



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA



FACULTAD DE  
HUMANIDADES Y  
CIENCIAS  
JURÍDICAS  
UNAN-MANAGUA

**UNAN ~ MANAGUA**  
**Recinto Universitario Rubén Darío**  
**Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**  
**Departamento de Ciencias de la Información y la**  
**Comunicación**

**Seminario de Graduación**  
**Para Optar al título de Licenciado en Gestión de la**  
**Información**

**Tema General:** Marketing en Unidades de Información

**Sub Tema:** Propuesta de Estrategia de Marketing en el Centro  
de Difusión de las Humanidades CDIHUM durante los años  
2022~2023

**Autores:**

1. Br. Karla Verónica Blandón Saldaña
2. Br. Tamara Massiel Hernández López
3. Br. Jordy Josué Sánchez Cano

**Tutor:** Dra. Mercedes Tinoco Espinoza

**Managua, diciembre 2023**

## INDICE

<b>1. Título del Tema y Sub Tema</b> .....	1
1.1. Tema general .....	1
1.2. Sub tema Especifico.....	1
<b>2. Introducción del Tema y Sub Tema</b> .....	9
2.1. Justificación.....	10
2.2. Enfoque de la Investigación .....	11
<b>3. Objetivos</b> .....	13
3.1. Objetivo General .....	13
3.2. Objetivos Específicos .....	13
3.3. Antecedentes .....	14
<b>4. Desarrollo del Primer Sub Tema</b> .....	16
4.1. Caracterización de la Unidad de Información.....	16
4.2. Historia .....	17
4.3. MISIÓN .....	18
4.4. VISION .....	18
4.5. Estructura organizativa.....	19
<b>5. Desarrollo Segundo Sub Tema</b> .....	21
5.1. Análisis de la situación actual de los servicios del CDIHUM .....	21
5.2. Servicios.....	23
5.3. DECLARACIÓN PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DEL REPOSITORIO CENTROAMERICANO (SIDCA) .....	29
5.4. Ley 621, Ley de Acceso a la Información Pública .....	31
5.5. Repositorio Institucional de la UNAN-Managua (RIUMA) .....	32
5.6. Estatutos de la UNAN-Managua .....	32
5.7. Funciones de la Dirección del Sistema Bibliotecario .....	33
5.8. Análisis Bibliométrico del Repositorio RIUMA DEL CDIHUM para el Año 2022 vs 2023 .....	35
5.9. Estadísticas del Repositorio RIUMA Año 2022 .....	37
5.9.1. Estadísticas del Repositorio RIUMA Año 2023 .....	38
5.9.2. Resumen de los Resultados Obtenidos .....	42
5.9.3. Análisis estadístico del total de visitas de usuarios atendidos en el centro durante los años 2022 y 2023.....	44

5.9.4.	Árbol Problema .....	41
5.9.5.	Árbol Solución.....	42
5.9.6.	Resultado de entrevistas al personal encargado del CDIHUM .....	43
5.9.7.	Encuesta a Estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas .....	45
5.9.9.	Análisis Final de la Encuesta .....	49
5.10.	Diagnóstico .....	52
<b>6.</b>	<b>Desarrollo del Tercer Sub Tema.....</b>	<b>55</b>
6.1.	Propuesta de estrategias de marketing para incrementar los servicios del CDIHUM .....	55
6.2.	Plan de Ejecución .....	56
6.3.	Herramientas de Marketing .....	57
6.4.	Bitácora de actividades a desarrollar en redes Sociales .....	69
6.5.	Inversión y presupuesto para los elementos de marketing .....	70
6.6.	Plan de Ejecución Anual y Resultados Esperados.....	71
6.7.	Cronograma de Actividades .....	72
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>75</b>
<b>8.</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>76</b>
<b>9.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>78</b>

## **1. Título del Tema y Sub Tema**

### **1.1. Tema general**

- Marketing en Unidades de Información

### **1.2. Sub tema Especifico**

- Propuesta de Estrategia de Marketing en el Centro de Difusión de las Humanidades CDIHUM durante el año 2022-2023

## **Dedicatoria**

A Dios, quien me guio en esta larga travesía, ilumino mi camino y me dio la fortaleza para seguir adelante cuando sentía que no podía más, en segundo lugar, a mis amados hijos Nathzary y Aryan quienes son esa batería que me recarga de energía, mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor, a mis padres que siempre se esforzaron por pagar mis estudios desde sus primeros inicios y así poder llegar hasta la universidad y a agradecimiento muy especial a Leonel Bonilla que me insto a estudiar esta carrera, a mi mejor amigo que me dio ánimos para seguir cuando pase por una situación muy fuerte y quise renunciar y para finalizar a mí misma porque este logro es una meta más que logre alcanzar de todas las que me he propuesto a lo largo de estos años de mi vida.

A la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua la cual me abrió sus puertas para formarme profesionalmente y gozando de los beneficios que nos brinda el actual gobierno de estudiar de forma gratuita con todos los beneficios del 6%. Estudiantil. A mis profesores por sus diferentes formas de enseñar, quienes han dedicado su tiempo a guiarnos durante este recorrido académico

Y a todas aquellas personas que siempre estuvieron a mi lado en las buenas y las malas apoyándome quienes me incentivaron en muchos sentidos a seguir adelante y sin su apoyo esto no hubiera sido posible.

Atentamente,

Karla Verónica Blandón Saldaña

## Dedicatoria

A Dios, mi guía constante, le rindo gracias por la fuerza que me ha brindado a lo largo de este arduo pero gratificante viaje académico. Su luz ha iluminado cada paso, cada momento que me ha dado sabiduría y entendimiento; así como también fortaleza para conquistar esta nueva victoria que no solamente es mía, sino de todos los que han estado a mi lado desde el día cero.

A mi adorada madre Zenelia López, cuyo amor y sacrificio han sido mi ancla y mi inspiración. Tu dedicación ha forjado mi determinación y tu apoyo ha sido mi mayor bendición para poder demostrar mis capacidades ante todos y sé que tu amor, así como tu convicción me inspiran a ser mejor cada día. A mi valiente hijo Glen, cuya paciencia y sonrisa han sido mi faro en los días oscuros. Este logro es tuyo tanto como mío, y espero que sirva como ejemplo de perseverancia y nunca dejes de luchar por tus sueños, sueños que también te guíe hasta lograrlo sin duda alguna y que sea muestra que tú también puedes conquistar cada objetivo que tú te propongas.

A mi querida abuelita Paula, que cuyo amor y sabiduría siguen inspirándome. Tu recuerdo es un faro de luz en mi camino, y este logro lleva tu amor en cada palabra, en cada sentimiento, en cada momento juntas que compartimos, por siempre instarme a no declinar y seguir adelante sin detenerme y dar ni un paso atrás, por ser esa inspiración diaria que me motivo a no rendirme, sé que desde donde estas me estas sonriendo porque también este logro es tuyo, hasta donde te encuentres te lo dedico.

A mis profesores, cuya sabiduría y dedicación han sido faros de conocimiento. Su enseñanza ha sido la brújula que ha guiado mi camino a lo largo de todo este tiempo. Este logro es un tributo a cada persona que ha influido en mi vida de alguna manera. A todos aquellos que han creído en mí, les dedico con gratitud este trabajo. Que este sea solo el comienzo de una travesía llena de aprendizaje y contribución.

Con afecto,

Tamara Massiel Hernández López.

## **Dedicatoria**

A Dios, cuya luz ha iluminado cada rincón de mi camino académico, agradezco por la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia que me ha brindado a lo largo de esta travesía.

A mis padres, pilares inquebrantables, les dedico mi más profundo agradecimiento. Su apoyo incondicional, sus sacrificios han sido el motor que impulsa mi éxito.

A mis compañeros de clase, quienes han compartido risas, desafíos y triunfos, les agradezco por ser una fuente inagotable de inspiración. Juntos hemos enfrentado desafíos académicos.

Este logro no solo representa el resultado de mi esfuerzo individual, sino también el fruto de la colaboración, el apoyo mutuo y la dedicación compartida. Cada lección, cada desafío y cada logro han contribuido a mi crecimiento personal y profesional.

Al mirar hacia atrás en este viaje, reconozco la importancia de la fe, el apoyo familiar y la comunidad académica en mi desarrollo. Agradezco a todos aquellos que, de una forma u otra, han sido parte de este viaje. Este logro no solo es mío, sino de todos los que han contribuido a mi formación y desarrollo.

Con gratitud y emoción, celebro este hito y anticipo con entusiasmo los desafíos y éxitos que el futuro me tienen reservados. Que esta dedicatoria refleje mi profundo agradecimiento a Dios, mis padres y mis apreciados compañeros de clase por ser parte integral de mi viaje académico.

Con aprecio,

Jordy Josué Sánchez Cano

**Agradecimientos**

A Dios, fuente infinita de sabiduría y guía, a quien dedicamos nuestros logros y agradecemos por la fortaleza y discernimiento proporcionados durante esta travesía académica.

Al personal del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM), en especial a la Msc. Martha Cortez, por abrirnos las puertas de este espacio invaluable de conocimiento. Su apoyo y disposición fueron fundamentales para llevar a cabo nuestra investigación.

Expresamos nuestro agradecimiento especial a la Dra. Mercedes Tinoco, una docente ejemplar y tutora comprometida, por su inestimable guía y apoyo constante. A todos quienes, de una forma u otra, contribuyeron a este proceso investigativo.

¡Gracias por ser parte de este viaje hacia el conocimiento y el crecimiento académico!

### Carta Aval

A través del presente AVAL, hago constar que el trabajo de Seminario de Graduación, denominado: **Propuesta de Estrategia de Marketing en el Centro de Difusión de las Humanidades CDIHUM durante el año 2022-2023**, de los estudiantes: Karla Verónica Blandón Saldaña; Tamara Massiel Hernández López y Jordy Josué Sánchez Cano, se encuentra listo para ser sometido a defensa, según programación establecida por la coordinación de la carrera.

Se extiende el presente AVAL, en la ciudad de Managua, a los cuatro días del mes de diciembre del año dos mil veintitrés.

Atentamente,



---

Dra. Mercedes Tinoco Espinoza  
Tutora Seminario de Graduación

## Resumen

El CDIHUM es un faro del conocimiento, un recurso vital para la comunidad académica y un motor que impulsa la excelencia en la investigación y la formación en nuestra Facultad. En este trabajo de seminario de graduación, nos permitió hacer un análisis profundo de esta unidad de información, el propósito fue caracterizar sus servicios, evaluar su valiosa colección y, lo que es más importante, proponer una estrategia de marketing eficaz que fomente una mayor afluencia de usuarios de las distintas carreras que ofrece la Facultad.

El Centro de Difusión de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua, es la principal unidad de información en el campo humanístico, social y jurídico, reconocida por los servicios que presta en el ámbito académico, tanto en el nivel de grado como de postgrado, de ahí su relevancia. La fuente principal de los recursos de información proviene de donaciones realizadas por la Biblioteca Central «Salomón de la Selva» y mediante la recepción de tesis, revistas y otros recursos donados por las distintas unidades académicas de nuestra Facultad.

La estructura organizativa del CDIHUM está directamente bajo la supervisión y apoyo de la Decanatura de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. Este análisis busca trazar un panorama claro y preciso de la efectividad, alcance y eficiencia de los servicios actuales del CDIHUM. La colección comprende los documentos que se tienen a nivel local y los recursos remotos de los que se han adquirido derechos de acceso permanente o temporal.

La investigación no se limita a identificar las áreas de mejora, sino que se enfoca en proporcionar soluciones concretas para fortalecer el centro y garantizar que la colección sea cada vez más relevante y eficaz en el apoyo a la investigación y el estudio de la facultad del resultado de la agrupación formándose así un centro especializado en la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

---

En este informe, exploramos en detalle cómo el CDIHUM utiliza El Repositorio Institucional de la UNAN Managua (RIUMA) que es un espacio creado con la finalidad de aglutinar toda la documentación de las distintas facultades de la universidad con el fin de tener un respaldo digital y facilitar el acceso a los usuarios que hacen uso de esta. La colección y brindar un acceso más amplio y pertinente a la producción académica y científica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas y que sea utilizada por la comunidad académica, así como la divulgación de la misma.

A lo largo de este informe, examinamos los beneficios y desafíos asociados con la integración del Repositorio Institucional de la UNAN Managua (RIUMA) en el CDIHUM, destacando cómo esta colaboración fortalece el acceso a recursos académicos y promueve la visibilidad de las investigaciones de la facultad. Además, exploraremos las oportunidades futuras para mejorar aún más esta sinergia y garantizar que RIUMA continúe siendo un pilar esencial para la comunidad académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

Como parte de nuestra investigación destacamos la importancia de la elaboración y aplicación de una propuesta de marketing, como el conjunto de reglas y parámetros para lograr el cumplimiento de sus objetivos y esta radica en la integración de todo los recursos materiales y humanos que, en un solo sentido y objetivo, ponen todo su esfuerzo para alcanzar las metas establecidas. Esta propuesta de marketing obedece a un estudio previo en el cual se llevó a cabo un análisis bibliométrico comparativo del Repositorio Institucional de la UNAN-Managua para los años 2022 y 2023.

En conclusión, el plan de marketing es necesario para que en el CDIHUM logremos conocer la situación actual y realizar las proyecciones futuras para el desarrollo de la mejora continua, el plan debe involucrar a todo el personal del centro, de manera que conforme un trabajo en conjunto se pueda alcanzar la propuesta que aquí se plantea.

## 2. Introducción del Tema y Sub Tema

La elaboración de la presente investigación tiene como finalidad plantear una estrategia de marketing para incrementar la visita de los usuarios de las distintas carreras que oferta la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN - Managua para ello se describió la situación actual de la unidad de Información CDIHUM asimismo, se valoran los servicios que ofrece, en el contexto actual donde la accesibilidad a la Información y los recursos digitales se han vuelto primordiales, por lo que es de suma importancia que las unidades de información estén alineadas con las necesidades y expectativas de los usuarios.

Según NormaDat (2023) un centro de documentación es la unidad de información que reúne, gestiona y difunde la documentación de un área del conocimiento determinado y ayuda a fortalecer su investigación puesto que son "unidades de información que centran su trabajo en la descripción del contenido, tienen la misión esencial de identificar con la mayor precisión la información que puede ser útil a los usuarios" es por ello que queremos conceptualizar el termino unidad de información.

El marketing bibliotecario se puede definir como "el conjunto de actividades que la biblioteca realiza encaminadas a identificar las necesidades informativas de nuestros usuarios, para satisfacerlas de forma rentable, anticipándonos a ellas en la medida que nos sea posible" Moreno Mañas José Eugenio (s.f).

Según (Kotler & Armstrong, 2012), los objetivos de la publicidad son tareas de comunicación específicas que se realizan con un público meta específico, durante un periodo específico, estos objetivos son los siguientes: informar, persuadir, recordar en donde se presentaran sus posibles objetivos (p. 437).

En este contexto el análisis de las condiciones actuales del CDIHUM permitirá no solo identificar posibles deficiencias en los servicios sino también visualizar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. La caracterización detallada del centro, así como una evaluación de los servicios y colección respecto a su pertinencia para las diversas carreras de la Facultad proporcionará información valiosa para tomar decisiones informadas y asertivas sobre como enriquecer y ajustar los recursos disponibles, además la propuesta de marketing adecuada.

## 2.1. Justificación

En el contexto de la creación y optimización de unidades de información efectivas son fundamentales para facilitar el acceso a recursos que enriquezcan las experiencias académicas de los estudiantes. En esta línea, nosotros, como estudiantes universitarios en el campo de Gestión de la Información, entendemos la importancia de las unidades de información como motores de conocimiento y servicios para la comunidad académica. La Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua) se destaca por ofrecer diversas carreras académicas que abarcan una amplia gama de disciplinas, y el Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) representa un activo invaluable en este entorno.

Nuestro trabajo de seminario de graduación se enfoca en un análisis exhaustivo de la situación actual del CDIHUM, con el objetivo de caracterizar sus servicios, y proponer una estrategia de marketing integral. El propósito de esta investigación va más allá de un mero análisis teórico. Estamos comprometidos en aplicar los conocimientos y habilidades que hemos adquirido a lo largo de nuestros estudios para llevar a cabo una evaluación en profundidad de la situación del CDIHUM. La implementación de una estrategia de marketing eficaz no solo beneficiará a la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, sino que también nos permitirá poner en práctica y consolidar los principios de la Gestión de la Información en un entorno real.

Nuestro objetivo general es incrementar las visitas de usuarios al Centro de Difusión de las Humanidades CDIHUM a través de estrategias de marketing, con el fin de alcanzar este objetivo, hemos establecido una serie de objetivos específicos, que abarcan la caracterización de la unidad de información, realizar análisis de la situación actual de los servicios del CDIHUM y la elaboración de una estrategia de marketing sólida y adaptada a las necesidades de las distintas carreras que oferta la Facultad. Esta investigación se llevó a cabo a lo largo del período 2022-2023, con el objetivo de proporcionar una visión actualizada y relevante de la situación del CDIHUM. Como estudiantes universitarios de Gestión de la Información, consideramos que esta propuesta no solo contribuirá al enriquecimiento de nuestros conocimientos, sino que también tendrá un impacto significativo en la mejora de los servicios de información para la comunidad académica.

## 2.2. Enfoque de la Investigación

El enfoque metodológico adoptado para este seminario investigativo sobre el Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) de la UNAN-Managua es de naturaleza cualitativa, abordando de manera integral la realidad y las necesidades específicas del CDIHUM y sus usuarios.

El enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación y revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación Sampieri Hernández Roberto (2014). Nuestra investigación se ha desarrollado mediante un enfoque metodológico integral, combinando técnicas de investigación cualitativa para ofrecer una visión profunda de las dinámicas del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM).

Se llevó a cabo un análisis bibliométrico comparativo del Repositorio Institucional de la UNAN-Managua (RIUMA) para los años 2022 y 2023. Este examen permitió evaluar la evolución y diversificación de los recursos disponibles, identificando áreas de enfoque y demanda. Realizamos un análisis comparativo de las estadísticas de visitas al CDIHUM desglosado por sexo. Esta segmentación proporciona una comprensión más detallada de las preferencias y necesidades específicas de género entre los usuarios.

Aplicamos 30 encuestas exhaustivas a estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. El diseño del formulario, implementado a través de Google Forms, nos brindó datos significativos sobre las percepciones, expectativas y sugerencias de los estudiantes con respecto al CDIHUM.

Realizamos entrevistas en profundidad al personal del CDIHUM. Estas interacciones proporcionaron una perspectiva interna sobre la percepción del equipo respecto a las necesidades de los estudiantes, así como desafíos y oportunidades para mejorar los servicios. Se llevó a cabo una revisión exhaustiva y análisis documental de registros y materiales existentes en el CDIHUM. Esto incluyó informes anteriores, registros de préstamos y cualquier documentación relevante que contribuyera a comprender el historial y las áreas de mejora.

Este enfoque holístico nos permitió obtener una visión completa y detallada de las necesidades y dinámicas del CDIHUM desde diversas perspectivas. Al combinar técnicas cualitativas, estadísticas y bibliométricas, nuestra investigación proporciona una base sólida para la propuesta de estrategias de marketing y mejoras en los servicios del CDIHUM.

El énfasis en las técnicas cualitativas brinda una visión más profunda y contextualizada de las dinámicas y expectativas de los usuarios, permitiendo una identificación más precisa de sus demandas. Este enfoque no solo analiza las estadísticas y cifras, sino que se sumerge en la experiencia y percepción de los usuarios, lo que resulta fundamental para desarrollar estrategias de marketing efectivas y centradas en el usuario.

La aplicación de diversas técnicas de investigación cualitativa ha permitido construir una imagen completa de las necesidades del CDIHUM y sus usuarios. Esta investigación cualitativa servirá como base sólida para la propuesta de estrategias de marketing, asegurando que las soluciones propuestas estén alineadas con las demandas reales de los usuarios y contribuyan de manera significativa al crecimiento y desarrollo continuo del CDIHUM en el período 2022-2023.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo General**

- Proponer estrategias de marketing para incrementar los usuarios del Centro de Difusión de las Humanidades.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

1. Caracterizar el Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) UNAN-Managua.
2. Realizar análisis de la situación actual de los servicios del CDIHUM
3. Incrementar las visitas de usuarios al Centro de Difusión de las Humanidades CDIHUM a través de estrategias de marketing.

### 3.3. Antecedentes

En la búsqueda de información relacionada con la temática de nuestra investigación se encontraron diversos trabajos con las cuales queremos destacar las que consideramos pertinentes. Por ejemplo, se plantea la evaluación de los servicios de información de la Biblioteca Pública Augusto C. Sandino del municipio de Niquinohomo (Masaya) satisfaciendo una carencia de un estudio de esta naturaleza, con el cual se logró un análisis FODA para conocer las fortalezas y debilidades con las que cuenta la biblioteca, en la investigación López (2013) tomó en cuenta la perspectiva cuantitativa obteniendo los resultados para tener un alto nivel de eficiencia profesional, uso eficiente de los recursos, alto grado de satisfacción del usuario e impacto final positivo en los mismos. se debe lograr captar la atención de usuarios nuevos para hacer crecer más el interés de este.

En esta investigación se propone propiciar la información necesaria y la importancia de hacer competitivos los servicios educativos en el ámbito del marketing de unidades de información, para lograrlo se usa el método cualitativo que ayudó a facilitar el análisis de toda la información y enfocarse en los puntos claves de la investigación. Obteniendo que es posible comercializar los servicios educativos, de tal manera que permitan dar a conocer de una forma más eficiente los avances en educación realizado por Cuador (2015).

Gutiérrez (2019) dice que presentar un estudio sobre los beneficios e importancia del marketing tiene como resultado la implementación de nuevos métodos para transmitir conocimientos Se da a conocer que el marketing podría ser novedoso para las bibliotecas municipales de Nicaragua, considerando la agenda que hasta hoy presentan en la atención a la comunidad de usuarios.

Por otro lado, el marketing digital como estrategia de posicionamiento, con el fin de sustentar la total utilidad que tiene su implementación para que una empresa se mantenga a la vanguardia dentro de los esquemas de posicionamiento actuales, por tanto comprobar la veracidad y realidad del funcionamiento efectivo del marketing digital es por medio de KPIs, los indicadores de rendimiento son la métrica clave del trabajo, ya que estos permiten obtener información. González, Urbina y Martínez (2022) plantearon medir variables, analizar la información, determinar estrategias y posteriormente tomar decisiones.

La metodología empleada fue la investigación documental a través de la lectura y recolección de información extraída de diferentes libros y sitios webs, también se basó en las aplicaciones de las técnicas del formato normas APAS sexta edición

Moya (2017) planteó la necesidad de resolver las insuficiencias que presentan los estudiantes de la carrera de Economía de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí” (ULEAM) durante su desempeño profesional asociado a los procesos del marketing a través de un diagnóstico realizado al estado del desempeño profesional de los estudiantes de la carrera de Economía asociado a los procesos de marketing.

Para acometer la investigación se asumió la población y muestra siguientes:  
Población: estudiantes del VI nivel de la carrera de Economía de la ULEAM Total de estudiantes: 25 Muestra: Se empleará el muestreo intencional por ser una población pequeña y se obtuvieron los siguientes resultados un modelo de formación de la competencia en marketing en los estudiantes de la carrera de Economía. Como aporte práctico se propone una metodología para la formación de la competencia en marketing en los estudiantes de la carrera de Economía

## **4. Desarrollo del Primer Sub Tema**

### **4.1. Caracterización de la Unidad de Información**

El Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM), de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua, es el resultado de una visión audaz y la necesidad imperante de consolidar un espacio único que proporcionara las condiciones apropiadas para la custodia, clasificación y acceso de la información, tanto en formato físico como digital, que corresponde a la prolífica producción académica de los distintos departamentos de la Facultad. Dentro de esta facultad se aglutinan 10 carreras divididas en cuatro Departamentos detallado a continuación:

#### **Departamento de Ciencias Sociales y Políticas**

##### **Carreras:**

Antropología Social.

Ciencia Políticas y Relaciones Internacionales.

Geografía.

Historia.

Sociología.

#### **Departamento de Ciencias de la Información y la Comunicación**

##### **Carreras:**

Comunicación para el Desarrollo.

Gestión de la Información.

#### **Departamento de Psicología y Trabajo Social**

##### **Carreras:**

Psicología.

Trabajo Social.

#### **Departamento de Derecho**

##### **Carreras:**

Derecho.

## 4.2. Historia

El CDIHUM nace bajo la iniciativa del liderazgo del entonces decano, el Doctor Luis Alfredo Lobato Blanco, quien reconoció la importancia de reunir estas valiosas colecciones dispersas en Centros de Documentación (CDOCS) de los Departamentos, y canalizar sus recursos hacia un único centro de conocimiento.

La materialización de este ambicioso proyecto comenzó en abril de 2014 y culminó en marzo de 2015, con la construcción del CDIHUM. La ceremonia inaugural, marcada por un sentimiento de logro y visión de futuro, fue un hito en la historia de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. El Doctor Luis Alfredo Lobato Blanco, decano en ese entonces, fue el anfitrión de este evento, que contó con la participación de destacadas personalidades, entre ellas, el Msc. Jaime López Lowery, Secretario General de la UNAN-Managua, la Msc. Gloria López Alvarado, Vicedecana de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, y la Msc. Alba Rodríguez Herrera, quien asumió el rol de Coordinadora del CDIHUM en ese entonces.

El CDIHUM es un centro de desarrollo integral y versátil, que abarca múltiples funciones. Aquí se fomenta la promoción y difusión del quehacer académico de la Facultad, aprovechando plenamente las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Además, el CDIHUM desempeña un papel esencial en la contribución documental de cada unidad académica. El CDIHUM es un faro del conocimiento, un recurso vital para la comunidad académica y un motor que impulsa la excelencia en la investigación y la formación en nuestra Facultad. En este trabajo de seminario de graduación, nos enfocaremos en un análisis profundo buscando caracterizar la unidad de información, evaluar los servicios y lo que es más importante, proponer una estrategia de marketing eficaz que fomente una mayor afluencia de usuarios de las distintas carreras que ofrece la Facultad.

### **4.3. MISIÓN**

El Centro de Difusión de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas (CDIHUM) de la UNAN-Managua, es una unidad de información especializada en las áreas humanísticas, sociales y jurídicas, cuyo objetivo es ofrecer servicios de información de calidad, oportuno, pertinente, apoyado por un equipo humano profesional comprometido en garantizar los servicios de información, los recursos bibliográficos y documentales, así como difundir el patrimonio documental producido por la Facultad, garantizando su conservación, preservación, acceso y difusión, constituyéndose en un centro de apoyo al aprendizaje, la docencia, la investigación y la gestión.

### **4.4. VISION**

El Centro de Difusión de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas (CDIHUM) de la UNAN-Managua, es la principal unidad de información en el campo humanístico, social y jurídico, reconocida por los servicios que presta en el ámbito académico, tanto en el nivel de grado como de postgrado. Es una instancia impulsadora de cambios con sentido científico, compromiso social; defensora del legado cultural e histórico del país, comprometido con el cuidado del medio ambiente y la madre tierra.

El Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) a trazado en su plan estratégico un camino hacia el desarrollo de colecciones, un proceso de vital importancia que abarca diversas etapas, como la selección, evaluación, descarte, preservación, reparación y retención de materiales bibliográficos. Este proceso, lejos de ser simplemente administrativo, se erige como una herramienta fundamental para el logro de la misión y los objetivos del centro.

La política de desarrollo de colecciones del CDIHUM se sustenta en los campos de las humanidades, las ciencias sociales y el derecho, áreas de especial relevancia para la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. La fuente principal de estos materiales proviene de donaciones realizadas por la Biblioteca Central "Salomón de la Selva" y mediante la recepción de tesis, revistas y otros recursos donados por las distintas unidades académicas de nuestra Facultad, el proceso de compra se hace siempre y cuando las autoridades del centro lo consideren de manera pertinente hacerla.

#### **4.5. Estructura organizativa**

El CDIHUM está directamente bajo la supervisión y apoyo de la Decanatura de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. Este centro se compone de cinco áreas interconectadas que trabajan de manera conjunta y coordinada, con el objetivo primordial de llevar a cabo la visión y misión del CDIHUM:

- 1) Área de Análisis Documental**
- 2) Colección biliohemerográfico**
- 3) Sala de Lectura**
- 4) Área de Tecnología de la Información y Comunicación**
- 5) Área de Edición de Revista de la Facultad**

**Horario de Atención:** lunes a viernes 8:00 am a 4:30 pm

**Dirección:** Rotonda Universitaria Rigoberto López Pérez, 150 metros al Este, contiguo al Auditorio 52 Roberto González, Managua, Nicaragua.

#### **Nombre del personal responsable:**

- Directora: Msc. Martha Cortez Moraga
- Asistente: Lic. Elvin Hernández Navarrete
- Analista Documental: Lic. Arlen Sáez Rodríguez
- Editor de la Revista Humanismo y Cambio Social: Doctor Miguel Ayerdis García
- Área de Tecnología de la Información y Comunicación: Msc. Luis Parrales Parrales y Msc. Angela López Tórrez

#### **Carta de Servicios:**

- Búsquedas Bibliográficas
- Difusión selectiva de la información
- Desarrollo de habilidades informacionales
- Préstamo interno, a domicilio e interbibliotecario del material bibliográfico
- Conexión Wifi
- Búsqueda en Bases de datos suscrita

Podemos concluir que los servicios ofrecidos por el CDIHUM han evolucionado con el tiempo, adaptándose a las demandas cambiantes de la comunidad académica. Bajo la premisa de brindar condiciones apropiadas para la gestión de información.

En el ámbito de servicios, el CDIHUM se destaca como una entidad integral. Desde la búsqueda bibliográfica hasta la difusión selectiva de la información, cada servicio se diseñó para satisfacer las necesidades específicas de la comunidad académica. La promoción del desarrollo de habilidades informacionales se ha convertido en un pilar fundamental, empoderando a los usuarios con las destrezas necesarias para navegar eficientemente por la vasta cantidad de recursos disponibles como por ejemplo la alfabetización informacional (ALFIN) que realiza el personal a los usuarios.

El préstamo interno, a domicilio e interbibliotecario del material bibliográfico ha permitido una distribución equitativa de los recursos, asegurando que cada carrera y departamento pueda acceder a la información relevante para sus investigaciones y actividades académicas.

La conexión wifi y la búsqueda en bases de datos suscritas han dado impulso al CDIHUM hacia la era digital, facilitando el acceso remoto a recursos esenciales. La estructura organizativa del CDIHUM, bajo la dirección de la MSc. Martha Cortez Moraga se ha consolidado en cinco áreas interconectadas que trabajan de manera armónica para alcanzar la visión y misión del centro

## 5. Desarrollo Segundo Sub Tema

### 5.1. Análisis de la situación actual de los servicios del CDIHUM

Este análisis busca trazar un panorama claro y preciso de la efectividad, alcance y eficiencia de los servicios actuales del CDIHUM, considerando tanto los aspectos cuantitativos como cualitativos. Desde la exploración de estadísticas de préstamos y visitas hasta la percepción de los usuarios y el examen minucioso de los recursos disponibles, cada componente se integra en este análisis con el objetivo de identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Este proceso meticuloso nos permitirá formular estrategias de marketing y mejoras de servicios que respondan directamente a las necesidades y expectativas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

### **Estructura y organización de las colecciones del CDIHUM para las distintas carreras.**

**Por áreas del conocimiento humano:**

**Según el sistema de clasificación Dewey se va desarrollando la colección de la siguiente forma:**

- Colección General
- Colección N – Autores extranjeros que escriben sobre Nicaragua
- Colección AN - Autores Nacionales
- Colección UNAN – Publicación de autores UNAN-Managua
- Colección de referencias (R) Diccionarios, Manuales, Guías.
- Una pequeña colección de Medicina
- Colección de Tesis, Monografías, Seminario, Especialidades y Doctorados.
- Colección BIJLL (Biblioteca Personal Jilma Romero y Alfredo Lobato)
- Revistas Humanismo y Cambio Social

Todas ellas van clasificadas del 000-900

**Total, general de la colección**

8,193 títulos

12,318 ejemplares

**Recursos Informáticos**

- 3 computadoras para búsquedas bibliográficas
- 3 laptops para uso de usuarios en sala

**Las normativas que regulan las actividades en cada etapa del proceso de gestión de desarrollo de colecciones cumplen varios propósitos fundamentales:**

1. Ofrecer orientación y directrices al personal encargado de la selección, adquisición, divulgación y descarte de los recursos disponibles.
2. Garantizar que la selección y adquisición del material bibliográfico se ajuste de manera efectiva a las necesidades académicas de los estudiantes, docentes e investigadores de la UNAN-Managua.
3. Atender y satisfacer las demandas informacionales de los usuarios del CDI HUM, lo que contribuye a la prestación de un servicio de alta calidad y pertinente.

Esta estructura organizativa, diseñada con precisión, permite una gestión eficaz y coordinada de las actividades del CDI HUM. De esta manera, el centro se encuentra plenamente comprometido en brindar recursos y servicios excepcionales, así como en promover un entorno de aprendizaje e investigación de alta calidad para la comunidad académica de la UNAN-Managua y más allá.

En la actualidad, el Centro de Difusión de las Humanidades (CDI HUM) ofrece una amplia gama de servicios diseñados para satisfacer las necesidades de la comunidad académica y promover la excelencia en la educación e investigación.

## 5.2. Servicios

**Préstamo de libros en sala:** El CDI HUM proporciona un espacio propicio para la lectura y estudio en sus instalaciones, donde los usuarios pueden acceder a una variada colección de libros.

**Préstamos especiales de libros a domicilio:** Los usuarios tienen la posibilidad de llevarse materiales a sus hogares para su mayor comodidad, lo que facilita el acceso a recursos valiosos.

**Atención especializada e individual:** El personal del CDI HUM ofrece asesoría y orientación individualizada a los usuarios, ayudándoles a encontrar la información que necesitan de manera efectiva.

**Búsquedas en estantería a solicitud de los usuarios:** Se brinda asistencia para localizar materiales específicos en las estanterías a petición de los usuarios, garantizando una búsqueda eficiente.

**Bibliografía de Docencia e Investigación:** El CDI HUM facilita el acceso a bibliografía relevante para la docencia y la investigación en las áreas de humanidades, ciencias sociales y derecho.

**Bibliografía recomendada:** Se ofrece una selección de lecturas recomendadas para enriquecer el aprendizaje y la investigación.

**Alfabetización informacional a los usuarios:** El centro promueve la formación de habilidades informacionales entre los usuarios, fortaleciendo su capacidad para buscar, evaluar y utilizar la información de manera efectiva.

**Búsquedas en bases de datos:** Los usuarios pueden acceder a bases de datos académicas y recibir asistencia para realizar búsquedas específicas.

**Servicios de conexión red inalámbrica:** Se proporciona acceso a la red inalámbrica para facilitar la conectividad de dispositivos electrónicos.

**Atención de incidencias informáticas a usuarios:** El CDIHUM brinda soporte técnico a docentes y estudiantes para resolver problemas informáticos y tecnológicos.

**Asesoría en búsqueda de información en bases de datos bibliográficas digitales UNAN-Managua:** Los usuarios reciben orientación en la búsqueda de información en las bases de datos de la universidad.

**Cobertura de eventos académicos de la Facultad:** Se cubren eventos académicos relevantes, lo que contribuye a la difusión de conocimiento.

**Divulgación de noticias referentes a eventos académicos:** A través del sitio web de la Facultad, se publican noticias relacionadas con eventos académicos importantes.

**Creación de cursos virtuales en la plataforma Moodle de la Facultad:** El CDIHUM contribuye a la formación en línea mediante la creación de cursos virtuales en la plataforma Moodle.

**Publicación de artículos a través de la Revista Humanismo y Cambio Social:** Se promueve la difusión de la producción académica a través de la revista de la Facultad.

**Reprografía (Fotocopias, Impresión, Escaneo):** Los usuarios tienen acceso a servicios de reprografía para la obtención de copias de materiales necesarios a través de los bonos de copia que otorga al presidente de cada sección de cada carrera de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas el movimiento estudiantil UNEN.

### **Políticas de Selección y Adquisición**

Las políticas de selección y adquisición del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) son fundamentales para garantizar que la colección de recursos bibliográficos y digitales se ajuste a las necesidades de la comunidad académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. Estas políticas se basan en diversas consideraciones:

**Principios Rectores:**

- La selección de materiales debe estar en consonancia con las metas, objetivos y políticas de la universidad y de la unidad de información.
- La responsabilidad de la selección de materiales es compartida por toda la comunidad universitaria y es esencial para respaldar los programas académicos por medio de las plataformas digitales por suscripción y de acceso libre que cuenta la universidad, por ejemplo: E – libro y el Repositorio Institucional (RIUMA)
- La responsabilidad última de la selección recae en el director del CDIHUM.

**Criterios de Selección**

- **Contenido Temático:** La selección se basa en los programas académicos, con prioridad en la bibliografía básica y actualizada relacionada con las disciplinas académicas.
- **Revisión de Uso:** Se consideran las solicitudes de libros realizadas por docentes, incluso si no están relacionados con programas de estudio específicos.
- **Adecuación de la Colección:** Se busca mantener una colección equilibrada y coherente, teniendo en cuenta si se deben llenar lagunas en una materia determinada.
- **Valor Bibliográfico:** Se valora la calidad de la casa editorial, la fecha de publicación y el formato del material, la actualidad y vigencia.
- **Idioma de la Publicación:** La adquisición de materiales se prioriza en español, pero se consideran también materiales en inglés y francés si existe demanda en carreras relacionadas con esos idiomas
- **Herramientas de Selección:** Se utilizan catálogos comerciales de diversas editoriales y se revisa el material enviado por editoriales, impresos y electrónicos.

## Formas de Adquisición

### El CDIHUM utiliza tres formas de adquisición:

**Compra:** El CDIHUM realiza compras de material bibliográfico, aunque no de manera frecuente.

**Donaciones:** El centro recibe donaciones de materiales de la comunidad académica y otras fuentes.

**Canje:** El CDIHUM participa en intercambios de materiales con otras instituciones, afiliadas al Consejo Nacional de Universidades (CNU) aunque esta modalidad es menos común debido a la cantidad limitada de copias disponibles.

**Descarte:** Anualmente, se eliminan materiales cuyo valor y condición no justifican la reparación, encuadernación o almacenamiento. Este proceso se rige por los siguientes criterios:

- Se envía un listado de materiales candidatos al expurgo a los docentes para su revisión, considerando el contenido, las condiciones físicas y la cantidad de ejemplares en existencia.
- Los materiales obsoletos se descartan, siguiendo pautas específicas para diferentes áreas académicas por medio de una autorización del vice rectorado de la UNAN principal autoridad del CDIHUM
- Un ejemplar de cada libro o material en buen estado se conserva, ya que puede ser útil para referencias históricas.
- Las revistas se encuadernan semestralmente y se descartan las no encuadernadas que no son de interés especial.
- El material descartado se ofrece primero a las áreas académicas interesadas y, si no se reclama, se ofrece en canje a otras instituciones.

### Evaluación

La evaluación periódica se realiza para verificar si se han alcanzado las metas establecidas en las políticas de selección y adquisición. Esta evaluación se realiza mediante una comparación entre las actividades programadas y los logros obtenidos.

La colección comprende los documentos que se tienen a nivel local y los recursos remotos de los que se han adquirido derechos de acceso permanente o temporal. Y la evaluación es una de las actividades implicadas en la gestión de la colección, y consiste en un conjunto de estudios y operaciones que la biblioteca lleva a cabo para saber: en qué medida la colección responde a las necesidades de sus principales grupos de usuarios. (Miguel, S. E.; Aguado, A. 2007)

No se puede pensar ni estudiar la colección de manera aislada, sino solo en términos de su valor para la comunidad de usuarios de la biblioteca”, y agrega: “al menos esto es verdadero si partimos del supuesto de que los documentos de la colección están para ser usados más que para ser coleccionados”. Lancaster (1993)

A través de la recopilación y análisis de datos provenientes de reportes estadísticos y del repositorio digital RIUMA, se busca identificar con precisión las tendencias y cambios que hayan ocurrido en el uso de la colección y en las demandas de los usuarios en este período. Este proceso no solo proporcionará una visión actual de la situación del CDIHUM, sino que permitirá evaluar su evolución en comparación con el año anterior, lo que resulta fundamental para medir el impacto de las acciones de mejora implementadas.

La investigación no se limita a identificar las áreas de mejora, sino que se enfoca en proporcionar soluciones concretas para fortalecer el centro y garantizar que la colección sea cada vez más relevante y eficaz en el apoyo a la investigación y el estudio de la facultad. De esta manera, se busca asegurar que el CDIHUM se mantenga en constante crecimiento y evolución para satisfacer las necesidades cambiantes de la comunidad académica.

En este informe, exploramos en detalle cómo el CDIHUM utiliza RIUMA para enriquecer su colección y brindar un acceso más amplio y conveniente a la producción académica y científica de la facultad. Además, analizaremos cómo RIUMA se ha convertido en una fuente valiosa de recursos digitales para la comunidad académica, lo que contribuye al logro de los objetivos de investigación y enseñanza de la facultad.

A lo largo de este informe, examinaremos los beneficios y desafíos asociados con la integración de RIUMA en el CDIHUM, destacando cómo esta colaboración fortalece el acceso a recursos académicos y promueve la visibilidad de las investigaciones de la facultad. Además, exploraremos las oportunidades futuras para mejorar aún más esta sinergia y garantizar que RIUMA continúe siendo un pilar esencial para la comunidad académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

### **5.3. DECLARACIÓN PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DEL REPOSITORIO CENTROAMERICANO (SIDCA)**

En un contexto de transformación en las prácticas académicas, las universidades miembros del Consejo Superior Centroamericano (CSUCA) han dado un paso significativo hacia la promoción del acceso abierto en la investigación científica. La Declaración del Sistema de Información Documental Centroamericano (SIDCA) ha marcado un hito, consolidando la voluntad de estas instituciones de digitalizar y preservar su "producción autóctona". Este esfuerzo culmina en la creación del Repositorio Centroamericano, un proyecto que busca no solo facilitar el acceso a la información científica, sino también garantizar su conservación en un entorno digital.

Este artículo explorará los fundamentos de esta declaración, su alineación con la legislación regional, y el caso específico del Repositorio Institucional de la UNAN-Managua (RIUMA), ejemplificando cómo las universidades centroamericanas están protagonizando una transición hacia la era del acceso abierto y la gestión eficiente de la información científica.

Las Universidades miembros del Consejo Superior Centroamericano (CSUCA) se unen al modelo de acceso abierto para las publicaciones científicas que surgió a inicios del nuevo milenio como un movimiento que está siendo aceptado y promovido por las instituciones universitarias, producto de declaraciones formales que surgen en la década del 2000, en agosto de 2014, IFLA hace un nuevo pronunciamiento por medio de la Declaración de Lyon sobre el acceso a la información y el desarrollo.

Desde 2004, el Sistema de Información Documental Centroamericano (SIDCA), adscrito al Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA), ha promovido la digitalización de la "producción autóctona" en los Sistemas Bibliotecarios, con el propósito de crear repositorios como nuevos servicios de información que contribuyan a facilitar el acceso y preservación de la información científica.

Durante las últimas Asambleas Anuales del SIDCA, se ha trabajado en el establecimiento de metodologías que permitan estandarizar los metadatos para facilitar la recuperación efectiva de la información incluida en los repositorios institucionales, los cuales fomentan el acceso y uso de la producción académica-científica autóctona dentro de la modalidad de "acceso abierto" u "Open Access". Por tanto, en la última Asamblea (El Salvador, 16-18 de

julio) se acuerda la creación del REPOSITORIO CENTROAMERICANO, para lo cual se consideró adecuado solicitar el apoyo de las Universidades Miembros del CSUCA; y la puesta en práctica de un conjunto de acciones que permitan la creación y desarrollo del citado repositorio, conforme se indica:

1. Lograr que los Sistemas Bibliotecarios y las Instancias de Investigación de las Universidades coordinen esfuerzos y elaboren políticas que faciliten la creación de los Repositorios Institucionales.
2. Crear repositorios institucionales en cada una de la Universidades adscritas al CSUCA, dentro de la modalidad de acceso abierto.
3. Llamar a los profesores que desarrollan programas / proyectos y/o investigaciones con fondos públicos en las diferentes Universidades de la Confederación para que incorporen sus trabajos a los repositorios locales, sin que ello signifique la pérdida de los derechos de los autores respectivos; de esta forma se fomenta el acceso a sus trabajos en los repositorios institucionales.
4. Promocionar y colaborar con proyectos que contribuyan a la creación y desarrollo de publicaciones de acceso abierto en las Universidades, así mismo, la preservación de la producción científica, educativa y cultural en formato digital por medio del repositorio institucional.
6. Aprobar el proyecto REPOSITORIO CETROAMERICANO, con el objetivo de visibilizar y conservar la producción científica de las Universidades de la Región Centroamericana.

Dado en la CII Sesión Ordinaria del CSUCA en Catacamas, Honduras el seis de octubre de dos mil catorce Consejo Director del Sistema de Información Documental Centroamericano.

#### **5.4. Ley 621, Ley de Acceso a la Información Pública**

Publicada en La Gaceta, Diario Oficial, número 118, del viernes 22 de junio del año 2007 y entró en vigor 180 días después. El reglamento de esta ley fue publicado en La Gaceta, Diario Oficial número 6, del nueve de enero del año 2008. La Oficina de Acceso a la Información Pública norma, garantiza y promueve el ejercicio del derecho de acceso a la información pública existente en los documentos, archivos y bases de datos de las entidades o instituciones públicas, las sociedades mixtas y las subvencionadas por el Estado, así como las entidades privadas que administren, manejen o reciban recursos públicos, beneficios fiscales u otros beneficios, concesiones o ventajas.

## **5.5. Repositorio Institucional de la UNAN-Managua (RIUMA)**

El repositorio de la UNAN-Managua, creado a mediados de septiembre de 2014, es una iniciativa para promover la tendencia del acceso abierto a través de la vía verde. Teniendo como objetivo principal la promoción y preservación de la producción científica de toda la comunidad universitaria.

La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua), como una institución de educación superior, asume la responsabilidad de garantizar a la sociedad nicaragüense el acceso abierto y público, a la producción científica de su comunidad universitaria. La política de acceso abierto está alineada a reforzar las iniciativas internacionales y nacionales de apoyo al acceso abierto y a mejorar la publicación científica de la Institución.

### **La política de acceso abierto para la UNAN-Managua tiene como objetivos:**

Integrar, conservar y preservar la producción científica de toda la comunidad universitaria de la UNAN-Managua  
Aumentar la visibilidad de la obra, del autor y de la Universidad

Aumentar la producción científica disponible en red.

Proporcionar acceso a la información de forma libre a los usuarios, sin perjuicio de las excepciones que se establezcan, para que hagan de ella un uso justo y respetuoso con los derechos de autor, y con fines de investigación  
Contribuir a mejorar la gestión de la investigación científica.

## **5.6. Estatutos de la UNAN-Managua**

Según el artículo 72 del Sistema Bibliotecario de la UNAN-Managua, tiene la responsabilidad de garantizar la eficiencia de los servicios bibliotecarios para la comunidad universitaria, teniendo a su cargo la dirección y el control de actividades técnicas y administrativas de las bibliotecas y centros de documentación de la Universidad, el enriquecimiento del acervo y la modernización de los servicios. Las Bibliotecas y Centros de Documentación que han alcanzado un mayor grado de desarrollo y modernización, están a cargo de un Director, quien coordina acciones con el Director o Directora del Sistema Bibliotecario.

## **5.7. Funciones de la Dirección del Sistema Bibliotecario**

- a) Formar colecciones bibliográficas adecuadas a las áreas y líneas de estudio e investigación de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, (UNAN Managua).
- b) Procesar, conservar y difundir los fondos bibliográficos propios de la Universidad.
- c) Facilitar el acceso, la difusión y el uso de todos los recursos de información que forman parte del patrimonio universitario.
- d) Atender las necesidades y requerimientos de los usuarios (estudiantes, docentes e investigadores) y llevar registros de los servicios brindados
- e) Administrar, controlar y resguardar los equipos tecnológicos y audiovisuales asignados al sistema bibliotecario para la atención y el acceso a los recursos electrónicos y físicos.
- f) Realizar talleres para el desarrollo de capacidades de los estudiantes, docentes e investigadores para el uso, acceso, manejo y aprovechamiento adecuado de los recursos electrónicos y bases de datos del sistema bibliotecario.
- g) Elaborar el listado consolidado de las necesidades bibliográficas identificadas por los departamentos docentes y Facultades, Institutos y Centros de Investigación.
- h) Mantener actualizado los registros e inventarios de la colección bibliográfica existentes en todo el Sistema Bibliotecario de la Universidad.
- i) Gestionar las adquisiciones de equipos, mobiliarios, programas, licencias y recursos consumibles para el mantenimiento operativo del Sistema Bibliotecario.
- j) Coordinar con las diferentes instancias académicas y administrativas para facilitar la atención y el acceso de los usuarios al Sistema Bibliotecario de la Universidad.

k) Atender y gestionar los préstamos interbibliotecarios entre la red de bibliotecas colaboradoras para atender las solicitudes de los miembros de la comunidad universitaria.

l) Integrar a los recursos electrónicos la colección bibliográfica de la Universidad.

m) Elaborar y actualizar las normativas que rigen el uso y derecho al Sistema Bibliotecario.

n) Rendir informe semestral de la Gestión, atención y desempeño del Sistema Bibliotecario de la Universidad al Vicerrectorado.

## **5.8. Análisis Bibliométrico del Repositorio RIUMA DEL CDIHUM para el Año 2022 vs 2023**

El Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua desempeña un papel vital en el apoyo a la comunidad académica. Parte fundamental de su compromiso con la excelencia académica es la gestión y promoción de su colección de recursos académicos. Para cumplir con este objetivo, es esencial llevar a cabo un análisis detallado y profundo de las actividades y resultados alcanzados a lo largo de los años 2022 y 2023.

Este estudio incluye un análisis bibliométrico que se enfoca en el año 2022 y también el 2023 como periodo de referencia. Durante estos años, se han llevado a cabo consultas, descargas y otros procesos que brindan información valiosa para comprender el uso y la relevancia de la colección del CDIHUM. Se investigará la cantidad y naturaleza de las consultas que los usuarios realizaron en busca de recursos académicos.

Asimismo, se incorporan consultas realizadas en el catálogo del CDIHUM, búsquedas en RIUMA y otras bases de datos, así como consultas relacionadas con la bibliografía recomendada. El estudio abordará las descargas de documentos desde el catálogo del CDIHUM y, en particular, desde el Repositorio Institucional de la Universidad RIUMA. Se analizará qué tipos de documentos son los más descargados y cuáles áreas temáticas son de mayor interés.

Se identificarán los recursos más consultados, lo que incluye títulos de libros, artículos de revistas, tesis, monografías, entre otros. Esto permitirá determinar cuáles son los recursos más demandados por los usuarios. El análisis se enfocará en las temáticas de investigación y estudio que los usuarios buscan con mayor frecuencia. Esto proporcionará información sobre las áreas de interés y las necesidades académicas de la comunidad estudiantil. Se compararán los resultados de este análisis con los del año en curso (2023) para identificar tendencias y cambios en el uso de los recursos del CDIHUM.

El estudio bibliométrico no solo proporcionó una visión detallada de la actividad en el CDIHUM durante los años 2022 y 2023, sino que también ayudará a identificar áreas de mejora y enfoque para optimizar la gestión de la colección y los servicios ofrecidos.



Bienvenido al Repositorio Institucional de la UNAN-Managua



[Búsqueda Avanzada](#)



Novedades



Estadísticas



Políticas



Autoarchivo

◦ [FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS](#) (1270)

- [Antropología Social](#) (54)
- [Artículos de Tesis - FHCJ](#) (19)
- [Ciencia Política y Relaciones Internacionales](#) (55)
- [Comunicación para el Desarrollo](#) (161)
- [Derecho](#) (174)
- [Diplomacia y Ciencias Políticas](#) (35)
- [Diplomado en Periodismo Científico](#) (10)
- [Doctorado en Estudios Regionales y Locales Transdisciplinario](#) (1)
- [Doctorado en Historia con mención en Estudios Regionales y Locales](#) (5)
- [Documentales :...](#) (1)
- [Especialidad Antropología y Liderazgo Social](#) (3)
- [Especialidad en Análisis Sociodemográfica y sus vínculos con Política Públicas de Adolescencia y Juventud](#) (11)
- [Especialidad en Análisis Sociodemográfica y sus vínculos con Política Públicas de Adolescencia y Niñez](#) (2)
- [Filología y Comunicación](#) (71)
- [Geografía](#) (21)
- [Gestión de la Información](#) (67)
- [Gestión de la Información - Capacitación Municipal \(SINACAM\)](#) (10)
- [Historia](#) (19)
- [Historia-Mención Arqueología](#) (11)
- [Investigación](#) (1)
- [Jornada Universitaria de Desarrollo Científico \(JUDC-FHCJ\)](#) (1)
- [Maestría en Antropología y Liderazgo Social](#) (1)
- [Maestría en Derecho Procesal Civil](#) (4)
- [Maestría en Derecho Procesal del Trabajo y la Seguridad Social](#) (1)
- [Maestría en Estudios Históricos Latinoamericanos y del Caribe](#) (6)
- [Maestría en Gestión y Diseño de Proyecto Social](#) (24)
- [Master en Pedagogía con Enfoque en Docencia Universitaria](#) (2)
- [Psicología](#) (72)
- [Revista Científica](#) (344)
  - [Revista Humanismo y Cambio Social](#) (218)

Interfaz del Repositorio Riuma (2023), Imagen. obtenido de:  
<https://repositorio.unan.edu.ni/>

En el repositorio RIUMA encontramos todo tipo de documentación ingresada por las diferentes facultades la UNAN-MANAGUA, en este estudio nosotros profundizamos en el análisis del Repositorio Institucional RIUMA particularmente en la producción académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias jurídicas y en la Unidad de información CDIHUM, mediremos las estadísticas durante todo el año 2022 y lo compararemos con las del año 2023 para que nos indique si hubo crecimiento o decrecimiento en cuanto a datos estadísticos se refiere.

En el repositorio podemos encontrar toda la documentación relacionada todas las facultades de la UNAN – MANAGUA, en este caso la de Humanidades y Ciencias jurídicas cuenta con 1270 títulos de diferentes temáticas documentales, de tipo monográfico, científico, revistas, seminarios, etc.

Se agrupan por carrera de las 10 que oferta la facultad y estas están integradas en todas las unidades de información, como el CDIHUM este es el principal ya que es un CEDOC pensado íntegramente para las carreras que abarcan las Humanidades.

## 5.9. Estadísticas del Repositorio RIUMA Año 2022

### Estadísticas del repositorio Resumen estadístico

Todos los objetos

Ene 1, 2022 - Dic 31, 2022

Filtrar elementos

Fechas

Reportes disponibles

#### Descargas



#### Resumen general de actividad



**1.756** Objetos



**1.969.567** Descargas

**100%** Texto completo

**100%** Acceso abierto

#### Most downloaded items

1. <a href="#">Técnicas de investigación documental</a>	5.566
2. <a href="#">Estudio de comportamiento del consumidor : Tendencias de consumo y factores determinantes del comportamiento del consumidor</a>	5.122
3. <a href="#">Estrategias Metodológica relacionadas a la enseñanza- aprendizaje de la disciplina: Historia de Nicaragua en los estudiantes del Séptimo grado de Educación Secundaria</a>	5.064
4. <a href="#">Actividades que propician la socialización, en niños niñas del preescolar multinivel, Rodolfo Ruíz de la ciudad de Estelí, durante el II semestre del año 2016</a>	4.386
5. <a href="#">Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, Jinotega, en el período 2010-2013</a>	4.317

[10](#) [25](#) [50](#) [all](#)

#### Top Authors

1. Sequeira Narváez, Maria de Lourdes	6.482
2. Castillo Herrera, Beverly Estela	6.095
3. Rizo Maradiaga, Janett del Socorro	5.596
4. Gómez García, Maria Salvadora	5.254
5. Flores Garcia, Judith del Socorro	5.101

[10](#) [25](#) [50](#) [all](#)

Resumen estadístico por objetos y total de descargas durante el año 2022. (2023), Imagen. obtenida de: <https://repositorio.unan.edu.ni/>

## 5.9.1. Estadísticas del Repositorio RIUMA Año 2023



### Most downloaded items

1. <a href="#">Estrategias Metodológica relacionadas a la enseñanza- aprendizaje de la disciplina: Historia de Nicaragua en los estudiantes del Séptimo grado de Educación Secundaria</a>	2.865
2. <a href="#">Técnicas de investigación documental</a>	2.802
3. <a href="#">Estudio de comportamiento del consumidor : Tendencias de consumo y factores determinantes del comportamiento del consumidor</a>	2.710
4. <a href="#">Contabilidad de Costos : Establecimiento de un sistema de costos por proceso a la empresa aceitera la Gran Venecia en el periodo septiembre del 2014</a>	2.480
5. <a href="#">Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, Jinotega, en el período 2010-2013</a>	2.225

[10](#) [25](#) [50](#) [all](#)

### Top Authors

1. Sequeira Narváez, María de Lourdes	3.485
2. Castillo Herrera, Beverly Estela	3.271
3. Sequeira Guzmán, María Esperanza	2.867
4. Arguello Urbina, Brenda Lisseth	2.865
5. Rizo Maradiaga, Janett del Socorro	2.824

[10](#) [25](#) [50](#) [all](#)

Resumen estadístico por ítem y total de descargas durante el año 2023. (2023), Imagen. obtenida de <https://repositorio.unan.edu.ni/>

## Análisis

Para analizar la situación en comparación con el año 2022, podemos calcular la variación porcentual en la cantidad de objetos ingresados y descargas en el año 2023 en relación con el año 2022. Acá tenemos los resultados

### Cantidad de objetos ingresados:

- En 2022 ingresaron 1,756 objetos.
- En 2023 ingresaron 1,509 objetos.

### Para calcular la variación porcentual en la cantidad de objetos ingresados

- Variación (%) =  $[(\text{Cantidad en 2023} - \text{Cantidad en 2022}) / \text{Cantidad en 2022}] * 100$
- Variación (%) =  $[(1,509 - 1,756) / 1,756] * 100$
- Variación (%) =  $(-247 / 1,756) * 100$
- Variación (%)  $\approx -14.07\%$

**Por lo tanto, en 2023 hubo una disminución del 14.07% en la cantidad de objetos ingresados en comparación con 2022.**

### Variación en la cantidad de descargas

- En 2022 hubo 1,969,567 descargas.
- En 2023 hubo 1,066,098 descargas.

### Para calcular la variación porcentual en la cantidad de descargas:

- Variación (%) =  $[(\text{Cantidad en 2023} - \text{Cantidad en 2022}) / \text{Cantidad en 2022}] * 100$
- Variación (%) =  $[(1,066,098 - 1,969,567) / 1,969,567] * 100$
- Variación (%) =  $(-903,469 / 1,969,567) * 100$
- Variación (%)  $\approx -45.87\%$

**Por lo tanto, en 2023 hubo una disminución del 45.87% en la cantidad de descargas en comparación con 2022.**

### **Autores más consultados**

#### **Año 2022:**

1. Sequeira Narváez, María de Lourdes
2. Castillo Herrera, Beverly Estela
3. Rizo Madariaga, Janet del Socorro
4. Gómez García, María Salvadora
5. Flores García, Judith del Socorro

#### **Año 2023:**

1. Sequeira Narváez, María de Lourdes
2. Castillo Herrera, Beverly Estela
3. Sequeira Guzmán, María Esperanza
4. Arguello Urbina, Brenda Lisseth
5. Rizo Madariaga, Janett del Socorro

### **Elementos más descargados**

#### **Año 2022:**

1. Estudio de comportamiento del consumidor Tendencias de consumo y factores determinantes del comportamiento del consumidor
2. Estrategias Metodológica relacionadas a la enseñanza-aprendizaje de la disciplina: Historia de Nicaragua en los estudiantes del Séptimo grado de Educación Secundaria
3. Técnicas de investigación documental
4. Contabilidad de Costos: Establecimiento de un sistema de costos por proceso a la empresa aceitera la Gran Venecia en el periodo septiembre del 2014
5. Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, Jinotega, en el período 2010-2013

**Año 2023:**

1. Estrategias Metodológica relacionadas a la enseñanza-aprendizaje de la disciplina: Historia de Nicaragua en los estudiantes del Séptimo grado de Educación Secundaria
2. Técnicas de investigación documental
3. Estudio de comportamiento del consumidor: Tendencias de consumo y factores determinantes del comportamiento del consumidor
4. Contabilidad de Costos: Establecimiento de un sistema de costos por proceso a la empresa aceitera la Gran Venecia en el periodo septiembre del 2014
5. Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, Jinotega, en el período 2010-2013

### 5.9.2. Resumen de los Resultados Obtenidos

Tipo de Datos	Año 2022	Año 2023	Variación
<b>Objetos Ingresados</b>	1,756 objetos	1,509 objetos	14.07%
<b>Descargas Digitales</b>	1,969,567	1,066,098	45.87%
<b>Autores Más Consultados</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sequeira Narváez, María de Lourdes</li> <li>2. Castillo Herrera, Beverly Estela</li> <li>3. Rizo Madariaga, Janet del Socorro</li> <li>4. Gómez García, María Salvadora</li> <li>5. Flores García, Judith del Socorro</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sequeira Narváez, María de Lourdes</li> <li>2. Castillo Herrera, Beverly Estela</li> <li>3. Sequeira Guzmán, María Esperanza</li> <li>4. Arguello Urbina, Brenda Lisseth</li> <li>5. Rizo Madariaga, Janett del Socorro</li> </ol>	Cambios Significativos
<b>Elementos Más Descargados</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Estudio de comportamiento del consumidor Tendencias de consumo y factores determinantes del comportamiento del consumidor</li> <li>7. Estrategias Metodológica relacionadas a la enseñanza-aprendizaje de la disciplina: Historia de Nicaragua en los estudiantes del Séptimo grado de Educación Secundaria</li> <li>8. Técnicas de investigación documental</li> <li>9. Contabilidad de Costos: Establecimiento de un sistema de costos por proceso a la empresa aceitera la Gran Venecia en el periodo septiembre del 2014</li> <li>10. Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, Jinotega, en el período 2010-2013</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Estrategias Metodológica relacionadas a la enseñanza-aprendizaje de la disciplina: Historia de Nicaragua en los estudiantes del Séptimo grado de Educación Secundaria</li> <li>7. Técnicas de investigación documental</li> <li>8. Estudio de comportamiento del consumidor: Tendencias de consumo y factores determinantes del comportamiento del consumidor</li> <li>9. Contabilidad de Costos: Establecimiento de un sistema de costos por proceso a la empresa aceitera la Gran Venecia en el periodo septiembre del 2014</li> <li>10. Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, Jinotega, en el período 2010-2013</li> </ol>	Cambios Significativos

Estos cálculos indican que, en comparación con el año 2022, el año 2023 experimentó una disminución en la cantidad de objetos ingresados al repositorio y una disminución aún mayor en la cantidad de descargas digitales. Es importante considerar las posibles razones detrás de esta disminución y tomar medidas para abordar cualquier desafío que pueda estar afectando el uso y la contribución al repositorio RIUMA.

El hecho de que los autores más consultados y los elementos más descargados hayan variado entre un año y otro refleja cambios en las preferencias y necesidades de la comunidad académica. Este tipo de análisis proporciona información valiosa sobre las tendencias y evoluciones en la investigación y el estudio.

Los datos calculan que, en el año 2023, los autores más consultados han experimentado cambios significativos en comparación con el año 2022. Esto puede deberse a un cambio en el enfoque de investigación de los estudiantes o a la disponibilidad de nuevos materiales académicos en el repositorio.

### **5.9.3. Análisis estadístico del total de visitas de usuarios atendidos en el centro durante los años 2022 y 2023**

En este análisis detallado, nos enfocaremos en examinar las estadísticas relacionadas con la atención a los usuarios del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) durante los años 2022 y 2023. Los usuarios considerados en este estudio provienen de diversas carreras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. La recopilación y análisis de datos tienen como objetivo proporcionar una visión integral de la experiencia de los usuarios, destacando patrones, tendencias y cualquier cambio significativo en la utilización de los servicios ofrecidos por el CDIHUM. Al comparar directamente los datos de ambos años, se busca identificar áreas de fortaleza, posibles puntos de mejora y entender la dinámica de la demanda de servicios. Este análisis contribuirá a una evaluación completa de la eficacia del CDIHUM en la satisfacción de las necesidades de los estudiantes de la facultad y servirá como base para la toma de decisiones informada en el desarrollo futuro del centro.

#### **Usuarios Atendidos**

##### **Año 2022:**

**Total, de Usuarios:** 2372

**Varones:** 1525

**Mujeres:** 546

**Sin Especificar:** 2

##### **Año 2023:**

**Total, de Usuarios:** 1389

**Varones:** 863

**Mujeres:** 526

**Sin Especificar:** 0

Todas las estadísticas registradas fueron registradas en el horario de atención establecido en el CDIHUM de 8:00 am a 4:30 pm exceptuando los días feriados.

## **Análisis Comparativo de Atención del CDIHUM (2022 vs. 2023)**

### **Disminución en la Atención Total:**

- Hubo una disminución significativa en el total de usuarios atendidos, pasando de 2,372 en 2022 a 1,389 en 2023, representando una disminución del 41.5%.

### **Cambios en la Composición de Género:**

- En 2022, la proporción de varones fue del 64.2%, mientras que en 2023 disminuyó ligeramente al 62.2%.
- La proporción de mujeres aumentó del 23.0% en 2022 al 37.8% en 2023.

### **Usuarios Sin Especificar:**

- En 2022, hubo 2 usuarios sin especificar, lo cual se eliminó completamente en 2023.
- Tasas de Variación por Género:
- La tasa de variación para varones fue del -43.5%, indicando una disminución significativa en la atención a este grupo.
- La tasa de variación para mujeres fue del -3.0%, mostrando una disminución menos pronunciada en comparación con los varones.

### **Impacto en la Planificación y Servicios:**

- La disminución total y los cambios en la composición de género pueden influir en la planificación de recursos y servicios del CDIHUM.
- Es importante evaluar las causas detrás de la disminución y ajustar estrategias para mantener la accesibilidad y relevancia de los servicios.

### **Conclusiones:**

- Se observa una disminución significativa en el número total de usuarios atendidos en el CDIHUM de un año a otro.
- La reducción afecta tanto a varones como a mujeres, con una proporción ligeramente más equitativa en 2023.
- La eliminación de usuarios sin especificar en 2023 contribuye a la simplificación de la clasificación de usuarios por género.

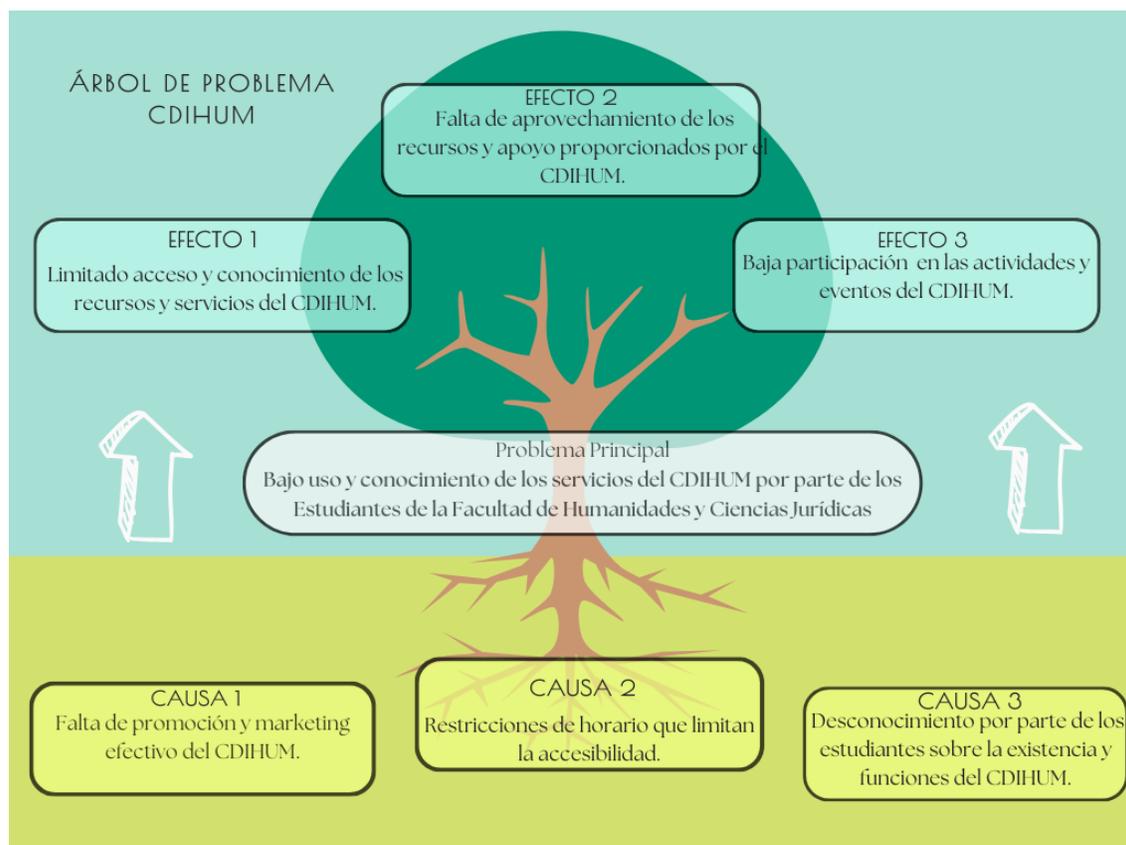
<b>Aspecto</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Variación (%)</b>
<b>Total, de Usuarios</b>	2372	1389	-41.5
<b>Varones (%)</b>	64.2	62.2	-3.1
<b>Mujeres (%)</b>	23.0	37.8	+14.8
<b>Usuarios Sin Especificar</b>	2	0	-100.0
<b>Tasa de Variación Total (%)</b>	-	-41.5	-
<b>Tasa de Variación Varones (%)</b>	-	-43.5	-
<b>Tasa de Variación Mujeres (%)</b>	-	-3.0	-

Esta tabla resume de manera concisa el análisis comparativo de la atención del CDIHUM entre los años 2022 y 2023, destacando las variaciones porcentuales en el total de usuarios, la composición de género y la eliminación de usuarios sin especificar. Los signos negativos indican disminuciones, mientras que los positivos indican aumentos.

### 5.9.4. Árbol Problema

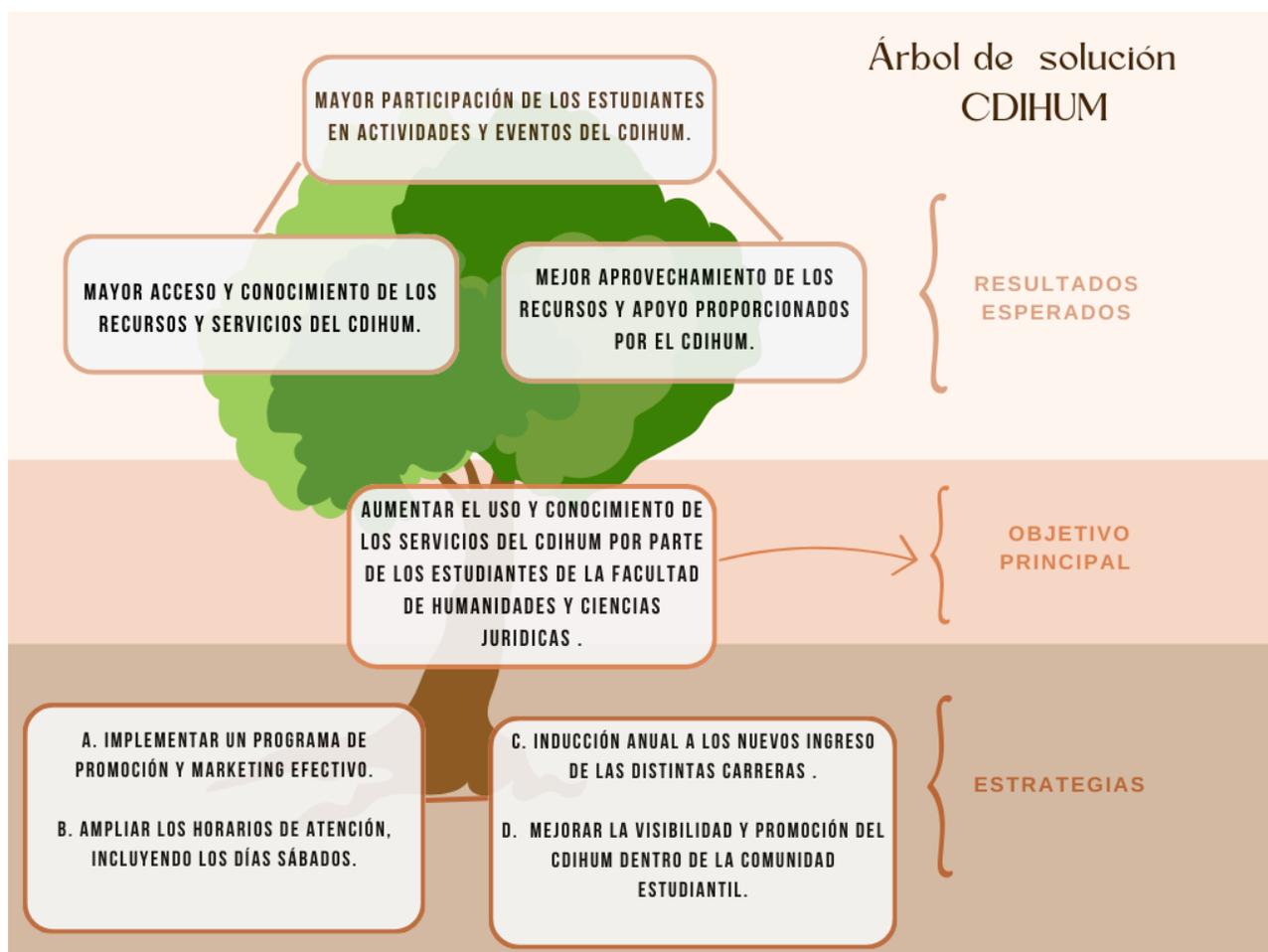
El árbol problema en nuestro seminario del CDIHUM cumple una función crucial al identificar y visualizar las causas subyacentes del bajo uso y conocimiento de los servicios por parte de los estudiantes de Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. A través de esta herramienta, podemos comprender las razones detrás del problema central, como la falta de promoción efectiva, las restricciones de horario y el desconocimiento de los estudiantes sobre el CDIHUM.

Estas causas se conectan directamente con los efectos negativos, como el limitado acceso y conocimiento de los recursos y servicios del CDIHUM, y la baja participación de los estudiantes en las actividades y eventos organizados por la unidad. Al visualizar estas relaciones causa-efecto, el árbol problema nos brinda una visión clara de los factores que necesitamos abordar para lograr una mejora significativa en la utilización del CDIHUM por parte de los estudiantes de Gestión de la Información.



### 5.9.5. Árbol Solución

El árbol solución en nuestro seminario del CDIHum identifica y visualiza las estrategias propuestas para resolver el problema del bajo uso y conocimiento de los servicios. Estas estrategias incluyen la implementación de un programa de promoción efectiva, la ampliación de los horarios de atención, la realización de una inducción anual a los nuevos estudiantes y la mejora de la visibilidad del CDIHum. Estas acciones están diseñadas para aumentar el acceso y conocimiento de los recursos del CDIHum, fomentar un mejor aprovechamiento y promover la participación de los estudiantes en sus actividades. El árbol solución nos proporciona una guía clara para abordar el problema y lograr una mejora sostenible en la utilización del CDIHum.



### **5.9.6. Resultado de entrevistas al personal encargado del CDIHUM**

Nuestro trabajo final se enfoca en una propuesta de marketing para el Centro Difusión de las Humanidades CDIHUM para incrementar las visitas de los usuarios de las distintas carreras que oferta la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua, lo que nos lleva a reflexionar sobre la situación actual del CDIHUM, para ello nos dimos a la tarea de visitar la unidad de información y entrevistar al personal de la misma, a partir de un cuestionario compuesto de una serie de 10 preguntas de interés para poder realizar el estudio.

Este cuestionario se centra principalmente en caracterizar a los servicios que ofrece la unidad de información y para ello tomamos los siguientes aspectos: servicios principales que ofrece, situación actual en términos de visitas y uso de servicios, los desafíos más significativos, expansión de los horarios de atención, propuesta de actividades de concientización para informar a los usuarios sobre los recursos y servicios del CDIHUM, herramientas digitales disponibles así mismo conocer un poco sobre los obstáculos más comunes al acceder a los servicios, conocer a través del personal propuestas de mejora continua de los servicios, estrategia de marketing que propondría para aumentar la visita y que ideas se considerarían para involucrar a los usuarios y la comunidad académica para aumentar la visita al centro.

En respuesta a lo antes planteado obtuvimos que los principales servicios son: Prestamos en sala, préstamo a domicilio, uso de internet y levantado de texto, capacitaciones, talleres, diplomados, etc. En cuanto a la situación actual del CDIHUM en términos de visitas y uso de servicios se nos dijo que eventualmente los estudiantes realizan visitas al Centro de todas las carreras de la Facultad, también docentes e investigadores.

Hay más afluencia cuando casi culminan los semestres de clases, en relación a la expansión de horarios como mínimo el día sábado, el personal en general concuerda que: ya se tuvo la iniciativa de que el personal viniera los sábados y no es falta de interés a tal idea, pero no se vieron resultados satisfactorios ya que nadie venia por estar ocupados en sus clases y por ende se desistió de seguir viniendo los días sábado.

Partiendo de esto, consultamos cuales serían principales actividades de concientización o promoción para informar a los usuarios sobre los recursos y servicios del CDI HUM a lo que se nos indicó que sería bueno realizar campañas de Alfabetización informacional y dar a conocer el catálogo del Centro en digital en varias plataformas digitales con toda su información bibliográfica.

Dentro de los obstáculos más comunes que los estudiantes enfrentan al acceder a los servicios del CDI HUM, se nos indicó que algunos libros tienen pocas copias o son únicos y no se pueden prestar a domicilio, hay demandas de equipos para búsqueda en línea y levantado de texto, el centro cuenta con poco espacio físico para atender a muchos usuarios y por las diversas actividades de la facultad el centro se mantiene ocupado y los estudiantes no pueden realizar las visitas y las búsquedas de información que necesitan.

Consultamos qué estrategia de marketing propondrían para aumentar la visita de usuarios, a los que se nos respondió que la misma necesidad de información de los estudiantes los hacen venir al centro a realizar sus investigaciones, no consideran necesaria una estrategia de marketing de igual forma consultamos como podríamos involucrar a los usuarios y la comunidad académica para aumentar la visita al centro. Para ello se considera realizar visitas guiadas al centro, es decir los estudiantes asisten con sus docentes para que conozcan de la colección bibliográfica con la que cuenta, se realizan regalías de libros cuando se dan actividades académicas y de índole de la Facultad.

Para concluir este paso, podemos decir que mediante la entrevista realizada al personal hemos obtenido datos relevantes y significativos para desarrollar nuestro trabajo, la información que nos brindaron las personas entrevistadas fue oportuna sobre el tema. La ventaja esencial de la entrevista reside en que son los mismos actores sociales (los trabajadores y personal a cargo) quienes nos proporcionan los datos relativos desde sus opiniones y expectativas.

### **5.9.7. Encuesta a Estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**

En el marco de la presente investigación, se llevó a cabo un cuestionario dirigido a 30 estudiantes de diversas carreras dentro de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN Managua. El objetivo primordial de esta encuesta fue obtener percepciones valiosas y detalladas sobre la experiencia de los estudiantes con los servicios proporcionados por el Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM).

Mediante la recopilación de datos a través de preguntas específicas, se buscó evaluar el conocimiento y uso de los servicios ofrecidos por el CDIHUM, así como recoger opiniones sobre su accesibilidad, calidad percibida, y la participación en actividades y talleres. El análisis de estas respuestas pretende proporcionar una comprensión integral de la interacción de los estudiantes con el CDIHUM, destacando áreas de fortaleza y sugerencias para mejoras futuras.

**Con relación a la pregunta de si están familiarizado con la existencia del Centro de Difusión de las Humanidades el resultado fue de:**

Sí: 24 (80%)

No: 6 (20%)

#### **Análisis:**

La mayoría de los encuestados está familiarizada con la existencia del CDIHUM, aunque hay un porcentaje significativo que no lo está.

**En cuanto a si han utilizado los servicios del CDIHUM antes tenemos que un 70% Sí y un 30% nos informaron que no.**

#### **Análisis:**

La mayoría ha utilizado los servicios del CDIHUM, pero aproximadamente un tercio no lo ha hecho. También se consultó cuál de los siguientes servicios has utilizado, dando como resultado

**Servicios más utilizados:**

Servicios Bibliotecarios: 14 (48.3%)

Asesoría Académica: 4 (13.8%)

Eventos culturales y conferencias: 13 (44.8%)

**Análisis:**

Los servicios bibliotecarios y los eventos culturales son los más utilizados.

**Se consultó acerca de la opinión de la accesibilidad de los servicios del CDIHUM y nos arrojó los siguientes datos:**

Muy accesibles: 8 (28.6%)

Accesibles: 13 (46.4%)

Poco accesibles: 5 (17.9%)

Nada accesibles: 2 (7.1%)

**Análisis:**

La mayoría percibe los servicios como accesibles, pero hay una proporción significativa que los encuentra poco o nada accesibles.

**Consultamos acerca la calidad de atención del CDIHUM, en términos de recursos y servicios, teniendo como resultado:****Calificación:**

Excelente: 3 (10.7%)

Buena: 20 (71.4%)

Regular: 4 (14.3%)

Mala: 1 (3.6%)

**Análisis:**

La mayoría califica la calidad como buena, pero hay algunas opiniones variadas.

---

**También se consultó si les gustaría recibir información regular sobre las actividades y eventos del CDIHUM**

**Respuestas:**

Sí: 26 (92.9%)

No: 2 (7.1%)

**Análisis:**

La gran mayoría está interesada en recibir información regular sobre actividades y eventos del CDIHUM.

**Consultamos acerca de los horarios de funcionamiento del CDIHUM, dejando como resultado**

**Respuestas:**

Sí, muy convenientes: 2 (13.3%)

Sí, en su mayoría convenientes: 14 (46.7%)

No, en su mayoría inconvenientes: 10 (33.3%)

No, muy inconvenientes: 4 (6.7%)

**Análisis:**

La mayoría encuentra los horarios convenientes, pero un porcentaje significativo percibe inconveniencia en los horarios.

**Con relación a la pregunta, de que si han utilizado los servicios de asesoría académica del CDIHUM para obtener orientación sobre tus estudios, los estudiantes respondieron:**

**Respuestas:**

Sí: 8 (26.7%)

No: 22 (73.3%)

**Análisis:**

Menos de un tercio ha utilizado los servicios de asesoría académica.

---

**Los tipos de recursos o servicios adicionales que te gustaría ver en el CDIHUM para mejorar tu experiencia académica**

**Recursos más solicitados:**

Espacios de estudio adicionales: 14 (48.3%)

Acceso a bases de datos en línea: 8 (27.6%)

Servicios de tutoría: 10 (34.5%)

**Análisis:**

Hay demanda de espacios de estudio adicionales y acceso a bases de datos en línea.

**Además, consultamos si estarían interesados en la expansión de los horarios de atención del CDIHUM, especialmente para aquellos estudiantes que no pueden asistir durante los días de semana y que podrían beneficiarse de la atención los días sábados**

**Respuestas:**

Sí: 25 (92.6%)

No: 0 (0%)

No estoy seguro: 2 (7.4%)

**Análisis:**

La gran mayoría está interesada en la expansión de horarios, especialmente los sábados.

**Y para finalizar consultamos si recomendaran el CDIHUM a otros estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**

**Respuestas:**

Sí, definitivamente: 15 (53.6%)

Sí, tal vez: 11 (39.3%)

No, no lo recomendaría: 2 (7.1%)

**Análisis:**

La mayoría estaría dispuesta a recomendar el CDIHUM a otros estudiantes.

### 5.9.9. Análisis Final de la Encuesta

Aspecto	Observaciones/Resultados
<b>Demografía Estudiantil</b>	La mayoría (93.3%) de los encuestados son estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.
<b>Conciencia del CDIHUM</b>	El 80% está familiarizado con el Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM).
<b>Uso de Servicios del CDIHUM</b>	El 70% ha utilizado los servicios del CDIHUM antes.
<b>Servicios Utilizados</b>	Los servicios bibliotecarios (48.3%) y eventos culturales (44.8%) son los más utilizados.
<b>Accesibilidad de Servicios</b>	Mayoría (75%) considera los servicios accesibles, aunque un porcentaje percibe que son poco o nada accesibles.
<b>Calidad de CDIHUM</b>	La mayoría (71.4%) califica la calidad del CDIHUM como buena.
<b>Interés en Información Regular</b>	El 92.9% está interesado en recibir información regular sobre actividades del CDIHUM.
<b>Fuentes de Información</b>	Las redes sociales (41.4%) son la principal fuente de información, seguidas por carteles en el campus (17.2%).
<b>Participación en Talleres/Cursos</b>	Alrededor del 40% ha participado en talleres o cursos ofrecidos por el CDIHUM.
<b>Asesoría Académica</b>	Menos de un tercio (26.7%) ha utilizado los servicios de asesoría académica.
<b>Sugerencias para Mejorar la Experiencia</b>	Se identificó interés en espacios de estudio adicionales (48.3%) y acceso a bases de datos en línea (27.6%).
<b>Expansión de Horarios</b>	La mayoría (92.6%) estaría interesada en la expansión de horarios, especialmente los sábados.
<b>Recomendación del CDIHUM</b>	La mayoría (93%) estaría dispuesta a recomendar el CDIHUM a otros estudiantes.

#### Fortalezas:

- Conocimiento generalizado del CDIHUM entre los estudiantes.
- Participación en eventos culturales y servicios bibliotecarios.
- Alta disposición para recomendar el CDIHUM a otros.

#### Áreas de Mejora:

- Algunos perciben los servicios como menos accesibles.
- Participación relativamente baja en talleres/cursos y servicios de asesoría académica.
- Se identificó interés en la expansión de horarios y servicios adicionales.

**Recomendaciones:**

- Mejorar la accesibilidad de los servicios, posiblemente a través de estrategias de promoción.
- Fomentar la participación en talleres/cursos y servicios de asesoría académica.
- Explorar la posibilidad de expandir servicios, como espacios de estudio y acceso a bases de datos en línea.
- Considerar la expansión de horarios, especialmente los sábados, para satisfacer las necesidades de aquellos con horarios limitados.
- Continuar la promoción activa a través de redes sociales y otros canales para mantener la alta conciencia y participación

En el marco de la investigación, los resultados obtenidos a través de las encuestas revelan una visión reveladora de la interacción de los estudiantes con el Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM). El hecho de que el 80% de los encuestados estén familiarizados con la existencia del CDIHUM indica un nivel significativo de conciencia en la comunidad estudiantil, aunque queda un margen para mejorar la visibilidad.

El uso de los servicios del CDIHUM, con un 70% de participación, demuestra que una parte considerable de los estudiantes ha aprovechado los recursos disponibles. Sin embargo, la existencia de un 30% que no ha utilizado estos servicios sugiere una oportunidad para aumentar la participación. Los servicios bibliotecarios y los eventos culturales son los más utilizados, subrayando su relevancia para la comunidad estudiantil.

La percepción de la accesibilidad y calidad de los servicios del CDIHUM arrojó resultados mixtos. Mientras que la mayoría percibe los servicios como accesibles y de buena calidad, hay una proporción significativa que encuentra ciertas áreas de mejora. Este análisis proporciona puntos de referencia valiosos para ajustar y optimizar la accesibilidad y calidad de los servicios.

El interés abrumador (92.9%) en recibir información regular sobre las actividades y eventos del CDIHUM destaca la importancia de una comunicación efectiva. La disponibilidad y conveniencia de los horarios también son aspectos cruciales, con el 60% de los encuestados encontrando los horarios convenientes. Además, el interés en la expansión de horarios, especialmente los sábados, destaca una oportunidad para adaptar los servicios a las necesidades de un grupo diverso de estudiantes.

La baja utilización de los servicios de asesoría académica (26.7%) sugiere un área donde se puede trabajar para promover y concientizar sobre estos recursos. Las solicitudes de recursos adicionales, como espacios de estudio y acceso a bases de datos en línea, ofrecen ideas valiosas para mejorar la oferta del CDIHUM.

Finalmente, el alto porcentaje (93%) de estudiantes dispuestos a recomendar el CDIHUM a otros refleja una percepción general positiva, destacando la importancia de mantener y mejorar la calidad de los servicios para fomentar la satisfacción y la promoción boca a boca. Estos resultados son fundamentales para informar nuestras estrategias de marketing y mejorar la eficacia de los servicios del CDIHUM en el futuro.

## 5.10. Diagnóstico

La evaluación detallada de la situación actual de los servicios del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) reveló una panorámica compleja y dinámica. El análisis inicia con la meticulosidad de evaluar la efectividad, alcance y eficiencia de los servicios, abarcando tanto aspectos cuantitativos como cualitativos. Este enfoque integral busca identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento para adaptarse a las cambiantes necesidades de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

La estructura y organización de la colección del CDIHUM reflejó un sistema de clasificación cuidadoso, basado en el Sistema de Clasificación Decimal de Melvin Dewey, que abarca diversas áreas del conocimiento humano. Con un total de 8,193 títulos y 12,318 ejemplares, la colección aborda las necesidades específicas de cada carrera y departamento.

Los recursos informáticos, con 3 computadoras para búsqueda bibliográfica y 3 laptops para uso de usuarios en sala, evidencian una integración de tecnología para facilitar el acceso a la información. Las normativas que regulan las actividades del CDIHUM desempeñan un papel fundamental, ofreciendo orientación, garantizando la selección adecuada de materiales y atendiendo las demandas de los usuarios.

El análisis bibliométrico del Repositorio RIUMA destacó el papel crucial de la plataforma en la gestión y promoción de las colecciones. A través de un detallado análisis comparativo entre los años 2022 y 2023, se identifican cambios significativos en la cantidad de objetos ingresados y descargas digitales. Los autores y elementos más consultados revelan fluctuaciones que reflejan las tendencias de investigación y estudio.

La estadística del Repositorio RIUMA para los años 2022 y 2023 profundizó en el impacto de la plataforma en la difusión de la producción académica. Los análisis bibliométricos ofrecen una comprensión detallada de las tendencias de investigación y las áreas de interés de la comunidad académica.

El análisis estadístico del total de visitas de usuarios atendidos en el centro durante los años 2022 y 2023 arrojó que los datos más significativos entre estos están la disminución del 41.5% en el total de usuarios atendidos, junto con cambios en la composición de género, plantea desafíos en la planificación de recursos y servicios.

En resumen, este diagnóstico exhaustivo destacó por la complejidad de la gestión del CDIHUM. Si bien la estructura y organización de la colección demuestran una atención meticulosa a las necesidades académicas, los retos en la atención de usuarios y las fluctuaciones en las tendencias de investigación sugieren la necesidad de estrategias adaptativas y una atención continua a la evolución de las demandas académicas.

**Como conclusión del diagnóstico realizado, podemos señalar, los siguientes elementos:**

La problemática principal radica en la falta de conocimiento y acceso de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, en todas sus modalidades, a los servicios y recursos proporcionados por el CDIHUM (Centro de Difusión de las Humanidades). Esto se debe a diversas causas:

**Poco conocimiento:** Los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas tienen un conocimiento limitado sobre la existencia y los servicios ofrecidos por el CDIHUM. Esto puede deberse a una falta de promoción y difusión adecuada, lo que resulta en una baja conciencia y participación de los estudiantes hacia los recursos disponibles.

**Restricciones de horario:** El CDIHUM atiende únicamente de lunes a viernes, mientras que la carrera de Gestión de la Información entre otras disciplinas se ofrece los sábados. Esta discrepancia de horarios dificulta que los estudiantes de las distintas carreras puedan hacer uso de los servicios y recursos del CDIHUM, ya que no coinciden con sus días de clase.

**Falta de promoción y marketing:** Existe una falta de esfuerzos de promoción y marketing del CDIHUM para atraer y captar la atención de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. Esta falta de promoción limita el conocimiento y la participación de los estudiantes, impidiendo que aprovechen plenamente los recursos y servicios ofrecidos por la unidad de información.

**Estos factores tienen los siguientes efectos:**

**Limitado acceso y conocimiento:** Los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas tienen un conocimiento limitado sobre los servicios ofrecidos por el CDIHUM. Esto dificulta su capacidad para aprovechar plenamente los recursos y servicios disponibles, ya que desconocen su existencia o no comprenden cómo acceder a ellos.

**Restricciones de horario:** El horario de atención del CDIHUM no se ajusta a los días de clase de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, lo que limita su capacidad para hacer uso de los servicios y recursos del centro. Esto resulta en una subutilización de los recursos disponibles y en la falta de apoyo necesario para su formación académica.

**Falta de promoción y marketing:** La falta de esfuerzos de promoción y marketing limita la participación de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas hacia los recursos disponibles en el CDIHUM. Esto impide que se beneficien plenamente de los servicios ofrecidos por la unidad de información y limitando su desarrollo académico y profesional. Esta situación afecta negativamente su formación académica la capacidad para aprovechar los recursos disponibles en el centro.

## **6. Desarrollo del Tercer Sub Tema**

### **6.1. Propuesta de estrategias de marketing para incrementar los servicios del CDIHUM**

Nuestro objetivo principal es potenciar la visibilidad y la utilización del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) de la UNAN-Managua de conformidad con lo planteado en el objetivo general, por tanto, realizamos un análisis exhaustivo del CDIHUM y llevamos a cabo esta investigación cualitativa que nos permitió comprender las necesidades específicas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, respecto al uso efectivo de los servicios que ofrece el CDIHUM. Para el ello, desarrollamos propuesta de materiales promocionales personalizados, asimismo, proponemos la utilización de canales de comunicación efectivos para difundir y promocionar información y destacar los servicios del CDIHUM.

Durante la implementación, segmentamos el mercado objetivo y adaptamos las estrategias de marketing a las necesidades específicas de cada segmento. Utilizaremos canales como redes sociales y eventos locales para llegar a nuestro público para que pueda ser implementado.

Esta propuesta no solo busca incrementar el número de usuarios del CDIHUM, sino también mejorar la experiencia y la satisfacción del usuario. Con un enfoque estratégico basado en una comprensión profunda de las necesidades del público, nuestras estrategias de marketing estarán adaptadas a las demandas específicas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

## 6.2. Plan de Ejecución

### Antes:

- Investigación del CDIHUM y necesidades de los estudiantes.
- Desarrollo de materiales promocionales.
- Definición de canales de comunicación.

### Durante:

- Implementación de estrategias segmentadas.
- Utilización de redes sociales y eventos locales.
- Monitoreo continuo mediante encuestas y análisis de tendencias.

### Después:

- Evaluación de la efectividad de las estrategias.
- Ajuste de tácticas según los resultados.

Para la mejora continua, basada en la retroalimentación de los usuarios. Este plan integral no solo busca aumentar la cantidad de usuarios del CDIHUM, sino también mejorar la experiencia general y la satisfacción del usuario. Con un enfoque estratégico, adaptado a las necesidades específicas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, aspiramos a consolidar al CDIHUM como un recurso esencial para la comunidad académica.

### **6.3. Herramientas de Marketing**

En la constante búsqueda de fortalecer la presencia y el impacto del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM), hemos desarrollado un conjunto integral de estrategias de marketing que se centra en elementos clave para lograr nuestro objetivo: el perfil de usuarios del CDIHUM y buyer person, brochure, volantes promocionales, flyer, banner, post para redes sociales, podcast para espacio publicitario en la radio de la UNAN y el sitio web con publicaciones de carácter informativo sobre el quehacer académico del centro. Estas herramientas no solo buscan informar, sino también cautivar y movilizar a la comunidad estudiantil hacia una participación con el CDIHUM.

#### **Perfil de Usuarios en el CDIHUM: adaptación a las necesidades específicas**

Este enfoque nos permite personalizar nuestros servicios y recursos de información para satisfacer de manera efectiva las necesidades específicas de los usuarios. Buscamos así promover una experiencia satisfactoria y un aprovechamiento óptimo de nuestra unidad de información.

#### **Buyer Person**

Nos permite desarrollar una descripción detallada de las características, preferencias y comportamientos de los estudiantes que frecuentan el CDIHUM. Un buyer person o user person es una construcción ficticia del cliente ideal de la empresa o proyecto. El buyer persona te ayuda a entender a tu cliente potencial, te acerca a sus verdaderas necesidades y preocupaciones, para que puedas comprender mejor cómo pueden tus productos o soluciones ayudar a tu cliente. Asana (2022)

En el proceso de desarrollar estrategias efectivas de marketing para el Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) de la UNAN-Managua, nos propusimos comprender a fondo las necesidades y expectativas de nuestros usuarios potenciales. Adoptamos un enfoque metodológico cualitativo que nos permitió explorar, de manera detallada, las dinámicas del CDIHUM y las demandas específicas de los estudiantes, investigadores y académicos dentro de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

### **Brochure del CDIHUM: un recurso informativo integral**

Nuestro brochure del CDIHUM va más allá de ser una simple presentación. Este material cautivador presenta de manera concisa y atractiva la misión, objetivos y logros del CDIHUM. Con imágenes impactantes y una redacción clara, destacamos los servicios y programas, respaldados por testimonios reales que resaltan el impacto positivo de nuestro trabajo. Incluimos detalles sobre la bibliografía disponible, proporcionando a los usuarios una visión completa de los recursos que ofrecemos.

### **Flyer para el CDIHUM: atracción visual y comunicación efectiva**

El flyer diseñado para el CDIHUM se presenta como una herramienta visualmente atractiva y concisa. Su objetivo es captar la atención de los usuarios de manera inmediata. Con un diseño llamativo y contenido relevante, el flyer comunica de manera efectiva los servicios, recursos y beneficios que ofrece nuestra unidad de información. Buscamos motivar a los usuarios a explorar y aprovechar al máximo los servicios del CDIHUM, proporcionando información esencial de manera accesible.

### **Post de Redes Sociales del CDIHUM: conciencia y participación activa**

La estrategia de post en redes sociales del CDIHUM se enfoca en la difusión y destacado del centro como un recurso educativo fundamental. Con contenido estratégico, buscamos no solo informar sino también crear conciencia sobre la importancia del CDIHUM.

### **Podcast del CDIHUM**

La creación de un podcast dedicado al Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) surge de la necesidad de ofrecer a la comunidad estudiantil de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua una plataforma dinámica y accesible para explorar los valiosos recursos y oportunidades que este centro brinda.

Un podcast proporciona una forma accesible y conveniente para los estudiantes de acceder a información relevante sobre el CDIHUM. Al ser una plataforma auditiva, permite a los oyentes aprender sobre los servicios, espacios y estrategias de marketing del CDIHUM

mientras se desplazan, estudian o realizan otras actividades diarias. El podcast ofrecerá una ventana a las experiencias auténticas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas que han interactuado con el CDIHUM. Al presentar testimonios reales, aspiramos a inspirar a otros estudiantes a aprovechar al máximo los recursos disponibles y a involucrarse en la comunidad educativa.

La plataforma del podcast nos permite compartir de manera efectiva las estrategias de marketing propuestas para el CDIHUM. Explicaremos de manera detallada las tácticas planeadas, como la creación de perfiles de compradores, el desarrollo de materiales promocionales y la aplicación de campañas publicitarias.

Este podcast servirá como una herramienta valiosa para promocionar las diversas oportunidades educativas que el CDIHUM tiene para ofrecer. Desde la expansión de recursos digitales hasta programas interactivos, nuestro objetivo es inspirar a los estudiantes a explorar y aprovechar al máximo su experiencia académica.



## Perfil de usuarios CDIUM

Servicios 	Ventajas 	Desventajas 	Usuarios 
<p><b>Atención rápida y personalizada</b></p> <p><b>Colección física y digital</b></p> 	<p>Amplia colección de recursos físicos y digitales</p> <p>Acceso conveniente a materiales de estudio</p> 	<p><b>Poco personal en la U.I</b></p> <p><b>Inexistencia de una página web</b></p> <p><b>Equipos desactualizados, obsoletos y pocas unidades disponibles</b></p> 	<p><b>Estudiantes de la facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas</b></p> 
<p><b>Prestamos de servicios en sala</b></p> <p><b>Préstamos a domicilio e interbibliotecario</b></p> 	<p>Acceso a materiales de otras bibliotecas y centros de información</p> <p>Ampliación de la gama de recursos disponibles</p> 	<p><b>Algunas colecciones bibliográficas desactualizadas y no clasificadas</b></p> 	<p><b>Investigadores Académicos</b></p> 
<p><b>Conexión wifi</b></p> <p><b>Búsqueda en base de datos institucional</b></p> 	<p>Acceso a Internet para búsquedas en línea y recursos digitales</p> <p>Posibilidad de utilizar dispositivos electrónicos</p> 	<p><b>No se brinda atención durante los fines de semana</b></p> 	<p><b>Personal administrativo y docentes de la facultad</b></p> <p><b>Estudiantes de posgrado</b></p> 
<p><b>Existencia de una infraestructura adecuada para todo tipo de documentación</b></p> 	<p><b>Desarrollo de habilidades de búsqueda y evaluación de información</b></p> 	<p><b>No existe el marketing de la U.I</b></p> 	<p><b>Profesionales y Abogados</b></p> 

El perfil de usuarios del CDIUM refleja una diversidad de miembros de la comunidad académica con intereses variados, destacando la necesidad de estrategias inclusivas que aborden las distintas expectativas y demandas, contribuyendo así a fortalecer la conexión entre el centro y sus usuarios.

## Buyer person

### BUYER PERSONA



**Valentina Castro**  
Estudiante de Historia

#### BIOGRAFÍA

Valentina Castro, nacida en Masaya el 8 de mayo de 2003, es una estudiante de Historia en la UNAN-Managua, apasionada por explorar y comprender las complejidades del pasado para contribuir al entendimiento del presente

Edad: 20 años

Sexo: Femenino

Estado civil: Soltera

País: Nicaragua

Educación: Bachiller

Ocupación: Estudiante

#### HÁBITOS DE INVESTIGACION

Apasionada por la historia antigua de Nicaragua, le gusta saber sobre los diferentes heroes que se celebran durante las fiestas patrias en el país, ella, comunmente busca información del hero nacional Andres Castro y Rafaela Herrera

#### REDES SOCIALES

Utiliza las redes sociales en su casa o Universidad para realizar investigaciones y también para uso personal

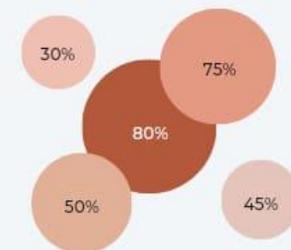
#### ¿QUÉ PIENSA?

Ella busca un lugar donde poder sentirse cómoda a la hora de hacer sus investigaciones y le parece muy buena idea la del CDIUM como una unidad de información capaz de ayudarla en su proceso de búsqueda.

#### METAS Y OBJETIVOS

- Ampliar sus conocimientos
- Desarrollar trabajos de investigación
- Establecerse en el campo de la Historia
- Obtener buenas calificaciones

#### USOS REDES SOCIALES



#### GUSTOS Y AFICCIONES



ARTE



FOTOGRAFÍA



VIAJAR



NEGOCIOS



LEER



MÚSICA

El buyer persona, representado por Valentina Castro, proporciona una guía clave para personalizar estrategias de marketing, destacando la importancia de centrarse en el desarrollo profesional, experiencias culturales y la accesibilidad para satisfacer las necesidades específicas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

## El Brochure del CDIHUM:

Destaca las funciones de la unidad de información, su misión, visión, horarios de atención, así como también su bibliografía para los usuarios

### MISIÓN

Ofrecer servicios de calidad oportunos, apoyado por un equipo humanístico profesional comprometido en brindar los servicios de información, recursos bibliográficos y documentales, así como difundir el patrimonio documental, garantizando su conservación y preservación, acceso y difusión.

### VISIÓN

El CDIHUM (Centro de difusión de las humanidades) es la principal unidad de información en el campo humanístico, social y jurídico, reconocida por los servicios que presta en el ámbito académico, tanto a nivel de grado como post grado, en una instancia impulsadora de cambios con sentido científico y social, defensora del legado cultural e histórico del país

### ¿QUIÉNES SOMOS?



El Centro de difusión de las humanidades CDIHUM, es un centro de desarrollo dedicado a la formación de usuarios que contribuye al aporte integral de los estudiantes pertenecientes a la facultad de humanidades y ciencias jurídicas

Promueve la formación técnica, metodológica y difunde pautas culturales que han conformado nuestra universidad, la investigación como recursos valiosos para la toma de decisiones.

### UBICACIÓN

Rotonda Universitaria, Rigoberto López Pérez 150 metros al este

Contiguo al Auditorio 52. Roberto González Mangua, Nicaragua

Tel: (505) 2278-6764 y 69 Ext. 6049



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## CENTRO DE DIFUSIÓN DE LAS HUMANIDADES

### CDIHUM



VAHOS POR MÁS  
VICTORIAS  
EDUCATIVAS

## ORGANIZACIÓN DEL CDIHUM

### COLECCIÓN BIBLIOGRÁFICA

1. Colección General
2. Colección de Medicina
3. Colección de Autores Nacionales
4. Colección UNAN
5. Colección de Autores Extranjeros
6. Colección de Monografía y Tesis
7. Colección Referencias
8. Colección Hemerotecas
9. Revistas Humanismo y Cambio Social
10. Colección BIJLL ( Biblioteca Personal Jilma Romero y Alfredo Lobato)



FACULTAD DE  
HUMANIDADES Y  
CIENCIAS  
JURÍDICAS  
UNAN-MANAGUA

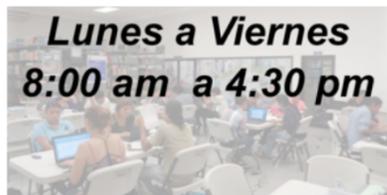


### SERVICIOS

- Búsqueda Bibliográfica
- Difusión selectiva de la información
- Desarrollo de habilidades informacionales
- Préstamo interno, a domicilio e inter bibliotecario del material bibliográfico
- Conexión Wifi
- Búsqueda en Bases de datos suscritas

### HORARIOS DE ATENCIÓN

**Lunes a Viernes**  
**8:00 am a 4:30 pm**



### COLECCIÓN DIGITAL

#### Bases de Datos Suscritas

EBSCO

[https://web.s.ebscohost.com/start?key=100.69.184.140\\_8000\\_108774767&site=e=ehost](https://web.s.ebscohost.com/start?key=100.69.184.140_8000_108774767&site=e=ehost)

E-libro

<https://elibro.net/es/lc/unanmanagua/inci>

ProQuest

<https://www.proquest.com/index?accountid=171676>

JSTOR

<https://www.jstor.org/>

#### Bases de Datos de Acceso Libre

RIUMA

<https://repositorio.unan.edu.ni/>

RepositorioCNU

<http://repositorio.cnu.edu.ni>

#### Encuentranos



#### Visitanos



[www.biblio.unan.edu.ni](http://www.biblio.unan.edu.ni)

### Flyer

Es una herramienta clave para atraer la atención de los usuarios del CDIHUM. Su diseño atractivo y contenido conciso permiten comunicar de manera efectiva los servicios, recursos y beneficios que ofrece nuestra unidad de información. Al captar la atención visual y transmitir información relevante de forma rápida, el flyer se convierte en una poderosa herramienta de promoción que motiva a los usuarios a explorar y aprovechar al máximo los servicios del CDIHUM.

## Centro de Difusión de las Humanidades CDIHUM



### EXPLORA EL MUNDO DEL CONOCIMIENTO

- *Acceso ilimitado a información académica*
- *Descubre a tu aliado en tus investigaciones*
- *Potencia tus trabajos y proyectos con recursos de calidad*
- *Encuentra respuestas a tus preguntas en un solo lugar*

Visítanos y descubre un mundo de información a tu disposición

Atendemos todas tu dudas informacionales

Aprovecha la tecnología para impulsar tu aprendizaje




## Contáctanos


(505) 2278-6764 y 69 Ext. 6049


www.biblio.unan.edu.ni


CDIHUM

### **Post de redes sociales del CDIHUM**

La importancia de esta publicación en redes sociales radica en difundir y dar a conocer el CDIHUM como un valioso recurso educativo. Con ella, buscamos atraer la atención de los estudiantes y resaltar la relevancia de este centro de información en su desarrollo académico.

## **No pierdas esta oportunidad de visitar el CDIHUM**

- Búsqueda Bibliográfica
- Desarrollo de habilidades informacionales
- Préstamo interno, a domicilio e inter bibliotecario del material bibliográfico
- Conexión Wifi
- Búsqueda en Bases de datos suscritas



**Centro especializado para el éxito académico y profesional.**

#### **Contáctanos:**

- ☎ (505) 2278-6764 y 69  
Ext. 6049
- 🌐 [www.biblio.unan.edu.ni](http://www.biblio.unan.edu.ni)
- 📘 CDIHUM

#### **Dirección:**

Rotonda Universitaria, Rigoberto López  
Pérez 150 metros al este Contiguo al  
Auditorio 52. Roberto González  
UNAN -MANAGUA

## Guion del Podcast:

### "Explorando el CDIHUM: Descubre Recursos y Oportunidades"

**Presentador:** ¡Bienvenidos a otro emocionante episodio de "Descubriendo el Conocimiento"! Soy Mauricio, tu anfitrión, y hoy nos sumergiremos en el fascinante mundo del Centro de Difusión de las Humanidades de la UNAN-Managua, conocido cariñosamente como CDIHUM. ¿Alguna vez te has preguntado qué tesoros de aprendizaje se encuentran allí? ¡Pues hoy despejaremos todas esas dudas!

#### **Introducción:**

**Presentador:** (Con entusiasmo) Imagina un lugar donde la curiosidad se encuentra con la información, donde los estudiantes, investigadores y académicos descubren oportunidades para expandir sus conocimientos. ¡Eso es exactamente lo que ofrece el CDIHUM!

#### **Bloque 1: Descubriendo Recursos Esenciales**

**Presentador:** (Entusiasta) Para comenzar, hablemos de los increíbles recursos disponibles en el CDIHUM. Desde bibliotecas digitales hasta colecciones especializadas, este centro es como un tesoro de conocimiento esperando a ser explorado. Y lo mejor de todo, ¡puedes acceder a estos recursos desde cualquier lugar!

**Entrevistado 1 (María):** (Sonriente) El CDIHUM realmente me ha ayudado en mi investigación. Sus recursos digitales facilitan mi trabajo, y siempre encuentro algo nuevo y emocionante.

#### **Bloque 2: Espacios de Aprendizaje Interactivo**

**Presentador:** (Sonriendo) Pero espera, ¡hay más! El CDIHUM no es solo un lugar de libros y artículos, también es un espacio de aprendizaje interactivo. Con tecnologías de vanguardia y eventos temáticos, este centro se convierte en un lugar donde el conocimiento cobra vida.

**Entrevistado 2 (Javier):** (Fascinado) La experiencia en los eventos del CDIHUM es única. Puedes interactuar con expertos, participar en talleres y expandir tus horizontes más allá de las aulas.

**Bloque 3: Estrategias de marketing para atraer usuarios**

**Presentador:** (Poniendo énfasis) Ahora, hablemos de las increíbles estrategias de marketing que el CDIHum ha implementado para atraer a más usuarios. Desde coloridos brochures hasta banners informativos, este centro está comprometido en hacer que su comunidad conozca todas las oportunidades que brinda.

**Entrevistado 3 (Andrés):** Queremos que cada persona sepa que el CDIHum está aquí para apoyarlos. Los folletos, banners y otros materiales nos ayudan a difundir el mensaje y atraer a más usuarios curiosos.

**Bloque 4: Encuentra tu lugar en el CDIHum**

**Presentador:** (Concluyendo) Así que ya lo sabes, querido oyente, el CDIHum no es solo un centro de información; es un lugar donde tus inquietudes académicas encuentran respuestas. Descubre, aprende y crece con nosotros.

**Cierre:** ¡Gracias por unirse a este viaje de descubrimiento en "Descubriendo el Conocimiento"! Recuerda visitar el CDIHum y sumergirte en un mundo de oportunidades educativas. ¡Hasta la próxima!

## Página Web CDIHum

Desde el campo de acción del marketing digital, el servicio o las ventas, un sitio web es la herramienta de marketing más poderosa a su disposición. Todos los esfuerzos de marketing en los que está trabajando actualmente (escribir publicaciones de blog, crear contenido para redes sociales, enviar correos electrónicos, ejecutar campañas publicitarias) dirigen el tráfico a un solo lugar: su sitio web.

Un sitio web es un entorno para lanzar diferentes campañas, generar tráfico y leads asimismo acompañar a los usuarios en su recorrido, la página web del CDIHum se encargará de dar información básica sobre los servicios del centro, contar sus valores y su misión, brindar los datos de contacto, entre otras cosas. Un sitio web bien diseñado atrae y atrae visitantes. Los anima a realizar las acciones deseadas.

Es por ello que, como parte de nuestra propuesta hemos creado un branding de diseño web el cual trata de reflejar la imagen de lo que sería el diseño de la página web del CDIHum. En ella se compartirá el quehacer del centro de documentación, se promoverán actividades para incentivar, y actividades académicas que llevan a cabo en el mismo como foros, debates conferencias entre otras.



#### 6.4. Bitácora de actividades a desarrollar en redes Sociales

BITACORA DE CONTENIDOS							
Tema	Fecha	Hor a	Red	Formato	Copy del arte	Copy del post	Aplicaciones Utilizadas
47 Aniversario del tránsito a la inmortalidad del comandante en Jefe de la revolución sandinista Carlos Fonseca Amador	8 de Noviembre	8:00 A.M.	Facebook	Cartel	El 8 de noviembre conmemoramos el "Pase a la inmortalidad de Carlos Fonseca Amador".	Hoy conmemoramos el "Pase a la inmortalidad del comandante en Jefe de la Revolución Sandinista Carlos Fonseca Amador"	<a href="https://www.canva.com/">https://www.canva.com/</a>
Día del Bibliotecario Niraguense	8 de Noviembre	9:00 AM	Facebook	Cartel	El 8 de noviembre en conmemoración al paso a la inmortalidad del comandante Carlos Fonseca Amador	Hoy conmemoramos el paso a la inmortalidad del Padre de la revolución Nicaraguense Carlos Fonseca Amador.	<a href="https://www.canva.com/">https://www.canva.com/</a>
Día mundial de la Ciencia	10 de noviembre	11:00 AM	Facebook	Infografía	10 de Noviembre se celebra el día mundial de la Ciencia	Conmemora el Día Mundial de la Ciencia para la Paz y el Desarrollo, para recordar el acuerdo al que llegaron la UNESCO y el Consejo Internacional para la Ciencia (CIC) en 1999.	<a href="https://www.canva.com/">https://www.canva.com/</a>
XI Aniversario de la Histórica sentencia de la CIJ de la Haya	19 de noviembre	3:00 PM	Facebook	Cartel	19 de noviembre celebramos un día Histórico	Conmemoramos el aniversario de la Declaración En relación a la Sentencia de la Corte Internacional de Justicia de La Haya, Diferendo Territorial con Colombia.	<a href="https://www.canva.com/">https://www.canva.com/</a>

La Bitácora de Actividades en redes sociales destaca la importancia de la consistencia en la publicación de contenido relevante y atractivo para aumentar la participación del usuario. La interacción activa con la audiencia y la planificación estratégica de campañas temáticas contribuyen significativamente al fortalecimiento de la presencia digital del CDIHUM.

## 6.5. Inversión y presupuesto para los elementos de marketing

En el marco de la estrategia de marketing para fortalecer la promoción de los servicios del CDIHUM, se ha elaborado un presupuesto detallado para los elementos clave de marketing. La producción de 300 copias del brochure a color, con un costo unitario de 15 córdobas, representará una inversión total de 4,500 córdobas. Para destacar los servicios del CDIHUM, se han considerado 3 banners alusivos, cada uno con un valor de 15 dólares, sumando un total de 45 dólares.

Asimismo, la impresión de 300 copias de flyers o volantes publicitarios, con un costo unitario de 15 córdobas, conlleva una inversión total de 4,500 córdobas. En conjunto, la inversión total para estos elementos estratégicos de marketing asciende a 9,045 córdobas y 45 dólares. En términos porcentuales, el brochure y los flyers representan cada uno el 49.72% de la inversión, mientras que los banners alusivos contribuyen con el 0.50%. Este presupuesto se alinea con la visión de optimizar los recursos disponibles para potenciar la visibilidad y el impacto de los servicios del CDIHUM.

Elemento	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
<b>Brochure a color</b>	15 Córdobas	300	4,500 Córdobas
<b>Banner alusivo a servicios del CDIHUM</b>	15 Dólares	3	45 Dólares
<b>Flyer o volantes publicitarios</b>	15 Córdobas	300	4,500 Córdobas
Total de Inversión			<b>9,045 Córdobas + 45 Dólares</b>

### Porcentaje del Total:

- Brochure a color:  $4,500 \text{ córdobas} / 9,045 \text{ córdobas} + 45 \text{ dólares} = 49.72\%$
- Banner alusivo a servicios del CDIHUM:  $45 \text{ dólares} / 9,045 \text{ córdobas} + 45 \text{ dólares} = 0.50\%$
- Flyer o volantes publicitarios:  $4,500 \text{ córdobas} / 9,045 \text{ córdobas} + 45 \text{ dólares} = 49.72\%$

## 6.6. Plan de Ejecución Anual y Resultados Esperados

El Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) se erige como un faro de conocimiento y cultura. Sin embargo, reconocer la importancia de sus servicios y eventos dentro de la comunidad estudiantil requiere más que una mera existencia; demanda una estrategia de marketing cuidadosamente diseñada.

Fase	Actividades Clave
Antes:	
<b>Investigación</b>	- Análisis profundo de los servicios actuales y preferencias estudiantiles.
<b>Desarrollo</b>	- Creación de contenido atractivo para redes sociales, blogs y podcasts. - Diseño de una página web informativa y fácil de navegar.
<b>Objetivo</b>	- Establecer una base sólida para la estrategia de marketing, alineada con las necesidades del buyer persona.
Durante:	
<b>Lanzamiento</b>	- Creación de perfiles en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter). - Inicio de una página web y lanzamiento de un podcast mensual.
<b>Campañas</b>	- Implementación de campañas de concienciación en redes sociales. - Publicación de efemérides como el Día del Bibliotecario.
<b>Objetivo</b>	- Generar interés y participación activa de la comunidad estudiantil.
Después:	
<b>Análisis</b>	- Monitoreo del engagement en redes sociales y la página web. - Análisis de la efectividad de las estrategias y ajustes según resultados.
<b>Feedback</b>	- Facilitación de encuestas y comentarios para obtener opiniones directas. - Ajuste de servicios según el feedback y las necesidades emergentes.
<b>Objetivo</b>	- Evaluar continuamente la efectividad y mejorar la experiencia del usuario.

### Resultados Esperados

- Incremento del 70% en visitas: Medido por el aumento en participación en eventos, préstamos de recursos y consultas a los servicios del CDIHUM.
- Engagement en redes sociales: Alcanzar un aumento del 50% en seguidores y participación en plataformas digitales.
- Reconocimiento de efemérides: Lograr un alto reconocimiento y participación en las efemérides, demostrando relevancia y conexión con la comunidad estudiantil.

### Objetivo Final

Establecer y ejecutar estrategias de marketing efectivas para incrementar el reconocimiento y uso de los servicios del CDIHUM, logrando un aumento del 70% en las visitas y fortaleciendo la conexión con la comunidad estudiantil. Este plan garantiza una estrategia integral que no solo atraerá a los estudiantes, sino que también fortalecerá la presencia digital y la conexión emocional con el CDIHUM.

## 6.7. Cronograma de Actividades

El cronograma es una herramienta esencial para elaborar calendarios de trabajo o actividades. Un documento en el que se establece la duración de un proyecto, la fecha de inicio y final de cada tarea; es decir, una manera sencilla de organizar el trabajo. En el cronograma podemos Definir todas las actividades que componen el proyecto. Es importante listar todas las acciones que se deben llevar a cabo para que el proyecto salga a la luz, relacionar las actividades entre sí, definir plazos para ir ajustando el cronograma conforme a las semanas que nos hemos planteado ejecutar dichas tareas.

Semana	Actividades
1	Revisión de datos recopilados y análisis de necesidades del CDIHUM
2	Elaboración del perfil de usuarios basado en encuestas y entrevistas
3	Desarrollo del brochure del CDIHUM: Diseño y redacción de contenido
4	Revisión y aprobación del brochure por parte del equipo
5	Impresión de 300 copias del brochure a color
6	Distribución del Brochure en puntos clave de la facultad y campus
7	Creación de banners alusivos a los servicios del CDIHUM: Diseño y producción
8	Colocación de los 3 banners en áreas estratégicas del campus
9	Diseño de flyer o volantes publicitarios con contenido atractivo
10	Impresión de 300 copias de los flyers
11	Distribución de flyers en eventos académicos y lugares concurridos
12	Configuración del espacio de aprendizaje interactivo en el CDIHUM
13	Dotación del espacio con tecnologías y herramientas de vanguardia
14	Organización del primer evento temático en el espacio interactivo
15	Establecimiento de convenios para fomentar participación en proyectos y prácticas profesionales
16	Divulgación de oportunidades de pasantías y empleo a través de redes sociales
17	Ofrecimiento de asesoramiento y orientación a estudiantes interesados
18	Inicio de encuestas de satisfacción y retroalimentación de usuarios
19	Análisis preliminar de resultados de encuestas
20	Análisis comparativo de servicios con otras instituciones
21	Evaluación de la utilización de los servicios del CDIHUM
22	Análisis detallado del mercado objetivo
23	Adaptación de servicios y actividades del CDIHUM según segmentación
24	Implementación de estrategias de marketing dirigidas a cada segmento
25	Creación de marketing integral para promoción del CDIHUM
26	Distribución de contenido relevante y atractivo en redes sociales
27	Establecimiento de alianzas estratégicas con departamentos académicos
28	Establecimiento de métricas y objetivos claros para evaluar efectividad
29	Implementación de herramientas de análisis, como Google Analytics
30	Monitoreo continuo y ajuste de estrategias según resultados obtenidos

En el desarrollo del tercer sub tema, se implementaron estrategias de marketing para aumentar la visibilidad y utilización del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) de la UNAN-Managua. Se llevó a cabo una investigación cualitativa exhaustiva para comprender las necesidades específicas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas en relación con los servicios ofrecidos por el CDIHUM.

En este contexto, se desarrolló una propuesta que incluyó la creación de materiales promocionales personalizados y la sugerencia de canales de comunicación efectivos para difundir información y resaltar los servicios del CDIHUM. Durante la implementación, se segmentó el mercado objetivo y se adaptaron las estrategias de marketing a las necesidades específicas de cada segmento. Se utilizaron canales como redes sociales y eventos locales para llegar al público objetivo.

La información analizada se trabajó bajo un enfoque estratégico basado en la comprensión profunda de las necesidades del público objetivo. El plan de ejecución se dividió en etapas antes, durante y después de la implementación. Se realizaron actividades como la investigación del CDIHUM, el desarrollo de materiales promocionales y la definición de canales de comunicación.

Durante la implementación, se llevaron a cabo estrategias segmentadas, utilizando redes sociales y eventos locales, con un monitoreo continuo mediante encuestas y análisis de tendencias. Posteriormente, se evaluó la efectividad de las estrategias y se realizaron ajustes según los resultados obtenidos.

En cuanto a las herramientas de marketing, se desarrolló un perfil de usuarios, un buyer persona, un brochure, un flyer, y publicaciones en redes sociales y un podcast. Cada herramienta se adaptó a las necesidades específicas de la comunidad académica, buscando informar, cautivar y movilizar a los estudiantes hacia una participación activa con el CDIHUM.

---

La página web del CDIHUM se presentó como una propuesta de herramienta poderosa para fortalecer la presencia digital y proporcionar información esencial que debe tomarse en consideración a futuro, también Se creó un branding de diseño web que reflejaba la imagen de la unidad de información.

Se elaboró una bitácora de actividades en redes sociales, destacando la importancia de la consistencia en la publicación de contenido relevante y atractivo para aumentar la participación del usuario. En términos de inversión, se desarrolló un presupuesto detallado para elementos clave de marketing, como el brochure, los banners y los flyers. La inversión se distribuyó estratégicamente para optimizar los recursos disponibles.

El plan de ejecución anual estableció actividades clave en diferentes fases, desde la investigación inicial hasta la adaptación continua de servicios y actividades del CDIHUM según la retroalimentación del usuario. Los resultados esperados incluyeron un aumento del 70% en visitas, un incremento del 50% en la implementación en redes sociales y un reconocimiento destacado en efemérides, demostrando relevancia y conexión con la comunidad estudiantil. El objetivo final fue establecer y ejecutar estrategias de marketing efectivas para incrementar el reconocimiento y uso de los servicios del CDIHUM, fortaleciendo la conexión con la comunidad estudiantil.

## 7. CONCLUSIONES.

Como parte de nuestra investigación podemos concluir la importancia de la elaboración de un plan de marketing para incrementar la visita de los usuarios del Centro de Difusión de las Humanidades. Esta propuesta de marketing obedece a un estudio previo en el cual se llevó a cabo una caracterización de la unidad de información, se realizó un análisis de la situación actual de los servicios y un estudio bibliométrico comparativo del Repositorio Institucional de la UNAN-Managua (RIUMA) para los años 2022 y 2023.

La evaluación detallada de la situación actual de los servicios del Centro de Difusión de las Humanidades (CDIHUM) permitió trazar un panorama claro y preciso de la efectividad, alcance y eficiencia de los servicios actuales del CDIHUM, considerando tanto los aspectos cuantitativos como cualitativos, desde la exploración de estadísticas de préstamos y visitas hasta la percepción de los usuarios, así como los recursos disponibles.

Identificando áreas de mejora y oportunidades de crecimiento para adaptarse a las cambiantes necesidades de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas. Permittiéndonos formular estrategias de marketing y mejoras de servicios que respondan directamente a las necesidades y expectativas de los estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

Como parte de las estrategias utilizadas planteamos un cronograma de actividades en el cual se refleja una planificación estructurada por semanas, tales como: la creación de material promocional, como brochures y banners, hasta la configuración de un espacio de aprendizaje interactivo en el CDIHUM, el monitoreo y evaluación continua permitirán medir el impacto de las estrategias de marketing para incrementar los usuarios del Centro de Difusión de las Humanidades y realizar ajustes según sea necesario para mejoras futuras.

## 8. Bibliografía

- Andrade, C. (2010). *Estrategias de marketing promocional en unidades de servicio de información de la universidad del Zulia*. *Revista de Ciencias Sociales*. 16(1), 2010. Red Universidad del Zulia.  
<https://elibro.net/es/lc/unanmanagua/titulos/17351>
- Asamblea Nacional de Nicaragua. (16 de mayo de 2006). Asamblea Nacional de Nicaragua. Obtenido de Ley 621: Ley de Acceso a la Información Pública:  
[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/675A94FF2EBFEE9106257331007476F2](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/675A94FF2EBFEE9106257331007476F2)
- Blas Narváez, O., Salgado, O. D., & Carrión Reyes, K. (2013). *Evaluación de los servicios del archivo general de la nación*
- CARREÑO CUADOR, J. Marketing para la comercialización de servicios educativos. Un reto para la competitividad internacional. *Revista Cubana de Salud Pública*, [s. l.], v. 49, n. 1, p. 1–21, 2023.
- Da Gama, António Pimenta, and Joaquim A. Casaca. "Un "mapa Estratégico" Para O Marketing." *Innovar: Revista De Ciencias Administrativas Y Sociales*, vol. 30, no. 77, 2020, pp. 77-92. *JSTOR*, www.jstor.org/stable/26920488. Access Ed 21 Sept. 2023
- En J. E. Mañas, Marketing y difusión de servicios en una biblioteca universitaria del próximo milenio (págs. 73-83).
- Encuesta". Autor: Equipo editorial, Etecé. De: Argentina. Para: *Concepto. De*. Disponible en: <https://concepto.de/encuesta/>. Última edición: 5 de agosto de 2021.  
 Consultado: 07 de noviembre de 2023  
 Fuente: <https://concepto.de/encuesta/#ixzz8lOkYU6HX>
- García Crespo, J. (2014). *Fundamentos del marketing educativo*. Wolters Kluwer España. <https://elibro.net/es/lc/unanmanagua/titulos/63182>
- Guadamuz Gutiérrez, K. G., & Urcuyo Zambrana, A. E. (2015). *Mercadeo de servicios: Formulación de estrategias de marketing de servicios en la empresa*.
- Gutiérrez, L. I., Jiménez López, I., & Reyes, N. A. (2013). *La Alfabetización Informacional (ALFIN) aplicada a las tecnologías de la información en la Biblioteca Central "Salomón de la Selva" de la UNAN-Managua*^aPropuesta del programa de formación de usuarios
- Kotler & Armstrong. (2012). Marketing. En K. & Armstrong, Marketing de Unidades de Información (pág. 439).
- Larios, Heyzzell Vanesa; Roman Palacio, Junieth Massiel y Vallecillo Barberena, Maryelis Jessenia (2022) *Marketing de contenido como estrategia de publicidad digital para el fortalecimiento de branding e identidad de marca*. Licenciatura tesis, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

Lezama González, Alondra Stephanie; Alemán Urbina, Kelly Vanessa y González Martínez, Arian Nayely (2022) *El marketing digital como estrategia de posicionamiento*. Licenciatura tesis, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

Mañas, J. E. (s.f.). Marketing y difusión de servicios en una biblioteca universitaria del próximo milenio.

Moya Joniaux, C. A. (2017). *La formación de la competencia en marketing en los estudiantes de la carrera de economía*. Editorial Universitaria. <https://elibro.net/es/lc/unanmanagua/titulos/91140>

Obtenido de Repositorio Centroamericano SIIDCA: <https://repositoriosiidca.csuca.org/>  
Paladino Arana, C. M. (2020). *Servicios de información especializada virtual en el Centro de Documentación de la Facultad de Desarrollo Rural de la Universidad Nacional Agraria UNA*.

Pérez López, E. M. (2013). *Evaluación de los servicios de información de la Biblioteca Pública Augusto C. Sandino del Municipio de Niquinohomo (Masaya)*

Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación. McGraw-Hill. sexta edición. 2014. p.3-26.

SIIDCA. (2 de diciembre de 2023). Repositorio Centroamericano SIIDCA.

Suárez Gutiérrez, Christel Massiel (2019) Marketing bibliotecario, de la promoción al fomento innovación social de las Bibliotecas Municipales de Nicaragua. *Otra tesis, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua*

Universidad Nacional de Nicaragua. (2 de diciembre de 2023). Portal Web Unan Managua. Obtenido de Estatutos de la UNAN - MANAGUA: <https://www.unan.edu.ni/index.php/institucional/estatutos-de-la-unan-managua.odp>

## 9. Anexos.



### Entrevista al personal Encargado del CDIHUM - UNAN MANAGUA

**Nombre:**

**Fecha:**

**Cargo:**

1. ¿Cuáles son los servicios principales que ofrece el CDIHUM a la comunidad académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas?
2. ¿Podría describir la situación actual del CDIHUM en términos de visitas y uso de servicios?
3. ¿Cuáles son los desafíos más significativos que el CDIHUM enfrenta en relación con la falta de atención durante los días sábado?
4. En particular, ¿cómo beneficiaría la expansión de los horarios de atención a los sábados a los estudiantes que actualmente no pueden visitar el CDIHUM durante la semana?
5. ¿Cuáles serán las principales actividades de concientización o promoción para informar a los usuarios sobre los recursos y servicios del CDIHUM?
6. ¿Qué recursos y herramientas digitales están disponibles en el CDIHUM para apoyar a los usuarios en su búsqueda de información?
7. ¿Cuáles son los obstáculos más comunes que los estudiantes enfrentan al acceder a los servicios del CDIHUM?
8. ¿Cuál es el papel de la retroalimentación de los usuarios en la toma de decisiones y la mejora continua de los servicios del CDIHUM?
9. ¿Qué estrategia de marketing propondría para aumentar la visita de usuarios al CDIHUM?
10. ¿Cómo considera que podría involucrar a los usuarios y la comunidad académica para aumentar la visita al centro?

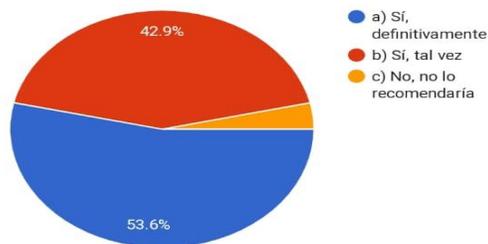
## Encuesta en Google Form a los Estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas UNAN- MANAGUA

### Importancia de servicios del CDIHUM- Una

Preguntas **Respuestas** 30 Configuración

¿Recomendarías el CDIHUM a otros estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas?

28 respuestas

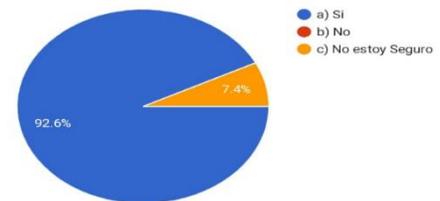


### Importancia de servicios del CDIHUM- Una

Preguntas **Respuestas** 30 Configuración

¿Estarías interesado en la expansión de los horarios de atención del CDIHUM, especialmente para aquellos estudiantes que no pueden asistir durante los días de semana y que podrían beneficiarse de la atención los días sábados?

27 respuestas

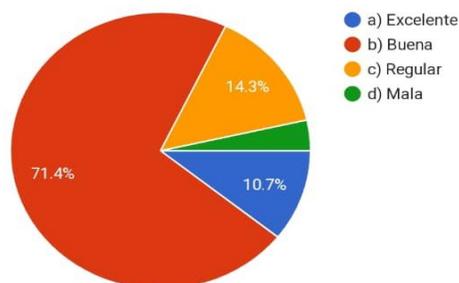


### Importancia de servicios del CDIHUM- Una

Preguntas **Respuestas** 30 Configuración

¿Cómo calificarías la calidad del CDIHUM en términos de recursos y servicios?

28 respuestas

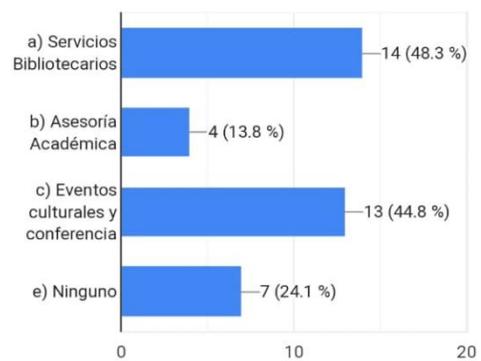


### Importancia de servicios del CDIHUM- Una

Preguntas **Respuestas** 30 Configuración

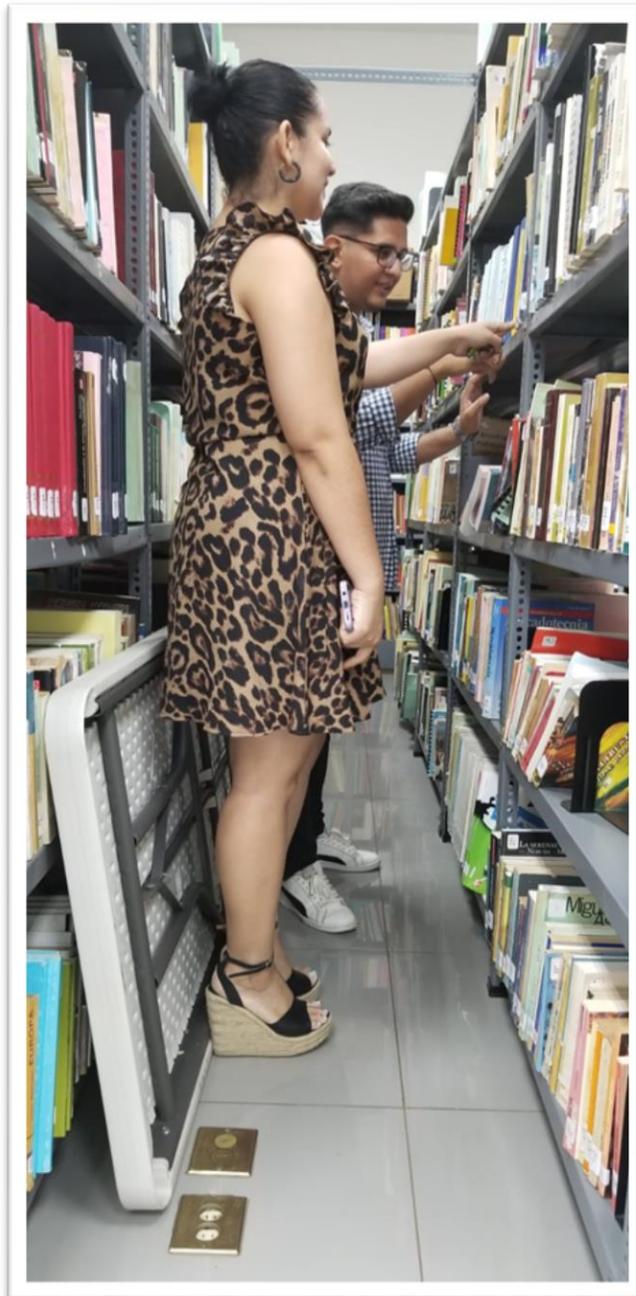
Si has utilizado los servicios del CDIHUM, ¿cuál de los siguientes servicios has utilizado?

29 respuestas





Visita al CDHUM para la recopilación de información (Fotografía), (2023). UNAN – MANAGUA,



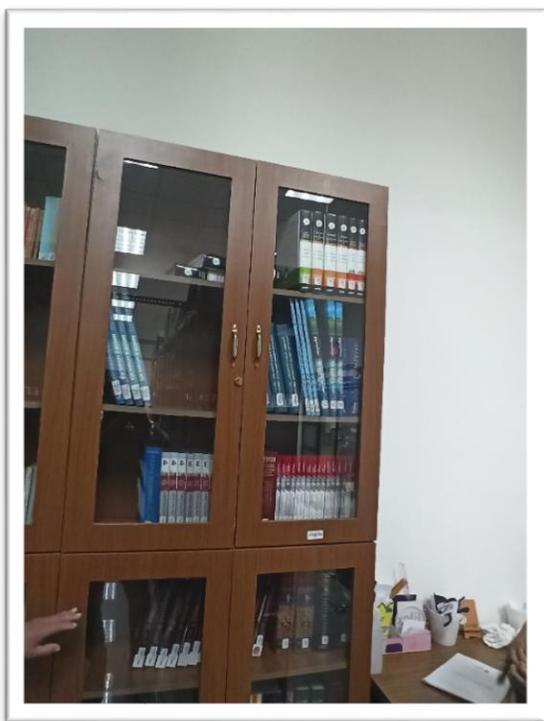
Proceso de Búsqueda de material bibliográfico relacionado a nuestra temática investigativa (Fotografía), (2023). UNAN – MANAGUA,



Ingreso en estantería de material bibliográfico utilizado para fines investigativos Fotografía), (2023). UNAN – MANAGUA,



Equipo de Trabajo de Seminario conformado de izquierda a derecha por: Karla Blandón, Jordy Sanchez, Tamara Hernández (Fotografía), (2023). UNAN – MANAGUA,



Visitando la diversidad bibliográfica del CDIUM (Fotografía), (2023).  
UNAN – MANAGUA,