



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
EDUCACIÓN**

**PLAN DE MARKETING
BIBLIOTECA ELIÉCER CÁRDENAS**

PLN-BIB-001

Dirección de Biblioteca

Diciembre - 2023



CÓDIGO: PLN-BIB-001		VERSIÓN: 1.0	
PLAN DE MARKETING: BIBLIOTECA ELIÉCER CÁRDENAS			
RUBRO	NOMBRE Y CARGO	FIRMA	FECHA
APROBADO POR:	Rebeca Castellanos Rectora		21/12/2023
REVISADO POR:	Fernanda Criollo Directora de Biblioteca		21/12/2023
ELABORADO POR:	Edison López Bibliotecario Referencista		21/12/2023



ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN.....	4
2. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING BIBLIOTECARIO	4
3. PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN	5
4. RESPONSABILIDADES.....	5
5. DESTINATARIOS DE LA COMUNICACIÓN:	6
6. CANALES DE COMUNICACIÓN.....	9
7. RECOMENDACIONES DE USO GENERAL EN LA COMUNICACIÓN.....	10
8. PRODUCTORES DE LA INFORMACIÓN	11
9. CONTENIDOS DE PUBLICACIÓN.....	11
10. CRITERIOS LINGÜÍSTICOS Y ESTILO DE LA COMUNICACIÓN	12
11. IDENTIDAD CORPORATIVA	13
12. GESTIÓN DE CRISIS	13
13. EVALUACIÓN	16
14. COMUNICACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL PLAN	16
15. GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	16
16. ANEXOS.....	17

1. PRESENTACIÓN

La comunicación de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE con sus usuarios y con la sociedad es vital para evidenciar su propia existencia y su futuro. Así pues, la comunicación se ha desarrollado de una forma bidireccional, no meramente informativa, sino en la que se busca el contacto con el usuario, aprovechar sus comentarios, sugerencias, analizar sus necesidades; de esta manera nos permite conocer al usuario (actual y potencial) lo cual nos ayudará a mejorar nuestros servicios, recursos y actividades.

Con el presente plan, la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE pretende mejorar su marca, incrementar el uso de nuestros servicios y recursos, mejorar la imagen y el reconocimiento de la biblioteca dentro y fuera de la institución y concienciar al personal bibliotecario de su importancia como actor fundamental en la comunicación interna y externa, reflejando calidad de la biblioteca frente a sus usuarios.

2. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING BIBLIOTECARIO

- a) Comunicación: Acciones que desarrolla la biblioteca para:
 - Ofrecer información de interés para los usuarios sobre la biblioteca, sus servicios, recursos y actividades.
- b) Satisfacer los derechos de los usuarios contemplados en la misma:
 - Participar activamente en los asuntos relacionados con la biblioteca a través de los canales institucionales disponibles al efecto.
 - Facilitar la retroalimentación constante en la comunicación con los usuarios.
 - Informar puntualmente a los usuarios de las novedades, actividades y recursos de la biblioteca.
 - Aumentar los niveles de fidelización y/o impacto de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE en las redes sociales.
 - Aumentar la presencia y relevancia de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE en internet.
 - Fomentar la colaboración y participación del personal de la biblioteca en los contenidos que difunda la misma a través de los medios sociales, favoreciendo su desarrollo profesional, y mejorando la calidad del servicio de biblioteca.
 - Conocer a nuestro grupo de usuarios reales y potenciales para satisfacer sus necesidades de información.
 - Contactar con otros colegas de profesión, establecer una red de contactos útiles, a nivel regional, nacional e internacional; para intercambiar experiencias, iniciar proyectos de colaboración, etc.

3. PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

- **Servicio público:** La comunicación y difusión de la información virtual debe ser tan eficaz como la presencial.
- **Transparencia:** La gestión de nuestra comunicación debe ser clara y honesta.
- **Colaboración:** Compartir, colaborar y escuchar a los usuarios debe ser uno de los principales objetivos.
- **Calidad:** La información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos deben someterse a criterios de pertinencia, adecuación y objetividad.
- **Corresponsabilidad:** Debemos ser conocedores de las normas básicas de comportamiento en cada uno de los canales de comunicación utilizados, hacer constar a quién representamos, saber qué debemos comunicar y cómo hacerlo.
- **Confidencialidad:** Debemos garantizar que los datos y la información de una persona o entidad se mantendrán en secreto y se protegerán de cualquier acceso no autorizado.
- **Participación:** Debe ser respetuosa, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos, animando a la participación.

4. RESPONSABILIDADES

La responsabilidad de la comunicación interna y externa de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE compete a la Dirección de Biblioteca en coordinación con la Dirección de Comunicación Estratégica y se gestionará a través del personal tecnológico de la biblioteca.

La comunicación interna y externa de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE debe usarse de acuerdo con los fines y objetivos de la biblioteca y de la Universidad Nacional de Educación, y desarrollarse de forma segura y respetuosa con la institución y su comunidad educativa. El personal tecnológico de la biblioteca que gestiona dicha comunicación interna y externa debe comprender la responsabilidad que asume con el uso de estos canales puestos a su disposición, ya que representan a la institución y toda su actuación debe ser acorde con el propósito y valores de la biblioteca.

La Dirección de Biblioteca a través de su personal tecnológico es la responsable de la gestión, planificación, desarrollo y evaluación de las redes sociales utilizadas, encargándose de la administración/coordinación de las cuentas, páginas y perfiles institucionales en los medios sociales.

La Dirección de Biblioteca a través de su personal tecnológico se encargará de vigilar y responder en primera instancia sobre el contenido de las publicaciones generadas que son publicadas en las redes sociales.

Las redes sociales de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE son herramientas institucionales, cuyo responsable final, más allá de las personas concretas que las gestionen

Biblioteca Eliécer Cárdenas
PLN-BIB-001

día a día, es la figura de la Dirección de Biblioteca. Para los usuarios y el público representamos la imagen de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE en particular y de la Universidad de Nacional de Educación en general, que es en último caso, la responsable legal de los contenidos en cualquiera de las herramientas que aloja.

5. DESTINATARIOS DE LA COMUNICACIÓN:

La Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE basa su gestión en la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de los miembros de la comunidad universitaria, que son sus usuarios prioritarios. Al mismo tiempo se asume la responsabilidad para con la sociedad a la que sirve, y en la que nos obliga e impulsa la profunda implantación social y de prestigio de la Universidad Nacional de Educación UNAE.

Para cumplir la misión y valores de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE, es necesario previamente conocer profundamente quiénes son nuestros usuarios, reales y potenciales, presentes y futuros, para saber cuáles son sus deseos y necesidades y poder satisfacerlas de manera rápida y con recursos de calidad. Nos permitirá descubrir además otras necesidades (actuales o previstas en un futuro) no satisfechas por la biblioteca, en las que deberíamos dirigir nuestros esfuerzos antes de ser cubiertos por la competencia.

La Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE procurará captar nuevos usuarios dentro del público potencial que pueda utilizar nuestros servicios y recursos, acceder a la información a través de publicaciones, capacitaciones, etc.

TIPO DE USUARIOS		CANALES DE COMUNICACIÓN	TIEMPO	SERVICIOS Y RECURSOS
Internos	Docentes. Investigadores. Estudiantes. Becarios. Personal Administrativo. Personal de servicio.	Presencial. Redes sociales. Página web. Correo electrónico. Teléfono.	Continuo	ISC, EA, SCB, SRAC, MC, SML, SC, MTI, BI, TAB, CAS, SD, STIF, BV-BDCS, BV-BBDCAA, BV-CD, BV-RD, BV-RI, BV-SCS, CLETM, MDB
Institucionales-asociados	Instituciones o personas debidamente autorizadas mediante acuerdos o convenios.	Redes sociales. Página web. Correo electrónico. Teléfono.		ISC, EA, SCB, SRAC, MC, SML, SC, BI, CAS, SD, BV-CD, BV-RD, CLETM, MDB
Externos	Ex alumnos. Personal de otros centros de educación. Público en general.	Redes sociales. Página web. Correo electrónico. Teléfono.		ISC, EA, MC, SML, SC, BI, CAS, SD, BV-CD, BV-RD, CLETM, MDB

ABREVIATURAS DE LOS SERVICIOS Y RECURSOS

ISC: **Instalaciones seguras y cómodas** con acceso a internet inalámbrico en todos nuestros espacios.

EA: **Estantería abierta** debidamente señalizada, que permite revisar libremente más de 23.000 ejemplares. Todo el material bibliográfico que ingresa, es catalogado en el Sistema Integrado de gestión de biblioteca KOHA.

SCB: **Servicio de circulación bibliográfica** para realizar el proceso de préstamo, devolución y renovación del material físico. Todo el acervo bibliográfico es debidamente esterilizado en modernos equipos, eliminando virus, bacterias y otros elementos nocivos para la salud.

SRAC: **Servicio de referencia, asesoría y capacitación** de manera presencial y virtual sobre los recursos disponibles.

MC: **Módulos de consulta** con pantallas touch, distribuidos en todos los espacios de la biblioteca, para facilitar la búsqueda del material bibliográfico físico y digital.

SML: **Sala y mesas de lectura** abiertas para el uso libre de los usuarios, para consultar el material bibliográfico, estudiar, leer e investigar.

SC: **Sala de Computación** dotada con equipos y servicio de internet sin costo, para realizar actividades académicas y acceder a diferentes fuentes de información digital.

MTI: **Módulos de trabajo independientes** dotados con equipos electrónicos, conexiones eléctricas, entre otros recursos destinados para la realización de actividades y trabajos académicos en grupo.

BI: **Biblioteca infantil** dotada de mobiliario colorido y diverso material didáctico, que contribuye en el desarrollo de habilidades y destrezas de las niñas y los niños.

TAB: **Tablets** para el desarrollo de actividades dentro de biblioteca, como consulta y búsqueda de información.

CAS: **Casilleros** para uso momentáneo, aquí se puede guardar pertenencias personales, mientras se utiliza nuestros servicios e instalaciones.

SD: **Sala de Digitalización** dotada con equipos scanners de alta tecnología, de uso gratuito para la digitalización de libros y documentos.

STIF: **Sala de Tiflotecnología**, dotada con ocho equipos tecnológicos que favorecen la inclusión educativa de estudiantes con baja o cero visión.

BV-BDCS: En la **Biblioteca Virtual**, contamos con potentes **Bases de Datos Científicas Suscritas**, en las que se puede encontrar información especializada académica e investigativa relevante, contrastada y de calidad, como artículos científicos, libros electrónicos, revistas científicas, tesis, videos, blogs y más fuentes de información. Se puede acceder fácilmente a todas las bases digitales dentro y fuera del campus universitario, a través de nuestra página web <https://unae.edu.ec/biblioteca/>, ingresando al Proxy de la UNAE, con el usuario y contraseña del SGA.

BV-BBDCAA: En la **Biblioteca Virtual**, hemos puesto a disposición diversos accesos a **Bibliotecas y Bases de Datos Científicas de Acceso Abierto** a nivel mundial, como una alternativa complementaria para efectos de estudio, aprendizaje e investigación. Se puede acceder fácilmente a todas las Bibliotecas y Bases de Datos Científicas de Acceso Abierto a nivel mundial, dentro y fuera del campus universitario, a través de nuestra página web <https://unae.edu.ec/biblioteca/>, ingresando al Proxy de la UNAE, con el usuario y contraseña del SGA.

BV-CD: **Catálogo Digital** que permite consultar todo el material de la Biblioteca.



BV-RD: Repositorio Digital que permite consultar el material producido en la UNAE, mismo que puede ser descargado y compartido sin restricción de acceso.

BV-RI: Repositorio Interno, que permite consultar información interna de la UNAE, como los proyectos integradores de saberes PIENSA.

BV-SCS: Sistema de Control de Similitud, para uso exclusivo del personal docente en procesos de revisión de trabajos académicos.

CLETM: Concurso Literario anual “Escribe tu Microcuento” con el cual promovemos e incentivamos la expresión artística y literaria, permitiendo que estudiantes, docentes y comunidad educativa en general puedan participar y que su obra sea parte del Libro “Cuentos Ñutos”, un material didáctico de la UNAE.

MDB: Marketing digital bibliotecario con lo cual conectamos con nuestros usuarios y público en general de manera activa a través de nuestras redes sociales, página web y correo electrónico, brindando contenidos atractivos y útiles, promoviendo el acceso a la información y fomentando el desarrollo educativo, social y cultural.

CUADRO 1: AGENDA CONMEMORATIVA DE LA BIBLIOTECA

AGENDA CONMEMORATIVA DE LA BIBLIOTECA		
MESES	CONMEMORACIÓN	FECHA CONMEMORATIVA
Enero	Día Mundial del Braille	04 de enero
Febrero	Día del Bibliotecario Ecuatoriano	21 de febrero
Marzo	Día Internacional de la Mujer	08 de marzo
Abril	Día Internacional del Libro	23 de abril
Mayo	Aniversario de la UNAE	27 de mayo
Junio	Día Internacional de la Niña y el Niño	01 de junio
Julio	Día Mundial del Ebook o Día Mundial del Libro Electrónico	04 de julio
Agosto	Primer Grito de la Independencia del Ecuador	10 de agosto
Septiembre	Día Internacional de Leer un Libro	06 de septiembre
Octubre	Día Internacional de las Bibliotecas	24 de octubre
Noviembre	Día Internacional de los Estudiantes	17 de noviembre
Diciembre	Día Internacional de las Personas con Discapacidad	03 de diciembre

CUADRO 2: CRONOGRAMA DE LA BIBLIOTECA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS Y RECURSOS

CRONOGRAMA DE LA BIBLIOTECA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS Y RECURSOS												
ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Difusión del Concurso Literario anual "Escribe tu Microcuento".	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Difusión de las Bases de Datos Digitales Suscritas.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Difusión del Catálogo Digital.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Difusión del Repositorio Digital.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Difusión del "Festival del Libro, Lectura y Cultura".					■	■	■	■				
Difusión de la Biblioteca Infantil.						■						
Difusión de los Libros Electrónicos adquiridos a Perpetuidad.		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Difusión del Sistema de Control de Similitudes, llamado también Antiplagio.			■					■				
Difusión del Material Didáctico "Cuentos Nutos", producto del Concurso Literario anual.											■	■
Difusión de las Políticas de Circulación del Material Bibliográfico.									■	■		
Difusión de los Canales Digitales Oficiales de contacto.			■			■					■	
Difusión del Módulo Tifotecnológico.												■

El presente plan podría incluir a futuro nuevas actividades para ser difundidas, conforme las necesidades institucionales y/o oportunidades de mejora detectadas en la gestión de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE.

6. CANALES DE COMUNICACIÓN

La Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE busca una comunicación interactiva. Cada vez es más importante la respuesta del usuario a lo ofertado por la biblioteca, considerar sus reacciones, comentarios, etc., una retroalimentación que puede desarrollarse especialmente con las posibilidades que ofrecen las herramientas de las redes sociales.

Para escoger el canal tendremos en cuenta la información que queremos difundir, los hábitos de nuestros usuarios, las posibilidades del canal (ventajas y limitaciones) y el tipo de mensaje. Hay que asegurarse de que la información llegue a personas con discapacidad, a través de medios que contribuyan de forma eficaz a la protección del medio ambiente y al desarrollo sostenible.

En el presente plan, la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE contempla los siguientes canales de comunicación unidireccional o multidireccional:

- Canales de comunicación personal / presencial:
 - Mostradores de información / préstamo de las bibliotecas. Atención personal, telefónica y por chat. Relaciones públicas. El personal de biblioteca tiene que considerar las relaciones públicas como parte fundamental y diaria de su trabajo, clave en la imagen de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE en sus usuarios.

- Visitas guiadas generales o específicas.
- Capacitaciones, presentaciones y jornadas de bienvenida.
- Comunicación / reuniones con las diferentes áreas institucionales.
- Correo electrónico para la comunicación entre miembros de grupos específico (docentes, administrativos, estudiantes, etc).
- CHAT: Servicio instantáneo en línea de información y resolución de dudas.
- Página Web de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE (pieza fundamental de comunicación que aglutina toda la información de la biblioteca). La Web de la biblioteca debe estar perfectamente adaptada para dispositivos móviles, vía principal de consulta y comunicación en internet.
- Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube).
- Publicaciones de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE (carta de servicios, resoluciones, normativas, etc.)
- Documentos impresos y digitales para información y difusión del servicio.
- Exposiciones y actividades culturales en la biblioteca (propias o en colaboración con otras áreas/instituciones).
- Pantalla informativa.
- Comunicaciones en papel y circulares (folletos, guías, materiales de eventos, etc.)
- Señalética.
- Buzón de sugerencias.
- Capacitaciones de formación.

7. RECOMENDACIONES DE USO GENERAL EN LA COMUNICACIÓN

Los criterios a utilizar en la comunicación de la Biblioteca Eliécer Cárdenas deben corresponderse con los criterios generales de la Universidad Nacional de Educación y adaptarlos a las necesidades específicas de cada medio utilizado.

Si bien la transparencia es un principio básico para las organizaciones públicas de todo tipo, esto no significa que el personal no tenga que tener en cuenta algunas precauciones al confeccionar el contenido que se desee comunicar públicamente:

- Respetar la privacidad y la intimidad de las personas.
- No compartir información que pueda considerarse confidencial.
- No intervenir en debates que susciten cuestiones de tipo ético, político o social. En estos casos, ante la duda, es mejor no difundir la noticia o información. La biblioteca desea fomentar la participación, el debate y el intercambio de ideas en el seno de la comunidad universitaria y para ello el valor fundamental que se debe respetar es la libertad de expresión. Sin embargo, a fin de

evitar comentarios y actitudes negativas que fomenten la violencia, el racismo, la xenofobia, etc., la biblioteca debe reservarse el derecho de publicar noticias o comentarios, fomentando el respeto y la moderación en ellos.

- Los comentarios deben ser pertinentes, es decir, relacionados con el tema que se trate y respetuosos, que no ofendan a otras personas o instituciones.
- No emitir opiniones personales. Hay que tener en cuenta que se habla en nombre de la institución, no a título personal. Considerar que representamos la imagen de la Biblioteca Eliécer Cárdenas en particular y de la Universidad Nacional de Educación en general, que es en último caso, la responsable legal de los contenidos en cualquiera de las herramientas que aloja o que envía a los medios de comunicación. Nuestra misión debe ir enfocada a articular y conducir los debates, no a emitir nuestros puntos de vista; si hubiera que posicionarse, se hará con una sola voz sobre la base de un criterio institucional.
- Transmitir la misión y los valores de la biblioteca.
- Cuando se produzca algún error de cualquier tipo en la información publicada, deberemos procurar corregirlo en el menor tiempo posible. El tiempo máximo de respuesta a cualquier duda o pregunta formulada no debe ser superior a 48 horas.
- Mantener una actitud y un lenguaje cordial.
- Aceptar las críticas y valorar adecuadamente la respuesta pertinente. No eliminar ningún comentario ni crítica, siempre y cuando no infrinja la legislación vigente.

8. PRODUCTORES DE LA INFORMACIÓN

El personal de la biblioteca es nuestro principal valor de comunicación y marketing para difundir la imagen de la biblioteca interior y exteriormente. Los empleados de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE somos agentes comunicadores de la misma, y debemos aumentar la conciencia colectiva de la importancia de esta labor, para el futuro de la biblioteca. Si todo el personal está implicado en la labor de comunicación, la misión de difusión a los usuarios y a la sociedad tendrá mayores posibilidades de éxito.

Los contenidos de comunicación pueden ser creados o recomendados por los órganos directivos de la biblioteca, por el personal tecnológico de la biblioteca, o por cualquier persona que trabaje en la biblioteca, siendo valorados, en este caso, por el órgano directivo de la biblioteca que determinará si pueden o no ser publicadas, si su contenido es veraz y pertinente, y en qué canal deben hacerlo.

También los contenidos pueden ser sugeridos por los usuarios, siendo publicados o no, luego de una labor de selección y análisis de su pertinencia por el órgano correspondiente de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE (La biblioteca debe favorecer siempre, en el ámbito de la comunicación, el concepto de usuario "activo").

9. CONTENIDOS DE PUBLICACIÓN

La comunicación de la biblioteca contribuye a determinar la imagen que los usuarios y la sociedad en general tienen de la misma. Para comunicar, el personal de biblioteca debe considerar a la biblioteca

desde el punto de vista de sus usuarios. La biblioteca ha de conocer convenientemente a sus usuarios (actuales y potenciales) y sus necesidades (presentes y futuras, atendidas o no atendidas); debe saber qué quiere comunicarles, fiel a la misión y los valores que la fundamentan.

En cualquier caso, los contenidos deben ser:

- Útiles y adecuados para mantener el interés de los usuarios sobre los servicios y recursos de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE.
- Enriquecedores de la información básica. Se trata de insistir en el valor añadido que proporciona la biblioteca al usuario.
- Procedentes de fuentes fiables y de interés. Cuando tratemos cualquier tema, es necesario enlazarlo con las fuentes originarias y otras que amplíen la información.
- Evitar la información de tipo publicitario y de carácter personal.
- Las comunicaciones deben realizarse en canales vía Internet, siempre que sea posible, se enlazará con las páginas de la biblioteca para llevar más movimiento a nuestra web institucional.

Los contenidos a comunicar pueden clasificarse dentro de alguno de los siguientes grupos:

- Información básica de la biblioteca, como horarios, datos de apertura y cierre (habituales o extraordinarios), servicios, datos de contacto, etc.
- Información institucional: Qué hacemos y qué resultados obtenemos, cartas de servicios, política, memorias, estadísticas, entre otras.
- Información formativa para conseguir la autosuficiencia de nuestros usuarios (instrucciones, manuales, guías, etc.).
- Información específica sobre nuestras actividades, servicios y recursos: talleres, capacitaciones, eventos, etc.
- Información de ámbito cultural, como exposiciones, efemérides, novedades bibliográficas, etc.
- Cualquier información que sea susceptible de interés para el público al que nos dirigimos.

10. CRITERIOS LINGÜÍSTICOS Y ESTILO DE LA COMUNICACIÓN

Debemos intentar en la medida de lo posible seguir las siguientes pautas:

- Utilizar un lenguaje directo simple e informal.
- Elaborar textos breves.
- Utilizar un estilo directo y simple.
- Elegir títulos explicativos que con pocas palabras sitúen rápidamente al lector en la materia tratada; deben ser claros, breves y concisos.
- Evitar el uso de mayúsculas en frases completas en los medios sociales (se asimila al “grito” en el lenguaje habitual).

- Ser amable y utilizar un tono cercano y cordial, como el mantenido en una conversación en presencia física.
- Sostener conversaciones, no argumentos. La gente quiere hablar con personas no con instituciones.
- Ser honesto, educado, considerado y respetuoso.
- Ser claro y conciso. Ajustar el mensaje a las necesidades de la audiencia.
- Dar respuesta de forma rápida y adecuada. Hay que mostrar predisposición para escuchar y ayudar al usuario en todo lo que sea posible ofreciendo soluciones a sus preguntas.

11. IDENTIDAD CORPORATIVA

La actividad informativa de una institución configura en el receptor de la misma su imagen corporativa, individualizándola y haciéndola comprensible en la sociedad.

La imagen institucional de la biblioteca es el resultado de tres componentes:

- La misión de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE, que informa del fin hacia el que se orientan sus miembros y actividades.
- Los valores de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE, compartidos por sus miembros para desarrollar su misión.
- La comunicación: Un modelo organizado de información que muestra al interior y exterior la misión y los valores de la institución.

Es importante mantener de una manera constante y visible la imagen corporativa de la institución, tanto a un nivel superior (como Universidad), como de nuestro propio servicio de Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE.

En cuanto al logotipo identificativo de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE (disponibles a través de la Dirección de Comunicación Estratégica), todo el material que sea elaborado para efectos de publicaciones en la página web, redes sociales, etc., deberán llevar la imagen que reproduzca el logo de la biblioteca para que nuestros usuarios nos reconozcan y se identifiquen con el servicio. Ante cualquier duda se debe consultar a la Dirección de Biblioteca y/o a la Dirección de Comunicación Estratégica.

12. GESTIÓN DE CRISIS

La Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE debe contar con un protocolo desarrollado de gestión de crisis que nos permita saber cómo actuar en cualquier momento en que, por error, críticas y/o comentarios realizados en algún medio, la imagen y la reputación de la institución se viera perjudicada.

También debe contemplar las actuaciones a realizar en los casos de problemas detectados por la ruptura de la seguridad informática de los canales de comunicación de la biblioteca (página web, cuentas de las redes sociales, correos electrónicos, etc.)

El procedimiento de actuación en los casos de crisis se realizará en proporción a su grado de importancia, una vez analizados los motivos que la han causado, recogiendo a continuación unas pautas que ayudarán a los responsables de la biblioteca y de su comunicación a afrontar una situación de estas características.

El personal de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE debe conocer la existencia de este protocolo de gestión de crisis. Se trata de saber cómo actuar, a quién dirigirse y evitar dar pasos inadecuados que puedan aumentar la crisis inicialmente planteada.

Procedimiento:

- Prevenir las posibles debilidades o aspectos problemáticos (actuación previa a una crisis).
- Identificar el medio donde se origina la crisis.
- Analizar la causa del problema.
- Identificar a la persona que origina la queja.
- Comunicación a la Dirección de la Biblioteca y/o personal de biblioteca.
- Buscar la respuesta adecuada al tipo de problema planteado (quejas leves, quejas graves).
- Hacer un seguimiento de la respuesta y de sus posibles repercusiones.

Prevención:

Antes de que sobrevenga una crisis de reputación en la biblioteca, el personal de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE debe realizar de forma cotidiana un seguimiento de lo que se dice acerca de la biblioteca, identificando posibles debilidades, descubriendo temas que pueden ser problemáticos, previendo áreas o aspectos que pueden ser motivo de queja o crítica, y controlando los posibles comentarios negativos que puedan derivar en una crisis de reputación.

Para poner en marcha el protocolo de actuación es necesario la recopilación de datos y la valoración de los comentarios, detectando si son una simple queja, una crítica moderada o un conflicto más grave que derive en una falta de confianza en el servicio.

Plan de actuación:

1. Identificación del medio donde se origina la crisis. Las quejas o comentarios negativos pueden ser recibidos a través de cualquiera de los canales de comunicación utilizados por la biblioteca. La identificación del medio de origen de la crisis permite dar la respuesta adecuada a través del mismo canal. Cualquier miembro del personal de la biblioteca que detecte una queja o crítica sobre la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE por canales no habituales se pondrá en contacto con su Director/a de Biblioteca o con el personal encargado de la comunicación y marketing bibliotecario, para transmitirla y ponerla en conocimiento.

2. Análisis de la causa del problema. Se debe investigar el origen de la queja o del malestar comprobando su veracidad, pertinencia y si el comentario negativo se sustenta en una mala actuación de la biblioteca o si por el contrario carece de fundamento y es realizado con intención de dañar su imagen utilizándose para ello frases provocativas, insultos o incluso palabras malsonantes.

3. Identificación de la persona que origina la queja. Si el usuario se identifica y la queja se ha dirigido de forma expresa hacia alguno de los canales de comunicación de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE, se le dará respuesta por el mismo medio. Además, si la queja es más grave o atañe asuntos particulares, se intentará contactar con la persona si se conociera el correo electrónico con el fin de elaborar respuestas personalizadas.

4. Comunicación a la Dirección de Biblioteca. El equipo de comunicación y marketing bibliotecario (o, en su caso, el responsable de las redes sociales de la biblioteca) transmitirá el malestar y las quejas de los usuarios o seguidores e informará puntualmente a la Dirección de la Biblioteca en el caso de especial gravedad, se decida una primera respuesta lo antes posible y de ser pertinente a la Dirección de Comunicación Estratégica, La implicación del equipo directivo es siempre recomendable en este tipo de situaciones porque transmitirá una imagen de transparencia, cercanía y seguridad muy positiva para la institución.

5. Características de las respuestas. En el caso de quejas leves, las comunicaciones y respuestas se harán por los propios responsables de los medios y a través de los mismos canales. Si la queja derivara en conflicto grave la respuesta se elaborará por la Dirección de Biblioteca a través de una nota pública que puede transmitirse a través de la red social institucional y del correo electrónico personal del afectado si se conociera.

En cualquiera de los casos, las respuestas deben tener las siguientes cualidades:

- Las respuestas deben ser lo más inmediatas posible a la publicación de la queja. Las preguntas que no puedan responderse por algún motivo, se redirigirán a la Dirección de Biblioteca para que pueda responderlas. En todo caso, al usuario se le informará de que se está trabajando en su respuesta.
- Se debe mostrar empatía con el usuario, ser honestos, y actuar con transparencia.
- Si la crítica fuera fundada, pedir disculpas y reconocer los errores.
- Explicar qué se va a hacer para subsanar los errores y solucionar el problema.
- Explicar los siguientes pasos que la biblioteca realizará para prevenir casos similares.

En el caso de una acusación no cierta, la respuesta debe mantener un tono de respeto y acompañarse de argumentos documentales, si fuera posible.

En el caso de que los términos en que se exprese el usuario contengan insultos o expresiones malsonantes, lo invitaremos a que cambie el tono de sus palabras. Si persiste en su actitud, se borrarán esas expresiones y se bloqueará en los medios que fuera posible.

Seguimiento y control

Tras la respuesta, el equipo de comunicación y marketing bibliotecario continuará con la monitorización del canal de comunicación en el que se generó la crisis, comprobando las posibles reacciones y si fuera necesario elaborar y reforzar la gestión mediante una nueva respuesta.

Revisión

Al finalizar la gestión de crisis es recomendable socializar dentro del equipo lo sucedido, revisando, si fuera necesario, el protocolo de gestión de crisis.

La supervisión de la reputación se seguirá realizando de forma continua. Para fomentar su construcción es preciso seguir comunicando de forma transparente e interactuando con el usuario fomentando la participación.

13. EVALUACIÓN

La evaluación, el seguimiento y control es vital para una correcta aplicación del plan, detectando correcciones o nuevas acciones a desarrollar. De esta manera, es necesario analizar su impacto mediante el uso de indicadores, los cuales proporcionarán información sobre la imagen de marca de la Biblioteca Eliécer Cárdenas de la Universidad Nacional de Educación UNAE y el interés que genera la biblioteca en los usuarios.

De manera periódica (preferentemente de forma semestral) se recogerán los datos pertinentes para conocer la repercusión que tiene nuestra actividad en la comunicación, identificando si se están consiguiendo los resultados previstos en nuestros objetivos o si se tienen que modificar a la vista de los datos obtenidos.

14. COMUNICACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL PLAN

La aprobación del presente plan, será responsabilidad de la máxima autoridad de la institución. Si es aprobado, la Dirección de Biblioteca comunicará oportunamente a todo el personal de la biblioteca y será adecuadamente difundido por los canales de comunicación oportunos a tal efecto.

15. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Marketing Bibliotecario: Conjunto de actividades que la biblioteca realiza encaminadas a satisfacer las necesidades informativas de sus usuarios.

Comunicación unidireccional: Se produce cuando una persona divulga una idea y otra persona la recibe, sin retroalimentación directa.

Comunicación bidireccional: Es la comunicación en cual que se lleva a cabo una retroinformación constante, en la que tanto el receptor del mensaje como el emisor intercambian los papeles para crear una conversación en ambas direcciones.

Comunicación multidireccional: Este tipo de comunicación es omnidireccional, participando más de tres personas, actuando tanto de emisor como de receptor, pero normalmente utilizando el mismo canal para poder transmitir su mensaje.

Fidelización: Es el acto y la consecuencia de fidelizar, lograr que los clientes o los trabajadores de una compañía mantengan la fidelidad hacia ella.

Comunicación interactiva: Es aquella en que el receptor tiene la capacidad para tomar decisiones y regular el flujo de la información.

16. ANEXOS

N/A