

**Vicerrectorado de Tecnologías
de la Información y de las Comunicaciones**

Biblioteca Universitaria

Plan de marketing BUCO

Introducción

Entendemos el marketing como:

- la forma de afrontar la gestión de la biblioteca adecuando los servicios y productos a las necesidades reales de los usuarios
- una herramienta para que los usuarios valoren los productos y servicios que reciben como una prestación de máxima calidad
- una actitud de compromiso con la satisfacción de los usuarios que implica a todo el personal de la biblioteca
- una actividad de gestión continua

Por tanto el servicio que ofrecemos al usuario sería lo más satisfactorio posible dentro del modelo europeo de Educación Superior y potenciando el entorno digital

El marketing de calidad implica la integración de tres estrategias de marketing: *marketing directo*, que se centra en los clientes, *marketing interno*, centrado en la formación del personal, y *marketing inverso*, por el que las bibliotecas forman alianzas estratégicas y se asocian con los proveedores de las tecnologías de la información.

Análisis de la situación

Análisis de los recursos, puntos fuertes y puntos débiles DAFO

El proceso de evaluación de la Biblioteca Universitaria finalizado en el último trimestre de 2004 nos ha permitido determinar los puntos fuertes y débiles de la Biblioteca. Los documentos elaborados Informe Interno e Informe Final nos permiten ahora determinar los niveles de calidad de la Biblioteca y establecer sistemas de mejora continua para el futuro.

Fortalezas: Síntesis de la evaluación en el Informe final

La Biblioteca tiene claramente definidos los grupos de interés y como principal misión la atención al usuario.
Alto grado de satisfacción del PDI en cuanto a la atención que recibe.
Convenios de colaboración con otras instituciones: ONCE, UNED, Real Academia de Córdoba.
Buen clima laboral.
Se valora la comunicación interna como herramienta de gestión y como medio para motivar al personal.



Participa en proyectos que permiten el establecimiento de relaciones de cooperación y optimización de recursos.
El personal bibliotecario imparte cursos de formación para la Comunidad Universitaria.
Cuenta con todos los mecanismos para la gestión de sus recursos.
Muy buena ratio usuarios/metros construidos.
Excelente proporción entre usuarios y puestos de lectura.
Las colecciones electrónicas están centralizadas y cuentan con partida presupuestaria propia que garantiza su continuidad.
La colección bibliográfica es bien valorada por los usuarios.
El horario de la Biblioteca.
Existencia de cauces de comunicación electrónica.
La Biblioteca participa en congresos y reuniones profesionales.
La BUCO aparece como receptora de abundantes legados y donaciones, y realiza donaciones de sus fondos a otras instituciones.

Oportunidades

1. El proyecto de capitalidad cultural para el año 2016
2. Internacionalización: a. Universidad de invierno para mayores extranjeros (importantes núcleos de población extranjera en la costa, atraíbles mediante enseñanzas propias específicas para mayores en el invierno –enlazando con la lengua como factor atrayente/facilitador–) b. Captación de estudiantes extranjeros de grado y postgrado • Factores atrayentes generales: • clima • lengua: o El Español es ya segunda lengua en amplios sectores. o Enseñanza de español (segunda lengua). • cultura y oferta cultural coordinable. • Factores atrayentes específicos: • Determinadas enseñanzas de élite. • Capacidad de la ciudad para ofrecer suficiente alojamiento para lo anterior.
3. Elevada demanda de proyección cultural



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA

4. El fácil acceso de la Universidad a casi veinte mil jóvenes y a casi un millar de personas mayores, sin contar a todos los trabajadores de la misma
5. El valor diferencial de la UCO por su entorno geográfico y cultural, por la calidad de sus grupos de investigación, la convertirían en Universidad de destino para gran cantidad de estudiantes foráneos.
6. La base social actual propicia la obtención de resultados culturales crecientes a corto y medio plazo.

Debilidades: Síntesis de la evaluación en el Informe final

La Biblioteca no cuenta con un sistema de evaluación del desempeño de la plantilla.
Insatisfacción del alumnado en cuanto a sesiones de formación, información por parte del bibliotecario, otros canales de comunicación, medios para la tramitación y tratamiento de las quejas.
No existe formalmente un Programa de Recursos Humanos para la Biblioteca, si bien éste se incluye en los mecanismos al efecto establecidos por la Institución.
No existe un reglamento escrito sobre quejas y reclamaciones.
La BUCO no cuenta con la gestión centralizada de todos los gastos bibliográficos. El gasto bibliográfico de la UCO es inferior al 1% de su Presupuesto General.
Hay grandes diferencias de equipamientos, infraestructuras y colecciones entre unas secciones y otras.
Las colecciones electrónicas no son bien conocidas y valoradas.
Estructura actual de la página web de las secciones de la BUCO. No todas las secciones tienen página web y la información ofrecida no es homogénea
Existen fallos en la canalización de la información.No hay un Plan de Comunicación formal para que el personal conozca los procesos.
No hay plan de marketing de productos y servicios.
No se revisan todas las guías impresas para cada curso académico.



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA

Desconocimiento parcial de los usuarios potenciales externos de los procedimientos de acreditación ante la Biblioteca.
Oferta insuficiente de la programación/formación de usuarios.
Puestos informáticos insuficientes
No se evalúa de forma sistemática el grado de satisfacción de los usuarios.
Escasa adaptación de la BUCO para discapacitados.
Escasa planificación y difusión de las actividades de extensión bibliotecaria.
Escasa preparación en materia de calidad.

Amenazas

1. Disminución demográfica (pirámide de población), que puede poner en tela de juicio la dimensión del sistema universitario andaluz.
2. Escaso apoyo social real a la innovación y a la promoción de nuevas iniciativas
3. Mayor atractivo relativo de otras Universidades con semejante posicionamiento geográfico y cultural (Salamanca, Granada, Sevilla, Málaga) derivado de su mayor apuesta por la proyección externa.
4. Agotamiento del modelo voluntarista
5. Poca percepción social de los recursos empleados por la UCO en materia de proyección social y cultural.
6. Desviación de la demanda hacia centros privados

Fase estratégica: Misión y Objetivos

Misión

- Transmitir la imagen actual de la Biblioteca, página web, catálogo automatizado, libros y revistas electrónicas, bases de datos científicas, guías de recursos en Internet, servicios de alerta, listas de distribución, formularios y buzones electrónicos.
- Motivar a los usuarios a usar estos servicios de mayor calidad y que permiten un uso más rentable y eficaz de los recursos informativos con que cuenta la Biblioteca; muchos de estos servicios son accesibles 24h al día 7 días a la semana.

Objetivos

- Satisfacción de las necesidades de información de nuestros clientes con todas las herramientas a nuestro alcance. Para ello hemos de conseguir un adecuado conocimiento de todos estos recursos por parte de todo el personal de la BUCO con una implicación activa para no perder la ocasión de publicitar los nuevos servicios y captar clientes.
- Comunicar a las autoridades académicas todos nuestros avances para potenciar la imagen de la Biblioteca dentro de la Institución.
- Refuerzo cuantitativo y cualitativo del uso de la Biblioteca.

PLAN DE MARKETING DE LA BUCO (USUARIOS SEGMENTADOS/SERVICIOS)

En nuestra Biblioteca Universitaria, una estrategia de marketing no puede implantarse de forma global, ya que nos encontramos frente a una institución con distintas categorías de clientes y, por tanto, necesidades informativas distintas

TIPOLOGÍA DE USUARIOS/CLIENTES UCO	SERVICIOS OFERTADOS POR LA BIBLIOTECA
Clientes internos (Dentro de la Comunidad Universitaria) GRUPO A	Servicios de la biblioteca más utilizados



<ul style="list-style-type: none">- Personal docente e Investigador UCO y Centros asociados- Personal docente e Investigador de Institutos y Centros de investigación- Responsables de Departamentos y Grupos de Investigación- Responsables de los Centros Universitarios- Estudiantes UCO y Centros Asociados (Segundo Ciclo)- Aula Intergeneracional- Secretariado de Estudios Propios- Becarios UCO- Master	<ul style="list-style-type: none">- Consulta y Lectura en Sala- Información y Referencia- Préstamo- Formación de Usuarios- Servicios de documentación y Hemeroteca (Bases de datos y Revistas-e)- Servicio de Acceso al Documento- Extensión Bibliotecaria
Clientes internos (Dentro de la Comunidad Universitaria) GRUPO B	Servicios de la biblioteca más utilizados
<ul style="list-style-type: none">- Estudiantes UCO y Centros Asociados (Primer Ciclo)- Secretariado de Estudios Propios- Aula Intergeneracional- Masters- Consejos de Estudiantes	<ul style="list-style-type: none">- Consulta y Lectura en Sala- Información y Referencia- Préstamo- Formación de Usuarios- Extensión Bibliotecaria
Clientes internos (Dentro del ámbito de la Comunidad Universitaria) GRUPO C	Servicios de la biblioteca más utilizados
<ul style="list-style-type: none">- Personal bibliotecario en particular- Personal de Administración y Servicios en general- Servicios Generales de la UCO	<ul style="list-style-type: none">- Consulta y Lectura en Sala- Préstamo- Información y referencia- Extensión Bibliotecaria
Clientes Externos (Fuera del ámbito de la Comunidad Universitaria)	Servicios de la biblioteca más utilizados

<ul style="list-style-type: none"> - Investigadores Externos - Alumnos de Otras Universidades - Profesionales en ejercicio - Bibliotecas de Córdoba y provincia - Instituciones académicas (Real Academia, UNED,...) - Empresas (ONCE, Enresa, Hospital Clínico) - Instituciones locales (Ayuntamiento, Diputación) - Cámara de Comercio - Colegios Profesionales y Sindicatos - Sociedad en general 	<ul style="list-style-type: none"> - Consulta y Lectura en Sala - Información y Referencia - Extensión Bibliotecaria - Préstamo avalado por Profesor o Bibliotecario - Préstamo interbibliotecario
--	---

FORMULACIÓN DE TÁCTICAS SEGÚN TIPO DE USUARIOS

Tácticas para alumnos

Usuarios Estudiantes UCO y Centros Asociados
(Primer Ciclo)

Tácticas	Producto	Agentes *	Calendario
1º) Consolidación de la Presentación de la biblioteca , dentro de los actos de <i>acogida de alumnos de nuevo ingreso</i> , con inclusión de guía general de sus servicios, dentro del dossier que se les entrega (Semana de Bienvenida a la Biblioteca) colgar en la página web.	<ul style="list-style-type: none"> - Página web - Presentación en PowerPoint - Guía 	<ul style="list-style-type: none"> - S. D. - EDB. C. 	Primeros días del Curso Escolar
2º) Guía general actualizada de la biblioteca y guías uniformes para todas las Secciones de la BUCO. Entregar con el sobre de matrícula.	<ul style="list-style-type: none"> - Guía - Carta de Bienvenida 	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección - EDB 	Época de matrícula
3º) Visitas guiadas para conocer las distintas secciones de la BUC	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar visita 	<ul style="list-style-type: none"> - EDB C. 	Primeros días del Curso Escolar

4º) Organización de espacios con paneles informativos claros y actualizados. Informar de las Novedades del mes en un lugar “espectacular” o señalizado con flechas ó huellas en el suelo	- Paneles informativos - Señalización	- EDB C	Todo el Curso Escolar
5º) Listas de distribución que los alumnos se inscriban voluntariamente	- Lista de correo - Folleto de información e inscripción	- Todos	
6º) Actualización de la Sección “ Preguntas más frecuentes ” y conexión con el formulario Pregunte al bibliotecario	- Página web	- Todos - S. D.	
7º) Alertas informativas de la Biblioteca al Consejo de Estudiantes de todos los centros	- Correo-E	- EDB C	
8º) Información en papel y electrónica de las nuevas adquisiciones de la BUCO	- Boletín Novedades impreso y electrónico (Catálogo)	- EDB C - S. A.	
9º) Marca páginas: - Decálogo del buen uso de la Biblioteca - Servicios de la Biblioteca	- Marcapáginas	- Dirección	
10º) Ofertar nuestras Instalaciones y colaboración para actos culturales, etc. a través de los Consejos de Estudiantes	- Entrevista - Correo E	- Dirección	



11º) Concursos anuales : - A: Descubre la biblioteca: los alumnos recorren la biblioteca y tienen que hacer una lista con todos los servicios que se ofrecen - B: Otros concursos: Logotipos, Lema o leyendas, Fotografía, Redacciones, Poesía, Relato corto.	- Convocatorias impresas y electrónicas	- EDB	
12º) Realizar entrevistas de presentación y divulgación de la Biblioteca a los Consejos de Estudiantes, cada vez que se renueven.	- Entrevistas	- Dirección - EDB C.	
13º) Entregar cuestionarios simples con las guías y otros folletos para conocer su grado de satisfacción y recoger sugerencias	- Cuestionarios impresos	- Todos	
14º) Cursos de formación al principio de cada cuatrimestre. Octubre y Marzo	- Cursos de Formación de Usuarios	- Grupo de Formadores	

Tácticas para docentes e investigadores

Usuarios

- Personal docente e Investigador UCO y Centros asociados
- Personal docente e Investigador de Institutos y Centros de investigación
- Estudiantes UCO y Centros Asociados (Segundo Ciclo)
- Becarios U- Aula Intergeneracional
- Secretariado de Estudios Propios
- Becarios UCO
- Masters UCO

Tácticas	Producto	Agente	Calendario
----------	----------	--------	------------

1º) Consolidación de las listas de difusión tanto de información general como específica por materias de todas las novedades a los docentes de cada centro, a través de los responsables de centros	- Lista de distribución	- EDB	Todo el Curso escolar
2º) Guías de Servicios al profesorado: Recursos Electrónicos y elaboración de manuales fáciles de todos los Recursos-e	- Guías - Manuales impresos y electrónicos	- SD - EDB C.	
3º) Difusión de los Servicios de Alerta de las diferentes plataformas de distribuidores de Recursos-e (bases de datos y revistas-e)	- Listas de distribución Centros	- SD - EDB C.	
4º) Ofertar las instalaciones de la biblioteca como apoyo de las actividades de los centros: conferencias, congresos, reuniones, exposiciones, presentación de libros (en particular los editados por el Servicio de Publicaciones de la UCO), etc.	- Entrevistas	- Dirección	
5º) Difundir el servicio de formación de usuarios de recursos específicos de información entre el personal docente e investigador para ellos mismos o para sus alumnos como apoyo a las clases	- Formulario Electrónico - Entrevistas - Listas de distribución	- Dirección - Grupo de Formadores	Todo el Curso Escolar
6º) Información en papel y electrónica de las nuevas adquisiciones de la BUCO	- Boletín Novedades impreso y electrónico (Catálogo)	- EDB C - S. A.	

7º) Difundir el acceso a recursos-e desde fuera de la UCO (PAPI)	- Listas de distribución Centros	- EDB C	
8º) Realizar entrevistas de presentación y divulgación de la Biblioteca: <ul style="list-style-type: none"> - Dirección de los Departamentos - Grupos de Investigación - Responsables de Centros y Servicios, cada vez que se renueven los cargos. 	- Entrevistas - Carta de envío JCR anual (Índices de Impacto)	- Dirección	

Usuarios PAS

Tácticas	Producto	Agente	Calendario
1º) Concienciar a todo el personal de Biblioteca de la importancia de las relaciones públicas y el marketing para la biblioteca	- Reuniones periódicas	- Grupo de Mejora - Todos	
2º) Cursos de Formación continua para el personal de biblioteca de los recursos de la misma y de atención al público.	- Cursos	- Formadores Externos - Dirección	Todo el Año
3º) Establecer un grupo de formadores para realizar Cursos de Formación de Usuarios	- Grupo de Formadores	- Junta Técnica	Proponer en la próxima Junta Técnica
4º) Ofertar la biblioteca al PAS en general y a todos los Servicios de la UCO	- Listas de correo electrónico	- Dirección	
5º) Invitación al PAS a todos los actos especiales que se celebren en la BUCO	- Listas de correo electrónico	- Dirección	Todo el Año

6º) Difusión del servicio de préstamo entre el PAS, mediante folletos informativos	- Folletos informativos	- S.A.D.	
7º) Concurso de ideas para difusión de la Biblioteca, entre el personal de la BUCO.	- Convocatoria	- Dirección	
8º) Cursos de formación específicos en recursos electrónicos.	- Cursos	- Grupo de Formadores	
9º) Información en papel y electrónica de las nuevas adquisiciones de la BUCO	- Boletín Novedades impreso y electrónico (Catálogo)	- EDB C - S. A.	Mensual

Usuarios Usuarios externos (Convenios)

Tácticas	Producto	Agente	Calendario
1º Ofertar guía general de la biblioteca	- Guía General	- Dirección - EDB C.	Todo el Año
2º Ofertar nuestra página web	- Carta - Correo E.	- Dirección	
3º Ofertar nuestras instalaciones para actos culturales, etc.	- Carta - Correo E	- Dirección	
4º Invitación a las actividades de extensión bibliotecaria	- Invitación - Correo E	- Dirección	
5º Oferta de alertas informativas para usuarios externos en contacto con OTRI, SCAI, SAS., etc.	- Carta - Correo E	- Dirección	
6º Oferta en la prensa y en la agenda cultural de t.v. municipal las aperturas extraordinarias y los actos de extensión bibliotecaria	- Correo E	- Dirección - <u>Gabinete de Prensa</u>	



7º Consolidar los contactos con otras bibliotecas de la ciudad para compartir recursos y servicios	- Entrevistas	- Dirección	
8º Consolidar los contactos con el Consorcio de Bibliotecas Universitarias Andaluzas para optimizar los trabajos	- Reuniones	- Dirección	

- Crear o asignar dotación de personal para:
 - Interacción con los usuarios:
 - Internos: alumnos, profesores, responsables directivos, etc.
 - Externos
 - Diseño de marketing

Agentes *: **EDB** Equipo Dirección Biblioteca **EDB C** Equipo Dirección Bibliotecas de Centro **SA** Servicio de Automatización **SAD** Servicio de Acceso al Documento **SD** Servicio de Documentación

Presupuesto

.....

Medios de control

Evaluar los resultados permite:
Extraer conclusiones sobre la efectividad del Plan de Marketing
Comprobar que se cumplen los objetivos marcados

Encuestas periódicas sobre:

Funcionamiento de los servicios
Satisfacción de los usuarios
Nuevas demandas

Encuestas periódicas:

Directas
Vía correo electrónico

Buzones de sugerencias (en sala y electrónicos)

Entrevistas

Bibliografía:

- Carta Magna de la Universidades Europeas [en línea]: <http://www.crue.org/cmue.htm> [Consulta: 10 may. 2005].
- Marketing de productos y servicios de las tecnologías de la información en bibliotecas: la experiencia de Malasia. 64th IFLA General Conference August 16 - August 21, 1998 [en línea]: <http://www.ifla.org/IV/ifla64/126-86s.htm> [Consulta: 10 may. 2005].
- Marketing en las bibliotecas [en línea]: <http://www.absysnet.com/tema/tema30.html> [Consulta: 10 may. 2005].
- Marketing y difusión de servicios en una biblioteca universitaria del próximo milenio. José Eugenio Mañas Moreno. Universidad de Castilla La-Mancha (Biblioteca General. Campus de Albacete) [en línea]: <http://www.cobdc.org/jornades/7JCD/63.pdf> [Consulta: 10 may. 2005].
- Normas y Directrices para Bibliotecas Universitarias y científicas. REBIUN, Documentos de Trabajo, 2ª edición. Madrid, Ministerio de Educación y Cultura, 1999.
- Plan estratégico de REBIUN [en línea]: <http://bibliotecnica.upc.es/Rebiun/nova/estrategico/indice.asp> [Consulta: 10 may. 2005].
- Planificación estratégica de la UCO./ Unidad Técnica para el Plan Estratégico de la Universidad de Córdoba [en línea]: <http://bibliotecnica.upc.es/Rebiun/nova/estrategico/indice.asp> [Consulta: 10 may. 2005].
- Principes directeurs pour l'enseignement du marketing dans la formation des bibliothécaires, documentalistes et archivists [en línea]: <http://www.unesco.org/webworld/ramp/html/r8801f/r8801f09.htm> [Consulta: 10 may. 2005].
- Reglamento vigente de la BUCO [en línea]: <http://www.uco.es/webuco/buc/index.php?go=pages/buco/reglamen.html> [Consulta: 10 may. 2005].



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA