

UNA PUBLICACIÓN INTEGRADORA: La Revista BIBLIOS

Por : [Sonia Roxana Gamboa Fuentes](#)

Bach. Bibliotecología.

Gerente General de VIA Online y Coordinadora de la Revista BIBLIOS.

Lima, 10 de diciembre de 2001.

Resumen

Las publicaciones electrónicas se encuentran en un ambiente competitivo. La revista BIBLIOS es el resultado de la aplicación de nuevas estrategias de Marketing. El objetivo era lograr una publicación integradora en diferentes aspectos.

En este trabajo se muestra el estudio realizado para la elaboración de un nuevo diseño de servicios. Se parte del usuario, quien es el elemento principal del diseño de un servicio continuando con la segmentación del mercado. Pues el diseño de una estrategia de marketing debe comenzar por el servicio, las ventajas y beneficios que otorga al usuario.

Para el diseño de un servicio se siguieron una serie de etapas, que se realizaron paso a paso para ir evaluando los progresos. BIBLIOS fue diseñado siguiendo cada uno de estos pasos que se mencionan logrando su objetivo de convertirse en una publicación integradora, pues es una revista dedicada a los profesionales de la Información en Bibliotecas, Archivos y Museos.

INTRODUCCIÓN

La Revista BIBLIOS salió por primera vez en Julio de 1999 y estaba dirigida especialmente para bibliotecarios. El primer número fue el resultado del esfuerzo de un grupo de jóvenes estudiantes de Bibliotecología de la Universidad Mayor de San Marcos, en Perú.



En el año 2000 la Revista BIBLIOS sufrió una transformación en cuanto a su formato, a su estilo y sus integrantes. Se formó el grupo editor de BIBLIOS, conformado principalmente por el fundador de la revista, actualmente Director en Perú, como representante de la Universidad Mayor de San Marcos y su coordinadora editorial, actualmente Directora en España, como representante de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El nuevo equipo tenía que aplicar nuevas estrategias de Marketing para la revista. Para ello, comenzamos con el nuevo diseño de BIBLIOS, su contenido e identificando también a nuestros usuarios. Nuestro objetivo era lograr una publicación integradora en diferentes aspectos. Primero, con la unión de los integrantes de las diferentes universidades que en el país imparten la carrera de Bibliotecología. Integradora también porque ampliamos nuestro círculo de lectores a toda Iberoamérica y otros países del mundo como Japón, Suecia, Australia y Países Árabes por mencionar algunos. E integradora porque es una publicación dirigida a bibliotecarios, archiveros y museólogos.

CÓMO APLICAR EL MARKETING A UNA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA

La esencia fundamental del marketing es la satisfacción de las necesidades de los clientes. El propósito del marketing es llegar a esos clientes y persuadirlos de comprar o usar el producto o servicio que uno ofrece.

Lehtinen define al servicio como “una actividad o una serie de actividades generadoras de satisfacción para los consumidores, que se produce como resultado de la interacción entre los clientes y una persona o máquina”. BIBLIOS, cómo publicación electrónica, es un servicio y no un producto. Aserción justificada por el hecho de que un servicio puede ser previamente diseñado pero no tiene una existencia real hasta que se consuma. En este proceso se establece una estrecha relación entre el personal y el cliente; los errores sólo serán detectados en el mismo momento en que el servicio está siendo consumido, a diferencia del producto.

Las publicaciones electrónicas se encuentran en un entorno competitivo con otros servicios culturales e informativos y tiene que lograr su uso; de tal manera que todas las actividades de la publicación electrónica se orienten en la dirección señalada por las necesidades, demandas y expectativas del usuario.

Pensar en el diseño de un servicio no es algo que pueda tomarse arbitrariamente. Es imprescindible tener en cuenta muchos aspectos del Marketing. Y debemos comenzar preguntándonos: ¿Cómo aplicamos el Marketing a la Bibliotecología?

El Marketing en una Unidad de Información significa:

- ✍ Preocuparse por conocer cuáles son las necesidades de sus usuarios.
- ✍ Segmentar por grupos de necesidades específicas.
- ✍ Ajustar la Unidad de Información a las necesidades detectadas.
- ✍ Conocer su satisfacción para reajustar lo necesario.
- ✍ Darse a conocer a los usuarios.

El usuario es el principal elemento del diseño de un servicio. Por tanto, primero debemos identificar al usuario, sus características, necesidades y comportamiento informativo, y después diseñamos el servicio que de respuesta a esas características, necesidades y comportamiento informativo.

En este proceso de identificación del usuario detectaremos diferentes grupos o segmentos del mercado con necesidades, características y deseos diferentes. Esto es la segmentación del mercado. Para lograr una buena segmentación debemos realizar primero un análisis del mercado objetivo de la Unidad de Información, luego debemos dividir o segmentar en grupos atendiendo a las características y necesidades especiales de cada uno.

La Unidad de Información deberá ajustarse a las necesidades identificadas en esos segmentos. Es imprescindible evaluar la satisfacción de los usuarios a fin de reajustar lo que sea necesario y comunicar sobre los nuevos o mejores servicios que se ofrecen.

El diseño de una estrategia de marketing debe comenzar por el producto o servicio, las ventajas y beneficios que otorga al usuario. La Revista BIBLIOS es un ejemplo de ello, ya que para lograr estrategias de marketing comenzamos con el diseño de una publicación que fuera diferente e innovadora pero especialmente integradora.

PUBLICACIONES EN LA WEB

El contenido de las publicaciones electrónicas en el web debe ser atractivo, de tal manera que pueda atraer cada vez más a los usuarios del web. Es igual que con las revistas impresas, en la que todo el mundo sabe que la circulación dependerá del buen contenido editorial. Es imprescindible que tenga en mente este pequeño lema: *“El material que es de alta calidad atrae siempre a lectores permanentes”*.

Michael Dortch es un escritor, periodista experimentado y veterano en la industria del computador. Cuando él escribe una columna o una página web, estas resultan muy interesantes e informativas. Él dice que para publicar algo en la web “Investigue, escriba y presente un buen contenido, de una manera sencilla y amistosa, y atraerá mágicamente a los usuarios”.

Para una publicación electrónica debemos tener presente que el medio de comunicación no es el mensaje, por el contrario el mensaje debe valer por sí mismo, la mejor manera es ofreciendo información tangible e interesante. Para ello debemos asegurarnos que el contenido es bueno y se presenta mediante un buen diseño, y no pensar tan solo en los aspectos técnicos.

DISEÑO DE LA REVISTA BIBLIOS

Una publicación electrónica es un sistema de información de naturaleza periódica desarrollado en un sitio web con sistema multimedia la cual se presenta como formas concretas de información sistemática.

El diseño de una publicación electrónica exige que primero se diseñe un proyecto de la misma, de carácter editorial y multimedia debido a que la metodología para su desarrollo está estrechamente relacionado con su naturaleza comunicativa y su sistema de información.

Para el desarrollo del proyecto editorial de la publicación se definen primero su formato y periodicidad. Se tendrá en cuenta el público y sus necesidades de información, los objetivos y funciones de la publicación, el lenguaje o términos a emplear, su contenido y las características del medio.

En cuanto al proyecto multimedia es necesario comenzar a seleccionar los formatos con los que se va a trabajar. Esto quiere decir que debemos pensar antes en como vamos a manejar la información, si vamos a tener imágenes, sonido, gráficos, video, sólo textos, etc. A continuación, debemos considerar que alternativas de empleo del formato digital podemos tener para propiciar el manejo de la información; y finalmente considerar que si lo que queremos es lograr una interactividad debemos crear un espacio para ello a través de encuestas, foros, formatos de suscripción, lista de interés, etc.

En general, el diseño de un nuevo servicio o producto debe realizarse paso a paso para ir evaluando nuestros progresos. Para el nuevo relanzamiento de BIBLIOS en el año 2000 que tuviera en cuenta el desarrollo del proyecto editorial y multimedia en el cual se definió un nuevo público, objetivos, terminología, logotipo, estilo, diseño, formatos e interacción se siguió cada uno de estos pasos que se presentan a continuación.

Etapas del diseño de un servicio

1. El diagnóstico.
2. El diseño.
3. La prueba de prototipos.
4. La implantación restringida.
5. La generalización.



6. La evaluación y la retroalimentación.
7. Las rectificaciones.
8. La adopción del modelo final
9. La documentación en proceso.

El diagnóstico

Con el diagnóstico se distinguen cuáles servicios pueden ser rediseñados o reorientados, cuáles permanecen igual y qué nuevos servicios se pueden introducir. La entrevista fue la herramienta utilizada.

Para empezar tuvimos entrevistas con un representante del Colegio de Bibliotecólogos del Perú y luego nos entrevistamos con docentes o coordinadores de la especialidad de Bibliotecología, tanto en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, como en la Pontificia Universidad Católica del Perú. También aplicamos la entrevista con algunos profesionales destacados de nuestro medio. El resultado final, de un total de 10 entrevistas, es que el 90% coincidió en que: *no hay investigación*.

También analizamos algunos mensajes obtenidos de diferentes listas de interés a través de los cuales pudimos observar gran interés en las especialidades de Archivística y Museología. Asimismo, dentro del plan de estudios de algunos países se incluyen estos cursos como parte de la carrera profesional de Bibliotecología o individualmente.

Continuando con el diagnóstico consideramos datos estadísticos, tales como:

- ~~///~~ La comunidad bibliotecaria: el número de profesionales en el Perú.
- ~~///~~ Número de listas de bibliotecología y un promedio de personas inscritas.
- ~~///~~ Número de listas de Archivística y Museología y un promedio de personas inscritas.

El promedio de usuarios potenciales en el Perú, en el año 2000, era un total de 800 bibliotecarios. En cuanto a las listas de distribución de Bibliotecología se contaba con un promedio de 300 personas por lista. Identificamos los siguientes países con listas de distribución sobre Bibliotecología, Biblioteconomía o nombres que se le dan a la profesión en los diferentes países iberoamericanos:

- ✍️ Argentina
- ✍️ Colombia
- ✍️ Costa Rica
- ✍️ Chile
- ✍️ Ecuador
- ✍️ España
- ✍️ México
- ✍️ Perú

En nuestra búsqueda por identificar listas de distribución que tratan el tema de Museología sólo encontramos una de gran relevancia en España para inicios del año 2000; igual suerte obtuvimos en cuanto al tema de Archivística.

Para la obtención de mayores datos estadísticos se pueden tomar en cuenta muchas otras variables, como las estadísticas de lectura, pero decidimos trabajar con las variables mencionadas.

Hasta aquí hemos identificado nuestro público y sus necesidades de información, que se basan en la falta de investigación sobre estos temas. El objetivo que nos planteamos fue llegar a todos los profesionales de la información y ofrecerles la oportunidad de compartir sus experiencias con otros o de mantenerse informados de lo que ocurre en el acontecer profesional de la Bibliotecología, Archivística y Museología.

Diseño

Luego de realizar el diagnóstico se identifican los servicios que pueden permanecer igual, los que deberán ser rediseñados y los nuevos servicios que se puedan introducir; en esto consiste el diseño.

El diagnóstico realizado lo podemos resumir en que en el Perú no habían muchas investigaciones. Identificando las necesidades de los usuarios determinamos que había gran necesidad en lecturas sobre temas de Bibliotecología, pero no se cuenta con un nivel adquisitivo óptimo dada la situación en este país. Decidimos que BIBLIOS continuara *igual*, publicándose a través de Internet.

Esta decisión significaba que BIBLIOS debía enfrentarse a un medio muy competitivo. Hay muchas publicaciones de Bibliotecología de buen nivel en Internet, por lo que BIBLIOS tenía que ser *rediseñado* para poder competir en este mercado de información. Se cambió tanto su diseño como su contenido, terminología y estructura. Se hizo extensiva la invitación a los ponentes de los diferentes países de Iberoamérica para poder compartir experiencias.

En el proyecto editorial se había planteado una periodicidad mensual, sin embargo debido a la enorme dedicación y uso de recursos que implicaba este nuevo diseño se determinó que tendría una periodicidad trimestral. Al término de cada trimestre aparece un nuevo número de BIBLIOS, y no antes.

La introducción de *nuevos* servicios como “eventos”, “recursos” disponibles para bibliotecarios y “encuestas” fueron parte de esta transformación. También se realizaron cambios en el cuerpo editorial añadiendo a nuestras filas a un diseñador gráfico, quien tuvo a su cargo la creación del logotipo [ver imagen 1] y nuevo diseño de la revista, y el “caminante museístico” quien se encarga de recorrer algunos museos del Perú dando su opinión sobre la exposición museográfica desde el punto de vista de los visitantes. Este proyecto es inicial, ya que en una posterior evaluación, de confirmar su *grado de acierto o error* podríamos ampliar nuestro equipo de caminantes museísticos en los diferentes



países de Iberoamérica, material que puede ser de gran interés para los Museólogos.



imagen 1

Como punto final a esta etapa *decidimos*, y en base a nuestros estudios sobre los usuarios potenciales inscritos en las diferentes listas de distribución, ampliar nuestro público dedicando esta revista a los profesionales de la Archivística y la Museología.

Prototipos

En esta etapa se definen las partes y la estructura concreta del sistema desarrollando el prototipo de acuerdo a su diseño y especificaciones establecidos en los proyectos: editorial y multimedia. Para que los costos no resulten tan elevados; deben participar los dueños del proceso. En BIBLIOS se aplicó un nuevo diseño [ver imagen 2] utilizando, además del formato html ¹, los formatos pdf ² y zip ³. Se utilizaron otras herramientas informáticas como flash ⁴, cgi's ⁵, javascript ⁶, etc. Antes de colocarlo en la World Wide Web se probó en una computadora personal, verificando cada uno de los elementos que componían el sitio.

¹ HTML (HyperText Markup Language).- Lenguaje de marcado de Hipertexto. Es el lenguaje estándar para describir el contenido y la apariencia de las páginas en el WWW.

² PDF.- Formato de los documentos de Acrobat Reader que permite conservar todas las características gráficas durante la transmisión a través de Internet.

³ ZIP.- Formato que permite comprimir un archivo, generado por el programa WinZip.

⁴ FLASH.- Programa de Macromedia. La tecnología Flash es una tecnología de animación y diseño web.

⁵ CGI (Common Gateway Interface).- Interfase Común de Pasarela. Interfase de intercambio de datos estándar en WWW a través del cual se organiza el envío de recepción de datos entre visualizadores y programas residentes en servidores WWW.

⁶ JAVASCRIPT.- Un lenguaje de comandos multiplataforma del WWW desarrollado por Netscape Communications. El código de JavaScript se inserta directamente en una página HTML

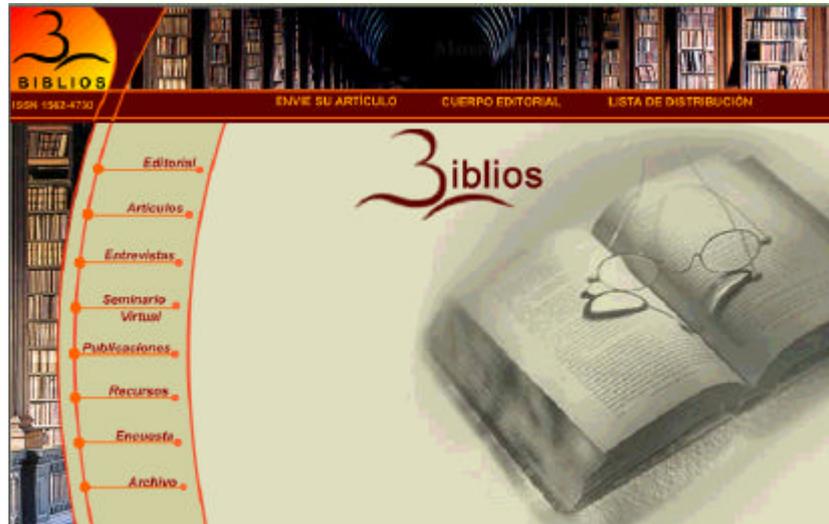


imagen 2

Vale decir que para el desarrollo de cada uno de los diseños, y el uso de herramientas informáticas hemos tenido que contar con software que nos permitan el desarrollo de los mismos, como es el caso de la familia Macromedia. En cuanto a los cgi's y javascript por fortuna se encuentran sitios en Internet que los ofrecen gratuitamente, de acuerdo para lo que uno lo necesita, a cambio de que uno haga una pequeña mención de su autor original dentro de la programación y desarrollo del sitio web.

Inicialmente la página web de la revista estaba alojada en un servidor que ofrece espacio gratuito. Los inconvenientes que presentan estos servidores es que proporcionan un espacio muy limitado; conjuntamente se incluyen, bajo contrato, banners o pequeños espacios publicitarios que distraen la vista del usuario potencial y disminuyen el espacio visual de la página web. Posteriormente obtuvimos el apoyo de la RCP (Red Científica Peruana), quien nos proporcionó un espacio físico en la red, debido al carácter cultural de la revista.

Implantación

Se realiza la prueba del prototipo en cuanto a su funcionalidad y operación, así como en su uso. Para la implantación debe participar un grupo funcional de prueba, pudiendo lograr la secuencia: ensayo-prueba-acierto o error; siendo imprescindible segmentar el proceso y los usuarios.

La segmentación del proceso la podemos resumir en:

- ✍ La recolección de información (artículos / eventos).
- ✍ El grupo editor.
- ✍ Relaciones públicas (para captar usuarios, autores, patrocinadores, etc.)
- ✍ Diseño gráfico.
- ✍ Grupo de desarrollo e implementación.

La segmentación de usuarios de la Revista BIBLIOS está compuesta por:

- ✍ Bibliotecarios.
- ✍ Museólogos.
- ✍ Archiveros.
- ✍ Estudiantes.
- ✍ Docentes.
- ✍ Investigadores.
- ✍ Otros.

El prototipo de la publicación se maneja en una computadora personal. En esta etapa se deben realizar diversas pruebas para comprobar su funcionalidad, su operatividad y el logro de los objetivos deseados. El uso fue comprobado con la segmentación del público usuario una vez que el prototipo estuvo colocado en red; aunque lo ideal es realizarlo previamente con un “focus group” de tal manera que uno puede detectar antes cualquier grado de error en la prueba antes de su publicación. La segmentación del proceso nos permitió realizar el desarrollo del prototipo en fases, de tal manera que cada uno de los grupos se preocupó por el buen desenvolvimiento de su fase. Cuando alguna

de las fases encontraba un grado de ensayo-prueba-error, debía hacer las modificaciones necesarias hasta lograr el grado de ensayo-prueba-acierto.

Finalmente, la publicación electrónica oficial con su nuevo formato y diseño fue aplicada a todos los números de la revista. En julio del año 2000 publicamos en red la nueva versión de la revista, desde el número 1 hasta el número 4. El número inmediato que se visualiza es siempre el número actual, por tanto para acceder a los números anteriores se agregó una nueva sección denominada “Archivo” y se ofrece un pequeño buscador para darle mayores facilidades de uso al lector.

Generalización

La generalización implica la participación general, con su respectiva difusión, capacitación de las personas implicadas y la documentación de los procedimientos. Las tareas realizadas para su difusión fueron:

- ✍️ Promoción en las diferentes listas de distribución identificadas.
- ✍️ Promoción en eventos (nacionales e internacionales).
- ✍️ Realización de actividades.

Lo principal es preparar un anuncio de impacto, que informe, sea concreto, que cause interés en el lector y lo motive a “echarle una mirada”. Gracias a nuestro estudio preliminar podíamos sentirnos seguros que un mínimo porcentaje de usuarios potenciales que ingresaran a la página oficial de BIBLIOS se convertirían en lectores permanentes. *Pues, ¡nos equivocamos!*. En poco tiempo, con el uso de estadísticas, verificamos que no era sólo un mínimo sino un buen porcentaje y que este se había extendido a visitantes de diferentes países y hasta continentes como se visualiza en la imagen 3.

Últimos 10 visitantes			
1.	9 diciembre	23:17	Arabia Saudí (net.sa)
2.	9 diciembre	23:20	Chile (terra.cl)
3.	10 diciembre	00:03	AT&T, Sherman Oaks, Estados Unidos
4.	10 diciembre	00:26	200.68.206.x
5.	10 diciembre	00:53	Argentina (satlink.com)
6.	10 diciembre	01:14	Argentina (satlink.com)
7.	10 diciembre	01:17	Argentina (satlink.com)
8.	10 diciembre	02:05	Argentina (ifxnw.com.ar)
9.	10 diciembre	04:03	Terra2, Perú
10.	10 diciembre	04:12	Colombia (Unknown Domain)

imagen 3

Por supuesto que esto no fue inmediato, cada número ha marcado una diferencia frente al anterior, y podemos afirmar, que dentro de su ciclo de vida nos encontramos en la etapa del crecimiento. Posiblemente lleguemos a la etapa de la madurez; no obstante, para no caer en la declinación seguiremos realizando nuevos proyectos, a fin de darle a esta publicación los cambios necesarios de acuerdo a las necesidades de nuestros lectores. Y haremos uso de los cambios tecnológicos que se ofrezcan en este medio globalizado que nos permita manejar la información que aquí se ofrece.

Evaluación

Para la evaluación es necesaria la compilación e interpretación de la información que se haya seleccionado para el efecto. En el caso de la retroalimentación se deben definir los mecanismos de comunicación y de asimilación, así como la incorporación de datos al diseño final.

Iniciaremos por tanto realizando un diagnóstico de la comunicación, es decir definiremos la relación entre la información y la comunicación en cada una de las secciones de la revista. Es importante tener en cuenta la percepción de la información por los usuarios. Se establecen las necesidades que han sido cubiertas y las que faltan por establecer viendo de que manera se puede mejorar.

La comunicación se realiza en general a través del correo electrónico. Por ejemplo, obtuvimos como respuesta que muchas personas tenían inconvenientes para descargar los artículos en formato pdf para ser leídos con el software gratuito de Acrobat Reader; y la solución ofrecida fue comprimir los artículos en formato comprimido con uso del software Winzip de tal manera que los lectores podrían grabarlos directamente en sus computadores, incluso en menos tiempo y después descomprimirlos.

Rectificaciones

En esta etapa se decide si se rediseña total o parcialmente. Siguiendo el ejemplo anterior, los archivos en formato pdf se comprimieron en archivos formato zip, otorgando así la facilidad para su descarga a través de Internet.

La página principal de la Revista BIBLIOS que nosotros denominamos "Portada" fue diseñada considerando los problemas que podrían tener los usuarios para tener acceso al número disponible en red [ver imagen 4]. En esta página se incluye el logotipo de BIBLIOS, desarrollado en Macromedia Flash. Si el usuario virtual no puede ver el logotipo es porque su computador no tiene instalado el software Flash, y por ende no puede visualizar el contenido de la revista. Para tal efecto, colocamos un icono de Macromedia Flash para poder descargar el software gratuito que permita ver la página. Se tuvo el mismo criterio en cuanto a la lectura de los artículos, razón por la cual se incorpora en la Portada el icono de Acrobat Reader.





imagen 4

Modelo Final

La adopción del modelo final implica la reglamentación y su difusión definitiva. Corregido el problema, se dio difusión anunciando este nuevo formato, obteniendo respuestas positivas.

El servicio lo medimos a través de datos estadísticos, como el número de visitantes por día, y por país. Si ustedes dan una mirada a las estadísticas de la página principal de BIBLIOS, los últimos datos que tenemos a la fecha es que en la difusión del Número 9 de la revista, el día de mayor actividad fue el 30 de Octubre del presente año, con un total de 814 visitas [Ver figuras 5 y 6].

En breve	
Medir desde ...	23 septiembre 2000
Número total de visualizaciones de página hasta el momento	10898
Día de mayor actividad hasta el momento	30 octubre 2001
Visualizaciones de página	814

imagen 5

País de procedencia			
1.	España	2939	27.0 %
2.	Argentina	1515	13.9 %
3.	Perú	1424	13.1 %
4.	Chile	589	5.4 %
5.	México	581	5.3 %
6.	Estados Unidos	525	4.8 %
7.	Colombia	369	3.4 %
8.	Brasil	274	2.5 %
9.	Costa Rica	236	2.2 %
10.	Venezuela	154	1.4 %
	Desconocido	1549	14.2 %
	El resto	743	6.8 %
	Total	10898	100.0 %

imagen 6

Documentación

La documentación del proceso debe demostrar un fundamento general de los procesos y una herramienta de capacitación para el personal nuevo. Internamente, la documentación debe darse para que cualquier integrante del

equipo realice la labor, salvo en el caso de diseño gráfico ya que es algo creativo.

CONCLUSIÓN

Siguiendo estas etapas logramos realizar un nuevo diseño de la Revista, obteniendo nuestro objetivo: Una nueva publicación integradora.

Nuestra meta próxima es poder ampliar aún más nuestros horizontes y ofrecer mayores servicios a nuestros usuarios. Este Seminario Virtual Internacional es el inicio de una serie de actividades que tenemos pensadas. No obstante, necesitaremos hacer un nuevo estudio siguiendo cada una de estas etapas.

SOBRE EL AUTOR

Sonia Roxana Gamboa Fuentes, nacida un 14 de agosto de 1969, estudió Bibliotecología y Ciencia de la Información en la Pontificia Universidad Católica del Perú, obteniendo el grado de Bachiller.

Actualmente se desempeña como gerente general de la empresa VIA Online S.R.L., especializada en consultoría y automatización de Unidades de Información y como coordinadora editorial y autora de varios artículos de la Revista BIBLIOS. Ha trabajado también como Responsable de Automatización y Control de Colecciones en la Biblioteca del Congreso del Perú.

Tiene experiencia como consultor o asesor para organizaciones como en el Centro Naval del Perú, Grupo Apoyo, Avícola San Fernando, Fundación Conservación Internacional Programa Perú, entre otros.

Ha participado en diferentes eventos nacionales e internacionales como ponente, entre ellos: el "Seminario Internacional de bibliotecas asociadas a la UNESCO Europa, América Latina y el Caribe" en Cuba 1998, "Congreso Internacional de Información INFO'99" en Cuba, "IV Congreso Nacional de Bibliotecología en Perú" 1999, la "Mesa Redonda : La Información en la Nueva Era" en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Perú 2000, entre otros. Recientemente, ha dictado un curso sobre "Marketing de Servicios orientado a las Unidades de Información" en la Municipalidad de Lima, Perú 2001.