



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

PROYECTO EDUCATIVO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO(A) EN BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA**

TEMA:

**INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD
DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES
DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL
COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”.**

**PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN
DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES
CON ENFOQUE EN LA
SALA INFANTIL.**

AUTORES:

**CALDERÓN CASTRO JUAN CARLOS
MATEO CORNEJO SILVIA CINDY**

CONSULTOR ACADÉMICO:

MSC. JOFFRE GILCES LOOR

GUAYAQUIL, ABRIL 2016



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

DIRECTIVOS

.....
MSc. Silvia Moy – Sang Castro
DECANA

.....
MSc. José Zambrano García
SUBDECANO

.....
MSc. Ruth Carvajal de Lindao
DIRECTORA DE CARRERA

.....
Ab. Sebastián Cadena Alvarado
SECRETARIO GENERAL

Guayaquil, Abril 14 del 2016

MSc.

SILVIA MOY-SANG CASTRO, ARQ.

DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA

LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CIUDAD.-

De mis consideraciones:

En virtud que las autoridades de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación me designaron Consultor Académico de Proyectos Educativos de Licenciatura en Bibliotecología y Archivología, **el día 4 de agosto del 2015.**

Tengo a bien informar lo siguiente:

Que los señores Bibliotecólogos Archivistas **CALDERÓN CASTRO JUAN CARLOS** con C.C. 0916592421 y **MATEO CORNEJO SILVIA CINDY** con C.C. 0917915282 diseñaron el proyecto educativo: **INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”, ZONA 8, DISTRITO 4. PERIODO 2015. PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL.**

El mismo que ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por lo suscrito.

Los participantes satisfactoriamente han ejecutado las diferentes etapas constitutivas del proyecto, por lo expuesto se procede a la **APROBACIÓN** del proyecto, y pone a vuestra consideración el informe de rigor para los efectos legales correspondientes.

Observaciones:

.....

Atentamente,

.....

MSc. Joffre Gilces Loor
Consultor Académico

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA ORTOGRAFÍA

Yo, MSc. Byron Mota Contreras, Docente de Ensayo Científico de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Certifico que he revisado la ortografía del contenido del Proyecto Educativo: **INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”, ZONA 8, DISTRITO 4. PERIODO 2016, PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL.** Elaborado por los estudiantes Calderón Castro Juan Carlos con C.C. 0916592421 y Mateo Cornejo Silvia Cindy con C.C. 0917915282, previo a obtener el título de Licenciados en Bibliotecología y Archivología, otorgado por la Universidad de Guayaquil y la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

En el Proyecto se determinan los siguientes aspectos:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utiliza los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- Aplica correctamente la sinonimia.
- Existe claridad, congruencia y concordancia.
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como especialista en “Literatura y Español”, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su proyecto previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Bibliotecología y Archivología.


.....
MSc. Byron Mota Contreras
Docente de Ensayo Científico

Guayaquil, Abril 14 del 2016

Arq.

SILVIA MOY-SANG CASTRO, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA,
LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Ciudad.-

Para los fines legales pertinentes comunico a usted que los derechos intelectuales del proyecto educativo: INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO "JAIME ROLDÓS AGUILERA", ZONA 8, DISTRITO 4. PERIODO 2016. PROPUESTA:

DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL.

Pertenecen a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

Atentamente,


.....
Juan Carlos Calderón Castro
C.I. 0916592421


.....
Silvia Cindy Mateo Cornejo
C.I. 0917915282



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FOLOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

PROYECTO EDUCATIVO

INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”, ZONA 8, DISTRITO 4. PERIODO 2016. PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL.

APROBADO

.....
Tribunal No. 1

.....
Tribunal No. 2

.....
Tribunal No. 3

.....
Secretaria

Juan Carlos Calderón

.....
Juan Carlos Calderón Castro
C.I. 0916592421

Silvia Cindy Mateo

.....
Silvia Cindy Mateo Cornejo
C.I. 0917915282



**EL TRIBUNAL EXAMINADOR OTORGA
AL PRESENTE TRABAJO**

LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL

.....
Tribunal No.1

.....
Tribunal No. 2

.....
Tribunal No. 3

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios quien me ha dado vida, salud y perseverancia para finalizar este Proyecto

A mi madre Lcda. Noemí Castro Abad por ser la mujer que me dio la vida y me enseñó a vivirla, por el apoyo incondicional y fortaleza que siempre me ha dado, para salir delante a quien le debo todo sacrificio.

A mi padre Luis Calderón Hidalgo por el gran amor y haberme formado como un hombre de bien.

A mis queridos hermanos José Luis, Pablo y Denise por apoyarme en mi carrera universitaria.

*A mis hijos porque son mi inspiración para seguir adelante y superarme cada día.
A mi tío Abel Abad Castillo y prima Rosanna Mata Castro quienes me alentaron a la realización de este proyecto.*

A mi compañera de estudio y amiga Silvia Cindy Mateo Cornejo por su confianza y ayudarme a la feliz culminación de esta investigación.

Juan Carlos Calderón Castro

DEDICATORIA

Este presente proyecto lo dedico a Dios que me ha dado la vida y permitirme culminar mi carrera universitaria.

A mi Padre Sr. Luis Mateo Freire y en especial a mi Madre Silvia Cornejo Vda. de Mateo quienes con su amor, sabios consejos y apoyo incondicional he logrado culminar con éxito mi carrera.

A mi hija Gabriela Chacón Mateo por su amor y comprensión, razón de vivir, que me dio Dios, por quien me esfuerzo para ser cada día mejor.

A mis hermanos, Daysy, Kelly, Wendy, Ronald y a toda mi familia, quienes me apoyan y han depositado su confianza en cada reto que se me presentaba.

Silvia Cindy Mateo Cornejo

AGRADECIMIENTO

A Dios que siempre me da aliento, seguridad y fortaleza, sabiduría para la realización de esta investigación.

También hago extensivo mi agradecimiento a la Universidad de Guayaquil, quien me acogió como estudiante y me preparó profesionalmente. A la Escuela de Bibliotecología y Archivología, donde culminó mi carrera universitaria.

A mis maestros por transmitirme sus sabias enseñanzas, al tutor del presente trabajo investigativo, MSc. Joffre Gilces Loor quien con su asesoría he podido realizar el proyecto investigativo en beneficio de la sociedad.

A todos mis amigos y compañeros de la Escuela de Bibliotecología y Archivología por su compañerismo brindado en las aulas universitarias sé que contare con ellos siempre.

Juan Carlos Calderón Castro

AGRADECIMIENTO

A Dios quien es el creador de todo cuanto existe en este mundo, por haberme formado con mucha inteligencia para culminar con éxito este proyecto investigativo, solo por su voluntad he podido cumplir mis objetivos y metas fijadas.

A mis padres, hija y familia quienes son mi razón de vivir, siendo el pilar fundamental del desarrollo y crecimiento profesional.

En especial a la Directora de Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad Guayaquil, MSc. Ruth Carvajal y al cuerpo Docente por transmitirme sus conocimientos y sabias enseñanzas durante mi etapa estudiantil en la universidad.

A mí tutor MSc., Joffre Gilces Loor, por guiarme durante la realización y culminación del presente proyecto educativo.

A la Universidad de Guayaquil, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación Escuela de Bibliotecología y Archivología donde me he formado como profesional.

A Juan Carlos Calderón Castro mi amigo y compañero de proyecto.

Silvia Cindy Mateo Cornejo

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
FIRMA DE LOS DIRECTIVOS.....	ii
CERTIFICADO DE CONSULTOR ACADEMICO.....	iii
CERTIFICADO DE REVISION DE ORTOGRAFIA	iv
DERECHO INTELECTUAL.....	v
PROYECTO EDUCATIVO.....	vi
TRIBUNAL EXAMINADOR	vii
DEDICATORIA	viii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO	x
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xii
INDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
INDICE DE GRÁFICOS	iv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
INDICE DE TABLAS	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Contexto de Investigación.....	3
Problema de investigación.....	7
Situación y conflicto	7
Hecho científico	8
Causa	10
Formulación del problema	11
Objetivos de la investigación	11

Objetivo General	11
Objetivos Específicos.....	11
Interrogantes de la investigación	12
Justificación	13

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del estudio.....	15
Bases Teóricas	16
Fundamentación Epistemológica	70
Fundamentación Filosófica	71
Fundamentación Pedagógica	74
Fundamentación Psicológica	75
Fundamentación Legal	76

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA, PROCESO, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Diseño Metodológico	80
Tipos de Investigación	82
Población y Muestra	84
Cuadro de Operalización de las Variables.....	86
Métodos de la investigación.....	88
Técnicas e Instrumentos de la investigación	89
Análisis e Interpretación de Datos	91
Conclusiones y Recomendaciones	114

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

Título	116
Justificación	116
Objetivo.....	117
Objetivo General.....	117
Objetivos Específicos.....	118
Aspecto Teórico	118
Aspecto Pedagógico	119
Aspecto Sociológico.....	119
Aspecto Psicológico.....	119
Aspecto Legal	120
Factibilidad de su aplicación	121
Descripción	124
Conclusiones	126
Bibliografía.....	
Anexos	

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Clase didáctica en la Sala Infantil Biblioteca Pablo Palacio	5
Ilustración 2 - Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural	
"Jaime Roldós Aguilera.....	6
Ilustración 3 - Las 4 P del marketing.....	19
Ilustración 4 - Cinco pasos del proceso del marketing.....	20
Ilustración 5 - Sala Infantil Ruth Garaicoa Soria de la Biblioteca de la Casa de la Cultura, Núcleo del Guayas	42
Ilustración 6 - Textos infantiles.....	46
Ilustración 7 - Partes de un lector	49
Ilustración 8 - Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAC)....	61
Ilustración 9- Entrevista a la bibliotecaria. Marjorie Sala Infantil Ruth Garaicoa Soria de la Biblioteca de la Casa de la Cultura, Núcleo del Guayas	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 - Edad del usuario	92
Gráfico N° 2 - Género del usuario	93
Gráfico N° 3 - Nivel de educación	94
Gráfico N° 4 - ¿Visitas la sección infantil de la Biblioteca?.....	95
Gráfico N° 5 - Promocionar actividades por medio de la publicidad	96
Gráfico N° 6 - Personajes animados	97
Gráfico N° 7- Cuenten cuentos imitando las voces de personajes	98
Gráfico N° 8 - ¿Qué te gusta de la sala infantil?	99
Gráfico N° 9 - ¿Qué hace falta en la sala infantil?.....	100
Gráfico N° 10- ¿Te agradan los cuentos, las pinturas, los títeres?.....	101
Gráfico N° 11 - Edad del padre de familia	102
Gráfico N° 12 - Género del padre de familia	103
Gráfico N° 13- Nivel de educación	104
Gráfico N° 14 - ¿Asiste a la sala infantil?	105
Gráfico N° 15 - Servicios y actividades de la sala infantil	106
Gráfico N° 16 - ¿Hay personajes de la obra a proyectarse?	107
Gráfico N° 17- ¿Qué actividades te gustaría que realicen en sala infantil? .	10108
Gráfico N° 18 - ¿Qué le hace falta en la sala infantil de la biblioteca?	109
Gráfico N° 19 - Comprensión Literaria	110
Gráfico N° 20 - Servicios en la biblioteca	111
Gráfico N° 21 - CHI Cuadrado	112
Gráfico N° 22 - Gráfico de Barras	113

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N ^a 1- Causas	10
Cuadro N ^a 2 - Población Biblioteca "Jaime Roldós Aguilera".....	85
Cuadro N ^a 3 - Muestra Jaime Roldós Aguilera	85
Cuadro N ^a 4 - Cuadro de Operalización de las Variables	86
Cuadro N ^a 5 - Cuadro Financiero.....	122

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N ^a 1- Causas	10
Cuadro N ^a 2 - Población Biblioteca "Jaime Roldós Aguilera"	85
Cuadro N ^a 3 - Muestra Jaime Roldós Aguilera	85
Cuadro N ^a 4 - Cuadro de Operalización de las Variables	86
Cuadro N ^a 5 - Cuadro Financiero.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- Edad del usuario	92
Tabla 2- Género del usuario	93
Tabla 3 - Nivel de educación.....	94
Tabla 4 - ¿Visitas la sección infantil de la Biblioteca?.....	95
Tabla 5 - Promocionar actividades por medio de la publicidad	96
Tabla 6 - Personajes animados	97
Tabla 7- Cuenten cuentos imitando las voces de personajes	98
Tabla 8- ¿Qué te gusta de la sala infantil?	99
Tabla 9 - ¿Qué hace falta en la sala infantil?.....	100
Tabla 10- ¿Te agradan los cuentos, las pinturas, los títeres?	101
Tabla 11 - Edad del padre de familia	102
Tabla 12 - Género del padre de familia.....	103
Tabla 13 - Nivel de educación.....	104
Tabla 14 - ¿Asiste a la sala infantil?	105
Tabla 15 - Servicios y actividades de la sala infantil	106
Tabla 16 - ¿hay personajes en la obra a proyectarse?	107
Tabla 17- ¿Qué actividades te gustaría que realicen en la sala infantil?.....	108
Tabla 18- ¿Qué le hace falta en la sala infantil de la biblioteca?	109
Tabla 19 - Comprensión literaria.....	110
Tabla 20 - Servicios en la biblioteca	111



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA**

TEMA: INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES. DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL.

AUTORES: CALDERÓN CASTRO JUAN CARLOS

MATEO CORNEJO SILVIA CINDY

CONSULTOR ACÀDEMICO: MSC. JOFFRE GILCES LOOR

RESUMEN

El presente trabajo investigativo es realizado para la sala infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” área dedicada a los niños de cuatro a doce años, donde se registró una baja asistencia de usuarios infantiles a la Biblioteca, es por esto que se recopiló información en el sector Plan Piloto para saber si ellos conocen la Sala Infantil y los servicios que ofrece. Se utilizó la encuesta como técnica de investigación para obtener amplia información que serán representados en tablas y gráficos, para el análisis e interpretación de datos elaboramos cuestionarios de preguntas que se formularon a infantes y padres de familia que participaron activamente en el proceso. Siendo el resultado del análisis favorable para la realización de nuestro tema propuesto.

El marketing se presenta como una herramienta idónea para la elaboración de las nuevas actividades socioculturales que permitirán desarrollar la inteligencia, destrezas, habilidad lectora y valor artístico, por esta razón buscamos la solución de satisfacer las necesidades informativas, lectoras de niños y niñas de la comunidad.

El propósito del presente proyecto es diseñar un plan de difusión de actividades con enfoque a la sala infantil como una estrategia para satisfacer las necesidades del usuario aplicaremos el marketing para difundir los servicios bibliotecarios y las actividades socioculturales a través de los medios publicitarios escritos como carteleros, banner, trípticos, publicidad electrónica como: Internet, Facebook, Twitter, correo electrónico. Los usuarios infantiles y comunidad en general se beneficiarán de las actividades y servicios que ofrece la Sala Infantil la que será un lugar dinámico y de recreación cultural.

Palabras claves: Marketing Bibliotecario Difusión Sala infantil



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA**

TOPIC: INFLUENCE OF MARKETING AS LIBRARY SERVICES FOR CHILDREN LIBRARIANSHIP. DESIGN OF A PLAN OF DISTRIBUTION OF ACTIVITIES WITH FOCUS ON CHILD ROOM

AUTHORS: CASTRO JUAN CARLOS CALDERON
MATEO CORNEJO SILVIA CINDY

ACADEMIC CONSULTANT: MSc. JOFFRE GILCES LOOR

SUMMARY

This research work is done for the children's room of the Public Library and Community Cultural Center " Jaime Roldós Aguilera area dedicated to children four to twelve years , where low attendance of child users to the library was recorded , it is why information was collected in the Pilot Plan sector to know if they know the Children's Room and the services offered . the survey as a research technique was used to obtain comprehensive information that will be represented in tables and graphs for the analysis and interpretation of data elaborate questionnaires questions raised infants and parents who actively participated in the process. As the result of favorable for the realization of our proposed theme analysis.

The marketing is presented as an ideal tool for the development of new cultural activities that will develop the intelligence, skills, reading skills and artistic value, for this reason we seek the solution to meet the information needs, readers children in the community.

The purpose of this project is to design a dissemination plan of activities with a focus on children's room as a strategy to meet user requirements apply marketing to disseminate library services and cultural activities through advertising print media like billboards, banner, brochures, electronic advertising as: Internet, Facebook, Twitter, email. Community children and users in general will benefit from the services offered activities the Children's Room which will be a dynamic and cultural recreation.

Keywords: Marketing Librarian Broadcasting Children Room

INTRODUCCIÓN

El marketing es una herramienta que satisface necesidades del usuario y logra tener una calidad del producto deseado. En este caso el marketing bibliotecario puede definirse como el conjunto de actividades que la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” realiza para informar a sus usuarios.

El marketing debe utilizarse de manera permanente para garantizar la utilidad de la biblioteca. A la hora de llevar a cabo una estrategia de marketing, es necesario ponerla en marcha de forma planificada, cíclica y continúa. Es necesario promover la idea dentro de la propia unidad, contar con un personal suficientemente motivado y consciente de que por encima de cualquier otra prioridad hay que satisfacer las necesidades de los clientes.

No basta con crear buenos servicios y esperar, o contar con un buen fondo documental y acceso a multitud de bases de datos u otras fuentes de información, si no sabemos darles publicidad y captar clientes, si en definitiva el cliente desconoce esas posibilidades, debemos ser conscientes de la importancia que tiene el hecho de dar a conocer los servicios que puede brindar la biblioteca a una comunidad.

El marketing bibliotecario consiste en hacer correr la voz sobre los servicios y actividades que ofrece la sala infantil. Esto implica el proceso de desarrollo de estrategias para difundir tales como: trípticos, volantes, invitaciones, banner, por medio del internet utilizando las redes sociales, Facebook, email, blog, twitter y canal de youtube.

Un programa de marketing debe empezar siempre con una buena planificación. No es suficiente ofrecer un servicio básico, sino que debe ser de calidad. Los servicios que ofrece la Biblioteca deben ser de manera eficaz y eficiente sobre todo para la población infantil quienes serán los beneficiados y por ende la institución. El presente trabajo investigativo incluye cuatro capítulos distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo I. Presenta el problema, contexto de investigación, problema de investigación, Situación conflicto, hecho científico, causas, formulación del problema, objetivos de la investigación, objetivo General, Objetivo específicos, interrogantes de la investigación, justificación del proyecto.

Capítulo II. Comprende el marco teórico de investigación, enfatizando en temas de la influencia del Marketing Bibliotecario. Antecedentes del estudio, además se presentan las fundamentaciones que sustentan la propuesta planteada, Bases Teóricas, Fundamentación Teóricas, Epistemológica, Filosófica, Pedagógica, Psicológica, Legal.

Capítulo III. Metodología, proceso, análisis y discusión de resultados adoptados en la investigación, diseño metodológico, cuadro de operacionalización, tipos de investigación, métodos, así como las técnicas e instrumentos elaborados para este fin. Población y muestra, se presentan el análisis e interpretación de los resultados de la investigación, Prueba del Chi cuadrado son representados tanto en cuadros como en gráficos de barras para observar y analizar las encuestas, conclusiones y recomendaciones.

Capítulo IV. Se realiza la Propuesta: Título: Diseño de un Plan de difusión de actividades con enfoque a la Sala Infantil, justificación, objetivos, objetivo general, objetivos específicos, aspectos teóricos: pedagógico, sociológico, psicológico, legal, factibilidad de su aplicación: Financiera, Técnica, Humana, Descripción, Conclusiones, Bibliografía y Anexos.

Con el presente proyecto se beneficiaran los niñas, niños y padres de familia del Sector Plan Piloto que utilicen el servicio de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera”, los mismos que tendrán acceso a las diferentes actividades, programas y servicios como: juegos recreativos, recursos didácticos, audiovisuales, hora del cuento para fortalecer el hábito lector incrementando su léxico e imaginación, préstamos de libros, presentación de películas, taller de arte, teatro, exposiciones de trabajos, motivando de esta manera a los niños asistir a la Biblioteca.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Contexto de investigación

Las bibliotecas sobre todo en los países más desarrollados se han caracterizado como espacios para incentivar la lectura entre otras opciones, hoy en día estos espacios se han transformado en lugares de recreación, aprendizaje e investigación. Entre la tipología de las bibliotecas tenemos las públicas, nacionales, escolares, universitarias y especializadas.

Las bibliotecas públicas brindan a los usuarios mayor gama de información, su principal objetivo es ofrecer sus servicios a toda persona con necesidades informativas de conformidad a la dinámica social comunitaria, podemos encontrarlas en diferentes lugares como: en prisiones, hospitales, hospicios, guarderías y centros comunitarios sobre todo.

La sala infantil es un área de la Biblioteca Pública que debe estar diseñada para niños y niñas menores de doce años, tendiente a fomentar el amor hacia la lectura, la investigación, integrar al usuario infantil a la vida social en la cual se relaciona con niños de su edad donde comparten sus criterios, juegos, desarrollan su creatividad e imaginación por medio de diferentes actividades de acuerdo a su edad.

La sala infantil ofrece a sus usuarios infantiles una variedad de recursos, servicios, programas y actividades como: Servicios de préstamo en sala, préstamo a domicilio, referencia o consulta, el uso de las TICS, educación de usuario, actividades didácticas para el desarrollo del

proceso lector, difusión de la lectura a través de la organización de clubes, hora del cuento, dramatizaciones, funciones de títeres, actividades culturales, actividades recreativas y lúdicas, talleres de creación y producción literaria, arte, programas de visitas guiadas, Mochila mágica de los cuentos que se trabaja de manera itinerante.

Bounocore en el diccionario de Bibliotecología: menciona que la sala infantil es aquella que especializa sus servicios en la atención de lectores en edad preescolar, esto, es hasta los doce años aproximadamente. (Hernandez, 2012)

La sala infantil en diversos países del mundo tiene en común desarrollar fuentes de lecturas e información en un ambiente agradable, de respeto acorde a la edad del usuario.

En Europa se creó la sala infantil para niños y niñas a finales del siglo XX en Manchester, era un espacio dedicado para la lectura e información.

En España la sala infantil de la biblioteca tienen nuevos servicios infantiles y actividades que fomentan el gusto por la lectura e información, la tecnología ha incorporado el marketing bibliotecario a los nuevos servicios y actividades culturales para dar a conocer a la comunidad de los servicios que oferta.

En México la sala infantil de la biblioteca son espacios de aprendizaje para los niños en la cual desarrollan el interés hacia la lectura y recreación, en un ambiente agradable de acuerdo a la edad de los infantes.

En Perú la sala infantil es un espacio de la biblioteca y cuenta con algunos servicios como: Educación de usuarios, lectura libre, hora del cuento, actividades recreativas y lúdicas.

En los Estados Unidos la sala infantil es un espacio adecuado de acuerdo a la edad del niño con colores vivos, materiales didácticos actualizados, actividades que desde temprana edad desarrolla el hábito a la lectura, innovan sus actividades para captar la atención de sus usuarios para que estos deseen volver.

Ilustración 1 - Clase didáctica en la Sala Infantil Biblioteca Pablo Palacio



Fuente: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/gobierno-ecuador-inaugura-biblioteca-pablo-palacio-modelo-replicara-todo-pais.html>

En Ecuador el gobierno está innovando la sala infantil como un espacio divertido con colores brillantes para fomentar la lectura, investigar, jugar y colorear. La Biblioteca Pablo Palacio será un modelo y se replicará a todo el país según el Ministro de Educación Augusto Espinosa destacó: "Esta biblioteca toma elementos de sistemas internacionales e incorpora un toque propio, que permitirá que la veamos como un lugar divertido que invita a amar la lectura, algo fundamental para nuestra educación", destacó Espinosa. (Andes Agencia Pública de Noticia del Ecuador y Suramérica, 2015).

El 3 de junio de 1987 en Ecuador mediante acuerdos Ministeriales, publicado en el Registro Oficial No. 699, el Ministerio de Educación y Cultura, inicia el proyecto de Bibliotecas Públicas Rurales en zonas urbanas marginales y rurales del país, a cargo del Sistema Nacional de Bibliotecas SINAB.

El 5 de agosto de 1990 se crea la Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” un área recreativa para el aprendizaje de los niños de cuatro a doce años, su objetivo es desarrollar el gusto por la lectura por medio de diferentes actividades, actualmente no cuenta con una plan de marketing para difundir sus actividades y servicios, se encuentra ubicada al suroeste de la ciudad de Guayaquil, en la Parroquia Febres-Cordero Sector Plan Piloto en una zona aún denominada Urbano-Marginal

Ilustración 2 - Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural "Jaime Roldós Aguilera"



Fuente: Sala infantil de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Problema de investigación

Situación conflicto

El problema radica en la escasa difusión provoca poca asistencia de los usuarios a la Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera”, que se encuentra ubicada en las calles “P” E/ la 26 y 24 ava (entrada por la 29) del sector Plan Piloto, Parroquia Febres – Córdero, actualmente no existe un plan de estratégico de marketing para realizar la promoción de los servicios que oferta la sala infantil como la hora del cuento, actividades para fomentar la lectura, existe una carencia de comunicación, promoción y difusión lo que impide la afluencia de usuarios en la biblioteca.

Para resolver este malestar se crearán actividades socioculturales, teatro, títeres, talleres de arte para atraer a los clientes y/o usuarios infantiles a este espacio recreativo, dinámico como es la Sala Infantil.

Es importante destacar la sala infantil de la Biblioteca como un espacio para la recreación de los niños y niñas, con actividades que consoliden el hábito de la lectura, por esta razón necesitamos crear nuevas actividades para satisfacer las necesidades de los usuarios infantiles.

Muchas veces se ha comunicado la situación a las autoridades pero en realidad no existe una verdadera solución, es necesario diseñar

como lo pide la sociedad actual un plan de marketing bibliotecológico para la difusión de actividades con enfoque a la Sala infantil sería la solución así se logrará que el usuario infantil visite constantemente y se beneficie de los servicios que ofertan dentro de la biblioteca.

Además con el plan de Marketing Bibliotecario se motivará a los infantes de una forma divertida y dinámica a que asistan frecuentemente a la Sala Infantil y realicen actividades que permitan adquirir nuevos conocimientos, donde el usuario se acerque al libro y disfrute de la lectura con libros que no contengan solo textos sino también imágenes de acuerdo a la edad.

Por lo tanto realizaremos varias propuestas para difundir a través del marketing bibliotecario los nuevos servicios y actividades como: Clubes de lecturas, servicio de préstamos, talleres lúdicos, talleres de arte, dramatizaciones, manualidades, títeres, sala de lectura y que tengan a la disposición maquinas computadoras con servicio de internet tanto para niños como para los padres.

Hecho científico

Baja calidad de los Servicios Bibliotecológicos infantiles en la sala infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera, Distrito 4, zona 8, Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, sector Plan Piloto Parroquia Febres – Cordero, período 2015.

En el Ecuador el gobierno está innovando a las Bibliotecas con el servicio de estanterías abiertas, para que el usuario pueda acceder a la información que necesita de una manera directa, ágil, eficaz y eficiente.

La sala de lectura es parte de la biblioteca, un espacio físico donde acude el usuario a estudiar, realizar sus investigaciones, etc., se desarrolla en un ambiente agradable, acogedor y divertido para que los niños se motiven asistir a las diferentes actividades lúdicas, obras de teatro y títeres, lo que la Biblioteca Pablo Palacio ofrece.

Según la web Andes Agencias Pública de Noticias del Ecuador la Biblioteca Pablo Palacio, estimula el hábito a la lectura, según el Ministro de Educación Augusto Espinosa manifestó: “Esta biblioteca toma elementos de sistemas internacionales e incorpora un toque propio, que permite que la veamos como un lugar divertido que invita amar la lectura, algo fundamental para nuestra educación”. (2015)

La sala infantil un espacio que es adaptada a las necesidades de los usuarios infantiles en el cual pueden leer, jugar, colorear y disfrazarse de los personajes del cuento favorito. En la actualidad hay pocas salas infantiles que ofrecen un buen servicio por la falta de una sala especial adecuada para los niños con una buena infraestructura, mobiliarios, material educativo, libros con imágenes y textos ilustrados de acuerdo a la edad que son muy importantes en el desarrollo de la formación a la lectura.

La escasa difusión de los servicios que oferta la Sala infantil, cursos de capacitación, actualización y formación del profesional bibliotecario para atender a los usuarios infantiles impide que den una buena promoción de la información y los servicios.

La utilización del marketing bibliotecario como herramienta es muy importante para satisfacer las necesidades a los usuarios, si no existe un plan de estrategia de marketing para promocionar las actividades y programas de la biblioteca los usuarios no tendrán conocimiento, no utilizaran los acervos bibliográficos y de igual manera los servicios que ofrece.

Es importante diseñar un plan de difusión de actividades con enfoque a la Sala Infantil aplicaremos las herramientas del marketing, para realizar la campaña publicitaria utilizaremos banners, folletería, trípticos, carteles, volantes, en internet las redes sociales como: facebook, gmail, blog, twitter, canal de youtube, marketing 2.0 y biblioteca 2.0, para satisfacer las necesidades informativas, así lograremos una demanda de los usuarios infantiles.

Cuadro N^a 1- Causas

CAUSAS	
•	Marketing bibliotecario
•	Marketing y promoción a la lectura
•	Difusión de servicios bibliotecarios
•	Conocimiento de los servicios de la sala infantil
•	Herramientas de web social para niños y niñas
•	Mediación a la lectura
•	Programas educativos para niños y niñas
•	Recursos didácticos y lúdicos.

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos, Mateo Cornejo Silvia Cindy

Formulación del Problema

¿Cómo el Marketing Bibliotecario influye en la calidad de los Servicios Bibliotecológicos infantiles en los niños y niñas de la Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” zona 8 distrito 4 de la ciudad de Guayaquil Provincia del Guayas Cantón Guayaquil Parroquia Febres-Cordero, periodo 2015?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

- **Analizar** la influencia del Marketing Bibliotecario en la calidad servicios bibliotecológicos infantiles, mediante un estudio bibliográfico, análisis estadístico y de campo, para diseñar un plan de diseño con enfoque a la aplicación de estrategias y actividades de promoción en la sala infantil.

Objetivos Específicos

- **Demostrar** la influencia del Marketing Bibliotecario en los servicios infantiles, mediante un estudio bibliográfico.
- **Analizar** la calidad de los servicios bibliotecológicos a través de encuestas a la comunidad y entrevista a los directivos.
- **Seleccionar** los aspectos más importantes para el diseño de un plan con enfoque a la aplicación de estrategias y actividades de promoción a la lectura en la sala infantil.

Interrogantes de la investigación

1. ¿Qué se entiende por Marketing?
2. ¿Cómo se aplica el Marketing a la Biblioteca?
3. ¿Cuál es la importancia del Marketing Bibliotecario en la sala infantil?
4. ¿Qué queremos conseguir con el Marketing Bibliotecario?
5. ¿Podemos aplicar técnicas de Marketing Bibliotecario a la Sala Infantil?
6. ¿Por qué se debe realizar un plan de Marketing Bibliotecario sobre los servicios que presta la sala infantil de la Biblioteca Pública Jaime Roldós Aguilera?
7. ¿Cómo el Marketing bibliotecario influye en los usuarios?
8. ¿En qué consiste la baja calidad de los servicios bibliotecológicos?
9. ¿Qué tipos de servicios y actividades tiene una sala infantil?
10. ¿Cuáles son los Servicios Bibliotecarios de una Biblioteca?
11. ¿Qué es una Biblioteca Pública?
12. ¿En qué consiste una sala infantil?

13. ¿Quiénes son los usuarios infantiles?
14. ¿Qué es un Bibliotecario y cuáles son las funciones del bibliotecario?
15. ¿Qué es difusión de Actividades?
16. ¿En qué consisten las actividades para fomentar la lectura en los niños y niñas?
17. ¿Qué es un Plan de Marketing bibliotecario?
18. ¿Qué actividades realizaremos en la sala infantil?

Justificación

En la actualidad la Sala Infantil Sala infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” presenta poca asistencia de los niños y niñas, por falta de una planificación y difusión del marketing bibliotecario de los servicios, actividades y programas infantiles, razón que nos motivó a ejecutar este proyecto.

El objetivo de este proyecto es por medio del marketing bibliotecario daremos a conocer los servicios y programas infantiles que ofrece para lograr que los niños de la comunidad Febres-Cordero asistan y salgan satisfechos con deseo de frecuentar la biblioteca.

Mejorar los servicios de acuerdo a las necesidades de los usuarios, crear nuevas actividades socio-culturales como: actividades para fomentar la lectura interiorizando nuevos conocimientos aumentando su léxico y creatividad e imaginación, formando usuarios lectores, críticos con una excelente cultura, Actividades Culturales, Actividades Recreativas de Arte y Actividad Social.

Con el avance de las nuevas tecnologías al mundo de la información bibliotecaria ha motivado a nuevas actividades y servicios, los usuarios infantiles al llegar a los colegios, no saben cómo buscar información, utilizar la biblioteca y los servicios que ofrece.

Este trabajo de investigación es factible porque a través de marketing bibliotecario vamos a identificar y satisfacer las necesidades de los usuarios infantiles, difundir de una forma atractiva los servicios y actividades que ofrece la sala infantil facilitando el acceso a la información de una manera ágil, eficaz y eficiente en la calidad de los servicios bibliotecológicos, mejorando su formación académica, social y cultural.

Lo relevante de esta propuesta es el Diseño de un Plan de Difusión de actividades con enfoque a la Sala Infantil daremos la solución a la problemática que es elevar la asistencia de los usuarios infantiles, participaran de las nuevas actividades, utilizarán los servicios.

De acuerdo con el SENPLADES en su Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017 Políticas y lineamiento Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la entidad nacional, las identidades

diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. Art. 5.1.d. Mejorar el acceso y la calidad de las bibliotecas.

Con la realización de este proyecto se beneficiaran las niñas, niños también adultos de la Comunidad Febres–Cordero, pues tendrán acceso a diferentes actividades, programas y servicios como son: los juegos recreativos, recursos didácticos, audiovisuales, la hora del cuento, préstamos de libros, préstamo de computadoras, motivando de esta manera a los niños asistir a la biblioteca.

El impacto social será despertar el interés de visitar frecuentemente la Sala Infantil en los niños y niñas del Sector Plan Piloto creando una relación armoniosa entre el profesional bibliotecario y usuarios infantiles.

Para realizar este proyecto de investigación hay el entusiasmo predisposición y la responsabilidad para resolver el problema expuesto se cuenta con el apoyo de la Sra. Directora de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldos Agulera” MSc. Lorena Yong Torres.

Por lo consiguiente se pretende promocionar y difundir los servicios y actividades en la sala infantil por medio del marketing bibliotecario.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del estudio

El presente trabajo tiene el sustento en investigaciones de los repositorios archivados en las Universidades del Ecuador como: Universidad Técnica de Ambato, Universidad Estatal de Bolívar y otras publicadas en el Internet destacando las siguientes que tienen relación con nuestro problema mencionado:

(Ibarra Galora Lorena, 2012), “El Marketing de servicios bibliotecario en la Biblioteca Raúl Cadena de la Facultad de Ciencias Administrativas. Introduce al concepto de marketing como un marco desde el que se trata de comprender temas actuales de gestión de bibliotecas”. El objetivo es comprender la necesidad de disponer de modo organizado de acuerdo a un plan, los elementos informativos, económicos, humanos y materiales que conforman la biblioteca como sistema. Universidad Técnica de Ambato.

(Armas Samuel, 2009), “La Planificación Estratégica como instrumento para mejorar la Calidad del Servicio en la Biblioteca de Ingeniería Civil de la Universidad Técnica de Ambato.” Cuyo objetivo es implementar una Plan Estratégico para la Biblioteca de la Facultad de Ingeniería Civil de la Universidad Técnica de Ambato. No consideran al auto sostenibilidad como un postulado para el desarrollo de procesos de mejora e innovación académica. Universidad Técnica de Ambato.

(García John, 2010) “La rentabilidad social del marketing bibliotecario en la Biblioteca Pública” Biblioteca de la Universidad Estatal de Bolívar. El objetivo de la investigación es la planificación y poner en marcha las diversas campañas de promoción y marketing bibliotecario.

Es necesario concientizar a la creciente sensibilización social que fue transmitiendo la biblioteca en su entorno: hacia sus diferentes tipos de usuarios, hacia sus propios responsables políticos y hacia su propio personal bibliotecario; todo ello en un firme compromiso en la lucha contra las desigualdades, las labores educativas y en asegurar el derecho a la información de toda la sociedad.

(Maldonado Luis, 2011), “Diseño de Estrategias de Marketing para el posicionamiento de la Universidad Nacional de Chimborazo – UNACH.” Donde se diseña estrategias de marketing para lograr el posicionamiento de la Universidad. Varias carreras presenciales y a distancia en Riobamba y otras ciudades del país, pero carece de un sistema de comunicación con el medio externo, porque mantiene una visión limitada del marketing sin tomar en cuenta el impacto del mercado sobre la oferta académica de la Universidad que requiere satisfacer las necesidades de sus clientes.

Bases Teóricas

Es el estudio profundo de las variables de la investigación que se plantean en el presente proyecto, esta fundamentación es direccionada con la investigación bibliográfica, la misma que nos ayuda a tomar conceptos sobre el tema.

Marketing

Definición

Entre las distintas definiciones que han hecho del concepto de Marketing podemos dar como válida la que propone, (Kotler Philip, 2010), “Marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando servicios con valor para ellos”. (p.43)

Según el autor el marketing es una estrategia para atraer clientes en el caso del proyecto atraer al usuario de los servicios bibliotecarios, es así que es un intercambio de servicios.

Para (Pujol, 2009), el marketing “Es un conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a las personas para que adquiera un determinado producto”. (p.197)

Por otra parte (Staton L, 2010) dice: “El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos, distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos. (p. 16)

(Mestre, 2010), Marketing es: “un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen ya la sociedad, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción por un servicio que la otra parte necesita” (p.96).

Resumiendo lo manifestado por los autores antes mencionados se podría manifestar que el Marketing es un sistema total de actividades que a través de la comercialización y distribución de un producto basado en el precio, promoción en un mercado busca satisfacer las necesidades de los clientes para que adquieran y sigan adquiriendo los productos y al mismo tiempo alcanzando los objetivos de la organización.

(William Stanton, 2009), define:

El marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (p. 107)

De acuerdo con el autor sobre la definición de marketing busca que el Cliente consuma los productos o servicios y satisfacer sus necesidades y así lograremos su lealtad.

Kloter/Armstrong (2013) determina que el:

“Proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para en reciprocidad, captar el valor de los clientes.”

Los clientes comparan el valor y la satisfacción que se les ofrece en el mercado, es muy importante crear buenas relaciones cuidando el valor del producto o servicios.

Marketing mix

(Rodríguez, 2011), define que es el:

“Conjunto de instrumentos controlables de marketing (Producto, precio, distribución y promoción) que la empresa combina para lograr sus objetivos de marketing”.

Las 4p herramientas muy importantes para el marketing.

Producto, precio, plaza, promoción.

Ilustración 3 - Las 4 P del marketing



- **Producto:** puede ser un servicio o producto, tratamos de satisfacer una determinada necesidad. En la biblioteca el producto son los libros el cual satisface la necesidad de información.
- **Precio:** Se refiere al valor del producto o servicio, este tiene que ser muy competitivo en el mercado.

- Plaza (en inglés” lugar): Puede ser un local donde pueda ofrecer los productos o servicios al consumidor.
- Promoción: Es presentar mi producto o servicio al cliente a su vez lo adquiera.

Proceso de marketing

Definición

Según (Mestre, 2010), en el párrafo anterior el proceso de marketing crea el valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los usuarios.

Existen cinco pasos para el proceso de marketing

1. Necesidades, deseos y demandas
2. Ofertas de mercados (productos, servicios y experiencias)
3. Valor y satisfacción
4. Intercambios y relaciones
5. Mercados

Ilustración 4 - Cinco pasos del proceso del marketing



Fuente: Fundamentos de Marketing Kotler/Armstrpng p. 6

El proceso de marketing involucra cuatro pasos característicos:

1. Identificar y analizar las oportunidades de mercado.
2. Segmentar y seleccionar los mercados objetivos.
3. Desarrollar una estrategia de mezcla de marketing.
4. Diseñar e implementar sistemas de control de gestión de marketing.

(Kotler Philip, 2010), Identificar y analizar las oportunidades de mercado constituye propiamente una parte de las fases de diseño de la estrategia de negocio y auditoría del desempeño, los otros pasos en el análisis son aspectos decisivos de la fase de integración. (p. 45)

A pesar del hecho la identificación y el análisis de las oportunidades de marketing se deben llevar a cabo en las primeras fases del proceso de planeación estratégica, vale la pena recapitular los puntos expuestos por el autor acerca de este primer paso en el contexto de su posición general.

(Kotler Philip, 2010) Hace una diferenciación importante entre oportunidades del entorno y organizacionales: “Las primeras se convierten en las últimas sólo cuando existe una correspondencia entre las oportunidades que la organización aprovecha y sus ventajas competitivas”. (p. 123).

En otras palabras, hallar oportunidades en el entorno que sean incompatibles con lo que la empresa hace mejor simplemente es una pérdida de tiempo; pero, si las ventajas competitivas de la compañía superan las de sus competidores, la empresa tendrá una ventaja diferencial sobre sus rivales.

Marketing Bibliotecario

Definición

(Magre A, 2009), define al marketing bibliotecario como “El conjunto de actividades que la biblioteca realiza, encaminadas a identificar las necesidades informativas de sus usuarios, para satisfacerlas de forma rentable, anticipándonos a ellas en la medida que sea posible”. (p. 112)

Sin embargo no todos los autores se encuentran de acuerdo con mirar a las Bibliotecas como una organización de servicio que requiera tener una perspectiva de marketing de servicios. Así tenemos el caso de (Walters, 2009), plantea que las bibliotecas son organizaciones de tipo tradicional, donde imperan prácticas y rutinas establecidas. (p. 28)

Por ello, la resistencia a los cambios se convierte en una actitud que afecta la incorporación de tendencias novedosas. Otro aspecto a considerar es que las bibliotecas identifican su naturaleza socio-cultural y educativa con una misión muy amplia con objetivos muy generales.

Estos macro objetivos en muchos casos redundan en una falta de concentración en sus verdaderas funciones, en los segmentos de usuarios estratégicos, atenta contra los principios segmentación de mercado y de gestión de la demanda. Se concluye que este autor refiere que las bibliotecas no conciben en su gestión, el concepto de competencia, siendo así, no se considera necesario el uso de estrategias de Marketing. Para otros autores el tema del marketing reviste una importancia especial en relación con los servicios públicos. Consideran que el marketing fue desarrollado para maximizar los beneficios.

(Klaassen, 2009), quien manifiesta:

Las técnicas del Marketing constituyen un instrumento idóneo para mejorar la imagen de la biblioteca y garantizar el mejor y mayor uso de sus prestaciones. Por lo que si bien no son abundantes y sistemáticos los ejemplos de marketing bibliotecario si es posible identificar actuaciones en este sentido. (p. 194)

Analizando el criterio de los dos autores anteriores, coincide con Klaassen, que se puede manifestar la importancia del Marketing en la gestión de las bibliotecas y se identifica en sus propias bases.

Una somera revisión a las cinco leyes de la Biblioteconomía definidas por (Ranganathan, 2010) permite corroborar este planteamiento.

Es posible identificar principios tales como la valoración de la relación entre la oferta y la demanda, la orientación al usuario y el principio de segmentación de mercados, las actividades de comunicación promocional, distribución e información y el reconocimiento de la importancia del entorno y de adaptación al mismo. (p. 35)

Además la influencia de gerencia en la gestión bibliotecaria ha supuesto también la incorporación del marketing que en esencia, supone la satisfacción de las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

En el caso de la biblioteca su aplicación implica que tiene que aprender a atraer y a mantener a sus clientes, imitando la forma en que el sector comercial lo hace sin renunciar a sus principios ni a sus valores como servicio público. Hay muchas formas de atender al usuario como cliente, cada biblioteca ha de buscar las que estén adaptadas a sus necesidades y recursos.

Servicios

Definición

(Castellanos, 2011), refiere:

Servicios, con origen en el término latino servitium, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena). (p. 74)

Podríamos decir que el servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.

(Berry Parusaraman Zeithaml, 2010), definen:

Servicio es el juicio que el cliente realiza acerca de la superioridad o excelencia global del producto, que la misma es una actitud, relacionada aunque no equivalente a la satisfacción y que se describe como el grado y dirección de las discrepancias entre las percepciones y las expectativas de los clientes. En el que se define la calidad de servicio como una función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado por la empresa. (p. 43)

Según el autor el servicio es lo que brinda la empresa o institución a la persona que lo solicita para la satisfacción de sus necesidades. También en el servicio se evalúa la calidad del mismo.

(Dib A, 2010) “Servicios es todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores”. (p.51).

Para el autor todo servicio es toda actividad cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes consumidores.

Otros autores definen a los servicios como medida de la calidad, puesto que, la calidad sea un concepto aún sin definir hay que añadirle la dificultad derivada de la naturaleza intangible de los servicios.

(Gronroos, 2009), "Aun así, la calidad se ha convertido en una pieza clave dentro del sector terciario y su búsqueda ha llevado a numerosos investigadores a desarrollar posibles definiciones y diseñar modelos sobre la misma". (p.15)

Teniendo en cuenta que el sistema de gestión se emplea para establecer la política y los objetivos de la empresa, se puede decir que el punto de partida de toda gestión de la calidad, consiste en captar las exigencias de los clientes y analizar la forma de corresponder con soluciones que respondan a sus necesidades mediante la distancia entre las expectativas del cliente con respecto al servicio y la percepción de éste. La calidad del servicio percibida por parte de los clientes se fundamenta en los siguientes atributos las grandes diferencias entre el bien y el servicio:

(Richard, 2010), manifiesta:

- 1. Cumplimiento de promesa.-** Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Aunque la entrega correcta y oportuna pueden parecer diferentes, los clientes mencionan que también tienen igual importancia pues, provocan su confianza o desconfianza hacia la empresa. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio. El cumplimiento de la promesa es uno de los dos factores más importantes que orilla a un cliente a volver a comprar en nuestra organización.
- 2. Competencia del personal.-** El cliente califica que tan competente es el empleado para atenderlo correctamente, si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que pida orientación.
- 3. Actitud de servicio.-** Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados, esto significa que no sienten la disposición de quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente. Este factor que más critican los clientes, e influyen para que vuelva a nuestra organización.
- 4. Empatía.-** Aunque la mayoría de las personas definen a la empatía como ponerse en los zapatos del cliente. (p. 241)

Según lo que refiere el autor la calidad del servicio depende de la eficiencia del personal que dé, al cliente quien solicita el servicio este debe ser oportuno y ágil para ganar confianza, caso contrario puede provocar desconfianza, la calidad de atención es lo que hace importante al servicio.

Otro factor es la opinión del cliente que hace que el servicio sea de calidad y que tenga la acogida necesaria para que regrese.

Marketing de Servicio

Definición

(Phillip, 2010), “Marketing de servicio es todo acto o función que puede ofrecer a otra, su producción puede o no vincularse a un producto físico y produce satisfacción. El producto es una serie de atributos tangibles o intangibles como son los servicios de las salas infantiles en una biblioteca, que son requeridas para satisfacer sus necesidades”. (p. 147)

Los servicios por otra parte, constituyen el conjunto de las actividades que se brindan para satisfacer las necesidades del cliente. Un servicio es un bien material o no material, que suele cumplir con características como la producción y el consumo

(Gualier H, 2010), explica:

El Marketing de Servicios, debe entenderse como una ampliación del concepto del marketing tradicional. Éste debe, por tanto reafirmar los procesos de intercambio entre consumidores y organizaciones con el objetivo final de satisfacer demandas y necesidades de los usuarios, pero en función de las características específicas del sector. Ejemplo de ello lo tenemos en los sectores de formación, seguros, turísticos, banca, juego, etc. Mercados que están tan avanzados con los bienes de consumo. (p.157)

Un servicio es cualquier acto o desempeño que una persona ofrece a otra y que en principio es intangible y tiene como resultado la transferencia de la propiedad. Sin embargo, existen otros mercados no tan maduros y que son los que determinan el grado de desarrollo de un país: marketing cultural, sector público, instituciones no lucrativas, social etc.

Para completar los criterios anteriores (Beckwith, 2010), considera que la mercadotécnica de servicios es “Construir una realidad mejor. Una realidad mejor en el servicio logrará que la mercadotecnia sea más sencilla, más barata y más redituable”. (p. 54)

El primer paso en la mercadotecnia de servicios es el servicio. Un servicio incluye la realización de un trabajo para el cliente. Este paga por obtener un servicio al igual que por adquirir un artículo. En las economías más industrializadas la mayor parte de la población trabaja en el sector, servicios y todo apunta a que esta tendencia seguirá así en el futuro.

Los compradores de productos y servicios actúan movidos por las mismas motivaciones básicas: seguridad, economía, confort. Las diferencias entre un mercado y otro son sólo de matices y diferencias operativas, no conceptuales. En consecuencia, las mismas técnicas que se utilizan para vender bebidas o automóviles pueden utilizarse para vender gestiones financieras, seguros, viajes, etc. El profesional del marketing debe ser consciente de que la utilización de las diferentes herramientas de trabajo debe ser acorde al mercado y sector en que se opere.

Estrategias del Servicio

Prioridades para la consecución de esta estrategia son:

- Hacer lo intangible tangible: Esto genera diferenciación en la medida en que el usuario del servicio puede asociar el bien tangible con el servicio prestado.
- Personalización del servicio: Una de las fuentes de diferenciación del servicio proviene de su adaptación a las necesidades o gustos del usuario del servicio.
- Reducción del riesgo percibido: Otra fuente de diferenciación es la imagen de confianza. Una manera de conseguir esta imagen se basa simplemente en informar al usuario sobre la evolución y el resultado del servicio.
- Formación del personal: Conlleva una mejora en la calidad de servicio que además, es una ventaja competitiva difícil de imitar.
- Control de calidad: Es uno de los grandes retos de la Gestión de la Calidad en las empresas de servicios consiste en disminuir la brecha existente entre las expectativas del usuario y el servicio finalmente prestado.
- Estrategias de enfoque: Consiste en la aplicación agregada de la estrategia de liderazgo en coste o diferenciación en un segmento particular de mercado. Esta estrategia consiste en dirigir los esfuerzos hacia la prestación del servicio a un determinado núcleo o mercado objetivo con unas necesidades específicas.

(Gronroos, 2009), expresa:

Se considera como una idea unificadora que orienta la atención de la gente de la organización, hacia las propiedades reales del cliente y focaliza a toda la organización. Es el resultado del pensamiento empresarial y toma en cuenta tres elementos: la investigación de mercado, la misión del negocio y los valores, principios y objetivos, los cuales se encuentran en los grandes propósitos organizacionales. (p. 145)

Se concibe también como la guía y el método de trabajo que la empresa utiliza para lograr sus propósitos.

Proporciona la dirección para lograr ventajas competitivas y se conecta con los sistemas y la gente; a través de ellos se implementa y se hace realidad la estrategia.

Plan de marketing

Según el autor Sande José (2012), considera que: “Plan de marketing es un documento formal en el que se estructura y detalla todo lo relacionado con la función de marketing de la empresa, análisis, planificación y ejecución”. (p.79)

Pasos para el Plan de marketing

Hay diferentes formas de elaborar los pasos para el plan de marketing, según Muñiz manifiesta que debe realizarlo de la siguiente forma:

El resumen ejecutivo. Un resumen de nivel alto del plan de mercadeo es como un todo y una paradoja en papel: esta es la última parte que debes escribir, pero la primera parte que debe de aparecer en tu reporte final.

El reto. Esta parte debe de contener una breve descripción del o los productos y/o las líneas de productos que la empresa ofrece.

Análisis situacional. Esta parte contiene la fotografía de tu empresa, tu base de usuarios y tu mercado en general.

Análisis de la empresa

Análisis del cliente

Análisis de la competencia

Análisis FODA

Segmentación de mercado: Cada mercado posee sus propios segmentos. Es importante entender los segmentos más importantes para tus productos, para que te permitan ajustar a los usuarios.

Estrategias alternas de mercadeo: Escribe detalles de cualquier alternativa que tú y tu equipo hayan considerado antes de determinar la estrategia actual. Esto puede incluir eliminar un producto o línea en particular, cambiar el precio de un producto o línea, etc.

Estrategia de mercadeo seleccionada: Explica la estrategia que han elegido y desarrollado con tu equipo. ¿Por qué eligieron esta estrategia? ¿Por qué sientes que es la mejor estrategia posible para el futuro cercano?

Proyecciones a corto y largo plazo. Esta parte debe de incluir un estimado de los ingresos y gastos, el análisis de punto de equilibrio y cualquier cambio o ajuste que creas que necesitarás hacer en el futuro.

La conclusión. Esta es una versión extendida del resumen ejecutivo. Debes incluir todas las cifras específicas (costos estimados, ingresos, ganancias, etc.

También puede reducir los pasos para crear un plan de marketing según (Berry Parusaraman Zeithaml, 2010):

1.- Recopila datos

Los datos no sólo engloban porcentajes o números de personas encuestadas, muestran que también actitudes y opiniones en torno a una industria o compañía. Para poder encaminar bien los esfuerzos de colocación del producto en el mercado, es necesario tomar en cuenta toda acción que sea visible y medible por parte del público.

2.- Analiza la información obtenida

Una vez que se recopilaron todos los datos es necesario que se traduzcan en información valiosa para poder hacer que una marca sea exitosa, una buena idea es encontrar las debilidades que hay en el mercado por medio de los resultados obtenidos, por ejemplo algo que no haya funcionado dentro de una industria. También sirve para conocer las áreas de oportunidad.

3.- Planifica

El momento de elaborar pasos destinados a un fin es el principal motivo de éste punto. Planificar será más fácil una vez que ya se recopiló información y se sabe cuáles son las deficiencias y oportunidades con las que cuenta una determinada industria. Es necesario que dentro de éste punto se elaboren metas y pasos a seguir en caso de que se incurra en un error.

4.- Trabajar en ello

Identifica la mejor manera de emprender un plan de marketing, es vital tener comunicación en diferentes direcciones, es decir de manera horizontal o vertical, entre distintos departamentos y puestos, todo con el fin de que no haya dudas en cuanto al funcionamiento de la empresa.

5.- Evalúa los resultados

Los resultados pueden reflejarse en el nivel de ingresos obtenidos y por supuesto, en la imagen que el consumidor tiene de la compañía. Gozar de una buena imagen ayuda a que las nuevas acciones tengan un mejor impacto en la industria y el público.

Plan de Marketing Bibliotecario

Definición:

(Tamayo, 2012), define: Plan de Marketing es la “Estructuración detallada de la estrategia y programas de marketing elegidos, que incluyen un conjunto de tácticas y acciones sucesivas y coordinadas destinadas a alcanzar unos objetivos comerciales definidos”.

La biblioteca debe conocer su clientela tanto real como potencial. Muchos bibliotecarios creen conocer la clientela real y fíjense que se usa el término "clientes" como equivalente, pero muy pocos conocen cuáles son sus usuarios potenciales. Ese mercado potencial es el que va a permitir estrategias de crecimiento, porque la biblioteca no debe quedarse conforme con servir a los usuarios reales ya que tiene además la misión de servir a otros mercados conformados por usuarios que no son los que van a la biblioteca.

Tiene la obligación de llegar más allá. Es una obligación social, especialmente en las bibliotecas públicas, atender a los usuarios que se acercan a la biblioteca y llegar a toda la gente que necesita los servicios bibliotecarios satisfaciendo sus necesidades. Para alcanzar este objetivo es indispensable utilizar una herramienta de marketing llamada Plan de Marketing en el cual se defina objetivo y acciones.

(Pujol, 2009), define:

El plan de marketing es un documento escrito en el que una forma sistemática y estructurada, y previa realización de los correspondientes análisis y estudios, se definen los objetivos a conseguir en un periodo de tiempo determinado, así como se detallan los programas y medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos enunciados. (p. 158)

El plan de marketing es una planificación que debe tener objetivos que puedan dar a conocer los servicios de la biblioteca y debe realizarlo en un tiempo determinado, con el fin de cumplir las metas trazadas.

Áreas prioritarias de acción del Plan de Marketing

Las áreas de actuación preferente serán las establecidas en el plan estratégico del plan de marketing:

1. Personas.
2. Organización y calidad.
3. Financiación e infraestructuras.
4. Servicios.
5. Biblioteca y sociedad.
6. Colecciones.
7. Patrimonio bibliográfico.

Estructura del plan de marketing

Lo concretamos en 7 apartados:

1. Dar publicidad de los objetivos y actividades de la biblioteca.
2. Publicitar el Catálogo y otros recursos informativos.
3. Proporcionar visibilidad a las colecciones y los recursos adquiridos.

4. Potenciar el valor agregado a los servicios que ofrece la biblioteca.
5. Conocer a los colectivos de usuarios y ayudarles en sus necesidades.
6. Difundir las actividades de los diferentes centros y servicios.
7. Formar al personal e implicarlo en las actividades de marketing.

Calidad de los Servicios Bibliotecológicos

(M^a Brugarolas, 2011), expresa:

Las bibliotecas evolucionan y tienen que adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios, pero esta resistencia al cambio y el no asumir el nuevo rol del bibliotecario de gestionar, perfeccionar y progresar como administrador de las unidades de información, impiden la mejora continua y la difusión de los servicios, acarreado la pérdida y/o poca captación de usuarios. (p. 71)

La escasa oferta en el mercado, de cursos de capacitación en el área de bibliotecología por parte de instituciones dedicadas a la formación del personal, incide en la desactualización de conocimientos en el personal que labora en la Dependencia, el mismo que sigue desempeñándose con viejas prácticas de trabajo y dando una imagen equivocada del rol del bibliotecario en la difusión y promoción del conocimiento y la información. Y obviamente limita también el desarrollo de conceptos importantes, como la utilización del marketing de servicios, herramienta fundamental para creación de valor agregado y la satisfacción al cliente.

Otro aspecto en la nueva visión de las Bibliotecas es que deben llegar al lector sin esperar a que éste sea quien las busque, tienen que motivar a sus usuarios a convertirse en investigadores y actor en su entorno social. En este contexto la inexistencia de un plan de marketing que oriente en la formulación de técnicas y estrategias que partiendo del análisis situacional proyecte programas auto sustentable e incluso eventos rentables, emprender proyectos que faciliten la difusión de la información y del conocimiento, llegando al cliente permitiendo la satisfacción del cliente bibliotecario.

Por último los recursos escasos que no permiten la iniciativa de emprender una campaña de difusión a través banners, trípticos, trípticos, folletería, internet captando usuarios en el uso de los servicios bibliotecarios y manejo de redes de información que permitiría el desarrollo continuo en el hábitos de lectura y búsqueda de información e investigación.

Biblioteca

Definición

Etimológicamente Biblioteca es de origen griego bibliothēke, compuesta del término biblion que significa libro o liber de library, y theke que significa armario, caja, lugar donde guardan libros.

(Merlo, 2009), “Se denomina biblioteca (al lugar físico destinado al almacenamiento de una gran cantidad de libros, de diversas temáticas, destinado al uso público o privado. Dicho lugar es un espacio cultural, en donde se promueve el conocimiento y el estudio como herramientas valiosas”. (Pág. 34)

Las bibliotecas contienen libros de diferentes temas para el uso de los usuarios, estos libros están clasificados y ordenados. Además debe tener un espacio destinado a la lectura.

(Gavilanes, 2009), define:

Por una biblioteca, generalmente se entiende un lugar en donde se almacenan libros que por su organización facilita la búsqueda de una información determinada. Este fácil acceso ha dado pie a que las bibliotecas se utilicen principalmente como un apoyo escolar, en donde los libros de texto son los más frecuentados. (p. 29)

Sin embargo, una biblioteca es más que esto es un espacio físico en donde los niños como los jóvenes y los adultos se acercan a los libros aprenden a querer la lectura. De esta manera deja de ser sólo una colección de libros que puede ayudar a resolver un problema escolar y se convierte en una posibilidad de desarrollo de la biblioteca y apoyo en lo académico.

Según American Library Association – ALA (1988), se define que Biblioteca es “una colección de material de información organizada para que pueda acceder a ella un grupo de usuarios. Tiene personal encargado de los servicios y programas relacionados con las necesidades de información de los lectores”.

(SETIÉN-QUESADA, 2007), manifiesta que la biblioteca colecciona información en diferentes soportes, para brindar un buen servicio a los usuarios.

Tipos de bibliotecas

Según su topología, la UNESCO clasifica a las bibliotecas de la siguiente forma:

- Bibliotecas Nacionales
- Bibliotecas Públicas
- Bibliotecas Universitarias
- Bibliotecas Escolares

La IFLA las divide en tres criterios profesionales:

- Bibliotecas generales de investigación
- Bibliotecas: nacionales, parlamentarias, y universitarias.
- Biblioteca especializadas:
Administración, Arte, Biomedicina, Sociales, Ciencia y Tecnología.
Ciencias de la vida y Salud, Geografía y mapas.
- Bibliotecas al servicio de público en general:
Bibliotecas Públicas, Bibliotecas en situación de discapacidad,
escolares, para ciegos, servicios bibliotecarios para poblaciones
multiculturales, metropolitanas y móviles.

Biblioteca Pública

Definición

La Biblioteca Pública, según IFLA (2001), Biblioteca Pública es una:

“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”.

Las bibliotecas son creadas para atender a toda clases de usuarios se dirigen en gran medida, al ciudadano. La UNESCO ha jugado un papel muy importante en su desarrollo. Su Manifiesto de 1994 establece que los servicios de la biblioteca pública se fundamentan en la igualdad de acceso para todas las personas, sin considerar edad, raza, sexo, religión, nacionalidad, idioma o condiciones sociales.

La Biblioteca pública, para cumplir sus funciones de forma satisfactoria, debe de poseer recursos apropiados, no sólo a su creación, sino también continuidad, para que pueda sostener y mejorar servicios que cubran las necesidades de la comunidad local. Es decir, que debe facilitar materiales en todos los formatos, actualizados periódicamente para satisfacer así las necesidades cambiantes de grupos y personas, con publicaciones recientes.

Asimismo, debe disponer de una cantidad adecuada de personal capacitado y actualizado en sus conocimientos que permita realizar cualquier tipo de prestación de servicios que se necesite para desempeñar su papel esencial en la comunidad.

Prioridades de las Bibliotecas públicas según Indica (Herrera & Pérez, 2005):

- > Apoyar el papel de las bibliotecas en la sociedad.
- > Promover la instrucción, la lectura y la investigación a lo largo de la vida.
- > Armonizar los derechos de la propiedad intelectual de los autores con las necesidades de los usuarios
- > Preservar el patrimonio intelectual
- > Promover estándares, pautas y mejores prácticas
- > Representar a la biblioteca en el mercado tecnológico
- > Defender el principio de libertad de información
- > Promover el acceso sin restricción a la información
- > Promover el intercambio de recursos
- > Promoción de los profesionales de las bibliotecas
- > Apoyo a la infraestructura de las asociaciones de bibliotecas”.

Las bibliotecas públicas brindan toda clase de información y conocimiento actualizado a sus usuarios, satisfaciendo sus necesidades investigativas.

(Richard J, 2010), define:

Una biblioteca pública es una biblioteca accesible para el público, sin distinción y que a menudo es administrada por funcionarios públicos y financiada con fondos públicos o estatales. Los usuarios de una biblioteca pública tienen acceso libre a las colecciones e instalaciones de ella, siempre que su fondo sea de carácter abierto. Además de existir, previa inscripción, un servicio de préstamo de libros a domicilio. (p. 143)

La biblioteca pública es considerada como parte básica y esencial para mantener a una población letrada y culta, además de un espacio democrático de información y comunicación para las comunidades en que se insertan. Además de libros, periódicos y revistas, la mayoría de las bibliotecas públicas actuales tienen una amplia muestra de otros medios de comunicación, entre los que se incluyen CD, software, cintas de vídeo, DVD e instalaciones y servicio de Internet.

“Crear y consolidar el hábito de la lectura en los niños desde los primeros años” (UNESCO, 2001)

Al proveer una gama de materiales, actividades y recursos, las bibliotecas públicas ofrecen a los niños la oportunidad de disfrutar la lectura, y adquirir nuevos conocimientos el cual permiten desarrollar su creatividad e imaginación

Finalidad de la Biblioteca Pública

(UNESCO): “La biblioteca pública, paso obligado del conocimiento, constituye un requisito básico de la educación permanente, las decisiones autónomas y el progreso cultural de la persona y los grupos sociales.”

(Manifiesto de la UNESCO en favor de las Bibliotecas Públicas, 2001). Los servicios que presta la Biblioteca pública se articularán en torno a los siguientes ofrece varios servicios relacionados con la información, la educación y la cultura:

- Crear y consolidar el hábito de la lectura con 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 y creativo;
- Estimular la imaginación y creatividad de los niños y jóvenes;
- Facilitar el acceso a la expresión cultural de todas las artes del espectáculo;
- Fomentar el diálogo intercultural y favorecer diversidad cultural;
- Garantizar a todos los ciudadanos el acceso a la información comunitaria.

Servicios que ofrece una Biblioteca Pública

- Sala de consulta en sala
- Sala de acceso a internet
- Servicios de información con medios impresos electrónicos.
- Préstamo interno de estantería abierta
- Préstamo a domicilio
- Orientación a los usuarios
- Programas y realización de actos culturales.
- Sala infantil

Biblioteca Infantil

Definición

Según la UNESCO Biblioteca infantil la define “Crear y consolidar el hábito de la lectura en los niños desde los primeros años” (UNESCO, 2001). Al proveer una gama de materiales, actividades y recursos, las bibliotecas públicas ofrecen a los niños la oportunidad de disfrutar la lectura, adquirieran nuevos conocimientos el cual permiten desarrollar su creatividad e imaginación.

(Dulce Elvira de los Santos, 2012) Define:

Es un espacio que presenta salas agradables, divertidas, con libros, historias, cuentos, concursos, talleres, películas, clubes de lectura, de escritura, de ilustradores, de cine y computadoras. Está diseñada para realizar una tarea escolar o perderse en los versos de un poema de amor o en una novela de aventura. (p. 58)

Las bibliotecas infantiles te ofrecen espacios diferenciados para que disfrute leyendo a tu manera, haciendo los deberes, viendo una película o jugando en el ordenador. En todos los servicios tendrás personal de la biblioteca para apoyarlo. El contacto a temprana edad los niños con los libros favorece la curiosidad y el gusto por la lectura.

Servicios de una biblioteca infantil

(Russo de Ludert G. y., 2011), La Organización de las Naciones Unidas (1989), “Un servicio bibliotecario organizado especialmente para la atención de lectores en edad preescolar y escolar, hasta los (12) años, aproximadamente.” (p. 21)

La Sala Infantil

Definición

Según la Biblioteca de México (2013) define:

“Es un moderno centro bibliográfico y recreativo para niños y niñas. Un espacio incluyente, generador de experiencias en el que está implícita la lectura, los libros, la expresión y la recreación”.

El autor considera que la sala infantil es un espacio adecuado para motivar y estimular la lectura en los niños de cuatro a doce años, la idea es que los niños sean tratados de manera acertada y se sientan a gusto en ambiente propicio para la lectura.

Ilustración 5 - Sala Infantil Ruth Garaicoa Soria de la Biblioteca de la Casa de la Cultura, Núcleo del Guayas



Fuente: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia Cindy

La sala infantil realiza actividades para incentivar la lectura, investigaciones actividades culturales y recreativas como: arte, dramatizaciones, juegos, películas, música, programas culturales, Día del libro, Día de la Biblioteca Pública, festivales.

Objetivos:

- Estimular hábitos de lectura desde temprana edad.
- Orientar al usuario infantil en la búsqueda de la información.
- Guiar en la selección de libros, recursos que ofrece la sala infantil.
- Fomentar la visita a la biblioteca.

Característica de una sala infantil

Es importante tener en presente estas características en una sala infantil, para brindar un servicio bibliotecológico de calidad a los usuarios infantiles.

- Una buena atención del bibliotecario al usuario para satisfacer las necesidades de investigación.
- Debe de llevar un registro de los materiales bibliográficos y no bibliográficos estos para realizar los respectivos informes estadísticos.
- Los espacios tiene que estar adecuado para cierta cantidad de lectores.
- El espacio físico debe ser limpio y cómodo estar acondicionado con los recursos necesarios para que el usuario este cómodo al realizar sus actividades.
- La decoración deberá tener colores brillantes, vivos que llamen la atención que transmitan alegría y confianza al niño durante el tiempo que se encuentra en sala.
- El ambiente acogedor, agradable y confiable.

- Los mobiliarios, estanterías, sillas, mesas, carro para transportar libros, archivador, carteleras, alfombras, recursos, juguetes debe estar acorde a las edades.
- Las actividades y programas se realizarán de acuerdo a las necesidades e intereses de los participantes.

La señalización

La señalización en la sala infantil y biblioteca es importante para que el usuario se pueda dirigir a diferentes espacios que tiene la biblioteca como sala de lectura, entrada, salida, además de los baños.

En la entrada del fondo bibliográfico tiene que estar colocado un banner con las diez divisiones principales del Sistema de Clasificación de Melvin Dewey

(Dewey SCDD, 2011), el número y con un diseño infantil de acuerdo a la materia.

Diez clases

100 Generalidades
200 Religión
300 Ciencias sociales y derecho
400 Lenguas
500 Ciencias puras
600 Tecnología (Ciencias aplicadas)
700 Arte
800 Literatura
900 Historia y Geografía en general

El libro

Definición

(R.A.E., 2011), define:

Conjunto de muchas hojas de papel u otro material semejante que, encuadernadas, forman un volumen. Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte. Voy a escribir un libro. La editorial presentará el atlas en forma de libro electrónico. Cada una de ciertas partes principales en que suelen dividirse las obras científicas o literarias, y los códigos y leyes de gran extensión. (p. 296)

A menudo un libro está compuesto de una cubierta que protege a las hojas, un lomo que reúne la encuadernación, anteportada, portada y contraportada, cuerpo de la obra constituido por hojas, prólogo o introducción, índice, capítulos y otros elementos complementarios.

Un libro puede ser científico, literario o lingüístico, de viaje, biográfico, de texto o estudio, de referencia o consulta como un diccionario y muchas otras variantes. Se puede hablar de libros prácticamente desde tiempos inmemoriales y a través de diversas técnicas de producción como las pinturas rupestres en el Paleolítico que “imprimían” sus memorias en la piedra.

(Martínez de Sousa, 2010), define:

Un libro es una obra (que puede ser manuscrita, impresa o pintada) dispuesta en hojas de papel encuadernadas y protegidas por una cubierta. En general, para ser considerado un libro, debe tener al menos 50 páginas, y puede estar distribuido en varios tomos o volúmenes. Se llama libro a una obra que trata sobre cualquier tema e incluso que no contiene palabras, sino sólo imágenes. (p. 112)

El libro es una obra que tiene contenidos para emitir un mensaje o idea instruir al lector, la calidad del mensaje debe ser coherente para poder ser entendido por el lector y el medio de transmitir el mensaje es la escritura.

Ilustración 6 - Textos infantiles



Fuente:<http://www.eluniverso.com/2007/04/02/0001/262/F48C9FD0068B4CE0918FAD0D814370C5.html>

Los libros ayudan a adquirir nuevos conocimientos, instruye, abrir un libro es entrar en un nuevo mundo. El libro provoca en los niños y niñas desarrollar su imaginación y creatividad en el cual desarrollan sus sentimientos, su léxico. Los niños que estén habituados con el contacto frecuente de libros desarrollaran destrezas para encontrar fácilmente la información que necesiten.

La Colección

(Luisa, 2010) Define:

“Es el conjunto de documentos que la Biblioteca pone a su disposición de los usuarios. Se trata fundamentalmente de libros, pero también de otros documentos como: publicaciones periódicas, folletos, manuscritos, música impresa.”

Una colección se caracteriza por una unidad de presentación material, a la vez que por cierta afinidad en los contenidos. En el plano material y si se trata de libros, se usan las mismas dimensiones, el mismo tipo de cubierta (tapas) y también el mismo tipo de lomo.

Entre las colecciones que están a disposición de los usuarios menores de 12 años, pueden acceder a la amplia gama de obras literarias e informativas entre las cuales tenemos:

- Cuentos
- Poesías
- Teatro
- Novelas
- Cómic
- Leyenda y mitologías
- Historietas

Literatura infantil

(Sánchez, 2010), Define:” La literatura infantil es un arte que recrea contenidos humanos profundos y esenciales; emociones y afectos primigenios; capacidades y talentos que abarcan percepciones, sentimientos, memoria, fantasía y la exploración de mundos ignotos”. (p. 142).

Es un arte que abarca campos del quehacer humano básicos y que tiene que ver de manera raigal con la cultura, la educación, la comunicación, la ciencia y lo más central de las humanidades, que asume la realidad, decanta la vida, recorre y traspasa la fantasía, toca y se introduce en lo eterno.

(Cervera, 2013), considera:

Devela, desentraña y debate artísticamente asuntos fundamentales del ser del hombre y de las cosas, de la naturaleza y de la vida, del cosmos y el destino, al mismo tiempo que remece, conmueve y transforma el alma escondida del ser del niño o de la persona humana que lee, al mismo tiempo que sublima y cambia la vida. (p. 73)

Busca reinventar el mundo en función de viejos y a la vez nuevos cariños e ilusiones. Permite que el niño se sitúe frente a la realidad con fascinación, lleno de encanto que los creadores arrancan al misterio como expresión de la vida con significados henchidos de valor y colmados de esperanzas.

Ya en otro plano u orden, hay una literatura en donde predomina lo lúdico, otra en donde se despliega lo fantástico, otra donde bulle lo humano en su dimensión social o colectiva. Hay una literatura que se complace en el ritmo del lenguaje, otra que se interesa más bien por el ámbito de las formas, otra que se sumerge en la materia de los sueños, y otra que se compromete con los problemas y dolores del mundo.

Característica de la literatura infantil:

Los temas; con los cuales se identifica el niño.

El lenguaje; asequible pero a la vez mágico.

La fantasía; que relumbra, hechiza y sorprende.

El humor; fino inteligente, ocurrente.

La aventura; que lucha por el anhelo de hacer un mundo mejor.

La esperanza; que sostiene y alienta la vida.

La Lectura

(Carvajal, 2013), define:

La lectura es uno de los proceso informativos, sociales, e históricos más importantes que la humanidad ha generado a partir del desarrollo del Lenguaje, como producto de la evolución y del trabajo, del idioma o lengua y del viento de la escritura en su configuración como organización social civilizada. (p. 152)

La lectura es un aprendizaje significativo en el desarrollo intelectual, imaginación y creatividad de los niños y niñas debemos de estimular el hábito de la lectura desde muy temprana edad, en futuro serán buenos lectores.

Ilustración 7 - Partes de un lector



Entre las partes de un lector están sus sentidos, ojos para ver lo importantes en las imágenes y en las palabras, una mente curiosa para pensar en las ideas de los libros, los oídos para escuchar lo que opinan de la lectura, la boca para leer como narrador de las historias, corazón para conectarse con la historia, manos para cuidar los libros que se utilizan y son fuentes de inspiración. En la lectura debe estar concentrado el lector y atento a todas las ideas que se encuentran en el texto.

Los padres son el ejemplo a seguir de sus hijos, los niños imitan la conducta de sus progenitores, si les gusta leer ellos también lo harán se va formando el hábito por la lectura, es importante que motivarlos y promoverlos a leer.

Los educadores y bibliotecarios son los llamados a promover e incentivar a leer desde muy pequeños: cuentos, revistas, poemas, rimas para que en el futuro sean lectores.

Las Bibliotecas realizan actividades, programas orientados a promover la lectura despertando el gusto por la lectura. Una forma de llamar su atención a la lectura es a través de los cuentos infantiles.

Los Cuentos

Definición

(R.A.E., 2011)

Cuento “proviene del latín, computus, esto quiere decir cuenta. Se entiende por cuento como el relato o narración, más bien corta, de un hecho que suele ser imaginario”. Los cuentos poseen un lenguaje claro, mejora la capacidad de comprensión lectora, desarrolla la creatividad, fantasía e imaginación en los niños, crean un mundo imaginario y lo pueden diferenciar de la realidad. A través de los cuentos los niños pueden mejorar la comunicación, relación afectiva entre padres e hijos, bibliotecario-usuario. (p. 127)

En los cuentos intervienen personajes buenos, bondadosos, bonitos, hermosos y los malos se describen como feos que asustan, cada uno desempeña una función específica, los personajes principales siempre tienen un problema que lo resuelven con ayuda de otros personajes.

Los cuentos clásicos son narraciones orales que pasan de generación a generación padres e hijos, abuelos-nietos, lo cuentan de forma oral y creativa entre los cuentos clásicos tenemos:

- Hansel y Gretel autores Hermanos Grimm.
- Piel de asno autor Charles Perrault.
- El soldadito de plomo escrito por hermanos Grimm.
- Pinocho escrito por Carlo Collodi.
- Platero y yo obra de Juan Ramón Jiménez.

Los cuentos populares, son cuentos que se conocen por todo el mundo su autor es anónimo, se narra de forma oral pero estos cuentos han sido recopilados en forma verbal por diferentes autores lo escriben a su versión como por ej.

- Blanca nieves y los siete enanitos.
- La ratita presumida.
- La bella durmiente.
- Pulgarcito.

Es importante elegir un cuento que despierte el interés del lector, hacerlo un hábito incrementara su léxico, desarrollara la comprensión lectora, imaginación, creatividad, inteligencia, aprendizaje, capacidad de concentración y a resolver problemas de su vida cotidiana.

Arte

Definición

(Definicion de, 2016) Considera:

El arte (del latín ars) es el concepto que engloba todas las reacciones realizadas por el ser humano para expresar una visión sensible acerca del mundo, ya sea real o imaginario. Mediante recursos plásticos, lingüísticos o sonoros, el arte permite expresar ideas, emociones, percepciones y sensaciones.

El niño se expresa sus sentimientos a través de diferentes elementos, en el cual desarrolla su creatividad e imaginación, potencializando su intelecto,

El juego

Definición

Hay que tener claro que el juego encierra un amplio conocimiento de lo que es compartir, descubrir y por qué no aprender a conocernos a través del juego. Es importante reconocer el gran valor de las técnicas lúdicas nos están dando a los docentes al momento de establecer la relación con los niños.

(Ernesto Yturralde, 2012) Comenta:

Los juegos pueden estar presentes en las diferentes etapas de los procesos de aprendizaje del ser humano. Es evidente el valor educativo, que el juego tiene en las etapas pre-escolares y en la escuela en general, pero muchos observadores han tardado en reconocer al juego como detonador del aprendizaje. Para muchos el jugar está ligado al ocio o equivale a perder el tiempo, y no están equivocados si en la aplicación del juego no hay estructura, sentido y contenido.

El niño a travez del juego disfruta, se divierte y aprende el ser humano siempre esta aprendiendo, en este largo proceso de aprender el juego es uno de los factores primordiales tanto para los niños como los adolescentes ya que asi va descubriendo su personalidad, su entorno y costumbres, lo ludico es amplio y complejo el concepto pues reimos, sentimos , incluso hasta lloramos . El juego es la manera de expresarce sin temores mostrar muchas habilidaes que tenemos dentro que la mayoría de veces no queremos expresar por temor.

El Juego Didáctico

(Schiller, 2010), define:

Es una técnica participativa de la enseñanza encaminada a desarrollar en los estudiantes métodos de dirección y conducta correcta, estimulando así la disciplina con un adecuado nivel de decisión y autodeterminación; es decir, no sólo propicia la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades, sino que además contribuye al logro de la motivación por la lectura o asignaturas. (p. 162)

Constituye una forma de trabajo docente que brinda una gran variedad de procedimientos para el entrenamiento de los estudiantes en la toma de decisiones para la solución de diversas problemáticas.

El juego es una actividad, naturalmente feliz, que desarrolla integralmente la personalidad del hombre, en particular su capacidad creadora. Como actividad pedagógica tiene un marcado carácter didáctico y cumple con los elementos intelectuales, prácticos, comunicativos y valorativos de manera lúdica. Para tener un criterio más profundo sobre el concepto de juego tomaremos uno de sus aspectos más importantes, su contribución al desarrollo de la capacidad creadora en los jugadores, toda vez que este influye directamente en sus componentes estructurales: intelectual-cognitivo, volitivo- conductual, afectivo-motivacional y las aptitudes.

(Lazarus, 2010), refiere:

En el intelectual-cognitivo: Se fomentan la observación, la atención, las capacidades lógicas, la fantasía, la imaginación, la iniciativa, la investigación científica, los conocimientos, las habilidades, los hábitos, el potencial creador, etc.

En el volitivo-conductual: Se desarrollan el espíritu crítico y autocrítico, la iniciativa, las actitudes, la disciplina, el respeto, la perseverancia, la tenacidad, la responsabilidad, la audacia, la puntualidad, la sistematicidad, la regularidad, el compañerismo, la cooperación, la lealtad, la seguridad en sí mismo, estimula la emulación fraternal, etc.

En el afectivo-motivacional: Se propicia la camaradería, el interés, el gusto por la actividad, el colectivismo, el espíritu de solidaridad, dar y recibir ayuda, etc. (p. 137)

Los juegos didácticos deben corresponderse con los objetivos, contenidos y métodos de enseñanza, adecuarse a las indicaciones, acerca de la evaluación y la organización escolar.

Es difícil limitar el juego a una definición, por lo que se intenta resaltar los criterios que permiten diferenciarlo de otras actividades. De manera general se analizó que el juego posee una gran importancia en la

vida de los niños, no sólo en su desarrollo psicomotor, sino también para su creatividad, en su aspecto cognitivo, en su desarrollo Socioemocional, en el manejo de normas, etc.

De manera específica se trató el tema del juego y el aprendizaje, demostrando que los niños aprenden jugando, y que es mucho más fácil entender el universo de los niños para poder llegar a ellos. Basándonos en la importancia de los aprendizajes significativos, podemos llegar a entender la gran importancia que tiene el juego para el desarrollo y logro de los mismos.

El juego es importante en la vida del niño, por medio del juego aprende, exploran, se divierten, desarrolla sus habilidades y destrezas.

Extensión Cultural

Definición

(Manuel Carrión, 2010), define:

La extensión o acción cultural es el conjunto de actividades encaminadas a insertar la biblioteca y sus fondos en la comunidad a la que sirve, con esto se pretende que ésta la conozca más y mejor, así como intentar llegar a aquellos que sus miembros que posiblemente nunca se conviertan en sus lectores, pero que sí pueden estar interesados en otras actividades que realice la biblioteca. En la extensión bibliotecarias las actividades iban encaminadas a una determinada tipología de usuarios. En la extensión cultural es toda la comunidad la destinataria de la misma. (p. 47)

Según el autor la extensión cultural son actividades que se realizan con la finalidad de hacer conocer la cultura de la comunidad, sus leyendas, costumbres y estas actividades se pueden promover en la biblioteca.

Los objetivos de las actividades serán dos:

- Conseguir que el espectador o visitante acabe utilizando otros servicios de la biblioteca.
- Llamar la atención del lector habitual hacia unos centros de interés que le habían pasado inadvertidos.

La finalidad última sería contribuir a reducir los desequilibrios culturales y educativos de los usuarios de la biblioteca y de la población de la comunidad en que se enclava, con lo cual se estará poniendo, también, las bases para el desarrollo de una sociedad más justa y armónica.

La clasificación de la extensión cultural se la puede agrupar en actividades realizadas:

1. Por medio de exposiciones, que pueden ser de dos tipos: exposiciones, documentales, ya que la mayoría del público que acude a la biblioteca lo hace en busca del documento que necesita para su estudio o trabajo. La biblioteca no debe detenerse ahí. Por eso se intenta llamar la atención del público sobre diferentes tipos de libros y documentos que la biblioteca tiene a su disposición presentando un número de ellos en forma de exposición.

En otras ocasiones se pueden hacer exposiciones sobre un tema, presentando libros, documentos, etc. Para fijar más la atención en lo expuesto se puede acompañar cada exposición de una guía de lectura sobre el tema.

2. Por medio de la palabra:

- Conferencias y coloquios, mesas redondas y debates propuestos por la biblioteca o en colaboración con otros centros o cediendo simplemente las instalaciones a otras entidades o instituciones que lo soliciten.
- Presentaciones de obras o de autores.
- Actividades para niños como teatro, marionetas, etc.
- Representaciones teatrales para jóvenes y adultos.
- Diversas actividades de animación a la lectura como: lecturas comentadas, teatro leído, lecturas poéticas, etc.

3. Por medio de materiales audiovisuales y de las nuevas tecnologías de la información:

- Proyecciones tanto de películas como de documentales para niños y mayores.
- Audiciones de música.
- Conciertos.
- Montajes de diapositivas.
- Videoconferencias.
- Chats.
- Foros de discusión.

4. A través de visitas escolares a los diferentes servicios de la biblioteca; sala de lectura, fonoteca, exposiciones, etc., que pueden acompañarse con una relación bibliográfica o guía de lectura.
5. Finalmente y dentro de esta sociedad que cada vez se va haciendo más plural y multicultural, la biblioteca puede llevar a cabo actividades de integración.

Además las minorías étnicas pueden enriquecer la vida de las comunidades conservando sus tradiciones culturales y continuando la práctica de sus propias costumbres. La biblioteca puede ayudar en ambos sentidos promoviendo las realizaciones y exhibiciones de su vida y cultura tradicionales.

Servicios bibliotecarios infantiles

El entorno del niño contribuye significativamente al desarrollo, o de habilidades previas a la lectura. Un entorno que estimule la lectura es aquel que dispone de materiales para leer. En todo el mundo las familias necesitan acceder a las herramientas disponibles en sus bibliotecas locales. Una temprana introducción a la biblioteca permitirá cierta desenvoltura, el deseo de solicitar ayuda, en un lugar donde buscar respuestas y aprender sobre los recursos y tecnologías aprovechables allí, en la biblioteca, o a través suyo.

(Guerra Pensado Adrian, 2012), define:

Un servicio bibliotecario organizado especialmente para la atención de lectores en edad preescolar y escolar, hasta los (12) año, aproximadamente. Enfatiza el derecho de cada niño y cada niña al desarrollo de sus potencialidades, derecho al acceso libre y gratuito a la información, los materiales y programas con igualdad de condiciones e independientemente de su edad, raza, sexo, religión, bagaje cultural y nacional, idioma, estatus social o habilidades y competencias personales. (p. 147)

La disponibilidad de servicios bibliotecarios para bebés y niños es importante de uno a tres años es crucial. Las investigaciones sobre el desarrollo temprano del cerebro han demostrado el inequívoco impacto que hablar, cantar y leer a los bebés puede tener en su adquisición del habla y del idioma. El entorno del niño contribuye significativamente al desarrollo, o de habilidades previas a la lectura. Un entorno que estimule la lectura es aquel que dispone de materiales para leer que los servicios bibliotecarios ofrecen a los usuarios infantiles desde edad temprana.

La Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño (1989).

Enfatiza el derecho de cada niño y cada niña al desarrollo de todas sus potencialidades, el derecho a disponer de acceso libre y gratuito a la información, los materiales y los programas, con igualdad de condiciones, independiente de su edad, raza, sexo, religión, bagaje cultural y nacional, idioma, estatus social o habilidades y competencias personales. La disponibilidad de servicios bibliotecarios para bebés y niños de uno a tres años es crucial. Las investigaciones sobre el desarrollo temprano del cerebro han demostrado el inequívoco impacto que hablar, cantar, y leer a los bebés puede ser en su adquisición del habla y del idioma. (2009).

En todo el mundo las familias necesitan acceder a las herramientas disponibles en sus bibliotecas locales. Una temprana introducción a la biblioteca permitirá cierta desenvoltura, el deseo de solicitar ayuda, en un lugar donde buscar respuestas y aprender sobre los recursos y tecnologías aprovechables allí, en la biblioteca, o a través suyo.

La sala infantil como la Biblioteca infantil, ofrece a sus usuarios infantiles: actividades, servicios y programas culturales de acuerdo a la edad de los niños.

Entre los servicios tenemos:

- Formación de usuarios
- Servicios de préstamo en sala infantil
- Servicio préstamo a domicilio
- Servicios de Internet

- Servicio de extensión cultural.
- Hora del cuento
- Exhibiciones bibliográficas

Formación de usuarios: El bibliotecario explica a los usuarios de forma breve y concisa como están ordenado el fondo bibliográfico, los reglamentos, uso de los materiales disponibles en las salas y biblioteca, para localizar texto solicitado por los niños que están a su disposición, los padres de familia se les presenta materiales relacionados con esa etapa de la vida.

Préstamo en sala infantil: Es un lugar tranquilo en que los usuarios infantiles tienen acceso al acervo bibliográfico para investigar, leer, este servicio permite la consulta de los materiales dentro de la sala, puede solicitar ayuda al bibliotecario, se prohíbe comida y bebidas, este servicio es gratuito.

Préstamo a domicilio: Servicio que permite la consulta de algunos materiales de la sala, fuera de la biblioteca. Disponible para los usuarios con credencial vigente de la biblioteca.

Servicios de información y referencia: por medio de este servicio los infantes pueden ubicar la información que necesitan de una forma rápida, el bibliotecario ayuda al usuario a encontrar los libros, recursos que estos requieren.

Servicio de Préstamo y reserva: Los usuarios infantiles tienen acceso a todos los materiales bibliográficos y no bibliográficos, material didáctico, a consultarlos y utilizarlos dentro de la sala infantil.

Acceso a internet: los niños pueden buscar información utilizando la tecnología adecuada para ellos.

Servicio de extensión cultural: los bibliotecarios organizan eventos como: presentación de libros, conferencias de un tema de interés para la comunidad, tertulias, etc., para que los usuarios tengan nociones de su cultura.

Exhibiciones bibliográficas, las cuales ofrecen opciones documentales en la sala

Hora del cuento, es una actividad que la realiza la Biblioteca Pública para incentivar a los niños a escuchar, comprender el mensaje del cuento. La narración oral del cuento es de poco tiempo donde todos los niños estén cómodos dispuesto a escuchar y aprender, el lugar no tiene que tener mesas ni silla un tapete es preferible para que estén cómodos.

La sala infantil realiza varias actividades para fomentar el hábito de la lectura entre estas tenemos:

- Animación a la lectura
- Club de lectura infantil
- La lectura dirigida
- Adivinanzas, rondas infantiles

Animación a la lectura: Esta actividad se realiza para fomentar el amor hacia la lectura, desarrollar sus destrezas de escuchar, comprender y retener el mensaje de lo que están escuchando, la biblioteca facilita los cuentos a sus usuarios.

Club de lectura infantil: Es la reunión de niños de determinada edad donde comparten, debaten, comentan acerca de autores, cuentos, se divierten y comparten sobre un libro que han leído. El objetivo de los clubes es fomentar el gusto por la lectura en los lectores.

Exposiciones de trabajo: se exhibirá el trabajo realizado por los niños esta actividad llamara la atención de los padres y al personal de la biblioteca, esta actividad se realiza con el objetivo de impulsar el desarrollo cultural.

Ilustración 8 - Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAC)



Las actividades recreativas: ayudan a los niños y niñas, a desarrollar la inteligencia, creatividad, mejorando sus relaciones sociales, entre las cuales tenemos:

- Expresión plástica
- Función de títeres
- Proyección de películas infantiles
- Dramatizaciones
- Música
- Actividades para Padres e hijos (Taller Cuéntame un cuento)
- Coreografías
- Cuidar a mi amigo “El libro”

Juegos lúdicos: El juego es muy importante en la vida del niño, por medio del juego se desarrollan habilidades para mejorar su coordinación psicomotriz y la motricidad gruesa y fina, desarrollo sensorial, ellos aprenden jugando por ej. El ajedrez, damas.

Programas: los programas estimulan la participación, integración de los usuarios infantiles a la vida social, la comunicación e intercambio de ideas pensamientos, criterios hacen que el infante se desarrolle integralmente como:

- Programa de visita: Se realiza un recorrido por toda la biblioteca y se explica a los usuarios sobre los reglamentos, servicios que ofrece.

El Bibliotecario

De acuerdo a (Díaz, 1990), "Es la descripción de las características que requiere un profesional para abarcar y solucionar necesidades".
(p. 142)

En SEDIC 2004, los bibliotecarios y documentalistas españoles acordaron que el profesional de la información debe reunir capacidades, aptitudes, comportamientos y características fundamentadas en unas competencias básicas que son:

Facilidad para tener o entablar relaciones con otras personas.

Saber buscar.

Saber analizar.

Saber comunicar (en el sentido de transmitir información) .

Saber gestionar (recursos, colecciones, etc.).

Saber organizar (sistemas, servicios, actividades, etc.).

(Cruz, 1998), "El gestor de información se ocupará de la planificación estratégica y la coordinación de todos los recursos relacionados con la información y participará en el diseño e implantación del sistema de información de la organización, a través de la coordinación de todos aquellos departamentos que manejan información" (p. 42).

Ilustración 9- Entrevista a la bibliotecaria. Marjorie Sala Infantil Ruth Garaicoa Soria de la Biblioteca de la Casa de la Cultura, Núcleo del Guayas



Fuente: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia

El bibliotecario a través del tiempo ha ido creciendo profesionalmente, su rol también ahora es un “Gestor de Información”, es el que organiza, analiza y difunde los servicios que brinda la biblioteca o Centro de Información, además ayuda a desarrollar las habilidades de búsqueda de información y manejo de nuevas tecnologías a sus usuarios.

La Biblioteca Pública debe de contar con un profesional Bibliotecario Capacitado de cumplir y satisfacer al usuario y cumplir su rol de bibliotecario en la sala infantil.

Recomendaciones:

- Tener un lenguaje apropiado, sencillo para la atención del usuario infantil.
- Debe de tener conocimientos de psicología y pedagogía.
- Obtener conocimientos sobre el proceso técnico del fondo bibliográfico.
- Tenga la capacidad de crear, organizar, planificar actividades para la lectura, actividades y programas culturales para los niños.

- Tener un carácter amable, paciente, sociable para crear una buena relación entre los usuarios infantiles – bibliotecario, que tenga iniciativa y amor por los niños.
- De relacionarse con la literatura infantil que hay en la sala infantil sean estos cuentos, poemas, adivinanzas, rimas.
- El bibliotecario tendrá que capacitarse para poder orientar al usuario que tenga alguna discapacidad.

Usuario de la Información

Según el artículo publicado en Ecured (2016) lo define “Persona, grupo o entidad que utiliza la información, o los servicios de información”.

Los usuarios de la información son todas las personas que utilizan la información o sus servicios.

Diseño de un Plan de difusión de actividades

(Allepuz Ros T., 2010), manifiesta:

Un programa de marketing debe empezar siempre con una buena planificación. No es suficiente ofrecer un servicio básico, sino que debe ser de calidad, y la calidad empieza en la planificación. La planificación del marketing se presenta como una herramienta que engloba un ciclo cerrado, comenzando siempre por la realización de estudios de mercado (documentar la situación de partida en la que se encuentra la biblioteca), establecimiento de unos objetivos, ejecución de las decisiones y una fase final de evaluación, relacionando siempre el análisis y el plan de acción con los resultados obtenidos. (p. 6-8)

La implantación del plan debe ser una labor lenta y cuidadosa, con el fin de evitar fracasos y sorpresas desagradables. No debemos iniciar la acción sólo a partir de las necesidades detectadas, tenemos que anticiparnos a la demanda e imaginar previsiones, alterando en las ocasiones que sea necesario aquellos aspectos que en un principio eran válidos pero que ya no lo son.

Estudio del Mercado

Antes de elaborar y difundir los servicios productos, debemos estudiar a los usuarios, en la comunidad educativa hay una gran diferencia de intereses, niveles de conocimiento, demanda de información, servicios entre estudiantes de diferentes niveles de estudio, incluso diferencia de necesidades e intereses.

(Davara Rodríguez Y., 2010), manifiesta:

Los estudios de mercado constituyen la herramienta fundamental sobre la que se asienta cualquier actividad de marketing y son imprescindibles para el conocimiento de la realidad de la biblioteca. A través de los estudios de mercado, se obtiene información sobre lo que los clientes reales y potenciales piensan y opinan sobre los servicios que la biblioteca ofrece, además de detectar sus expectativas, usos, valoraciones y la imagen que debe transmitir. (p. 152)

La imagen que tienen los servicios no tiene por qué coincidir con la de los clientes o quizá que estamos ofreciendo un servicio de calidad y la realidad no es esa. Por eso, hay que analizar el entorno, los servicios e incluso analizar los clientes, y ver si la prestación de servicios se adecua a la demanda del cliente y por tanto son de calidad.

Sólo a través de este conocimiento se pueden tomar decisiones. El estudio del mercado lo realizan con los siguientes fines:

- Conocimiento de los clientes, tipología, segmentos, clientes reales y potenciales, etc.
- Detectar las necesidades informativas de los clientes y su grado de satisfacción con el producto que le ofrecemos.

- Ver el conocimiento que tiene el cliente de los servicios generales y específicos y de los productos que ofrece.
- Detectar que servicios son más importantes para el cliente, cuáles inciden más en sus necesidades, si hemos de ofrecer más o menos servicios, así como los que se tienen que crear o suprimir.
- Conocer la imagen que tienen los clientes de la biblioteca y de los servicios que se ofrecen.

La difusión

La Biblioteca ofrece muchos más servicios de los que conocen los clientes. No basta con tener buenos servicios si no los sabemos comunicar, por ello tenemos la obligación de informar sobre los servicios que ofrecen. En un proceso de difusión de servicios debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Hacer publicidad únicamente de los servicios que realmente estén seguros de su buen funcionamiento. No deben difundir servicios que no sean de calidad.
- Tener claro el segmento y tipo de cliente al que dirigimos la publicidad.
- No deben difundir servicios que no tengan clara su continuidad o que en un momento determinado no se van a poder mantener.
- La difusión de servicios siempre debe enfocarla a incrementar el consumo de los productos y a mejorar la imagen.

En la mayoría de los casos no va a contar con un departamento de marketing propio, por lo tanto debe ser el propio personal de la biblioteca el que gestione de forma adecuada las vías de comunicación y difusión de

forma creativa, con imaginación y gran conocimiento de los productos y servicios que ofrece, intentando dar a conocer los cambios y mejoras y consiguiendo la máxima receptividad de los clientes. En este sentido, cabe decir que es importante que se impartan cursos de formación por especialistas sobre técnicas de promoción y marketing para todo el personal bibliotecario.

(Fernández, 2010), define:

Difusión es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín diffusio, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje. La difusión puede tener alcances de pequeña o gran escala, y tener consecuencias menos o más graves. Ejemplo del primer caso sería el siguiente: “La maestra me retó, y pronto lo que hice tuvo difusión por todo el colegio”, y del segundo: “El virus tuvo una amplia difusión, y ya alcanzó nivel mundial”. (p. 102)

La Biblioteca debe publicar y comunicar los servicios bibliotecarios a través de materiales, actividades informativas y promocionales, sin olvidar que la actividad diaria, el contacto directo con el público, forma parte en sí del proceso comunicativo.

Se debe establecer un proceso de comunicación eficaz, eligiendo el mensaje, soporte y canal adecuados en función del receptor y según las características del segmento con el que estén trabajando. La oferta se tiene que dar a conocer estimulando la demanda, proporcionando al cliente información completa y lo más relevante posible.

Para difundir nuestros servicios, actividades y programas podemos utilizar los diferentes recursos como: carteleros, boletines, trípticos, camisetas, llaveros, volantes, tableros, campañas de publicidad.

Recursos en la Red

Dentro de los recursos en la red encontramos:

Web 2.0, Marketing 2.0 y Biblioteca 2.0.

WEB 2.0

Definición

Según Alejandro Moreno (2016) define:

La Web 2.0 es un nuevo escenario de trabajo o de ocio, donde los medios, las herramientas, y los servicios son los principales componentes. La Web 2.0 significa una evolución de la Web, pero desde el individuo, como los usuario de internet, donde se reconfigura la disponibilidad de los recursos, las interacciones, creando redes sociales.

Las 4 Cs de la Web 2.0 son: Compartir, comunicar, conversar y cooperar, donde el usuario puede crear, difundir y comparte contenidos con otros usuarios. El usuario personaliza los contenidos según sus necesidades y forma parte de una red social con mucha posibilidad para el marketing viral.

Marketing 2.0

Definición

(Bruques, 2009) En la obra Marketing 2.0 El nuevo marketing en la Web de las redes Sociales determina que “Se trata de marketing dirigido a grandes masas, mediante el cual las acciones de marketing se dirigen a cada usuario particular ofreciéndole información personalizada y de su interés ello lo lleva a cabo utilizando las nuevas tecnologías e internet”.

El marketing 2.0 toma herramientas que ofrece la Web 2.0 para promocionar los productos y servicios que necesita difundir.

Herramientas del Marketing 2.0

Las herramientas del marketing 2.0 son:

- Redes Sociales: Permite a las personas que intercambien información en subgrupo en la web, generado por una lista de contactos.
- E-mailings: Se envían correos electrónicos masivos personalizados difundiendo productos o servicios.
- Blogs: Sitio Web que es actualizado cronológicamente con información realizada por uno o varios autores sobre uno o varios temas de interés.

Biblioteca 2.0

Paúl Miller determina que:

“Web 2.0 + Biblioteca= Biblioteca 2.0”

Según (Didac, 2007) Define:

“Biblioteca 2.0 es la aplicación de las tecnologías y actitudes de Web 2.0 a las colecciones y los servicios bibliotecarios.”

La Biblioteca 2.0 aplica las herramientas de la web 2.0 para difundir los servicios que la Biblioteca ofrece y para interactuar con sus usuarios.

Fundamentación Epistemológica

En la mayoría de los textos la palabra epistemología se encuentra relacionada como aquella ciencia, o parte de la ciencia encargada de la teoría del conocimiento; caso de (Tamayo Tamayo, 2009), que, al citar a Aristóteles, la reconoce como la “Ciencia que tiene por objeto conocer las cosas en su esencia y en sus causas”. (Pág. 127).

Según el autor indica que la epistemología es una ciencia que tiene como finalidad el conocimiento, el porqué de las cosas y sus propiedades. Por tanto se reconoce a la epistemología como la teoría del conocimiento.

Para (Piaget, 1997), La epistemología "Es el estudio del pasaje de los estados de menor conocimiento a los estados de un conocimiento más avanzado, preguntándose Piaget, por el cómo conoce el sujeto (como se pasa de un nivel de conocimiento a otro); la pregunta es más por el proceso y no por lo "qué es" el conocimiento en sí" (Pág. 147)

Para la ejecución de la presente investigación se aplicará el paradigma crítico propositivo, por las siguientes razones: ontológica y epistemológica. Responde a una fundamentación ontológica porque en las Bibliotecas tiene plena conciencia de que las exigencias del usuario son cambiantes, es un público exigente y selectivo por lo que no puede permanecer estática en la prestación de servicios.

Se basa en la a fundamentación epistemológica porque tiene como necesidad el conocer nuevas teorías como los elementos que integran el plan de marketing para poder proyectarse de manera científica en la prestación de servicio a sus usuarios. Separar los valores como: honestidad, responsabilidad, disciplina y profesionalismo, entre el investigador y el trabajo de investigación, es imposible por lo que debe existir una fundamentación axiológica, considerada relevantes en el tema

de estudio que es el marketing y que se verá reflejada en la presentación de solución al problema.

Se cumple con la fundamentación metodológica, pues el éxito del trabajo investigativo se alcanzará, con un modelo, que vaya acorde a los requerimientos de la dependencia, apoyado siempre en las exigencias de sus usuarios y los objetivos planteados, para la atención de las bibliotecas al servicio de los habitantes de un país. Se considera con todo lo expuesto que la epistemología produce en el ámbito personal, cotidiano y ámbito científico, donde proliferan distintas corrientes y sistemas de pensamiento que resultan ser, en definitiva, formas de ver el mundo.

Fundamentación filosófica

El proyecto se fundamenta en el modelo ecológico que propone Bronfenbrenner del desarrollo humano, quien supone:

(Bronfenbrenner, 2005), considera:

La progresiva acomodación mutua entre un ser humano activo, que está en proceso de desarrollo, por un lado, y por el otro las propiedades cambiantes de los entornos inmediatos en los que esa persona en desarrollo vive. Acomodación mutua que se va produciendo a través de un proceso continuo que también se ve afectado por las relaciones que se establecen entre los distintos entornos en los que participa la persona en desarrollo y los contextos más grandes en los que esos entornos están incluidos. (Pág. 162)

El autor resalta varios aspectos. En primer lugar, señala que hemos de entender a la persona no sólo como un ente sobre el que repercute el ambiente, sino como una entidad en desarrollo y dinámica, que va implicándose progresivamente en el ambiente y por ello influyendo también e incluso reestructurando el medio en el que vive.

Precisamente por ello, como se requiere de una acomodación mutua entre el ambiente y la persona, Bronfenbrenner señala que la interacción entre ambos es bidireccional, su reciprocidad. Por último, señala que el concepto de “ambiente” es en sí mismo complejo, ya que se extiende más

allá del entorno inmediato para abarcar las interconexiones entre distintos entornos y la influencias que sobre ellos se ejercen desde entornos más amplios.

Por ello, concibe el ambiente ecológico como una disposición seriada de estructuras concéntricas, en la que cada una está contenida en la siguiente. Concretamente, Bronfenbrenner postula cuatro niveles o sistemas que operarían en concierto para afectar directa e indirectamente sobre el desarrollo del niño:

(Bronfenbrenner, 2005), refiere:

- Microsistema:** corresponde al patrón de actividades, roles y relaciones interpersonales que la persona en desarrollo experimenta en un entorno determinado en el que participa.
- Mesosistema:** comprende las interrelaciones de dos o más entornos (microsistemas) en los que la persona en desarrollo participa (por ejemplo, para un niño, las relaciones entre el hogar, la escuela y el grupo de pares del barrio; para un adulto, entre la familia, el trabajo y la vida social).
- Exosistema:** se refiere a los propios entornos (uno o más) en los que la persona en desarrollo no está incluida directamente, pero en los que se producen hechos que afectan a lo que ocurre en los entornos en los que la persona sí está incluida (para el niño, podría ser el lugar de trabajo de los padres, la clase del hermano mayor, el círculo de amigos de los padres, las propuestas del centro educativo, etc).
- Macrosistema:** se refiere a los marcos culturales o ideológicos que afectan o pueden afectar transversalmente a los sistemas de menor orden (micro-, meso-y exo-) y que les confiere a estos una cierta uniformidad, en forma y contenido, y a la vez una cierta diferencia con respecto a otros entornos influidos por otros marcos culturales o ideológicos diferentes.

Desde el punto de vista del modelo ecológico, la evolución del niño se entiende como un proceso de diferenciación progresiva de las actividades que éste realiza y de las interacciones que mantiene con el ambiente. Se resalta la importancia de las interacciones y transacciones que se establecen entre el niño y los elementos de su entorno, empezando por los padres y los iguales. De acuerdo con estas ideas, al analizar el desarrollo del niño, no podemos mirar sólo su comportamiento de forma aislada, o como fruto exclusivo de su maduración, sino siempre en relación al ambiente en el que el niño se desarrolla y de ahí la importancia

del aporte de los servicios bibliotecario para el desarrollo personal y cognitivo del niño.

El Materialismo Dialectico, es una concepción filosófica científica del mundo, fue creado por Marx y Engels. Surgió en la década de 1840 y se ha desarrollado en indisoluble conexión con los resultados de la ciencia y la práctica del movimiento obrero revolucionario.

El Materialismo Dialectico tiene como piedra angular la teoría relativa a la naturaleza material del mundo, al hecho de que en el mundo no existe nada al margen de la materia y las leyes de su nacimiento y cambio. Es enemigo de todas las representaciones acerca de las esencias sobrenaturales, pues la naturaleza se desarrolla y alcanza sus formas superiores, no en fuerzas de la más allá, sino por las causas dadas en ella misma, en sus leyes.

El Materialismo Dialectico constituye una ciencia en desarrollo, con cada descubrimiento científico y con el cambio positivo de las formas de la vida social, al tener la oportunidad de promover los servicios de la Biblioteca Pública para el futuro. Constituye la base filosófica del programa, del marketing publicitarios.

Esta corriente filosófica fundamenta el presente proyecto debido a que el proceso de aprendizaje, los docentes y los estudiantes aprenden por medio de las experiencia y la situación que se da con los usuarios de las bibliotecas infantiles es algo que se lo vive muy a menudo en las instituciones educativas.

Fundamentación pedagógica

El presente trabajo asume como sustento pedagógico a la Pedagogía Crítica, la cual presenta como paradigma el compromiso político que tiene la educación; la participación consciente del individuo en la sociedad mediante la practica critica; el vínculo entre teoría y práctica, discurso y realidad, en la necesidad de la educación popular y una escuela antiautoritaria y liberadora que represente a los sectores desposeídos y a las minorías sociales marginadas.

(Carranza Adriana, 2011), define:

La pedagogía crítica es una propuesta de enseñanza que intenta ayudar a los estudiantes a cuestionar además de desafiar la dominación, las creencias y prácticas que la generan. En otras palabras, es una teoría y práctica en la que los estudiantes alcanzan un pensamiento crítico. P.136)

Se asocian a este enfoque las pedagogías autogestionarias, liberadoras, antiautoritarias, no directivas, sociales, antropológicas, de la cultura, hermenéuticas, humanistas que se centra en el individuo y en la educación, como debiera ser en su dimensión axiológica, cultural, y liberadora. Aunque su procedencia filosófica puede ir desde el humanismo marxista hasta neokantiano.

Defienden el vínculo de la institución educativa con la comunidad, la utilización de las bibliotecas públicas y el servicio que ellas ofrecer a la comunidad infantil, las mismas que involucran al sujeto en el ámbito emocional, afectivo e ideológico y enseñan a construir un modo de vida colectivista, solidaria que le permita ser útil a los demás. Así mismo, ha de ser emancipadora, liberar las conciencias del yugo irracional, acientífico, constituyendo un proceso de transformación, renovación y reconstrucción social.

Han sido criticadas por sus posturas anti escolarizadas, su anti cientificismo, sus serias limitaciones desde el punto teórico y metodológico, su ambigüedad ideológica y su criticismo extremo. Sin embargo posee muchas potencialidades para transformar la escuela en Latinoamérica, desarrollándose inclusive como modelo educativo para el tercer mundo. Y especialmente por sus vínculos históricos.

Fundamentación psicológica

El modelo de funcionamiento cognitivo propuesto por Gardner implicaría que un mismo niño y niña podría presentar niveles y rendimientos diferentes en diferentes áreas de inteligencia y que una persona podría ser muy habilidosa en un campo en concreto si este se potencia y entrena.

(Garden, 1995), considera:

Apuntó que la escuela tradicional está centrada en el desarrollo de conocimientos agrupados en el área del lenguaje, el procesamiento fonológico y el razonamiento lógico-matemático y se olvida que se puede instruir y procesar la información por distintos canales como: el aprendizaje sensorial, el aprendizaje musical, el aprendizaje por modelado, el aprendizaje basado en la interacción social, el aprendizaje mediante vías estimulables sensitivas, el autoconocimiento, etc.

Por tanto, aquellos niños con dificultades en el área del lenguaje, de la lectoescritura o del razonamiento lógico-numérico tendrían más dificultades de alcanzar aprendizajes globales mediante estas vías de enseñanza tradicionales.

Fundamentación Legal

La ejecución de la presente investigación legalmente se fundamenta en la Constitución Política del Ecuador.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)

Art. 26: La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Sección V

CULTURA

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales, y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 378.- El sistema nacional de cultura estará integrado por todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema.

Las entidades culturales que reciban fondos públicos estarán sujetas a control y rendición de cuentas.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través del órgano competente, con respeto a la libertad de creación y expresión, a la interculturalidad y a la diversidad; será de la gestión y promoción de la cultura, así como la formulación e implementación de la política nacional en este campo.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas, y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

De acuerdo con el (SENPLADES, 2013-2017) en su **Plan Nacional del Buen Vivir**, debemos tomar en cuenta los siguientes objetivos:

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades potenciales de la ciudadanía.

Políticas y lineamientos.

4.3 Promover espacios no formales y de educación permanente para el intercambio de concomimientos y saberes para la sociedad aprendiente.

a. Democratizar el acceso al conocimiento, fortaleciendo los acervos de datos, la información científica y de los saberes diversos en todos sus formatos, desde espacios, físicos y virtuales de libre acceso, reproducción y circulación en red, que favorezcan el aprendizaje y el intercambio de conocimientos.

b. Promover los hábitos y espacios de lectoescritura fuera de las actividades escolarizadas, con énfasis en niños, niñas y adolescentes, como un mecanismo cultural de transmisión y generación de conocimientos en los hogares, espacios públicos y redes de lecturas familiares y comunitarias.

f. Generar espacios de encuentro, de intercambio de conocimientos y saberes y de aprendizaje intergeneracional en diversas áreas, para la realización personal.

g. Difundir métodos de enseñanza y establecer mecanismos que permitan fortalecer el rol de los hogares como espacios de aprendizaje holístico.

Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Políticas y lineamientos

5.1 Promover la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público para la construcción de relaciones sociales solidarias entre diversos.

c. Ampliar los Centros Interculturales Comunitarios hacia un sistema desconcentrado de bibliotecas públicas, videotecas y centro de interpretación de la memoria y el patrimonio social.

- d. Mejorar el acceso y la calidad de las bibliotecas.
- e. Potenciar actividades comunitarias artísticas, educativas y culturales en las bibliotecas

5.2 Preservar, valorar, fomentar y resignificar las diversas memorias colectivas e individuales y democratizar su acceso y difusión.

h. Articular la Red nacional de museos, sitios arqueológicos, bibliotecas, archivos y diferentes repositorios de la memoria social, para garantizar la circulación y acceso a las diversas memorias colectivas, asegurando la participación de las comunidades locales.

Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI)

Art. 36.- De la relación con los gobiernos autónomos municipales.- Sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la República, las leyes y , en particular, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización son responsabilidades de los gobiernos autónomos municipales, en relación con los centros educativos, los siguientes:

- i. Dar mantenimiento a redes de Bibliotecas, hemerotecas y centro de información, cultura y arte vinculadas con las necesidades del sistema educativo.

CAPÍTULO III

MEDOLOGÍA, PROCESO, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Diseño Metodológico

Para realizar la investigación, elaboración y ejecución de este proyecto educativo, la metodología escogida está enmarcada dentro de la modalidad cuantitativa y cualitativa, ya que con las características del problema y objetivos descritos en el estudio, es un proyecto factible, apoyado por una investigación de campo, con respecto al tema del marketing bibliotecario en calidad de los servicios bibliotecológicos infantiles.

La investigación cualitativa trata de estudiar las características de la problemática planteada, donde no tienen que ver ningún resultado numérico, mientras que la investigación cuantitativa va a medir los resultados realizados en la encuesta.

El desarrollo de la investigación corresponde a la modalidad de proyecto factible o de intervención, ya que comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta que corresponde a una guía metodológica con enfoque a la difusión de las actividades y programas para niños y niñas, en la Biblioteca Jaime Roldós Aguilera.

Proyecto Factible

Es el que permite la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible, cuyo propósito es satisfacer una necesidad o solucionar un problema. Los proyectos factibles se deben elaborar al responder a una necesidad específica y ofrecer soluciones de manera metodológicas.

(Barros L, 2010), considera:

Dentro de la investigación educativa los proyectos factibles son conocidos con el nombre de investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales. (p. 7).

Los proyectos factibles representan un conjunto coherente de operaciones y acciones que permiten investigar y modificar una situación educativa en un contexto determinado, para mejorar sus condiciones y la de la población donde interviene.

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es una amplia búsqueda de información determinada, que debe realizarse de un modo sistemático pero no analiza los problemas que esto implica.

La investigación bibliográfica constituyen una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además que constituyen una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que está proporcionada al conocimiento de las investigaciones ya existentes, teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver.

Investigación de Campo

La investigación de campo es aquella que permite al investigador extraer los datos de la realidad, mediante técnicas de recolección de datos, con el fin de alcanzar los objetivos planteados en su trabajo. La investigación es de campo porque se realiza en el mismo sitio del problema que es la Biblioteca Jaime Roldós Aguilera.

(Sabino L, 2009), define: “La investigación de campo corresponde al tipo de diseño de investigación, se basa en investigaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador coleccionarse de las condiciones reales en las que se han conseguido los datos”. (p. 15).

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosas controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular.

Tipos de investigación

La investigación se caracteriza por toda aquella búsqueda o estudio de algún fenómeno de forma sistematizada a través de un método. En pocas palabras y terminologías estándares de los diccionarios académicos califican este término como buscar e indagar. En el proyecto se utilizarán los siguientes tipos de investigación: Explorativa, explicativa, descriptiva.

Investigación Explorativa

La investigación exploratoria es apropiada en las etapas iniciales ya que está diseñada para obtener un análisis preliminar de la situación que ahorra así tiempo y dinero.

(Hernández, 2010), expresa: “Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de desatacar los aspectos fundamentales que una problemática determina y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior”.

Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.

Según este tipo de investigación según Chano Ibarra (2011), “Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad.”

Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.

Investigación Explicativa

La investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicar su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.

Lo que se explica: se deduce de un conjunto de premisas compuesto por leyes, generalizaciones y otros enunciados que expresen regularidades que tienen que acontecer. En este sentido, la explicación es siempre una deducción de una teoría que contiene afirmaciones que explican hechos particulares.

(Altamirano M, 2010),

Es la explicación que trata de descubrir, establecer y explicar las relaciones causalmente funcionales que existen entre las variables estudiadas, y sirve para explicar, cómo, cuándo, dónde y por qué ocurre un fenómeno social. (p. 135).

Investigación Descriptiva

(Abdino P, 2009), señala:

Investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objeto, procesos y personas.

Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. En este caso del proyecto el marketing bibliotecario y la calidad de los servicios bibliotecológicos.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Es necesario acotar que cuando se define a la población de manera vaga no es posible saber cuáles son las unidades que deberán ser consideradas al seleccionar la muestra, por consiguiente se hace necesario, precisar, antes de delimitar la muestra, las unidades de estudio que conforman a la población o universo de investigación. La población en esta investigación se estratificó en: Director, Docentes y estudiantes de la Biblioteca Jaime Roldós Aguilera.

(Balestrini, 2009), define:

La población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación. Es el conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes. (p. 122).

Una población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto el conjunto de elementos que posea estas características se denomina población o universo, donde las unidades dan origen a los datos de la investigación.

Cuadro N° 2 - Población Biblioteca "Jaime Roldós Aguilera"

N°	Estratos	Población
1	Director	1
2	Docentes	5
3	Estudiantes	30
4	Padres de familia	28
	Total	64

Fuente: Biblioteca Jaime Roldós Aguilera

Elaborado: Juan Carlos Calderón – Cindy Mateo

Muestra

Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla. Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos. Según (Hernández L, 2009), “La muestra es, un subgrupo de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características a los que llamamos población”. (Pág. 65)

Cuadro N° 3 - Muestra Jaime Roldós Aguilera

N°	Estratos	Población
1	Director	1
2	Docentes	5
3	Estudiantes	30
4	Padres de familia	28
	Total	64

Fuente: Biblioteca Jaime Roldós Aguilera

Elaborado: Juan Carlos Calderón – Cindy Mateo

Cuadro N^a 4 - Cuadro de Operalización de las Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	BIBLIOGRAFÍA
VARIABLE INDEPENDIENTE <u>INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO</u>	Marketing	Definición Marketing Mix	Kotler Philip. (2010). <i>Marketing y Publicidad</i> . España: Ediciones Paidós
		Proceso de marketing	Mestre, M. S. (2010). <i>Marketing</i> . México: Editorial Trillas.
	Marketing Bibliotecario	Definición	Klaassen. (2009). <i>Técnicas de marketing</i> (Vol. I). México.
	Servicios	Definición	Castellanos, C. (2011). <i>Marketing de servicio</i> . Argentina: Editorial Prado.
	Marketing de Servicio	Definición	Phillip. (2010). <i>Marketing de servicio</i> . España: Editorial Moreta.
		Estrategias del Servicio	Gronroos. (2009). <i>Los servicios</i> . España: Ediciones Moreta.
	Plan de marketing	Definición	Sande, J. (01 de 10 de 2012). <i>Empresa e iniciativa emprendedora</i> . Obtenido de http://www.librosdetextogratis.com/
		Pasos para el marketing	Berry Parusaraman Zeithaml. (2010). <i>Consumidores del servicio</i> (10ma edición ed.). Madrid: Editorial Grecia.
	Plan de marketing Bibliotecario	Definición	Unesco. (04 de 2001). Obtenido de http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf
	Calidad de los Servicios Bibliotecológicos	Definición	M ^a Brugarolas. (2011). Plan de servicios publicitario para las bibliotecas. México: Editorial Trillas.
VARIABLE	Biblioteca	Definición Tipos de bibliotecas	Merlo, V. (2009). Bibliotecas Públicas. España: Ediciones Madrid.
	Biblioteca Pública	Definición Servicios de una biblioteca infantil. Finalidad de la Biblioteca Pública	IFLA, U. (Abril de 2001). IFLA. Recuperado el 03 de 10 de 2015, de Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo: http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf
	Biblioteca Infantil	Definición Objetivos	Dulce Elvira de los Santos. (2012). Cultural y Actividades Biblioteca Infantil y Juvenil República Dominicana. República Dominicana:

DEPENDIENTE <u>CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES</u>			Editorial Prado.
	La Sala Infantil	Definición	Russo de Ludert, G. P. (1989). http://unesdoc.unesco.org/ . Recuperado el 25 de 11 de 2015, de
		Característica de una sala infantil	http://unesdoc.unesco.org/imagenes/0008/000854/085486sb.pdf
	El libro	Definición	R.A.E. (2011). Diccionario.
	La Colección	Definición	Luisa, O. O. (2010). <i>Reflexiones sobre el concepto de Biblioteca</i> . Obtenido de Sánchez, D. (2010). Literatura Infantil
	Literatura infantil	Definición	sanchez
	La Lectura	Definición	Carvajal. (13 de 08 de 2013). <i>La Lectura</i> . Obtenido de http://www.lizardo-carvajal.com/que-es-la-lectura/
	Los Cuentos	Definición	R.A.E. (2011). Colección de libros
	Arte	Definición	Definicion de. (2016). <i>Definición de arte</i> . Obtenido de http://definicion.de/arte/
	El juego	Definición	Ernesto Yturralde. (2012). www.ludica.org . Obtenido de http://www.ludica.org/
	El juego Didáctico	Definición	Schiller, F. v. (2010). <i>Teoría de las necesidades</i> . España: Ediciones Moreta.
	Extensión Cultural	Definición	Ernesto Yturralde. (2012). www.ludica.org . Obtenido de http://www.ludica.org/ Schiller, F. v. (2010). <i>Teoría de las necesidades</i> . España: Ediciones Moreta.
	Servicios bibliotecarios infantiles	Definición	Guerra Pensado Adrian. (2012). <i>Servicios bibliotecario</i> . México: Editorial Trillas.
		servicios	Russo de Ludert, G. y. (2011). Servicios bibliotecarios.
	El Bibliotecario	Definición	Díaz, F. (1990). <i>La Biblioteca</i> .
	Usuario	Definición	Ecured. (1 de 03 de 2016). Obtenido de http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed:Art%C3%ADculos_certificados
	Diseño de un Plan de Difusión de Actividades	Definición	Allepuz Ros T. (2010). <i>Marketing, calidad y servicios de información</i> . México:

<u>DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL.</u>			Information World en Español
	Estudio del Mercado	Definición	Davara Rodríguez Y. (2010). <i>Estrategias de comunicación en marketing</i> . (Vol. II). Madrid: Dossat.
	La Difusión	Definición	Fernández. (2010). <i>Difusion de la informacion</i> . México: Editorial Trillas.
		Web 2.0	Alejandro, M. (2016). Obtenido de http://alejandro-ivan-moreno-mejia.wikispaces.com/Definici%C3%B3n+WEB+2.0
		Marketing 2.0	Bruques, M. y. (2009). <i>Marketing 2.0 El nuevo Marketing en laa Web de las Redes Sociales</i> . Madrid: RA-MA.
		Biblioteca 2.0	Didac, M. (2007). Obtenido de http://es.slideshare.net/dmargax/unidad-3a-concepto-de-biblioteca-20-presentation?next_slideshow=1

Métodos de la investigación

Método Científico

Es un conjunto de procedimientos sistematizados que el investigador utiliza para descubrir y enriquecer las ciencias. A través de este método se ha descubierto la verdad científica del trabajo realizado cumpliendo todas las etapas de este método.

Método Inductivo

Proceso de razonamiento lógico en el que partiendo de la observación de los casos particulares. Establece comparaciones de características, propiedades y relaciones funcionales de diferentes facetas de los objetos del conocimiento. Se abstrae se generaliza y se llega al establecimiento de reglas y leyes científicas.

Método Deductivo

Proceso que permite presentar conceptos, principios, reglas, definiciones, afirmaciones, fórmulas. Se analiza, sintetiza, compara, generaliza y demuestra. Este método va de lo general a lo particular, para este trabajo se ha utilizado la deducción como un procedimiento metodológico fundamental. Este método se relaciona con la investigación porque nos permite a partir de una teoría general explicar hechos y fenómenos que están ocurriendo en esta comunidad por la falta del Marketing Bibliotecario para promocionar los servicios de la Biblioteca.

Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Como instrumento de la investigación para la realización de este proyecto investigativo se ha utilizado la encuesta con la finalidad de obtener información clara para alcanzar nuestro objetivo a través de las preguntas formuladas que nos permita obtener información.

Observación

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; se aplicó la observación al problema que afecta a la Biblioteca Jaime Roldós, para recopilar datos, obtener información de los niños y niñas si conocen sobre los servicios que ofrece la sala infantil.

Libreta de Apuntes

Sirve para anotar datos importantes para la investigación y desarrollo de la propuesta.

Textos

Son instrumentos utilizados en la investigación teórica científica, metodológica que forma parte marco teórico, para el desarrollo del proyecto y la propuesta del mismo.

Fichas

Es un instrumento que nos permite registrar por escrito, tanto los datos de identificación como las ideas que nos proporcionan las diferentes fuentes de información, consiste en recopilar datos que nos facilite la ordenación de la misma dando facilidades, agilidad y control de calidad.

Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entrega a los sujetos, afín de que las contesten igualmente por escrito. Es impersonal por que el cuestionario no lleva el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos. Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

(Lazarsfeld Paul, 2010), define:

La encuesta es un método de recolección de información, que por medio de un cuestionario, recoge las actitudes, opiniones u otros datos de una población, tratando diversos temas de interés. Las encuestas son aplicadas a una muestra de la población objeto de estudio, con el fin de inferir y concluir con respecto a la población completa (p. 29)

Es preferible redactar las preguntas de forma ágil y sencilla para facilitar la tabulación, el análisis y la interpretación de la muestra de la población encontrada.

Análisis e Interpretación de Datos

Este proyecto educativo con el tema “INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”, ZONA 8, DISTRITO 4. PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL está fundamentado en la investigación que se realizó en el Sector Plan Piloto para comprobar si ellos conocen los servicios y actividades que brinda la Sala Infantil. Se realizó una encuesta a los infantes, Padres de familia, para el análisis e interpretación de datos utilizamos cuestionarios los resultados adquiridos lo representamos en tablas, gráficos, realizando un comentario de ello.

Este análisis es favorable para la realización de nuestro tema propuesto que se basa en difundir de las nuevas actividades para los usuarios infantiles.

Al comprobar que ellos desconocen esta información, buscamos la forma de gestionar eficazmente la publicidad de los servicios por medio de herramientas del marketing para así llamar la atención de la comunidad infantil del sector para que se interese por la sala infantil y sus servicios, satisfaciendo las necesidades informativas, lectoras y socioculturales en los usuarios. Estas actividades permitirán desarrollar las competencias básicas en los usuarios infantiles, aprovecharán los recursos didácticos, el espacio dinámico que la Biblioteca ofrece.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”, ZONA 8, DISTRITO 4, PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL,

PREGUNTA N° 1: Edad del usuario

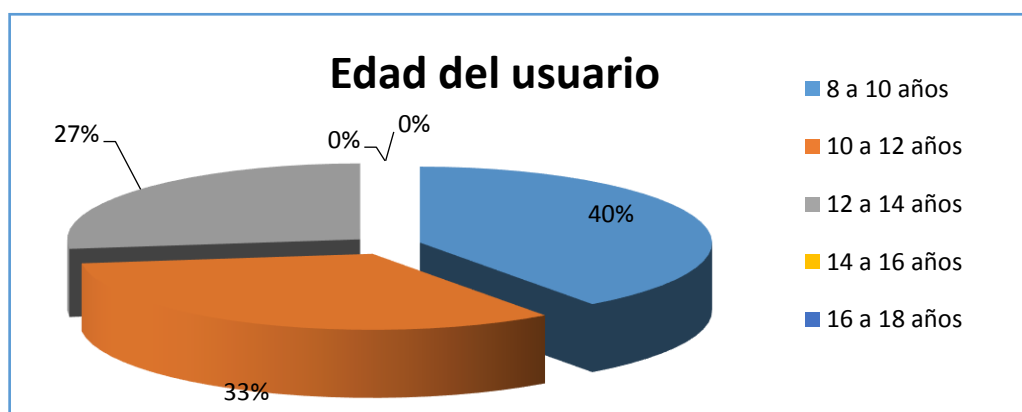
Tabla 1- Edad del usuario

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Item 1	8 a 10 años	12	40%
	10 a 12 años	10	33%
	12 a 14 años	8	27%
	14 a 16 años	0	0%
	16 a 18 años	0	0%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 1 - Edad del usuario



Fuente: Encuesta a usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 1 y gráfico N° 1, el 40% de los encuestados la edad del usuario es de 8 a 10 años, el 33% corresponde a niños de 10 a 12 años, mientras que el 27% de los usuarios corresponde a estudiantes de 12 a 14 años de edad.

PREGUNTA N° 2: Género del usuario

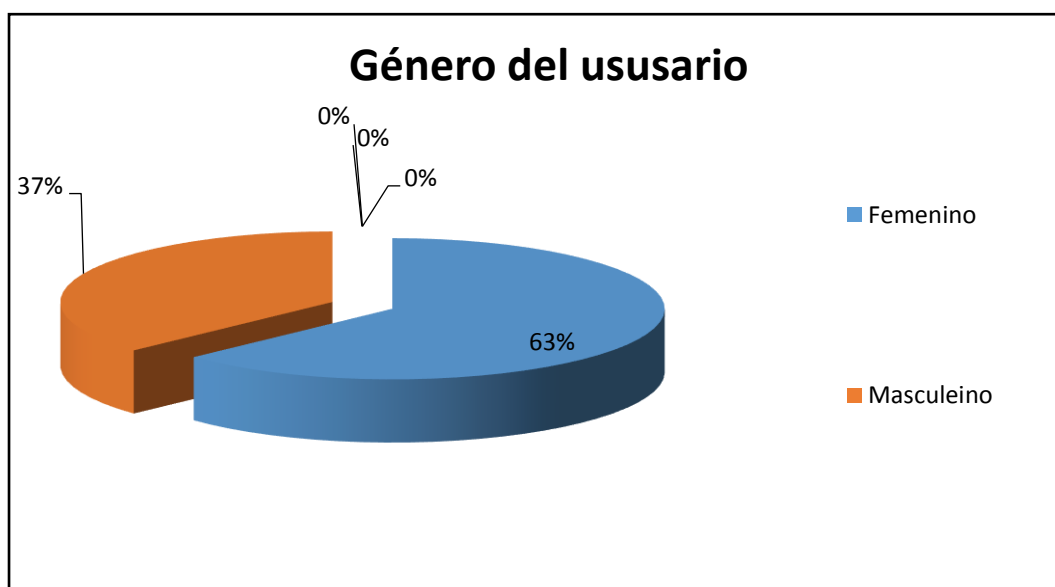
Tabla 2- Género del usuario

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 2	Femenino	19	63%
	Masculino	11	37%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 2 - Género del usuario



Fuente: Encuesta a usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 2 y gráfico N° 2, el 63% de los encuestados contestaron que son del sexo femenino, mientras que el 37% son de sexo masculino

PREGUNTA N° 3: Nivel de educación del usuario

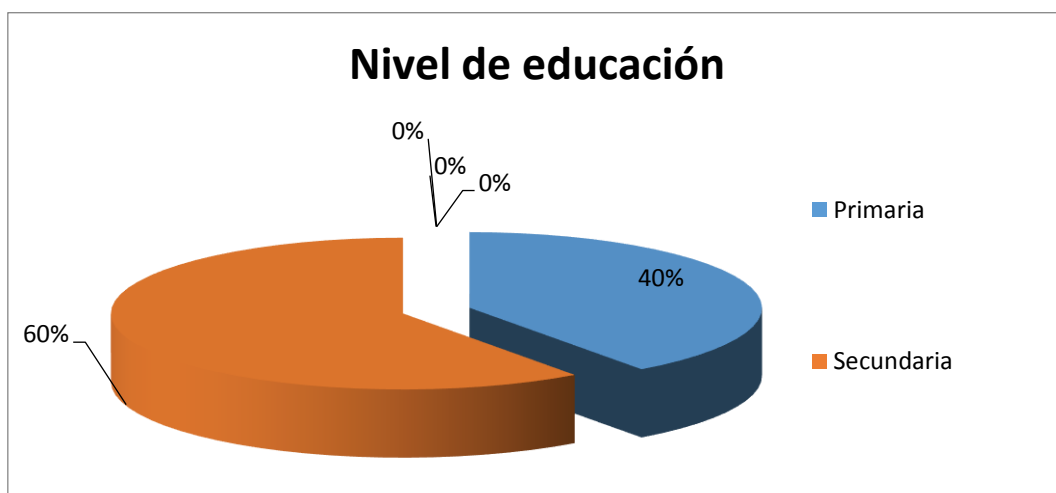
Tabla 3 - Nivel de educación

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 3	Primaria	12	40%
	Secundaria	18	60%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 3 - Nivel de educación



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 3 y gráfico N° 3, el 60% de los encuestados respondieron que tienen el nivel de educación secundaria y el 40% pertenecen a la primaria.

PREGUNTA N° 4: ¿Cuándo vas a la Biblioteca visitas la sección infantil?

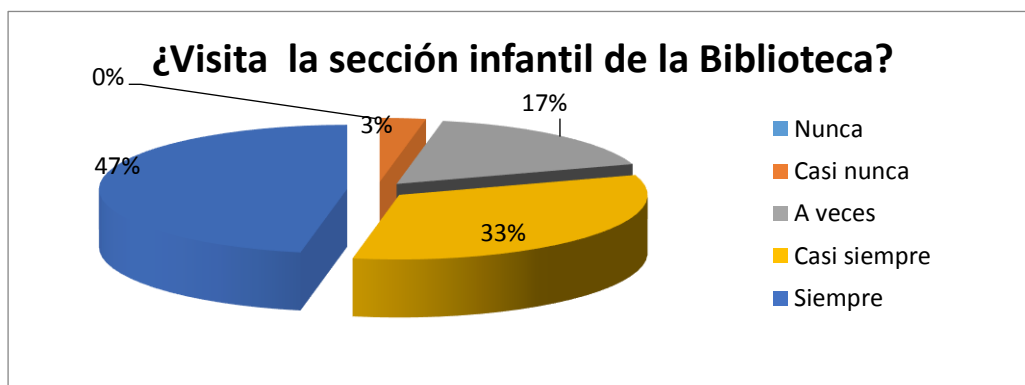
Tabla 4 - ¿Visitas la sección infantil de la Biblioteca?

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 4	Nunca	0	0%
	Casi nunca	1	3%
	A veces	5	17%
	Casi siempre	10	33%
	Siempre	14	47%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 4 - ¿Visitas la sección infantil de la Biblioteca?



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 4 y gráfico N° 4, el 47% de los encuestados contestaron que siempre van a la biblioteca y visitan la sección infantil, el 33% casi siempre, 17% a veces, mientras que el 3% casi nunca.

PREGUNTA N° 5: ¿Te gusta que la sala infantil promocioe actividades por medio de la publicidad?

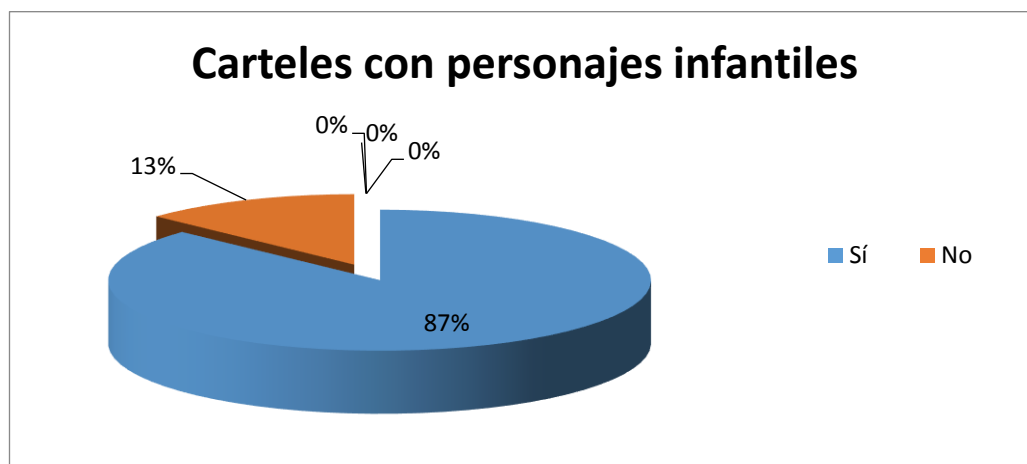
Tabla 5 - Promocionar actividades por medio de la publicidad

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 5	Sí	26	87%
	No	4	13%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 5 - Promocionar actividades por medio de la publicidad



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 5 y gráfico N° 5, el 87% de los encuestados contestaron que sí, le gustaría que la biblioteca promocioe actividades por medio de la publicidad, mientras que el 13% contestó que no.

PREGUNTA N° 6: ¿En la sala infantil hay personajes animados?

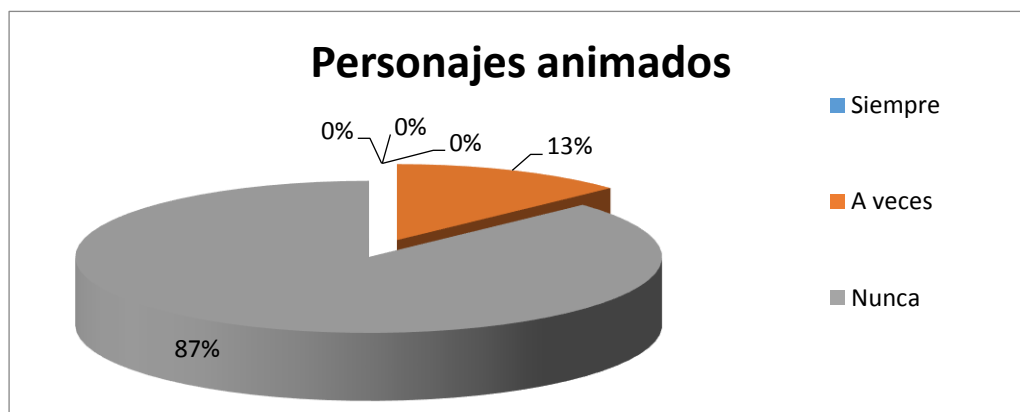
Tabla 6 - Personajes animados

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 6	Siempre	0	0%
	A veces	4	13%
	Nunca	26	87%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 6 - Personajes animados



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 6 y gráfico N° 6, el 87% de los encuestados manifestaron que nunca encuentran personajes animados en la biblioteca, mientras que el 13% contestó que a veces.

PREGUNTA N° 7: ¿Te gustaría que en la sala infantil cuenten cuentos imitando las voces de los personajes?

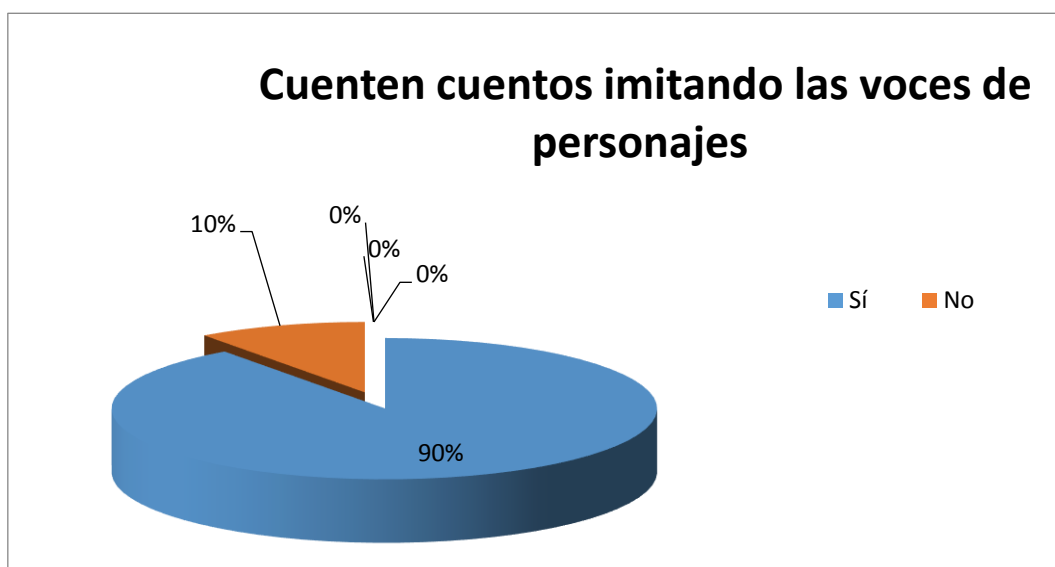
Tabla 7- Cuenten cuentos imitando las voces de personajes

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 7	Si	27	90%
	No	3	10%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 7- Cuenten cuentos imitando las voces de personajes



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 7 y gráfico N° 7, el 90% de los encuestados contestaron que sí, que le gustaría en la sala infantil cuenten cuentos imitando las voces de los personajes, mientras el 10% respondieron que no.

PREGUNTA N° 8: ¿Qué es lo que más te gusta de la sala infantil?

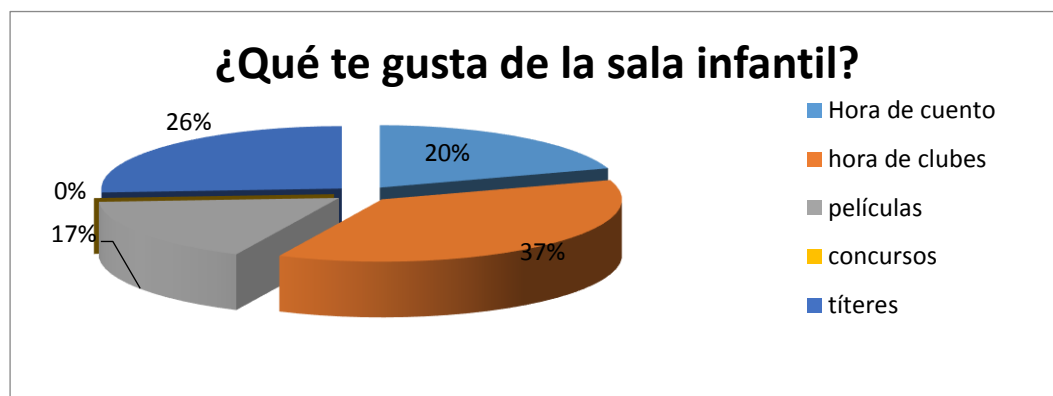
Tabla 8- ¿Qué te gusta de la sala infantil?

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 8	Hora de cuento	6	20%
	Hora de clubes	11	37%
	Películas	5	17%
	Concursos animados	0	0%
	Funciones de títeres	8	26%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 8- ¿Qué te gusta de la sala infantil?



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 8 y gráfico N° 8, el 37% de los encuestados respondieron que les gusta la hora de clubes, el 26% funciones de títeres, el 20% hora de cuento mientras que el 17% la hora de cuento.

PREGUNTA N° 9: ¿Crees que a la sala infantil de la biblioteca le haga falta?

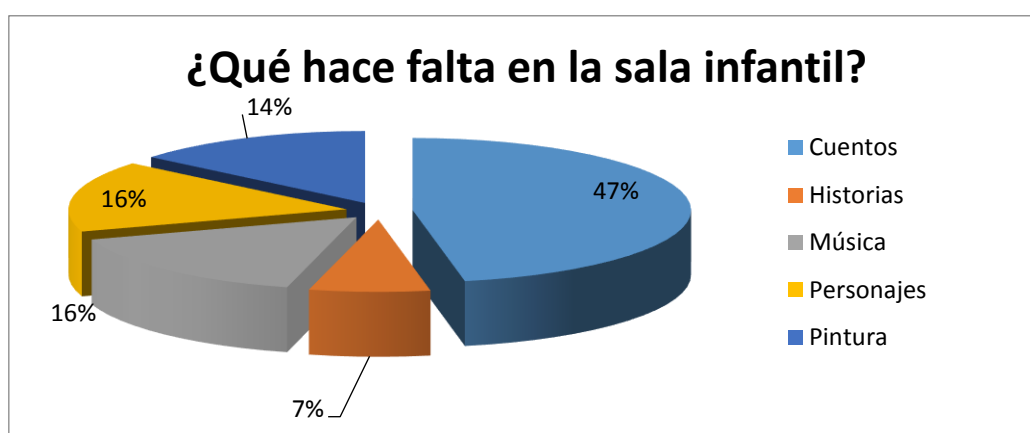
Tabla 9 - ¿Qué hace falta en la sala infantil?

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 9	Cuentos	14	47%
	Historia y leyendas modernas	2	7%
	Música	5	16%
	Personajes de los cuentos	5	16%
	Espacio de pintura	4	14%
	Obras de teatro	0	0%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 9- ¿Qué hace falta en la sala infantil?



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 9 y gráfico N° 9, el 47% de los encuestados contestaron que a la sala infantil de la biblioteca le hace falta cuentos, el 16% música, el 16% personajes de cuento, el 14% espacio de pintura, mientras que el 7% leyendas.

PREGUNTA N° 10: ¿En la sala infantil de la biblioteca te agradan los cuentos, las pinturas, los títeres?

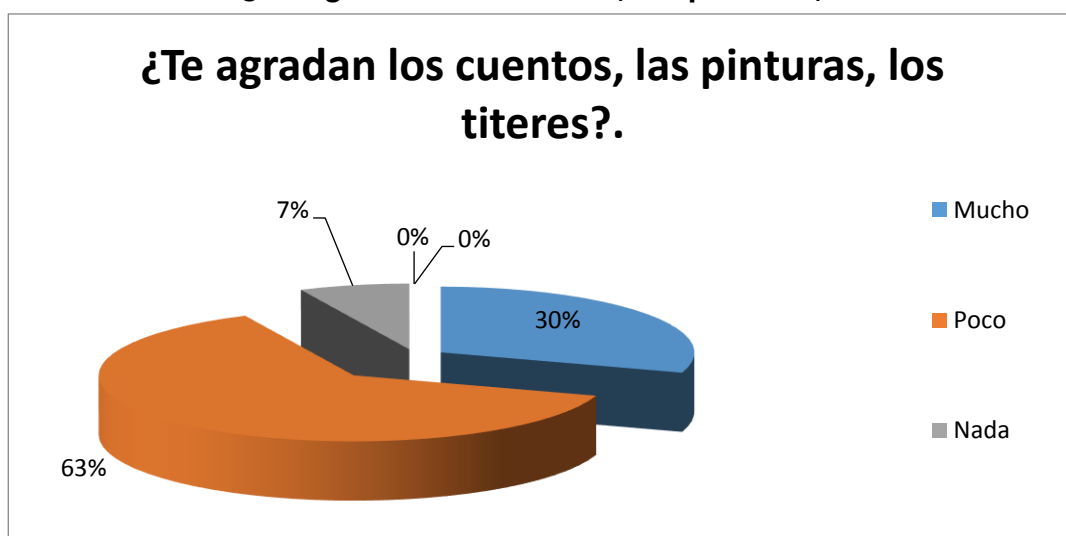
Tabla 10- ¿Te agradan los cuentos, las pinturas, los títeres?

ÍTEM	CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Mucho	9	30%
	Poco	19	63%
	Nada	2	7%
	Total	30	100%

Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

Gráfico N° 10- ¿Te agradan los cuentos, las pinturas, los títeres?.



Fuente: Encuesta a los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 10 y gráfico N° 10, el 63% de los encuestados contestaron poco, le agradan cuentos, las pinturas, los títeres, el 30% mucho y el 7% nada.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”, ZONA 8, DISTRITO 4, PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL.

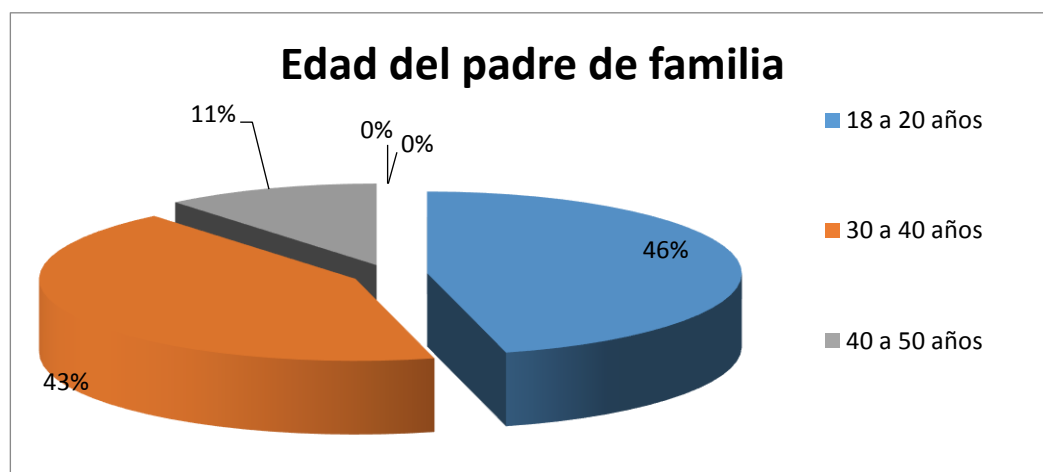
PREGUNTA N° 1: Edad del padre de familia

Tabla 11 - Edad del padre de familia

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	18 a 30 años	13	46%
	30 a 40 años	12	43%
	40 a 50 años	3	11%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 11 - Edad del padre de familia



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 11 y gráfico N° 11, el 46% de los encuestados son de 18 a 30 años, el 43% de 30 a 40 años, mientras que el 3% está entre 40 a 50 años.

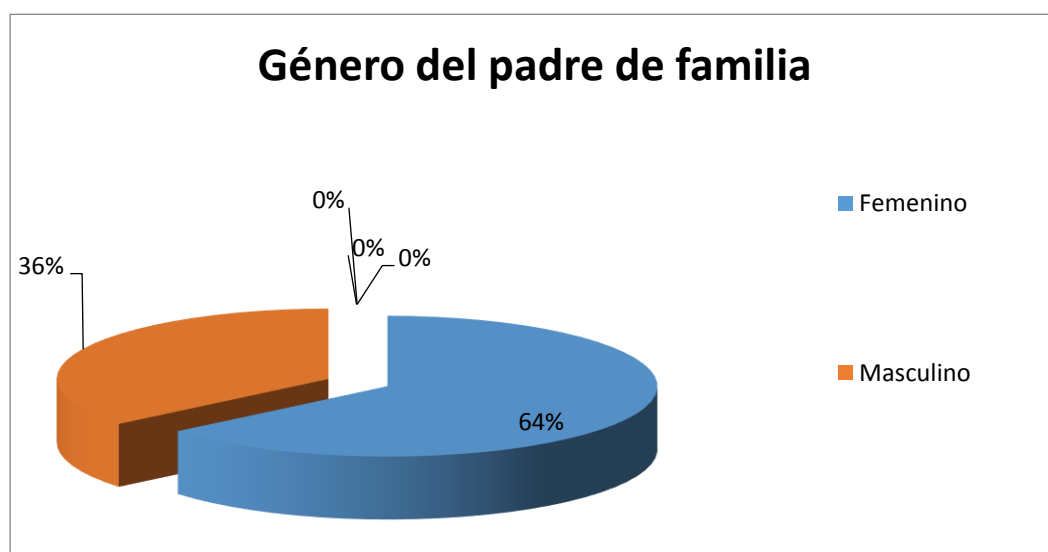
PREGUNTA N° 2: Género

Tabla 12 - Género del padre de familia

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 2	Femenino	18	64%
	Masculino	10	36%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 12 - Género del padre de familia



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 12 y gráfico N° 12, el 64% de los encuestados son de género femenino, mientras que el 36% son masculinos.

PREGUNTA N° 3: Nivel de educación

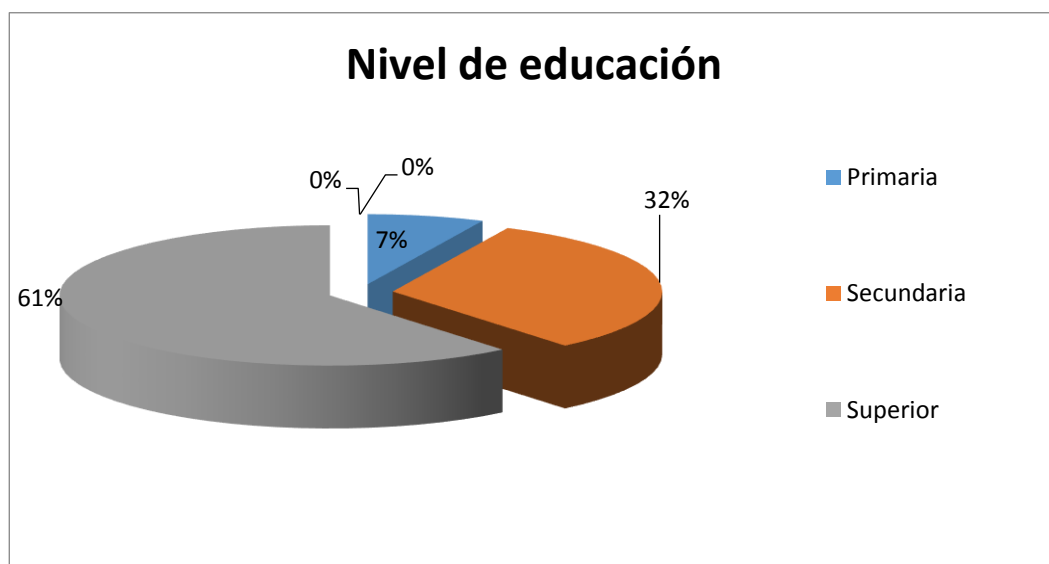
Tabla 13 - Nivel de educación

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 3	Primaria	2	7%
	Secundaria	9	32%
	Superior	17	61%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 13- Nivel de educación



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 13 y gráfico N° 13, el 61% de los encuestados respondieron que el nivel de educación es superior, el 32% tienen solo la secundaria, mientras que un 7% primaria

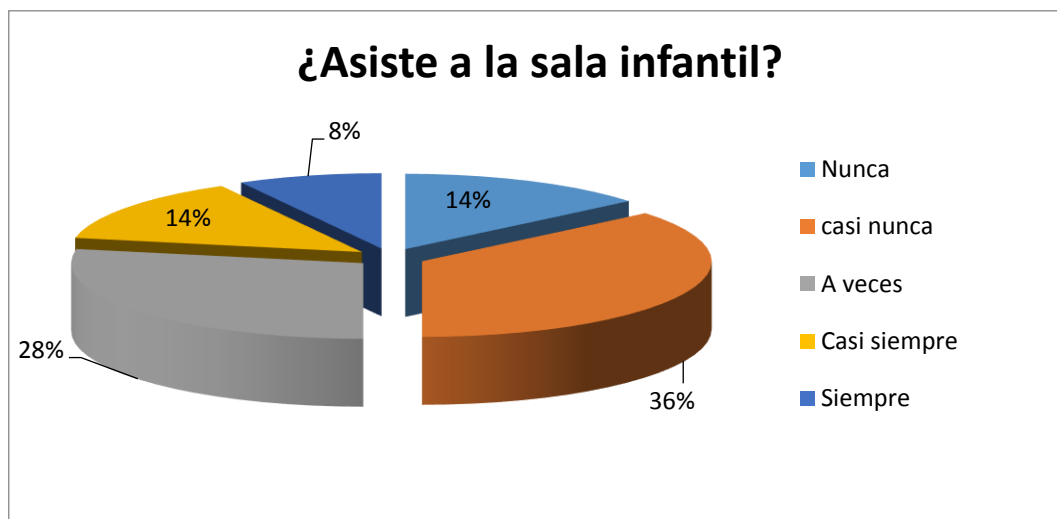
PREGUNTA N° 4: ¿Usted asiste a la sala infantil de la biblioteca con sus hijos?

Tabla 14 - ¿Asiste a la sala infantil?

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 4	Nunca	4	14%
	Casi nunca	10	36%
	A veces	8	28%
	Casi siempre	4	14%
	Siempre	2	8%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 14 - ¿Asiste a la sala infantil?



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos- Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 14 y gráfico N° 14, el 36% de los encuestados contestaron que casi nunca asisten a la sala infantil de la biblioteca, el 28% a veces, el 14% nunca, el 14% casi siempre, mientras que el 8% siempre.

PREGUNTA N° 5: ¿Usted se informó de los servicios y actividades de la sala infantil por afiches o banner?

Tabla 15 - Servicios y actividades de la sala infantil

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 5	Sí	3	11%
	No	25	89%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos- Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 15 - Servicios y actividades de la sala infantil



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos- Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N°15 y gráfico N° 15, el 89% de los encuestados contestaron no, se informó de los servicios y actividades de la sala infantil por afiches y banner, el 11% contestó que sí.

PREGUNTA N° 6: ¿Cree usted que la biblioteca debe realizar marketing para ofrecer sus servicios?

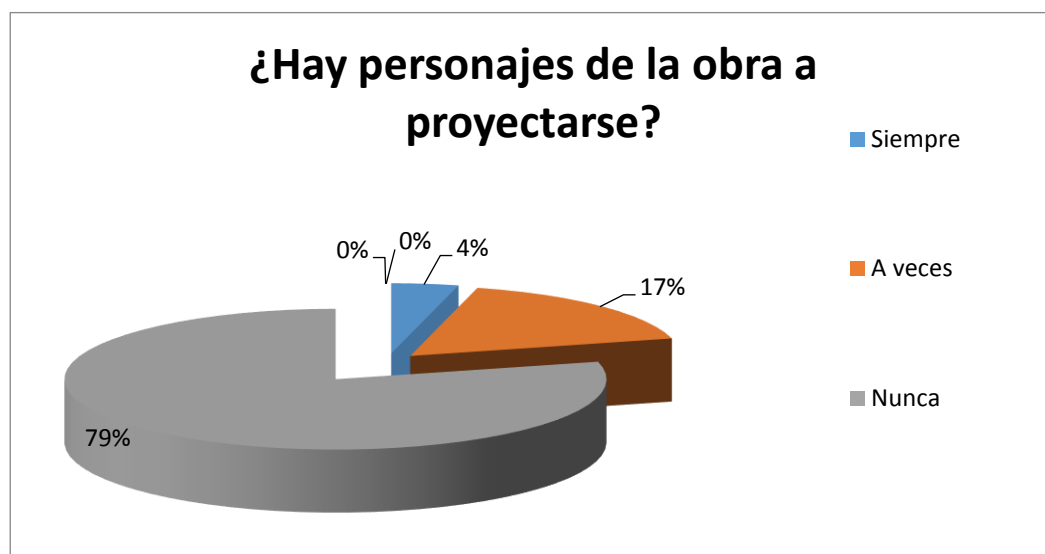
Tabla 16 - ¿hay personajes en la obra a proyectarse?

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 6	Siempre	1	4%
	A veces	5	17%
	Nunca	22	79%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 16 - ¿Hay personajes de la obra a proyectarse?



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 16 y gráfico N° 16, el 79% de los encuestados manifestaron nunca, que la biblioteca deba realizar marketing para ofrecer sus servicios, el 17% a veces y el 4% siempre.

PREGUNTA N° 7: ¿Qué actividades para tus hijos te agradecería que realicen en la sala infantil de la biblioteca?

Tabla 17- ¿Qué actividades te gustaría que realicen en la sala infantil?

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 7	Hora de cuento	6	21%
	Hora de clubes	11	40%
	Películas	5	18%
	Concursos animados	0	0%
	Funciones de títeres	6	21%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos- Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 17- ¿Qué actividades te gustaría que realicen en sala infantil?



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos- Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 17 y gráfico N° 17, el 40% de los encuestados contestaron que las actividades que le gustan que sus hijos realicen son hora de clubes, el 21% hora de cuento, el 21% funciones de títeres y el 18% películas.

PREGUNTA N° 8: ¿Qué le hace falta a la Sala Infantil de la Biblioteca?

Tabla 18- ¿Qué le hace falta en la sala infantil de la biblioteca?

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ítem 8	Cuentos	14	50%
	Historia y leyendas modernas	2	7%
	Música	5	18%
	Personajes de los cuentos	3	11%
	Espacio de pintura	4	14%
	Obras de teatro	0	0%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 18 - ¿Qué le hace falta en la sala infantil de la biblioteca?



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 18 y gráfico N° 18, el 50% de los encuestados respondieron que a la sala infantil le hace faltan cuentos, el 18% música, el 14% espacio de pintura, el 11% personajes de cuentos y el 7% historias.

PREGUNTA N° 9: ¿Cuándo lees un cuento infantil tu hijo entiende el mensaje?

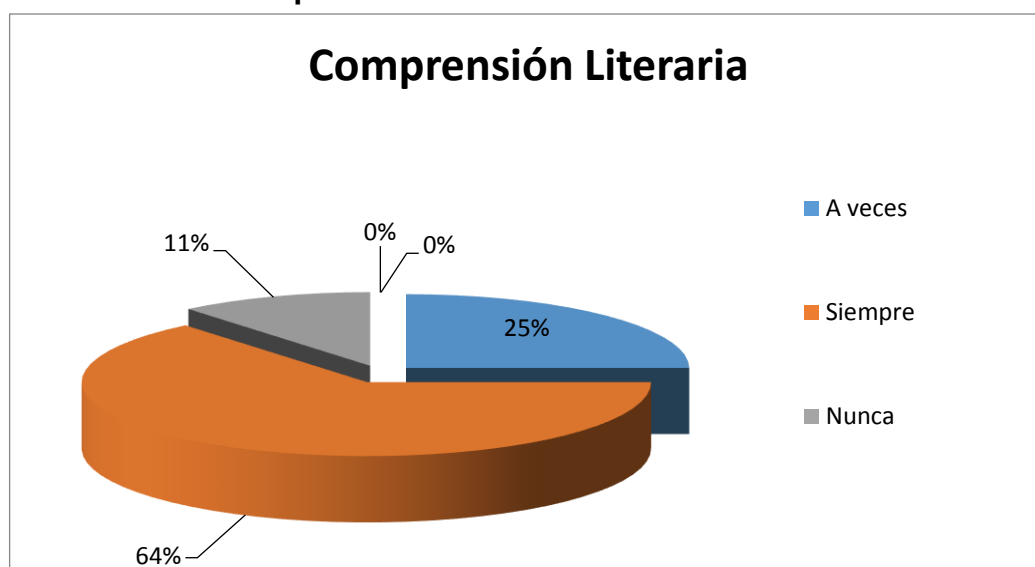
Tabla 19 - Comprensión literaria

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ítem 9	A veces	7	25%
	Siempre	18	64%
	Nunca	3	11%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos- Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 19 - Comprensión Literaria



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos- Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 19 y gráfico N°1 9, el 64% de los encuestados contestaron siempre, entiende su hijo un cuento, el 25% a veces, mientras que el 11% nunca.

PREGUNTA N° 10: ¿Te gustaría que haya nuevos servicios en la biblioteca?

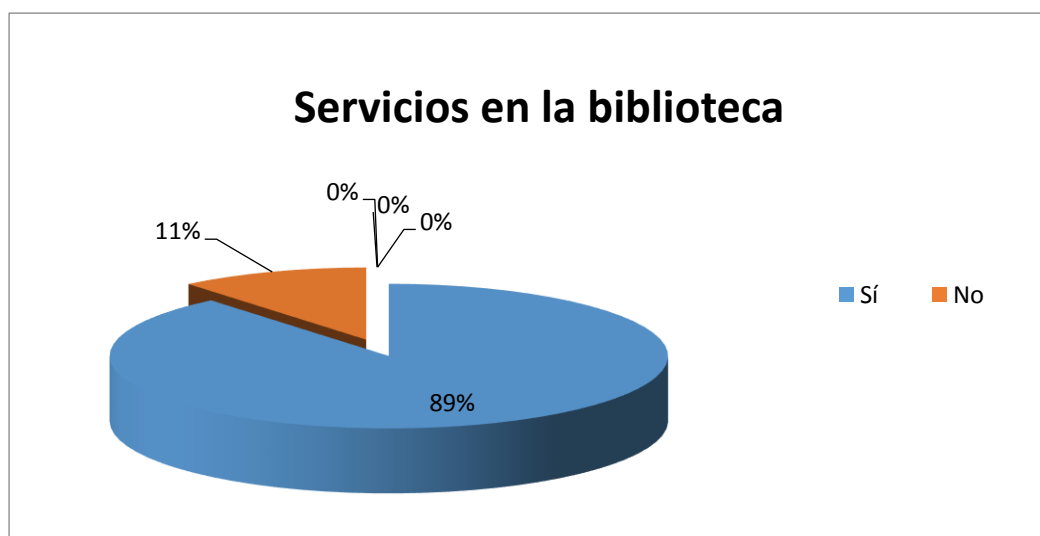
Tabla 20 - Servicios en la biblioteca

CÓDIGO	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Sí	25	89%
	No	3	11%
	Total	28	100%

Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

Gráfico N° 20 - Servicios en la biblioteca



Fuente: Encuesta a Padres de familia de la Biblioteca Pública “Jaime Roldós Aguilera”

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos - Mateo Cornejo Silvia Cindy

COMENTARIO: De acuerdo a la tabla N° 20 y gráfico N° 20, el 89% de los encuestados contestaron que sí, que le gustaría que hayan nuevos servicios en la biblioteca, mientras que el 11% respondieron que no.

RESULTADOS DEL CHI CUADRADO

Objetivo: Demostrar estadísticamente si existe relación entre la variable independiente y dependiente.

Gráfico N° 21 - CHI Cuadrado

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Cree usted que la biblioteca deba realizar marketing para ofrecer sus servicios * Te gustaría que la sala infantil mejore la calidad de servicios.	28	100,0%	0	0,0%	28	100,0%

Cree usted que la biblioteca deba realizar marketing para ofrecer sus servicios.* Te gustaría que la sala infantil mejore la calidad de servicios

tabulación cruzada

			Te gustaría que la sala infantil mejore la calidad de servicios		Total
			De acuerdo	muy de acuerdo	
Cree usted que la biblioteca deba realizar marketing para ofrecer sus servicios.	Sí	Recuento	1	0	1
		Recuento esperado	,2	,8	1,0
	No	Recuento	3	0	3
		Recuento esperado	,6	2,4	3,0
	A veces	Recuento	0	17	17
		Recuento esperado	3,2	13,8	17,0
Total	Recuento	4	17	21	
	Recuento esperado	4,0	17,0	21,0	

Pruebas de chi-cuadrado

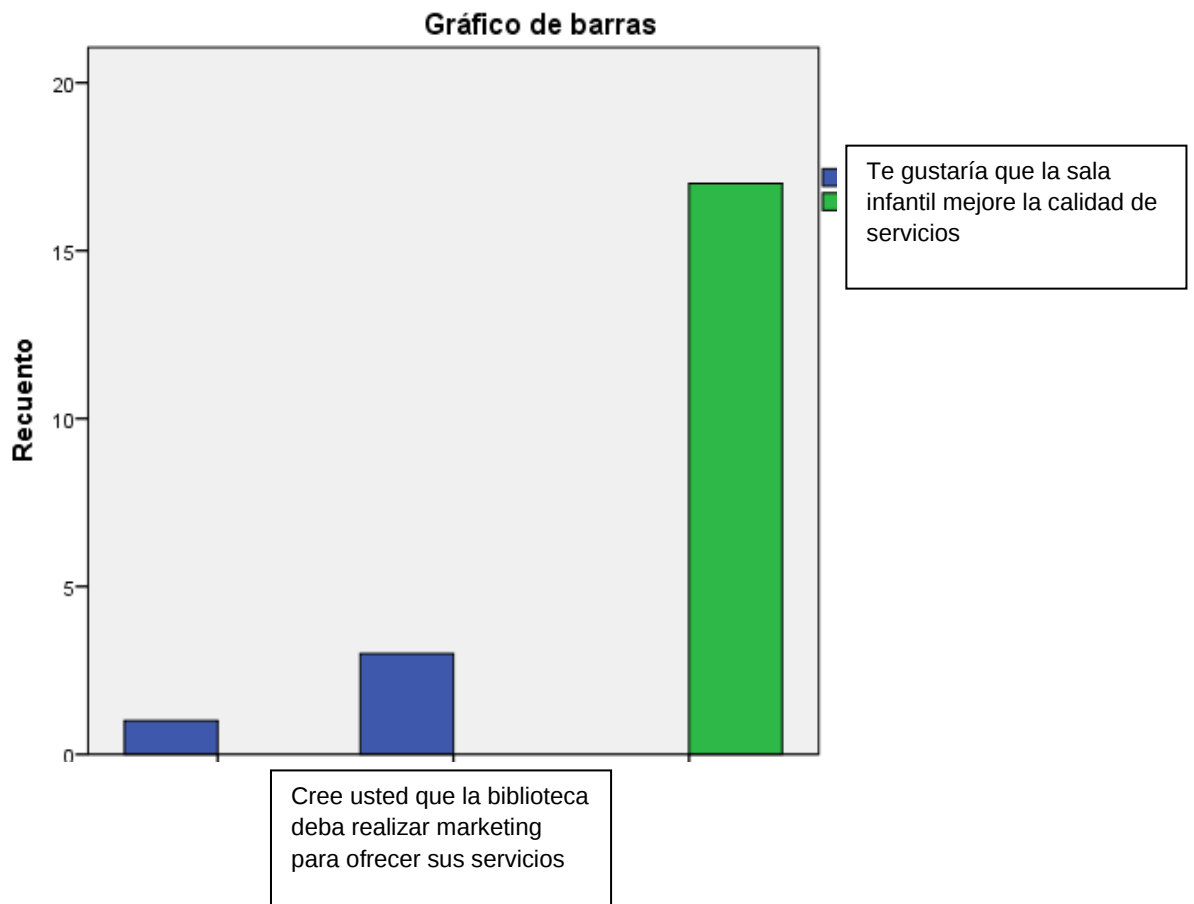
	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	21,000 ^a	2	,000
Razón de verosimilitud	20,450	2	,000
Asociación lineal por lineal	11,900	1	,001
N de casos válidos	21		

a. 5 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,19.

Medidas simétricas

	Valor	Aprox. Sig.
Nominal por Nominal Coeficiente de contingencia	,707	,000
N de casos válidos	21	

Gráfico N° 22 - Gráfico de Barras



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a las respuestas obtenidas en las preguntas de la encuesta realizada tanto a los niños y padres de familia, nos permitió llegar a las siguientes conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- Con respecto a la biblioteca no cuenta con un Plan de marketing para difundir y promocionar los servicios que ofrece.
- Con las herramientas del marketing se a difundirá los nuevos servicios y actividades de la sala infantil haciendo el buen uso de la publicidad para llegar a los usuarios infantiles e incentivándolo a que descubran este este espacio dinámico, maravilloso.
- Es importante que exista una labor en equipo del personal bibliotecario para promover los servicios y actividades de la sala infantil.

RECOMENDACIONES

- La biblioteca Pública y Centro Comunitario “Jaime Roldos Aguilera” debe de potenciar su servicio con un plan de marketing para promocionar los servicios, actividades y programas de la sala infantil, contribuir a la mejora sustentable, el ambiente que sea agradable así los niños y niñas se sientan motivado a solicitar obras infantiles y permanecer por más tiempo en la biblioteca.

- El personal de la Biblioteca Jaime Roldós Aguilera debe fortalecer los servicios que sean de calidad y difundir las actividades que ofrece para que visiten la biblioteca con mayor frecuencia.
- La sala infantil necesita que se promocioe en la comunidad utilizando las herramientas del marketing bibliotecario para satisfacer las necesidades de sus usuarios infantiles.
- La directora debe solicita el contrato de un Bibliotecario que sirva de apoyo creativo, capaz de desarrollar, planificar actividades y programas culturales dentro de la sala infantil de manera dinámica y eficiente.
- Las autoridades deben gestionar la actualización de los textos para estimular en los niños la actividad lectora.
- Que exista el compromiso con la institución y los empleados de la biblioteca de surgir y contribuir en la mejora continua y desarrollo sostenible para con la sociedad.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

Título

Diseño de un plan de difusión de actividades con enfoque a la sala infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera”

Justificación

La presente propuesta es diseñar un plan de difusión de actividades con enfoque en la Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldós Aguilera que permita transmitir los servicios bibliotecológicos relacionados a las nuevas actividades que oferta con el fin de llamar la atención a niños y niñas de cuatro a doce años de edad, de una forma atractiva, así dotar destrezas para el desarrollo de competencias formativas y de investigación mejorando el rendimiento escolar.

Las herramientas de marketing que utilizaremos para promover estas actividades serán en marketing digital, la biblioteca 2.0 por medio de redes sociales, correos y uso de sitios Web, en marketing de publicidad escrita, banners, trípticos, folletos, etc., con el fin de dar a conocer a las escuelas cercanas y comunidad en general. La Sala Infantil debe ser el primer encuentro de los lectores infantiles con enseñanzas permanentes, en un ambiente recreativo y dinámico.

El bibliotecario brindará atención de alta calidad, pondrá a disposición del usuario infantil los servicios que la Sala Infantil ofrece para satisfacer las necesidades de aprendizaje y conocimiento.

Los padres de familia se mantendrán informados de cada actividad por medio de anuncios en diferentes medios escritos y digitales.

Se cuenta con el apoyo de la directora y cuerpo administrativo, padres de familia, líderes comunitarios, cada actividad que se desarrolle tendrá un objetivo y se involucrará a toda la comunidad para obtener resultados positivos.

Beneficiarios:

El proyecto educativo está dirigida a los niños y niñas en edad escolar de 4 a 12 años de la comunidad Febres-Cordero, con el propósito de crear hábitos de lectura, que aprendan cuentos, adivinanzas, poesías, arte, que recuerden fechas cívicas, se diviertan, jueguen y socialicen con otros niños de su edad.

Objetivos:

Objetivo General

Elaborar un plan de difusión, para dar a conocer las actividades y servicios que ofrece la Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera”.

Objetivos Específicos

- Examinar los contenidos del plan de difusión para promover los servicios bibliotecarios de la Biblioteca Jaime Roldós Aguilera.
- Difundir las actividades de la Sala Infantil a través de los canales de comunicación como materiales publicitarios, publicaciones electrónicas.
- Propiciar ambientes adecuados para las actividades propuestas.

Aspectos Teóricos:

Aspectos Pedagógicos

Según Deisy Hevia Bernal en Arte y pedagogía indica “La pedagogía es un conjunto de saberes que buscan tener impacto en el proceso educativo, en cualquiera de las dimensiones que este tenga, así como en la comprensión y organización de la cultura y la construcción del sujeto”.

La Pedagogía de Ernesto Kriek (1927), representa la máxima acentuación de la concepción social de la educación.

La educación se genera en un medio socioeconómico, social y cultural que nos compromete a aportar nuevas ideas en el ámbito bibliotecológico infantil para trabajar en la estructura del pensamiento y personalidad del niño y niña potencializando a una conciencia crítica, fomentando valores humanísticos-sociales por medio de las actividades desarrolladas como nuevos servicios.

Aspecto sociológico

Max Weber sociólogo alemán (1922) considera que el objetivo de la sociología es el estudio de la “acción social”, es decir, de las acciones cuyo sentido depende de la conexión del individuo con otras personas. Le interesa comprender las normas, valores y creencias que nos impulsan a actuar.

Según Ottaway la Sociología de la Educación la define como “el estudio de las relaciones entre educación y sociedad”. Por tal motivo la biblioteca es un eje que circula alrededor de la educación y sociedad, interactuando con cada una de ellas a favor de los usuarios infantil que la visita.

Para Broohover, la Sociología de la Educación es el análisis científico de las relaciones humanas en el sistema educativo.

El marketing se utilizará para promover los servicios bibliotecológicos como son las nuevas actividades, socializa con la comunidad que participará en las nuevas experiencias de la Sala Infantil convirtiéndola en un medio que impulse el desarrollo comunitario respondiendo a las exigencias socio-cultural del país.

Aspectos Psicológicos

Según J. Dewey, indica que la experiencia es un concepto clave porque se une la práctica y la teoría, indicando que el mejor método del aprendizaje es aprender haciendo.

Las actividades de la Sala Infantil colaborará para el desarrollo cognoscitivo y psicomotor de los usuarios en temprana edad, utilizando la técnica aprender haciendo en formación de niños y niñas a individuos responsable, con pensamientos críticos para que contribuyan eficazmente al mejoramiento educacional fortaleciendo al desarrollo humano sostenible de la comunidad.

Aspecto Legal

El fundamento legal de esta investigación se encuentra en el (SENPLADES, 2013-2017) en su Plan Nacional del Buen Vivir, debemos tomar en cuenta los siguientes objetivos:

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades potenciales de la ciudadanía.

Políticas y lineamientos.

4.3 Promover espacios no formales y de educación permanente para el intercambio de concomimientos y saberes para la sociedad aprendiente.

Objetivo 5:

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Políticas y lineamientos.

5.1 Promover la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público para la construcción de relaciones sociales solidarias entre diversos.

- c. Ampliar los Centros Interculturales Comunitarios hacia un sistema desconcentrado de bibliotecas públicas, videotecas y centro de interpretación de la memoria y el patrimonio social.
- d. Mejorar el acceso y la calidad de las bibliotecas.
- e. Potenciar actividades comunitarias artísticas, educativas y culturales en las bibliotecas.

La Sala Infantil de la Biblioteca Infantil es importante debido a que es parte de una biblioteca pública y cumple con brindar apoyo a la comunidad del sector principalmente a niños de temprana edad.

El Estado tiene la responsabilidad directa en brindar educación como indica la Constitución del Ecuador, que debe ser sin costo y promueve recursos que contribuyen a la educación como son las bibliotecas, las que ofrecen servicios especializados a sus usuarios.

Factibilidad de su aplicación:

Este plan de difusión de actividades es factible y se cuenta con el apoyo de todo el personal de la biblioteca que labora en ella y líderes comunitarios, explicaremos lo importante que es realizar actividades que incentiven a fermentar el hábito de la lectura porque serán futuro lectores.

La sala infantil tiene el espacio para desarrollar todas las actividades y programas.

Financiera

Esta propuesta ha sido cotizada con costos bajos, en cuanto a lo que es la difusión. Usaremos nuestra creatividad para la publicidad.

Cuadro N° 5 - Cuadro Financiero

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
5	Banner	7	14
2	Tapete	25	50
5	Juegos didácticos	8	40
7	Carteles, folletos	6	42
20	Cuentos	5	100
10	Películas infantiles	10	50
	Total		296

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia Cindy

Fuente: Datos de investigación

Legal

Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI)

Art. 36.- De la relación con los gobiernos autónomos municipales.- Sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la República, las leyes y en particular, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización son responsabilidades de los gobiernos autónomos municipales en relación con los centros educativos, los siguientes:

- ii. Dar mantenimiento a redes de Bibliotecas, hemerotecas y centro de información, cultura y arte vinculadas con las necesidades del sistema educativo.

Técnica

Las técnicas que utilizaremos son:

Actividades para fomentar la lectura:

Presentación de películas y cuentos infantiles.

- El gusano lector.
- Leo cuento y aprendo.
- Creo mi historia y el cuento usando el kamishibai.
- Escribo una historia.

Actividades culturales:

- Festival de arte montubio. “Mi linda tierra Ecuador”
- Canto, bailo, juego y me divierto

Actividades recreativas de Arte

- Taller de arte “huellitas caminantes”.
- Exposición de trabajos realizados durante el taller de arte.
- Taller de teatro.

Actividad Social

- La biblioteca que habla.
- El bibliodados.

Humana

Contamos con el apoyo de las siguientes personas:

- Directora de la Biblioteca.
- Parvularia.
- Usuarios infantiles.
- Padres de familia.
- Líderes Comunitarios.
- Tutor de proyecto.
- Bibliotecaria.

Política

La ejecución de la presente investigación legalmente se fundamenta en la Constitución Política del Ecuador.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)

Sección V

CULTURA

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales, y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

- 3.-** Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas, y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

Según estos artículos las bibliotecas tienen que difundir y promover los servicios y recursos de información como base para el desarrollo de competencias de búsquedas, pilares para una sociedad democrática y participativa, promoviendo los derecho del niño y el libre acceso a la información, con igualdad de condiciones para todos no importando su raza, credo y condición social.

Descripción de la Propuesta

Esta investigación observo que hay un desconocimiento y baja calidad en los servicios que ofrece la sala infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldos Aguilera” es por esto que hemos visto la necesidad de elaborar un plan de difusión de actividades en la cual se considera que el marketing bibliotecario es una herramienta muy importante para dar a conocer las actividades y servicios que ofrece.

El marketing de difusión de la biblioteca que tiene como finalidad ofertar sus servicios infantiles, para lo cual es necesario utilizar estrategias de promoción, varias herramientas tecnológicas y redes sociales. Los medios de difusión que utilizaremos para dar a conocer nuestros servicios son: el twitter, Facebook, blog, páginas de facebook, campaña publicitaria, email, marketing 2.0, biblioteca 2.0.

Conclusiones

- La falta de un plan de difusión de actividades y servicios bibliotecológicos no ha permitido la mayor afluencia de usuarios a la biblioteca porque desconocen estas gestiones que se realizan en la Sala Infantil.
- Las actividades que se van a realizar son muy importante para los niños y niñas porque permiten entrar a un mundo de fantasía, arte, creatividad, dibujos, colores, lo que les lleva a tener nuevas experiencias en la cual desarrollarán sus emociones como tristeza, alegría y amor.
- El profesional Bibliotecario tiene que gustarle leer, ser creativo, dinámico y eficiente en la elaboración de cada una de las actividades al momento de ejecutarlas.
- En los usuarios infantiles la lectura ayudará a mejorar su ortografía, aumentará su léxico, desarrollará su sentido crítico y al leer saber distinguir y pausar de acuerdo a los signos de puntuación.

BIBLIOGRAFÍA

Carvajal, L. (s.f.).

Cruz. (1998). *Gestor de informacion*.

Ecured. (1 de 03 de 2016). Obtenido de

http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed:Art%C3%ADculos_certificados

Ernesto Yturralde. (2012). *www.ludica.org*. Obtenido de

<http://www.ludica.org/>

Fernández. (2010). *Difusion de la informacion*. México: Editorial Trillas.

Guzmán, F., & Arias, C.

International Federation of Library Associations and Institutions IFLA.

(2009). *http://www.ifla.org*. Obtenido de

<http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/professional-report/100-es-colombian.pdf>

Piaget. (1997). *Corrientes Filosóficas Teoría Cognitiva* (Edición II ed.).

Suiza: Edición especial.

Pujol. (2009). *Técnicas de comercialización* (Vol. II). México: EDitorial

Gregorie.

R.A.E. (2011). Diccionario.

Russo de Ludert, G. P. (1989). *http://unesdoc.unesco.org/*. Recuperado el

25 de 11 de 2015, de

<http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000854/085486sb.pdf>

Russo de Ludert, G. y. (2011). Servicios Bibliotecario.

Sabino L. (2009). *Investigación Científica*.

Sánchez, D. (2010). Literatura Infantil.

Sande, J. (01 de 10 de 2012). *Empresa e inicitiva emprendedora*.

Obtenido de <http://www.librosdetextogratias.com/>:

http://www.librosdetextogratias.com/spa/visor_manual.php?id=NTMx

Schiller, F. v. (2010). *Teoria de las necesidades*. España: Ediciones

Moreta.

Sobre Conceptos. (03 de 2010). Obtenido de

<http://sobreconceptos.com/biblioteca>

Staton L. (2010). *El Marketing*. Costa Rica: Editorial Hercules.

Tamayo Tamayo. (2009). *Corrientes Epistemológica*. México: Editorial

Trilals.

Tamayo, A. (2012). *Marketing Bibliotecario*. Bogotá-Colombia: Editorial

Paltan.

Tanodi, A., & Tanodí, B. (2009). *Manual de Archivología*

Hispanoamericana: teorías y principios. Córdoba: Brujas.

Unesco. (04 de 2001). Obtenido de

<http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf>

UNESCO. (04 de 2001). Obtenido de

<http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf>

UNESCO. (s.f.).

<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001121/112122so.pdf>.

Recuperado el 23 de 02 de 2016, de

<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001121/112122so.pdf>

United Nations Educational Scientific and Cultural. (04 de 2001). *United*.

Obtenido de

<http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf>.

Vallejos, Z. (2015). Organización del archivoy su influencia en la atención al usuario, en el centro salud de Tocachi, período 2014. Ibarra.

Victoria, A. V. (2015). Organización del archivo y su influencia en la atención al usuario, en el centro de salud de Tocachi, período 2014 propuesta alternativa. Ibarra, Ecuador.

Walters. (2009). *La Publicidad de los servicios bibliotecario*. N.Y.: MacHill.

Willian Stanton, M. E. (2009). *Marketing y Publicidad*. Costa Rica: Editorial Prdao.

WEB GRAFÍAS

Alejandro, M. (2016). Obtenido de <http://alejandro-ivan-moreno-mejia.wikispaces.com/Definici%C3%B3n+WEB+2.0>

Andes Agencia Pública de Noticia del Ecuador y Suramérica. (3 de 02 de 2015). <http://www.andes.info.ec/es>. (L. Andes, Ed.) Recuperado el 25 de 08 de 2015, de

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/gobierno-ecuador-inaugura-biblioteca-pablo-palacio-modelo-replicara-todo-pais.html>

Andes Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica Andes. (03 de 02 de 2015). *http://www.andes.info.ec/es/noticias/gobierno-ecuador-inaugura-biblioteca-pablo-palacio-modelo-replicara-todo-pais.html*. Recuperado el 30 de 08 de 2015

Artiles Visbal, S. M. (2012). La gestión documental, de información y el conocimiento en la empresa. El caso de Cuba. *Acimed*, 19(5).

Obtenido de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol19_5_09/aci02509.htm

Bibliored. (2010). Obtenido de <http://www.bibliored.gov.co/Sala%20infantil>

Carvajal. (13 de 08 de 2013). *La Lectura*. Obtenido de <http://www.lizardo-carvajal.com/que-es-la-lectura/>

concepto.de. (2015). *http://concepto.de/cuento/*.

Concepto.de. (2015). *http://concepto.de/cuento/*. Obtenido de <http://concepto.de/cuento/>

Definicion de. (2016). *Definición de arte*. Obtenido de <http://definicion.de/artel/>

Definición. de. (2015). Obtenido de <http://definicion.de/servicio/>

Diccionario de lengua española. (Octubre de 2014). *Real Academia Española*. Recuperado el 30 de 07 de 2015, de <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

Didac, M. (2007). Obtenido de http://es.slideshare.net/dmargaix/unidad-3a-concepto-de-biblioteca-20-presentation?next_slideshow=1

Economía. (2008). Obtenido de

<http://economia.zaragozame.com/2008/11/terminos-de-marketing2%C2%AA-parte/>

El Congreso Nacional. (1987). *Ley del Libro*. Quito. Obtenido de

<http://www.celibro.org.ec/frontEnd/images/objetos/LEY%20DEL%20LIBRO.pdf>

Hernandez, I. (21 de 08 de 2012). *prezi*. (I. Hernandez, Ed.) Recuperado

el 24 de 08 de 2015, de <https://prezi.com/9ljfo0lp1mca/sala-infantil/>

Herrera, J., & Pérez, M. (2005). Las clasificaciones de bibliotecas.

Bibliotecas públicas. *Introducción a la Biblioteconomía. Manual del alumno universitario*, p. 1-19.

<http://admininfovyg.blogspot.com/2014/05/42-las-4-ps.html>. (s.f.).

Ibarra, C. (03 de 11 de 2011).

<http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com>. Obtenido de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

IFLA, U. (Abril de 2001). *IFLA*. Recuperado el 03 de 10 de 2015, de

Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo:

[http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-](http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-)

library- Luisa, O. O. (2010). *Reflexiones sobre el concepto de*

Biblioteca. Obtenido de

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/nun10/paginas/pdfs/Lorera.pdf>

service/pg01-s.pdf

México, Biblioteca de. (2013). <http://www.bibliotecademexico.gob.mx/>.

Obtenido de Biblioteca de México:

[http://www.bibliotecademexico.gob.mx/info_detalle_BM.php?id=14
&area=SC](http://www.bibliotecademexico.gob.mx/info_detalle_BM.php?id=14&area=SC)

OMPI. (2008). *Ecuador*. Quito. Obtenido de

[http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=195600#LinkTarget_
14333](http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=195600#LinkTarget_14333)

Presidencia de la República. (2011 de 03 de 2011).

<http://www.evaluacion.gob.ec>. Obtenido de
[http://www.evaluacion.gob.ec/wp-
content/uploads/downloads/2015/06/Anexo-b.-LOEI.pdf](http://www.evaluacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Anexo-b.-LOEI.pdf)

Semper, E. M. (8 de junio de 2012). *Alquibla, una mirada al mundo de las bibliotecas*. Obtenido de ¿Es la archivística una ciencia o un

conjunto de técnicas?: [http://www.alquiblaweb.com/2012/06/08/es-
la-archivistica-una-ciencia-o-un-conjunto-de-tecnicas-20-2/](http://www.alquiblaweb.com/2012/06/08/es-la-archivistica-una-ciencia-o-un-conjunto-de-tecnicas-20-2/)

Semper, E. M. (9 de Junio de 2012). *Alquibla, una mirada al mundo de las bibliotecas*. Obtenido de El concepto de archivo:

[http://www.alquiblaweb.com/2012/06/09/el-concepto-de-archivo-y-
su-origen-36-2/](http://www.alquiblaweb.com/2012/06/09/el-concepto-de-archivo-y-su-origen-36-2/)

SENPLADES. (2013-2017). *Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía*. Quito. Obtenido

de [http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-4.-fortalecer-las-capacidades-y-
potencialidades-de-la-ciudadania#tab](http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-4.-fortalecer-las-capacidades-y-potencialidades-de-la-ciudadania#tab)



Diseño de un plan de Difusión de Actividades con Enfoque en la Sala Infantil.

Juan Carlos Calderón
Silvia Mateo Cornejo



2016

DESCRIPCIÓN DE LA PORTADA



- Escogimos el color amarillo porque significa inteligencia, innovación, energía.



- El color naranja representa la alegría, creatividad.



- Sala infantil donde se realizará varias actividades donde vamos a desarrollar al máximo sus potencialidades, fomentar la lectura, el arte, la socialización de los compañeros, juegos lúdicos.



- Actividades de motivación a la lectura



- Actividad de arte



- Actividades cultura

- Tema de la Propuesta.



- Logotipo de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación, Escuela de Bibliotecología y Archivología.

ÍNDICE

Introducción	4
Misión	5
Visión.....	5
Importancia de la propuesta	5
Objetivos de la propuesta	6
Diseño de un plan de difusión de actividades y programas con enfoque en la sala infantil.	6
1.- Desarrollo de Actividades	6
Actividad N° 1 Presentación de películas y cuentos infantiles.....	8
Actividad N° 2 Gira gira la ruedita que cuento me saldrá	10
Actividad N° 3 Leo cuento y aprendo	12
Actividad N° 4 Festival de Arte Montubio. “Mi linda tierra Ecuador.....	13
Actividad N°5 Creo Mi Historia y la cuento usando el Kamishibai	14
Actividad N° 6 Talleres de arte “Huellitas Caminantes”	15
Actividad N° 7 Exposición de trabajos realizados durante el taller de arte	16
Actividad N° 8 La Biblioteca que habla	18
Actividad N° 9 Escribo una historia	20
Actividad N° 10 Taller de Arte	21
Actividad N° 11 El Bibliodados.....	22
Actividad N° 12 Canto, bailo, juego y me divierto.....	23
2.- Presentación de las Actividades a las Autoridades de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldos Aguilera en Power point	25
3.- Difusión de Actividades utilizando las herramientas del marketing	27
4.- Agenda de Actividades	36

Introducción

La Comunidad Febres-Cordero desconoce que la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldós Aguilera tiene una Sala infantil donde los niños y niñas aprenden a dinamizar el aprendizaje continuo, desarrollando habilidades y competencias, satisfaciendo sus necesidades informativas buscando el conocimiento de las diferentes disciplinas, permitiendo su participación con éxito en la sociedad en un futuro próximo.

Para cautivar la atención de los usuarios infantiles, este proyecto educativo tendrá gran impacto, debido que realizará la difusión de los nuevos servicios que brindará la Sala Infantil, como son las diferentes actividades, ayudando a fomentar el hábito lector, promover el desarrollo cognitivo, psicomotor, la creatividad, valor artístico y cultural.

Cada actividad se desarrollará dependiendo las necesidades y edad de los niños, el profesional Bibliotecario tiene que estar capacitado en planificación, promoción y ejecución de las actividades para brindar una buena atención a los infantes.

Para tener éxito primero se planificará estratégicamente las actividades para fomentar la lectura, actividades recreativas, lúdicas, taller de arte, las que se presentaran y propondrán a las Autoridades para realizar la respectiva difusión.

Misión

Servir a la comunidad, innovando, facilitando el acceso a la información de sus recursos disponibles a los usuarios infantiles ofreciéndoles servicios de calidad de una manera eficaz y eficiente.

Visión

Ser reconocidos por los miembros de la comunidad Febres-Cordero como la institución educativa que se preocupa por la niñez de nuestro país, realizando actividades dinámicas motivadoras en todas las áreas del conocimiento.

Importancia de la Propuesta

La propuesta planteada para la Sala Infantil de la Biblioteca Pública JAIME ROLDOS AGUILERA su importancia radica de manera especial en brindar y promocionar los servicios bibliotecológicos por medio del marketing de las todas las actividades para desarrollar las habilidades y competencias que el usuario infantil necesita, el propósito es establecer un ambiente dinámico estimulando a los niños y niñas al hábito de lectura y de información brindándoles un buen servicio que satisfaga sus necesidades y el interés de recreación, experimentación y de información para que se sientan motivados a visitar constantemente la biblioteca.

Los padres comprobarán los intereses de sus hijos para asistir a la Sala Infantil, a involucrarse en las necesidades informativas y de aprendizaje. También a relacionarse con las nuevas tecnologías y actividades organizadas.

Objetivos:

Objetivos generales

Diseño de un plan de difusión de actividades con enfoque en la sala infantil.

Objetivos específicos:

- Consolidar hábitos de lectura en niños y niñas de la comunidad.
- Promover el conocimiento e interés en las artes y cultura.
- Difundir las nuevas actividades a través de medios publicitarios escritos como carteleras, banner y publicaciones en internet acogiendo las herramientas del marketing 2.0 e incrementando en la biblioteca 2.0

DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDOS AGUILERA”

1.- Crear Actividades socio – culturales

Actividades para fomentar la lectura:

- Presentación de películas y cuentos infantiles.
- El gusano lector.
- Leo cuento y aprendo.
- Creo mi historia y el cuento usando el kamishibai.
- Escribo una historia.

Actividades culturales:

- Festival de arte montubio. “Mi linda tierra Ecuador”.
- Canto, bailo, juego y me divierto.

Actividades recreativas de Arte

- Taller de arte “huellitas caminantes”.
- Exposición de trabajos realizados durante el taller de arte
- Taller de teatro.

Actividad Social

- La biblioteca que habla.
- El bibliodatos.

2.- Presentación de las Actividades a las Autoridades de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” en Power point

3.- Difusión de Actividades usando las herramientas del Marketing

4.- Agenda de Actividades

ACTIVIDAD PARA FOMENTAR LA LECTURA

ACTIVIDAD N° 1

PRESENTACIÓN DE PELÍCULAS Y CUENTOS INFANTILES

En esta estrategia usaremos un proyector para ver películas infantiles o cuentos, los niños y niñas pasaran un momento divertido y aprendan valores, entre las películas infantiles tenemos: Toy Story, Del revés, El Rey León, Buscando a Nemo, patito feo, la caperucita roja.

Objetivo:

Fortalecer valores en los niños y pre-adolescentes como la amistad, generosidad, compartir, solidaridad, integridad lealtad esto permitirá afianzar su personalidad.

Recursos:

➤ Películas escogidas.

 4 - 6 años Película La sirenita autor Hans Christian Andersen y Patito feo autor Hans Christian Andersen.

 7 - 9 años Película Pinocho autor Carlo Collodi y Frozen producida por Walt Disney Animation Studios.

 10 - 12 años Película La gran aventura de Winter el Delfín Director Charles Martin Smith.

➤ Bibliotecaria, Usuarios infantiles.

➤ Proyector.

➤ Computadora.

➤ Hoja, crayones, Fomix silicón, Lápices, marcadores, cartulinas.

Tiempo:

1 hora y media

Edad:

4- 6 años

7 - 9 años,

10 - 12 años

Participantes

15 a 20 niños

Desarrollo:

- 1.- Saludar a los niños
- 2.- Presento la película con un títere en la mano.
- 3.- Observan la película en el proyector hasta la mitad.
- 4.- Se abre un foro y cada niño expresa lo que puede pasar o como termina la película.
- 5.- Volvemos a mirar la película y vemos el desenlace
- 6.- Reforzar el valor que aprendieron.

Niños de 4 – 6

Colorearan al personaje principal de la obra

Niños de 7- 9

Realizaran una manualidad relacionada con la película o el valor que aprendieron.

Niños de 10-12

Escribirán una reflexión de la película, el valor que aprendieron, luego lo leerán y compartirán con sus compañeros.

ACTIVIDAD N° 2

EL GUSANO LECTOR

Esta actividad consiste en el gusano lector elaborado por fomix, elegimos a un niño que escoja un número ejemplo número 4, desprendemos el número 4 debajo de este tiene la palabra leyenda, entonces contaremos una leyenda ecuatoriana la dama tapada.



Objetivo:

Incrementar su imaginación, fantasía, creatividad, y léxico con el fin de que puedan resolver cualquier situación de su vida cotidiana.

Recursos:

- Gusano de fomix.
- Cuentos, libros de poesías, adivinanzas, leyendas, fábulas que se encuentren en el fondo bibliográfico.
- Bibliotecaria
- Usuarios infantiles
- Cuentos, poesías, fábulas, adivinanzas.

Tiempo: 45 minutos

Edad: 8 - 10 años

Participantes: 15 a 20 niños

Desarrollo:

1.- Todos los niños y niñas se reúnen, forman un círculo y cantan la ronda de arroz con leche.

ARROZ CON LECHE

*Arroz con leche Me quiero casar
Con una señorita de San Nicolás
Que sepa coser, Que sepa bordar
Que sepa abrir la puerta, Para ir a jugar
Yo soy la viudita, Del barrio del Rey
Me quiero casar, Y no sé con quien
Con esta sí, Con esta no con esta señorita me caso yo.*

Fuente:<http://es.slideshare.net/anamariasimbana/canciones-infatiles-por-ana-maria-simbana>

2.- Presentar al gusano lector realizado en fomix.

3.- El bibliotecario tiene que tener preparado los cuentos, poesías, adivinanzas, leyendas. Ej. Salió el cuento de Hansel y Gretel

4.- Se explica la temática del juego.

5.- Un niño tiene que elegir un número al reverso contiene una palabra ejm cuento.

5.- Menciona el título del cuento y autor.

6.- La bibliotecaria narra el cuento

7.- Después de escuchar el cuento dos o tres niños compartirán con sus compañeros un resumen del cuent

ACTIVIDAD N° 3
LEO CUENTO Y APRENDO

En esta actividad se formaran cinco grupos de niños, a cada grupo se le entregara un cuento diferente, lo leerán luego tendrán que presentarlo en un drama utilizando varios recursos.

Objetivo:

Aumentar su léxico y fluidez al hablar, mejorando la concentración y permitiendo que el cerebro adquiriera nuevos conocimientos.

Recursos:

- Cuentos, Sala de lectura
- Bibliotecaria
- Usuario infantil

Tiempo: 30 minutos

Edad: 7-9 años

Participantes: 15 niños

Desarrollo:

1.- Se formara tres grupos de cinco niños, a cada grupo se le entrega un cuento, al terminar de leer ellos dramatizaran el cuento leído usando diferentes recursos, pelucas, máscaras, etc.

2- Realizaremos las siguientes preguntas:

¿Cuál es el personaje principal del cuento? ¿Cuáles fueron los personajes secundarios? ¿Cuál fue el conflicto y el desenlace?

3.- Ellos responderán las preguntas. Al final los niños aprenderán el título y el autor de los diferentes cuentos expuestos por sus compañeros.

ACTIVIDAD N° 4

CREO MI HISTORIA Y LA CUENTO USANDO EL KAMISHIBAI

La estrategia que utilizaremos es el Kamishibai significa “Teatro de papel” es una forma de contar cuentos, los niños crearan una historia luego la compartirán con sus compañeros.

Objetivo:

Crear sus propios cuentos y contarlos, desarrollaremos habilidades y destrezas mediante el dibujo.

Recursos:

- Kamishinbai elaborado de cartón.
- Láminas de papel
- Marcadores, lápices de colores, hojas de dibujo A4
- Bibliotecaria
- Niños y niñas

Tiempo: 45 minutos

Edad: 8 - 10 años

Participantes

15 a 20 niños

Desarrollo:

1.- Hacer grupos de cinco niños cada grupo tiene que crear, dibujar, colorear una historia, deberán de poner sus nombres como autores. La historia tiene que tener una introducción, cuerpo y conclusión, Ordeno las láminas en secuencia de principio a fin, inserto las hojas por las ranuras del kamishibai.

2.- El narrador va contando la historia desde la primera lámina, sus compañeros cambian de láminas sucesivamente hasta llegar al final.

ACTIVIDAD N° 5

ESCRIBO UNA HISTORIA

En esta actividad escribirán una historia lo presentaran en forma de libro, dibujaran, colorearan, pondrán el título y su nombre.

Objetivo:

Mejorar la redacción y ortografía al escribir.

Recursos:

- lápiz
- borrador
- marcadores
- lápices de colores
- revistas
- goma
- tijeras.
- Bibliotecaria
- Niños y niñas

Tiempo: 2 horas

Edad: 10-12 años

Participantes: 15 niños

Desarrollo:

1.-Explicar a los niños como vamos a crear una historia, puede ser de ficción, policial, romántica, infantil, etc. Tiene que crear los personajes principales y secundarios. La historia debe contener introducción, cuerpo y conclusión. El niño escribirá, dibujará, coloreará o pegará figuras en su historia.

2.- Lo presentará como un libro cada escena le pondrá un dibujo. En la portada irá el tema de la historia, el nombre del autor y el año

ACTIVADES CULTURALES

ACTIVIDAD N° 6

FESTIVAL DE ARTE MONTUBIO. “MI LINDA TIERRA ECUADOR”

En esta estrategia utilizaremos bailes, coplas, amorfinos, participaran todos los niños de 8– 12, participaran con sus trajes de Montubio y Montubia, los padres de familia también participan es un momento de compartir entre padres e hijos.

Objetivo:

Valorar la tradición oral y musical, baile, coplas, amorfinos, leyendas del montubio ecuatoriano en la nueva generación, crear una relación activa entre padres e hijos.

Recursos:

- Micrófonos, equipos, Grabadoras, escenario.
- Bibliotecaria
- Niños, niñas, padres de familia,
- Directora de la Biblioteca

Tiempo: Dependiendo de los participantes, una hora y media.

Edad: 8-12 años

Participantes: 40 personas padres e hijos.

Desarrollo:

1.- Presentación de Bailes tradicionales de la costa de los niños y Padres de familia. Los Niños vienen vestidos con su traje y expresan diferentes amorfinos, realizaremos juegos para Padre e hijos.

*En Salinas paseaba
Tropecé con una botella
Llevaba grabado el nombre
Cindy la mujer más bella.*

Cindy Mateo

ACTIVIDAD N° 7

CANTO, BAILO, JUEGO Y ME DIVIERTO

En esta actividad los niños y niñas aprender a bailar pasacalles, bailes costeños como Guayaquileño, desarrollaran su expresión corporal, coordinaran sus movimientos, cuando estén listos se presentaran en un especial por Celebrar la Independencia de Guayaquil

Objetivo:

Transmitir un mensaje de forma rápida y fluida, que el niño se divierta, esté feliz, desarrolle su inteligencia y mueva su cuerpo desarrollando su motricidad gruesa, socializando con los compañeros de grupo.

Recursos:

- Bibliotecaria
- Niños y niñas
- Grabadoras, Canciones seleccionadas
- Florcklore costeño
- Coreografía, o rondas (alternar)
- Juegos tradicionales del Ecuador.
- Trajes Típicos, Banner, Invitaciones.
- Globos, serpentinas

Tiempo: 45 minutos

Edad:

7-8 años

9-10 años

11-12 años

Participantes: 12 niños

Desarrollo:

- 1.- Bienvenida a los niños y niñas.
- 2.- Enseñar los pasos del pasacalle “Guayaquileño Madera de Guerrero”

GUAYAQUILEÑO MADERA DE GUERRERO

*Yo nací en esta tierra de las bellas palmeras.
De cristalinos ríos, de paisaje ideal,
Nací en ella y la quiero
Y por ella aunque muera la vida, Yo la diera por no verla sufrir.
Guayaquileño madera de guerrero bien franco muy valiente
jamás siente temor, Guayaquileño de la tierra más linda
Pedacito de suelo de este, Inmenso Ecuador.
Guayaquileño no hay nadie quien te iguale
Como hombre de coraje
Lo digo en mi canción (bis).
En mi tierra hay mujeres Muy lindas y serenas
Hay rubias y morenas Y todas son canción.
Por eso con orgullo le canto yo a mi tierra
Porque lo que ella encierra es honra de Ecuador.
Guayaquileño madera de guerrero bien franco muy valiente
jamás siente temor Guayaquileño de la tierra más linda
Pedacito de suelo de este Inmenso Ecuador.
Guayaquileño no hay nadie quien te iguale
Como hombre de coraje
Lo digo en mi canción (bis).
Guayaquileño madera de guerrero bien franco muy valiente
jamás siente temor Guayaquileño de la tierra más linda
Pedacito de suelo de este Inmenso Ecuador.
Guayaquileño no hay nadie quien te iguale
Como hombre de coraje Lo digo en mi canción (bis).
Autor: Carlos Rubira Infante*

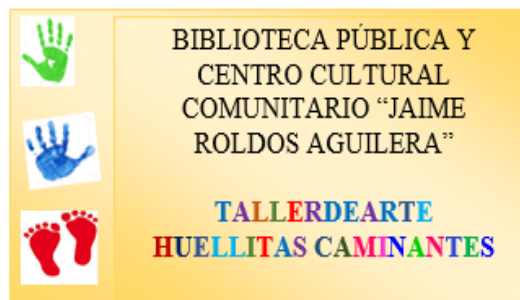
- 3.- Cuando los niños hayan aprendido los pasos se realizará presentación con su traje de Guayaquileño y Guayaquileña.
- 4.- Para la presentación de los grupos se realizará la invitación a las Autoridades de la Biblioteca, Padres de familia para que asistan con sus niños y disfruten del evento.
- 5.- Los niños se presentarán bailaran, cantaran y se divertirán, perderán el miedo al bailar al frente de sus padres y Autoridades.

ACTIVIDADES RECREATIVAS DE ARTE

ACTIVIDAD N° 8

TALLER DE ARTE “HUELLITAS CAMINANTES”

En este taller utilizaremos diferentes técnicas de pintura para que el niño desarrolle su creatividad, se divierta y enseñe a sus compañeros lo que ha trabajado.



Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia Cindy

Objetivo:

Estimular la creatividad e inteligencia con diferentes actividades en la cual tienen la libertad de expresarse y plasmar sus sentimientos a través de la pintura, dibujo, modelado,

Recursos:

- Témperas
- Pinceles
- Hojas
- Crayola
- Bibliotecaria
- Niños y niñas

Tiempo: 45 minutos

Edad: 4 -6 años

Participantes: 15 a 20 niños

Desarrollo:

1.- Iniciamos con una dinámica. Cada participante menciona el nombre de una fruta con la letra ej. M. mango, mandarina, el que pierde empieza el juego con otra letra.

En este taller utilizaremos varias técnicas, Pintura con sorbete, dactilopintura, visión espejo

La técnica de Pintura con sorbete es importante porque el soplo ayuda a mejorar la respiración en niños menores de ocho años.

Se les entrega a los niños una hoja en blanco y ponemos varias gotitas de pintura que estén bien diluidas le damos un sorbete para que sople por toda la hoja, el efecto es muy vistoso.

Técnica visión de espejo. A cada niño se le entrega una cartulina en medio de la cartulina ponemos varias gotas de pintura al doblar la hoja frotamos la cartulina y la abrimos automáticamente, el efecto es una mariposa, fortalecemos la coordinación ojo-mano ayudará al momento de iniciar el proceso de la escritura.

Dactilopintura; Favorecerá el desarrollo viso motor y el tacto, mejorará su coordinación motriz fina y desarrollará la creatividad.

La actividad que realizaremos es dejando huellas. Consiste en pintar al niño su manito y estampar su mano en una cartulina.



Fuente: Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldós Aguilera

ACTIVIDAD N° 9

EXPOSICIÓN DE TRABAJOS REALIZADOS DURANTE EL TALLER DE ARTE

Esta estrategia consiste en mostrar los trabajos realizados en el taller, ellos explicaran los recursos que utilizaron para realizar ese trabajo.

Objetivo:

Valorar el trabajo realizado por niños, afianzando su personalidad, elevando su autoestima y venciendo el miedo.

Recursos:

- Padres de Familia
- cartulinas
- marcadores, globos
- micrófonos, parlantes
- Bibliotecaria
- Usuarios infantiles

Tiempo: 1 hora

Edad: 4-6 años

Participantes

15 a 20 niños

Desarrollo:

- 1.- Se realizan las invitaciones para la exposición de los trabajos de arte.
- 2.- Se invita a los padres de familia y personal de la biblioteca.
- 3.- Las hojas se pegan en una cartulina negra con el nombre de cada niño, edad y técnica que se utilizó para realizar el trabajo.
- 4.- Se premiarán los mejores trabajos

ACTIVIDAD N° 10

TALLER DE TEATRO

En esta actividad ellos expresaran diferentes gestos con sus cuerpos, afianzamos el valor artístico, perderán el miedo escénico, interpretaran personajes de obras infantiles.

Objetivo:

Experimentar nuevos roles y sentimientos al reírse, llorar, reflexionando sobre las diferentes circunstancias de la vida, desarrollando su capacidad artística, su inteligencia y la resolución de problemas,

Recursos:

- Bibliotecaria, Canciones, grabadoras,
- Pelucas, máscaras, guiones de teatro, papel periódico, hojas
- Espejos, cartulina, lana, fomix, silicón.

Tiempo: 45 minutos

Edad: 5-12 años

Participantes: 15 niños

Desarrollo:

- 1.- Bailamos la canción chuchuwa con los niños, con la música realizamos ejercicios que ayuden al cuerpo a relajarse y estirarse, la expresión corporal es una forma de comunicarnos con nuestro cuerpo.
- 2.- Mirarse al espejo realizar diferentes movimientos con la cara, cerrar la boca, sacar la lengua, realizar ejercicios de expresión gestual sin utilizar la voz como: llorar, reír, estar enfermo, feliz, triste. Enseñar como improvisar, como hablar frente al público, utilizar canciones suaves y de suspenso. El escenario que se utilizará para presentar la obra que han practicado ej. El pozo mágico de los Hnos Grimm.

ACTIVIDAD SOCIAL

ACTIVIDAD N° 11

LA BIBLIOTECA QUE HABLA

En esta actividad haremos un recorrido por la biblioteca, explicaremos la función del bibliotecario, como están ubicados los libros en la estantería, observaran un video de las bibliotecas antiguas y modernas.

Objetivo:

Familiarizar a los usuarios infantiles con la biblioteca.

Recursos:

- Bibliotecaria, Sala infantil
- Usuarios infantiles

Tiempo: 45 minutos

Edad: 5-12 años

Participantes 15 niños

Desarrollo:

- 1.- La bibliotecaria se presentará y dará una explicación de su profesión, y varios conceptos por ej. ¿Qué es una biblioteca? ¿Qué es una sala infantil? los servicios que ofrecen, las actividades que se realizan, los horarios de atención luego presentaremos un video de las bibliotecas antiguas y las actuales, realizaremos un recorrido por la biblioteca, explicaremos como están ordenados los libros, mostraremos un libro mencionaremos las partes el nombre del autor o autores, explicaremos que significa cada señalética.
- 2.- Realizaremos un juego. **“Completa la frase”**

“Hoy aprendí que la biblioteca.....MUCHOS LIBROS.

“En las bibliotecas están depositados muchos”.....CONOCIMIENTOS.

ACTIVIDAD N° 12

EL BIBLIODADOS

Esta estrategia utilizaremos un dado y una cartelera el número que salga en el dado lo buscamos en la cartelera en ese número hay una palabra el niño tiene que escribir un concepto de esa palabra, luego compartirá su conocimiento con los demás niños.

Objetivo:

Comunicar un mensaje relacionado a la biblioteca, perdiendo el miedo de hablar frente a sus compañeros.

Recursos:

- Bibliotecaria
- Dados
- Cartulina de colores
- Marcadores
- Tijeras
- Cartel con preguntas y respuesta

Tiempo: 45 minutos

Edad: 8 -12 años

Participantes

12 niños

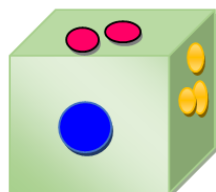
Desarrollo:

Actividad de Motivación:

1.-Ver el video del grupo encanto juego del “chocolate”

https://www.youtube.com/watch?v=Kkf_qn0qUvU

Usaremos nuestras manos el chocolate es una canción con ritmo, cantamos y movemos las manos al son de la canción.



- 2.- El niño coge el dado y lo lanza, el número que salga en el dado por ej. 4, vamos a la cartelera buscamos el número 4 que contiene una pregunta. ¿Qué es un cuento. El niño escribirá la respuesta en las cartillas que le entregamos.
- 3.- Si sale el número 5 buscamos la pregunta ¿Qué es un libro?
- 3.- El responderá y lo escribirá en la cartulina
- 4.- Al final los niños transmitirán la respuesta de cada pregunta frente a sus compañeros.

En cada libro
hay algo por
aprender

Yo tengo un libro
que es mi mejor
amigo y no lo
cambio por

Para mí leer un cuento es ir
a un mundo maravilloso

- 5.- Todos los niños enseñaran lo que han escrito en las cartillas.

2.- **Presentación de las Actividades a las Autoridades de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” en power point.**



Diseño de un Plan de Difusión de Actividades con enfoque a la Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera”

Realizadas por:

Juan Carlos Calderón Castro y Silvia Cindy Mateo Cornejo

2016

Presentación de Actividades



PRESENTACIÓN DE PELÍCULAS Y CUENTOS INFANTILES



EL GUSANO LECTOR



LEO CUENTO Y APRENDO



FESTIVAL DE ARTE MONTUBIO, “MI LINDA TIERRA ECUADOR”



CREO MI HISTORIA Y LA CUENTO USANDO EL KAMISHIBAI



BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO “JAIME ROLDÓS AGUILERA”
TALLER DE ARTE “HUELLITAS CAMINANTES”



DIFUSIÓN EN LA WEB 2.0

marketing 2.0

Email: salainfantilprimerospasitos@hotmail.com

FACEBOOK DE LA SALA INFANTIL

► Twitter: https://www.youtube.com/channel/UCm4incH_Y_GWxQmgIwcSF2w

3.- Difusión de Actividades utilizando las herramientas del Marketing

Utilizaremos las herramientas del Marketing para difundir las actividades enfocadas a la sala infantil.

Difusión en forma escrita: Para la difusión en forma escrita la vamos a realizar por medio de banner, carteles, carteleras, trípticos.

Banners: El diseño de un banner informativo con el logo de la sala infantil será para informar a los el horario de atención y otro de los servicios que ofrece la sala infantil.



Banner publicitario con soporte ROLL UP 85 X 200 con impresión a color

Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia Cindy

Carteles: Por cada actividad se diseñará un cartel invitando a los usuarios a que participen. Ej. La hora del cuento.



Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia Cindy

Cartelera informativa: En la cartelera de la sala infantil se comunicará muy creativamente las portadas de los nuevos libros infantiles, así mismo se colocará los reglamentos, las fechas cívicas para que los usuarios estén informados.



Trípticos: Se elaborarán trípticos indicando las actividades y horario de atención para informar a los usuarios de la Sala Infantil.

Actividad Social 👤 La biblioteca que habla 👤 El bibliodados 	Aprende a viajar en un libro y descubrirás un tesoro escondido	Biblioteca y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldós Aguilera ACTIVIDADES QUE OFRECE LA SALA INFANTIL Horario de atención De Lunes a Viernes 9H00 a 12H00 y de 14H00 a 17H00 Sábados 8H00 - 12H00
---	---	--

ACTIVIDADES PARA FOMENTAR LA LECTURA:  👤 Presentación de películas y cuentos infantiles 👤 El gusano lector 👤 Leo cuento y aprendo 👤 Creo mi historia y el cuento usando el kamishibai 👤 Escribo una historia	Actividades culturales: 👤 Festival de arte montubio. "Mi linda tierra Ecuador" 👤 Canto, baile, juego y me divierto 	Actividades recreativas de Arte ➤ Taller de arte "huellitas caminantes" ➤ Exposición de trabajos realizados durante el taller de arte ➤ Taller de teatro
--	--	--

Difusión a través de la Web

Se utiliza las herramientas de la Web 2.0 para la difusión de los servicios y actividades de la Sala Infantil. La difusión por medio de la Web la realizaremos mediante: correo electrónico, Twitter, Blogs, Facebook.



Fuente: <http://infoactivapublicidad.com/wpcontent/uploads/2011/07/publicidad.png>

Web 2.0: Utilizaremos las herramientas que nos ofrece la Web 2.0 para dar a difundir nuestras actividades y servicios, facilitando el acceso a la información.



Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=4a_BCbgRrVM&list=PLs3be--fGor3agsE-qzDQGQpJawJAU7Sy

Marketing 2.0:

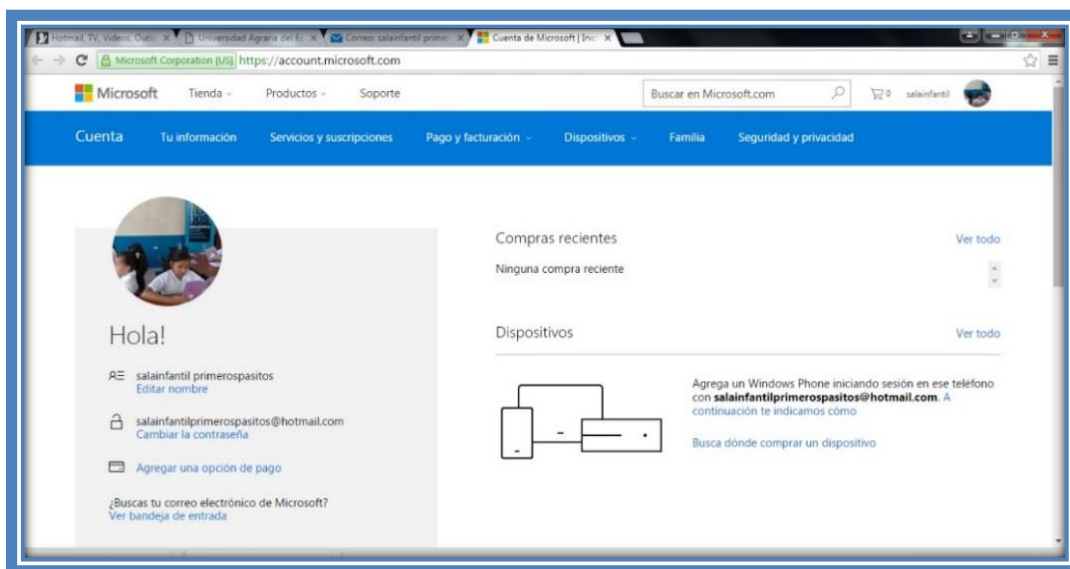
Con el Marketing 2.0 nos dirigimos a cada individuo en forma personalizada para difundir, promocionar las actividades y servicios de la Sala Infantil, optimizando las nuevas tecnologías para llegar a tener gran cantidad de usuarios la comunidad infantil del sector.



Fuente: <https://www.google.com.ec/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj-vJqY>

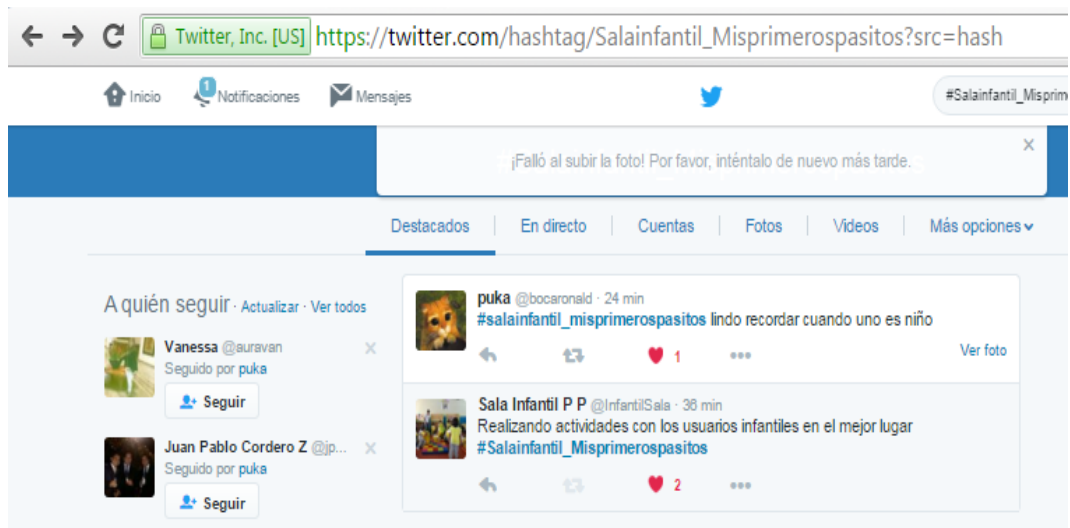
Las Herramientas que vamos a utilizar para difundir los servicios y actividades son:

Correo electrónico: El correo es una herramienta para promocionar las actividades y servicios de la sala infantil dando a conocer el buen uso y sus útiles herramientas.



Twitter: Por medio del Twitter podemos enviar un mensaje y compartir información actualizada con los usuarios promocionando las actividades bajo un hastag, ej.

Realizando actividades con los usuarios infantiles en el mejor lugar [#Salainfantil_Misprimerospasitos](#).



Twitter: página: <https://twitter.com/InfantilSala>

Usuario: @infantilsala



Blog: Es la página web en la que se publicará regularmente artículos cortos con contenido actualizado y novedoso sobre temas específicos o libres relacionados a la Sala Infantil.

Blog: <http://salainfantilprimerospasitos.blogspot.com/>



Fuente: <http://salainfantilprimerospasitos.blogspot.com/>
Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia Cindy

Facebook: Con la cuenta en Facebook daremos a conocer los servicios, programas y actividades que oferta la Sala Infantil.

Facebook: <https://www.facebook.com/salainfantilprimerospasitos>



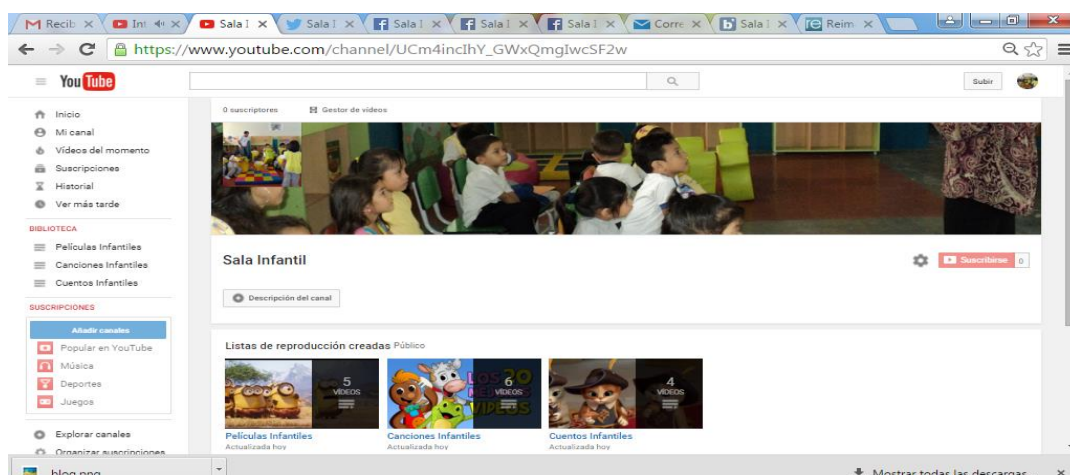
Página del Facebook: Con la que interactuaremos con los usuarios.
<https://www.facebook.com/salainfantilPrimerosPasitos1/>



Canal de youtube

Creamos un canal de youtube como medio para llegar a nuestro público objetivo que son niños y niñas, dar a conocer las actividades que se realizan en la Sala Infantil y brindar información útil para los usuarios.

https://www.youtube.com/channel/UCm4inclhY_GWxQmglwcSF2w



Biblioteca 2.0

La Web 2.0 aplicadas en la biblioteca nos encaminará a crear y difundir contenidos de calidad como los servicios y actividades que ofrece la Sala Infantil, en este espacio dinámico y participativo, aprovechando la inteligencia colectiva de nuestros usuarios.

Biblioteca 2.0 la utilizaremos para dominar las herramientas sociales y dinamizar e interactuar con la comunidad infantil para compartir información y promoción de nuestros servicios.



https://www.youtube.com/watch?v=4a_BCbgRrVM&list=PLs3be--fGor3agsE-qzDQGQpJawJAU7Sy

Nuevos Servicios:

Formación de usuarios: Este curso tiene como objetivo que los usuarios conozcan el fondo bibliográfico, donde están localizados los libros que necesitan así para facilitar la búsqueda rápida de la información localización.

Carnet de biblioteca: El carnet es un documento de identificación que permite el fácil acceso a la información del fondo de la biblioteca, el usuario puede realizar un préstamo en sala o a domicilio, tiene acceso al internet, wifi, videoteca, hemeroteca, comics, y a las diversas actividades que realiza la sala infantil.

SALA INFANTIL
"MIS PRIMEROS PASITOS"
BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL
COMUNITARIO
"JAIME ROLDÓS AGUILERA"



CARNET DE BIBLIOTECA

Código: _____
Nombres: _____
Apellidos: _____
Dir.: _____
Teléf.: _____



Elaborado por: Calderón Castro Juan Carlos y Mateo Cornejo Silvia Cindy

Agenda de actividades

Esta agenda de Actividades nos permite registrar diversas actividades adaptándola a las fiestas cívicas rescatando el valor de nuestra cultura, también actividades de lectura, juegos, arte para motivar a los usuarios infantiles que asistan a la Sala Infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera” que realizaremos durante los meses de septiembre – Diciembre.

No.	ACTIVIDADES PERIODO SEPTIEMBRE - DICIEMBRE	SEPTIEMBR E				OCTUBR E				NOVIEMBR E				DICIEMBR E			
	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	PRESENTACIÓN DE PELÍCULAS Y CUENTOS INFANTILES	x															
2	EL GUSANO LECTOR		x														
3	LEO CUENTO Y APRENDO			x													
4	FESTIVAL DE ARTE MONTUBIO. “MI LINDA TIERRA ECUADOR						x										
5	CREO MI HISTORIA Y LA CUENTO USANDO EL KAMISHIBAI											x					
6	TALLER DE ARTE “HUELLITAS CAMINANTES”						x										
7	EXPOSICIÓN DE TRABAJOS REALIZADOS DURANTE EL TALLER DE ARTE							x									
8	LA BIBLIOTECA QUE HABLA														x		
9	ESCRIBO UNA HISTORIA													x			
10	TALLER DE TEATRO										x					x	
11	EL BIBLIODADOS																
12	CANTO, BAILO, JUEGO Y ME DIVIERTO					x											

ANEXOS

Anexo 1. CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN



Ministerio
de Educación

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
DIRECCIÓN NACIONAL DE MEJORAMIENTO PEDAGÓGICO

BIBLIOTECA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO
"JAIME ROLDÓS AGUILERA"

CONVENIO: UNIÓN DE ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE PLAN PILOTO – U.O.C.P.P.
GUAYAQUIL – ECUADOR



Guayaquil, 10 de junio del 2015
OF. No. 027 -DBPJRA

Magister
Silvia Moy-Sang Castro
DECANA DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
En su despacho.-

De mi consideración:

Por medio de la presente **Autorizo** a los estudiantes: Juan Carlos Calderón Castro con C.I. 0916592421 y Silvia Cindy Mateo Cornejo con C.I. 0917915282, egresados de la Escuela de Bibliotecología y Archivología, de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, para que realicen su Proyecto Educativo **"Influencia del Marketing Bibliotecario en la calidad de los Servicios Bibliotecológicos infantiles, zona 8, Distrito 4. Propuesta. Diseño de un Plan de Actividades con enfoque a la sala infantil** en la institución a mi cargo en calidad de Directora de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario "Jaime Roldós Aguilera" de la Ciudad de Guayaquil en el presente año lectivo 2015.

Particular que comunico a usted, para los trámites legales correspondientes.

Atentamente,

MGs. Lorena Yong Torres
DIRECTORA



Educamos para tener Patria

Dirección: Calle 10ª al 16 y la 26 entre 24 y 26 de Agosto de 1971 - 2011



Anexo 2. Matriz de la entrevista



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

ENTREVISTA A DIRECTORA

1. ¿Qué es el Marketing Bibliotecario para usted?
2. Considera usted en la actualidad es importante la difusión de los servicios, programas y actividades que realiza la sala infantil.
3. La sala infantil de la Biblioteca esta adecuada para satisfacer las necesidades de los niños y niñas.
4. En la actualidad la biblioteca debe de promocionar sus actividades y programas.
5. Cuán importante es implementar nuevos servicios y actividades en la sala infantil.
6. ¿Qué servicios y actividades debe promocionar la sala infantil?
7. ¿Se debe de crear programas acorde a las necesidades y aptitudes de los niños?
8. ¿Cómo está organizada la biblioteca?
9. ¿Cuenta la biblioteca con material actualizado?
10. ¿La Biblioteca tiene Reglamento y Misión

Anexo 3. Matriz de la encuesta



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA
ENCUESTA

Dirigida a: Los usuarios infantiles de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera”, zona 8, distrito 4, provincia del Guayas, cantón Guayaquil.

Objetivo: Demostrar la influencia del Marketing Bibliotecario en la calidad servicios bibliotecológicos mediante un estudio bibliográfico, análisis estadístico y de campo, para diseñar una guía metodológica con la aplicación de programas y actividades de promoción en la sala infantil

Instrucciones para contestar de manera correcta las preguntas: Seleccione con una (x), la respuesta correcta según su opinión.

1.- Edad

8 a 10 años	
10 a 12 años	
12 a 14 años	
14 a 16 años	
16 a 18 años	

2. Género

Femenino	
Masculino	

3.- Nivel de educación

Primaria	
Secundaria	

4.- ¿Cuándo vas a la biblioteca visitas la sección infantil?

Nunca	
Casi nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

5.- ¿Te gusta que la sala infantil promocióne actividades por medio de la publicidad?

Sí	
No	

6.- ¿En la sala infantil hay personajes animados?

Siempre	
A veces	
Nunca	

7.- ¿Te gustaría que la sala infantil mejore la calidad de servicios?

Si	
No	

8.-¿Qué es lo que más te gusta de la sala infantil?

La hora de cuento	
La hora de clubes	
Las películas	
concursos animados	
Funciones de títeres	

9.- ¿Crees que a la sala infantil de la biblioteca le haga falta?

Cuentos	
Historia y leyendas modernas	
Música	
Personajes de los cuentos	
Espacio de pintura	
Obras de teatro	

10.- ¿En la sala infantil de la biblioteca te agradan los cuentos, las pinturas, los títeres?

SI	
NO	

AGRADECEMOS SU ATENCIÓN



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA
ENCUESTA

Dirigida a: Padres de familia de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldós Aguilera”, zona 8, distrito 4, provincia del Guayas, cantón Guayaquil.

Objetivo: Demostrar la influencia del Marketing Bibliotecario en la calidad servicios bibliotecológicos mediante un estudio bibliográfico, análisis estadístico y de campo, para diseñar una guía metodológica con la aplicación de programas y actividades de promoción en la sala infantil

Instrucciones para contestar de manera correcta las preguntas: Seleccione con una (x), la respuesta correcta según su opinión.

1.- Edad

18 a 30 años	
30 a 40 años	
40 a 50 años	

2. Género

Femenino	
Masculino	

3.- Nivel de educación

Primaria	
Secundaria	

4.- ¿Usted asiste a la sala infantil de la biblioteca con sus hijos?

Nunca	
Casi nunca	
A veces	
Casi siempre	
Siempre	

5.- ¿Usted se informó de los servicios y actividades de la sala infantil por afiches o banner?

Sí	
No	

6.- ¿Cree usted que la biblioteca deba realizar marketing para ofrecer sus servicios?

Siempre	
A veces	
Nunca	

7.- ¿Qué actividades te agradaría que realicen en la sala infantil de la biblioteca?

Cuentos	
Clubes	
Películas	
Concursos	
Títeres	

8.- ¿Qué le hace falta que a la sala infantil de la biblioteca?

La hora de cuento	
La hora de clubes	
Las películas	
concursos animados	
Funciones de títeres	

9.- ¿Cuándo lees un cuento infantil tu hijo entiende el mensaje?

Cuentos	
Historia y leyendas modernas	
Música	
Personajes de los cuentos	
Espacio de pintura	
Obras de teatro	

10.- ¿Te gustaría que hayan nuevos servicios en la biblioteca?

Mucho	
Poco	
Nada	

AGRADECEMOS SU ATENCIÓN

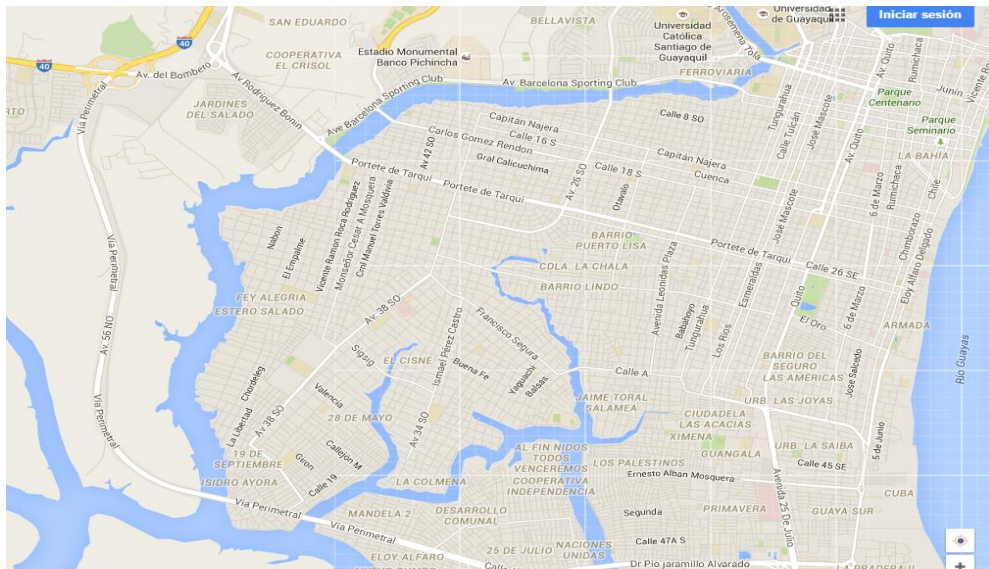
Ubicación sectorial y física

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Parroquia: Febres-Cordero

Imagen N° 1- Ubicación en el mapa de la Biblioteca Pública y CENTRO cultural Comunitario "Jaime Roldós Aguilera"



Fuente: Google maps

Ubicación sectorial del Proyecto Educativo



Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario "Jaime Roldós Aguilera"

Anexo 5. Evidencias fotográficas



*MSc. Lorena Yong Torres Directora
Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario "Jaime Roldos Aguilera"*



Encuesta a la Lic. Rocío Tóala, trabaja en la Biblioteca,



Investigador: Juan Carlos Calderón Castro



Investigadora: Silvia Cindy Mateo Cornejo



Encuesta a usuarios infantiles de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario

“Jaime Roldòs Aguilera”



Encuestas a Padres de Familia de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldòs Aguilera”



Encuesta Madre de Familia de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldòs Aguilera”



Promotora del programa infantil que funciona en la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario “Jaime Roldòs Aguilera”



Poca asistencia de los niños y niñas en el servicio de Hora del Cuento por falta de Difusión.



Falta de recursos didácticos para motivar a los usuarios infantiles

Anexo 6. Publicidad impresa



SALA INFANTIL "MIS PRIMEROS PASITOS"
BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL
COMUNITARIO "JAIME ROLDÓS AGUILERA"

"Un niño que lee, será un adulto que piensa."

Calle "P" entre la 26 y la 24 (entrando por la 29)
facebook.com/salainfantilprimerospasitos
<https://twitter.com/infantilSala> Blog: <http://salainfantilprimerospasitos.blogspot.com/>







ENERO

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

FEBRERO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29						

MARZO

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ABRIL

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

MAYO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

JUNIO

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

JULIO

L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

AGOSTO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

SEPTIEMBRE

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4		
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

OCTUBRE

L	M	M	J	V	S	D
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

NOVIEMBRE

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

DICIEMBRE

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	













Calendario de la Biblioteca Pública y Centro Comunitario "Jaime Roldos Aguilera"

Anexo 7. Tríptico

Misión

Servir a la comunidad, innovando, facilitando el acceso a la información de sus recursos disponibles a los usuarios infantiles ofreciéndoles servicios de calidad de una manera eficaz y eficiente.

Visión

Ser reconocidos por los miembros de la comunidad Febres-Cordero como la institución educativa que se preocupa por la niñez de nuestro país, realizando actividades dinámicas motivadoras en todas las áreas del conocimiento.

Objetivos generales

Diseño de un plan de difusión de actividades con enfoque en la sala infantil.

Objetivos específicos:

- ◆ Consolidar hábitos de lectura en niños y niñas de la comunidad.
- ◆ Promover el conocimiento e interés en las artes y cultura.
- ◆ Difundir las nuevas actividades a través de medios publicitarios, escritos como carteleros, banner y publicaciones en internet acogiendo las herramientas del marketing 2.0 e incrementando en la biblioteca 2.0



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

PROYECTO EDUCATIVO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADOS EN BIBLIOTECOLOGÍA Y
ARCHIVOLOGÍA

TEMA:

INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN
LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS
BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES
DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL
COMUNITARIO "JAIME ROLDÓS AGUILERA".
PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN
DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES
CON ENFOQUE EN LA
SALA INFANTIL.

AUTORES:

CALDERÓN CASTRO JUAN CARLOS
MATEO CORNEJO SILVIA CINDY

CONSULTOR ACADÉMICO:
MSC. JOFFRE GILCES LOOR

GUAYAQUIL, ABRIL 2016

SALA INFANTIL "MIS PRIMEROS PASITOS"

BIBLIOTECA PÚBLICA Y
CENTRO CULTURAL
COMUNITARIO
"JAIME ROLDÓS AGUILERA"



HORARIO DE ATENCIÓN

De Lunes a Viernes

9H00 a 12H00 - 14H00 a 17H00

Sábados

8H00 - 12H00

Calle "P" entre la 26 y la 24 (entrando por la 29)

ACTIVIDADES SOCIO-CULTURALES

Actividad Social



- ◆ La biblioteca que habla
- ◆ El bibliodados

Actividades para fomentar la Lectura



- ◆ Presentación de películas y cuentos infantiles
- ◆ El gusano lector
- ◆ Leo cuento y aprendo
- ◆ Creo mi historia y el cuento usando el kamishibai
- ◆ Escribo una historia

Actividades culturales:



- ◆ Festival de arte montubio. "Mi linda tierra Ecuador"
- ◆ Canto, baile, juego y me divierto

Actividades recreativas de Arte

- ◆ Taller de arte "huellitas caminantes"
- ◆ Exposición de trabajos realizados durante el taller de arte
- ◆ Taller de teatro

Servicios:

- ◆ La hora del cuento
- ◆ Préstamo en Sala
- ◆ Formación de Usuarios



CARTELERAS INFORMATIVAS



Difusión a través de la Web



Síguenos:
Blog: <http://sala infantil primeros pasitos.blogspot.com/>
https://www.youtube.com/channel/UCm4indhY_QWxQmgIwcSF2w
<https://www.facebook.com/sala infantil Primeros Pasitos1>

Anexo 8. Separadores de libros

Sala Infantil "Mis Primeros Pasitos"

Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario "Jaime Roldos Aguilera"

Horario de atención:

Lunes a Viernes 8:00 – 17:00

Desde que descubrí los libros y las Bibliotecas, para mí, cada día del año es Navidad.
Jean Fritz.



Calles "P" E/ la 26 y 24 ava (entrada por la 29) del sector Plan Piloto, Parroquia Febres – Córdaro.

Síguenos:

Facebook: <https://www.facebook.com/sala infantilPrimerosPasitos1/>
https://www.youtube.com/channel/UCm4inclhY_GWxQmqhwc5/

Sala Infantil "Mis Primeros Pasitos"

Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario "Jaime Roldos Aguilera"

Horario de atención:

Lunes a Viernes 8:00 – 17:00

Sábados: 8:00 - 12:00

Calles "P" E/ la 26 y 24 ava (entrada por la 29) del sector Plan Piloto, Parroquia Febres – Córdaro.



*El que lee mucho
sabe mucho*

Sala Infantil

"Mis Primeros Pasitos"

Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario "Jaime Roldos Aguilera"

Horario de atención:

Lunes a Viernes 8:00 – 17:00

Sábados: 8:00 - 12:00



*"En cada libro hay un
tesoro escondido"*

Calles "P" E/ la 26 y 24 ava (entrada por la 29) del sector Plan Piloto, Parroquia Febres – Córdaro.

Facebook: <https://www.facebook.com/sala infantilPrimerosPasitos1/>
https://www.youtube.com/channel/UCm4inclhY_GWxQmqhwc5/

Certificado de Originalidad del Proyecto CALDERÓN CASTRO JUAN CARLOS - MATEO CORNEJO SILVIA CINDY.-

File Edit View Tools Help

Standard Express Deep Rewite Batch check Website check SEO check Image check

Check for plagiarism

Text editor Address Page

Text(99060):

CALDERÓN CASTRO JUAN CARLOS - MATEO CORNEJO SILVIA CINDY - INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECARIOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO JAIME ROLDÓS AGUILERA. PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL. Consultor: MSC. JOFFRE GILCES LOORE. presente trabajo investigativo es realizado para la sala de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldós Aguilera infantil área dedicada a niños cuatro a doce años, donde se registró una baja asistencia de usuarios infantiles a la Biblioteca, es por esto que se recopiló información en el sector Plan Piloto para saber si ellos conocen la Sala Infantil y los servicios que ofrece. Se utilizó la encuesta como técnica de investigación para obtener amplia información que serán representados en tablas y gráficos para el análisis e interpretación de datos elaboramos cuestionarios de preguntas que se formularon a infantes y padres de familia que participaron activamente en el proceso. Siendo el resultado del análisis favorable para la realización de nuestro tema de la comunidad. El propósito de presente proyecto es diseñar un plan de difusión de actividades con enfoque a la sala infantil como una estrategia para satisfacer las necesidades del usuario aplicaremos el marketing para difundir los servicios bibliotecarios y las actividades socioculturales a través de los medios publicitarios escritos como carteleros, banner, trípticos, publicidad electrónica como Internet, Facebook, Twitter, correo electrónico. Los usuarios infantiles y comunidad en general se beneficiarán de las actividades y servicios que ofrece la Sala infantil la que será un lugar dinámico y de recreación cultural Marketing Bibliotecario. <w>« Difusión Sala infantil </w>« El marketing es una herramienta que satisface necesidades del usuario y logra tener una calidad del producto deseado. En este caso el marketing bibliotecario puede definirse como el conjunto de actividades que la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldós Aguilera realiza para informar a sus usuarios. El marketing debe utilizarse de manera permanente para garantizar la calidad de la biblioteca. A la hora de llevar a cabo una estrategia de marketing, es necesario ponerla en marcha de forma planificada, cíclica y continua. Es necesario promover la idea dentro de la propia unidad, contar con un personal suficientemente motivado y consciente de que, por encima de cualquier otra prioridad hay que satisfacer las necesidades de los clientes. No basta con crear buenos servicios y esperar, o contar con un buen fondo documental y acceso a multitud de bases de datos u otras fuentes de información, si no sabemos darles publicidad y captar clientes, si en definitiva el cliente desconoce esas posibilidades, debemos ser conscientes de la importancia que tiene el hecho de dar a conocer los servicios que puede brindar la biblioteca a una comunidad. El marketing bibliotecario consiste en hacer oír la voz sobre los servicios y actividades que ofrece la sala infantil. Esto implica el proceso de desarrollo de estrategias para difundir tales como: trípticos, volantes, invitaciones, banner, por medio del internet utilizando las redes sociales, Facebook, email, blog, twitter y canal de youtube. Un programa de marketing debe empezar siempre con una buena planificación. No es suficiente ofrecer un servicio básico, sino que debe ser de calidad. Los servicios que ofrece la Biblioteca deben ser de manera eficaz y eficiente sobre todo para la población infantil quienes serán los beneficiados y por ende la institución. El presente trabajo investigativo incluye cuatro capítulos distribuidos de la siguiente manera: Presenta el problema, contexto de investigación, problema de investigación, Situación conflictiva, hecho científico, causas, formulación del problema, objetivos de la investigación, objetivo General, Objetivo específicos, interrogantes de la investigación, justificación del proyecto Comprende el marco teórico de investigación, enfatizando en temas de la influencia del Marketing Bibliotecario. Antecedentes del estudio, además se presentan las fundamentaciones que sustentan la propuesta planteada, Bases Técnicas, Fundamentación Técnicas, presentan el análisis e interpretación de los resultados de la investigación. Prueba del Chi cuadrado son representados en gráficos de barras para observar y analizar las encuestas, conclusiones y recomendaciones. Se realiza la Propuesta. Título: Diseño de un Plan de difusión de actividades con enfoque a la Sala Infantil, justificación, objetivos, objetivo general, objetivos específicos, aspectos técnicos, pedagógico, sociológico, psicológico, legal, factibilidad de su aplicación. Financiera, Técnica, Humana, Descripción, Conclusiones, Bibliografía y Anexos. Con el presente proyecto se beneficiarán los niños y padres de familia del Sector Plan Piloto que utilizan el servicio de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario Jaime Roldós Aguilera, los mismos que tendrán acceso a las diferentes actividades, programas y servicios como: juegos recreativos, recursos didácticos, audiovisuales, hora del cuento para finalizar al haber mejor incrementando el libro e imaginación, sistemas de libro, presentando de películas, teatro de títeres, teatro, exposiciones de trabajo, invitando de esta manera a los niños, asistir a la Biblioteca y las bibliotecas, los niños más desatendidos se han considerado como atención.

Log:

Search operation #1

Go Found 2% matches at: http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/1999-abril/bibliotecas_universitarias_y_gestion_del_conocimiento.html

Go Found 2% matches at: http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_2_03/aci40203.htm

Go Found 3% matches at: <https://prospectiva2020.wordpress.com/2014/03/13/10/>

Go Found 1% matches at: <http://www.cronicasviva.com.pe/>

Go Found 1% matches at: <https://es.wikipedia.org/wiki/Población>

Go Found 2% matches at: <https://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento>

The originality of the text is 94%

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGIA Y ARCHIVOLOGIA
MSC. Carmen Mosquera
GESTORA TITULACIÓN
Mayo/03/2018

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TITULO Y SUBTITULO: TEMA: INFLUENCIA DEL MARKETING BIBLIOTECARIO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECOLÓGICOS INFANTILES DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA Y CENTRO CULTURAL COMUNITARIO "JAIME ROLDÓSAGUILERA", PROPUESTA: DISEÑO DE UN PLAN DE DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CON ENFOQUE EN LA SALA INFANTIL.		
AUTOR/ES: CALDERÓN CASTRO JUAN CARLOS MATEO CORNEJO SILVIA CINDY		TUTOR: Lic. JOFRE GILCES LOOR, MGs. MSC. CARMEN MOSQUERA GUTIÉRREZ. MSC. RUTH CARVAJAL DE LINDAO MSC. BYRON MOTA CONTRERAS
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		FACULTAD: DE FILOSOFÍA ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA
CARRERA: BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA		
FECHA DE PUBLICACIÓN: 26/02/2016		N. DE PAGES: 166
ÁREAS TEMÁTICAS: Marketing Bibliotecario Biblioteca		
PALABRAS CLAVE: Marketing Bibliotecario Difusión Sala infantil		
RESUMEN: El presente trabajo investigativo es realizado para la sala infantil de la Biblioteca Pública y Centro Cultural Comunitario "Jaime Roldós Aguilera" área dedicada a los niños de cuatro a doce años, donde se registró una baja asistencia de usuarios infantiles a la Biblioteca, es por esto que se recopiló información en el sector Plan Piloto para saber si ellos conocen la Sala Infantil y los servicios que ofrece. Se utilizó la encuesta como técnica de investigación para obtener amplia información que serán representados en tablas y gráficos, para el análisis e interpretación de datos elaboramos cuestionarios de preguntas que se formularon a infantes y padres de familia que participaron activamente en el proceso. Siendo el resultado del análisis favorable para la realización de nuestro tema propuesto. El marketing se presenta como una herramienta idónea para la elaboración de las nuevas actividades socioculturales que permitirán desarrollar la inteligencia, destrezas, habilidad lectora y valor artístico, por esta razón buscamos la solución de satisfacer las necesidades informativas, lectoras de niños y niñas de la comunidad. El propósito del presente proyecto es diseñar un plan de difusión de actividades con enfoque a la sala infantil como una estrategia para satisfacer las necesidades del usuario aplicaremos el marketing para difundir los servicios bibliotecarios y las actividades socioculturales a través de los medios publicitarios escritos como carteleros, banner, trípticos, publicidad electrónica como: Internet, Facebook, Twitter, correo electrónico. Los usuarios infantiles y comunidad en general se beneficiarán de las actividades y servicios que ofrece la Sala Infantil la que será un lugar dinámico y de recreación cultural.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):		N. DE CLASIFICACIÓN: 0.25 CAI
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:		☒ SI ☐ NO
CONTACTO CON AUTORES/ES:		Teléfono: 0958935566/ 0911628813 E-mail: cindy29@hotmail.es Bastitajuan1981@hotmail.es
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:		Nombre: Universidad de Guayaquil. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación Teléfono: 2294091 Telefax: 2393065 E-mail: ebafilosug1952@gmail.com