

LA DIFUSIÓN EN EL ARCHIVO MUNICIPAL DE LEÓN: PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING

Esperanza Fernández Suárez

Archivo Municipal de León

Se presenta un programa de marketing o de difusión cultural efectuado para el Archivo Municipal de León, estableciendo las pautas principales para establecer una política de difusión, con el fin de ampliar el conocimiento y la valoración general del Archivo entre la población de la ciudad de León.

Para definir el plan de marketing se han desarrollado los siguientes aspectos:

- Análisis y diagnóstico de la situación interna del Archivo.
- Análisis y diagnóstico externo o del entorno del Archivo, para identificar el perfil, el mercado y los usuarios potenciales.
- Análisis y características de las publicaciones existentes en el Archivo Municipal.
- Definición de las directrices básicas de la estrategia de difusión cultural.

En cada apartado analizado, se han reseñado las fuentes de información y los instrumentos utilizados para la obtención de los datos en los que se ha basado este estudio.

1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

- Dar a conocer los fondos y servicios proporcionados por el Archivo Municipal de León.
- Acercar el Archivo a los ciudadanos en general.
- Ofrecer una imagen real de la organización y funcionamiento del Archivo.
- En definitiva establecer un programa de proyección pública que ayude también a la valoración y apoyo por parte de las corporaciones municipales.

2. ANÁLISIS INTERNO DEL ARCHIVO MUNICIPAL DE LEÓN

2.1. La ubicación geográfica del edificio del Archivo dentro de la estructura urbana de la ciudad es totalmente inadecuada para la ejecución de proyectos de difusión. A pesar de su situación céntrica, C/ Julio del Campo, 7, el edificio no dispone del espacio suficiente ni para la realización de exposiciones temporales ni permanentes ni para la instalación de un aula didáctica, ya que ni siquiera existe espacio disponible para albergar los fondos documentales.

2.2. El fondo documental del Ayuntamiento de León, reúne todas las características para efectuar una proyección pública entre todos los ciudadanos del municipio leonés, principalmente por:

- Su valor histórico, su antigüedad (el primer documento data de 1219), su volumen (cerca de cinco mil metros lineales) y por la secuencia de edades históricas que alberga.
- La variedad de soportes y de clases de documentos, a pesar de no disponer de un número excesivo de documentos gráficos.
- Su contenido informativo ya que abarca diversos aspectos de la historia local.
- La existencia de un número importante de documentos microfilmados y digitalizados, principalmente los documentos con mayor antigüedad y valor informativo. Del total de 773 cajas que ocupan los documentos pertenecientes a los siete primeros siglos, es decir hasta el siglo XIX incluido, se han microfilmado y digitalizado un total de 758 cajas.
- La existencia de tres instrumentos de descripción publicados; un inventario, un catálogo y una colección documental, que nos informan de las series comprendidas entre el siglo XIII y el XIX. Para los siglos XX y XXI se dispone de un inventario analítico y para algunas series un inventario somero.
- La organización y digitalización de prácticamente la totalidad de los documentos fotográficos existentes.

2.3. En relación con los recursos humanos y económicos, sería deseable que todo el personal de la plantilla del Archivo tuviese la suficiente preparación archivística. El presupuesto al igual que ocurre en otros archivos no es suficiente para efectuar los apropiados programas de marketing.

2.4. Del análisis de los usuarios externos del Archivo deducimos lo siguiente:

- Los ciudadanos en general, no solamente efectúan consultas de tipo administrativo, sino que con relativa frecuencia realizan solicitudes de información sobre la historia de su ciudad.
- El usuario investigador se divide a partes iguales entre profesionales y estudiantes. En general las investigaciones se centran en los aspectos socioeconómicos y urbanos, orientadas en su mayoría hacia la historia de la ciudad de León durante la Edad Contemporánea.
- Coinciden ciudadanos e investigadores en la consulta de series relacionadas con los aspectos urbanísticos y sociales de la ciudad de León. Existe entre ambos una coincidencia de los temas de interés, de los documentos más consultados y de la etapa histórica más estudiada.
- Aunque la mayoría de las publicaciones efectuadas hasta el momento han estado dirigidas hacia los instrumentos de descripción archivística, por ser los investigadores sus principales usuarios, cualquier contenido informativo de una política de marketing destinada a un público en general, no tiene porque ser excluyente del usuario investigador ya que el atractivo y sencillez que debe caracterizar a cualquier proyecto de difusión es siempre bien acogido por cualquier persona.

2.5 Del análisis de los fondos, de los recursos disponibles y de las necesidades informativas de los usuarios presentes y potenciales, las medidas de actuación que se proponen son:

- Se está dando prioridad a la microfilmación-digitalización del fondo documental del Ayuntamiento de León, con la idea de que, en un futuro próximo, se pueda consultar en la página web del Archivo el contenido de los instrumentos de descripción publicados.
- La difusión vía web de estas publicaciones utilizando una base de datos, para poder acceder a la descripción y a la visualización del texto completo de los documentos digitalizados.
- Utilizando también las posibilidades que ofrece internet, la realización de exposiciones virtuales de documentos esenciales, singulares, documentos gráficos y de todos aquellos que difundan acontecimientos de relevancia para la historia local.

- Creación de publicaciones de tipo educativo destinadas a las enseñanzas primaria y secundaria y especialmente a uno de los principales usuarios investigadores del archivo: el estudiante universitario.
- El Archivo Municipal de León ya ha iniciado esta difusión educativa con la publicación en el año 2003 de una guía didáctica que se distribuyó a comienzos del curso escolar a todos los alumnos de enseñanza primaria de la ciudad de León, de la cual les hablará a continuación Susana Santos Valera, Técnico Medio del Archivo Municipal y autora de la guía.

3. ANÁLISIS EXTERNO: CARACTERIZACIÓN DEL ENTORNO DEL ARCHIVO

3.1 Para conocer el entorno del Archivo Municipal de León, se han utilizado como instrumentos básicos para definir los potenciales usuarios o segmentos de la población a los que deberían destinarse los productos de marketing, las páginas web de los organismos públicos o privados que ofrecen información sobre las esferas socioeconómicas de la población y sobre las actividades culturales de la ciudad de León.

1. Base de datos INEBase del INE (Instituto Nacional de Estadística): <http://www.ine.es/> . [Consulta 18, octubre, 2010].
2. Base de datos del Sistema de Información Estadística de la JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN. DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA: http://www.jcyl.es/web/jcyl/Estadistica/es/Plantilla66y33_100/1246989398161/ / / . [Consulta 18, octubre, 2010].
3. Anuario económico 2010 de LA CAIXA.: Consulta de las secciones datos municipales y consulta individual por municipio: http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/java/X?cgi=caixa.le_DEM.pattern&CLEAR=YES. [Consulta 18, octubre, 2010]
4. Estudios de CAJA ESPAÑA: <http://internotes.cajaespana.es/pubweb/decyle.nsf/datoeconomicos?OpenFrameSet>: datos económicos y municipales del municipio de León. [Consulta 18, octubre, 2010].

Apartado de la Obra Social de CAJA ESPAÑA:

<http://internotes.cajaespana.es/pubweb/decyle.nsf/datoeconomicos?OpenFrameSet>.

[Consulta 18, octubre, 2010].

5. Áreas de Cultura, Patrimonio y Turismo del AYUNTAMIENTO DE LEÓN:
<http://www.aytoleon.es/>. [Consulta 18, octubre, 2010].
6. Estadísticas sobre paro y afiliación a la Seguridad Social de la Secretaría de Estado de la SEGURIDAD SOCIAL. Secretaría de Estado. Estadísticas e informes: http://www.seg-social.es/Internet_1/Estadistica/index.htm . [Consulta 18, octubre, 2010].
7. GUÍA DE LA COMUNICACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN:
<http://www.jcyl.es/web/jcyl/Gobierno/es/Plantilla100DetalleFeed/1246464876027/Publicacion/1164017335008/Redaccion>. [Consulta 18, octubre, 2010].

Para el ámbito municipal de León, no existen fuentes bibliográficas, ni institucionales que hayan efectuado estadísticas o estudios sobre la actividad cultural en la ciudad.

Las fuentes que se ha utilizado para el conocimiento de esta actividad han sido las páginas web de los organismos públicos y de las instituciones privadas. Una vez consultadas varias páginas, se deduce que las principales actividades culturales se desarrollan por parte de las siguientes entidades:

1. Ayuntamiento de León: Concejalía de Cultura y Patrimonio y Concejalía de Turismo y Fiestas.
2. Diputación de León: Instituto Leonés de Cultura.
3. Universidad de León: Vicerrectorado de Extensión Universitaria. Actividades culturales.
4. Delegación Territorial de la Consejería de Cultura. Musac: Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León.
5. Caja España: Obra Social y Fundación “Monteleón”.

De entre todas dominan el panorama cultural, tanto por la cantidad de actividades desarrolladas, como por la calidad y diversidad de actos y programas, la Obra Social de Caja España y el Ayuntamiento de León.

3.2. Análisis de los resultados obtenidos y diagnóstico de la situación externa:

- Las características demográficas del municipio de León, son las de una ciudad de tipo mediano, con un elevado número de población vinculada, es decir, que trabaja, tiene una segunda vivienda o estudia sin residir en la propia ciudad. Un total de 49.467 personas vinculadas. Este número hay que tenerlo en cuenta y añadirlo a los 134.305 habitantes de la ciudad.
- El porcentaje mayor lo constituye la población adulta encuadrada entre los treinta y los cincuenta y nueve años (58. 460). El resto de la población se distribuyen casi a partes iguales entre la población infantil y juvenil (de 0 a 29 años) y la población mayor de 60 años. Es significativo señalar que la mayor parte de la población juvenil se corresponde con jóvenes comprendidos entre los veinte y los veintinueve años.
- El número de extranjeros es escaso, prevaleciendo los procedentes del continente americano, con un porcentaje de un 41,27 % sobre el total de la población.
- El nivel de escolarización es prácticamente del 100% para los menores de 16 años. Sin embargo para los mayores de 16 años es bastante bajo 15,71%.
- El nivel de estudios es fundamentalmente de tipo medio tirando a alto, sobresaliendo los títulos de estudios secundarios (56,2%) y primarios (18,0%) y correspondiendo a estudios superiores o universitarios un 21,6%.
- La ocupación por sector de actividad corresponde mayoritariamente al sector servicios. Destacan en este ámbito, los directivos de empresas y administraciones públicas, los técnicos y profesionales científicos e intelectuales, los empleados de tipo administrativo, los trabajadores de servicios y los técnicos y profesionales de apoyo. Dentro de este sector que supone el 83,40% de la ocupación total, es representativo que un 55,4% este ocupado por personal de apoyo o directivo técnico, científico y administrativo.
- El índice de actividad económica (394) no es muy elevado, pero tampoco bajo, por lo tanto el nivel económico y la capacidad de compra y de consumo de la población leonesa es de tipo medio.
- El nivel de equipamientos culturales es bastante elevado tanto por el número como por la diversificación de los aspectos culturales, instructivos, educativos y didácticos. Existencia de museos, bibliotecas, galerías de arte, Auditorio, Conservatorio de Música, Escuelas de música, Talleres de oficios, etc.

- Sin embargo las actividades culturales impulsadas y llevadas a cabo en estos centros o por los organismos o instituciones de los que dependen son insuficientes para una población que dispone de universidad, de un nivel aceptable de estudios y que trabaja mayoritariamente en el sector servicios. Por otra parte estas actividades están descompensadas ya que o se concentran en programas didácticos dirigidos a la población infantil y juvenil o en actos dirigidos a un público excesivamente especializado o culto. No existe un término medio orientado a la población en general.
- Igualmente sucede con las publicaciones ya que o son de tipo didáctico destinadas a educación infantil, primaria y secundaria o son de tipo científico o técnico.

3.3. Las propuestas de actuación que se tienen en cuenta, una vez efectuado el análisis externo del Archivo Municipal de León, son:

- Considerar que la mayoría de las actuaciones de proyección pública del Archivo, deben ir dirigidas a un público adulto comprendido entre los 30 y 59 años, con un nivel de estudios principalmente medio, ya que se trata del mercado o usuarios potenciales del Archivo Municipal.
- Las pautas y los contenidos de la difusión deben ser idénticas tanto para adultos entre 30 y 59 años como para jóvenes entre 20 y 29 años, pues todos tienen la misma capacidad para entender y valorar cualquier tipo de información tanto la contenida en publicaciones electrónicas como en soporte papel.
- Estimar la existencia de una población que trabaja, estudia o tiene una segunda residencia en la ciudad de León.
- Reparar que la mayor parte de los extranjeros proceden de los países hispanoamericanos, por lo tanto tienen una afinidad idiomática y cultural o histórica.
- Un sector específico al que se deben dirigir políticas de marketing son los alumnos universitarios, por ser un usuario habitual del Archivo y por la existencia en León del título universitario de Graduado en Información y Documentación.
- Las publicaciones didácticas para educación infantil, primaria y de bachiller deben llevarse siempre a cabo, ya que prácticamente todas las entidades culturales de León tienen programas o políticas de publicaciones y otras actividades de tipo didáctico-pedagógico orientadas a los escolares menores de 16 años.
- Hay que abordar las publicaciones didácticas para los escolares, desde el punto de vista de la competencia que puede suponer para el Archivo, pues desde otro ámbito el

mercado se encuentra saturado de este tipo de publicaciones. Pero por otra parte, hay que tener en cuenta que, excepto el Archivo Municipal de León, el resto de archivos no han realizado ninguna publicación de este tipo.

- Las publicaciones tanto en internet como en soporte de papel, deben ser de tipo divulgativo para una generalidad de personas con un nivel de instrucción académica de tipo medio, que trabaja en el sector servicios y en categorías profesionales de tipo intermedio o bajo.
- Deben tener un lenguaje, una exposición y un contenido accesibles y atractivos para el mayor número de personas posible. Por otra parte las principales actividades culturales de la ciudad de León, se centran en los sectores de población con un nivel cultural alto.
- Aunque el porcentaje mayor de la población tuviera un nivel de preparación académica alto, la política de marketing para dar a conocer la realidad de cualquier archivo, siempre tiene que ir orientada hacia la elaboración de publicaciones que no sean incomprensibles y que tengan un interés para casi todos los ciudadanos.
- Otra cuestión que apoya la idea de que las publicaciones deben ser sencillas, atractivas y con interés para el usuario potencial del Archivo (30 a 59 años), es que las instituciones y organismos leoneses solamente editan dos tipos de publicaciones: didácticas para educación infantil o primaria o publicaciones científicas o excesivamente especializadas.
- El precio de las publicaciones debe ser asequible para una colectividad con un nivel económico y una capacidad de consumo de tipo medio.
- Las publicaciones podrían integrarse en tres colecciones:
 - Una colección destinada a dar a conocer la historia del municipio y de la ciudad de León.
 - Otra colección que proporcione información sobre el archivo como centro cuyo objetivo principal es prestar un servicio público a todos los ciudadanos.
 - Una colección de guías didácticas para educación infantil, primaria, secundaria y universitaria.

4. ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DE LAS PUBLICACIONES GENERADAS POR EL ARCHIVO

Las principales publicaciones del Archivo Municipal de León son:

- *“Archivo Histórico Municipal de León: Catálogo de los documentos”*, publicada en 1982 por el Ayuntamiento de León.
- *“Archivo Histórico Municipal de León: Inventario General”*, publicada en 1986, también por el Ayuntamiento de León. Ambas de los autores César Álvarez Álvarez y José Antonio Martín Fuertes.
- *Tríptico divulgativo de estas publicaciones del Archivo Municipal, también publicado en el año 1986.*
- *“Colección Documental del Archivo Municipal de León. (1219-1400)”*, de José Antonio Martín Fuertes, publicado en 1998 y editada por Caja España de Inversiones (Obra Social de Caja España).
- Todas las publicaciones anteriores están dirigidas a un determinado tipo de usuario el investigador especializado que acude a los archivos.
- *“Juega y aprende con el Archivo Municipal”*, publicación de tipo didáctico editada por el Ayuntamiento de León en el año 2003. Autora: Susana Santos Valera. Colaboradores: Esperanza Fernández Suárez y Joaquín Suárez Guerra.
- *“Guía de Servicios de la ciudad de León”*.
Guía editada por el Ayuntamiento de León en el año 2004. Está constituida por varios directorios que contienen los datos básicos y útiles de los servicios y oficinas municipales agrupados por áreas o concejalías.

Sobre el Archivo Municipal se ofrece, entre las páginas 163 y 166, información para conocimiento del público en general fundamentalmente sobre datos útiles, servicios prestados y condiciones de acceso y consulta.

A la vista de estas publicaciones, se deduce que no existe una política de difusión destinada al público en general.

5. PROPUESTA CONCRETA DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING

5.1. Evaluación de las ventajas

- Se produciría un aumento de las consultas administrativas pues los ciudadanos conocerían mejor los documentos existentes en el Archivo para la defensa de sus intereses.
- Por parte de la mayor parte de la población, se valorarían los trabajos efectuados por el Archivo, sus fondos y los servicios que se prestan.
- Los investigadores conocerían otro aspecto del Archivo, no tan serio y científico, pero igualmente válido para sus trabajos de investigación. Asimismo se captaría a un mayor número de investigadores.
- Se atraerían también futuros usuarios para el Archivo con las publicaciones didácticas de los diversos niveles educativos.
- Se recibirían ingresos económicos para el Ayuntamiento con la venta de publicaciones o la solicitud de reproducciones de los documentos digitalizados e incluidos en la página web.
- Se proyectaría una imagen del Archivo, que redundaría en un mayor apoyo por parte de los distintos equipos de gobierno municipal.

5.2 En resumen las propuestas concretas para un plan de marketing, partiendo de los estudios efectuados sobre la situación interna, el entorno del Archivo Municipal de León y las características de las publicaciones ya existentes, serían:

- En primer lugar es prioritario continuar con la microfilmación-digitalización de las series documentales con mayor valor histórico para poder ofrecerlas vía web a todas las personas interesadas en consultarlas.
- En segundo lugar continuar con la publicación en soporte papel o vía web de guías didácticas para los niveles de educación secundaria, de bachillerato y universitaria.
- Las publicaciones en cederrón o en DVD destinadas a todo tipo de usuarios, son una alternativa a las realizadas en soporte tradicional ya que su presupuesto es mucho más reducido. Se debe incluir además de información sobre el Archivo Municipal, un número determinado de fotografías, una serie de documentos importantes o atractivos para el conocimiento de la historia de León, carteles, programas de fiestas, planos de

la ciudad y de edificios singulares, etc., con la descripción necesaria y siempre con la calidad suficiente para poder revelar, imprimir o enmarcar estas imágenes.

- Importante es que con cada imagen se ofrezca información sobre los documentos que pueden ampliar o completar la investigación sobre el asunto reflejado en la imagen, con el fin de que se conozcan y se consulten los fondos del Archivo Municipal.
- Y por último para cada proyecto de difusión es necesario calcular el coste en función de los medios empleados, establecer que la distribución o entrega la efectúa el propio Archivo, que la promoción se hace a través de la página web o los medios de comunicación y que para controlar y evaluar los resultados se puede utilizar el mismo espacio en la página web que el utilizado para la promoción para que los usuarios presenten sus quejas y sugerencias.