

## GLOSARIO<sup>1</sup>

**Campaña** - Conjunto de actividades de comunicación, interrelacionadas y coordinadas alrededor de un tema o idea únicos, que aparecen en los diferentes medios durante un período de tiempo específico

**Ciente** – usuario real o potencial de los servicios de biblioteca

**Ciente potencial** - ver Cliente

**Ciente real** – ver Cliente

**Ciente *target*** – grupo particular de clientes sobre el que la biblioteca focaliza su experiencia para satisfacerlo y, con ello, cumplir sus objetivos de marketing

**Comunicación de márketing** – ver Instrumentos de promoción

**Cuatro P's (4 P's)** – la combinación de variables controlables del marketing-mix (básicamente el producto, el precio, el lugar y la promoción), que la biblioteca utiliza para perseguir el nivel deseado de satisfacción del usuario (por ej. en el uso de la biblioteca) dentro del mercado de clientes al que se dirige

**Evaluación** - conjunto de métodos sistemáticos que miden el nivel de éxito en la consecución de los objetivos

**Información sobre el cliente** - datos recogidos en relación a un mercado particular, que pueden describir sus características y conducta

**Instrumentos de promoción** - técnicas diversas de comunicación de márketing tales como anuncios, venta personal, promociones comerciales, relaciones públicas, publicidad institucional, correo directo o actividades basadas en el entorno web

**Lugar** – corrientemente significa el punto físico de distribución de la oferta, pero el concepto incluye todos los puntos de distribución, incluidos los sitios web.

**Marketing-mix** – ver Cuatro P's

**Mercado** - grupo de clientes reales o potenciales

**Metas** - pintura general, amplia y flexible, de lo que la biblioteca pretende conseguir. Las metas no siempre son cuantificables

**Objetivos** – resultados deseados o que se necesita conseguir en un período de tiempo dado

**Objetivos cuantificables** – ver Objetivos

**Oferta** – propuesta que hace una biblioteca poniendo a disposición de una clientela considerada como *target* un producto, servicio, programa o conducta deseables para satisfacer y cubrir los deseos y necesidades identificados en ella

---

<sup>1</sup> Editor, Dr. Christie Koontz, [ckoontz@ci.fsu.edu](mailto:ckoontz@ci.fsu.edu). La palabra 'biblioteca' se utiliza a lo largo del glosario para representar tanto una biblioteca como cualquier otra institución relacionada con la información.

**Precio (costes percibidos)** - la *ratio* formal que indica las cantidades de recursos que el usuario necesita para adquirir un bien o servicio determinados. Para un usuario de biblioteca, el precio puede venir dado, por ej., por el tiempo que necesita para obtener los materiales o servicios de la biblioteca

**Presupuesto planificado o real** – suma de fondos comprometidos para el proyecto de márketing

**Producto** - cualquier bien que puede ofrecerse en forma tangible a un/os cliente/s para satisfacer una necesidad identificada

**Programa** – conjunto de eventos públicos tales como hora del cuento, formación de usuarios u otras actividades planificadas y preparadas para satisfacer una necesidad identificada del cliente

**Proyecto de márketing** – actividad basada en objetivos cuantificables y con una estrategia de marketing bien desarrollada para satisfacer las necesidades y deseos de un grupo de clientes señalado previamente como target

**Servicio** – cualquier actividad o beneficio que la biblioteca ofrece de forma intangible, tal como la respuesta a una pregunta de referencia, el préstamo de un material, etc. Un servicio puede o no ir ligado a un producto físico