



Grupo eumed.net / Universidad de Málaga y
Red Académica Iberoamericana Local-Global
Indexada en IN-Recs (95 de 136), en LATINDEX (33 DE 36), reconocida por el DICE, incorporada a la
base de datos bibliográfica ISOC, en RePec, resumida en DIALNET y encuadrada en el Grupo C de la
Clasificación Integrada de Revistas Científicas de España.

Vol 12. N° 34

Junio 2019

www.eumed.net/rev/delos/34/index.html

EL DESARROLLO SOSTENIBLE DESDE EL MARKETING BIBLIOTECARIO: CASO DE ESTUDIO CENTRO DE INVESTIGACIONES DEL NÍQUEL EN MOA

Concepción Batista-Ramírez¹

Universidad de Moa Dr. Antonio Núñez Jiménez
cbatista@ismm.edu.cu

Niurka de la Vara-Garrido²

Universidad de Moa Dr. Antonio Núñez Jiménez
nvara@ismm.edu.cu

Cuba

CONTENIDO

Resumen	2
Abstract	2
1. Introducción.....	3
1.1. Problema.....	4
1.2. Objetivo general.....	4
1.3. Idea a defender.....	4
2. Desarrollo	4
3. Contexto	5
4. Metodología	6
5. Resultados	9
6. Conclusiones.....	10
7. Referencias bibliográficas	11

¹ Especialista en servicios, procesamiento y análisis de información en el Centro de Información Científico Técnica (CICT) de la Universidad de Moa "Dr. Antonio Núñez Jiménez". Maestrante de la maestría en Desarrollo Sustentable de la Actividad Minero Metalúrgica. Lic. en Ciencias de la Información.

² Especialista en servicios, procesamiento y análisis de información en el Centro de Información Científico Técnica (CICT) de la Universidad de Moa "Dr. Antonio Núñez Jiménez". Lic. en Ciencias de la Información. Ing. Geóloga. Profesora a tiempo parcial del Dpto. de Ciencias de la información de la Universidad de Moa.

RESUMEN

Los investigadores encargados de garantizar exploraciones para el desarrollo sostenible de la Industria del Níquel en Cuba y que sellan el camino de esta importante empresa con la aplicación de la ciencia y la innovación tecnológica, necesitan de servicios informacionales actualizados y novedosos para la creación de diferentes proyectos. En el presente trabajo se proponen actividades para promocionar los servicios, productos informativos y el funcionamiento, de la biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel, esta investigación permitirá la generación de información y conocimientos científicos en los investigadores, además, de fomentar una base científica sólida para la toma de decisiones a favor del Desarrollo Sostenible en el territorio.

Palabras clave: Marketing bibliotecario, desarrollo sostenible, promoción de servicios, Centro de Investigaciones del Níquel, servicios informativos.

ABSTRACT

The researchers in charge of guaranteeing explorations for the sustainable development of the Nickel Industry in Cuba and that seal the way of this important company with the application of science and technological innovation, need updated and novel informational services for the creation of different projects . In the present work activities are proposed to promote the services, informative products and the operation of the library of the Nickel Research Center, this research will allow the generation of information and scientific knowledge in the researchers, besides, to foment a solid scientific base for decision making in favor of Sustainable Development in the territory.

Keywords: Librarian marketing, sustainable development, promotion of services, Nickel Research Center, information services.

1. INTRODUCCIÓN

En el ámbito de la investigación, no cabe la menor duda de que los centros de investigación pueden ser catalizadores para el análisis de los problemas asociados a los Objetivos del Desarrollo Sustentable, para el desarrollo de políticas públicas y herramientas de todo tipo (tecnología, ciencia aplicada, innovación social) y para el análisis de impacto y el monitoreo de las políticas a escala local y global. (Vilalta, 2017). De esta manera las bibliotecas situadas en esos centros de información deben jugar un papel sobresaliente.

“Imaginar un mundo que sea sostenible en el tiempo, requiere trabajo y compromiso de todos los actores que lo conforman y las bibliotecas, de todo tipo, tienen un papel preponderante en ese logro, pues son las entidades que gestionan uno de los mayores bienes sociales, culturales, económicos y políticos de la humanidad: el conocimiento registrado, es decir, la información generada por los miembros de la sociedad, que, con el tiempo, su acceso deberá considerarse uno de los indicadores en el desarrollo sostenible. La tarea encomendada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2000 a la sociedad para contribuir a un desarrollo sostenible, lleva al bibliotecólogo a comprender el papel que debe cumplir la información en la sociedad, además de que llama a las bibliotecas a plantearse alternativas que permitan contribuir con el cambio social, cultural, económico y tecnológico”. (Naranjo Vélez, 2016)

Investigar e informar a favor del desarrollo sostenible constituyen en el contexto actual dos pilares fundamentales para lograr los planes de desarrollo de un país.

Las unidades de información, además del rol que desempeñan en el acceso a la información y los procesos de investigación, también están convocadas a trabajar para socializar y generar conocimientos a favor de un desarrollo próspero y sostenible para la sociedad.

Cuba no está al margen de este planteamiento, y uno de los retos que enfrentan hoy los centros de información, especialmente aquellos enclavados en los polos de investigación, es la generación y promoción de servicios informativos que fortalezcan la importancia que tienen estos para la toma de decisiones y el logro de resultados globales para la organización.

Es visible, entonces, la importancia del marketing bibliotecario y constituye su aplicación una oportunidad para hacer valer el uso adecuado de la información para la toma de decisiones que contribuyan al desarrollo sostenible.

El marketing bibliotecario para el desarrollo sostenible como plantea Cruz Pérez, (2010) no es solamente un conjunto de técnicas destinadas a diseñar y comercializar productos menos perjudiciales para el entorno natural; es, también, una forma de entender las relaciones de intercambio basada en buscar la satisfacción de las tres partes que intervienen en ella: el consumidor, la empresa y el medio ambiente.

“Como sucede con la implantación de una filosofía marketing, aplicar la filosofía que hay detrás del marketing para el desarrollo sostenible no se puede limitar a implantar un departamento de esta área que aplique sus técnicas. Adoptar esta filosofía exige que el respeto por el medio

ambiente impregne todo el comportamiento de la organización, no solamente los aspectos comerciales". (Chamorro, 2006, citado por Cruz Pérez, 2010).

Dentro de este contexto se desarrolla esta investigación en el Centro de Investigaciones del Níquel "Capitán Alberto Fernández Montes de Oca" del Grupo Empresarial CUBANIQUEL, planteando como:

1.1. Problema

¿Cómo maximizar el uso de la Biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel, como centro clave en la generación de una base científica sólida a favor del desarrollo sostenible en la actividad minero metalúrgica?

1.2. Objetivo general

Proponer actividades para promocionar el funcionamiento, servicios y productos informativos de la biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel, contribuyendo a la generación de información y conocimientos a favor del desarrollo sostenible.

1.3. Idea a defender

Con las acciones propuestas se puede lograr un mejor aprovechamiento de la información científica atesorada, lograr que los usuarios que existen en la empresa utilicen la institución en aras de generar ciencia en defensa del Desarrollo Sostenible, tomar decisiones y llevar a cabo acciones que conduzcan a lograr los objetivos, misión, visión y valores de la organización desde la gestión y el uso de la información científica.

2. DESARROLLO

"En el proceso del desarrollo sostenible, el uso racional y acertado de los sistemas de información documental (SID) para acceder a la información que contribuye con ese desarrollo es fundamental; por lo tanto, es necesario visibilizar y enseñar los pasos que en las bibliotecas y en las aplicaciones tecnológicas (bases de datos, sitios web, repositorios digitales, entre otros) deben llevar a cabo los usuarios para buscar, localizar, acceder y usar la información que responda o ayude a solucionar (total o parcialmente) sus necesidades informativas, sean estas de carácter académico, laboral, recreativo o cultural, entre otras."(Naranjo Vélez, 2016)

Son indiscutibles los resultados que aporta en las organizaciones el uso de las herramientas del marketing bibliotecario para alcanzar los objetivos propuestos. Esta consiste básicamente en satisfacer los deseos y necesidades de los usuarios de la comunidad que atiende. En el caso de una biblioteca, la aplicación de principios y técnicas de marketing reporta valor al servicio entregado.

Es decir, las bibliotecas deberán realizar su actividad principal, el préstamo de libros y documentos para consulta, así como la gestión de los servicios de información bibliográfica, la búsqueda de información mediante los catálogos y bases de datos pensando en el usuario final.

En este contexto fomentar el desarrollo sostenible necesita ampliar el conocimiento científico y desarrollar mejor los sistemas de información. Si el desarrollo sostenible se refiere a los diferentes procesos que se deben llevar a cabo para lograr la sostenibilidad en una sociedad (objetivo a largo plazo), es de tener en cuenta que uno de los procesos es el acceso a la información y las TIC como herramientas que lo facilitan, ya que dentro de estos objetivos a largo plazo se encuentran la investigación, la transferencia tecnológica, la educación y la formación, entre otras (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2012, citado por Naranjo Vélez, 2016).

Así la satisfacción de las necesidades informativas de los investigadores es la primera etapa que cobra jerarquía para los procesos del desarrollo sostenible, ello supone que el conocimiento que los investigadores adquieran puedan ser posteriormente utilizados a favor de este proceso.

De esta manera se escoge esta temática para realizar el presente trabajo, encaminado a diagnosticar el estado de la promoción de los servicios informativos que se brindan en el Centro de Investigaciones del Níquel en apoyo a las investigaciones y proponer actividades que permitan aumentar la fortaleza de la biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel como eslabón clave para promover el desarrollo sostenible.

3. CONTEXTO

Por Resolución 1424 dictada por el Ministro de la Industria Básica el 23 de octubre de 1986, se creó el Centro de Investigaciones de las Lateritas, Por Resolución 477 del mismo Ministerio con fecha 24 de diciembre del 2001 se modifica y cambia la denominación anterior, por la de Centro de Investigaciones del Níquel “Capitán Alberto Fernández Montes de Oca”, integrado al Grupo Empresarial CUBANIQUEL, ubicado a 7 Km de la ciudad de Moa, en la carretera Moa-Baracoa.

Misión:

Garantizar investigaciones para el desarrollo sostenible de la Industria del Níquel con tecnología eficaz y capital humano competente y altamente comprometido.

Visión:

Marcar el camino de la Industria del Níquel con la aplicación de la ciencia y la innovación tecnológica.

Cuenta con las siguientes instalaciones:

Plantas pilotos:

- En Moa
- En Nicaro
- Miniplanta de Refinación de sulfuros (Moa)

Laboratorios: direcciones funcionales:

- Hidrometalurgia - Dirección de Desarrollo Industrial
- Pirometalurgia - Dirección de Recursos Humanos
- Extracción por Solventes - Dirección de Economía y Finanzas
- Separación líquido – sólido - Dirección de Aseguramientos
- Lixiviación ácida a presión

Biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel (CEDINIQ)

La Biblioteca de este centro se encuentra ubicada en el edificio administrativo, y forma parte fundamental de la organización, ya que gestiona la información relevante, fidedigna a los investigadores, aprovechando los recursos humanos y tecnológicos que se encuentran a su alcance.

Misión: Proveer de información y conocimientos a todos los trabajadores del centro, a partir de la búsqueda, selección, análisis y diseminación de la información.

Visión: Generar un producto inteligente con valor agregado y distribuido de forma y eficaz en el centro.

Objetivo: Satisfacer las necesidades de información a los investigadores del centro.

¿Por qué hay que realizar actividades del marketing en el Centro de Investigaciones del Níquel?

- Existe insuficiente promoción de los servicios y recursos informativos existentes, que podrían constituir una base científica sólida para la toma de decisiones en materia del desarrollo sostenible.
- No cuentan con canales de comunicación efectivos y actuales, para promocionar la Actividad Científica Investigativa que se realiza en el centro.

4. METODOLOGÍA

La metodología representa la manera de organizar el proceso de la investigación, controlar los resultados y presentar posibles soluciones al problema lo que llevará a la toma de decisiones. Durante el desarrollo del presente trabajo se utilizaron los siguientes métodos:

El análisis documental clásico en dos etapas: en primer lugar, la recuperación, estudio y análisis de la bibliografía relacionada con el marketing, las bibliotecas y la promoción de los servicios en organizaciones de información, en particular el Centro de Investigaciones del Níquel. Posteriormente se procede a la recuperación y análisis de documentaciones normativas, reglamentarias, etc., que comprende el trabajo de esta biblioteca especializada.

Para el trabajo de campo se utilizó como método la entrevista individual a principales directivos de la biblioteca. El objetivo de esta fue recopilar la información necesaria para la elaboración del diagnóstico el estado de la promoción de los servicios informativos que se brindan en el Centro de Investigaciones del Níquel.

En la presente tabla se hace referencia a algunas metodologías que se utilizan para desarrollar estudios de marketing.

Tabla 1. Metodología de investigación

Autor	Pasos para realizar un estudio de marketing
Kotler, Philip(1990)	<ul style="list-style-type: none">▪ Definir el problema y los objetivos de la investigación▪ Desarrollar el plan de investigación▪ Recoger la información▪ Analizar la información▪ Presentar los resultados
Kinney, Thomas(1991)	<ul style="list-style-type: none">▪ Establecer la necesidad de información.▪ Especificar objetivos de la investigación.▪ Determinar las fuentes de información▪ Desarrollar formatos para recopilación de información▪ Diseñar la muestra▪ Recolectar datos▪ Procesar los datos▪ Analizar los datos▪ Presentar los resultados de la investigación
Santamases.(1993)	<ul style="list-style-type: none">▪ Diseño de la investigación▪ Obtención de información▪ Tratamiento y análisis de los datos▪ Interpretación de los datos

Fuente: Autores

Una vez realizado el análisis de las metodologías se determinó trabajar en el desarrollo de este proyecto con la propuesta de Kotler, (1990), adaptada al contexto de la investigación, porque según apreciación de los autores de esta investigación es la metodología más completa y precisa.

Esta metodología sirve para mejorar las potencialidades y esclarecer los aspectos deficientes, consta de cinco pasos lógicos que a continuación se describen. (Adaptado de Kotler, 1990.)

1. Definir el Problema y objetivos de la investigación:

Para encausar este paso se realizó un análisis en la institución con los directivos pertinentes, exponiéndole los argumentos del por qué era necesario realizar la investigación, enfatizando de forma más específica en las ventajas que trae consigo la erradicación de esta problemática para el centro de información.

A través de esta etapa se detecta como problema una escasa promoción en los servicios de la biblioteca del centro. Una vez esclarecida la necesidad a resolver, se plantean los objetivos:

- Clasificar el público objetivo para obtener información.
- Encuestar a los usuarios potenciales para conocer el estado del conocimiento y satisfacción que estos tienen de la dificultad expuesta.
- Proponer una serie de actividades encaminadas a elevar la promoción de los servicios del centro de información.

2. Desarrollo del plan de investigación:

Al desarrollar esta arista se toman en cuenta un conjunto de pasos para recopilar toda la información posible por parte de los usuarios, lo que permite interpretar las opiniones de los usuarios. Aquí se hace uso de un plan de muestreo para seleccionar al público objetivo y determinar una muestra representativa.

Métodos, instrumentos y muestreo utilizados para la búsqueda de información.

Como método de contacto utilizado se escogió una entrevista personal, adecuada al tipo de investigación que se desarrolla en este trabajo. Este nos sirvió para obtener información relevante de parte de los investigadores que hacen uso de esta área, siendo la base para analizar el nivel de conocimiento de los investigadores sobre el comportamiento de la promoción de los servicios en la biblioteca.

Se aplicó además como instrumento una encuesta que ayudó a revelar aspectos importantes. Durante la aplicación de la misma se tuvo en cuenta para calcular el número de usuarios a encuestar una técnica de muestreo aleatorio simple (MAS) utilizando la fórmula para una población finita.

3. Recogida de la información:

Se recoge la información a través de la encuesta de satisfacción, además se realizaron contactos directos con un grupo de expertos, lo que generó un torrente de ideas lográndose hacer un listado de variantes necesarias para el estudio a efectuar.

4. Analizar la información:

El estudio de la información se hizo apoyándose en el programa Excel y el modelo de encuesta aplicado. Obteniéndose como resultado una idea precisa del estado en que se encuentran los servicios o actividades de promoción en este centro de información.

5. Presentar los resultados:

La biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel posee logros, sin embargo necesita potenciar los servicios que presta para lograr una mayor eficiencia. Luego de haber desarrollado los pasos anteriores se procede a elaborar un conjunto de propuestas de actividades para elevar la promoción de los servicios y el uso de la biblioteca orientados estos hacia el desarrollo sostenible.

5. RESULTADOS

Se obtuvo un plan de acciones promocionales dirigidas a:

- **Objetivo:** Dar a conocer las nuevas adquisiciones y el funcionamiento de la biblioteca.
 - Elaborar Boletines de Novedades.
 - Elaborar la Carta de Servicios que informe el horario de servicios de la institución, los tipos de servicios que se brindan, condiciones de uso y acceso a los recursos, información de contacto e indicadores de calidad de los servicios.
- **Objetivo:** Dar visibilidad a las investigaciones y a sus investigadores.
 - Identificar y difundir recursos informativos relacionados con el desarrollo sostenible.
 - Reunir, analizar y difundir información acerca de las investigaciones sobre el desarrollo sostenible desarrolladas en el territorio y mantener comunicación con los grupos de investigación que posean dichos conocimientos para poder aprovecharlos.
 - Promover los informes técnicos e investigaciones más relevantes del año por los medios de difusión masiva del territorio y exponerlos en otras empresas del níquel y la Universidad.
 - Crear productos informativos relacionados con el desarrollo sostenible aplicado a las industrias del Níquel.
 - Crear un Spot promocional de la biblioteca y difundirlo por la TV provincial, y local.
 - Diseñar una página web que facilite a los investigadores el acceso a la información necesaria y que de visibilidad además a todas las investigaciones realizadas en el centro.
 - Publicar los resultados investigativos más relevantes del centro en la Revista Minería y Geología editada por la Universidad de Moa.
 - Compartir información acerca de los Objetivos del Desarrollo Sostenible en la biblioteca.
- **Objetivo:** Ahorrar esfuerzo y tiempo de búsqueda a los investigadores, y brindar información confiable.
 - Evaluar recursos web que sean pertinentes a los objetivos y misión de la institución, destacando aquellos que respondan a la temática del Desarrollo Sostenible en la Actividad Minero Metalúrgica.
 - Iniciar el uso de foros y servicios de referencia en línea para socializar conocimientos e ideas, así como para solicitar servicios y productos sin necesidad de ir físicamente a la institución.
 - Promover el suministro de información científica y tecnológica a los investigadores que tributan al desarrollo sostenible.
- **Objetivos:** Elevar la cultura informacional de los usuarios de la institución.

- Trazar y aplicar un Programa de Alfabetización Informativa dirigido a los investigadores de la institución.
- Objetivo: Describir y representar las colecciones de la biblioteca de manera automatizada.
 - Desarrollar el Catálogo de Acceso Público en Línea
 - Implementar un Repositorio Institucional que represente las investigaciones realizadas por los investigadores.
- Objetivo: Celebrar fechas significativas de interés a la misión de la institución.
 - Celebrar fechas conmemorativas tales como el Día de la Ciencia en Cuba, el Día del geólogo-minero, el Día del Metalúrgico, entre otras fechas significativas de interés a los investigadores, destacando aquellos investigadores e investigaciones de mayor impacto.

6. CONCLUSIONES

La actuación en la promoción de los servicios y productos informativos en el Centro de Investigaciones del Níquel es conveniente y posible de realizar, ya que cuenta con los especialistas para hacer la tarea, haciendo visible no solo su labor, sino la investigación propiamente dicha que realizan los investigadores de la organización.

En términos generales la biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel constituye un eslabón clave para el investigador y debe seguir trabajando en el desarrollo de servicios y productos informativos enfocados hacia entornos de investigación específicos que tributen al Desarrollo Sostenible en la Actividad Minero Metalúrgica del territorio.

El marketing bibliotecario es esencial para el mejor uso de la información y las instituciones de la información, en este caso es una herramienta básica que permitirá fomentar en los investigadores una base científica sólida para la toma de decisiones a favor del Desarrollo Sostenible en el Territorio.

Toda acción del marketing bibliotecario deberá converger en la acción positiva de sensibilizar, mejorar y resolver problemas orientados hacia el Desarrollo Sostenible aprovechando las potencialidades que ofrece la biblioteca del Centro de Investigaciones del Níquel.

Entre las instituciones de información que pueden contribuir al desarrollo sostenible se encuentran las bibliotecas enclavadas en los centros de investigación, no como entes aislados de una organización, sino como centros participantes y activos en contacto directo con las administraciones públicas y los proyectos de desarrollo local.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cruz Pérez, Y. (2010). El marketing en el desarrollo sostenible de las empresas forestales: un acercamiento a la concepción cubana. En REDMARKA, 2 (4), 3- 20. Recuperado de: <http://redmarka.net/ra/revista.php?wid=39&sef=205&eid=19&Accion=VerFijas&T=9&sid=-1>
- Kinney, T. (1991). Investigación de mercado: un enfoque aplicado. Bogotá: Mc Graw – Hill. p.55.
- Kotler, P. (1995). Sistema de información e investigación de marketing. En: Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control. (7. Ed.), tomo I. Capítulo 4, pp. 101-122.
- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., y Cruz, I. (2000). Dirección de Marketing. Edición del milenio. La Habana: Editorial Félix Varela. Vol. III.
- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., y Cruz, I. (2000). Dirección de marketing. Edición del milenio. 10. ed. Madrid: Pearson Educación. 3 t.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2001). Evaluación de marketing. En Fundamentos de marketing. Recuperado de: <http://books.google.com/cu/>
- Ministerio de Industria Básica. (1986). Resolución 1424 dictada el 23 de octubre de 1986, se creó el Centro de Investigaciones de las Lateritas.
- Ministerio de Industria Básica (2001). Resolución 477 con fecha 24 de diciembre del 2001 se modifica y cambia la denominación de Centro de Investigaciones de las Lateritas por la de Centro de Investigaciones del Níquel.
- Naranjo Vélez, E. (2016). La enseñanza del uso de los sistemas de información documental y su incidencia en el desarrollo sostenible. En: Ríos Ortega, J., coord. Las bibliotecas frente al reto del desarrollo sostenible: perspectivas y experiencias. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información, pp. 1- 20. Recuperado de: http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L108/2/bibliotecas_frente_desarrollo_sostenible.pdf
- Santemases (1993). Marketing: conceptos y estrategias. Madrid: Ediciones Pirámides.
- Vilata, J. M. (2017). Objetivos de Desarrollo Sostenible: de la ciencia a la acción. Periódico El País. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2017/11/23/planeta_futuro/1511452435_359505.html