

“Liburutegiak” app: La biblioteca en la palma de tu mano

Francisca Pulgar Vernalte

Head, Basque Government Library Service, Vitoria-Gasteiz, Spain
f-pulgar@ej-gv.es

David Maniega Legarda

Co-Founder & CTO, ICAlia Solutions, Barcelona, Spain
david.maniega@icalia.es



Copyright © 2014 by Francisca Pulgar Vernalte & David Maniega Legarda. This work is made available under the terms of the Creative Commons Attribution 3.0 Unported License:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Abstract:

En esta comunicación presentamos “Liburutegiak”, una aplicación nativa creada para la Red de Lectura Pública de Euskadi (RLPE) con el fin de difundir sus servicios bibliotecarios desde dispositivos móviles impulsando su consulta y acceso tanto desde tabletas como smartphones.

A lo largo de este artículo se explicarán los procesos fundamentales que se han tenido en cuenta en la creación y desarrollo de la app “Liburutegiak”, deteniéndonos, sobre todo, en los tres puntos básicos en los que, a nuestro entender, puede fundamentarse el éxito de esta aplicación.

En primer lugar, la decisión de crear una aplicación nativa en lugar de la adaptación de la web al móvil. Se presentará una tabla comparativa con las ventajas e inconvenientes de cada opción y se argumentará nuestra decisión final hacia una aplicación nativa. En segundo lugar, la elección de los servicios ofertados desde estos dispositivos, gracias a una selección basada en los usos y posibilidades que ofrece la movilidad frente a la consulta web. Y en tercer lugar, el desarrollo de un plan de marketing para difundir este nuevo canal de interrelación entre bibliotecas y usuarios. De ahí la importancia de cuidar aspectos como el nombre de la aplicación, la identidad de marca gráfica, una descripción clara y concisa de la utilidad que proporciona la aplicación para incentivar la descarga y el uso de la misma y, al mismo tiempo, recoger datos que nos permitan evaluar el impacto de este nuevo servicio para asegurar su continuidad y su éxito.

La aplicación se puede descargar tanto para dispositivos iOS (iPhone/iPad) como para Android (www.euskadi.net/appliburutegiak)

Palabras clave: Web móvil, iOS, Android, Teléfonos móviles, Dispositivos móviles, Bibliotecas, App.

1. Introducción

La Red de Lectura Pública de Euskadi está integrada actualmente por más de 230 bibliotecas municipales. La Ley 11/2007 de bibliotecas de Euskadi describe las funciones de esta Red, cuya gestión corresponde al Servicio de Bibliotecas del Gobierno Vasco. Dicha Ley, en su artículo 16, incide especialmente en que se debe aprovechar el potencial de las redes de información, y, en particular, de Internet, para facilitar a la ciudadanía el acceso a servicios y recursos públicos de información.

Es por ello que aprovechando las ventajas y evolución de las tecnologías de la comunicación y de la información, esta Red se ha ido consolidando en la innovación y mejora constante de los servicios que ofrece a la ciudadanía. Para ello, en primer lugar, entre los años 2010 y 2011, se impulsó la formación en competencias digitales de los profesionales de las bibliotecas públicas y, posteriormente, se creó una plataforma corporativa de blogs con el fin de que las bibliotecas aumentaran su presencia y visibilidad en Internet y, al mismo tiempo, desde sus sitios web se fomentara el uso y la participación en la web social o biblioteca 2.0¹.

Una vez que se hizo extensiva la adopción de la plataforma de blogs por parte de las bibliotecas y, se apreció la cantidad, calidad e interés de los contenidos propios generados por parte de todas ellas, se decidió que, más allá de la difusión de estos contenidos a través de Internet y de las redes sociales, era el momento adecuado para dar un salto más y se evaluó la posibilidad de pasar toda esta información a un entorno de movilidad.

Si a día de hoy, todavía son numerosas las referencias al miedo o al poco uso de las aplicaciones móviles por parte de las empresas, no podemos decir lo mismo de nuestras bibliotecas, en las que este proyecto de movilidad fue muy bien acogido y valorado por los profesionales².

Ya desde el año 2010 se venía constatando en diferentes estudios estadísticos e infografías, que tanto el acceso a Internet desde el móvil como la tendencia a consumir información desde dispositivos móviles era imparable y, desde el Servicio de Bibliotecas, avalados por un informe interno sobre la idoneidad y oportunidad de creación de una aplicación para la Red, se puso en marcha el proyecto creación de la app “Liburutegiak”, que significaba la creación de un nuevo canal de información para interactuar entre la ciudadanía y la Red. Mediante esta aplicación se ofrecería a las personas usuarias la posibilidad de consultar desde sus dispositivos móviles -tanto tabletas como *smartphones*- una serie de servicios atractivos e interesantes, preparados y organizados desde las bibliotecas de la Red.

¹ Nota: <http://liburutegiak.blog.euskadi.net>

² Nota: <http://blog.netizen-online.es/guia-mobile-marketing/>

Uso Internet móvil

Móviles con acceso a Internet en España



Usuarios de Internet móvil en España



Frecuencia de uso diario Internet móvil



Principales usos de *smartphones*

Fotos y vídeos



Navegar x Internet



Correo electrónico



Redes Sociales



Geolocalización



Ilustración 1: Uso de Internet móvil y principales usos de los *smartphones* (Elaboración propia a partir de diferentes fuentes)

Simultáneamente a este proyecto de movilidad para la Red, en el Servicio de Bibliotecas se comenzó a trabajar en un estudio de prospectiva sobre los “Servicios bibliotecarios para el siglo XXI” con la idea de escuchar la opinión de ciudadanos, usuarios y expertos sobre los servicios de biblioteca pública en Euskadi y, de esta forma, poder extraer una serie de pautas que sirvieran tanto a los profesionales como a los políticos para la definición de los servicios de bibliotecas públicas. Se trata, en definitiva, de que las bibliotecas sean capaces de adaptarse y responder a las nuevas demandas, necesidades y usos de la información por parte de la ciudadanía. El estudio³, publicado en marzo de 2014, tiene gran interés para la planificación de los servicios bibliotecarios, y, en lo que respecta a este artículo, es interesante observar que la valoración de los expertos corrobora que la apuesta por ofrecer servicios desde aplicaciones móviles fue acertada.

³ Se puede acceder al estudio completo en <http://www.liburuklik.euskadi.net/handle/10771/26106>

2. “Liburutegiak” app, una aplicación nativa para dispositivos móviles

Como hemos mencionado anteriormente, una vez tomada la decisión de crear una aplicación móvil para la Red de bibliotecas, nos surgió la duda sobre cómo llevarla a cabo, con todas las implicaciones que esta pregunta conlleva, desde estratégicas, a tecnológicas, pasando por las experienciales. Todas estas implicaciones nos condicionan el inicio del proyecto, siendo la principal duda si para dotar de movilidad a las bibliotecas, sus servicios, productos y contenidos, se creaba una aplicación nativa para dispositivos móviles, o por el contrario, se modificaban los sitios web actuales para obtener versiones móviles de todos ellos.

En nuestro caso, el hecho diferencial de tener una app que aglutina los contenidos y servicios de todo un conjunto de bibliotecas en red, nos obligaba a pensar en una solución útil y práctica para todos los usuarios, tanto para los profesionales que la alimentarían, como para los usuarios finales, evitando por un lado duplicidad de procesos y tareas y, por otro, ofreciendo valor añadido a nivel de utilidad y experiencia de usuario. Desde esta perspectiva, nuestro concepto de movilidad se basó en el de ofrecer un servicio práctico, por lo que debíamos centrarnos en los usuarios que utilizan los dispositivos móviles y qué experiencias podíamos ofrecerles, de forma que los contenidos y servicios ofrecidos, al ser de utilidad, se correspondieran con las expectativas de uso.

Para poder llegar a determinar este nivel óptimo de expectativa, procedimos a identificar qué servicios estamos ofreciendo actualmente y cuáles son los más consumidos por nuestros usuarios (target objetivo), tanto desde el punto de vista presencial como virtual desde todos los sitios web de las bibliotecas. A través de sesiones de *Focus Group* empezamos a establecer un análisis sobre qué contenidos y servicios serían los más deseables que tuviera esta nueva aplicación móvil, este nuevo canal para hacer llegar las bibliotecas a la palma de la mano de los usuarios. En estas sesiones analizamos el comportamiento de nuestros usuarios actualmente, preguntándonos sobre sus hábitos de consumo de nuestros servicios y contenidos, sobre qué oportunidades les ofreceríamos si los trasladamos –todos o una parte de ellos-, a un entorno de movilidad, y si estos servicios tendrían sentido real en un dispositivo móvil, e incluso ahondando en qué sería idóneo encontrarse en una app de estas características en base al uso que se hace de las bibliotecas y de los dispositivos móviles, partiendo de la comprensión de los usos que se derivan de una aplicación móvil.

Otro análisis en paralelo, pero no menos importante y decisivo para acometer un proyecto de movilidad, fue el de ámbito puramente tecnológico, y que nos conduciría a decidir si nuestra app finalmente sería una aplicación nativa o una aplicación resultante de la conversión de los sitios web actuales a una versión móvil. Para poder tener más claras cuáles son las diferencias entre ambos escenarios, y de esta forma tener más criterios de peso para una correcta elección, analizamos a fondo ambos modelos aplicando diferentes puntos de vista que nos ayudarían en nuestra decisión final y que plasmamos en la siguiente tabla comparativa.

	Aplicación Móvil	Sitio Web Móvil
Rendimiento	Se ejecuta a nivel local, lo que proporciona un tiempo de carga rápida.	Se basa en Internet, dando como resultado una carga más lenta y mayor tiempo de respuesta.
Acceso	Una aplicación tiene que ser desarrollada para cada plataforma, subida a la tienda de aplicaciones de cada plataforma, y luego se debe descargar en un <i>smartphone</i> para que los usuarios puedan acceder a ella.	Independiente del dispositivo, por lo que sólo se debe construir un sitio web. El acceso es a través de un navegador web y permite que se pueda ver en muchos dispositivos, incluyendo teléfonos con funciones menos avanzadas.
Compatibilidad	<p>Las actualizaciones se realizan a través de una tienda de aplicaciones que tiene una latencia de varias semanas debido a los procesos de aprobación.</p> <p>Éstas requieren que los usuarios se descarguen las nuevas versiones.</p>	<p>Es "relativamente" más sencillo ya que hay menos cosas que puedan verse mal en el dispositivo del usuario, si bien hacerlo bien puede ser una tarea compleja.</p> <p>No hay interacción con una tienda de aplicaciones, las actualizaciones se realizan directamente en el servidor y es transparente para los usuarios.</p>
Evoluciones	Las plataformas y sistemas operativos móviles como Android, Apple iOS o Windows Phone son de rápida evolución.	Los estándares HTML evolucionan más lentamente y los navegadores presentan diferencias al mostrar contenidos complejos.

<p>La calidad de la experiencia del usuario</p>	<p>Se ejecuta a nivel local, lo que supone menos tiempo de espera. Al estar concebida para dispositivos móviles presenta una interacción fluida y una interfaz intuitiva.</p> <p>Se puede acceder a propiedades exclusivas de los dispositivos como el GPS, acelerómetros, brújulas, etc. Las pantallas táctiles y las acciones gestuales presentan una clara ventaja en la percepción de uso por parte del usuario.</p> <p>Se pueden presentar contenidos que de otra forma no es posible, como son las capas de realidad aumentada.</p>	<p>Potencialmente menos satisfactorio en función de la conexión a Internet y la velocidad de la misma.</p> <p>Si aplicamos una hoja de estilo móvil por defecto a un sitio web, los usuarios pueden tener problemas de usabilidad con el acceso a las páginas web que no presentan una fácil conversión al modelo móvil. Generalmente los usuarios prefieren tener acceso a los sitios móviles a través de aplicaciones nativas dadas las características del dispositivo y de la situación de movilidad del usuario.</p>
<p>Riesgos técnicos</p>	<p>Más arriesgada ya que pueden ser más complejas de desarrollar que un sitio web, y las pruebas técnicas del desarrollo tienen curvas de conceptualización mayores.</p>	<p>Menos arriesgado, porque ya existe el sitio web. Una versión móvil del mismo la podemos crear mediante la aplicación de una hoja de estilo móvil o mediante la construcción de un sitio simplificado.</p>
<p>Testeo</p>	<p>Las pruebas de las aplicaciones nativas son más complejas, más si han de ser compatibles con múltiples plataformas.</p> <p>Se deben incluir verificaciones sobre gestos, rotaciones, triangulación, etc., que son más lentas.</p>	<p>Sólo tenemos que hacer pruebas sobre un sitio web preexistente. La garantía de calidad y pruebas de usabilidad son más sencillas porque hay menos implicados en los tests.</p>

Coste	Más inversión, ya que requiere más recursos, tiempo y habilidades. Al tenerse que desarrollar para múltiples plataformas aumenta el coste, si bien se puede mitigar una parte al "clonar" funcionalidades del desarrollo en otros sistemas.	Menos inversión porque es más rápido y más fácil de construir debido a que puede soportar cualquier dispositivo que tenga un navegador web.
Marketing	Existen miles de aplicaciones móviles disponibles en las tiendas de cada plataforma, haciendo que el público objetivo sea más segmentado (por dispositivo) y más focalizado.	Los usuarios pueden encontrar el sitio web móvil a través de motores de búsqueda, enlaces de otros sitios web y los propios enlaces a la versión móvil incorporados en los correos electrónicos por ejemplo.
Aspectos operativos	Debe tener espacio en el <i>smartphone</i> para descargar la aplicación simplemente. Disponer de una tarifa de conexión de datos o una señal Wi-Fi al alcance en el modo en línea. Puede ser plenamente funcional en modo offline.	No se descarga nada al dispositivo, sólo se accede aunque siempre se debe tener operativa una conexión de datos o una red Wi-Fi. No admite el modo off-line.
Conocimientos	El desarrollo de aplicaciones requiere de habilidades más sofisticadas. Los desarrolladores con estas habilidades no son siempre fáciles de encontrar.	Se requiere conocimiento de HTML y CSS para la creación del tema móvil. Tener habilidades sobradas en HTML5, PHP y Scripting son útiles para la creación de sitios web más atractivos y dinámicos, pero hay que tener presente que no todos los navegadores de los <i>smartphones</i> soportan HTML5 en su plenitud.

Tabla 1.- Comparativa entre app nativa y web móvil

Finalmente, tras un análisis asesorado experto sobre nuestro contexto particular de Red de bibliotecas, optamos por la generación de una app nativa, primero porque no todos los

servicios y contenidos ofrecidos actualmente tenían sentido en un entorno de movilidad, perdiendo incluso una buena oportunidad para acercar al usuario contenidos especialmente útiles y de fácil consulta en dicho contexto, y en segundo lugar, porque si no fuera así estaríamos anulando las diferentes opciones que tenemos de aprovechar tanto el hardware como el software de los dispositivos móviles, tales como la brújula, el GPS, los mapas, la agenda o los propios sistemas de comunicación integrados.

Un reto importante que se nos planteó ante esta decisión, fue el de presentar tanto los diferentes servicios como los contenidos bajo dos premisas básicas, la simplicidad y la reducción de opciones, para evitar sofisticaciones que menoscaben la experiencia de usuario y proporcionar las opciones más útiles para cada contexto. Para conseguirlo seguimos los siguientes procesos que deben ser analizados de forma iterativa para adecuarlos en las subsiguientes versiones de la app:

- Incluir solamente servicios, productos y contenidos con un alto valor añadido para el usuario, no solo para las bibliotecas.
- Limitar al máximo la cantidad de contenidos que ofrecemos. Ello no significa que dispongamos de poca oferta, sino que ponemos en valor aquella que pueda llegar de forma más directa y sea la más útil en función del contexto de uso.
- Segmentar el ámbito de los contenidos, lo que significa que en primera instancia podamos generar maneras de acercar a las personas usuarias aquellos servicios y contenidos que se encuentran más cerca de ellas.
- Olvidar la idea de presentar toda nuestra oferta desde la aplicación porque corremos el riesgo de dispersión. Los usuarios ante un volumen grande de opciones tienen que reflexionar sobre cada una de ellas, por lo que uno de los valores fundamentales de la movilidad, la inmediatez de acciones, se pierde. Por ello, debíamos ofrecer los menos enlaces posibles a fuentes externas, solamente incluirlas si son realmente pertinentes o necesarias para la consecución de un objetivo o una tarea.

A partir de este punto, únicamente teníamos pendiente resolver cuáles de entre todos los contenidos y servicios existentes en versiones web iban a formar parte de esta app nativa, que se definió para los dos sistemas operativos imperantes entre nuestros usuarios potenciales, iOS y Android, cuya cuota de mercado es abrumadora frente de otros sistemas.

3. “Liburutegiak” app: servicios bibliotecarios desde entornos móviles

Tal y como se ha explicado en el epígrafe anterior, desde el inicio del proyecto teníamos muy claro que no se trataba de ofrecer un gran número de funcionalidades con el fin de sorprender al usuario y demostrar la potencia de la aplicación, ya que esto podría conllevar el efecto contrario al deseado, o sea, que el usuario se viera desbordado por una gran cantidad de acciones y accesos que no podría recordar, sino que lo importante era ofrecer una serie de servicios que aportaran un valor añadido y contextual a su experiencia previa en la web.

El objetivo principal de la app es permitir al usuario mantenerse al día de las noticias y actividades de las bibliotecas aprovechando para ello tanto los contenidos que sus responsables crean en los blogs como la tecnología GPS de los dispositivos móviles.

Cuando pensamos en bibliotecas y servicios nos imaginamos un lugar físico al que acudir, un mostrador en el que nos atienden, ordenadores para consultar los catálogos, etc., en definitiva, una infraestructura en la que se albergan, gestionan y ofrecen esa variada tipología de servicios y actividades que generan nuestras bibliotecas. Sin embargo, es curioso observar cómo todo eso cabe y se puede mostrar, consultar y acceder desde la pantalla reducida -por ejemplo de 3,5 pulgadas- del *smarphone*, consiguiendo, efectivamente, que tengamos la biblioteca en la palma de la mano.

De hecho, desde la app se ofertan un buen número de servicios básicos de bibliotecas, tales como el de consulta y acceso al documento, renovación y préstamo, recomendaciones de lectura, participación social, etc.

Como podemos leer en diferentes titulares en blogs o en artículos sobre el comportamiento y consumo de Internet, las aplicaciones móviles no son el futuro, sino que ya están aquí y forman ya parte de nuestra cotidianidad. Podríamos decir que se trata simplemente de un camino, y que la velocidad y adaptación del mismo depende solamente del interés y/o preparación de las personas que lo transitan. De ahí que las bibliotecas como servicio público deban estar obligatoriamente bien posicionadas en esta onda y, lo que es más importante, traten de que sus usuarios más inexpertos o con menos competencias digitales no se pierdan entre la tecnología y el acceso a la información.

Por esta razón, el Servicio de Bibliotecas del Gobierno Vasco creó la app “Liburutegiak” para la Red de bibliotecas, pensando tanto en las bibliotecas como en la ciudadanía. Posiblemente costará llegar a un uso extensivo de la app, pero lo importante, es que ya estamos bien posicionados, sin ese retraso, a veces, significativo entre la demanda y la oferta. En gran medida, ese posicionamiento viene dado por las funcionalidades y servicios que se ofrecen desde la app y que desgranamos a continuación:

- **Geolocalización:** sistema que muestra rápidamente todas las bibliotecas de la Red geoposicionándolas en un mapa interactivo, incluyendo las indicaciones sobre cómo llegar en base a una ubicación de origen. También se indican qué actividades se ofrecen a partir de tres niveles de concreción: las de *tu biblioteca* (escogida en el perfil de usuario), las *más cercanas* a nuestra posición actual y las de *toda la Red de bibliotecas*.
- **Acceso al catálogo:** teniendo en cuenta el tamaño de las pantallas y la navegación por las mismas en un entorno de movilidad, se ha creado una interfaz específica de búsqueda con reducción de opciones, que permite filtrar por *título, autor y palabra clave*, y además limitar dicha búsqueda por catálogos locales de bibliotecas.
- **Mapa de bibliotecas:** geoposicionamiento de las bibliotecas de la RLPE en el mapa, que permite acceder a la ficha completa de cada biblioteca con toda la información básica que necesitamos -dirección, teléfono, web, horarios, etc.-.
- **Mapa de blogs:** acceso directo a los diferentes blogs activos de las bibliotecas de la RLPE geolocalizados en el mapa o accesibles desde un listado ordenado por cercanía a nuestra ubicación física.

- **Noticias:** se presenta un listado de las 10 últimas noticias publicadas por las bibliotecas de la Red que se extraen de manera automática desde sus blogs en tiempo real.
- **Colección al día:** selección de nuevos libros destacados que incluyen una reseña personalizada, y acceso al ranking de los documentos más prestados en las bibliotecas de la Red, por tipología (libros, vídeos, música) y por género (infantil, adulto).
- **Actividades:** consulta directa a las actividades organizadas por las bibliotecas, pudiendo ver las más cercanas al usuario en base a su ubicación física, apuntarse y exportarla al calendario del dispositivo.
- **Canal de vídeos:** acceso directo al canal temático de Youtube de la RLPE con contenidos creados por las bibliotecas para ofrecer píldoras informativas y formativas, que además de difundir servicios puedan servir para responder a consultas habituales.
- **Participación social:** este concepto presente en la app se manifiesta desde los siguientes elementos:
 - **Comunicación:** existen distintas formas de contacto con la biblioteca, accediendo a su página web, al blog, al correo electrónico, o pudiendo llamar por teléfono de forma directa.
 - **Interacción social:** una vez registrado, el usuario podrá hacer valoraciones, compartir contenidos en las redes sociales e interactuar con otros usuarios de forma dinámica en los muros sociales de comentarios.
 - **Sistema de reputación:** gracias a la actividad y participación, el usuario va creando una reputación a su identidad digital en la app, obteniendo puntos por comentar, valorar, hacer check-in en las bibliotecas, etc.
- **Perfil de usuario:** está formado por un panel privado donde cada usuario puede consultar su nivel de reputación y las estadísticas acumuladas a partir de su interacción en la aplicación, así como seleccionar su biblioteca de referencia o favorita y desconectar la sesión iniciada previamente, si lo desea, ya que la app gestiona un login persistente por defecto para evitar autenticarse constantemente.

“Liburutegiak” app se ofrece de forma pública y gratuita con el objetivo de fomentar el acceso a la información, actividades y contenidos específicos que se gestionan desde las bibliotecas de la RLPE. Diseñada sobre tres ejes principales: información, geolocalización y participación social, es un nuevo canal de comunicación entre las personas usuarias y las bibliotecas, que busca impulsar las interacciones dentro de la aplicación, tales como hacer comentarios y valorar otros, hacer *check-in* en las bibliotecas, o votar contenidos y compartirlos por correo electrónico, o en las redes sociales como Facebook o Twitter.

4. "Liburutegiak" app: la marca de un servicio público en Red

Según se desprende de un reciente informe⁴, los usuarios de *smartphone* tienen instaladas una media de 24 apps y 31 en las tabletas, aunque todo apunta a que a medida que el uso de tabletas sea más generalizado, el incremento en la ratio de apps instaladas será cada vez mayor.

Sobre el tipo de aplicaciones que más se consumen en dispositivos móviles, las destinadas a la comunicación, con un 83,9% sobre la actividad general, son las que más cabida tienen, mientras que las enfocadas en las redes sociales engrosan un nada desdeñable 70,3% del total. Esta tendencia es equiparable a las cifras que marcan la tendencia a nivel mundial, como se muestra en la siguiente ilustración, lo que confirma que el ocio y el entretenimiento son los reyes del uso que hacemos de los *smartphones* en la actualidad.

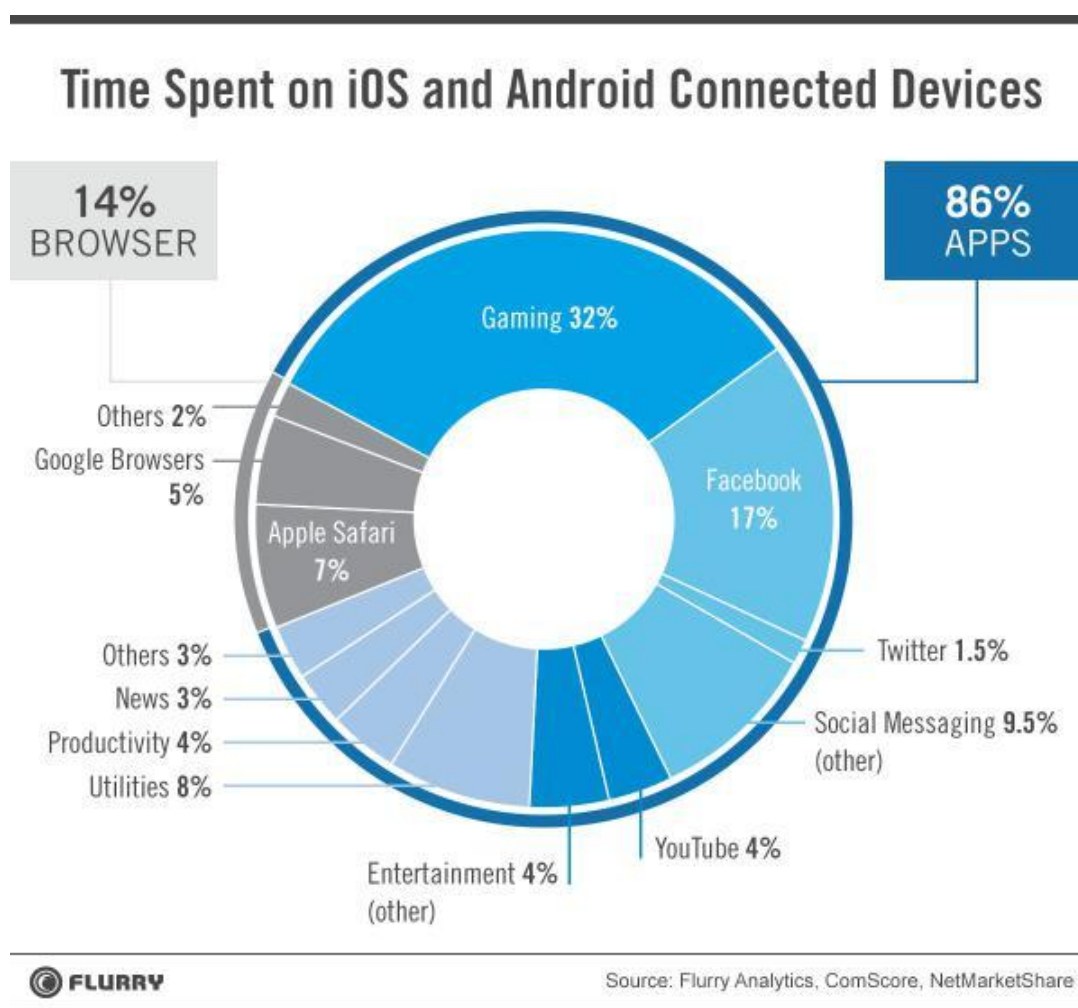


Ilustración 2: Usos de los *smartphones* por parte de los usuarios (Flurry, Q1 2014)

Sin duda, estos sectores han sabido cómo llegar al usuario potencial con un alto poder de fidelización (*engagement*), estrategia que debemos observar para ofrecer “Liburutegiak”, una

⁴ The App Date Madrid | Septiembre 2013. <http://madrid.theappdate.com/informe-apps-2013/>

app de ámbito cultural y con vocación de servicio, para que en la medida de lo posible consiga el mismo efecto vírico que estas dos categorías.

El primer paso ha sido subir nuestra app a las plataformas de acceso a las aplicaciones, en este caso, la Apple Store y Google Play, acompañada de una descripción clara y concisa que dejara visible la utilidad que proporciona la aplicación e incentive la descarga y posterior uso de la misma.

Uno de los objetivos que busca es, precisamente, la fidelización de las personas usuarias de servicios de bibliotecas, y para ello nada mejor que el que éstas se identifiquen con una marca distintiva, en este caso, Liburutegiak, con una imagen específica a tal fin y que busca asociar la marca con recomendaciones de lectura, ocio, actividades culturales, etc., en definitiva, con las sugerencias y servicios de las bibliotecas de la Red.

Pero es evidente que con colgarla en las plataformas, por sí solo no basta, y que debemos plantearnos el marketing y difusión de la app entre las personas usuarias de bibliotecas. De ahí que, además de su divulgación en forma de artículos, experiencias, entrevistas o congresos, se haya diseñado una serie de acciones sustentadas en el marketing online y el potencial de la viralidad que nos ofrecen las redes sociales y nuestra propia red de bibliotecas.

El segundo paso fue la creación de una web de promoción de la app (www.euskadi.net/appliburutegiak), utilizando un modelo visual adaptativo (*responsive design*) que se visualice correctamente accediendo vía web y especialmente desde tablets o *smartphones*. En esta página se describen de un modo conciso y atractivo las funcionalidades de la app y, desde esta página web, se facilita a las personas interesadas en conocer mejor la app el acceso directo a las urls de descarga de la misma para dispositivos iOS o Android. Además, con el fin de aclarar dudas y facilitar el uso de la app se han creado dos vídeos, uno para los dispositivos Android y otro para iOS que de una forma visual y práctica ofrecen un recorrido por la app “Liburutegiak” para conocerla y sacar más rendimiento a sus funcionalidades.

Al principio de este epígrafe, hemos mencionado la viralidad de las redes sociales como una ventaja para la difusión de la app. Pero antes de hablar de las redes sociales mencionaremos otra gran oportunidad con la que contamos, la propia red de bibliotecas y el papel de sus profesionales. Se trata de una gran comunidad con más de 230 ubicaciones físicas y casi del doble de profesionales trabajando en ellas, donde cada biblioteca tiene su blog propio, por lo tanto, su propio canal de difusión y, además, sus perfiles sociales con los que conectar con toda su lista de seguidores.

Así que una de las acciones realizadas fue un taller de formación dirigido a dichos profesionales de la Red con el objeto de que conocieran a fondo tanto el uso y manejo de la app como la forma idónea de publicar sus contenidos en los blogs. Es evidente que no se escribe igual para publicar en papel que para publicar en Internet, y que es importante controlar el medio para que nuestras publicaciones lleguen de una forma directa y adecuada a nuestros seguidores, más aún cuando toda esta información introducida en los blogs es la que alimentará de una manera automática los contenidos de la app. De ahí que resulte imprescindible conocer cómo se consumen los contenidos desde dispositivos móviles y adaptar los nuestros a esos requisitos, con el fin de que las bibliotecas sean accesibles no solo desde Internet, sino también desde cualquier situación de movilidad. Si creamos contenidos

demasiado largos, con imágenes muy pesadas o con demasiados enlaces externos, será más difícil mantener el interés que si ofrecemos contenidos que se visionan en la propia app.

Otra de las oportunidades que nos ofrece el marketing online es la utilización de códigos QR. Para esta acción creamos un cartel para repartir por todas las bibliotecas de la Red y distribuirlo al mismo tiempo por las redes sociales. Se incluye una pregunta clave: ¿Por qué una app de bibliotecas? y se ofrece una respuesta adecuada que resume perfectamente el objetivo y la finalidad de la app. La imagen del *smarthone* ayuda a recordar y a asociarla con el logo, el lema y el color, distintivos básicos de la app que refuerza su capacidad de asociación y recuerdo. Los códigos QR permiten a su vez la descarga automática desde Android o a la web de promoción para que amplíe su información.



Ilustración 3: Cartel promocional de la app Liburutegiak para las bibliotecas

Seguiremos difundiendo e investigando fórmulas para la difusión de la app, sin olvidar las fórmulas tradicionales, tales como la prensa local o revistas especializadas. También hemos creado un tablón en Pinterest para recoger cualquier noticia relacionada con el marketing y difusión de la app, de forma que dispongamos de una especie de archivo gráfico que muestre las diferentes acciones llevadas a cabo e incluso su repercusión.

5. Análisis y seguimiento de los hábitos de uso

Pero tan importante como la difusión, es el seguimiento del uso que por parte de los usuarios se hace de la app. Para ello, y cerrado el primer cuatrimestre de vida de la app y coincidiendo con el Q1 de 2014, nos hacemos eco de la primera foto de situación real (ver ilustración 4), fuera del marco de pruebas de los últimos dos meses de 2013.

En este primer cuatrimestre de 2014 tenemos un total de 1007 usuarios únicos que han abierto un total de 7.244 sesiones de actividad dentro de la app, visualizando en total 34.363 pantallas. De todos estos usuarios que han abierto sesiones, un 13,56% han sido nuevos usuarios, y el 86,34% restante han sido usuarios previos. Esto nos aporta dos lecturas interesantes, por un lado que el nivel de recurrencia es óptimo, algo fundamental para atesorar

un buen factor de *engagement*, y por otro, que existe un cierto interés por descubrir la app, si bien es cierto que somos conscientes que este dato lo hemos de mirar con cierta cautela ya que estamos en el periodo inicial de lanzamiento y esto supone que estamos en plena fase de descubrimiento de la app. Lo importante de dicho dato será ver si con el paso del tiempo se mantiene o no en esa línea, de forma que nos vaya dando señales del interés que despierta en los usuarios.



Ilustración 4: estadísticas generales de la app 2014 - Q1

En lo que a sesiones realizadas por los usuarios respecta, podemos ver cómo la mayor parte de nuestro target actual accede a la aplicación en la versión Android, sumando un total de 6.208 sesiones únicas en el primer cuatrimestre de 2014, lo que supone un 85,70% del total de sesiones abiertas globalmente en la app, mientras que la versión para iOS se queda con el 14,30% restante de accesos con un total de 1.036 sesiones únicas.

Es muy importante remarcar que la aplicación tiene como requisito funcional técnico, que los dispositivos tengan instalada una versión de sistema operativo relativamente actualizada para poder garantizar un óptimo funcionamiento, lo que supone que en dispositivos Android se necesite una versión 4.X o superior y en iOS la 7.X y superior.

Como se puede apreciar en la ilustración inferior, se confirma la tendencia sobre la adopción rápida de los últimos sistemas operativos en sistemas iOS, frente a los dispositivos basados en Android, ya que éstos dependen no sólo de los evolutivos que haga Google sino de los esfuerzos de adaptación de cada fabricante, lo que provoca que muchos dispositivos, especialmente de gama media-baja, queden rápidamente desactualizados y no puedan instalarse aplicaciones modernas que optimizan los desarrollos de las nuevas versiones de los sistemas operativos.

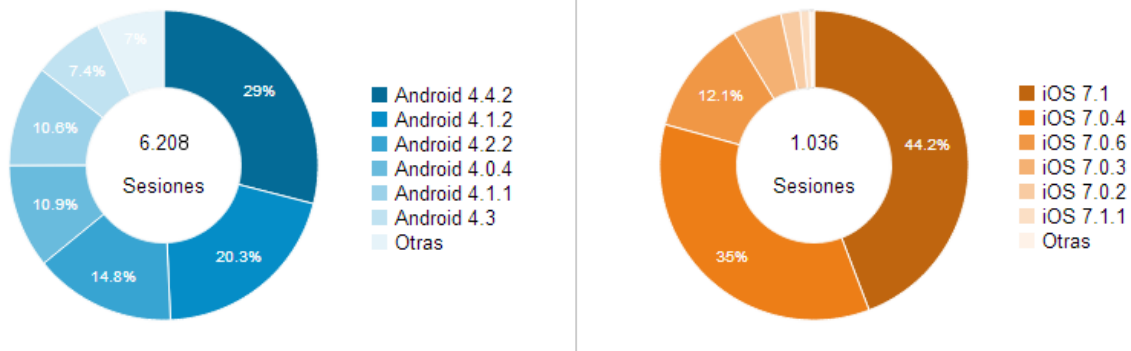


Ilustración 5: versiones de sistema operativo de los usuarios

De todas estas sesiones, tenemos especial interés en saber desde qué tipo de dispositivo se está utilizando más la app, y para ello nos servimos del análisis del tráfico generado, donde podemos observar que los *smartphones* con el 73,76% de pantallas vistas en el Q1 de 2014 (un total de 25.345 pantallas vistas) suponen el principal dispositivo de acceso, pero es interesante el nada desdeñable 26,24% de cuota, con 9.018 pantallas vistas, que tienen las tabletas, partiendo de la base además que este mercado es mucho menor que el de los *smartphones*.

Este hecho sin duda implica que deberemos observar con detenimiento esta tendencia, especialmente a lo largo del primer año de vida del proyecto, donde además se prevé un crecimiento sostenido de ventas de tabletas cuya cuota de mercado actual frente a los *smartphones* es altamente menor.

De todo el tráfico generado, el 80,53% de pantallas vistas, lo que suma un total de 27.672 en el plazo analizado, se lo llevan dispositivos Android, y el 19,47% restante con un total de 6.691 pantallas vistas, dispositivos iOS. Este tráfico nos sirve especialmente para poder analizar el contexto del mismo, es decir, qué contenidos y servicios son los más utilizados por los usuarios, lo que sin duda es un elemento importante para nosotros de cara a analizar qué es lo que más interesa a nuestros usuarios en un contexto de movilidad sobre las bibliotecas y qué no les aporta valor.

A continuación, podemos ver los datos de consultas de cada sección de la app desgranando la ratio de pantallas vistas para cada uno de ellos.

Sección	iOS	Android
Noticias	1.342	8.927
Actividades	1.478	2.251
Catálogo	1.300	1.545
Ficha de biblioteca	515	614
La colección al día	1.039	988
Los más prestados	370	919
Blogs en red ⁵	--	--
Canal de vídeos	362	284
Perfil usuario	285	517

Tabla 1: consulta de contenidos de Liburutegiak app 2014 – Q1 (pantallas vistas)

Sin duda, con ello nos podremos ir trazando una ruta de mejoras, unidas a las opiniones que los propios usuarios nos hagan llegar al respecto, ya que para nosotros el proyecto de app ha de tener vigencia en el tiempo, pero sólo será útil si se adapta a las necesidades reales del público objetivo al cual va dirigida.

Concluiremos diciendo que confiamos que este nuevo canal de comunicación entre las bibliotecas y los ciudadanos vascos tenga una larga trayectoria, y ayude a las bibliotecas a definir su estrategia digital y su ubicación en el marco de la comunicación social y de interrelación a través de la red.

⁵ No se disponen de los datos del mapa de blogs al no estar monitorizado en la actualidad el control del mapa a través de la API de Google Maps.

Bibliografía

Abarca, M.; Lloret, A.; Pons, DM.; Rubio, FJ.; Vallés, R. (2012). *Tecnologías móviles en bibliotecas: aplicaciones en la biblioteca de la Universitat Politècnica de València*. UPV. Biblioteca y Documentación Científica. En línea: <<http://hdl.handle.net/10251/14793>>

Clark, William (2011). *Key Issues for Mobile Applications*. Gartner Report, 15 April.

Fundación Telefónica (2013). *La Sociedad de la Información en España 2013*. Editorial Ariel. En línea: <http://www.fundacion.telefonica.com/es/arte_cultura/publicaciones/sie/sie2013.htm>

Havelka, Stefanie and Verbovetskaya, Alevtina (2012). *Mobile information literacy. Let's use an app for that!* En: *College & Research Libraries News*, vol. 73 no. 1

IAB Spain (2013). *V Estudio Anual de Mobile Marketing de 2013*. En línea: <<http://www.iabspain.net/mobile-marketing>>

Maniega-Legarda, David and Pulgar-Vernalte, Francisca (2013). *Bibliotecas y movilidad: explorando nuevos modelos de interrelación con los usuarios*. En: XIII Jornadas Españolas de Documentación - FESABID 2013, Toledo (Spain), 24-25 de mayo 2013. En línea: <<http://eprints.rclis.org/19348/>>

Netizen (2013). *La Guía Definitiva del Mobile Marketing*. En línea: <<http://blog.netizen-online.es/guia-mobile-marketing/>>

Sanagustín, Eva (2010). *Marketing 2.0 en un semana*. Ediciones Gestión 2000, 2010

Servicios bibliotecarios para el siglo XXI: ciudadanos, usuarios y expertos opinan sobre los servicios de biblioteca pública de la CAPV (2014). [Dirección y coordinación, Hilario Hernández, Fundación Germán Sánchez Ruipérez]. Vitoria-Gasteiz, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. En línea: <<http://www.liburuklik.euskadi.net/handle/10771/26106>>