

## PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO: Biblioteca Conmemorativa Orton CATIE/IICA

---

Por : Marcela Gil Calderón, MBA

**Bibliotecóloga.**

**Subjefe en el Centro de Documentación e Información La Nación S.A.**

**Lima, 28 de noviembre de 2001.**

---

### Resumen

*Se propone un plan estratégico de mercadeo para la Biblioteca Conmemorativa Orton (IICA-CATIE). Busca básicamente la penetración del mercado meta, orientada a incrementar el uso de los servicios actuales y el desarrollo de nuevos servicios electrónicos, con el fin de satisfacer las nuevas necesidades de los clientes.*

*Para llevar a cabo el plan se plantean las siguientes estrategias : mercadeo orientado al cliente, promoción de servicios y fortalecimiento de relaciones públicas, aprovechamiento al máximo de los medios disponibles, principalmente los medios electrónicos.*

*Se realizó también un análisis financiero, que plantea una tasa de costo de capital de 15% con un VAN positivo de US \$38.590.45 (proyectado a 5 años) y una Tasa interna de retorno (TIR) de 361%, mayor a la fijada por la Biblioteca.*

---

El Plan Estratégico de Mercadeo que a continuación se presenta, fue planteado como parte del Proyecto de Graduación, para optar por el Grado de Magíster en Administración de Negocios, de la Universidad de Costa Rica, en 1999. Para llevarlo a cabo se contó con el apoyo de la Dirección de la Biblioteca Conmemorativa Orton.

Las bibliotecas han sido concebidas tradicionalmente como servicios que deben buscar satisfacer las necesidades de sus usuarios. Son ellos los que normalmente acuden a la biblioteca para llenar sus vacíos sobre un tema en particular.

Como entidad de carácter social, la biblioteca, de cualquier tipo, cumple una función sumamente importante. No obstante, muchas veces su valor no es apreciado por los mandos gerenciales, y es percibida como una carga presupuestaria y no como un componente esencial. Es imprescindible que los encargados de las unidades de información se den a la tarea de mercadear y posicionarlas.

Hay que arrancar cualquier proyecto de mercadeo, concibiendo la biblioteca como una empresa, y enfocarla como tal tanto a la interno como a lo externo.

### **La Biblioteca Conmemorativa Orton**

La Biblioteca Conmemorativa Orton es administrada por el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) y por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), su sede se encuentra en Turrialba, Costa Rica. Es una biblioteca especializada en agricultura, ciencias forestales, ganadería y materias afines, fue fundada en 1943. Su objetivo general es Apoyar los programas de investigación y docencia del CATIE e IICA, mediante servicios de información. Entre sus objetivos específicos se mencionan: Proveer literatura técnica a usuarios e instituciones del sector agrícola a nivel internacional; organizar y diseminar información agrícola; facilitar el intercambio de información agrícola con organizaciones nacionales, regionales e internacionales; promover la capacitación del personal que labora en bibliotecas y centros de documentación agrícolas en América Latina.

En cuanto a los servicios que presta, se pueden mencionar: Referencia, servicio de préstamo, préstamo interbibliotecario, servicios de alerta, búsquedas retrospectivas en bases de datos, reproducción de documentos,

bibliografías especializadas, canje y donación de publicaciones, disseminación selectiva de información, tablas de contenido, capacitación de usuarios y bibliotecarios agrícolas, venta de materiales producidos por IICA y CATIE. Dispone de 15 personas, 5 profesionales y 10 personas de apoyo. Sus principales usuarios son investigadores de CATIE e IICA y estudiantes de CATIE, estudiantes de otras universidades a nivel nacional e internacional, instituciones a nivel nacional e internacional y visitantes.

### **Los problemas detectados**

Los problemas detectados, que justifican el plan de mercadeo son:

- a. Carencia de Segmentación de Mercados
- b. Carencia de Orientación al Cliente.
- c. Ausencia de un análisis de costo / beneficio de los productos y servicios.
- d. Inexistencia de un sistema de control de calidad de los servicios.
- e. Ausencia de un plan estratégico de mercadeo.

### **Propuestas de solución**

Para solucionar dichos problemas se realizó lo siguiente:

- a. Se realizó un estudio para identificar el mercado meta de la Biblioteca Orton, se identificaron claramente cuatro segmentos : estudiantes del CATIE, funcionarios del CATIE, instituciones y usuarios individuales. Cada segmento tiene características especiales y deberá ser tratado en forma independiente para poder llenar sus necesidades. El estudio demostró que los cuatro segmentos de mercado tienen un alto grado de disposición a pagar por los servicios, principalmente por el servicio de fotocopiado, búsquedas bibliográficas en bases de datos locales e internacionales y venta de publicaciones.
- b. Fueron estimados tanto los costos como los beneficios de los servicios de información que brinda. Se realizó además un análisis financiero que refleja

- que el proyecto es viable, se planteó la recuperación de un 20% de los costos, a un plazo de 5 años.
- c. El estudio demostró que el personal de la Biblioteca reúne las condiciones necesarias para desarrollar el plan de mercadeo, pues todos los segmentos a los que atiende la biblioteca los evaluaron con un puntaje mayor a 9.
  - d. Se plantea un plan de mercadeo, en el que se demuestra que la Biblioteca no incurrirá en altos costos, pues podrá aprovechar la capacidad instalada con que cuenta. Además permitirá que la Biblioteca capte fondos que le permitirán mejorar constantemente los servicios.
  - e. Mediante el plan de mercadeo, la Biblioteca podrá realizar un constante estudio sobre las necesidades de los usuarios, lo que le permitirá mejorar continuamente sus servicios y productos en beneficio de sus usuarios.
  - f. Dentro del plan de mercadeo se plantearon las siguientes estrategias: mercadeo orientado al cliente, promoción de servicios y fortalecimiento de las relaciones públicas aprovechando al máximo los medios disponibles, principalmente los medios electrónicos.
  - g. El análisis financiero plantea una tasa de costo de capital de 15%, con un VAN positivo de US \$38,590.45 y una tasa interna de retorno de 361%, mayor a la fijada por la Biblioteca. Esto refleja que el proyecto es viable.

## CONCLUSIONES

- a. Las bibliotecas actuales y futuras pueden sobrevivir en el mercado, si cambian su imagen de entidades puramente sociales, por el de empresas de servicios, que deben recuperar los costos de inversión mediante la venta de servicios. Esto será beneficioso tanto para la Biblioteca, pues podrá dar mantenimiento y mejorar sus servicios, como para los usuarios, que al pagar por los servicios podrán exigir calidad, tiempos de respuesta, etc. y los valorarán más.
- b. La estimación de costo / beneficio de servicios de información en términos financieros no es fácil, pero este estudio demuestra que puede realizarse, siempre y cuando la biblioteca cuente con la información estadística y administrativa necesaria para ello.

- c. Al realizar un plan de mercadeo en las bibliotecas, ellas deberán realizar un constante estudio sobre las necesidades de los usuarios, lo que les permitirá mejorar continuamente sus servicios y productos en beneficio de sus usuarios.
- d. Conocer las necesidades de los usuarios hace que puedan crearse servicios y productos a su medida

## **SOBRE EL AUTOR**

---

**Marcela Gil Calderón**, nacida el 14 de Octubre de 1963, es Licenciada en Bibliotecología y Ciencias de la Información y Magíster en Administración de Negocios de la Universidad de Costa Rica en San José.

Actualmente se desempeña como Subjefe en el Centro de Documentación e Información La Nación S.A. Ha trabajado también como Documentalista en la Biblioteca Conmemorativa Orton, en CATIE, en el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM), en el Instituto de Fomento Agroindustrial (IFAIN) y en el Centro de Documentación ILANUD.

Ha tenido experiencia docente en la Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información Y Carrera de Archivística en la Universidad de Costa Rica.

Ha desarrollado proyectos como el: Sistema de Información y Documentación Agrícola para América Latina y El Caribe. CATIE, IICA, Fundación Kellogg. Turrialba, Costa Rica, también el Proyecto Inforat (Información Forestal para América Tropical). Asimismo gestionó y coordinó el Proyecto : RIBRENAC (Red de Información Bibliográfica sobre Recursos Naturales para América Central. CATIE . Turrialba, Costa Rica.

Ha participado en diferentes eventos nacionales e internacionales y hoy tenemos el gusto de tenerla aquí con nosotros en este Seminario Virtual.