**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Servicios digitales de bibliotecas |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 210601020- Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210601020-03. Verificar los elementos que hacen parte del servicio bibliotecario, teniendo en cuenta sus objetivos, procesos y procedimientos.  210601020-04. Elaborar informes de resultado de los procesos de atención de la biblioteca de acuerdo con los lineamientos establecidos. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF004 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Verificación del servicio bibliotecario e informes |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Con el estudio de este componente formativo, el aprendiz podrá reconocer la importancia del *marketing* digital en las redes sociales y fortalecerá sus habilidades para el servicio en bibliotecas -según los procesos y procedimientos establecidos-, la evaluación del servicio y la medición de la gestión, mediante el análisis de indicadores y presentación de informes. |
| PALABRAS CLAVE | Indicador, *martketing* digital, redes sociales, servicios, técnicas de verificación |

| ÁREA OCUPACIONAL | 1 - Finanzas y administración |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**1. *Marketing* en la red**

1.1 Redes sociales

1.2 Netiqueta

1.3 *Marketing* bibliotecario

1.4 Interacción con el usuario

**2. Servicios bibliotecarios**

2.1 Procesos y procedimientos

2.2 Objetivos e indicadores de calidad

2.3 Medios digitales

2.4 Acciones correctivas en los servicios de biblioteca

**3. Evaluación del servicio**

**3**.1 Propósito y técnicas de medición

3.2 Recolección de información

3.3 Informes

1. **INTRODUCCIÓN:**

Tenga una cordial bienvenida al estudio del componente formativo **“Verificación del servicio bibliotecario e informes”.** Para comenzar, visualice el video que se muestra enseguida. ¡**Éxitos**!



1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**

**1**. ***Marketing* en la red**

Las acciones que desarrollan las organizaciones para la realización de la gestión de promoción, difusión y dar a conocer sus actividades por medio de ambientes virtuales, se llama *marketing* digital.



Para ello, utilizan herramientas y aplicaciones que brinda la web 2.0 que dan facilidades para compartir los portafolios de productos y servicios, por medio de las tecnologías de la información y redes sociales.

 Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

* 1. **Redes sociales**

Las páginas web o aplicativos que sirven como canal de comunicación e interacción entre personas de forma virtual se denominan, comúnmente, **redes sociales**.



Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

En la siguiente tabla, se exponen las redes sociales más comunes y frecuentemente utilizadas; se invita a conocer más sobre sus usos en el *marketing*.

**Tabla 1**

*Redes sociales y su uso en marketing digital*

| Red social | Características | Uso en *marketing* |
| --- | --- | --- |
| Facebook | Para el público en general, no se requiere un tema específico o intereses. | Comunicación bidireccional con usuarios actuales y potenciales para identificar preferencias, tendencias y demás. |
| Twitter | Promoción de productos y servicios, como también publicación de campañas. |
| Instagram | Posición de marca generando más visitas. |
| TikTok | Llegar a usuarios nuevos, aunque no sean seguidores, haciendo conocer la marca, sus productos y servicios. |
| Snapchat | Interacción con los usuarios. |
| VKontakte | Postear los productos y servicios de la organización en diferentes comunidades en línea. |
| LinkedIn | Para el público en general, se manejan temas intereses específicos. | Posibilitan encontrar un mercado segmentado y generar alianzas estratégicas entre organizaciones. |
| InfoJobs |
| 21Buttons | Permite hacer compras en línea de artículos de moda, en especial ropa. |
| Spotify | Utiliza la aplicación para promoción de productos y servicios a diferentes posibles clientes. |
| Pinterest | Para campañas de mercadeo se hace uso de estas herramientas por medio del diseño, orden, creación y edición del contenido propuesto. |
| Flickr |
| WhatsApp | Para el público en general, se caracterizan por la gestión de mensajería instantánea lo que permite de forma sincrónica interactuar ya sea por mensajes de texto o video llamadas. | Se utilizan como canal de venta, promoción y apasionamiento de marca, posibilita interactuar en línea con el usuario facilitando la resolución de necesidades de clientes, atención de pedidos, aclaración de dudas y demás requerimientos de forma personalizada, se utiliza de forma sincrónica o asincrónica.  Posibilitan la comunicación por medio de mensajes de texto, llamadas o videollamadas. |
| Messenger |
| Line |
| Telegram |
| WeChat |
| Discord | Se maneja para la recolección de comentarios de los usuarios para evaluar la satisfacción del cliente y hacer gestión de posventa. |

Cabe resaltar que los beneficios principales de las redes sociales para el *marketing*, son:

* La creación de imagen corporativa.
* El refuerzo y posicionamiento de la marca.
* La aplicación y fortalecimiento de canales de comunicación con usuarios.
* La posibilidad de captar nuevos clientes.
* La posibilidad de fidelizar clientes existentes.
* La promoción de productos y servicios, entre otros.
  1. **Netiqueta**

Así como de forma presencial existe la etiqueta, que rige el actuar entre las personas frente a ciertas situaciones en sociedad, existe la **netiqueta** la cual aporta unos lineamientos para las formas de comportamiento, cuando se hace uso de las herramientas virtuales.



Comprendiendo lo anterior, se define netiqueta como el conjunto de reglas y la normatividad que rigen el comportamiento cuando se interactúa a través de la red: aplicaciones, redes sociales, aplicativos, plataformas, espacios de virtualidad y demás herramientas informáticas y digitales.

Se debe tener en cuenta algunas particularidades de la netiqueta y procurar ser garante de su cumplimiento en sus procesos y experiencia personal y laboral:



Dentro del conjunto general de reglas de la Netiqueta, las más básicas e importantes, son:

* Escribir teniendo en cuenta al lector, contexto y el mensaje que se quiere transmitir, cuidando el respeto por todas las personas naturales y no naturales.
* Cumplir las reglas propias, expuestas en la red específica o herramientas informáticas y digitales que se estén usando.
* Aplicar una enunciación y escritura moderada en cantidad y forma; evitando el uso de modismos despectivos, abreviaturas no oficiales, fuentes poco legibles, mayúsculas sostenidas, entre otras.
* Respetar permisos otorgados y espacio de los demás.
* Aportar al conocimiento.
* Promover el respeto por la intimidad y privacidad.

**Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

**1.3. *Marketing* bibliotecario**

En relación con lo dicho hasta este punto, la gestión que la biblioteca realiza, dirigida a identificar y retroalimentarse de las necesidades de datos de sus clientes para buscar estrategias y satisfacerlas, se llama ***marketing* bibliotecario**.



Por medio del *marketing* bibliotecario, la biblioteca logra:

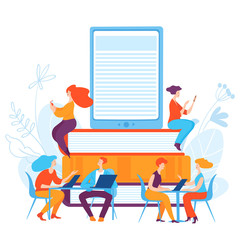


Por tanto, la gestión del *marketing* bibliotecario está basado en:



**1.4** **Interacción con el usuario**

Las personas que requieren datos para transformar la información en conocimiento buscan los recursos que las bibliotecas les aportan; por eso, es importante conocer cómo el *marketing* bibliotecario interactúa con los usuarios.



Tal gestión radica en promocionar los canales de comunicación, servicios y actividades propias de la biblioteca, para dar una cobertura completa a la comunidad.

Para una mayor comprensión del *marketing* y su interacción en las bibliotecas, se exponen algunos ejemplos, a saber:

* Publicaciones de los servicios bibliotecarios en las redes sociales.
* Publicar la ubicación de la biblioteca en redes sociales.
* Señalizar la ubicación de forma física en la comunidad como una ruta guía en lugares específicos.
* Gestión de voz a voz y referenciados.
* Planes de fidelización.
* Publicidad y promoción de la biblioteca ya sea física o por internet.
* Servicio al cliente que supere expectativas.
* Ambientes según necesidades.
* Material accesible.

Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

**2. Servicios bibliotecarios**

El propósito de las bibliotecas es facilitar el libre acceso de información a la comunidad para fomentar el desarrollo sostenible, a través de la consulta y otros servicios que posibilitan al usuario mejorar sus capacidades de conocimiento e investigación.



Los principales servicios prestados por bibliotecas suelen ser, entre algunos otros:

* Préstamo de libros y equipos.
* Consulta física y virtual de contenido.
* Servicio de internet, herramientas ofimáticas, informáticas y digitales.
* Asesoría para consulta e investigaciones.
* Referenciación en línea o bibliografía en línea.
* Capacitación y formación presencial o en línea.
* Alfabetización informacional.
* Servicios de georreferenciación.
* Actividades culturales y de apoyo a la comunidad.

Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

**2.1 Procesos y procedimientos**

La gestión en la biblioteca lleva un orden, según especificaciones y exigencias de las actividades que se plasman en procesos y procedimientos. Los procesos tienen que ver con las actividades de gestión y los procedimientos hacen referencia a los métodos utilizados para la gestión de procesos en la biblioteca.



En lo relativo a los procesos, entiéndase como el conjunto de actividadesde gestión que tienen una secuencia lógica con unas entradas, transformación y salidas, con el propósito de elaborar o cambiar un producto y/o actividad en la biblioteca, que se ve reflejado en áreas o dependencias.

A continuación, se presentan algunos aspectos clave relativos a los procesos en bibliotecas:



En lo relacionado con los procedimientos, hay que tener presentes los siguientes aspectos:



Ahora, se invita a analizar el esquema que se muestra y reconocer en él el ejemplo que se muestra sobre un proceso y procedimiento en la biblioteca.

**Figura 1**

*Ejemplo de proceso y procedimiento en biblioteca*



**2.2 Objetivos e indicadores de calidad**

Los procesos en las bibliotecas tienen unos objetivos determinados por su naturaleza como, por ejemplo, garantizar el servicio al usuario, cumplir con la misión y visión, brindar una cobertura a la comunidad y demás. Por ende, deben estar en continuo seguimiento medible para verificar el cumplimiento de estos.



Estas actividades de medición se realizan a través de unos **indicadores de calidad** en donde se establecen **metas y mecanismos** de acción para garantizar el buen funcionamiento de los procesos dentro de la biblioteca y dar, como resultado, una gestión óptima de la entidad.

Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

En la biblioteca, se pueden encontrar varios indicadores, tales como:

* Indicador de rendimiento operacional.
* Indicador de visitas.
* Indicador de servicio.
* Indicador de impacto de las actividades.

En la tabla que se muestra a continuación, se expresa el indicador de préstamos de libros; se sugiere dar atención a los aspectos clave y llevar nota de lo más destacado en una libreta personal de apuntes:

**Tabla 4**

*Ejemplo de indicador de calidad en un proceso de la biblioteca*

| Indicador de calidad | | | Meta |
| --- | --- | --- | --- |
| Proceso: préstamo de libros | | | 95% |
| Objetivo: cumplir con la meta de préstamos de libros a los usuarios | | |
| Mes | Préstamos | Disponibilidad | Cumplimiento |
| Agosto | 300 | 800 | 38% |
| Análisis cualitativo | | Se presenta un incumplimiento al indicador debido a la poca afluencia a la biblioteca en el mes de agosto. |  |
|
| Acciones de mejora | | Crear en el mes de septiembre actividades de promoción como planes lectores y culturales para que la afluencia aumente y así las solicitudes de libros. |
|  | |

****Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

**2.3 Medios digitales**

En la actualidad, las herramientas digitales se utilizan para solventar cualquier tipo de necesidad que requieren los clientes en las organizaciones, programas y proyectos. No es distinto en la gestión que se realiza en las bibliotecas, que han adoptado las herramientas para satisfacer las necesidades de sus usuarios y comunidades impactadas.



Entre los medios digitales y herramientas informáticas más usados en la actualidad, se pueden mencionar el internet, los diversos dispositivos electrónicos de todas las gamas, portales web, portafolios en línea, aplicaciones, bibliotecas digitales, realidad virtual y muchos más…

Pero, ¿qué se puede decir o saber de ellos?



**2.4 Acciones correctivas en los servicios de biblioteca**

Las bibliotecas, en su gestión de mejora continua, crean procesos y procedimientos para mitigar las fallas que se presentan en la prestación del servicio al usuario. Se da por hecho, entonces, que las acciones correctivas son toda la gestión que se hace, de forma inmediata, para eliminar una situación o falla que se genera en la prestación del servicio al usuario brindando solución a los requerimientos expuestos.



Algunos ejemplos de situaciones que se pueden presentar y, en su momento, requieren una acción correctiva son:

* Falta de disponibilidad de libros o información.
* Fallas de conexión.
* Falta de información al usuario.
* Faltas en el servicio al cliente.
* Problemas de seguridad en la información.
* Condiciones de infraestructura.

Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

**3. Evaluación del servicio**

La gestión de evaluar las actividades que realiza la biblioteca y el impacto que tiene el servicio en los usuarios, en el cumplimiento de los requerimientos, ayuda a la creación de estrategias de mejora en la prestación de la oferta a la comunidad.



Con base en la evaluación y las realimentaciones surgidas en este proceso, se logrará tener evidencia de si se están ejecutando, o no, los objetivos relacionados con responder a las necesidades de la comunidad y usuarios impactados.

**3.1 Propósito y técnicas de medición**

El propósito de la evaluación del servicio es garantizar el cumplimiento de los requerimientos y necesidades de los usuarios, superando sus expectativas por medio de la retroalimentación del mismo cliente, ya que gracias a ello se pueden tomar las medidas y estrategias para tal fin.



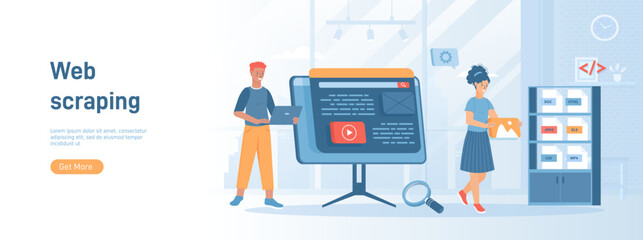
En relación con los propósitos y técnicas de medición en la biblioteca, se invita a visualizar con atención el siguiente video y procurar llevar registro de lo más destacado en la libreta personal de apuntes.



Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

**3.2 Recolección de información**

En la gestión de la evaluación del servicio se deben aplicar **herramientas de recolección de datos** que suministren la información necesaria, con la que se logre un análisis que permita generar **estrategias y toma de decisiones**, en el proceso de mejora continua de la biblioteca.



En el siguiente esquema se exponen las principales herramientas de recolección de datos que se usan en la biblioteca.

**Figura 2**

*Recolección de información en biblioteca*



Ahora, se debe prestar especial atención a los siguientes aspectos relacionados con la recolección de información:



**3.3 Informes**

Los informes en biblioteca son documentos que contienen información completa de las actividades ejecutadas o resultados obtenidos durante un periodo determinado y tienen como finalidad retroalimentar al lector o a la dirección de la entidad para generar planes de acción.



Las bibliotecas cuentan con procesos estratégicos, misionales y de apoyo que hacen posible la gestión diaria de esta; dichos procesos, a su vez, cuentan con unos subprocesos que pueden ser de planeación, atención al cliente, compras, gestión humana y demás.

Dedo Índice, Señalando, Puntero, Mano

Se invita a ampliar sus conocimientos en lo relacionado con los informes y tipos de informes en la gestión de la biblioteca:



Por otro lado, para el proceso de elaboración de informes se deben tener en cuenta aspectos propios como:



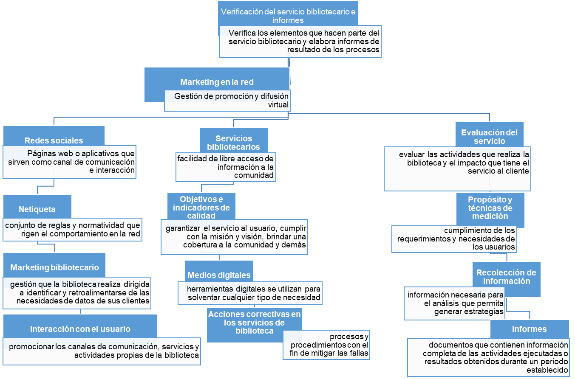
El seguimiento de los pasos para la elaboración del informe requiere tener en cuenta y, a la vez, aplicar un procedimiento que vincula planificación, alistamiento de herramientas, uso de terminología adecuada, incluir factores o puntos de comparación, apoyo gráfico e ilustrativo, entre otras.

A continuación, se explican en detalle, los aspectos de dicho procedimiento, previo al informe:

* **Planificación**: en esta fase establecer para quien es el informe, la finalidad, qué datos se utilizarán y cómo ayuda en la gestión del proceso.
* **Herramientas**: identificar el medio o herramienta para la elaboración del informe.
* **Terminología**: acorde al lector, establecer qué tipo de lenguaje se utilizará, si técnico o científico con el fin de garantizar su comprensión.
* **Empatía**: redactar el contenido de forma estratégica que permita que el lector se apropie del mismo y se sienta parte de él.
* **Comparación**: crear factores o puntos de comparación que permitan entender la situación actual de lo que se quiere informar.
* **Visualización**: apoyar la redacción e información con gráficas o imágenes que apoyen la comprensión y análisis.
* **Revisión**: leer todo el documento e identificar que este claro entendible sin errores ortográficos ni normativos.

1. **Síntesis**

Con este punto, se finaliza el estudio de los contenidos de este componente formativo. Es momento de hacer síntesis, para lo cual se invita a analizar el esquema que se muestra a continuación. Registre esta síntesis en su libreta personal de apuntes. Además, haga un repaso de los temas que considere necesario. ¡**Adelante**!

****

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (OPCIONALES SI SON SUGERIDAS)**

| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| --- | --- |
| Nombre de la Actividad | Verificando e informando el servicio bibliotecario |
| Objetivo de la actividad | Reforzar la importancia del *Marketing* digital en redes sociales y de los servicios en bibliotecas para la adecuada evaluación del servicio y medición de la gestión, con base en las temáticas desarrolladas en este componente formativo. |
| Tipo de actividad sugerida | Cuestionario |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | Actividad\_Didactica\_1  (Anexos). |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| --- | --- | --- | --- |
| *Marketing* en la red | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2021). *Marketing en la red.* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Vukk_lp4dO8> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=Vukk_lp4dO8> |
| Netiqueta | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2021). *Netiqueta y comunicación en medios digitales.* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nETS1sXMKbw&t=59s> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=nETS1sXMKbw&t=59s> |
| Evaluación del servicio | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2021). *Trazabilidad del servicio.* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GDK-3pt7Pyg> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=GDK-3pt7Pyg> |

1. **GLOSARIO:**

| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| --- | --- |
| Fuente de información | objeto o sujeto del cual un individuo obtiene la información que satisfaga sus necesidades. |
| Gestión | acción o trámite que se lleva a cabo para conseguir o resolver una situación. |
| Herramienta digital | paquetes informáticos que están en las computadoras, o en dispositivos electrónicos como celulares y tabletas, entre otros. |
| Indicador de gestión | expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso. |
| Información | conjunto de datos, ya procesados y ordenados para su comprensión, que aportan nuevos conocimientos a un individuo o sistema sobre un asunto, materia, fenómeno o ente determinado. |
| *Marketing* digital | aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. |
| Redes sociales | estructuras formadas en internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. |
| Servicio bibliotecario | proceso de interacción que tiene lugar entre el usuario y la biblioteca. |
| Técnica | conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Comité de Bibliotecas Universitarias. (2008). *Indicadores de desempeños para bibliotecas universitarias*. Universidad Nacional Mayor San Marcos. <https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/libros/2008/indica_buniver.pdf>

Davara, Y. (1994). *Estrategias de comunicación en marketing.* Dossat 2000.

Ministerio de Cultura de Colombia, Red Nacional de Bibliotecas Públicas de Colombia. (2016). *Servicios bibliotecarios que unen comunidades.*<https://siise.bibliotecanacional.gov.co/UPLOADSFILES/documentos/RNBP/mm_guias/Guia_36_Cartilla_servicios_bibliotecarios.pdf>

**G. CONTROL DEL DOCUMENTO**

| Autor (es) | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Diego Villalobos Barreto | Experto Temático | Sena Distrito Capital Grupo De Apoyo Administrativo - Cgi | Agosto de 2022 |
| Fabián Leonardo Correa Díaz | Diseñador Instruccional | Regional Norte de Santander – Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios | Agosto de 2022 |
| Carolina Coca Salazar | Asesora Metodológica | Regional Distrito Capital- Centro de Diseño y metrología | Agosto de 2022 |
| Rafael Neftalí Lizcano  Reyes | Responsable Equipo Desarrollo Curricular | Regional Santander – Centro Industrial del Diseño y la Manufactura | Agosto de 2022 |
|  | José Gabriel Ortiz Abella | Corrector de estilo | Regional Distrito Capital- Centro de Diseño y Metrología. | Agosto del 2022. |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |