



# INFORME DE GESTIÓN

BIBLIOTECA VIVA VESPUCIO

BIBLIOTECA  
VIVA

## Presentación

Biblioteca Viva Vespuccio nace en enero de 2003 siendo la primera de la red de bibliotecas ubicadas en Mall Plaza. Es fundada y administrada por Fundación La Fuente y financiada bajo la Ley 18.905 de donaciones culturales por la cadena de centros comerciales, sentando un precedente por ser un proyecto sin parangón en toda Latinoamérica.

Biblioteca Viva Vespuccio se perfila como un espacio de encuentro de los distintos miembros de la comunidad: agentes culturales, locatarios de Mall Plaza, estudiantes, amantes de la lectura, familias, centros educacionales, entre otros; lo que hace de ella un lugar donde convergen personas con múltiples intereses y necesidades, dado esto por los diversos servicios y actividades que se prestan y desarrollan tanto dentro de las instalaciones, como fuera de ella (espacios de Mall Plaza, colegios y otras instituciones).

Este espacio ha sido creado para la difusión de la literatura y lectura, logrando posicionarse como un polo cultural muy importante, facilitando el acceso a la información y a diversidad de panoramas culturales gratuitos.



## **Introducción**

El presente informe da cuenta del crecimiento y evolución de Biblioteca Viva Vespucio a lo largo del año 2015. Se ha realizado un análisis de las variables, las cuales han sido cuantificadas para tener mayor claridad de las fluctuaciones porcentuales mes a mes. Para tales efectos, se han considerado los siguientes ítems:

- 1.- Inscripciones / renovaciones/convenios, campañas y promociones
- 2.- Visitas / préstamos
- 3.- Extensión cultural
- 4.- Ingresos: Fundación / Sociedad

El equipo de Biblioteca Viva Vespucio se ha encargado de hacer crecer y sacarle rendimiento a este espacio, aprovechando el potencial creativo, la pasión por los libros y la lectura y la fuerte vocación social que los caracteriza.

Trabajando en conjunto con la casa central de Biblioteca Viva, hemos logrado hacer cambios significativos a la hora de alcanzar a una mayor cantidad de potenciales usuarios, así como también, al momento de mejorar los servicios que prestamos.

### 1.- Inscripciones / renovaciones/convenios, campañas y promociones:

En los puntos 1.1, 1.2 y 1.3, se describen brevemente las cifras obtenidas en 2015. En el punto 1.4, se hará una descripción más detallada y concluyente en cuanto a las inscripciones y renovaciones en el 2015:

#### 1.1.- Inscripciones y renovaciones sin promoción o convenio de adultos, niños, estudiantes y adultos mayores

El total de inscritos el 2015 fue de 910 con un promedio mensual de 76 nuevos socios, sin contar con las promociones o convenios, lo que finalmente aumenta este promedio. Por otro lado, la cantidad de renovaciones fue de 523 con un promedio mensual de 44 socios que decidieron prolongar su membresía.

Año 2015	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Inscripciones	77	68	58	48	106	104	82	99	76	87	58	47
Renovaciones	38	24	48	43	56	57	57	60	51	49	27	13

Inscritos y renovados mensualmente sin promoción o convenio

#### 1.2.- Inscripciones por segmentos

Por otro lado, podemos evidenciar que el grupo con mayor cantidad de inscritos fue el segmento “estudiantes” (mayores de 13 años) y el con menor cantidad de inscritos fue el segmento “adultos mayores” (mayores de 60 años); cifras que varían con la incorporación de convenios y promociones.

Socios	Inscripciones	Renovaciones
Adulto	266	173
Niño	288	147
Adulto Mayor	67	61
Estudiante	289	142

Inscripciones y renovaciones mensuales por segmento

### 1.3.- Convenios, socios vip y promociones

En cuanto a los convenios, socios vip y promociones, tenemos un total de 1053 inscripciones, con un promedio mensual de 88 inscritos. La promoción más exitosa en cuanto a cantidad de inscripciones fue “el mes del libro” en abril, con la cual se inscribieron 197 personas; le sigue “el mes de la educación” en marzo con 167 inscripciones y “vacaciones de invierno” con 120 inscritos.

Por concepto de convenio, tuvimos 202 nuevos socios, cifra obtenida gracias a la incorporación de convenios internos con variadas instituciones.

<b>PROMOCIONES 2015</b>	<b>Total insc. Y renov.</b>
Aniversario BVV 50% desc.	70
Día del amor 2X1	22
Mes de la educación	167
Mes del libro 50% desc.	197
Día del libro infantil GRATIS	26
Día de la madre 50% desc mujeres	31
Día del padre 50% desc hombres	17
Vacaciones de invierno 2X1	120
Día del niño 50% desc niños	49
Promoción fiestas patrias 2X1	26
Adulto mayo 50% desc a.m.	8
Promoción profesor 50% desc	10
Gabriela Mistral 50% desc.	26
Fin de año 50% desc.	46
Varios	10
<b>TOTAL</b>	<b>825</b>





Año 2015	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Convenios, Socios Vip y promociones	4	98	177	227	42	23	152	69	87	53	66	55

#### 1.4.- Total inscripciones y renovaciones 2015

Finalmente, tenemos un total de 2473 nuevos socios en 2015, con un promedio mensual de 206 inscritos, cifra obtenida gracias a las diversas gestiones realizadas a lo largo del año. Es así como las promociones oficiales, establecidas por BV Central fueron en su mayoría muy exitosas, siendo las que consistían en un 50% de descuento, las mejor evaluadas. También podemos mencionar la modificación al reglamento de socios que dice que ya no es necesario la acreditación de domicilio, medida que facilita el proceso de inscripción y por lo tanto, la captación de nuevos socios.

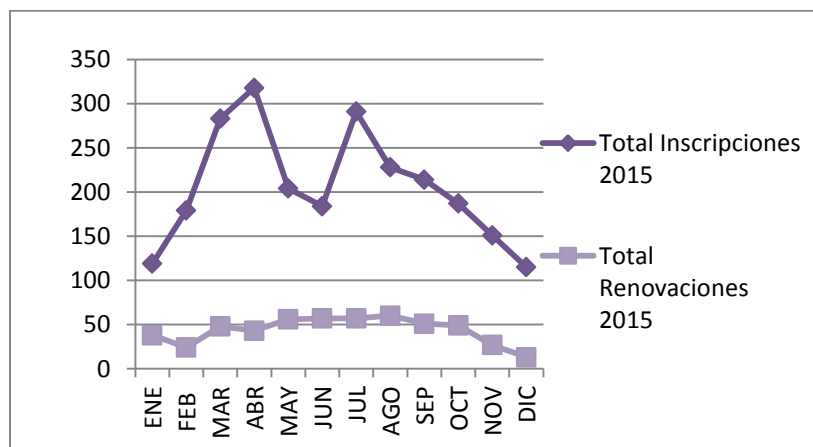
Por otro lado, las gestiones realizadas por el equipo de BVV, también tuvieron una importante incidencia en las cifras obtenidas en este ítem. Es así como la incorporación de convenios con los establecimientos educaciones que visitamos y que nos visitaron, lograron incrementar las inscripciones de un tipo de usuario que hasta el momento no se incorporaba como socio de la biblioteca.

Otro punto de relevancia, es la efectiva y oportuna comunicación con nuestros visitantes y potenciales usuarios, utilizando todas las herramientas comunicacionales que tenemos (Facebook, fidelizador, web), pero por sobre todo, potenciando la entrega de información directamente a las personas. Informar constantemente a los usuarios de ciber sobre nuestras actividades culturales y los servicios de biblioteca, así como la utilización de una pizarra informativa en la entrada, fueron medidas que dieron buenos resultados. Por otro lado, las actividades en Mall Plaza (actividades culturales y stand), la participación en

ferias y las visitas del equipo a instituciones, lograron hacer visible la biblioteca a un grupo de potenciales usuarios que desconocían el proyecto Biblioteca Viva.

Es así como se pudo lograr hacer crecer las cifras de este ítem, utilizando todos los recursos a nuestra disposición y acercando la biblioteca a las personas.

CIFRAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Total Inscripciones 2015	119	179	283	318	204	184	291	228	214	187	151	115	2.473
Total Renovaciones 2015	38	24	48	43	56	57	57	60	51	49	27	13	523



## 2.- Visitas / préstamos:

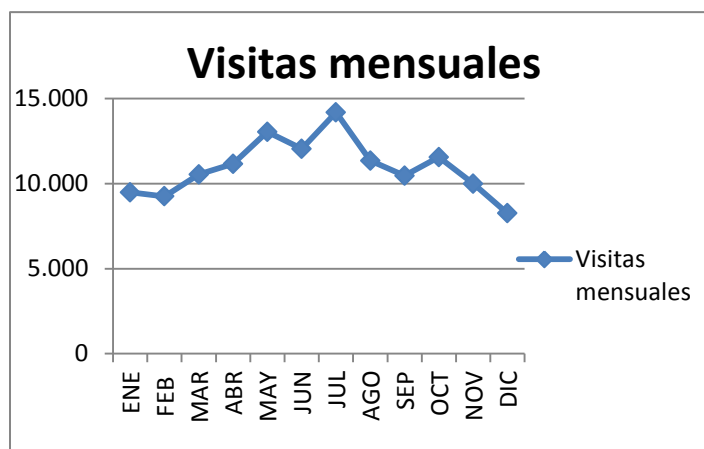
### 2.1.- Visitas

En el ítem visitas, el pasado 2015, obtuvimos un total de 131.340 visitantes, con un promedio mensual de 10.945 y un promedio diario de 365 personas que participaron de Biblioteca Viva Vespucio. En este ítem se incorporaron las instituciones que visitamos y otras actividades tales como stands informativos y Ferias del libro. De esta manera podemos evidenciar la cantidad de beneficiados con las salidas a terreno.

Los factores negativos que afectaron en la concurrencia de visitantes a la biblioteca, fueron las constantes fallas en el sistema de aire acondicionado, lo que provocaba un ambiente poco grato para las personas. Por otro lado, podemos mencionar las fallas de nuestra multifuncional y conexión a internet, lo que provocó un descenso de las visitas de los usuarios de ciber. Para todos estos inconvenientes, se ha desarrollado un plan de mejoras para el 2016, con el que se espera poder dejar atrás cada uno de estos problemas.

Visitas	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Visitas mensuales	9.484	9.249	10.545	11.163	13.040	12.046	14.196	11.349	10.466	11.554	9.992	8.256	131.340

<b>BVV</b>
<b>Jardín Chip and Dale</b>
<b>Colegio Victoria Prieto</b>
<b>Colegio Santa Irene</b>
<b>Colegio San Pablo</b>
<b>Colegio Rosario Concha</b>
<b>Feria del Libro La Florida 2015</b>



## 1.2.- Préstamos

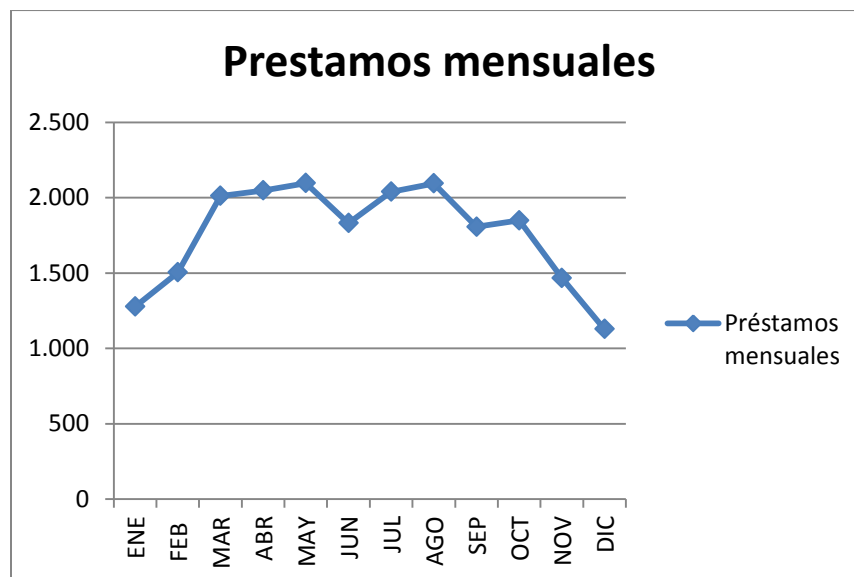
En 2015 tuvimos un total de 21.151 préstamos, un promedio mensual de 1.763 y un promedio diario de 59 ítems puestos en circulación. Pensando en las estrategias utilizadas para poder obtener estas cifras, es preciso mencionar la creación de distintas promociones en adicionales gratis cada mes, lo que además movilizaba las colecciones.

Por otro lado, se le dio importancia a las sugerencias de los usuarios, adquiriendo los títulos de su interés, con lo que se logró además fidelizar a nuestros socios, ya que se les hacía sentir parte de las decisiones en compras bibliográficas.

Finalmente, se decide diversificar la colección, poniendo a disposición de los socios y usuarios títulos atractivos y que atendían a las más diversas necesidades lectoras. Es así como se decide potenciar el área de cómic, para lograr llegar al público adolescente, que escasamente pedía en préstamos libros que atendieran a sus gustos y preferencias.

Préstamos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Préstamos mensuales	1.277	1.504	2.011	2.048	2.096	1.831	2.039	2.094	1.807	1.849	1.467	1.128	21.151





### 3.- Extensión cultural

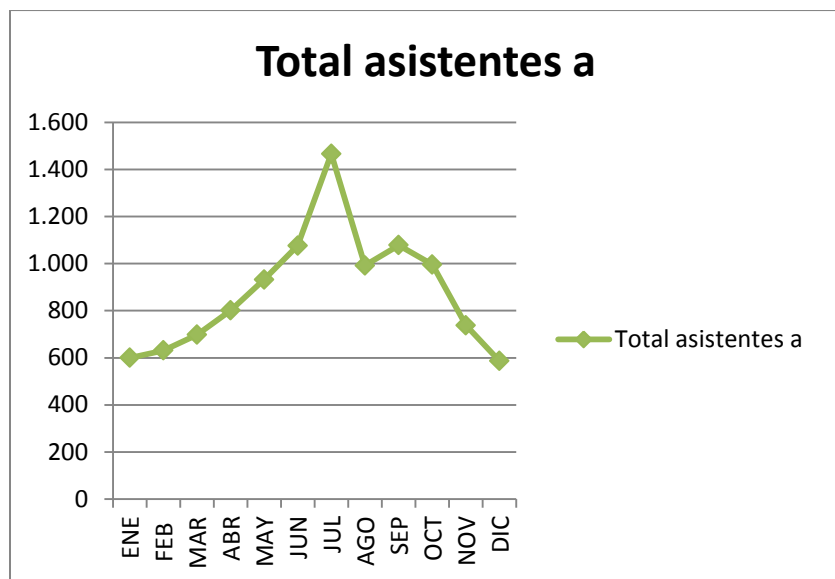
En cuanto a los asistentes a las actividades culturales, tenemos un total de 10.594, con un promedio mensual de 353 personas participantes de nuestra cartelera de extensión cultural.

Para poder satisfacer las necesidades de cada público, BV Central decidió aplicar una encuesta de satisfacción a los participantes de los talleres, la cual entregó sus resultados el primer semestre, para implementar los cambios el segundo semestre del año. Por nuestra parte, nos dimos cuenta de que los talleres más exitosos eran los de manualidades para adultos y niños, así como también surgió la necesidad de crear talleres especialmente dedicados a los adultos mayores.

Por otro lado, tal como se comentaba anteriormente, comenzamos a contabilizar a los beneficiados con la visitas en terreno en este ítem, cifras que no se consideraban y no se veían reflejadas en los informes finales.

De esta manera, con una programación entretenida y diversa, pudimos obtener buenas cifras en extensión cultural.

Extensión	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
<b>Total asistentes a</b>	<b>600</b>	<b>631</b>	<b>698</b>	<b>801</b>	<b>932</b>	<b>1.076</b>	<b>1.466</b>	<b>992</b>	<b>1.078</b>	<b>996</b>	<b>738</b>	<b>586</b>	<b>10.594</b>



#### 4.- Ingresos: Fundación / Sociedad

##### 1.1.- Ingresos por fundación

Los ingresos por vales de cooperación fueron de \$14.379.150, con un promedio mensual de \$1.198.263 y un promedio diario de \$39.942. La principal estrategia utilizada en este ítem fue la incorporación de los convenios con los colegios, por medio de los cuales obteníamos más socios y a la vez, ingresos. Por otro lado, las promociones funcionaron muy bien, ya que a pesar de que existía una rebaja considerable, obteníamos ingresos por la gran cantidad de personas que se inscribieron.

Ingresos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Fundación	878.400	894.900	1.462.650	1.276.850	1.340.900	1.360.450	1.448.900	1.482.900	1.220.600	1.280.700	968.250	763.650	14.379.150

Ingresos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Sociedad	1.215.042	1.114.462	1.302.934	1.226.597	1.232.765	1.287.688	1.192.573	869.664	926.252	1.134.908	878.294	743.824	13.125.003

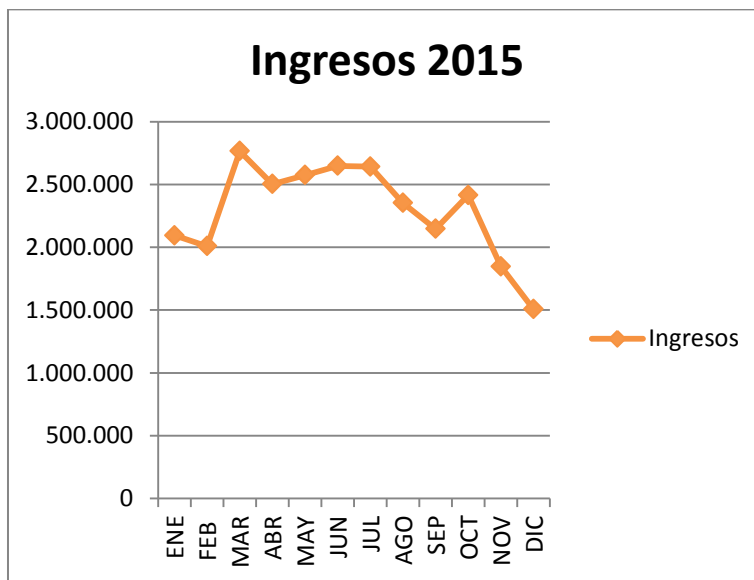
### 1.2.- Ingresos por sociedad

Por concepto de sociedad tenemos un total de \$13.125.003, con un promedio mensual de \$1.093.750 y un promedio diario de \$36.458. Para poder aumentar los ingresos en este ítem, decidimos vender algunos productos que los mismos usuarios requerían, como lo son algunos artículos de librería (carpetas, sobres, etc.), pero los desperfecto recurrentes de nuestra multifuncional y la mala conexión a internet, produjeron una baja en la afluencia de público, y como se comentó anteriormente, se pretenden realizar varias mejorar para este 2016, con las cuales esperamos repuntar en las cifras.

### 1.3.- Total ingresos

El total de ingresos para el 2015 fueron de \$27.504.153, con un promedio mensual de \$2.292.013, y un promedio diario de \$76.400.

Podemos decir que las estrategias utilizadas fueron efectivas, pero surgieron algunos imprevistos que provocaron la menor afluencia de público y por lo tanto, una baja en los ingresos.



Total	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Ingresos	2.093.442	2.009.362	2.765.584	2.503.447	2.573.665	2.648.138	2.641.473	2.352.564	2.146.852	2.415.608	1.846.544	1.507.474	27.504.153

## Comentarios finales

Para finalizar este informe, podemos decir que tuvimos un año exitoso, ya que logramos posicionarnos como un lugar importante dentro de la escena cultural de la comunidad, marcando algunos hitos y logrando diversas alianzas, saliendo del espacio de la biblioteca para dar a conocer el proyecto y fomentar la lectura dentro de nuestro entorno.

Estamos muy contentos que al alero de BVV haya nacido un nuevo espacio de fomento a la lectura y la literatura como es el Club Literario “Leo Feliz”, con el cual hemos realizado diversas actividades culturales. Además de haber firmado dos importantes convenios con el programa Patrimonio de la familia del Club deportivo Audax Italiano y con la Revista Súper Mamá, alianzas que reafirman nuestra convicción de ser un espacio creado para la comunidad.

Pudimos salir de la biblioteca en diversas oportunidades, acercarnos a las personas y visibilizar Biblioteca Viva Vespucio. Cabe destacar que a través de la participación en la Feria del Libro de La Florida, se consiguió hacer un acuerdo de cooperación con la Corporación Cultural de la Florida. Logramos además posicionarnos dentro de Mall Plaza Vespucio, ocupando los pasillos y espacios del mall con nuestras actividades y logrando llegar al público más esquivo.

De tal manera, y a pesar de que Biblioteca Viva Vespucio es la más antigua de la red de bibliotecas, hemos podido cautivar a un nuevo público, consiguiendo llegar a más personas cada día.