecnologías de la información y comunicación en la enseñanza de diseños experimentales y aplicados. *Psicothema*, 18(3): 646-651.
- Castells, M. (2002). *Sesión 1 Cultura y sociedad del conocimiento presente y perspectivas del futuro: La dimensión cultural de Internet*. Cataluña, España. Disponible en: <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
- Carrizo, G. (2001). El consumo actual de las tecnologías de la información. *Documentación de las Ciencias de la Información*, (24): 181-186.
- Ciprés Oliva, M. D. y Flores Romero, A. (2007). La megabiblioteca José Vasconcelos y la situación de las bibliotecas públicas de la Ciudad de México. *Scire*, 13(1): 51-66.

Cobo, J. (2009). El concepto de las tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *ZET* 14(27): 295-318.

Córdoba, S. (1997). La Biblioteca Pública y la comunidad. *Boletín de la Escuela de Bibliotecología, Documentación Información*. 15(2), 22-33. Disponible en: <http://infolac2.ucoj.mx/documentos/bibliotecas/docv7.html>

Costa Rica. Leyes y decretos. (2003). *Reglamento de Servicios de las Bibliotecas Públicas de Costa Rica*. San José, C.R.: Asamblea Legislativa.

Costa Rica. Leyes y decretos. (2009). *Ley del Sistema Nacional de Bibliotecas*. San José, C.R.: Asamblea Legislativa.

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (2011). *Biblioteca Pública de Heredia "Dr. Marco Tulio Salazar Salazar"*. Recuperado de Sicultura: directorio artístico cultural. Disponible en: [:http://si.cultura.cr/component/sicultura/articulo/biblioteca-publica-de-heredia-dr-marco-tulio-salazar-salazar-502.html](http://si.cultura.cr/component/sicultura/articulo/biblioteca-publica-de-heredia-dr-marco-tulio-salazar-salazar-502.html)

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (2011). *Biblioteca Pública de Paracito*. Disponible en: http://www.mcj.go.cr/literatura/sistema_bibliotecas/biblioteca_sta_barbara.a.spx

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (2011). *Biblioteca Pública de Santa Bárbara de Heredia*. Disponible en: http://www.mcj.go.cr/literatura/sistema_bibliotecas/biblioteca_sta_barbara.a.spx

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (2011). *Biblioteca Pública*. Disponible en: http://www.mcj.go.cr/literatura/sistema_bibliotecas/publicas.aspx

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (2011). *Sistema Nacional de Bibliotecas*. Disponible en: http://www.mcj.go.cr/literatura/sistema_bibliotecas/index.aspx

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (2011). *Biblioteca Pública de Heredia "Dr. Marco Tulio Salazar Salazar"*. Recuperado el 22 de diciembre de 2013, de Sicultura: directorio artístico cultural: <http://si.cultura.cr/component/sicultura/articulo/biblioteca-publica-de-heredia-dr-marco-tulio-salazar-salazar-502.html>

Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. (2012). *Organización del Ministerio*. Disponible en: <http://www.mcj.go.cr/ministerio/organizacion.aspx>

CNREE (2014). *Accesibilidad General*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de <http://www.cnree.go.cr/guias/accesibilidad>

Díaz, F. (1998). *Marketing en los servicios de información*. Barcelona: [s.n.]

Diigo. In (2014). *Diigo*. Recuperado el 22 de mayo de 2014, de <https://www.diigo.com/>

Domínguez, M. (1996). *Nuevas formas de organización y servicios en la biblioteca pública*. España: Ediciones Trea.

Facebook (2014). Facebook. Recuperado el 25 de mayo de 2014: <https://www.facebook.com/>

Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la tecnología. (2001). *Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas*. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001246/124654s.pdf>

Felicié, A. (2006). *Biblioteca pública, sociedad de la información y brecha digital*. Buenos Aires: Alfagrama.

Fernández, L. (2012). *Biblioteca Pública de Paracito (Semi oficial)*. San José, C.R.: s. n.

Fernández, V. (2004). Promoción de los servicios de la biblioteca: un enfoque desde el marketing no convencional. *Bibliós: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*, 5(20): 3-13.

Ferreira, V. y Sena, E. (2004). Advenimiento de la sociedad de la información y su repercusión en ámbito laboral, cultural y económico. *Ciencias de la Información*, 35(1): 21-27.

Ferrell, O. y Hartline, M. (2005). *Estrategia de marketing*. México: Cenage Learning.

Fuentes, J. (2007). La perspectiva sistemática en la Gestión de los Centros Documentarios. *Anales de Documentación*, (10): 93-112.

Flipsnack (2009). Flipsnack. Recuperado el 25 de mayo de 2014 de: <http://www.flipsnack.com/es/>

- Gallo, J. (2008). Innovación en los servicios de bibliotecas públicas orientadas al usuario. El caso de la Biblioteca Regional de Murcia. *El profesional de la información*, 17(2): 144-154.
- García, F. (2007). La misión de las bibliotecas públicas en la nueva ecología informacional: una perspectiva hispanoamericana. *Scire*, 13(1): p.9-19.
- García, F. y Díaz, A. (2006). *Desarrollo y gestión de la colección local en la biblioteca pública*. Buenos Aires: Alfagrama.
- Glogster (2007). Glogster. Recuperado el 25 de mayo de 2014 de: <http://www.glogster.com/login>
- Go Animate (2014). Go Animate. Recuperado el 25 de mayo de 2014, de: <http://goanimate.com/>
- Gómez, J. (2002). *Gestión de bibliotecas*. Murcia: DM.
- Google Drive (2014). Google Drive. Recuperado el 26 de mayo de 2014, de: <https://drive.google.com>
- Google+ (2014). Google plus. Recuperado el 25 de mayo de 2014, de: <https://plus.google.com/>
- Grasso, L. (2006). Encuestas: elementos para su diseño y análisis. Disponible en: http://books.google.co.cr/books?id=jL_yS1pfbMoC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Hassan, Y. Martín, F. (2013). *Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Herrera, J. y Pérez, M. (2006). *Introducción a la Biblioteconomía: manual del alumno universitario*. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/15447/1/Tema%2011Lis.pdf>

Herrera, J. y Pérez, M. (2007). Cultura y marketing en las bibliotecas públicas españolas: actividades, iniciativas y recursos. *El profesional de la información*, 16(1): 62-76.

IFLA y UNESCO (1994). *Manifiesto de la IFLA/UNESCO sobre la biblioteca pública*. Recuperado el 22 de diciembre de 2013, de: <http://archive.ifla.org/VII/s8/unesco/span.htm>

Issuu (2014). Issuu. Recuperado el 26 de mayo de 2014, de : <http://issuu.com/>

Jaramillo, O. y Moncada, J. (2007). La biblioteca pública y las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) una relación necesaria. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 30(1): 15-38.

Jaramillo, O., Montoya, M. y Uribe, A. (2008). *La biblioteca pública: su gestión en el contexto de la sociedad de la información*. Buenos Aires: Alfagrama.

Jiménez, A. (2013, diciembre). Distribución de la muestra. Heredia, C.R.

Klaassen, U., Wiersma, C. y Giappiconi, T. (1999). *Gestión de la calidad y marketing en las bibliotecas públicas*. Barcelona: Fundación Bertelsmann.

Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing: versión para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Krüger, K. (2006). El concepto de sociedad del conocimiento. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*. 11 (683).

Lamb, C. (2006). *Marketing*. Estados Unidos: Thomson.

Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, C. (2008). *Marketing*. México: Thomson.

Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, C. (2006). *Fundamentos de marketing*. México: Thomson.

Lancaster, F. W. (1993). *Evaluación de la biblioteca*. Madrid: Anabad.

León, R., Tejada, E. y Yataco, M. (2003). Las organizaciones inteligentes. *Industrial Data*. 6(2). 82- 87.

López, J. (ed). (2004). *Diccionario enciclopédico de ciencias de la documentación*. Madrid, España: Editorial Síntesis.

Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia*. México: Pearson Educación.

Lozano, R. (2006). *La biblioteca pública del siglo XXI: atendiendo clientes, movilizandolos personas*. Gijón: TREA.

Lozano, R. (2008). Innovación en bibliotecas públicas: algo nuevo, algo útil, algo de calidad. *El profesional de la información*, 17(2): 129-135.

Marzal, M. (2008). La alfabetización en información como dimensión de un nuevo modelo educativo: la innovación docente desde la documentación y los CRAI. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 11(2): 41-63.

Masis, R. (2009). *Bibliotecas públicas, alfabetización informacional y desarrollo*. San José, C.R.: CONARE.

Méndez, C. (2001). *Metodología: diseño, desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: McGraw-Hill.

Metzger, M. y Donaire, V. (2007). *Gerencia estratégica de mercadeo*. México: Thomson.

Ministerio de Cultura y Juventud (2011). *Biblioteca Pública de Paracito*. Recuperado el 22 de diciembre de 2013, de http://www.mcj.go.cr/literatura/sistema_bibliotecas/biblioteca_sta_barbara.aspx

Ministerio de Cultura y Juventud (2011). *Biblioteca Pública de Santa Bárbara de Heredia*. Recuperado el 22 de diciembre de 2013, de http://www.mcj.go.cr/literatura/sistema_bibliotecas/biblioteca_sta_barbara.aspx

Ministerio de Educación, Política Social y Deporte (2008). *Publicidad audiovisual e impresa*. Recuperado el 14 de junio de 2014, de <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/accesibilidad.php?c=&inc=publicidad&blk=5&pag=10>

- Morales, P. (2013). Estadística aplicada a las Ciencias Sociales. Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos? Madrid.
- Moreno, M. (2008). Un acercamiento a la introducción y desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en Cuba. *Ciencias de la Información*, 39(1): 3-18.
- Moreno, H. y Velázquez, R. (2012). La sociedad del conocimiento: inclusión o exclusión. *Educación*, 36(2): 1-24.
- Núñez, I. (2000). Usos y definiciones de los términos relativos a los usuarios o clientes. *Revista Interamericana de Bibliotecología*. 23 (1-2), 107-121.
- Palma, J. (2009). La alfabetización informativa tecnológica: estrategia fundamental en las bibliotecas del siglo XXI. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 32(1): 155-172.
- .
- Paredes, A. (2004). Gestión de tecnologías de información y comunicación: soportes para la innovación en las organizaciones inteligentes. *Revista de Ciencias Sociales*, 10(3): 465-475.
- Photopeach (2014). Photopeach. Recuperado el 26 de mayo de 2014, de: <http://photopeach.com/?logout=true>
- Pinterest (2014). Pinterest. Recuperado el 25 de mayo de 2014, de: <https://www.pinterest.com/>
- Puzzlemaker (2014). Puzzlemaker. Recuperado el 25 de mayo de 2014, de: <http://www.discoveryeducation.com/free-puzzlemaker/>
- Quirós, E. (1998). *Bibliotecas públicas de Costa Rica*. [S.l.]: [s.n.].

QR-Code (2014). QR-Code. Recuperado el 26 de mayo de 2014, de:
<http://www.qrcode.es/es/generador-qr-code/>

Real Academia Española (2001). Biblioteca. En *Diccionario de la Lengua Española* (22.ª ed.). Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=biblioteca>

Rodríguez, G. (2007). *La biblioteca pública: análisis a manifiestos y directrices*. Medellín: Fondo Editorial Comfenalco.

Rodríguez, J. (2004). La investigación evaluativa de programas educativos con tecnologías de la información y la comunicación: propuesta del estado de la cuestión. *Revista de la Universidad de Costa Rica Educación*, 28(1): 169-185.

Rodríguez, M. y Planchuelo, D. (s.f.). *Educación, biblioteca y TIC en la sociedad de la información: reto y compromiso*. Disponible en:
<http://www.anabad.org/archivo/docdow.php?id=158>

Rodríguez, O. y Méndez, X. (2005). *La escolarización de la biblioteca pública, con una propuesta para extender la cobertura de las bibliotecas públicas oficiales de Costa Rica a la comunidad*. (Tesis inédita de Licenciatura) Universidad Nacional, Costa Rica.

Sabino, C. (2007). *Proceso de investigación*. Argentina: Lumen.

Sandí, M. (s. f.). Aportes de las tecnologías de la información a la actividad docente universitaria: el caso de la Facultad de Educación de la Universidad de Costa Rica. *Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información*, 20(1-2): 16-32.

Santos, V. (2010). Biblioteca pública y desarrollo. *El profesional de la información*, 19(5): 529-533.

Sistema Nacional de Bibliotecas (2008). *Sistema Nacional de bibliotecas*. Disponible en: http://www.sinabi.go.cr/sistema_nacional_bibliotecas.aspx

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill.

Storybird (2014). Storybird. Recuperado el 26 de mayo de 2014, de: <https://storybird.com/>

Suárez y Alonso, R. (2007). *Tecnología de la Información y Comunicación: introducción a los sistemas de información y de telecomunicación*. España: Ideaspropias. Disponible en: http://www.ideaspropiaseditorial.com/documentos_web/documentos/978-84-9839-091-9.pdf

Tarrés, A. (2006). *Márquetin y archivos*. España: Ediciones Trea.

Tecnologías de la Información y la Comunicación (s.f). Disponible en: <http://www.gtic.ssr.upm.es/demo/curtic/1t1101.htm>

UNESCO (2001). *Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas*. [s.l.]: UNESCO.

Urbina, G. (2008). *Biblioteca Pública de San Joaquín*. Heredia, C.R.: [s.n.]

Uribe, A. (2005). Las unidades de información y empresas informativo-documentales que se requieren hoy en América Latina: una mirada desde la gerencia y el mercadeo con responsabilidad social. *Revista*

Interamericana de Bibliotecología, 28(2): 11-41. Disponible en:
<http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v28n2/v28n2a02.pdf>

Uribe, A. (2007). Los bibliotecólogos colombianos y la adquisición de competencias. Énfasis y tendencias en la actual formación en tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 30(1): 135-162.

Vallejo, R. y Téllez, L. (2008). El mercadeo de servicios en las bibliotecas públicas: ¿una herramienta que se usa? *Investigación Bibliotecológica*, 22(45): 153-169. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v22n45/v22n45a8.pdf>

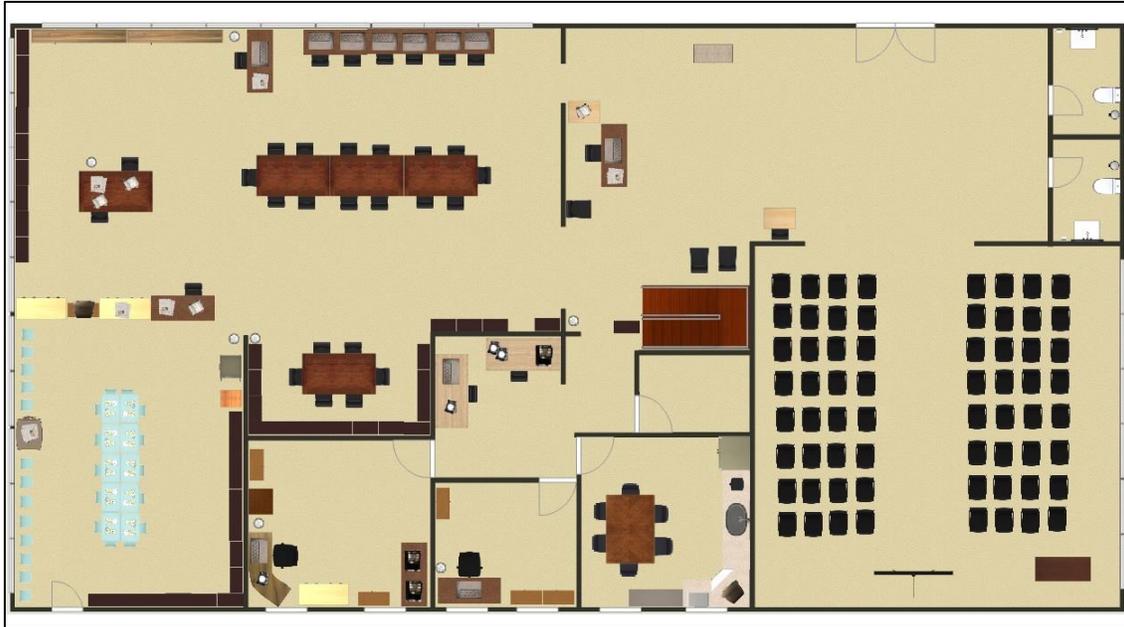
Venegas, P. (2003). *Algunos elementos de investigación*. San José, C.R.: EUNED.

Wheeler, J. y Goldhor, H. (1980). *Administración práctica de bibliotecas públicas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Wix (2006). Wix. Recuperado el 25 de mayo de 2014, de: <http://es.wix.com/>

Wordpress (2014). Wordpress. Recuperado el 26 de mayo de 2014, de: <http://wordpress.com/>

APÉNDICES



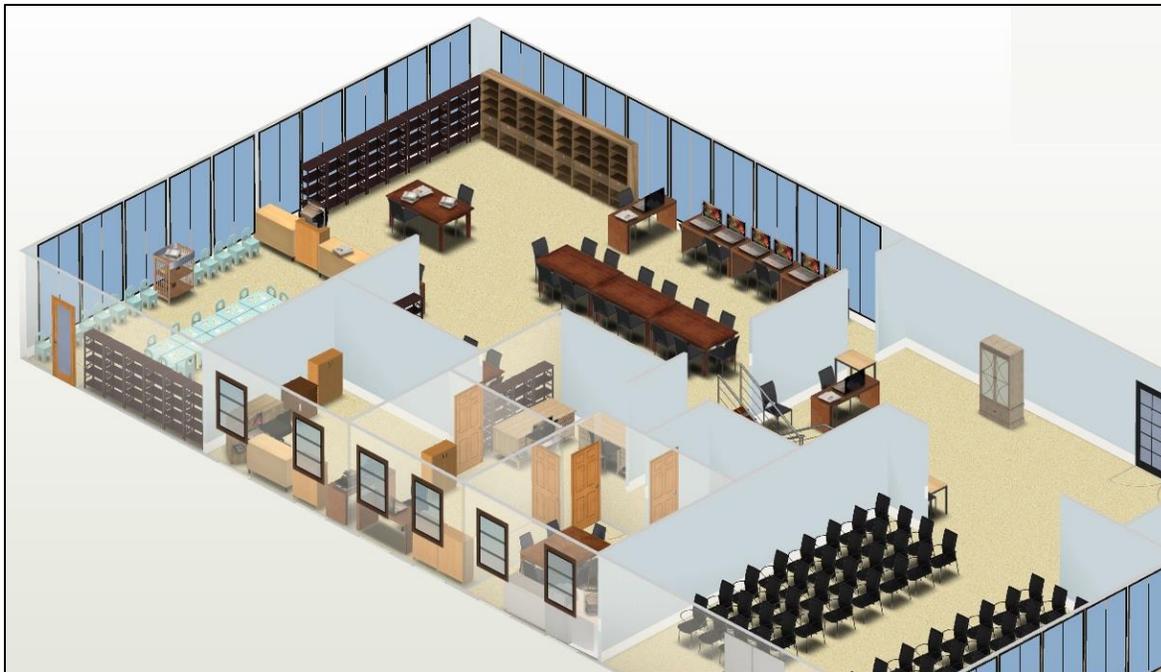
Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista en perspectiva 1, primer nivel



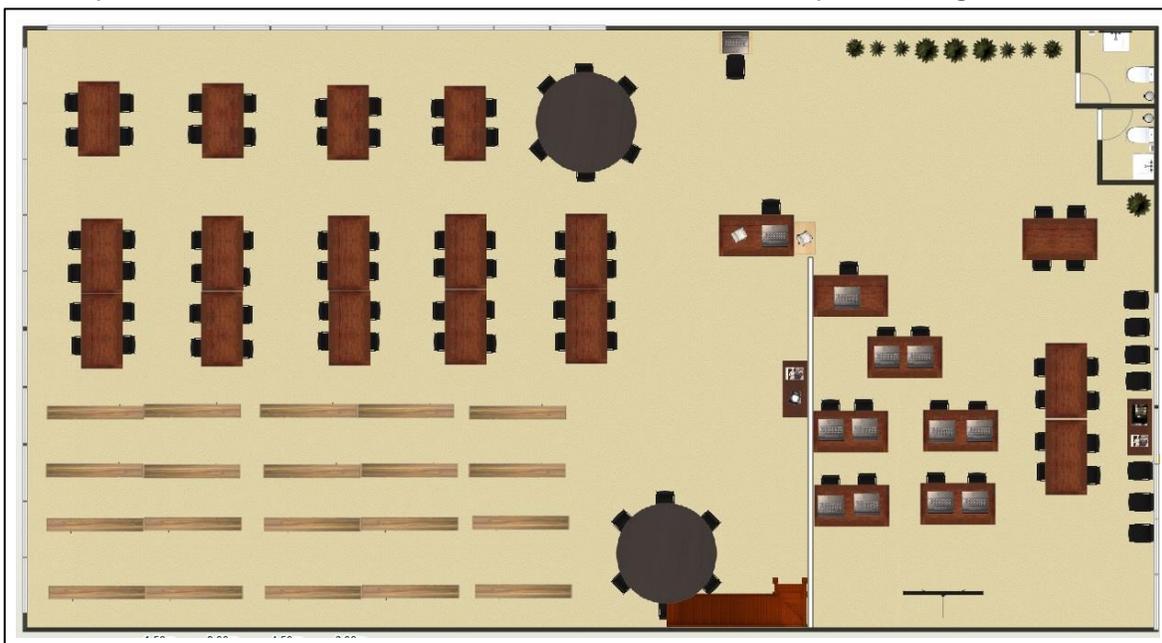
Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista en perspectiva 2, primer nivel



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista de planta, segundo nivel



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista en perspectiva 1, segundo nivel



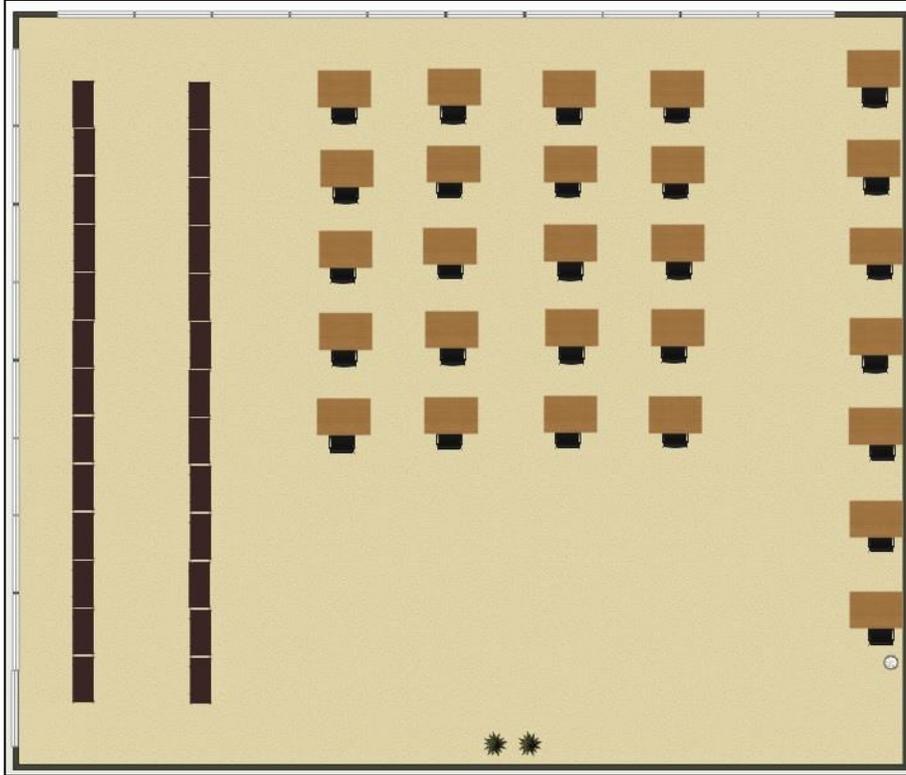
Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista en perspectiva 1, segundo nivel



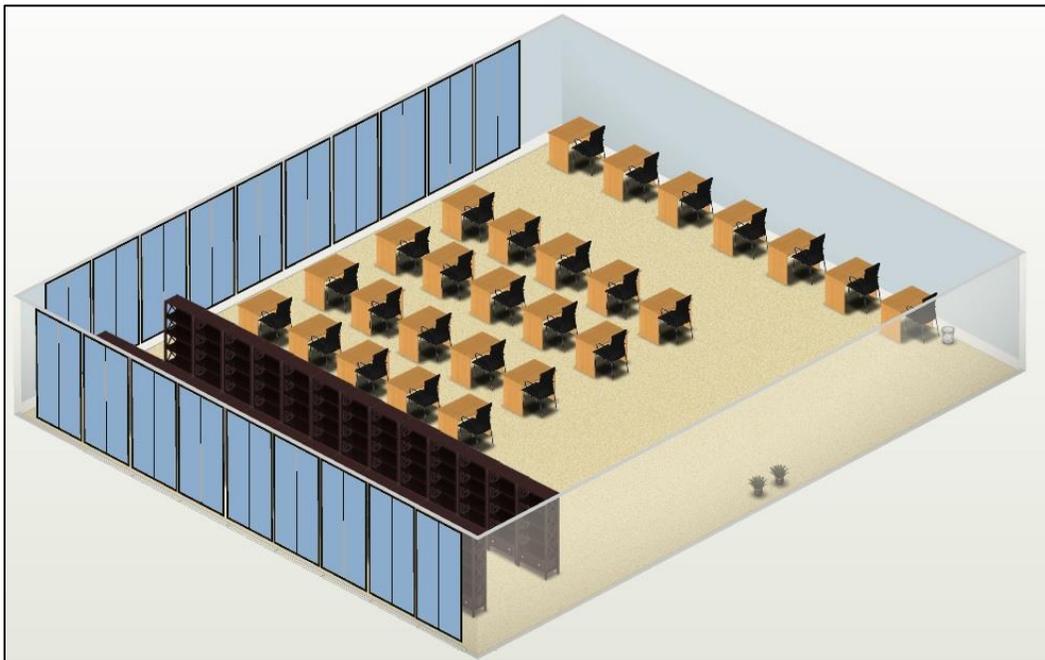
Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista de planta, tercer nivel



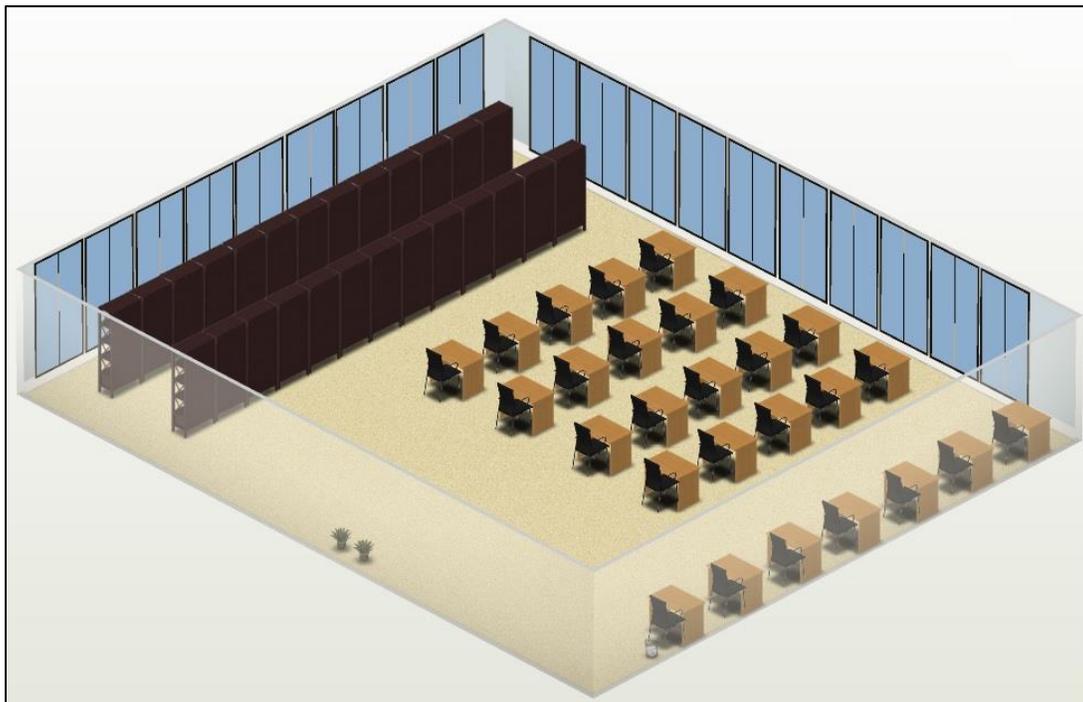
Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista en perspectiva 1, tercer nivel



Fuente: elaboración propia (2014).

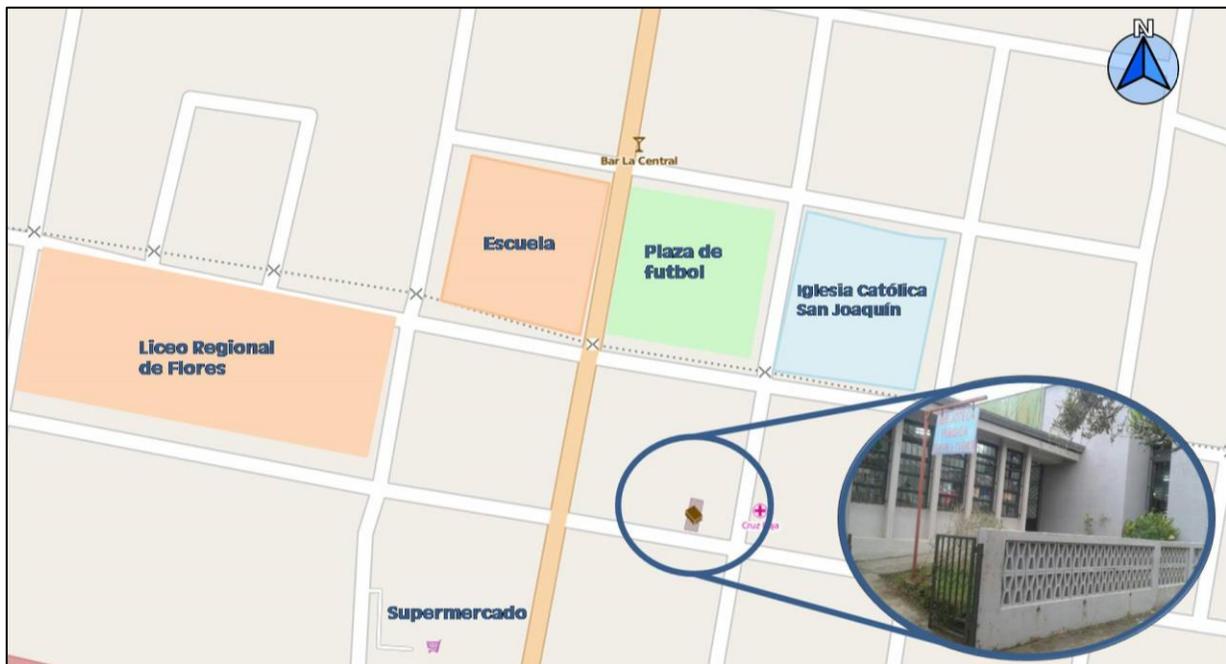
Espacio físico Biblioteca Pública de Heredia, vista en perspectiva 2, tercer nivel



Fuente: elaboración propia (2014).

APÉNDICE 2. Biblioteca Pública de San Joaquín

Ubicación Biblioteca Pública de San Joaquín



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de San Joaquín, vista de planta



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico, Biblioteca Pública de San Joaquín, vista en perspectiva 1



Fuente: elaboración propia (2014).

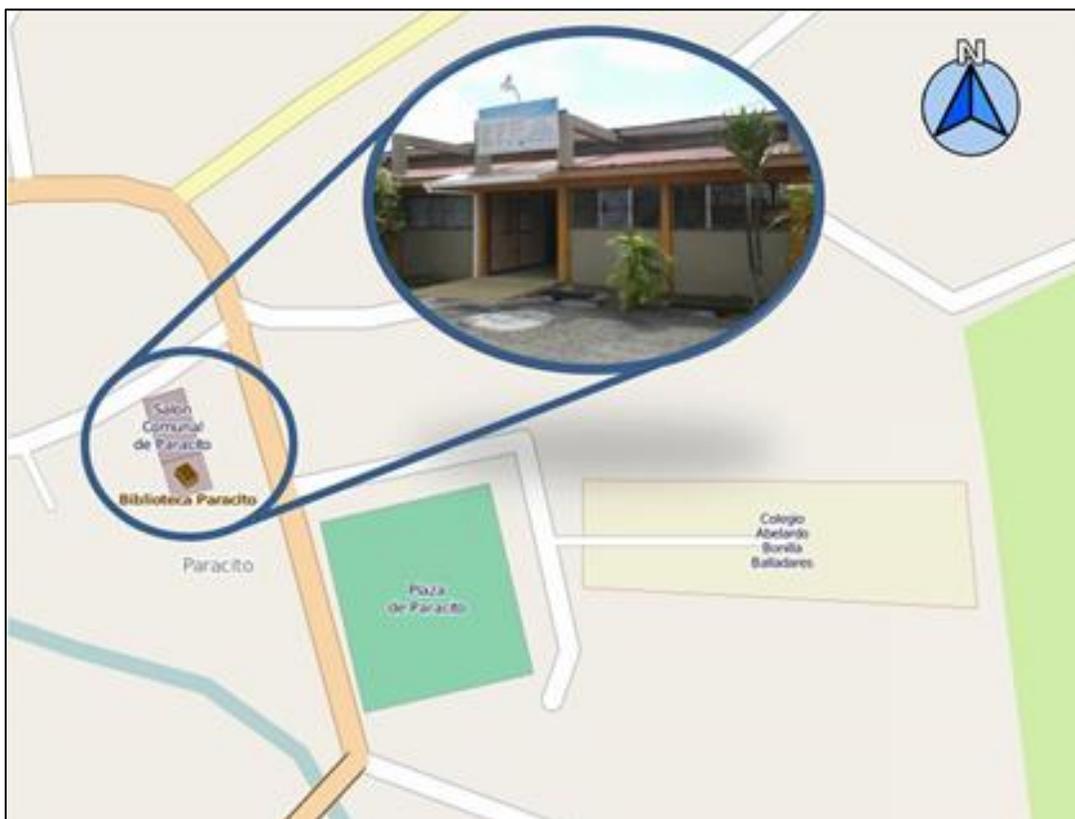
Espacio físico, Biblioteca Pública San Joaquín, vista en perspectiva 2



Fuente: elaboración propia (2014).

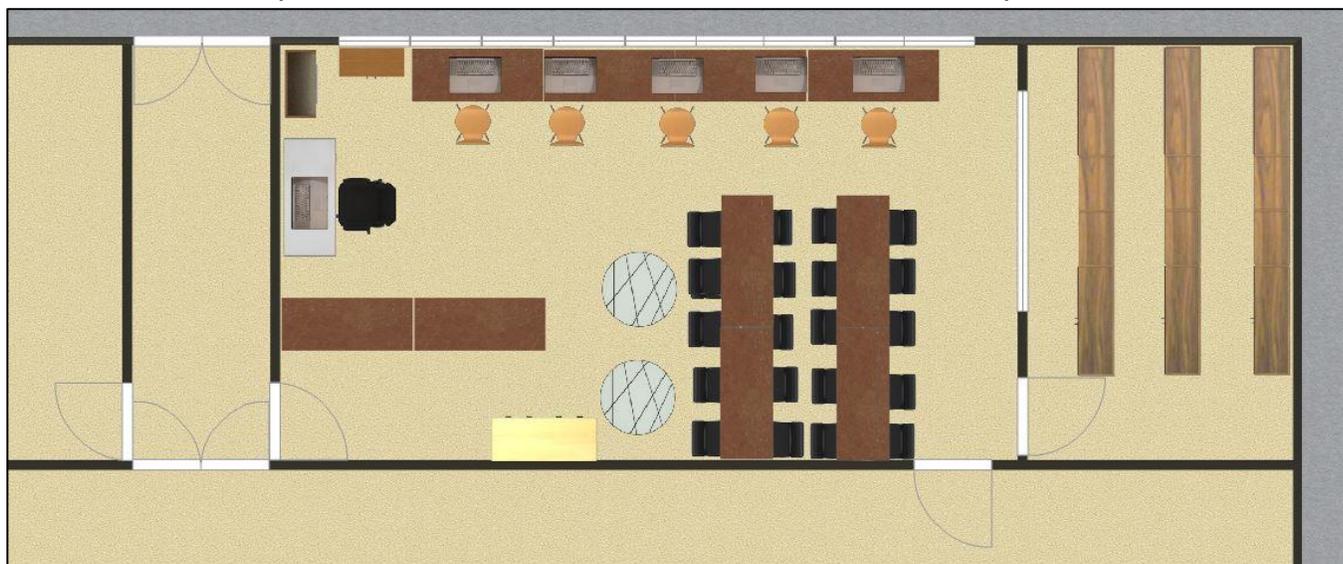
APÉNDICE 3. Biblioteca Pública de Paracito

Ubicación Biblioteca Pública de Paracito



Fuente: elaboración propia (2014)

Espacio físico Biblioteca Pública de Paracito, vista de planta



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Paracito, vista en perspectiva 1



Fuente: elaboración propia (2014).

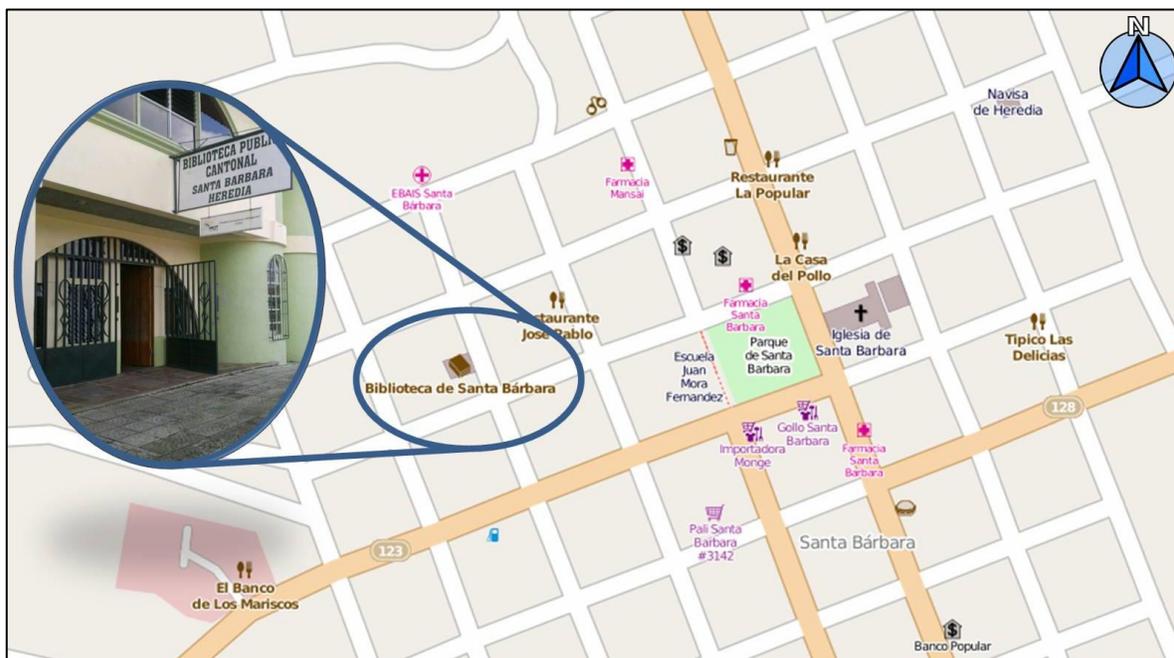
Espacio físico Biblioteca Pública de Paracito



Fuente: elaboración propia (2014).

APÉNDICE 4. Biblioteca Pública de Santa Bárbara

Ubicación Biblioteca Pública de Santa Bárbara



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Santa Bárbara, vista de planta



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Santa Bárbara, vista en perspectiva 1



Fuente: elaboración propia (2014).

Espacio físico Biblioteca Pública de Santa Bárbara, vista en perspectiva 2



Fuente: elaboración propia (2014).

APÉNDICE 5. Guía de Entrevista 1 Personal de las Bibliotecas Públicas de Heredia

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Guía de Entrevista 1 Personal de las Bibliotecas Públicas de Heredia

Datos generales

1. Puesto o especialización: _____
2. Años de laborar en la biblioteca: _____
3. Nivel académico: _____

Servicios y productos de información

4. ¿Cuáles considera usted que son los servicios y productos más utilizados por la comunidad usuaria?

5. ¿Cuáles son los medios de difusión que utilizan en la biblioteca para dar a conocer los servicios y productos que se le brinda a la comunidad usuaria?

6. ¿Qué formas de promoción de servicios y productos se utilizan en la biblioteca?

7. ¿Se emplea en la biblioteca algún tipo de estrategia para la difusión de los servicios y productos que en ella se brinda? Mencione algunas.

8. ¿Han realizado evaluaciones para verificar que las actividades de promoción de los servicios y productos son efectivas? Mencione cuales

9. ¿Se evidencia en las estadísticas de uso de los servicios y productos que la difusión actual está cumpliendo con el objetivo?

Disponibilidad de recursos

10. ¿Cuenta la biblioteca con una partida específica, dentro del presupuesto, destinada a la promoción de los productos o servicios?

11. ¿Cree usted que la biblioteca posee los recursos materiales, tecnológicos y humanos necesarios para implementar un plan de promoción y divulgación de servicios y productos?

12. Cuenta la biblioteca con los siguientes recursos: (marque con una X si los posee)

12.1 Espacio físico (Edificio, sala de estudio, áreas de atención)

12.2 Mobiliario (Mesas, sillas, escritorios, estantería)

12.3 Materiales de oficina

12.4 Libros, publicaciones periódicas, bases de datos, material audiovisual

12.5 Equipo tecnológico

-Hardware (computadora de escritorio, computadora portátil, escáner, impresora, fotocopiadora, Televisor, Proyector multimedia, DVD, equipo de audio)

- Software (sistema operativo)

12.6 Internet

12.7 Acceso a la red

13. ¿Cuál es el grado de manejo que tiene el personal de la biblioteca sobre los recursos tecnológicos?

Mucho (Maneja el 100% de la tecnología)

Poco (Maneja el 50% de la tecnología)

Nada (No tienen conocimiento ni manejo de la tecnología)

14. ¿Posee el personal algún tipo de formación o conocimiento en el área de técnicas de promoción y divulgación de servicios?

APÉNDICE 6. Análisis de resultados de la entrevista aplicada al personal de las bibliotecas.

Se realizaron entrevistas en los meses de noviembre y diciembre de 2013 a las encargadas de las bibliotecas públicas de Heredia, tres de ellas son bibliotecólogas, de las cuales dos poseen el grado de licenciatura (encargadas de Heredia y San Joaquín) y una con título de diplomado (encargada de Paracito). La encargada de la Biblioteca de Santa Bárbara no tiene ningún título universitario que la respalde en el área de Bibliotecología.

Este instrumento consta de dos apartados: la primera parte incluye los datos personales de las entrevistadas, y la segunda parte enfocada a conocer la opinión y la percepción que tienen las encargadas en cuanto a la promoción y divulgación de los servicios y productos que brindan. Los resultados y aspectos relevantes que se obtengan de estas entrevistas ayudaran a crear una propuesta aplicable a las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, con el fin de que puedan innovar y diseñar servicios y productos que estén acorde con la comunidad usuaria.

De los resultados obtenidos de las entrevistas, se rescatan las ideas más importantes, que posteriormente servirán para el diseño de la propuesta que permita a las bibliotecas seleccionadas divulgar efectivamente los servicios y productos que se brindan.

- En cuanto a los servicios y productos más utilizados por los usuarios, las cuatro encargadas coinciden en que los servicios más utilizados son: el uso de las computadoras, el acceso a Internet y el préstamo de material, además las encargadas de la Biblioteca de Heredia y de Paracito mencionan que los usuarios también participan en los cursos de cómputo e inglés y en los talleres y actividades culturales que la biblioteca realiza.
- En relación con los medios de difusión que utiliza la biblioteca para dar a conocer todos los servicios y productos que brindan, las cuatro encargadas mencionan como el primer medio el Internet y los volantes o afiches en puntos

estratégicos. Las encargadas de Heredia, San Joaquín y Paracito mencionan las redes sociales, principalmente Facebook, las llamadas telefónicas y los correos electrónicos, además la Biblioteca de Heredia cuenta con un blog y un canal de videos en YouTube.

- Sobre las formas de promoción que le dan a la biblioteca, las encargadas de las bibliotecas de Heredia y Paracito mencionan la propaganda y participación que ellas tienen en las actividades de la comunidad, es decir, la gestión, la intervención y la relación. Por ejemplo, cuando la comunidad a la que van dirigidas realiza algún tipo de actividad, buscan la forma de que la biblioteca tenga espacio para promocionarse. Las encargadas de las bibliotecas de San Joaquín y Santa Bárbara no responden a esta pregunta, quizá por el desconocimiento en esta área, aplican estrategias de divulgación sin saber realmente que lo están haciendo.
- De acuerdo con las estrategias empleadas en las bibliotecas para la difusión, solamente la encargada de la Biblioteca de Heredia y la de San Joaquín mencionan un plan de trabajo y reuniones donde se proponen ideas para difundir la biblioteca, la encargada de la Biblioteca de Paracito menciona que no cuenta con ningún plan concreto para realizar la promoción, sino que la difusión que se realiza es empíricamente con el poco conocimiento que tiene en el área de mercadeo, finalmente la encargada de la Biblioteca de Santa Bárbara menciona que no cuenta con ningún plan de difusión, la promoción que ella realiza solamente es por Internet y anuncios a los usuarios que la visitan.
- En cuanto a la evaluación de las estrategias de difusión, las encargadas de Paracito y Santa Bárbara mencionan que no se hace ningún tipo de evaluación, sin embargo, en la Biblioteca de Paracito después de cada actividad la encargada comenta y se retroalimenta con los usuarios, cabe mencionar que estas interacciones no las respalda por escrito. En la Biblioteca de Heredia, la encargada menciona que cada año se realiza un estudio de satisfacción al usuario y la de San Joaquín menciona que han diseñado formularios para evaluar todas las actividades.

- En relación con el resultado de las estadísticas en relación con el uso de servicios y si la difusión utilizada cumple con el objetivo, la encargada de la Biblioteca de Santa Bárbara menciona que la biblioteca es visitada por pocos usuarios y que la mayoría lo hace solo para utilizar las computadoras, esto podría deberse a la poca promoción que existe en la Biblioteca para atraer a más usuarios. Las encargadas de las bibliotecas de Heredia, San Joaquín y Paracito mencionan que en las estadísticas se evidencia el uso de los servicios y productos, y que de esta forma las estrategias que utilizan para difundir la biblioteca cumplen con el objetivo propuesto, lo cual en primer lugar sería posicionar la biblioteca y promocionarla con el fin de atraer a más usuarios, se refleja en las estadísticas mensuales, ya que afirman que la cantidad de usuarios ha aumentado.
- De acuerdo con el presupuesto para realizar difusión en la biblioteca, las cuatro encargadas mencionan que no cuentan con un monto para esta actividad, el SINABI solamente les financia los materiales para las actividades, el mobiliario, los materiales de oficina y el equipo tecnológico. Para un plan de promoción y difusión no se cuenta con recursos económicos específicos.
- En relación con los recursos materiales, tecnológicos y humanos necesarios para implementar un plan de promoción y divulgación de servicios y productos, la encargada de la biblioteca de Heredia menciona que en cuanto al recurso humano todo el personal está capacitado para realizar cualquier actividad, en cuanto a los recursos tecnológicos y material menciona que si hace falta, se han tratado de mejorar pero por los recursos limitados no se han logrado una mejora. En la Biblioteca de San Joaquín la encargada afirma que es necesario la contratación de más personal, ya que solo dos personas laboran en esta biblioteca, en cuanto a los recursos materiales y recursos tecnológicos si tienen pero ya se encuentran desactualizados.
- En la Biblioteca de Paracito, la encargada menciona que en cuanto a recurso humano si hace falta ya que solo ella labora en esta biblioteca, en cuanto al recurso tecnológico también es escaso ya que solo cuenta con cinco computadoras para los usuarios y en cuanto al recurso material siempre hay y

si faltara el SINABI los provee. En la biblioteca de Santa Bárbara la encargada menciona que en todos los recursos hacen falta (recurso humano, recurso material, recurso tecnológico), solo ella trabaja en la biblioteca y no cuenta con materiales ni tecnología (solamente 6 computadoras para los usuarios), sin embargo esto podría deberse a la falta de gestión por parte de la encargada, así mismo algo que tendría que ver con esto es el horario de atención ya que esta biblioteca está abierta solamente de 1:00pm a 5:00p.m.

- En relación con la lista de recursos que se suministró a las encargadas, con el fin de que señalaran los que tienen en sus bibliotecas, mencionan tener los siguientes: espacio físico, mobiliario, materiales de oficina, libros, acceso a la red, internet y en cuanto al recurso tecnológico no cuentan con fotocopidora. La encargada de la Biblioteca de Santa Bárbara menciona que solamente cuenta con computadoras para los usuarios y una impresora.
- De acuerdo con el grado de conocimiento que tiene el personal de la biblioteca en cuanto al recurso tecnológico, las encargadas de Biblioteca de Heredia y de Santa Bárbara mencionan que poseen poco conocimiento; las encargadas de las bibliotecas de San Joaquín y Paracito mencionan que tienen mucho conocimiento en relación con el recurso tecnológico.
- Sobre la formación o conocimiento que posee el personal en cuanto a las áreas técnicas de promoción y divulgación de servicios, las encargadas de San Joaquín y Paracito mencionan que han participado en algunas capacitaciones pero por cuenta propia, no porque el SINABI las promueva, las encargadas de Heredia y Santa Bárbara no han participado en capacitaciones, por lo que, todo lo hacen empíricamente.

APÉNDICE 7. Guía de Entrevista 2 Experto en el tema

Universidad Nacional
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información
Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación
Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Guía de Entrevista 2 Experto en el tema

Datos generales

1. Puesto o especialización: _____
2. Experiencia en el área: _____
3. Nivel académico: _____

Promoción y divulgación

4. ¿Cuáles estrategias considera que son necesarias para posicionar productos y servicios de información en las bibliotecas públicas? (Puede marcar varias opciones)

- Segmentación de la población.
- Implementación de las TIC
- Uso de internet
- Técnicas publicitarias y de propaganda
- Promoción y divulgación
- Otro. Especifique: _____

5. ¿Aproximadamente con cuánto presupuesto es necesario contar para implementar un plan de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas?

6. ¿De acuerdo con los recursos materiales, de la siguiente lista cuáles considera que son necesarios para implementar un plan de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas? (Puede marcar varias opciones)

- Espacio físico (Edificio, sala de estudio, áreas de atención)
- Mobiliario (Mesas, sillas, escritorios, estantería)
- Materiales de oficina
- Libros, publicaciones periódicas, bases de datos, material audiovisual
- Otro. Especifique _____

7. ¿Cuáles recursos tecnológicos considera necesarios para implementar un plan de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas? (Puede marcar varias opciones)

- Hardware (computadora de escritorio, computadora portátil, escáner, impresora, fotocopidora, Televisor, Proyector multimedia, DVD, equipo de audio)
- Software (sistema operativo, aplicaciones o herramientas tecnológicas de audio, video e imágenes)
- Acceso a la red
- Manejo de los recursos tecnológicos
- Otro. Especifique _____

8. Con relación al potencial humano, ¿qué características se deben tener en cuenta para implementar un plan de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas?

Cantidad de funcionarios

Puesto o especialización

Nivel académico

Conocimientos en promoción y divulgación de servicios

Experiencia

Otro. Especifique_____

APÉNDICE 8. Análisis de resultados de la entrevista aplicada a expertos de distintas áreas.

Se realizó una entrevista en el mes de noviembre y diciembre del 2013 a expertos en el área de promoción y divulgación en diversos campos, al mercadólogo Luis Roberto Rosales Castillo, (funcionario Procter and Gamble y docente de Mercadotecnia en la Escuela de Bibliotecología), en el área de tecnología a los informáticos Freddy Oviedo, Magally Campos y Esteban González (funcionarios de la Universidad Nacional y la Escuela de Bibliotecología) en el área de bibliotecología a las bibliotecólogas Valeria Ramírez (funcionaria del Instituto Bíblico Watson) y Lilliam Núñez (funcionaria de la Universidad Nacional y docente de la Escuela de Bibliotecología), todos con experiencia en las distintas áreas. Este instrumento constaba de dos partes, la primera parte incluye los datos personales de los encuestados, y la segunda está enfocada a conocer la opinión de los expertos sobre promoción y divulgación, aspectos relevantes para crear una propuesta aplicable a las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia, con el fin de que puedan innovar y diseñar servicios y productos que estén acorde con la comunidad usuaria.

De los resultados de dicho instrumento se rescatan las ideas más importantes, que posteriormente servirán para el diseño de una propuesta que permita a las bibliotecas seleccionadas divulgar efectivamente los servicios y productos que se brindan.

- La implementación de las TIC es una estrategia necesaria para promover los servicios y productos, considerando también que el uso de internet es fundamental. Las técnicas publicitarias y de propaganda, así como la promoción y divulgación son elementales también. Es importante rescatar que solo los expertos en bibliotecología consideran importante segmentar la población para un buen plan de promoción, esto podría deberse a que no ven a los usuarios como un todo, sino los ven por separado, con características y gustos diferentes entre cada uno de ellos. Se rescata también, que es

importante capacitar y alfabetizar a los usuarios en cuanto al uso de las tecnologías y el internet.

- Dependiendo del tipo de plan de promoción y divulgación se debe contar con el presupuesto necesario, este puede variar dependiendo del nivel de propuesta que se quiera realizar y los medios de comunicación social que se vayan a emplear. Tomando en cuenta la realidad de las bibliotecas públicas, algunos expertos afirman que con los recursos tecnológicos y de personal que se tienen podría ayudar a que no se gaste mucho recurso económico.
- Los recursos materiales necesarios para implementar un plan de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas de Heredia se encuentran el espacio físico, el mobiliario y los materiales de oficina, coinciden que un recurso necesario e importante son los libros, publicaciones periódicas, bases de datos, material audiovisual con los que cuenta cada una de las bibliotecas.
- Los recursos tecnológicos necesarios para implementar un plan de promoción y divulgación en las bibliotecas públicas se debe tener en cuenta y contar con hardware, software y acceso a la red. Los expertos en bibliotecología consideran que sería bueno aprovechar el entorno externo a la biblioteca.
- De acuerdo con el potencial humano que trabajan en la biblioteca, se deben tener en cuenta varias características para que se logre desarrollar un plan de promoción y divulgación efectivo, la experiencia y los conocimientos en promoción y divulgación son las características principales, no menos importante pero necesario es la cantidad de personal en la biblioteca, la especialización y el nivel académico con la que cuentan.

APÉNDICE 9. Cuestionario 1 Comunidad Usuaría de las Bibliotecas Públicas de Heredia

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Cuestionario 1

Parte I

Comunidad Usuaría de las Bibliotecas Públicas de Heredia

El presente cuestionario tiene como propósito recopilar información pertinente que pueda brindar la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia, con la finalidad de diagnosticar la situación actual en cuanto a la difusión de los servicios y productos de información, asimismo, que dicha información sirva de base para elaborar una propuesta de promoción y divulgación que sea funcional para las bibliotecas. Los datos que brinde serán estrictamente confidenciales.

Instrucciones:

Marque con una la(s) respuesta(s) seleccionada(s). Escriba en forma clara y precisa cuando se le solicite.

Datos personales

1. Género: Masculino Femenino
2. Edad: Entre 13 a 17 años Entre 46 a 55 años
 Entre 18 a 25 años Entre 56 a 65 años
 Entre 26 a 35 años Entre 66 en adelante
 Entre 36 a 45 años
3. Nivel académico: Primaria Secundaria Universidad Otro _____
4. Tipo de usuario: Estudiante Padre o madre de familia
 Investigador Adulto mayor
5. Cuenta usted con computadora en su hogar: Sí No
6. Tiene acceso a internet en su hogar: Sí No

Servicios y productos de información

7. ¿Qué servicios **conoce** que se brindan en la biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

- Actividades culturales y de extensión Consulta a bases de datos

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Salas de lectura individual | <input type="checkbox"/> CECI |
| <input type="checkbox"/> Sala para trabajo grupal | <input type="checkbox"/> Archivo documental |
| <input type="checkbox"/> Bibliografías especializadas | <input type="checkbox"/> Referencia |
| <input type="checkbox"/> Servicio de fotocopiado | <input type="checkbox"/> Material audiovisual |
| <input type="checkbox"/> Servicio de alerta de nuevas adquisiciones | <input type="checkbox"/> Auditorio |
| <input type="checkbox"/> Inducción a usuarios | <input type="checkbox"/> Ludoteca |
| <input type="checkbox"/> Talleres y capacitaciones | <input type="checkbox"/> Visitas guiadas |
| <input type="checkbox"/> Cursos de alfabetización | <input type="checkbox"/> Servicio de hemeroteca |
| <input type="checkbox"/> Servicio de acceso a la red inalámbrica | <input type="checkbox"/> Préstamo de materiales |
| <input type="checkbox"/> Otro. Especifique _____ | |

8. ¿Qué productos conoce que se brindan en la biblioteca? (Puede marcar varias opciones)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> OPAC | <input type="checkbox"/> Capacitación a usuarios |
| <input type="checkbox"/> Brochure | <input type="checkbox"/> Exposiciones bibliográficas |
| <input type="checkbox"/> Afiches | <input type="checkbox"/> Redes Sociales (Facebook) |
| <input type="checkbox"/> Otros. Especifique _____ | |

Promoción y difusión de los servicios y productos de información

9. ¿Cuáles son los medios que utiliza la biblioteca para promocionar los servicios y productos que brindan? (Puede marcar varias opciones)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Comunicación verbal | <input type="checkbox"/> Vía telefónica |
| <input type="checkbox"/> Comunicación escrita | <input type="checkbox"/> Radio |
| <input type="checkbox"/> Televisión | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Otro. Especifique _____ | |

10. ¿Cuáles son las formas que utiliza la biblioteca para promocionar los servicios y productos que brindan? (Puede marcar varias opciones)

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Boletines | <input type="checkbox"/> Blogs |
| <input type="checkbox"/> Panfletos | <input type="checkbox"/> Periódicos |
| <input type="checkbox"/> Redes sociales | <input type="checkbox"/> Circulares |
| <input type="checkbox"/> Otros _____ | |

Uso, conocimiento y satisfacción con los servicios y productos de información

11. ¿Con qué frecuencia hace usted uso de los productos y servicios que se le ofrecen?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Diariamente | <input type="checkbox"/> Mensualmente |
| <input type="checkbox"/> Semanalmente | <input type="checkbox"/> Ocasionalmente |
| <input type="checkbox"/> Quincenalmente | <input type="checkbox"/> Nunca |

12. ¿Cuál cree que es el grado de conocimiento que tiene usted sobre los servicios y productos que brinda la biblioteca?

- Mucho (conoce y puede mencionar el 100% de los servicios y productos existentes)
- Regular (conoce y puede mencionar el 70% de los servicios y productos existentes)
- Poco (Conoce y puede mencionar el 40% de los servicios y productos existentes)
- Nada (No conoce ni puede mencionar ninguno de los servicios y productos existentes)

13. ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene usted sobre los servicios y productos que brinda la biblioteca?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Muy satisfecho | <input type="checkbox"/> Poco satisfecho |
| <input type="checkbox"/> Satisfecho | <input type="checkbox"/> Insatisfecho |

Explique: _____

¡Muchas gracias!

APÉNDICE 10. Cuestionario 1, Parte II Comunidad Usuaria Infantil de las Bibliotecas Públicas de Heredia

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Cuestionario 1 Parte II Comunidad Usuaria Infantil de las Bibliotecas Públicas de Heredia

El presente cuestionario tiene como propósito recopilar información pertinente que pueda brindar la comunidad usuaria de las bibliotecas públicas de Heredia, con la finalidad de diagnosticar la situación actual en cuanto a la difusión de los servicios y productos de información, asimismo, que dicha información sirva de base para elaborar una propuesta de promoción y divulgación que sea funcional para las bibliotecas. Los datos que brinde serán estrictamente confidenciales.

Instrucciones:

Marca con una la(s) respuesta(s) seleccionada(s).

| Datos personales | | |
|--|--|---|
| 14. Género: Marca con una <input checked="" type="checkbox"/> |  <input type="checkbox"/> |  <input type="checkbox"/> |
| 15. Edad: | _____ años. | |
| 16. Escolaridad: |  Nivel: 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> | |
| 17. Cuentan en tu casa con  | Sí  <input type="checkbox"/> | No  <input type="checkbox"/> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>18. ¿Tienes acceso a internet en casa?</p> <p>http://www.</p>  | <p>Sí</p>  <input data-bbox="824 226 917 304" type="checkbox"/> | <p>No</p>  <input data-bbox="1291 247 1383 325" type="checkbox"/> |
|--|--|--|

Servicios y productos de información

19. Señala los servicios que conoces de la biblioteca (Puedes marcar varias opciones)

| | | |
|--|---|---|
| <p>Salas de estudio</p> <input data-bbox="300 655 370 730" type="checkbox"/>  | <p>Ludoteca</p> <input data-bbox="738 655 808 730" type="checkbox"/>  | <p>Talleres</p> <input data-bbox="1166 655 1235 730" type="checkbox"/>  |
| <p>Charlas</p> <input data-bbox="289 955 358 1031" type="checkbox"/>  | <p>Préstamo de materiales</p> <input data-bbox="711 976 781 1052" type="checkbox"/>  | <p>CECI (Préstamo de computadoras)</p> <input data-bbox="1156 991 1226 1066" type="checkbox"/>  |
| <p>Bibliografías especializadas</p> <input data-bbox="289 1264 358 1339" type="checkbox"/>  | <p>Cursos</p> <input data-bbox="711 1264 781 1339" type="checkbox"/>  | <p>Visitas e inducción</p> <input data-bbox="1156 1264 1226 1339" type="checkbox"/>  |

20. Señala los productos que conoces que se brindan en la biblioteca (Puedes marcar varias opciones)

| | | |
|---|--|---|
|  <input data-bbox="495 1621 565 1696" type="checkbox"/> <p>Búsquedas en la computadora</p> |  <input data-bbox="922 1621 992 1696" type="checkbox"/> <p>Brochure</p> |  <input data-bbox="1388 1621 1458 1696" type="checkbox"/> <p>Afiches</p> |
|---|--|---|



Capacitación a usuarios



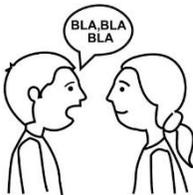
Exposiciones bibliográficas



Redes sociales

Promoción y difusión de los servicios y productos de información

21. Por cuáles medios te has enterado de las actividades de la biblioteca (Puedes marcar varias opciones)



Otro: _____

22. ¿Cuáles son las formas que utiliza la biblioteca para promocionar los servicios y productos que brindan? (Puede marcar varias opciones)



Otro: _____

Uso, conocimiento y satisfacción con los servicios y productos de información

23. ¿Con qué frecuencia usas los productos y servicios que ofrece la biblioteca?

Todos los días

Una vez por mes

Varias vez a la semana

Ocasionalmente

Cada quince días

Nunca



24. ¿Cuánto conoces sobre los servicios y productos que brinda la biblioteca?



Mucho

Poco

Nada

25. ¿Cómo te sientes con los servicios y productos de la biblioteca?



Satisfecho

Insatisfecho

¡Muchas gracias!

APÉNDICE 11. Matriz de análisis 1 Heredia

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Matriz de análisis 1 Heredia

Elementos un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de Heredia aplicando las TIC.

| INDICADORES | OBSERVACIONES |
|--|--|
| 1. Estrategias | |
| Segmentación de la población | La biblioteca posee diversas áreas para los usuarios, sin embargo la más específica es la ludoteca para niñas y niños. |
| Implementación de las TIC | Se implementan las TIC, pero no adecuadamente, ya que se le da importancia a redes sociales como el Facebook, se cuenta con un canal en You tube y Twitter pero no se utilizan oportunamente ni emplean estas herramientas tecnológicas para la difusión. |
| Uso de internet | |
| Técnicas publicitarias y de propaganda | No existe un plan específico para dar conocer los servicios y productos de la biblioteca. Para las actividades a realizarse en el mes, se hace la invitación personal (cara a cara) al finalizar alguna actividad, por medio de llamadas telefónicas, correo electrónico, Facebook y pegar boletines en la entrada de la biblioteca. |
| Promoción y Divulgación | |

| | |
|---|--|
| 2. Recursos para implementar un plan de promoción y divulgación | |
| 2.1. Recursos económicos | |
| Presupuesto | El SINABI suministra las necesidades básicas (colección, equipo y materiales de oficina) de la biblioteca, las actividades se financian con recursos propios del personal, también se aceptan donaciones o se piden materiales. El SINABI lo que provee son algunos materiales para las actividades. |
| 2.2. Recursos materiales | |
| Espacio físico (Edificio, sala de estudio, áreas de atención) | Amplias, buena iluminación y ventilación. Buena distribución de las áreas. |
| Mobiliario (mesas, sillas, escritorios, estantería) | Cuenta con gran cantidad de mobiliario, mesas, sillas, estantes, la mayoría en buen estado. |
| Materiales de oficina | Se cuenta con lo necesario, que lo suministra el SINABI, los materiales utilizados para las actividades son aportados por los participantes en algunas ocasiones o en la medida de las posibilidades por la biblioteca. |
| Libros, publicaciones periódicas, bases de datos, material audiovisual | Sí posee, lo provee el SINABI |
| Otros | |
| 2.3. Recursos tecnológicos | |
| Hardware (computadora de escritorio, computadora portátil, escáner, impresora, fotocopidora, Televisor, Proyector multimedia, DVD, equipo de audio) | Si poseen, algunas ya están obsoletas pero aún funcionan. |
| Software (sistema operativo) | Windows y Janium |
| Internet | Sí |
| Acceso a la red | Sí |
| Grado de manejo de los recursos tecnológicos | Medio |
| 2.4. Potencial humano | |
| Funcionarios | Cuenta con varios funcionarios |
| Puestos o especialización | Directora y asistentes |
| Nivel académico | La directora es licenciada y los asistentes cuentan con el bachillerato en Bibliotecología. |

| | |
|--|--|
| Conocimiento en promoción y divulgación de servicios | Básico, por intuición |
| Experiencias | Lo que se ha aprendido a través de los años |
| 3. Estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación | |
| Establecer un modelo para la evaluación | Encuestas de satisfacción |
| Determinar qué aspectos se van a evaluar | Satisfacción, cantidad de actividades, frecuencia, temas de interés. |
| Definir el tiempo en se realizarán las evaluaciones | Mediados y fin de año |
| Determinar acciones correctivas | Analizar las perspectivas de los usuarios para acatar las recomendaciones con el fin de mejorar el servicio. |

APÉNDICE 12. Matriz de análisis 2 San Joaquín

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Matriz de análisis 2

San Joaquín

Elementos un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de Heredia aplicando las TIC.

| INDICADORES | OBSERVACIONES |
|--|---|
| 1. Estrategias | |
| Segmentación de la población | La biblioteca posee diversas áreas para los usuarios, sin embargo la más específica es la ludoteca para niñas y niños. |
| Implementación de las TIC | Efectivamente se hace uso de las tecnologías, sin embargo esto se da muy esporádicamente, no es una tendencia continua, por ejemplo por medio de las Redes Sociales, como el caso de Facebook, se hacen publicaciones de algunas de las actividades, nuevos materiales y algunos anuncios, pero esto no es algo que se haga diariamente para comunicarse con la población, tampoco se contestan algunos de los mensajes o comentarios que dejan los usuarios. Por otra parte, sí se cuenta con un blog, ¿Por qué no actualizarlo?, parece que está inactivo ya a que la información que contiene es del 2010. |
| Uso de internet | |
| Técnicas publicitarias y de propaganda | No existe un plan específico para dar conocer los servicios y productos de la biblioteca. Para las actividades la pauta es hacer la invitación personal (cara a cara) al finalizar alguna actividad, por medio de llamadas telefónicas, correo electrónico, Facebook y pegar boletines en la entrada de la biblioteca. |
| Promoción y Divulgación | |

| | |
|--|---|
| 2. Recursos para implementar un plan de promoción y divulgación | |
| 2.1. Recursos económicos | |
| Presupuesto | El SINABI suministra las necesidades básicas (colección, equipo y materiales de oficina) de la biblioteca, la Municipalidad de Flores aporta con el pago de algunos recibos y mantenimiento del edificio, así como de las zonas verdes. Sin embargo, el personal no cuenta con liquidez para solventar gastos propios de las actividades. |
| 2.2. Recursos materiales | |
| Espacio físico (Edificio, sala de estudio, áreas de atención) | Amplias, buena iluminación y ventilación. Buena distribución de las áreas. |
| Mobiliario (mesas, sillas, escritorios, estantería) | Se cuenta con el necesario, hay algunos escritorios en mal estado que se almacenan a un lado de CECI, visualmente se presenta un poco desordenado y luce mal. |
| Materiales de oficina | Se tiene lo necesario, los materiales utilizados para las actividades son aportados por los participantes en algunas ocasiones o en la medida de las posibilidades por la biblioteca. |
| Libros, publicaciones periódicas, bases de datos, material audiovisual | Sí posee, lo provee el SINABI |
| Otros | No |
| 2.3. Recursos tecnológicos | |
| Hardware (computadora de escritorio, computadora portátil, escáner, impresora, fotocopiadora, Televisor, Proyector multimedia, DVD, equipo de audio) | Sí poseen, algunas de ellas ya están obsoletas pero siguen funcionando. |
| Software (sistema operativo) | Windows y Janium |
| Internet | Sí |
| Acceso a la red | Sí |
| Grado de manejo de los recursos tecnológicos | Medio, afortunadamente se puede apoyar en los muchachos que realizan trabajo comunal impartiendo clases de cómputo a la población, si surge alguna duda o problema ellos lo resuelven. |
| 2.4. Potencial humano | |
| Funcionarios | 2 funcionarias |

| | |
|--|--|
| Puestos o especialización | La encargada y la asistente |
| Nivel académico | Licenciada y Bachiller, respectivamente |
| Conocimiento en promoción y divulgación de servicios | Básico |
| Experiencias | Media, se ha adquirido con el tiempo intuitivamente. |
| 3. Estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación | |
| Establecer un modelo para la evaluación | Encuestas de satisfacción |
| Determinar qué aspectos se van a evaluar | Satisfacción, cantidad de actividades, frecuencia, temas de interés. |
| Definir el tiempo en se realizarán las evaluaciones | Mediados y fin de año |
| Determinar acciones correctivas | Analizar las perspectivas de los usuarios para acatar las recomendaciones con el fin de mejorar el servicio. |

APÉNDICE 13. Matriz de análisis 3 Paracito

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Matriz de análisis 3 Paracito

Elementos un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de Heredia aplicando las TIC.

| INDICADORES | OBSERVACIONES |
|--|---|
| 1. Estrategias | |
| Segmentación de la población | Si se realiza pero no en su totalidad. |
| Implementación de las TIC | Muy poco, no se aprovechan los recursos. |
| Uso de internet | Redes sociales, portal del SINABI, página de la Asociación de desarrollo |
| Técnicas publicitarias y de propaganda | Red social, pagina web, volantes, afiches, sms, personalmente, invitación casa por casa |
| Promoción y Divulgación | No existe una estrategia, no está planificado no existe un documento que diga cómo realizarlo, se promociona empíricamente. |
| 2. Recursos para implementar un plan de promoción y divulgación | |
| 2.1. Recursos económicos | |
| Presupuesto | No se le asigna. |
| 2.2. Recursos materiales | |
| Espacio físico (Edificio, sala de estudio, áreas de atención) | Muy reducidas |
| Mobiliario (mesas, sillas, escritorios, estantería) | Si |

| | |
|--|--|
| Materiales de oficina | Si, lo provee el SINABI |
| Libros, publicaciones periódicas, bases de datos, material audiovisual | Si, lo provee el SINABI |
| Otros | |
| 2.3. Recursos tecnológicos | |
| Hardware (computadora de escritorio, computadora portátil, escáner, impresora, fotocopiadora, Televisor, Proyector multimedia, DVD, equipo de audio) | -Computadora de escritorio, escáner, impresora, fotocopiadora |
| Software (sistema operativo) | Windows, Janium |
| Internet | si |
| Acceso a la red | Muy lento (1gg) |
| Grado de manejo de los recursos tecnológicos | Maneja el 100% de la tecnología, pero no aplica instrumentos y recursos para difundir |
| 2.4. Potencial humano | |
| Funcionarios | 1 funcionaria |
| Puestos o especialización | Encargada de biblioteca |
| Nivel académico | Bachillerato en administración, diplomado en bibliotecología |
| Conocimiento en promoción y divulgación de servicios | Básico, cursos en la universidad |
| Experiencias | |
| 3. Estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación | |
| Establecer un modelo para la evaluación | Encuestas de satisfacción |
| Determinar qué aspectos se van a evaluar | Satisfacción, cantidad de actividades, frecuencia, temas de interés. |
| Definir el tiempo en se realizarán las evaluaciones | Mediados y fin de año |
| Determinar acciones correctivas | Analizar las perspectivas de los usuarios para acatar las recomendaciones con el fin de mejorar el servicio. |

APÉNDICE 14. Matriz de análisis 4 Santa Bárbara

Universidad Nacional

Facultad de Filosofía y Letras

Escuela de Bibliotecología, Documentación e Información

Proyecto: Propuesta de un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de la provincia de Heredia aplicando tecnologías de la información y comunicación

Integrantes: Glenda Guerrero Segura, Karen Mesén Sánchez y Catalina Rojas González

Matriz de análisis 4 Santa Bárbara

Elementos un plan de promoción y divulgación para las bibliotecas públicas de Heredia aplicando las TIC.

| INDICADORES | OBSERVACIONES |
|--|---|
| 1. Estrategias | |
| Segmentación de la población | La biblioteca no cuenta con una debida segmentación de la población, a simple vista se puede distinguir algunas áreas, las más visitadas son los usuarios son la ludoteca y el CECI |
| Implementación de las TIC | Muy poco, lo único implementado es el CECI |
| Uso de internet | Redes sociales, juegos infantiles, búsquedas en google |
| Técnicas publicitarias y de propaganda | Esta biblioteca no cuenta con ningún plan de promoción, y no hace propaganda de los servicios que brinda a la comunidad |
| Promoción y Divulgación | |
| 2. Recursos para implementar un plan de promoción y divulgación | |
| 2.1. Recursos económicos | |
| Presupuesto | No, no se le asigna |
| 2.2. Recursos materiales | |
| Espacio físico (Edificio, sala de estudio, áreas de atención) | Sí se encuentran divididas pero son espacios muy pequeños |
| Mobiliario (mesas, sillas, escritorios, estantería) | Sí |
| Materiales de oficina | Sí, lo manda el SINABI |
| Libros, publicaciones periódicas, bases de datos, | Sí, lo manda el SINABI y donaciones |

| | |
|---|--|
| material audiovisual | |
| Otros | |
| 2.3. Recursos tecnológicos | |
| Hardware (computadora de escritorio, computadora portátil, escáner, impresora, fotocopidora, Televisor, Proyector multimedia, DVD, equipo de audio) | Solamente se cuenta con las 6 computadoras del CECl y la de escritorio de la encargada de la biblioteca y una impresora. |
| Software (sistema operativo) | Windows |
| Internet | Sí |
| Acceso a la red | Sí |
| Grado de manejo de los recursos tecnológicos | Básico |
| 2.4. Potencial humano | |
| Funcionarios | Solo se cuenta con una funcionaria |
| Puestos o especialización | Encargada de la biblioteca |
| Nivel académico | Terminando bachillerato en Educación |
| Conocimiento en promoción y divulgación de servicios | No |
| Experiencias | Ninguna |
| 3. Estrategia de evaluación del plan de promoción y divulgación | |
| Establecer un modelo para la evaluación | Encuestas de satisfacción |
| Determinar qué aspectos se van a evaluar | Satisfacción, cantidad de actividades, frecuencia, temas de interés. |
| Definir el tiempo en se realizarán las evaluaciones | Mediados y fin de año |
| Determinar acciones correctivas | Analizar las perspectivas de los usuarios para acatar las recomendaciones con el fin de mejorar el servicio. |

APÉNDICE 15.

Manual de uso de Atube Catcher

APÉNDICE 16.

Manual de uso de Bitstrips

APÉNDICE 17.

Manual de uso de Códigos QR

APÉNDICE 18.

Manual de uso de DIIGO

APÉNDICE 19.

Manual de uso de Facebook

APÉNDICE 20.

Manual de uso de Flipsnack

APÉNDICE 21.

Manual de uso de Glogster

APÉNDICE 22.

Manual de uso de Go Animate

APÉNDICE 23.

Manual de uso de Google +

APÉNDICE 24.

Manual de uso de Google Drive

APÉNDICE 25.

Manual de uso de ISSUU

APÉNDICE 26.

Manual de uso de Photo peach

APÉNDICE 27.

Manual de uso de Pinterest

APÉNDICE 28.

Manual de uso de Puzzle Maker.

APÉNDICE 29.

Manual de uso de StoryBird

APÉNDICE 30.

Manual de uso de WIX

APÉNDICE 31.

Manual de uso de WordPress

ANEXOS

ANEXO 1. Herramientas tecnológicas utilizadas por la Biblioteca Pública de Heredia

Se muestra el canal de YouTube que posee la Biblioteca Pública de Heredia, donde se ve reflejado la desactualización y las pocas visitas que ha tenido por parte de la comunidad usuaria.

Canal de YouTube

The screenshot displays the YouTube channel page for 'bibliopublicaheredia'. The channel's main navigation tabs include 'Página principal', 'Videos', 'Listas de reproducción', 'Canales', 'Debate', and 'Acerca de'. A dropdown menu for 'Todas las actividades' is visible. The video feed shows three uploads:

- Video 1:** 'Biblioteca Pública de Heredia, video instructivo de redes.' (8 months old, 30 views). Description: 'Video instructivo para el uso de las herramientas en las redes sociales. Nos pueden encontrar como: www.facebook.com/bibliotecapublicaheredia'.
- Video 2:** 'Biblioteca Pública de Heredia' (10 months old, 13 views). Description: 'Servicios que se dan en la biblioteca Pública de Heredia.'
- Video 3:** 'Biblioteca Pública de Heredia' (10 months old, 35 views).

An orange callout box on the right side of the page contains the text: 'No se realiza constantemente la publicación de información.'

Canal de YouTube

The image shows a screenshot of a YouTube search results page. The search query is "biblioteca publica de heredia". The page displays three video results. The first result is titled "Biblioteca Pública de Heredia, video instructivo de redes." by the channel "bibliopublicaheredia", posted 8 months ago with 30 views. The second result is "Conferencia Psicología Comunitaria y Capacitación Masiva" by "Cmasiva11", posted 1 year ago with 667 views. The third result is the channel page for "bibliopublicaheredia", showing it has 3 videos and was last active 8 months ago. The channel name "bibliopublicaheredia" is circled in orange in all three results. On the left side, there is a navigation menu with options like "Qué videos mirar", "Mi canal", "Mis suscripciones", "Historial", and "Ver más tarde". Below that is a "SUSCRIPCIONES" section with "Agregar canales" and categories like "Popular en YouTube", "Música", "Deportes", and "Juegos".

No se realiza
constantemente la
publicación de
información.

Google Plus

Biblioteca Pública de Heredia
<http://bibliotecapublicaheredia.blogspot...>
1 seguidor | 673 vistas

Información **Publicaciones** Fotos Vídeos

Biblioteca Pública de Heredia
Se ha compartido públicamente. - #Noviembre

Actividades del mes de noviembre 2013.

Biblioteca Pública de Heredia
Dr. Marco Tulio Salazar S.

Actividades del mes de noviembre

- Martes 5, 12 y 19 Arcos de lectura para niños y niñas: *diversión mediante cuentos, poesías y manías creativas.* Hora: 3:00 p.m.
- Jueves 7, 14 y 21 **Soy bebé y me gusta leer: para niños y niñas de 0 a 2 años: estimulación de la lectura por medio de cuentos, poesías, canciones, libros, entre otros.** Hora: 9:00 a.m.
- Conclusión final de las Tertulias 2013. Hora: 6:00 p.m.
- Miércoles 13 y 27 La biblioteca pública de la mano con la persona adulta: *taller de manuales manitas.* Hora: 3:00 p.m.
- Jueves 14 y 28 **Para vida! Jóvenes a leer: Club de lectura juvenil.** Hora: 2:30 p.m.
- Viernes 22 **Huellas de oro: gloriosa mental para**

Le tienen en círculos 1 persona

Crea tus siguientes actividades en Google+.

Crear una página

No se realiza constantemente la publicación de información.

Blog



No se realiza constantemente la publicación de información.

Estadísticas de Facebook



ANEXO 2. Herramientas tecnológicas utilizadas por la Biblioteca Pública de Paracito

Estadísticas de Facebook



Facebook

SINABI
SISTEMA NACIONAL DE BIBLIOTECA

Biblioteca Pública de Paracito

A 258 personas les gusta esta página · 4 personas están hablando de esto

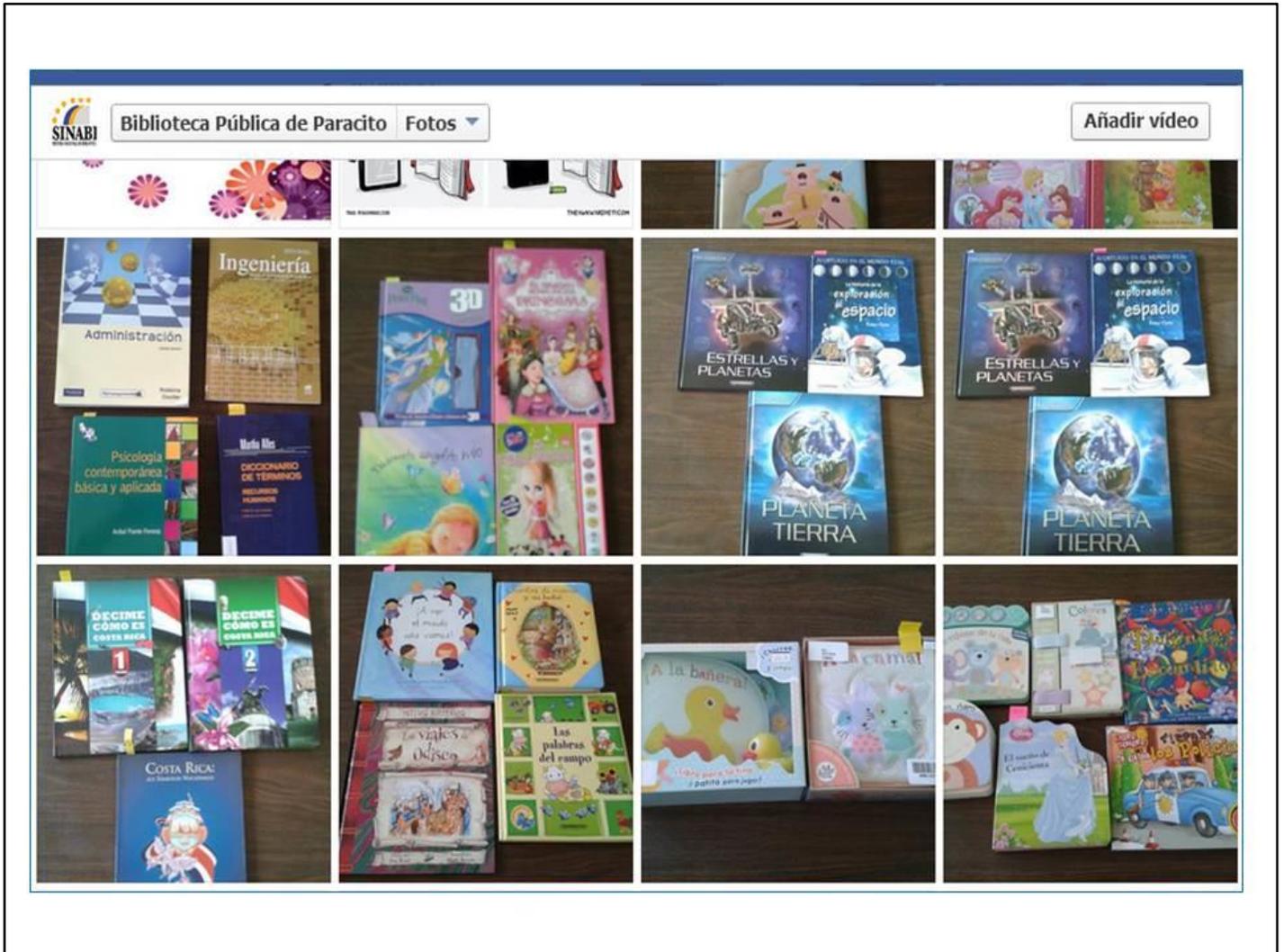
Me gusta Seguir Mensaje

Biblioteca
Paracito Santo Domingo, Heredia
2294 7211

Información - Sugerir una edición

Fotos Me gusta Eventos

Nuevas adquisiciones - Facebook



En el anexo 2 se muestra el FaceBook que posee la Biblioteca Pública de Paracito, donde se ve reflejado la forma de publicar las nuevas adquisiciones de la Biblioteca.

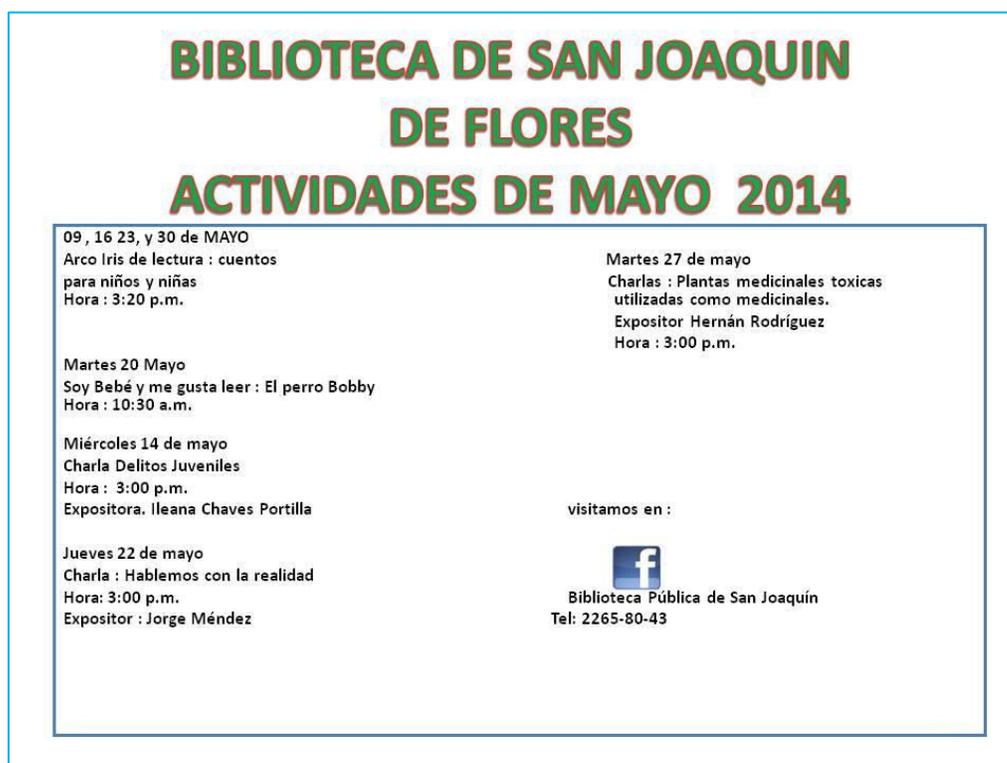
ANEXO 3. Herramientas tecnológicas utilizadas por la Biblioteca Pública de San Joaquín.

Facebook



The image shows a Facebook post from the Biblioteca Pública San Joaquín. On the left, there is a light blue box containing the following text:
Logos for 'cultura juventud' and 'SINABI SISTEMA NACIONAL DE BIBLIOTECAS COSTA RICA, CENTROAMERICA'.
Text: 'Biblioteca Pública de San Joaquín y Red Interinstitucional de Flores les invita a: Charla: Derechos de las personas menores de edad EXPOSITOR: Juan Gabriel Mora Fecha: jueves 26 de Junio Hora: 2:00 p.m.'
On the right, the Facebook interface shows the profile picture and name 'Biblioteca Pública San Joaquín', the time '4 h', and interaction options: 'Me gusta · Comentar · Compartir'. Below that, it says 'A 3 personas les gusta esto.' and there is a text input field for a comment.

Publicación de actividades



The image is a flyer for the Biblioteca de San Joaquín de Flores, titled 'ACTIVIDADES DE MAYO 2014'. It lists several activities:
- 09, 16 23, y 30 de MAYO: Arco Iris de lectura : cuentos para niños y niñas. Hora : 3:20 p.m.
- Martes 20 Mayo: Soy Bebé y me gusta leer : El perro Bobby. Hora : 10:30 a.m.
- Miércoles 14 de mayo: Charla Delitos Juveniles. Hora : 3:00 p.m. Expositora. Ileana Chaves Portilla
- Jueves 22 de mayo: Charla : Hablemos con la realidad. Hora: 3:00 p.m. Expositor : Jorge Méndez
- Martes 27 de mayo: Charlas : Plantas medicinales toxicas utilizadas como medicinales. Expositor Hernán Rodríguez. Hora : 3:00 p.m.
At the bottom right, it says 'visitamos en :', followed by the Facebook logo and 'Biblioteca Pública de San Joaquín Tel: 2265-80-43'.

Información en el Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Biblioteca Pública San Joaquín'. The profile picture shows children at a table. The cover photo shows a group of people. The page has tabs for 'Biografía', 'Información', 'Fotos 96', 'Amigos 45 amigos en común', and 'Más'. The 'Información' tab is selected, showing sections for 'Formación y empleo', 'Lugares de residencia', 'Información básica', and 'Información de contacto'. Each section contains a question icon and a text prompt to ask for information.

Formación y empleo

- Preguntar por la información laboral de Biblioteca Pública
- Preguntar por la escuela secundaria de Biblioteca Pública
- Preguntar por la universidad de Biblioteca Pública

Lugares de residencia

- Preguntar por la ciudad actual de Biblioteca Pública
- Preguntar por la ciudad de origen de Biblioteca Pública

Información básica

Fecha de nacimiento: 17 de marzo de 1972
Sexo: Mujer

Información de contacto

Celulares: Preguntar por el número de teléfono de Biblioteca Pública
Dirección: Preguntar por la dirección de Biblioteca Pública
Correo electrónico: bibliotecapublica.sanjaquin@facebook.com
Correo electrónico: Preguntar por el correo electrónico de Biblioteca Pública

Sin la información básica para contactar a la biblioteca.

Blog

The screenshot shows the blog page for 'Biblioteca Pública de San Joaquín de Flores'. The header includes the title and a mission statement. The main content area shows a post dated 'JUEVES, 14 DE OCTUBRE DE 2010' published by 'JOSEMURIJ EN 4:02 P.M.' with 'NO HAY COMENTARIOS:'. Below this is a section titled 'MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010' with a sub-section 'Información General'. The 'Breve reseña histórica' section describes the library's purpose and history, mentioning its opening in 1972 and its affiliation with the Municipalidad de Flores and the Ministerio de Cultura. A survey on the left asks for satisfaction with the information presented, with options from 'Nada satisfecho' to 'Muy Satisfecho'. The page also features a photo of the library interior.

Biblioteca Pública de San Joaquín de Flores
ESTE BLOG PRETENDE DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE BRINDA LA BIBLIOTECA A LA COMUNIDAD. DE INFORMAR SOBRE LAS ACTIVIDADES, CAPACITACIONES Y TALLERES QUE SE REALIZAN EN LA INSTITUCIÓN.

JUEVES, 14 DE OCTUBRE DE 2010
PUBLICADO POR JOSEMURIJ EN 4:02 P.M. NO HAY COMENTARIOS:

MIÉRCOLES, 13 DE OCTUBRE DE 2010
Información General

Breve reseña histórica

La Biblioteca Pública de San Joaquín de Flores es una institución sin fines de lucro que promueve el uso de la información, contribuye en el mejoramiento de la educación permanente, la recreación y el gusto por la lectura.

En 1972, la biblioteca abre sus puertas en el mes de marzo. En este mismo año pasa a formar parte del MCJYD y se nombra al primer bibliotecario señor Ronald Viquez Arias.

Con el esfuerzo de un grupo de estudiantes universitarios, surge la necesidad de contar con una biblioteca pública, este grupo conforma una Asociación de Estudiantes Universitarios, esta Asociación se lo plantea a la Municipalidad de Flores y al Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, quienes apoyan la petición.
(Tomado de: www.mcjdr.go.cr/sistema_bibliotecas/)

Visión

Brindar servicios y espacios adecuados para aprovechar la tecnología y materiales.

ESTA SATISFECHO CON LA INFORMACIÓN PRESENTADA EN ESTE BLOG

Nada satisfecho.

Poco Satisfecho.

Satisfecho.

Muy Satisfecho.

Votos hasta el momento: 0
Encuesta cerrada

BIBLIOTECA PÚBLICA SAN JOAQUÍN

Información desactualizada