EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

COLEGIO DE BACHILLERES

Servicios a Usuarios

4° SEMESTRE

GABRIELA ADRIANA PÉREZ HERNÁNDEZ

Índice	**Página**
Introducción general	1
Corte de aprendizaje 2	2
Conocimientos previos	3
Contenidos	4
Actividades de Aprendizaje	9
¿Quieres conocer más?	13
Fuentes consultadas	14
Corte de aprendizaje 3	15
Conocimientos previos	16
Contenidos	17
Actividades de Aprendizaje	30
¿Quieres conocer más?	32
Autoevaluación	33
Fuentes consultadas	34

Introducción GENERAL

La tarea primordial de una biblioteca es cubrir las necesidades de información de una comunidad. Para ello, la asignatura de Servicios a Usuarios te brinda una serie de contenidos que te ayudarán en tu aprendizaje.

La Guía consta de dos cortes que se mencionan a continuación:

El corte 2 te muestra todo lo relacionado al servicio de circulación, en donde aprenderás como orientar a diferentes tipos de usuarios en la información que buscan. El servicio de préstamo es indispensable en una biblioteca o unidad de información, se divide en tres: préstamo interno, préstamo a domicilio y préstamo interbibliotecario; cada uno de ellos tiene características y funciones diferentes que tendrás que aprender para dar un buen servicio. Por último, encontrarás temas de estadística, en el apartado tabulación de datos estadísticos, en el cual se te mostrará como los parámetros cuantitativos constituyen un importante indicativo en el funcionamiento de la biblioteca, pues mediante su revisión y análisis se determinan las modificaciones, adaptaciones e innovaciones que se llevarán a cabo en un proceso de mejora continua de los servicios antes mencionados.

El corte 3 empieza con los métodos de promoción, con los cuales aprenderás el concepto, las características y su función en una biblioteca, posteriormente revisarás los medios de promoción que se dividen en impresos y digitales; ambos son de gran utilidad para promocionar un servicio, un evento, una exposición, una presentación de un libro, etc. Para finalizar con los servicios de extensión bibliotecaria, que son utilizados para fomentar la lectura, el acercamiento a la cultura y a recursos educativos, por medio de un bibliobus, una bibliomaleta o un carrito viajero. Estos servicios están dirigidos a aquellos usuarios que por alguna razón no pueden asistir a la biblioteca ya sea porque están en hospital o en asilo.

Como podrás darte cuenta los contenidos antes mencionados son esenciales para tu aprendizaje en la asignatura de Servicios a Usuarios.

CORTE
2

Proporciona el servicio de préstamo de documentos.

Al final de este corte el estudiante será competente para realizar el proceso de préstamo del material documental y tabular datos estadísticos del servicio de préstamo bibliotecario, con el fin de atender las solicitudes de documentos de los usuarios y generar reportes estadísticos derivados de los servicios bibliotecarios.

Contenido especifico	Aprendizajes esperados
Servicios de circulación	❖ Describe las actividades del servicio de circulación en una biblioteca o unidad de información.
Servicio de préstamo	❖ Identifica los tipos de préstamo en sala o a domicilio que los usuarios requieren para hacer uso del material de la biblioteca.
Tabulación de datos estadísticos	❖ Explica el proceso de tabulación de datos estadísticos de una biblioteca o unidad de información.

Conocimientos PREVIOS

Para que logres desarrollar los aprendizajes esperados correspondientes al corte dos es importante que reactives los siguientes conocimientos:

- **Usuarios.**

¿Cuántos tipos de usuarios hay en las bibliotecas?

R.

¿Por qué es importante conocer los tipos de usuarios en una biblioteca?

R.

- **Servicios.**

¿Qué servicios bibliotecarios puede tener una biblioteca?

R.

¿Qué tipo de pregunta le harías a un usuario para dar respuesta rápida al servicio que solicita?

R.

- **Biblioteca.**

¿Cómo está organizada una biblioteca?

R.

¿Sobre qué aspectos se orienta al usuario en una biblioteca?

R.

SERVICIO DE CIRCULACIÓN.

Concepto.

Es el sector de la biblioteca destinado al servicio de la circulación del material que se pone a disposición del usuario para consulta o préstamo por un tiempo determinado del material bibliográfico y documental que se encuentra en las bibliotecas.[1]

Funciones.

Las funciones que aquí se desarrollan son:

- Ubicar adecuadamente los libros en las estanterías, acorde al sistema de clasificación.
- Asesorar a los usuarios en la búsqueda de los libros.
- Precautelar el estado físico de los libros.
- Registrar los préstamos externos.

Actividades.

Las actividades que realiza el bibliotecario en este servicio son:

- Registro de préstamo de forma manual o automatizada.
- Registro de renovación del material de forma manual o automatizada.
- Registro de devolución del material de forma manual o automatizada.
- Notificar a los usuarios la sanción que le corresponde por atraso de material.
- Verificar una vez que el usuario devuelve el material, su estado físico se encuentre en buenas condiciones.
- Acomodo del material en la estantería que fue devuelto de un préstamo de sala o domicilio.

SERVICIOS DE PRÉSTAMO.

Según el Diccionario de bibliología y ciencias afines de J.M. Martínez de Sousa (1990), el préstamo es "*la entrega por tiempo determinado y en ciertas condiciones de libros u otro material bibliográfico a una persona, institución, biblioteca, etc.*"[2]

El préstamo consiste en una relación contractual entre usuario y biblioteca, bajo una normativa que lo regule, un reglamento que debe difundirse adecuadamente para que todas

[1] ***Circulación y préstamo.*** Poder Judicial de Jujuy . Recuperado el 9 de mayo de 2020 Disponible en: https://www.justiciajujuy.gov.ar/bibliotecapj/index.php/dependencias/area-circulacion-y-prestamo

[2] Martínez de Souza José. ***Diccionario de Bibliología y Ciencias afines.*** Editorial Trea. 2004.

los implicados como son el personal de la biblioteca y los usuarios puedan conocer cuestiones como quién puede llevar el material en préstamo, qué plazo existe para devolverlo y qué sanciones se impondrán a los usuarios que incumplan los plazos.

Los préstamos básicos que ofrecen una biblioteca o unidad de información son:

Préstamo interno con estantería abierta:
Se proporciona a los usuarios el libre acceso a los materiales que componen las colecciones de la biblioteca, de modo que ellos directamente puedan tomar los libros de los estantes y consultarlos, los que les permite conocer más ampliamente el acervo[3]

Préstamo a domicilio:
Se autoriza a los usuarios a llevar fuera de la biblioteca los libros de su interés, excepto las obras de la colección de consulta. Se prestan hasta tres libros por un periodo renovable de una semana a los usuarios que tienen credencial de la biblioteca. Es importante efectuar los procedimientos y seguir las normas que marca el Reglamento de los Servicios Bibliotecarios, ya que esto te permitirá tener mayor control de los materiales.[4]

Préstamo Interbibliotecario:
"Es una modalidad particular de préstamo que se aplica entre bibliotecas al objeto de facilitar el acceso a los fondos desde una base cooperativa. A través de este servicio una biblioteca consigue de otros centros la documentación que necesitan sus usuarios y que no se encuentra en su colección, y por el que, recíprocamente, pone a disposición de los demás la que posee. Esa documentación es muy variada, pero dos son los tipos más destacados: préstamo de obras completas (originales) y copias (sobre todo de artículos de revista) normalmente en forma de fotocopias, aunque en la actualidad se tiende a utilizar cada vez más la digitalización y transferencia de formatos electrónicos".[5]

TABULACIÓN DE DATOS ESTADÍSTICOS.

"Proporcionar servicios de calidad en las bibliotecas implica necesariamente contar con datos precisos e información oportuna sobre el conjunto de actividades que en ellas se realizan.

[3] ***Guía para el personal de nuevo ingreso.*** México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. p. 21
[4] Ídem.
[5] Martín Gavilán César. ***Servicios al usuario: accesibilidad a los documentos, préstamo y préstamo Interbibliotecario.*** 20 de Abril de 2009. Recuperado el 9 de mayo de 2020. Disponible en http://eprints.rclis.org/14283/1/prestamo.pdf

Los parámetros cuantitativos constituyen un importante indicativo sobre su funcionamiento pues mediante su revisión y análisis se determinan las modificaciones, adaptaciones e innovaciones que se llevarán a cabo en un proceso de mejora continua. En el presente instructivo, el personal bibliotecario encontrará una guía para realizar cada una de las actividades relacionadas con el registro estadístico de los servicios:

1. Registro diario de visitantes y usuarios atendidos, materiales utilizados, asistentes a servicios básicos y complementarios, así como fomento al hábito de la lectura y actividades culturales.
2. Concentrado mensual de información estadística.
3. Llenado y envío del formato de estadística mensual.
4. Difusión de los datos estadísticos.
5. Evaluación integral del funcionamiento de la biblioteca".[6]

Cada biblioteca o unidad de información cuenta con su procedimiento el uso y difusión en un reporte a las Coordinaciones de Bibliotecas con la información estadística recabada en cada una de ellas y de sus respectivas redes.

Es importante mencionar que las estadísticas de los servicios bibliotecarios son de gran utilidad para los siguientes puntos:

- Evalúa el funcionamiento de la biblioteca.
- El impacto de los servicios y actividades.
- Uso del acervo.

Así mismo se reporta a los responsables de las bibliotecas lo siguiente:

- Identificar áreas de oportunidad.
- Proponer acciones de mejora de los servicios bibliotecarios.
- Informar a las autoridades correspondientes los logros alcanzados, para realizar las gestiones necesarias y dar continuidad a los programas implementados.

Para todo ello cada Biblioteca o Unidad de Información cuenta con sus propios formatos ya sea de forma manual o automatizada, en esta última es sencillo el procedimiento ya que los Sistemas de Automatización para Bibliotecas (SIABS) cuentan con el módulo de estadísticas y de forma inmediata da los reportes y gráficos por día, mes y año.

Gráficos.

"Un gráfico estadístico es una representación visual de una serie de datos estadístico, Es una herramienta muy eficaz, ya que un buen gráfico:

- Capta la atención del lector.
- Presenta la información de forma sencilla, clara y precisa.
- No induce a error.
- Facilita la comparación de datos y destaca las tendencias y las diferencias.

[6] ***Las estadísticas de los servicios bibliotecarios.*** México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. p. 8

- lustra el mensaje, tema o trama del texto al que acompaña".[7]

Tipos de Gráficos:

- Gráfico de barras.
- Gráfico de líneas.
- Gráfico de pareto.
- Gráfico de sectores.
- Gráfico de dispersión.
- Pictograma.

Por último, es importante mencionar que estos gráficos ayudan analizar los datos estadísticos para la toma decisiones.

Reporte o Informes.

El reporte es un documento informativo que sirve para comunicar información que sea relevante, este puede ser un material creado por una empresa, organización o un trabajo de clases que sirve para dar mayor información sobre un tema en específico, por otro lado, tanto el reporte como la información que se divulga a través de un medio de comunicación, este puede ser visual o textual.

Características del Informe:

- Se centra en un único tema bien delimitado.
- Se expone claramente los objetivos.
- Se describen los procedimientos bien delimitados para la recolección de datos.
- Se explican las conclusiones.
- Es un texto expositivo explicativo.
- No posee lenguaje subjetivo.
- Utiliza adjetivos descriptivos.
- Tiene por finalidad reportar resultados parciales o finales.

[7] ***Grafico estadístico.*** Presentación de power point. Recuperado el 09 de mayo de 2020. Disponible en: http://halweb.uc3m.es/esp/Personal/personas/mwiper/docencia/Spanish/GC/analisis_estadistico_del_delito/reading/pasos_tipos_graficos.pdf

Tipos de Informes:

- Informes técnicos.
- Informes científicos.
- Informes de divulgación.
- Informes mixtos.

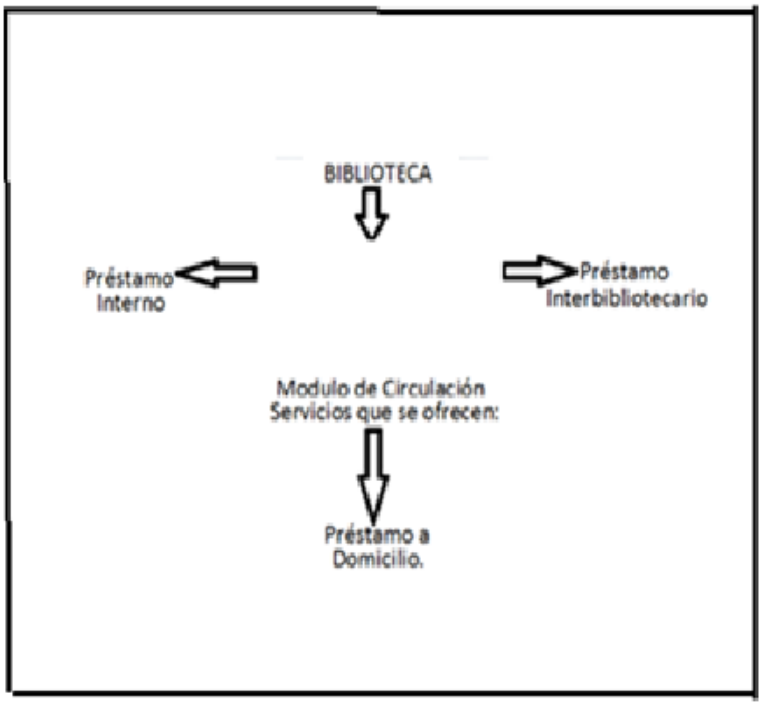
Actividades DE APRENDIZAJE

En esta sección encontraras actividades o productos que te servirán de evidencia para verificar el logro del propósito del corte y una serie de reactivos que te permitirán ejercitar los aprendizajes esperados.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1.

Servicios de circulación

Instrucciones: Elabora un gráfico con las siguientes imágenes del servicio de circulación de cualquier tipo de biblioteca.



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 2.

Servicio de préstamo

Instrucciones: Completa el siguiente cuadro comparativo de los diferentes tipos de préstamo de una biblioteca.

Tipo de Préstamo	Concepto	Características	Función
Préstamo interno con estantería abierta.			
Préstamo a domicilio.			
Préstamo Interbibliotecario.			

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE .3

Tabulación de datos estadísticos

Instrucciones: Con los siguientes datos realiza el informe mensual.

Poner tu plantel en el área correspondiente del informe.
La fecha del informe es: 01/08/2017 al 31/08/2017.
Atención e informes sobre material bibliohemerográfico: 4
Préstamo manual externo a docentes: 0
Declaración de no adeudo tramitadas 436
Irregularidades detectadas en las declaraciones de no adeudo: 0
Volúmenes Etiquetados (lomo y/o códigos de barras): 495

Volúmenes recibidos del departamento de bibliotecas y salas de cómputo:
Compra: 30
Donación: 0
Encuadernados: 0
Vols. Recibidos puestos disponibles en sistema: 30
Vols. Recibidos intercalados en estantería: 30

Volúmenes enviados al DBSC para su procesamiento técnico:
Donación: 0
Encuadernación: 0
Ejemplares cargados por la biblioteca en JANIUM: 0
Usuarios registrados por la biblioteca en JANIUM: 18
Observaciones generales:

Préstamos Internos y Externos		
Clasificación	**Préstamo sala**	**Préstamo domicilio**
000	37	18
100	122	10
200	8	4
300	178	50
400	236	20
500	630	391
600	176	156
700	5	6
800	250	156
900	90	20
Revistas	110	2
Audiovisuales	0	0

PLANTEL :				FECHA S DEL INFORME:		AL	
PRÉSTAMOS DE MATERIAL BIBLIOHEMEROGRÁFICO:				ATENCIÓN E INFORMES SOBRE MATERIAL BIBLIOHEMEROGRÁFICO:			
MATERIA	INTERNO	EXTERNO	TOTAL	PRÉSTAMO MANUAL EXTERNO A DOCENTES :			
000				DECLARACIONES DE NO ADEUDO TRAMITADAS			
				IRREGULARIDADES DETECTADAS EN LAS DECLARACIONES DE NO ADEUDO:			
100				VOLUMENES ETIQUETADOS (LOMOS y/o CÓDIGOS DE BARRAS):			
				VOLÚMENES RECIBIDOS DEL DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECAS Y SALAS DE CÓMPUTO			
200				COMPRA:	DONACIÓN:	ENCUADERNADOS:	TOTAL:
300				VOLS. RECIBIDOS PUESTOS DISPONIBLES EN SISTEMA		VOLS. RECIBIDOS INTERCALADOS EN ESTANTERÍA	TOTAL:
400				VOLÚMENES ENVIADOS AL DBSC PARA SU PROCESAMIENTO TÉCNICO			
				DONACIÓN:		ENCUADERNACIÓN:	TOTAL:
500							
600				EJEMPLARES CARGADOS POR LA BIBLIOTECA EN JANIUM:			
700				USUARIOS REGISTRADOS POR LA BIBLIOTECA EN JANIUM:			
800				OBSERVACIONES GENERALES:			
900							
Revistas							
Audiovisuales							
TOTAL							

Guía para el personal de nuevo ingreso. México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. 28 p. Disponible en: http://dgb.gob.mx/Documentos/PublicacionesDGB/CapacitacionBibliotecaria/Apoyo/GuiaPersonalNvoIng.pdf

Las estadísticas de los servicios bibliotecarios. México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. 66p. Disponible en: http://dgb.gob.mx/Documentos/PublicacionesDGB/CapacitacionBibliotecaria/Apoyo/EstadisticaServiciosBib.pdf

Módulo IV - Programa 9: Los Servicios Bibliotecarios y el Proceso de Estadísticas. Dirección General de Bibliotecas: CONACULTA. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=bEf4wDhRscc

Circulación y préstamo. Poder Judicial de Jujuy . Recuperado el 9 de mayo de 2020 Disponible en: https://www.justiciajujuy.gov.ar/bibliotecapj/index.php/dependencias/area-circulacion-y-prestamo

Guía para el personal de nuevo ingreso. México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. 28 p.

Las estadísticas de los servicios bibliotecarios. México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. 66p.

Martín Gavilán César. ***Servicios al usuario: accesibilidad a los documentos, préstamo y préstamo Interbibliotecario.*** 20 de Abril de 2009. Recuperado el 9 de mayo de 2020. Disponible en http://eprints.rclis.org/14283/1/prestamo.pdf

Martínez de Souza José. ***Diccionario de Bibliología y Ciencias afines.*** Editorial Trea. 2004. p.

CORTE

3

Promociona los servicios bibliotecarios y extensión bibliotecaria y cultural.

Propósito

Al Final de este corte el estudiante será competente para realizar actividades de apoyo relacionadas con la promoción de los servicios bibliotecarios y de extensión bibliotecaria y extensión cultural, con el fin de que los usuarios aprovechen los recursos que ofrecen la biblioteca o unidad de información.

Contenido especifico	Aprendizajes esperados
Métodos de promoción	❖ Describe los métodos de promoción de servicios que se utilizan en una biblioteca o unidad de información.
Medios de promoción	❖ Diseña medios de promoción de servicios de una biblioteca o unidad de información.
Servicios de extensión bibliotecaria	❖ Explica el concepto y funciones del servicio de extensión bibliotecaria.

Para que logres desarrollar los aprendizajes esperados correspondientes al corte tres es importante que reactives los siguientes conocimientos:

- **Promoción.**

1. Menciona tres medios de promoción de las bibliotecas

R.

- **Fomento a la lectura**

1. Menciona dos actividades de fomento a la lectura que pueden ser promovidas en las bibliotecas

R.

- **Biblioteca**

1. ¿Qué tipos de biblioteca existen?

R.

2. ¿Cómo el bibliotecario se involucra en los eventos de las bibliotecas?

R.

A continuación, encontrarás información relevante que te ayudara a comprender los contenidos y obtener los aprendizajes esperados.

METODOS DE PROMOCIÓN.

Para dar a conocer los servicios que ofrecen una biblioteca o unidad de información es importante empezar por saber que es la promoción.

Primero, veamos lo que dicen algunos expertos en temas de marketing:

Stanton, Etzel y Walker, definen la promoción "*como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo*".[8]

Según Jerome McCarthy (quién introdujo el concepto de las 4P's del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, *"la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos*". A esto añaden algo a tomar en cuenta: "*La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto*".[9]

Para Kerin, Hartley y Rudelius, "*la promoción representa el cuarto elemento en la mezcla de marketing. El elemento promocional consta de herramientas de comunicación, entre ellas, la publicidad, las ventas personales la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo. La combinación de una o más de éstas herramientas de comunicación recibe el nombre de mezcla promocional*".[10]

Ahora, cabe mencionar que expertos como Kotler y Keller no utilizan el término promoción para referirse a ésta herramienta o elemento de la mezcla de marketing, sino que la denominan "Comunicaciones de Marketing" y la definen como "*el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores*". Para ambos expertos, las mezcla de comunicaciones de marketing "*está integrada por seis tipos de comunicaciones principales: Publicidad, Promoción de ventas, Eventos y experiencias, Relaciones públicas y publicidad, Marketing directo y Venta Personal*".[11]

---

[8] Stanton J. William, Etzel J, Michael, Walker J. Bruce. ***Fundamentos de Marketing.*** McGraw-Hill Interamericana, 2007, Pág. 506.

[9] McCarthy Jerome, Perreault William. ***Marketing.*** McGraw-Hill Interamericana,1997, Pág. 446.

[10] Kerin Roger, Hartley Steven, Rudelius William. ***Marketing.*** McGraw-Hill Interamericana, 2009, Pág. 464.

[11] Kotler Philip , Keller Lane Kevin. ***Dirección de Marketing.*** Paerson Educación, 2006, Pág. 464.

Una vez que leímos las diferentes definiciones podemos decir que la promoción es:

Un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público el objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

Como podemos observar la promoción es de suma importancia, ahora bien definamos que es la promoción de bibliotecas.

A través de la promoción se da a conocer a la comunidad la existencia de la biblioteca, los servicios que ofrece, las colecciones que contiene y las actividades que realiza, con el propósito de incrementar la asistencia de usuarios y la utilización del acervo.

El objetivo principal de la promoción es convertir a los usuarios potenciales en usuarios reales, atraer a aquellas personas que regularmente no asisten a la biblioteca, brindarles un buen servicio que satisfaga sus necesidades de recreación y de información para que se sientan motivadas a regresar.

Uno de los factores que tiene mayor importancia para determinar el éxito de la promoción es el elemento humano. El bibliotecario es la persona idónea para efectuarla ya que conoce, por una parte, el funcionamiento y los beneficios que la biblioteca puede proporcionar a la población, y por otra, las características, intereses y necesidades de su comunidad. Siendo el bibliotecario el enlace entre ambos elementos es indispensable que posee una actitud de compromiso ante su trabajo, la capacidad de organizar la biblioteca, de otorgar los distintos servicios, y la tarea de promoción particular.

La actitud, disposición y responsabilidad que el bibliotecario muestre ante los usuarios repercute en la imagen que proyecta la biblioteca. Ésta es positiva si el usuario encuentra en ella a un bibliotecario activo, amable, interesado en ofrecer un buen servicio de orientación e información, que conozca el acervo, los servicios y las actividades que ofrece la biblioteca.

El bibliotecario, además de cumplir con sus tareas específicas debe estar informado de los asuntos actuales y de tomar en cuenta los intereses y necesidades de los usuarios. Siendo consciente de su vasta y valiosa labor, comprendiendo la importancia que tiene la promoción para atraer a un mayor número de usuarios y darle presencia a la biblioteca dentro de la comunidad.

Atraer a las personas que no asisten regularmente a la biblioteca sólo se logrará con eficiencia, empeño, constancia y una adecuada promoción. Éste es un proceso lento que requiere de la aplicación de diferentes estrategias que se irán modificando según sea la respuesta de la población. Una buena labor de promoción que logre sensibilizar a la comunidad respecto a los beneficios que puede obtener de la biblioteca y sus servicios, hará que el trabajo del bibliotecario sea más dinámico y significativo.
La promoción debe informar a la población sobre:

- La existencia de la Biblioteca.
- Los servicios.

- Las colecciones.
- Las actividades de fomento a la lectura.
- Las actividades de extensión bibliotecaria.

En conclusión podemos decir es que los métodos de promoción es el conjunto de actividades, técnicas, métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos o servicios que se comercializan.

Dentro de los métodos de Promoción tenemos los siguientes:

- Publicidad.
- Propaganda
- Entrevistas

Publicidad.

"Es una táctica de marketing que involucra pagar por espacio para promocionar un producto, servicio o causa. Los mensajes promocionales se llaman anuncios o anuncios de corto. La meta de la publicidad es alcanzar la mayor cantidad de personas que estén dispuestas a pagar por el producto o servicio de una compañía y atraerlos para que lo compren".[12]

Propaganda.

"La propaganda es un método de comunicación cuyo objetivo es dar a conocer una información con la intención de influir en el público para que actúe de una manera determinada o utilice un determinado servicio o producto".[13]

[12] Enciclopedia de negocios para empresas. ***Publicidad.*** Recuperado el 05 de mayo de 2020. Disponible en: https://es.shopify.com/enciclopedia/publicidad

[13] Economipedia. ***Propaganda.*** Recuperado el 05 de mayo de 2020. Disponible en: https://economipedia.com/definiciones/propaganda.html

A diferencia de la publicidad, la propaganda tiene como objetivo primordial atraer al público con un determinado fin, no tiene por qué estar relacionada necesariamente con la venta de un producto.

Las características de la propaganda son las siguientes:

- Es subjetiva y parcial.
- Se utilizan recursos que llamen la atención del público y que resulten atrayentes para las masas.
- Los recursos gráficos están cargados de colores, grandes letras y mensajes que apelen la emoción del destinatario para conseguir los objetivos propuestos.

Entrevistas.

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación propuesta.

Dentro de una organización, la entrevista es la técnica más significativa y productiva de que dispone el analista para recabar datos. En otras palabras, la entrevista es un intercambio de información que se efectúa cara a cara.

Es un canal de comunicación entre el analista y la organización; sirve para obtener información acerca de las necesidades y la manera de satisfacerlas, así como consejo y comprensión por parte del usuario para toda idea o método nuevos.

La entrevista se emplea en diversas disciplinas tanto sociales (antropología, sociología, pedagogía, trabajo social) como en otras áreas, para realizar estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundante y básica.

MEDIOS DE PROMOCIÓN.

Los medios de promoción son los recursos a través de los cuales se dará a conocer a la comunidad, de forma agradable, amena, sencilla y clara la información acerca de diversos aspectos de la biblioteca.[14]

[14] ***La promoción de la biblioteca pública.*** México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. p13

Existen diferentes medios de promoción, mismos que han sido agrupados por el tipo de material o equipo que se requiere para su elaboración.

MEDIOS DE PROMOCIÓN	
Impresos	Mantas Carteles Folletos y trípticos Volantes Invitación a domicilio
Digitales	Redes Sociales Servicios en Línea ías Medios electrónicos
Comunicación masiva	Radio, televisión y prensa

IMPRESOS:

Mantas y Carteles.

La manta es una pieza de tela rotulada con pintura textil con la información que se desea dar a conocer; se coloca en lugares públicos, sujeta de los cuatro extremos.

La información contenida en este medio debe ser muy general, ya que es vista por gente de diversas edades y ocupaciones. Se buscará que las personas obtengan la información en cuestión de segundos, sin que requieran detenerse a descifrarla.[15]

El cartel es un medio gráfico más pequeño que la manta, en el que el texto se presenta plasmado sobre una pieza de papel o cartulina con colores vivos; a diferencia de la manta la información puede dirigirse a un grupo específico.

Una de las características principales del cartel y la manta es el tamaño, pues tendrán que ser lo suficientemente grandes para ser vistos de lejos. El siguiente es un cartel de promoción dirigido al público infantil; su diseño, lenguaje, información e ilustración fueron pensados para atraer a este tipo de población.[16]

[15] Ídem.

[16] ***La promoción de la biblioteca pública.*** México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. p13

Folletos y trípticos

Los folletos y los trípticos son instrumentos informativos que permiten explicar ampliamente algún aspecto de la biblioteca, por ejemplo el servicio de préstamo a domicilio, la colección de consulta, etcétera. También pueden ser tratados varios aspectos a la vez, de una manera más breve, como los servicios o las diferentes colecciones.[17]

La mayor ventaja que ofrecen estos medios es que las personas pueden conservarlos para volver a leerlos cuando lo deseen, por ello no se recomienda utilizarlos para promover actividades que se realizan esporádicamente porque la información perdería vigencia y se desaprovecharían estos recursos.

Volante

Al igual que el folleto y el tríptico, el volante es un recurso que, distribuido adecuadamente, permite que la información llegue a un gran número de personas.
Se elabora en hoja tamaño media carta y la información es breve, apoyada con recursos visuales. Este medio permite promover actividades permanentes o aspectos generales de la biblioteca, así como actividades que se realizan en fechas determinadas.[18]

[17] Ibídem. p.14
[18] ***La promoción de la biblioteca pública.*** México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. p13

Invitación a domicilio.

Este medio consiste en elaborar invitaciones por escrito que se distribuyen casa por casa, dirigidas a toda la familia para motivar su interés por visitar y conocer el acervo, los servicios y actividades que se realizan en la biblioteca. [19]

Se redactan en hojas tamaño carta y se introducen en un sobre en el que se colocan el nombre y sello de la biblioteca. Es preferible que lo reciba alguna persona que habite el domicilio.

Las invitaciones a domicilio son un medio eficaz de promoción que puede hacer llegar información a los distintos grupos de la comunidad.

Es importante mencionar que también existen las invitaciones verbales que a continuación se mencionan:

- Invitación escolar.
- Platicas comunitarias.
- Voceo.

MEDIOS DIGITALES:

Redes Sociales.

Las redes sociales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de internet.[20]

A continuación, mencionamos algunas:

- Facebook.
- Twitter.
- Google.
- Linkedin.
- Etc.

[19] Ídem.

[20] Economipedia. ***Redes Sociales.*** Recuperado 05 de mayo de 2020. Disponible en: https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html

Servicios en Línea.

Los servicios en línea son aquellos que son "entregados" por Internet. Podría accederse a datos e información importantes a través de servicios en línea. Incluso todo Internet es considerado por algunos como un servicio en línea.

Medios electrónicos.

Entendemos por medio electrónico cualquier mecanismo, instalación, equipamiento o sistema que permite producir, almacenar o transmitir documentos, datos e informaciones, incluyendo cualquier red de comunicación abierta o restringida como Internet, telefonía fija y móvil.

COMUNICACIÓN MASIVA:

Radio, televisión y prensa.

La radio, la televisión y la prensa son medios de comunicación cuyo potencial y capacidad de penetración entre la población es enorme. Por tal razón, constituyen una vía por la cual la biblioteca pública puede darse a conocer masivamente.

Muchos estados cuentan con sus propios medios de comunicación masiva que el bibliotecario puede aprovechar para promover la biblioteca.

En una campaña en medios masivos se dará información general sobre la biblioteca, invitando a toda la población a que la visite. El propósito es crear una imagen de accesibilidad y apertura de la biblioteca para el beneficio de todos.

Hacer uso de un medio de comunicación masiva implica una gran responsabilidad, por lo que su utilización tendrá que ser cuidadosa e inteligente.[21]

SERVICIOS DE EXTENSIÓN BIBLIOTECARIA.

Empezaremos expresando que en una comunidad que cuenta con biblioteca, solo una parte de la población asiste a ella y la otra no. Para ello es importante realizar un trabajo de información y publicidad, promocionando los servicios que ofrece la biblioteca.

Así mismo buscar la estrategia para que se acerquen a ella. A continuación veremos que es la extensión bibliotecaria y como nos ayuda a contactar a esa comunidad que no visita la unidad de información.

"Extensión bibliotecaria es una de las formas que tiene la Biblioteca de salir al encuentro de lectores poco habituales y de llegar a usuarios que tienen dificultades para acceder a sus servicios.

La extensión bibliotecaria engloba actividades e iniciativas para promocionar la lectura, ofrecer información y eliminar barreras socioculturales, económicas, físicas, geográficas o de cualquier tipo.

Actualmente se puede considerar también como extensión bibliotecaria la presencia de la propia biblioteca en Internet y la oferta de sus servicios a través de la red. Aunque en este

[21] ***La promoción de la biblioteca pública.*** México: Dirección General de Biblioteca: CONACULTA. p16

caso, el acceso a estos servicios no está dirigido sólo a un grupo determinado de usuarios sino que es toda la comunidad la que resulta beneficiada".[22]

Este servicio tiene como finalidad acercar la lectura a los usuarios de instituciones, asociaciones, centros escolares, asilos, mercados, hospitales y en general a cualquier entidad de carácter público o privado que quiera facilitar la lectura.

En la biblioteca se preparan lotes de libros para prestar a la institución por un tiempo determinado. Los libros que componen el lote se seleccionan en función de la actividad o de los usuarios a los que va dirigido: lotes para adultos, infantiles, juveniles, para clubes de lectura, libros en letra grande, para extranjeros, etc.

A continuación se te muestran algunos ejemplos de extensión bibliotecaria.

Bibliobus.

"Biblioteca pública móvil instalada en un autobús".[23]

Bibliometro.

"Es un servicio de lectura pública que se lleva a cabo en el Metro, a través de módulos instalados en algunas estaciones de la red".[24]

[22] González Lía.***16 Ejemplos de actividades de extensión bibliotecaria.*** 18 de noviembre de 2019. Bibliopos. Recuperado 06 de mayo de 2020. Disponible en https://www.bibliopos.es/servicios-de-extension-bibliotecaria/
[23] Real Academia Española. ***Bibliobus.*** 2020. Recuperado 06 de mayo de 2020. Disponible en: https://dle.rae.es/bibliob%C3%BAs
[24] El portal del lector. ***Bibliometro.*** Bibliotecas de la comunidad de Madrid.2013- 2020. Recuperado 06 de mayo de 2020. Disponible en: http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1343065588688&language=es&pagename=PortalLector%2FPage%2FPLEC_contenidoFinal

Biblioavión.

Avión acondicionado como biblioteca, es importante mencionar que en México ya existe en la alcaldía Venustiano Carranza e Iztapalapa.

Hora del Cuento o Lectura en voz alta en lugares externos a la Biblioteca.

Este servicio se refiere al préstamo de libros o realizar actividades de lectura como la hora del cuento en escuelas, asilos, parques y hospitales, el objetivo es acercar los servicios de las bibliotecas a aquellos usuarios que no pueden asistir a ella.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1.

Métodos de promoción

Instrucciones: Completa el siguiente cuadro comparativo de los métodos de promoción**.**

Método de Promoción	Concepto	Características	Función
Publicidad			
Propaganda			
Entrevista			

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 2.

Cartel Informativo de la hora del cuento en la Biblioteca.

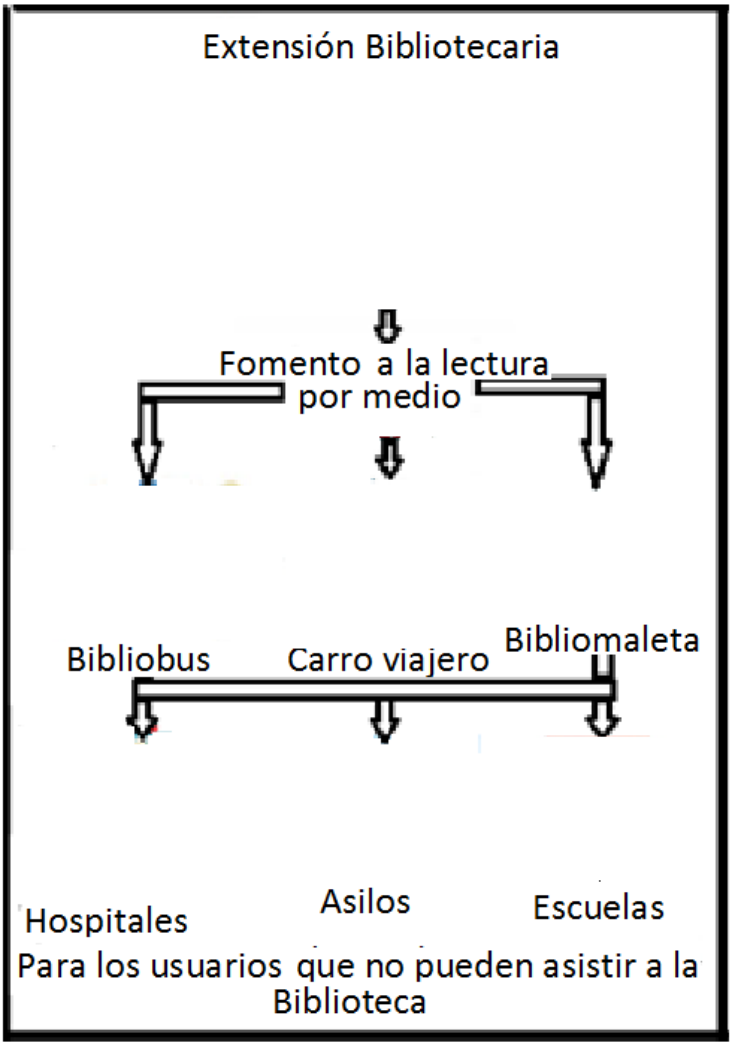
Instrucciones: Observa el siguiente video y realiza tu cartel. La temática es sobre un evento que se llevará a cabo en la biblioteca (hora del cuento, presentación de un libro, lectura en voz alta, exposición fotográfica, etc.)**.**

Cartel.
El Cartel Informativo.
https://www.youtube.com/watch?v=xN7ZoYfeGnA

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 3.

Servicios de extensión bibliotecaria

Instrucciones: Realiza un mapa mental de los diferentes servicios de extensión bibliotecaria.



Biblioteca ULPGC. 2015. ***Compartiendo experiencias: dinamización cultural y extensión bibliotecaria.*** Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=n8GdzybZk_k

La promoción de la biblioteca pública. México: Dirección General de Biblioteca; CONACULTA. 22p.Disponible en: https://dgb.cultura.gob.mx/Documentos/PublicacionesDGB/CapacitacionBibliotecaria/Apoyo/PromocionBiblioteca.pdf

Muñoz Coronado, María. Villa Herrero Ma. Victoria. ***Montar de cero una biblioteca: teoría y práctica de la biblioteconomía en 40 minutos.*** Instituto Cervantes del Argel: En: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/oran_2013/04_munoz-vila.pdf

Xareni Zafra. 2017. ***¿Qué es un cartel?*** Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=ftP7-YYcCVk

Autoevaluación

En la siguiente actividad recordarás conceptos y procesos revisados en los cortes dos y tres tres, a través de identificar en la sopa de letras los elementos enlistados

SERVICIOS A USUARIOS

F U C V R T P T X Y G H H Y P D K I H G
O V A H E S F B G O I I G M A E S N J Q
R D C Y J T J U A C E R V O P U M T R K
M O O N N D U Y O P F Z E Z Q B X E N J
A M I X T H T V M E X B K O R X Z R H Z
T I S T S C X L R X J I D T H L C B U Q
O C R E G I S T R O G B Y C F O I I S C
E I H O H V Y B P Y N L W A H D R B U M
S L C O K K I G N Q U I X V O E C L A N
T I S R H B G I X N Z O L A P S U I R S
A O E E A V U F D Y R T K S F T L O I V
D P R N J B I C W J U E J R U A A T O L
I R V O J V L O X A Q C I B W N C E S H
S K I V R G U D Y F R A S B W T I C J C
T Q C A X Z E K N C B Z G C E E O A E R
I L I C A X Y W M A D U H Z D R N R Q Y
C A O I P R E S T A M O A X E I S I Y H
A T S O U M N C K V T J B T C A V O O C
S I I N F O R M E U A M K Q Z U O A I Q
U X Q H R H K G Y O S M W C U U I U Z U

SERVICIOS
CIRCULACION
PRESTAMO
USUARIOS
DOMICILIO
ESTANTERIA
INTERBIBLIOTECARIO
INFORME
BIBLIOTECA
REGISTRO
RENOVACION
ESTADISTICAS
FORMATO
ACERVO

Enciclopedia de negocios para empresas. ***Publicidad.*** Recuperado el 05 de mayo de 2020. Disponible en https://es.shopify.com/enciclopedia/publicidad

Economipedia. ***Propaganda.*** Recuperado el 05 de mayo de 2020. Disponible en: https://economipedia.com/definiciones/propaganda.html

Economipedia. ***Redes Sociales.*** Recuperado 05 de mayo de 2020. Disponible en: https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html

El portal del lector. ***Bibliometro.*** Bibliotecas de la comunidad de Madrid.2013- 2020. Recuperado 06 de mayo de 2020. Disponible en: http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1343065588688&language=es&pagename=PortalLector%2FPage%2FPLEC_contenidoFinal

González Lía.***16 Ejemplos de actividades de extensión bibliotecaria.*** 18 de noviembre de 2019. Bibliopos. Recuperado 06 de mayo de 2020. Disponible en: https://www.bibliopos.es/servicios-de-extension-bibliotecaria/

Kerin Roger, Hartley Steven, Rudelius William. ***Marketing.*** McGraw-Hill-Interamericana, 2009, 800 p.

Kotler Philip , Keller Lane Kevin. ***Dirección de Marketing.*** Paerson Educación, 2006, 695 p.

La promoción de la biblioteca pública. México: Dirección General de Biblioteca; CONACULTA. 22p.

McCarthy Jerome, Perreault William. ***Marketing.*** McGraw-Hill-Interamericana, 97, 630 p.

Real Academia Española. ***Bibliobus.*** 2020. Recuperado 06 de mayo de 2020. En https://dle.rae.es/bibliob%C3%BAs

Stanton J. William, Etzel J, Michael, Walker J. Bruce. ***Fundamentos de Marketing.*** McGraw-Hill-Interamericana, 2007, 754p.

Todas las imagenes fueron tomadas del buscador Google.