

# Plan de mercadotecnia para la promoción de servicios bibliotecarios en la secundaria básica Rolando Monterrey

Yarina Torres Batista

[ytorresb@fh.ismm.edu.cu](mailto:ytorresb@fh.ismm.edu.cu)

Odalvis Cardoza Rodríguez

Mariolis Rodríguez Cabrera

Yordanis Torres Batista

Universidad de Moa

**Resumen:** Se diseñó un plan de mercadotecnia para la promoción de los servicios de la biblioteca escolar de la escuela secundaria básica Rolando Monterrey del municipio Moa, mediante la metodología de Philip Kotler que permite al aumento progresivo de los usuarios. Para el desarrollo del mismo se utilizaron métodos de orden teórico y empírico. Como resultado se muestran las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades según el análisis de la matriz lo que permitió trazar estrategias que facilitan elevar la promoción de los servicios que presta la biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey.

**Palabras claves:** plan de marketing; marketing bibliotecario; biblioteca escolar; instituciones bibliotecarias.

## **Marketing plan for the promotion of library services in junior high school**

**Abstract:** A marketing plan was designed for the promotion of the services of the school library of the Rolando Monterrey secondary school in the Moa municipality, using the Philip Kotler methodology that allows the progressive increase of users. For its development, theoretical and empirical methods were used. As a result, the weaknesses, threats, strengths and opportunities are shown according to the analysis of the matrix, which allowed drawing up strategies that facilitate raising the promotion of the services provided by the library of the Rolando Monterrey basic secondary school.

**Keywords:** marketing plan; library marketing; school library; library institutions.

## Introducción

La incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) al mundo bibliotecario ha motivado la aparición de nuevos productos, actividades, herramientas de transmisión de la información y formas de gestión en los servicios de una biblioteca. Estos están sometidos a cambios continuos provocados en gran medida por las innovaciones e incorporaciones de la llamada era digital. En este contexto, las bibliotecas tienen como objetivo brindar un producto o servicio con la calidad óptima a los usuarios y recurren cada vez más a la mercadotecnia.

El marketing bibliotecario se puede definir como el conjunto de actividades que la biblioteca realiza encaminadas a identificar las necesidades informativas los usuarios, para satisfacerlas de forma rentable, anticipándose a ellas en la medida que sea posible (Naranjo, 2018). Estudios como el de Vergara (2019) y Marcial (2021) reconocen el marketing como una actividad necesaria en las instituciones bibliotecarias, para la calidad del servicio, un mejor aprovechamiento de los recursos informativos, así como la vinculación de la institución con los usuarios.

Se considera que hoy en día las exigencias de la mercadotecnia son cada vez más elevadas, debido a la necesidad de llevar a cabo la planeación estratégica en todos sus niveles. Es precisamente el plan de mercadotecnia una herramienta que se utiliza como guía de trabajo que permite controlar las estrategias y acciones comerciales que se diseñen en las organizaciones con vistas a brindar un servicio que se ajuste a las expectativas de un consumidor que se vuelve cada vez mas exigente, por lo que expresa su aplicación consecuente orientado al enfoque del usuario (Slanton, 2020).

Las bibliotecas de instituciones educativas deben tender a la promoción y animación de la lectura con el fin de convertirse en un pilar sólido de una sociedad lectora (Marzal, 2022). Al decir de Cáceres (2022), la biblioteca escolar posibilita construir y potenciar las experiencias de lectura y abordar la literatura como una práctica social y cultural como parte de la vida cotidiana. Lleva a conocer, crear y comprender situaciones vinculadas con el hombre, la sociedad y la vida.

En este sentido, la biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey necesita mejorar en la promoción de los servicios bibliotecarios, ya que existe desconocimiento por parte de los usuarios acerca de los servicios que allí se ofrecen como: el préstamo libros y documentos de interés.

Por lo ante expuesto se propone como objetivo diseñar un plan de mercadotecnia para la promoción de los servicios de bibliotecarios de la biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey para lograr al aumento progresivo de los usuarios.

### **Métodos de investigación**

Entrevistas no estandarizadas: para comprobar la veracidad del problema y dar posible solución al problema existente, fundamentada sobre la base de preguntas abiertas.

Observación directa: para la caracterización del problema.

Análisis-Síntesis: posibilidad de analizar por partes, los principales documentos y consideraciones que describen la génesis y evolución de las temáticas sobre la mercadotecnia.

Histórico-Lógico: para elaborar el marco referencial y para diagnosticar la situación actual de la entidad objeto de estudio.

### **Caracterización de la biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey**

La institución educativa secundaria básica Rolando Monterrey en el año 1990. Cuenta con un claustro de 51 trabajadores, de ellos 40 docentes y 11 no docentes, 31 son licenciados, 6 másteres y 6 cursan estudios superiores y una comunidad de 228 estudiantes. Cuenta con un Laboratorio de Informática con un inventario de 10 PC, aunque no dispone de internet, ni tampoco de biblioteca virtual.

Posee una biblioteca escolar delimitada por un área de 24 metros de largo y 12 metros de ancho, organizada con un total de 5 mesas, 20 sillas, 4 estantes de madera y una colección bibliográfica de 1088 libros. La entrada de libros a la colección está determinada por las asignaciones del Ministerio de Educación y, en algunos casos, por donaciones recibidas. Se utiliza un sistema decimal de *Melvin Dewey* para la organización del fondo bibliográfico, no cuenta con Tecnologías de Información y las Comunicaciones (TIC).

Trabajan en ella 2 bibliotecarias una licenciada en Humanidades con 15 años de experiencia en la actividad y otra licenciada en Ciencias de la Información con 6 años de experiencia en la actividad.

## **Segmentación de mercado**

Para el desarrollo de las actividades de la biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey, se realiza una segmentación de mercado en:

- Usuarios internos: profesores, estudiantes, trabajadores
- Usuarios externos: usuarios de la comunidad.

Se tienen en cuenta las variables:

- Demográficas: edad, sexo
- Geográficas: lugares de residencia (rural o urbana), trabajo
- Sociológicas: nivel cultural y educativo, clima familiar
- Psicológicas: personalidad, tipos de comportamientos y estilo de vida.

## **Actividades que se realizan en la biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey**

Educación de usuarios: Para toda biblioteca o centro de documentación, que preste servicios de información, además de almacenar, localizar y procesar la información, está la de servir a los usuarios que acceden a la instalación en busca de una determinada información, es por ello que el elemento fundamental en un servicio de información, es el usuario el que pretende satisfacer sus necesidades, intereses y demandas informativas.

Extensión bibliotecaria: Actividad que se realiza en la comunidad para satisfacer las necesidades de los usuarios, como charlas sobre sexualidad, salud ambiental y exposiciones bibliográficas.

## **Aplicación de la metodología adaptada de Kotler (2011)**

### **Fase I. Resumen ejecutivo**

La biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey cuenta con especialistas con una alta calificación profesional para impartir talleres a los usuarios. Los servicios prestados están diseñados para apoyar y complementar la autopreparación individual y colectiva de los usuarios. Dentro de su principal fortaleza cuenta con un amplio fondo bibliográfico que permite profundizar los conocimientos a los usuarios en diversos temas y como debilidad la falta de promoción en los servicios que se ofrecen.

Es por esto que el plan de mercadotecnia se enmarca en elevar la promoción de los servicios que allí se brindan, que permita un incremento paulatino de los usuarios (internos o externos) a la biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey.

## **Fase II. Análisis de la situación**

La biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey desde su fundación se ha especializado en informar a los estudiantes de los diferentes niveles educacionales, por lo que se ha visto obligado a especializarse para brindar un mejor servicio a sus estudiantes, donde se satisfacen todas sus necesidades informativas y lograr alcanzar las expectativas de quién lo solicita.

### **Análisis del Macroentorno**

Para este análisis se toma como base los datos suministrados por la Oficina Nacional de Estadísticas e Información de la República de Cuba (ONEI, 2021).

### **Entorno demográfico**

El municipio de Moa cuenta con una población a finales del 2020 según la Oficina Nacional de Estadística e Información (ONEI) con 73 012 habitantes que lo sitúa en el cuarto lugar dentro de la provincia, con una densidad poblacional de 95,3 habitantes por kilómetros cuadrado. El grado de urbanización es de 83,6%, el tercero después de Holguín y Antillas. Por sexo el índice de masculinidad es de 975 por mil hembras. Tiene una tasa de crecimiento anual de 0,1 por mil habitantes.

Según datos del Anuario Nacional Estadístico de Cuba, Moa es la cuarta población más joven de Cuba y se ha ubicado en el segundo Municipio de Cuba con mayor índice de profesionales después del Municipio Plaza de la Revolución en la Capital del País. Esto estuvo su origen en la explosión demográfica que se experimentó en esta región durante la construcción de las nuevas fábricas de níquel y cobalto.

En la actualidad el municipio de Moa cuenta con 6 secundarias dentro del Sector de Educación.

### **Entorno económico**

La biblioteca del sector de la educación presenta grandes afectaciones cuando existen pérdidas de algunos de los ejemplares que allí se conservan por parte de los estudiantes que frecuentan las instalaciones, repercutiendo negativamente en el entorno económico. Por esta razón el Ministerio de Educación estableció la Normativa # 248 donde rige el valor de cada uno de los libros perdidos que oscila aproximadamente a un monto de \$ 200.00. Esto provoca que dichos centros sean de estantería cerrada.

### **Entorno político legal**

La biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey cuenta con la política general sobre la gestión documental amparada en la Resolución (ISO 15489-1, 2001), con la política de selección y formación profesional y presenta problemas con la política de gestión de la organización y los planes estratégicos que deben existir.

### **Entorno medioambiental**

El creciente aumento de la contaminación ambiental afecta significativamente la correcta conservación de los documentos. La acidez de algunos gases presente en la atmósfera, sobre todo en las zonas urbanas o de gran desarrollo industrial donde se encuentra el dióxido de azufre y el sulfuro de hidrógeno, producto de la combustión de materia orgánica, provoca un rápido envejecimiento del papel, varía la composición química de las cintas magnéticas y daña en ocasiones, borra por completo la información que contienen en él. El aire contaminado, causa problemas en los documentos de soporte de papel, materiales fotográficos y cintas magnéticas.

### **Análisis del microentorno**

#### **Análisis del mercado (usuario)**

La secundaria básica Rolando Monterrey opera en el mercado, donde se brinda información a diferentes usuarios como son: estudiantes, profesores, técnicos de la educación y la comunidad

Proveedores: La biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey para el cumplimiento de los servicios y la satisfacción de las necesidades y deseos de los usuarios,

utiliza como proveedor a la Biblioteca Provincial Alex Urquiola de la provincia de Holguín, el Ministerio Nacional de Educación, y en algunos casos la Biblioteca Municipal Alejo Carpentier.

Competidores: La biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey tiene como competidores las bibliotecas escolares y las casas bibliotecas.

### **Análisis de la mezcla de marketing**

#### **Análisis de producto/servicios**

Los servicios que presta la biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey están diseñados para satisfacer de forma rentable las necesidades informativas de los estudiantes, por lo que se muestran los servicios más demandados por los usuarios, donde se hace una comparación por cada uno, evidenciándose la falta de conocimientos de muchos de estos servicios.

**Análisis del precio:** No realiza el cobro de sus servicios pues los mismos van dirigidos y en función de los usuarios.

**Análisis de la promoción:** El análisis de esta variable determinó que el centro no cuenta con mecanismos de divulgación y difusión de la información para la promoción de sus servicios. Por lo que se puede decir que se encuentra en el nivel cero, debido a que los servicios que se prestan muchos usuarios no lo conocen. Por tanto, esta variable tiene un desempeño negativo.

**Análisis de la distribución:** La biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey se subordina directamente a la biblioteca Alex Urquiola perteneciente a la provincia de Holguín, por lo que se encuentra a un nivel elevado debido a que los servicios que se prestan van directamente a los usuarios para propiciar mejores soluciones a sus necesidades en el sector.

### **Fase III. Análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades**

La biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey tiene bien identificado los principales factores que influyen (directa o indirectamente) en la prestación del servicio.



## **Principales factores internos existentes**

### Debilidades

- Ausencia de la biblioteca virtual
- Insuficientes actividades de gestión del personal docente y bibliotecario en el incentivo del estudiante por la lectura
- Ausencia de sitios web e internet
- Escasa difusión de actividades de promoción de libros
- Problemas económicos y financieros
- Atraso en la automatización de los servicios y procesos
- Insuficiente vínculo del profesional de la información con el informático.

### Amenazas

- Falta de presupuesto para adquirir bibliografías e infraestructuras tecnológicas, debido a las dificultades económicas que sufre nuestro país
- Entrada a los mercados competidores de reconocido prestigio en el sector de la educación.

### Fortalezas

- Adecuada calificación del personal para impartir talleres
- Existencia de un amplio fondo bibliográfico
- Experiencia y especialización profesional que interviene en los procesos informacionales
- Cuenta con un laboratorio de computación.

### Oportunidades

- Creciente interés por la información
- Fuente segura para los usuarios en su autopreparación
- Personal calificado con elevada competencia laboral
- Desarrollo de las TIC.

## **Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)**

El análisis matricial, con la relación y desarrollo de los factores internos, habilitados según el procedimiento específico de realización de las matrices; se obtuvo como resultado integral de 210 puntos. En este caso predominan las debilidades lo que significa una situación desfavorable internamente.

### **Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)**

Al analizar la matriz de factores externos se evidenció un resultado integral de 309 puntos superior a la medida comparativa de 250 puntos, en el que prevalecen las oportunidades, obteniéndose un resultado favorable externamente.

### **Análisis de la matriz DAFO**

Los resultados de las matrices MEFI Y MEFE, posibilitaron la integración funcional bajo un enfoque sistémico a partir del análisis DAFO de investigación. Al agrupar los factores identificados previamente se establece el criterio de que la Biblioteca Escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey se encuentra en el tercer cuadrante, por lo que se deben trazar estrategias de carácter adaptativo para lograr el cumplimiento de los objetivos y posibilitar la mejora del sistema.

### **Fase IV. Objetivos**

En esta fase se definen los objetivos de trabajo establecido para la biblioteca, su reformulación y necesidad de relación con las deficiencias fundamentales obtenidas del diagnóstico estratégico realizado son los siguientes:

- Desarrollar planes y estrategias para la promoción de los servicios de información con un alto valor agregado a los usuarios que responda a los intereses del sector de educación.

Este objetivo se ve directamente influenciado para su logro exitoso por las debilidades detectadas durante el diagnóstico DAFO.

### **Fase V. Estrategia de mercado**

En esta sub-fase se definen las metas de trabajo establecidas para la organización de la biblioteca escolar, en función del diagnóstico de la situación.

Metas de mercadotecnia:

- Aumentar la promoción de los servicios que se prestan por la biblioteca escolar.
- Lograr un incremento de los usuarios a la biblioteca escolar.

-

## **Fase VI. Programa de acción**

La biblioteca de la secundaria básica Rolando Monterrey posee logros en sus servicios, pero es necesario potenciarlos para seguir trabajando con más eficiencia y eficacia.

Conjunto de actividades a desarrollar para fortalecer los servicios que brinda la biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey

1- Elaborar materiales publicitarios en los que se difundan los diferentes servicios que presta la biblioteca.

Objetivo: Enfatizar en los estudiantes el manejo y uso de la biblioteca y sus servicios de información.

Ejecuta: Lic. en Humanidades (bibliotecaria)

Fecha: Permanente.

Lugar: Secundaria básica Rolando Monterrey

Recurso: Exposición y actividades.

2- Diseñar una cartelera con información acerca de la biblioteca donde se utilizará una presentación sencilla pero atractiva y con un lenguaje acorde a los estudiantes y usuarios que va dirigida.

Objetivo: Informar a los usuarios sobre los servicios de la biblioteca escolar de la Rolando Monterrey.

Ejecuta: Lic. Ciencias de Información.

Fecha: Anual.

Lugar: Secundaria básica Rolando Monterrey.

Recurso: Pizarra informativa.

3- Crear presentaciones *Power Point* con servicios y posibilidades que brinda la biblioteca, que garantice su difusión por las demás locales o departamentos.

Objetivo: Difundir los servicios de la biblioteca.

Ejecuta: Metodólogo

Lugar: Sectorial de Educación.

## **Fase VII. Estado proyectado de pérdidas y utilidades**

Con la estrategia de mercadotecnia en la biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey, presentará utilidades en sus servicios ya que, aunque no se cobren

dichos servicios aumentará la afluencia de usuarios al centro. El proyecto de promoción posibilitará el uso del financiamiento para darle cumplimiento a las acciones propuestas en la estrategia de mercadotecnia diseñada para la biblioteca escolar de la secundaria básica. Este proyecto es apoyado con exposiciones de libros, actividades de promoción de la lectura y boletines informativos.

### **Fase VIII. Controles**

El control es el proceso para asegurarse de que las actividades reales correspondan a las actividades proyectadas. Por lo que en el plan diseñado para la promoción de los servicios en la biblioteca se encuentran identificados por cada una de las acciones del objetivo que se persigue, los responsables, quién la ejecuta, la fecha, lugar y los diferentes recursos a utilizar. Por lo que se propone el chequeo periódico de objetivos y estrategias trazadas.

### **Conclusiones**

La biblioteca escolar de la secundaria básica Rolando Monterrey cuenta con un fondo bibliográfico que logra apoyar las necesidades de información de los usuarios.

El estado actual de la promoción de los servicios se basa fundamentalmente en el desconocimiento de los servicios que presta la biblioteca escolar.

La aplicación de la metodología de Kotler en la biblioteca escolar Rolando Monterrey permite trazar planes y estrategias adaptativas de la promoción de sus servicios para un aumento progresivo de los usuarios.

### **Referencias bibliográficas**

CÁCERES, P. A. (2022). La competencia literaria desde la biblioteca escolar. *Enunciación*, 27(1), 67-79.

KOTLER, P. (2011). *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Paidós, Barcelona.

MARCIAL, V. F. (2021). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 11(4), 64-78.

MARZAL, M. A. (2022). La función de la biblioteca escolar en la construcción de la sociedad lectora. *Métodos de Información*, 13(24), 38-66.

NARANJO, L. (2018). *Actualización del Plan de Marketing para el Hotel Miraflores*. Trabajo de diploma. Universidad de Moa.

OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICAS E INFORMACIÓN (2021). *Anuario estadístico de Moa 2020*. Disponible en: [http://www.onei.gob.cu/sites/default/files/anuario\\_est\\_municipal/anuario\\_moa\\_2020\\_edicion\\_2021.pdf](http://www.onei.gob.cu/sites/default/files/anuario_est_municipal/anuario_moa_2020_edicion_2021.pdf)

SLANTON, W, J. (2020). *Mercadotecnia Organización del proceso de Planeacion de Mercadotecnia*. La Habana, Cuba: Editorial Feliz Valera.

VERGARA, J. (2019). La importancia social de la biblioteca: claves del marketing bibliotecario (I). *Desiderata*, (12), 90-91.