

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA



**DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE LOS
SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA MARCEL ROCHE DEL INSTITUTO
VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS (IVIC)**

TRABAJO DE LICENCIATURA PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL
ANTE LA ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA
DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN BIBLIOTECOLOGÍA

**BACHILLERES: Echezuría, Jorge
Gutiérrez, Melany
Rondón, María Carolina**

TUTOR: Prof. Carlos Ortuño

Caracas, junio 2006

MODELO DE CATALOGACIÓN EN LA FUENTE

ECHEZURÍA, Jorge

Diseño de estrategias para optimizar la calidad de los servicios de la Biblioteca Marcel Roche del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC) / Jorge Echezuría, Melany Gutiérrez, María Carolina Rondón; tutor Prof. Carlos Ortuño.-- 2006.

xiv, 251 h.; il. ; 30cm. + anexos.

Tesis (Licenciatura en Bibliotecología) – Universidad Central de Venezuela, 2006.

1. CALIDAD TOTAL. I. Título. II. Gutiérrez, Melany. III. Rondón, María Carolina. IV. Ortuño, Carlos



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
 FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
 ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA



ACTA

Quienes suscriben Profesores **XIOMARA JAYARO, ALVARO AGUDO, CARLOS ORTUÑO** (TUTOR), designados por el Consejo de Escuela, como Jurado Calificador del Trabajo de Licenciatura de los BRES. **JORGE ECHEZURIA, MELANY GUTIERREZ Y CAROLINA RONDON** Titulado: **“DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA MARCEL ROCHE DEL INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS (IVIC)”** constar por medio de la presente Acta, que el día siete, se reunieron en el aula 16 de EBA para examinar, discutir, y calificar el trabajo mencionado.

El jurado por unanimidad, decidió otorgarle la calificación de aprobado sobresaliente. En Caracas a los 07 días del mes de junio de dos mil seis.

Carlos I. Ortuno
 TUTOR



Xiomara Jayaro

Xiomara JAYARO
 CI 4577807

2137471

DEDICATORIA

A la amistad,
pues nunca se vio quebrantada
por todo el trabajo, esfuerzo y dedicación que
cada uno de nosotros, miembros de este gran equipo,
pusimos para cerrar este capítulo de nuestras vidas.
Por el contrario, nos hizo creer más en ese vínculo
que nos unió cuando empezamos a andar juntos
por el camino de esta labor... A ustedes mis Morches!

Jorge

A mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado
y por servirme de guías en el camino de la vida.

A Sergei por estar a mi lado siempre y por el sentimiento que nos une.

A Carolina y a Jorge por conocer verdaderamente el significado de la
amistad y por ser tan especiales.

Melany

Dedico este triunfo especialmente a María Isela Rondón,
mi madre, por ser la estrella que da luz a mi vida, la que con palabras
llenas de aliento me acompañó durante largas horas de estudio.

A mi papá, por su apoyo incondicional y sus palabras de
aliento, a mis hermanos por ser tan especiales y demás
familiares con quienes comparto y recibo ayuda constante.

A mis amigos, en especial a Vicselys Flores, por ser mi amiga
incondicional e incursionarme en el mundo de la Bibliotecología.

A mis Compañeros de tesis, por ser mis amigos en todo momento
y por tener el privilegio de compartir este triunfo con ustedes.

María Carolina

AGRADECIMIENTOS

A nuestro Tutor, Profesor Carlos Ortuño, por su dedicación y esfuerzo para el desarrollo de este trabajo. Siempre en la búsqueda de la excelencia...

Al valioso personal de la Biblioteca Marcel Roche del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas, y en especial a la Profesora Xiomara Jayaro, Baudilio Quiroz y Carolina Cordovéz por su gran colaboración.

A Rodney Gardié, por brindarnos todo su apoyo y orientarnos con sus conocimientos.

A nuestros padres y familiares, por su incondicional apoyo y esfuerzo en guiarnos a conseguir esta meta.

A los amigos que siempre nos dieron fuerzas para cumplir con este gran logro.

A todos, gracias...

CONTENIDO

	página.
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	7
1.1. Planteamiento del problema	7
1.2. Objetivos de la investigación	9
1.2.1. Objetivo general	9
1.2.2. Objetivos específicos	9
1.3. Ubicación del problema en el contexto del conocimiento acumulado.	10
1.4. Importancia de la investigación	11
1.5. Limitaciones de la investigación	12
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	13
2.1. La Calidad	13
2.1.1. La cultura de la calidad	14
2.1.2. Orígenes y evolución de la calidad	15

2.1.2.1. Autores más representativos en el área de calidad	17
2.1.3. Gestión de la Calidad Total o Total Quality Management (TQM)	29
2.1.3.1. Cultura organizacional	33
2.2. El Servicio	35
2.2.1. Evolución de los servicios	36
2.2.2. Características de los servicios	40
2.3. Calidad en los servicios	42
2.3.1. Orígenes de la calidad del servicio	43
2.3.2. Principios de la calidad en los servicios	46
2.3.3. Características de un servicio de calidad	47
2.4. Métodos y herramientas para evaluar la calidad del servicio.	48
2.4.1. La observación	51
2.4.2. El cuestionario	51
2.4.3. Focus Group o Entrevista de Grupo Focal (EGF)	52
2.4.4. Mercadeo de servicios	56
2.4.5. La investigación de mercados	56
2.4.6. El plan de mercadeo	57
2.4.7. Momentos de verdad	59
2.4.8. El ciclo del servicio	60
2.4.9. El triángulo del servicio	61
2.5. Gestión de la calidad del servicio en las bibliotecas	64
2.6. Planeamiento Estratégico	66
2.6.1. Toma de Decisiones	68
2.6.2. La investigación de mercados en la planificación estratégica.	70
2.6.2.1. Presentación del Plan Estratégico	71

CAPÍTULO III. MARCO HISTÓRICO REFERENCIAL	73
3.1. Antecedentes de la investigación	73
3.2. El Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC)	75
3.2.1. Estructura organizativa	78
3.2.2. Líneas de investigación y desarrollo	79
3.3. La Biblioteca “Marcel Roche”	81
3.3.1. Estructura organizativa	82
3.3.2. Servicios	83
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO	85
4.1. Tipo de investigación	85
4.2. Diseño de la investigación	85
4.3. Universo, población y muestra	86
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	90
4.5. Técnicas de análisis de datos	93
4.6. Procedimientos de la investigación	95
CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE DATOS RECOLECTADOS	96
5.1. Análisis de la información derivada del cuestionario dirigido a los empleados de la BMR	96
5.2. Análisis de la información derivada de los cuestionarios dirigidos a los usuarios de la BMR	125
5.2.1. Usuarios presenciales	125
5.2.2. Usuarios remotos	147
5.3. Análisis de la información derivada de las Entrevistas de Grupo Focal (EGF)	167
5.3.1. EGF Empleados	167
5.3.2. EGF Usuarios presenciales	179
5.4. Matriz FODA	193

CAPÍTULO VI. ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA BMR	194
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	209
FUENTES CONSULTADAS	213
ANEXOS	219
Anexo A. Observación directa (fotografías)	220
Anexo B. Cuestionario (Empleados)	235
Anexo C. Cuestionario (Usuarios presenciales)	239
Anexo D. Cuestionario (Usuarios remotos)	243
Anexo E. Guía EGF (Empleados)	246
Anexo F. Guía EGF (Usuarios presenciales)	249

ÍNDICE DE TABLAS

TABLAS	página.
Tabla N° 1. Resumen de diferencias entre método cualitativo y método cuantitativo.	56
Tabla N° 2. Moderadores y relatores EGF	92
La visión de los empleados de la BMR	
Tabla N° 3. Funciones desempeñadas dentro de la Biblioteca	98
Tabla N° 4. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea	106
Tabla N° 5. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala.	108
Tabla N° 6. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión.	110
Tabla N° 7. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos.	112
Tabla N° 8. Condiciones de la Biblioteca	114
Tabla N° 9. Sistema Automatizado de la Biblioteca	116
Tabla N°10. Existencia de programa formal de adiestramiento	119
La visión de los usuarios presenciales de la BMR	
Tabla N° 11. Condiciones de la Biblioteca	127
Tabla N° 12. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea	129
Tabla N° 13. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala.	131
Tabla N° 14. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión.	133
Tabla N° 15. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos	135

Tabla N° 16. Lista de servicios adicionales propuestos	137
Tabla N° 17. Talleres de adiestramiento para el uso de los servicios	138
Tabla N° 18. Promoción de los Servicios	144

La visión de los usuarios remotos de la BMR

Tabla N° 19. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea	149
Tabla N° 20. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión.	151
Tabla N° 21. Servicios recursos y/o: Asesorías y Eventos Virtuales	153
Tabla N° 22. Servicios en línea adicionales propuestos	153
Tabla N° 23. Orientación para el uso de los servicios en línea	154
Tabla N° 24. Confirmación de solicitudes en línea	155
Tabla N° 25. Usuario frecuente del Sitio Web de la Biblioteca	161
Tabla N° 26. Promoción de los servicios en línea	164

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURAS	página.
Figura N° 1. Ciclo del servicio	60
Figura N° 2. El triángulo del servicio	61
Figura N° 3. Organigrama del IVIC	78
Figura N° 4. Organigrama Biblioteca Marcel Roche	82
La visión de los empleados de la BMR	
Figura N° 5. Empleados encuestados por Departamentos	96
Figura N° 6. Cargo de empleados encuestados	97
Figura N° 7. Nivel de instrucción	99
Figura N° 8. Identificación con la Misión de la Biblioteca	100
Figura N° 9. Identificación con la Visión de la Biblioteca	101
Figura N° 10. Identificación con las actividades que desempeña dentro de la Biblioteca.	102
Figura N° 11. Satisfacción como empleado de la Biblioteca	103
Figura N° 12. Oportunidades de capacitación y desarrollo ofrecidas por el IVIC.	104
Figura N° 13. Conocimiento sobre el Reglamento General de Servicios.	105
Figura N° 14. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea	106
Figura N° 15. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala.	108
Figura N° 16. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión.	110
Figura N° 17. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos.	112
Figura N° 18. Condiciones de la Biblioteca	114
Figura N° 19. Sistema Automatizado de la Biblioteca	116

Figura N° 20. Frecuencia de orientación a usuarios	118
Figura N° 21. Frecuencia de programas formales de adiestramiento	119
Figura N° 22. Frecuencia de evaluación de la satisfacción de los usuarios.	120
Figura N° 23. Actividades y/o instrumentos para evaluar la satisfacción de los usuarios.	121
Figura N° 24. Medios de promoción de los servicios	122
Figura N° 25. Promoción de los servicios	123
Figura N° 26. Calidad de Servicio de la Biblioteca	124
 La visión de los usuarios presenciales de la BMR	
Figura N° 27. Tipos de usuarios presenciales	125
Figura N° 28. Nivel de instrucción	126
Figura N° 29. Condiciones de la Biblioteca	127
Figura N° 30. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea	129
Figura N° 31. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala.	131
Figura N° 32. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión.	133
Figura N° 33. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos.	135
Figura N° 34. Evaluación de los talleres de adiestramiento para el uso de los servicios.	138
Figura N° 35. Orientación del personal de la Biblioteca sobre uso de los servicios.	139
Figura N° 36. Ayuda del personal de la Biblioteca	140
Figura N° 37. Trato recibido por el personal	141
Figura N° 38. Conocimiento de las necesidades de información y servicios de los usuarios.	142
Figura N° 39. Vías de contacto para conocer la opinión y necesidades de los usuarios.	143

Figura N° 40. Medios de Promoción de los Servicios	144
Figura N° 41. Promoción de los Servicios	145
Figura N° 42. Calidad de Servicio de la Biblioteca	146
La visión de los usuarios remotos de la BMR	
Figura N° 43. Tipos de usuarios remotos	147
Figura N° 44. Nivel de instrucción	148
Figura N° 45. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea	149
Figura N° 46. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión.	151
Figura N° 47. Evaluación de los talleres de adiestramiento para el uso de los servicios.	154
Figura N° 48. Tiempo máximo a esperar por respuestas a solicitudes en línea.	156
Figura N° 49. Tiempo habitual de respuestas a solicitudes en línea	157
Figura N° 50. Adecuación de respuestas a lo solicitado en línea	158
Figura N° 51. Calidad del documento recibido (legibilidad / resolución)	159
Figura N° 52. Evaluación del servicio de solicitudes en línea	160
Figura N° 53. Calidad del Sitio Web de la Biblioteca	161
Figura N° 54. Conocimiento de las necesidades de los usuarios en línea.	162
Figura N° 55. Vías de contacto para conocer la opinión y necesidades de los usuarios en línea.	163
Figura N° 56. Medios de promoción de los servicios en línea	164
Figura N° 57. Promoción de los servicios en línea	165
Figura N° 58. Calidad de Servicio de la Biblioteca	166

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE
LOS SERVICIOS DE LA BIBLIOTECA MARCEL ROCHE DEL
INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS (IVIC)**

Br. Jorge Echezuría
Br. Melany Gutiérrez
Br. María Carolina Rondón
Tutor: Prof. Carlos Ortuño

RESUMEN

Con el objetivo de diseñar estrategias para la mejora de la calidad de los servicios de la Biblioteca Marcel Roche (BMR) del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC), en este trabajo se estudian los orígenes, la evolución y los principales autores de la calidad, además de los componentes y principios básicos de la Gestión de la Calidad Total o Total Quality Management (TQM) como filosofía organizacional. De igual manera se analiza la naturaleza, evolución, características y la importancia actual de los servicios, tanto en las industrias manufactureras como en las industrias de servicios en sí. Teniendo como base estos conceptos, se define la calidad en los servicios como un factor determinante en el progreso de las organizaciones, debido a que las exigencias de los consumidores o usuarios son cada vez mayores, pues no sólo evalúan el producto final sino todos los procesos que se realizan para llegar éste. Así mismo, se hace referencia a la incorporación de la filosofía de la calidad del servicio en el ámbito bibliotecario y se estudian las nociones del mercadeo y del planeamiento estratégico como la concreción de la gerencia hacia la calidad.

Para determinar los factores que afectan la calidad del servicio se combinaron elementos de la investigación cuantitativa y cualitativa, utilizando las técnicas de observación directa, cuestionarios y entrevistas de grupo focal, siendo esta última la mayor proveedora de información real e instantánea, ayudando a identificar las necesidades y expectativas de los usuarios así como la percepción de los empleados de la BMR. Las conversaciones con ambas audiencias permitieron no sólo conocer sus posiciones frente a cada pregunta sino también observar sus reacciones ante éstas, proporcionando un valor adicional en la interpretación de sus respuestas al ayudar a identificar los vínculos emocionales asociados a la prestación y uso de los servicios.

Por último, a raíz de los resultados obtenidos en el estudio de los factores que influyen en la prestación de los servicios en la BMR se definieron nueve áreas de aplicación para las cuales se diseñaron estrategias y acciones específicas. Estas áreas son: personal, organización, desarrollo de colecciones, recuperación de información, reproducción de documentos, formación de usuarios, infraestructura física y plataforma tecnológica, sistema automatizado de gestión bibliotecaria, y mercadeo.

Palabras clave: CALIDAD, SERVICIO, CALIDAD EN LOS SERVICIOS, GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL, TQM, GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN BIBLIOTECAS, ENTREVISTA DE GRUPO FOCAL, MERCADEO DE LOS SERVICIOS, ESTRATEGIAS, BIBLIOTECA MARCEL ROCHE, IVIC.

INTRODUCCIÓN

Una revisión de la literatura bibliotecológica de los últimos veinte años evidencia una creciente preocupación por parte de la gerencia de las unidades de servicios de información, USI, tales como bibliotecas, centros de información y archivos, por imprimirle el mayor nivel de calidad posible a dichos servicios. Una de las principales razones que explican esa preocupación es la, igualmente creciente, exigencia por parte de los usuarios, con respecto a lo que ellos esperan de los servicios de información. De hecho, la diversificación, potenciación y mejoramiento de las USI, como resultado de la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, por una parte, y la incorporación de las más modernas nociones de la gerencia, por la otra, han contribuido a generar una mayor demanda por los mismos. El usuario bien servido tiende a plantearse expectativas cada vez más altas con respecto a los servicios a los cuales tiene derecho.

Por otra parte, tanto la sociedad, en general, como la alta gerencia de las instituciones o instancias de las cuales las USI dependen, tienden a reclamarle a éstas una mayor responsabilidad en términos del retorno que de ellas se espera, retorno que debe estar vinculado al desarrollo de la sociedad y a las metas de la organización que las costea y administra.

Dicho de otra manera, se les exige que se constituyan en una unidad de producción o de agregación de valor para la organización y que dejen de ser una unidad de costo, una carga administrativa incapaz de contribuir de manera efectiva al negocio o quehacer de la organización o de las metas de la comunidad.

Tanto las exigencias de los usuarios como las de la alta gerencia, sólo pueden ser satisfechas en la medida en que las USI asuman el reto de elevar la calidad de su oferta de servicios, entendida en términos de las especificaciones asociadas a las necesidades, requerimientos y expectativas de su mercado o comunidad de usuarios.

Imprimirle calidad a los servicios demanda de la gerencia de la USI bibliotecaria asumir la calidad como filosofía, como una manera de ser organizacionalmente hablando. La Gerencia de la Calidad Total o TQM (Total Quality Management), entendida como un sistema en donde todos los miembros de la organización procuran constantemente perfeccionar su trabajo a fin de entregar al usuario un producto o servicio de calidad, permite incluso adaptarse y anticiparse al futuro, asegurando la prestación de servicios que cubran y excedan las expectativas de estos usuarios.

En consonancia con estos hechos, se presenta el caso de la Biblioteca Marcel Roche (BMR) como una organización que busca no sólo brindar soporte a la actividad científica que se desarrolla en el Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC), sino también en el ámbito Latinoamericano y del Caribe, mediante la gestión de los recursos informacionales necesarios para tal actividad. Para cumplir con esta premisa, se diseñaron estrategias con el fin de optimizar la calidad de sus servicios, partiendo de un estudio diagnóstico que reflejó las necesidades y niveles de satisfacción de los empleados, como proveedores del servicio y de los usuarios, como consumidores de éstos.

Cabe destacar que estas estrategias se limitaron al planteamiento de las acciones a seguir luego de identificar las áreas que afectan al servicio de la Biblioteca. Sin embargo, la ejecución de las actividades derivadas de estas estrategias estará a cargo de la gerencia de la BMR.

A continuación se hace una breve descripción de cada uno de los capítulos que integran el presente trabajo de grado. En el capítulo I, se plantea la necesidad de evaluar los servicios de la BMR con el objetivo de diseñar estrategias que apunten a su optimización, para brindar un mejor soporte a la actividad científica que se desarrolla en el IVIC.

En el capítulo II se presentan los conceptos teóricos que sirvieron de base para la investigación. En principio, se estudia la calidad como una filosofía dirigida a mejorar continuamente la organización, su evolución y desarrollo a lo largo de la historia pasando por la inspección, control estadístico de los procesos, aseguramiento y finalmente la administración estratégica de la calidad total como una oportunidad de mejorar la competitividad. Así mismo, se hace referencia a los aportes de los autores más destacados en esta materia como: Edwards Deming, Karuro Ishikawa, Joseph Juran y Phillip B. Crosby. Además, se presenta la evolución del enfoque de la calidad hasta convertirse en un sistema que brinda apoyo a la organización como un todo con el fin de obtener la excelencia, lo cual se conoce como Gestión de la Calidad Total o Total Quality Management (TQM). Por otra parte, se explica la importancia de la cultura organizacional como factor clave en el proceso de la calidad.

De igual forma, se expone la evolución y características de los servicios, para facilitar la comprensión de los principios teóricos que rigen la calidad en éstos, como por ejemplo los momentos de verdad, el ciclo y el triángulo del servicio. Asimismo, se explican las bases teóricas de los métodos y herramientas, cualitativas y cuantitativas, que sirven para la evaluación de la calidad de los servicios, tales como la observación directa, los cuestionarios y las entrevistas de grupo focal. Seguidamente, se hace especial énfasis a la gestión de la calidad en bibliotecas, por ser el proveedor de servicios informacionales por excelencia, y el centro y objeto de estudio de esta investigación.

Al final de este capítulo, se manejan las nociones del mercadeo de los servicios y el planeamiento estratégico, por ser elementos clave para el diseño de las estrategias propuestas.

En el capítulo III, dedicado al Marco Histórico Referencial, se presenta un resumen de los trabajos que anteceden a esta investigación, además de la reseña histórica e institucional del IVIC y la BMR. Mientras tanto, el capítulo IV, Marco Metodológico, trata el tipo y diseño de la investigación realizada, así como también, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de los datos, como la observación, los cuestionarios y la aplicación de la técnica Entrevista de Grupo Focal (EGF), en la se que hizo especial énfasis por permitir obtener resultados cualitativos, que no arrojaron los otros instrumentos. De la misma manera, se exponen las técnicas que facilitaron el análisis de los resultados obtenidos, como lo fueron la codificación, tabulación, gráficos y la matriz FODA.

El capítulo V, es el apartado donde se muestran los resultados obtenidos en la investigación con sus respectivos análisis, mientras que en el capítulo VI, se detallan las estrategias a seguir a fin de optimizar los servicios de la BMR, en una búsqueda continua de la excelencia como parte esencial de la filosofía en la gestión de calidad total.

Por último se presentan las conclusiones y recomendaciones propuestas, con base en la teoría consultada, en los resultados obtenidos y en los análisis realizados por el equipo de trabajo.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La Biblioteca, como institución de servicios, siempre se ha preocupado por satisfacer a sus usuarios mediante la oferta de productos y servicios de calidad. Es por ello, que las unidades de servicios de información, en general, realizan mediciones de rendimiento, periódicas y sistemáticas con el fin de determinar en qué medida están cumpliendo con su propósito de ofrecer un servicio de calidad cónsono con las necesidades y expectativas de sus usuarios.

Desde sus orígenes, la calidad ha evolucionado hasta el punto de estar implícita en todos los procesos organizacionales, influyendo no sólo en el producto final, sino en todos y cada uno de los detalles que puedan influir en la última percepción del usuario. Por tal motivo, las organizaciones, incluyendo las bibliotecas, se han preocupado por mantener un sistema de mejoramiento integral de la calidad, que se vea reflejado en sus productos y servicios.

La Gestión de Calidad Total o Total Quality Managemet (TQM) definida por Ishikawa como “un sistema eficaz para integrar los esfuerzos, en materia de incremento y mejoramiento de la calidad, realizados por los diversos grupos en una organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y que sean compatibles con la plena satisfacción de los clientes”¹, persigue alcanzar tres objetivos fundamentales dentro de cualquier organización a la que se aplique:

- a) Mantener la calidad del producto y/o servicio, satisfaciendo constantemente las necesidades implícitas o explícitas del usuario;

¹ Kaoru Ishikawa. ¿Qué es el control total de la calidad? (Colombia: Norma, 1993) Pág. 85. Citado por Lourdes Münch Galindo. Más allá de la excelencia y de la calidad total. (México: Trillas, 1998) Pág. 85.

- b) ofrecer a la dirección de la organización la confianza de que se obtiene y puede mantenerse la calidad deseada y
- c) ofrecer al cliente la confianza que él espera recibir en un producto o en un servicio.

Para este trabajo de licenciatura se tomó como objeto de estudio la BMR, considerada como la primera biblioteca especializada en ciencia y tecnología de Venezuela y designada en 1996 por la UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) como la Biblioteca Regional para América Latina y el Caribe². Su colección la convierte sin lugar a dudas en la mejor biblioteca científica de Latinoamérica y el Caribe. Es un servicio insustituible para la actualidad y el futuro mediato y remoto de nuestra sociedad. Más que un gasto, la nación debe ver como inversión el dinero dirigido a la preservación de la colección que sirve a los institutos de investigación, a los centros universitarios, a las empresas de tecnología, y a todo aquel ciudadano que desee hacer uso de este acervo informativo.

La BMR nunca ha contado con un sistema de gestión de calidad que le permita identificar y mejorar los aspectos que generan deficiencias en sus servicios, para cubrir las necesidades, requerimientos y expectativas de sus usuarios.

Esta problemática llevó a plantear una propuesta para realizar inicialmente un estudio diagnóstico de la situación actual de la BMR y conocer las necesidades y niveles de satisfacción de los usuarios, junto con la percepción de sus empleados, para así diseñar estrategias que

² Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC). Biblioteca Marcel Roche [en línea] [fecha de consulta: 04 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://biblioteca.ivic.ve/index.html>>

permitan optimizar la calidad en todos los aspectos que influyen en la prestación de los servicios.

La relevancia de este estudio se sustenta en el hecho de que representa un esfuerzo dirigido a generar cambios en la BMR que hagan posible imprimir a sus servicios el más alto nivel de calidad de acuerdo con la apreciación de sus públicos, especialmente los usuarios presenciales y remotos y de la gerencia del IVIC.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Proponer estrategias para la optimización de los servicios de la Biblioteca Marcel Roche del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Determinar la situación real de los factores internos que inciden en la prestación de los servicios de la BMR.
2. Determinar los niveles de satisfacción de los usuarios de la BMR.
3. Establecer la relación real entre los factores internos de la BMR y la calidad percibida por sus usuarios.

1.3. Ubicación del problema en el contexto del conocimiento acumulado.

La evolución de una economía basada en la calidad de la manufactura a una que se fundamenta en la calidad del servicio, es una de las tendencias más importantes de las organizaciones actuales. Según Münch³, los autores más destacados en la cultura de calidad son: Ishikawa en Japón y Deming en los Estados Unidos de América. Ishikawa, propuso el TQM, el cual se aplica en todas las áreas de la organización con el fin último de lograr el bienestar de la humanidad. Mientras Deming, realizó importantes aportes incorporando la filosofía del Espiral de la Mejora Continua. Otros de los autores más connotados en el ámbito de la calidad son Joseph Juran, quien propuso la trilogía: mejora, planeación y control de la calidad; y Philip Crosby, creador de la filosofía “Cero defectos”, que comprende las tres estrategias administrativas: determinación, educación e implantación.

Todos estos autores con sus aportes y metodologías permitieron una rápida evolución de la filosofía de la calidad, incorporándose paulatinamente los servicios como elementos susceptibles a ser evaluados por las organizaciones y por sus usuarios, siendo el objetivo fundamental, la satisfacción de estos últimos y por ende el éxito de la organización.

Balagué⁴ afirma que “Las Unidades de Información han de saber evolucionar con sus usuarios para mantener y – si cabe – mejorar la calidad de servicio que estos usuarios reciben y perciben y la

³ Lourdes Münch Galindo. Más allá de la excelencia y de la calidad total. (México: Trillas, 1998).

⁴ Núria Balagué Mola. Normas ISO y Certificación de Sistemas de Calidad en Bibliotecas y Servicios de Información [en línea]. Terrassa, 2005. [fecha de consulta: 16 Noviembre 2005]. Disponible en: <<http://jornadasbibliosalud.net>>

implantación de un sistema de gestión de la calidad ha de permitir esta adaptación, esta mejora continua de los servicios que se prestan”.

Con base en esta afirmación, el presente trabajo de licenciatura pretende determinar los elementos que inciden en la prestación de los servicios de información, para así definir estrategias que conduzcan a la mejora continua de los mismos. El trabajo se enmarcó en la Línea de Investigación del Centro de Investigación y Desarrollo en Ciencias de la Información (CIDECI) referente a Gestión de Servicios – Sistemas y Unidades de Información.

1.4. Importancia de la investigación

La misión de la BMR, según reza su enunciado, es seleccionar, adquirir, organizar y recuperar la información necesaria para promover y facilitar la producción de conocimiento en el ámbito científico y tecnológico de Venezuela y América Latina⁵.

Pero cabe destacar que el rol de la BMR es dar soporte a la actividad científica-tecnológica que se desarrolla en el IVIC, mediante la adecuada gestión de los recursos informacionales requeridos como insumo para tal actividad. Es por ello que dentro de los objetivos específicos de la institución, se encuentran manifestados explícitamente la conservación y resguardo de toda la colección de la Biblioteca, y la promoción del acceso democrático a la información, a nivel nacional e internacional, a través de sus servicios. Por tal motivo, la BMR debe ofrecer servicios de calidad que apuntalen el proceso de Investigación y Desarrollo del IVIC, además de apoyar los programas de formación

⁵ Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC). Biblioteca Marcel Roche [en línea] [fecha de consulta: 04 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://biblioteca.ivic.ve/index.html>>

académica de recursos humanos de alto nivel en las diferentes áreas de ciencia y tecnología.

La presente investigación pretende imprimirle a la BMR una orientación al usuario mucho más efectiva que le permita alcanzar el nivel de excelencia deseado, expresado a través del aprovechamiento óptimo de los recursos que se le asignan y de un alto nivel de satisfacción por parte de quienes utilizan sus servicios y facilidades en general.

1.5. Limitaciones de la investigación

En virtud de que se evaluará la situación interna de la BMR, en cuanto a los procesos y procedimientos que influyen en la prestación de los servicios, una limitante fue en parte la resistencia del factor humano en el suministro de la información requerida a través de las técnicas de recolección de datos que fueron empleadas.

Por otra parte, la recolección de los datos se limitó al transcurso del segundo trimestre del año 2006, específicamente entre los meses de abril y mayo, lo cual impidió tener una visión global de las opiniones de los usuarios en cuanto a los servicios de la biblioteca por un período de tiempo más largo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Para la comprensión y posterior desarrollo de la investigación es necesario conocer los aspectos que integran y complementan la teoría que sustentan el objeto de estudio.

2.1. La Calidad

La calidad tal y como lo señala James⁶, es lo que percibe el cliente como resultado de la comparación del producto o servicio con otros y con sus propias expectativas. La calidad es dinámica, se trata de una construcción social y es siempre relativa. Aquello que hoy satisface al cliente, deja de hacerlo mañana.

Es por ello que Horovitz⁷ señala que la calidad se maneja siempre como un binomio producto/cliente, o servicio/usuario para el caso de las bibliotecas, por lo que se puede decir que la calidad es igual a la satisfacción del consumidor.

La calidad abarca todas las cualidades, tangibles e intangibles, con las que cuenta un producto o servicio para ser de utilidad a quien se sirve de él.

El término fue evolucionando a lo largo del tiempo, desde calidad en general hasta control de la calidad, control estadístico de la calidad, control total de la calidad, aseguramiento de la calidad, entre otras.

En la actualidad, la calidad no sólo es percibida como el conjunto de elementos y características de un producto o servicio que se ofrecen para satisfacer las necesidades de los usuarios o clientes. De hecho, un

⁶ Paul James. TQM: un texto introductorio. (Madrid: Prentice Hall, 1997) Pág. 28.

⁷ Jacques Horovitz. La Calidad del Servicio. (Madrid: McGraw-Hill, 1991) Pág. 11.

aspecto claro en esta percepción es el factor humano que interviene en la prestación del servicio.

Es por esto que la calidad, objetivamente enfocada, debe ser la concreción de una proposición de valor que una organización hace a sus accionistas y a sus usuarios. Así, por ejemplo, la BMR ofrece servicios de calidad a sus usuarios y, tácitamente, le ofrece al IVIC (su accionista) derivar el mayor beneficio posible de los recursos que son puestos bajo su responsabilidad, en términos de una contribución efectiva tanto a los programas de investigación como a los de docencia.

2.1.1. La cultura de la calidad

Cultura de calidad es definida por Cantú⁸, como el conjunto de valores y hábitos que posee una persona, que complementados con el uso de prácticas y herramientas de calidad en el actuar diario, le permiten colaborar con su organización a afrontar los retos que se le presenten en el desarrollo de su misión.

El desarrollo de una cultura de calidad debe analizarse desde el punto de vista de la organización como un todo, pero sin descuidar el aspecto individual de los miembros que componen dicha organización. En consecuencia, para esta investigación se tuvieron presente para la recolección y análisis de información tanto a los empleados como a los usuarios de la BMR.

En la búsqueda de la cultura de calidad organizacional, los cambios que se realicen deben ir enfocados de forma consciente, duradera y siempre acorde con la dinámica y las exigencias del grupo. Mientras que

⁸ Humberto Cantú Delgado. Desarrollo de una cultura de calidad. (México DF: McGraw-Hill, 1997) Pág. 91.

la cultura de calidad personal se relaciona directamente con la búsqueda del individuo de un estilo de vida más acorde a sus necesidades.

2.1.2. Orígenes y evolución de la calidad

La mejora continua en el estilo de vida del hombre ha sido un elemento que ha estado presente desde sus orígenes. En un comienzo, el hombre debía determinar cuál era el alimento apto para su consumo, o si sus armas de defensa eran lo suficientemente seguras. De esta manera se evidencian las primeras manifestaciones de preocupación por la calidad mostrando el interés por la perfección y la excelencia. Las bibliotecas por su parte, también han evolucionado y cambiado a la par de las demandas de sus usuarios y las tecnologías de información y comunicación, en todas las áreas que influyen en la prestación de sus servicios, desde el personal hasta los equipos de apoyo logístico.

El surgimiento de las grandes civilizaciones trae consigo la creación del mercado y se constituye un estado primitivo de lo que hoy se conoce como manufactura; por lo que entonces, el hombre procurará lograr la calidad en sus productos y servicios, y a su vez satisfacer las necesidades del consumidor⁹.

Posteriormente, gracias a la aparición de la producción artesanal, la calidad se basará en principios tradicionales como la inspección del producto por los consumidores, la garantía de la calidad en los contratos de renta y las especificaciones por muestras¹⁰.

El desarrollo de la Revolución Industrial, con la producción en serie y la expansión de los procesos, provocaron un crecimiento económico

⁹ Cantú. op. cit. Pág. 5.

¹⁰ Münch. op. cit. Pág. 44.

muy acelerado, lo que impedía el control de la calidad. Por ello, surgen los primeros departamentos de inspección en las grandes fábricas y los manuales para medir la calidad.

En su evolución, la calidad ha pasado por las siguientes fases: (i) la inspección, caracterizada por la detección y resolución de problemas que se presentaban en el producto final; (ii) el control estadístico de los procesos, que consistía en la tabulación y la representación gráfica de los procesos de producción; (iii) el aseguramiento de la calidad, periodo en donde todos los miembros de la organización participarán activamente en el diseño y ejecución de las políticas de calidad; y por último (iv) el concepto de Gestión de Calidad Total o TQM, el cual atiende con mayor énfasis las necesidades y exigencias del mercado, además del factor estratégico de la calidad para que las organizaciones sean competitivas¹¹.

Bajo esta perspectiva la BMR, vista como una organización productora y prestadora de servicios, debe asumir la calidad como una filosofía para alcanzar la excelencia, y satisfacer así todas las necesidades y expectativas de sus usuarios, sin descuidar todas aquellas personas involucradas en los diferentes procesos de la gestión bibliotecaria.

¹¹ Cantú. op.cit. Pág. 6.

2.1.2.1. Autores más representativos en el área de calidad

A continuación se hace mención a los principales autores en el área de calidad, y sus enunciados más importantes, los cuales se deben tomar en cuenta a la hora de realizar cualquier estudio orientado a elevar los niveles de calidad en cualquier organización.

1) Edwards W. Deming¹²

Nacido en los Estados Unidos de América en el año 1900 y de profesión Físico y Matemático, Deming realizó grandes aportaciones en el desarrollo de la calidad. Hizo sus estudios en las universidades de Wyoming, Colorado y Yale, trabajó en la Planta de Hawthorne de la Western Electric en Chicago y en el Departamento de Agricultura de Estados Unidos. Al finalizar la Segunda Guerra Mundial fue enviado a Japón para colaborar en la elaboración del censo poblacional, teniendo la oportunidad de palpar la evolución de la calidad en ese país y de involucrarse mucho con su cultura.

Su método está asociado con el Control Total de la Calidad (CTC), y gracias a sus estudios en estadística, pudo utilizar numerosas herramientas para lograr la mejora continua. Se basaba en la metodología de los 14 pasos, que consiste en una filosofía básica en administración, más la aplicación de algunos métodos estadísticos:

- a) Crear una constancia en el propósito de mejorar. Supone la competitividad y la permanencia del tiempo en el negocio. Implica la innovación, la asignación de recursos para la planificación,

¹² Edwards Deming. Calidad, productividad y competitividad. (Madrid: Díaz Santos, 1989) Citado por Lourdes Münch Galindo. Más allá de la excelencia y de la calidad total. (México: Trillas, 1998) Pág. 69.

investigación y la educación; además de la mejora continua del diseño del producto o servicio.

- b) Adoptar la nueva filosofía de absoluto rechazo a permitir defectos. Implica crear en la organización una cultura en donde resulten inadmisibles los defectos en cualquiera de las etapas del proceso. Es una filosofía que nace en la directiva pero que abarca a toda la organización.
- c) Eliminar la inspección masiva. Esto implica, la sustitución de la inspección en cada proceso por la capacitación constante del personal para que no incurran en errores y puedan mejorar la calidad. El objetivo es fundamentarse en la prevención.
- d) Acabar con la práctica de contratar proveedores basándose exclusivamente en el precio. Para lograr la calidad continua es necesario contar con insumos eficientes que faciliten el proceso de producción. Por ello la necesidad de contratar proveedores sin utilizar como guía el precio, sino más bien evaluando factores como compromiso, responsabilidad, calidad, fabricación, entre otros.
- e) Mejorar continuamente y por siempre el sistema de producción y de servicio. Esto consiste en buscar constantemente la mejor vía para reducir el desperdicio y mejorar la calidad. Corresponde a todos los miembros de la organización en general, y requiere el trabajo en equipo, mejora en los métodos y procedimientos y en conocer las necesidades del cliente o del usuario.
- f) Instituir métodos modernos de capacitación en el trabajo en todos los niveles. En este sentido, el personal, por ser el recurso más

valioso en la organización, requiere que ésta dedique tiempo y dinero en su capacitación. Esto permite el buen desempeño de los trabajadores y el logro de la calidad.

- g) Instituir el liderazgo. Tarea que corresponde a los supervisores dentro de la organización y consiste en lograr que todos los trabajadores se sienta a gusto con la labor que realizan; ofreciéndoles capacitación, orientación y apoyo constante.
- h) Erradicar el temor. Implica el compromiso de la organización en lograr una confianza y estabilidad laboral en los empleados. La seguridad y la comunicación son elementos fundamentales para mejorar la calidad.
- i) Derribar las barreras existentes entre distintos departamentos y áreas de “staff”. Diseñando un sistema integral de calidad en donde participen todos los miembros de la organización, evitando que los departamentos compitan entre sí. Para ello, hay que mejorar la comunicación, conocer y compenetrarse con las metas, la misión y las políticas de la organización, entre otras cosas.
- j) Eliminar los lemas, exhortaciones y las metas de producción para la fuerza laboral. El objetivo principal en las organizaciones es capacitar o enseñar al personal métodos de mejora para aumentar la productividad. Por tal motivo, los “slogans” y las exhortaciones de forma aislada no mejoran la calidad.
- k) Eliminar las cuotas numéricas. El establecimiento de estándares numéricos en la mano de obra de un producto generalmente no garantizan la calidad, sino por el contrario, el empleado se ve obligado a cumplir con la meta a cualquier costo.

- l) Fomentar el orgullo por el trabajo realizado. La organización, en este sentido, debe facilitarle al personal herramientas que le permitan realizar su trabajo con interés, lealtad y entusiasmo. Este proceso facilitará la productividad y propiciará en el empleado la satisfacción del trabajo bien hecho.
- m) Establecer un vigoroso programa de educación y automejora. La aplicación de un programa de entrenamiento constante facilitará que el usuario se involucre con la misión, visión y políticas de la organización. Este principio fomentan la formación y el desarrollo de competencias.
- n) Tomar medidas para lograr la transformación. Debe existir un compromiso por parte de la gerencia para mantener la calidad, conformando equipos de trabajo, planes de acción, entre otras cosas. Lo más significativo en este punto es: que exista un compromiso por parte de la gerencia y una estructura que promueva la calidad.

2) Kaoru Ishikawa¹³

Nació en Japón en 1915. Realizó estudios en la Universidad de Tokio y se doctoró en Ingeniería. Fue decorado con el premio Deming. Entre sus aportaciones se destaca el hecho de haber utilizado por primera vez el término Control de la Calidad Total (CTC), que consistía en un “sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de incremento y mejoramiento de la calidad, realizados por los diversos grupos en una organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los

¹³ Kaoru Ishikawa. ¿Qué es el control total de la calidad? (Colombia: Norma, 1993) Pág. 85. Citado por Lourdes Münch Galindo. Más allá de la excelencia y de la calidad total. (México: Trillas, 1998) Pág. 85-86.

niveles más económicos y que sean compatibles con la plena satisfacción del cliente”.

Para Ishikawa, los principios básicos de la calidad son los siguientes:

- a) El control de la calidad se hace con el fin de producir artículos que satisfagan los requisitos de los consumidores. No se trata sólo de cumplir con una serie de normas.
- b) Al desarrollar un nuevo producto, el fabricante debe prever los requisitos y las necesidades de los consumidores.
- c) Calidad significa calidad en el trabajo, en el servicio, en la información, en el proceso, en las personas, en los sistemas, en los objetivos de la empresa. El enfoque básico es controlar la calidad en todas sus manifestaciones.
- d) No es posible definir la calidad sin tomar en cuenta el precio, las utilidades y el control de costos.

En virtud de que la filosofía del CTC involucra a la organización en general y promueve no sólo su desarrollo, sino también el de la nación, Ishikawa destaca seis características que la diferencian del enfoque tradicional:

- a) Control de calidad en toda la empresa; participación de todos los miembros de la organización.
- b) Capacitación y educación en control de la calidad

- c) Círculos de control de calidad y equipos de mejora
- d) Auditoría de control de calidad
- e) Utilización de métodos estadísticos
- f) Actividades de promoción del control de calidad a nivel nacional

En tal sentido, las aportaciones de Ishikawa pueden resumirse en las siguientes:

- a) Orientar al usuario
- b) Establecer que la calidad no son las utilidades a corto plazo
- c) Respetar a la humanidad
- d) La administración interfuncional
- e) Establecer que el proceso siguiente es el cliente
- f) El uso de las siete herramientas de la calidad: hoja de verificación, histograma, diagrama de pareto, diagrama causa-efecto, estratificación, diagrama de dispersión, cuadros y gráficas de control.

3) Joseph Juran

Nació en Rumania en 1904. A los 8 años de edad emigra a los Estados Unidos en donde estudia ingeniería y leyes. Fue profesor en la Universidad de New York y trabajó como ingeniero industrial en la

Western Electric Co. Para el año 1954, viaja a Japón y enseña conceptos administrativos de calidad. Se dedicó a publicar una gran cantidad de material relativo a la calidad y su enfoque se basa en lo que se conoce como la Trilogía de Juran; o lo que es lo mismo, a mejorar, planear y controlar la calidad¹⁴.

a) Mejora de la calidad¹⁵. Para este proceso se hace necesario:

1. Establecer la infraestructura. Consiste en la conformación de un comité encargado de definir las políticas de calidad, establecer claramente cuáles son los resultados que se desean obtener, identificar las tareas y sus responsables, además de facilitar los recursos que permitan el logro de esos objetivos.
2. Identificar proyectos de mejora. En este punto el comité se encarga de seleccionar, definir y difundir los proyectos de mejora de la calidad en todas las áreas de la compañía.
3. Desarrollo de equipos. En este punto se promueve la conformación de equipos para lograr la mejora constante, siempre y cuando sean regidos por políticas que normen dicha integración.
4. Proporcionar recursos, motivación y formación de equipos. Consiste básicamente en la provisión de todos los elementos necesarios para el proceso de la mejora de la calidad, aunado al reconocimiento y entrenamiento que se les debe dar a todo el equipo que trabaje para tal fin.

¹⁴ Cantú. op. cit. Pág. 33.

¹⁵ Münch. op. cit. Pág. 117.

“Las formas de mejorar la calidad son: desarrollo de nuevos productos para sustituir modelos antiguos, adopción de nuevas tecnologías, revisión de los procesos para reducir los índices de error¹⁶”. En este sentido, si la meta es ser más productivos y obtener más ganancias, permanentemente se debe desarrollar nuevas características del producto o servicio.

b) Planeación de la calidad¹⁷: proceso que consiste en conocer cuáles son las necesidades del cliente, para posteriormente formular los productos que los satisfagan. Los pasos para la planeación son los siguientes:

1. Identificar quiénes son los clientes: esto permite conocer a quiénes se va a dirigir un producto o servicio.
2. Determinar las necesidades de los clientes: lo cual facilita que la organización sepa qué es lo que quiere el cliente, y en base a esto elabore o constituya sus productos y/o servicios.
3. Traducir esas necesidades al lenguaje de la empresa: consiste en la elaboración de un listado de términos, en el que se definan las características que debe tener un producto o servicio para que satisfaga las necesidades de los clientes.
4. Desarrollar las características ideales que debe tener un producto: es un proceso creativo basado en el análisis de todos los elementos que influyen en el producto, para finalmente desarrollar sus características primordiales y satisfacer al cliente.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Cantú. op. cit. Pág. 39.

5. Desarrollar un proceso que pueda producir las características del producto: consiste básicamente en organizar y normar los procesos, de manera tal que facilite la creación del producto.
 6. Transferir el proceso a la operación: es la puesta en práctica de todas las etapas anteriores.
- c) Control de la calidad¹⁸: el control de la calidad busca comparar el comportamiento real en relación con lo planteado originalmente, estableciéndose los correctivos necesarios para mejorar los procesos. En este punto deben participar todos los miembros de la organización y adicionalmente se deben utilizar los métodos estadísticos para realizar las mediciones y observaciones que posteriormente permitirán corregir las fallas que tenga el proceso. En este sentido, las etapas para el control son:
1. Seleccionar el sujeto de control, tomando en cuenta usuarios internos y externos.
 2. Elegir una unidad de medida que facilite la evaluación en números.
 3. Establecer una meta para el sujeto de control
 4. Crear un censor que pueda medir el sujeto de control en relación con la unidad de medida.
 5. Medir el desempeño real

¹⁸ Münch. op. cit. Pág. 124.

6. Comparar si se cumplieron los objetivos
7. Interpretar la diferencia entre el desempeño real y la meta
8. Tomar las medidas correctivas necesarias

Según Juran, son diez las etapas necesarias para efectuar el proceso de calidad¹⁹:

1. Formular la política de calidad
2. Estimar las dimensiones
3. Seleccionar los proyectos
4. Proveer los recursos
5. Garantizar que se ejecuten las soluciones del proyecto
6. Establecer medidas necesarias
7. Proveer la revisión y coordinación del proceso
8. Brindar reconocimientos
9. Evaluar y comunicar los resultados
10. Mantener el mejoramiento en productos, procesos y sistemas

¹⁹ Münch. op. cit. Pág. 126.

4) Phillip B. Crosby²⁰

Nace en West Virginia en 1926 y se gradúa en la Western Reserve University. En el año de 1979 funda una compañía en Florida que lleva su nombre. De profesión ejecutivo y empresario, mantiene que el mejoramiento de la calidad parte del compromiso de la alta dirección y abarca a todos los miembros de la organización.

Propone un plan de 14 pasos para mejorar la calidad:

- a) Compromiso de la dirección: busca comprometer a los directores de la organización a participar en el programa de calidad y promover la participación de todos sus miembros.
- b) Equipo de mejora de la calidad: conformar equipos para el mejoramiento de la calidad, en donde están representados todos los departamentos de la organización.
- c) Medida de la calidad: establecer indicadores que permitan cuantificar o medir en dónde se encuentran los problemas de la compañía.
- d) El coste de la calidad: consiste en evaluar el costo de la falta de calidad para tomar acciones correctivas.
- e) Conciencia de la calidad: aumentar el nivel de preocupación e interés por la calidad en todo el personal, de forma tal que se reconozca, comprenda y apoyen todas las acciones correctivas.

²⁰ Paul James. La gestión de la calidad total: un texto introductorio. (Madrid: Prentice Hall Iberia, 1997) Pág. 53-55.

- f) Acción correctora: realizar acciones que permitan corregir los problemas identificados.
- g) Planificación cero defectos: conformar un comité para la puesta en práctica de un programa de cero defectos.
- h) Formar al supervisor: capacitar a los empleados que servirán de facilitadores en el programa de mejoramiento de la calidad.
- i) Realizar un día cero defectos: que sirva de símbolo y ayude a todos los empleados a comprender que en la compañía ha habido un cambio en materia de calidad.
- j) Establecer un objetivo: promover que las personas establezcan objetivos personales sobre una base de 30 a 90 días.
- k) Eliminación de la causa-error: identificar los problemas que impiden que el trabajo se realice libre de errores.
- l) Reconocimiento: incentivar y reconocer a las personas que logran sus objetivos de calidad.
- m) Consejos de calidad: crear consejos de calidad, compuestos por el personal y los líderes de los equipos de calidad.
- n) Repítalo: realizar de nuevo los pasos anteriores

Importantes han sido las contribuciones en aras de mejorar la calidad de los productos y servicios y por ende, la calidad de la organización que trabaja día a día en la producción o en la prestación de servicios excelentes. Al igual que cualquier empresa, la biblioteca no

escapa de esta afirmación, y debe tener en cuenta la filosofía de la calidad como precepto en la prestación de sus servicios.

A manera de resumen se puede decir que Deming, con sus 14 pasos, mantiene la definición de calidad como la adecuación de su objetivo. A Ishikawa se le conoce más por sus contribuciones a la gestión de la calidad a través de su control estadístico y sostiene la teoría de involucrar a todo el personal en el desarrollo de la calidad. Mientras tanto Juran, con su definición de calidad como adecuación al uso; en donde lo fundamental era la mejora, la planeación y el control de la calidad. Y Crosby, desarrolló los 5 absolutos de la calidad, además de desarrollar un plan para mejorar la calidad.

2.1.3. Gestión de la Calidad Total o Total Quality Management (TQM)

El enfoque actual de la calidad indica que es el resultado de los esfuerzos inteligentes, concentrados e integrados en una organización. En efecto, el TQM es un sistema que apoya a una organización en la cual todos sus miembros operan con el interés de perfeccionar continuamente su trabajo para lograr la satisfacción total de las necesidades de sus usuarios. Su función principal se basa en obtener resultados con alto nivel de calidad en todos los aspectos del trabajo individual o de las operaciones de la organización²¹.

El TQM es un sistema que permite incrementar y mejorar la calidad en una organización con el fin de producir bienes y/o servicios a bajos costos, teniendo como objetivo principal la satisfacción de los

²¹ Gloria Dante Ponjuán. Gestión de la calidad total. Curso del Diplomado de Servicios de Información. (La Habana: IDICT, 1997) Pág. 1-44. Citado por: Manuela de la C. Abreu y Rubén Cadeño Andalia. Gerencia de la calidad en las organizaciones. ACIMED, vol. 6, n. 2, 1998.

consumidores²². Por lo que cabe inculcar esta filosofía a la BMR para que apunte siempre a la oferta y prestación de servicios con la mayor calidad posible, incluso a niveles de excelencia, pues es el mayor ente proveedor de recursos para apoyo a la investigación científica-tecnológica de Venezuela, América Latina y el Caribe.

En consecuencia, la gestión de la calidad total en bibliotecas debe considerar a sus usuarios como los elementos rectores que subordinan todas las actividades de la unidad. Comenzando con el establecimiento de la misión, la visión, las estrategias del trabajo, seguido del perfeccionamiento de la organización en general, para ofrecer finalmente un servicio o producto excelente. Esta actividad requiere del conocimiento de las necesidades explícitas o implícitas del usuario, como de la evaluación y preparación constante de la organización²³.

En este sentido, las organizaciones deben transformarse en entidades orientadas al cliente, y esto demanda mayor flexibilidad en las políticas, una estructura menos jerárquica a fin de dar respuesta de manera oportuna a los requerimientos internos y externos.

Entre los principales componentes que integran la filosofía del TQM, se encuentran²⁴:

- a) El liderazgo. Es la base catalizadora para lograr la participación de todos los miembros de la organización y de esta forma alcanzar un objetivo. La clave radica en transmitir la dirección y la inspiración necesaria para mantener y potenciar el compromiso de los trabajadores.

²² Münch. op. cit. Pág. 85.

²³ Manuela de la C. Abreu y Rubén Cadeño Andalia. Gerencia de la calidad en las organizaciones. ACIMED, vol. 6, n. 2, 1998.

²⁴ Idem.

- b) El enfoque al empleado. La calidad total no sólo significa mejores productos y servicios, sino también mejores hombres. Esto es, reconocer el potencial de cada ser humano para que se apropie de su trabajo y se enorgullezca de lo que realiza.
- c) El compromiso de los empleados. Comprometer a los trabajadores con las labores que realizan dentro de la organización, logrando que interioricen los objetivos en todas sus dimensiones.
- d) El reconocimiento y la recompensa. El reconocimiento al trabajo bien realizado es un detalle que no se debe escapar. De hecho, las organizaciones actuales incluyen un programa de estímulos y recompensas en sus costos.
- e) El adiestramiento. La formación constante del factor humano es fundamental para que comprendan su papel en la satisfacción del cliente o los usuarios.
- f) El enfoque al cliente. Esto es, lograr que la organización comprenda que el cliente es lo más importante y que su función es conservarlos y potenciarlos, así como también, atenuar las diferencias entre lo que esperan y reciben de ella.
- g) La planificación estratégica. Implica el análisis para determinar las estrategias y las acciones a seguir, así como la asignación de recursos para alcanzar los objetivos.
- h) El cambio y la gestión de los procesos. Cuando el objetivo es gerenciar con calidad, los procesos de cambio se convierten en mejora continua.

- i) El “Benchmarking”. Consiste en la evaluación de los servicios, productos y procesos de trabajo de las organizaciones líderes, con el fin de incorporar sus prácticas a la organización y mejorar su desempeño.

- j) El diseño de productos y servicios. El diseño de gestión empresarial contempla los siguientes aspectos: diseñar identificando las necesidades de los clientes/ usuarios, reevaluando sus requerimientos sistemáticamente; se involucrarán en el proceso de diseño a los trabajadores que mantengan contacto directo con los usuarios y se reconsiderará la capacidad de respuesta que tiene la institución ante los nuevos requerimientos.

- k) La recolección de datos y su análisis. Para que la organización sea cada vez mejor, se debe evaluar constantemente, utilizando datos que indiquen cómo se encuentra la empresa y orientar los esfuerzos en los aspectos más débiles.

Muchos de estos elementos fueron tomados en cuenta para la realización de esta investigación, con el fin último de diseñar las estrategias que debe cumplir la BMR para apuntar a la excelencia como organización. Después de todo, el enfoque del TQM es considerar la satisfacción simultánea de todos aquellos a los que el trabajo de la organización afecta: usuarios y empleados. Los primeros esperan productos y servicios de calidad, mientras que los otros buscan mejorar sus inversiones y su nivel de vida.

2.1.3.1. Cultura organizacional

La cultura es el “conjunto de conocimientos, creencias, leyes, moral, costumbres, capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad²⁵”.

La cultura de una sociedad influye directamente en la cultura de las organizaciones. El comportamiento de los individuos está relacionado con sus valores y creencias, y de esto dependerá que se produzcan o no, grandes cambios hacia la excelencia²⁶.

Por esto que fue primordial, realizar un diagnóstico del personal de la BMR, y de su trabajo como organización, pues siempre que se plantea mejorar la calidad de los servicios de una organización, hay que tomar en cuenta su gente, sus valores y todo aquello que sea parte de su cultura organizacional.

Para Müller de la Lama²⁷, la cultura organizacional puede definirse como “los valores que predominan en el personal de una empresa, los diversos sistemas de dirección, de trabajo y de control. La forma de hacer las cosas, la actitud del personal, el vestido, el lenguaje, los chistes, la manera de comportarse, los héroes, las leyendas, los rituales, las tradiciones, las metas, los símbolos, entre otros. La cultura organizacional nos dice cómo es el ciclo de vida de un empleado”.

²⁵ Münch. *op. cit.* Pág.48.

²⁶ Cantú. *op. cit.* Pág. 83.

²⁷ Enrique Müller de Lama. Cultura de Calidad de Servicio. (México: Editorial Trillas, 1999) Pág. 25.

Respecto al mismo tema Cantú²⁸ expone algunos de los aspectos que determinan la cultura en las organizaciones:

- a) Autonomía individual. Permite que los individuos en una organización tomen la iniciativa de emprender acciones positivas.
- b) Estructura. Es conocer en qué medida las reglas, normas y la supervisión directa, son usadas para controlar el comportamiento de los trabajadores.
- c) Apoyo. Es el nivel de cordialidad y apoyo que muestren los jefes con sus subordinados.
- d) Identidad. Saber en qué medida los miembros de la organización se identifican con ella.
- e) Forma de recompensar el desempeño. Manera en que la asignación de reconocimiento en la organización considera criterios congruentes con los sistemas administrativos.
- f) Tolerancia al conflicto. Nivel de aceptación de conflictos que existen entre los miembros de la organización.
- g) Tolerancia al riesgo. Medida en que se estimula a los trabajadores a tomar riesgos, ser preactivos e innovadores.

Se puede afirmar entonces que, al igual que en cualquier organización, en una biblioteca el sentir de la colectividad de sus miembros, sus relaciones interpersonales y los estilos de trabajo, dirección y organización, conforman la cultura interna de la misma.

²⁸ Cantú. op. cit. Pág. 83.

2.2. El Servicio

Para ofrecer las bases del concepto que puede darse al servicio, se necesitarían uno o más definiciones, las cuales sin ser definitivas servirán para ilustrar su significado.

El servicio es definido por Horovitz²⁹ como el conjunto de prestaciones que el consumidor espera además del producto o del servicio de base, en función del precio, de la imagen y de la reputación de la organización.

De igual manera, Muller³⁰ sostiene que el servicio es una acción que satisface las necesidades de un usuario, lo cual genera una experiencia psicológica en él.

En este sentido, Ginebra y Arana³¹ establecen que el servicio es la experiencia de una compra satisfactoria en la cual intervienen los siguientes factores: percepción, expectativas y el reflujo. La percepción satisfactoria que obtenga el consumidor durante la prestación del servicio, incrementará sus expectativas en relación al mismo. También se debe recordar el reflujo, el cual no es más que tener siempre presente a los usuarios y aquellos elementos que son determinantes en la percepción, como la creación de detalles inesperados.

Sobre la base de los conceptos antes expuestos, se entiende por servicio a todas aquellas acciones, que son la esencia principal de una operación la cual se concibe para proporcionar la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

²⁹ Horovitz. op. cit. Pág. 23.

³⁰ Müller. op. cit. Pág. 55.

³¹ Joan Ginebra y Rafael Araba de la Garza. Dirección por servicio: la otra calidad. (México: McGraw-Hill, 1991) Pág. 26.

La globalización y la economía del mercado han llevado a las organizaciones a redefinir sus estrategias, para buscar un punto de equilibrio entre el producto y el consumidor. Las Bibliotecas por su parte, como prestadoras de servicios, no pudieron permanecer ajenas a este nuevo paradigma en relación a su clientela. Los usuarios tienen la oportunidad de opinar y sugerir nuevas alternativas de los productos y servicios consumidos, que se deben desarrollar para atender sus necesidades.

2.2.2. Evolución de los servicios

La humanidad ha pasado del trueque a una compraventa altamente especializada, en donde la sociedad de consumo hace de cada individuo un comprador-vendedor. Las industrias han pasado de un esquema de producción a un esquema de rendimiento; por lo que en las últimas décadas se ha observado un gran crecimiento en el sector servicio, esto lo ha llevado a convertirse en uno de los principales factores para el desarrollo de la economía. Conjuntamente con este desarrollo, tanto productos como servicios se han enfrentado a una serie de cambios, lo cual ha logrado que las organizaciones sean cada día más competitivas.

El servicio se ha convertido en un tema de gran interés y eso se debe a que los consumidores son cada vez más críticos al respecto. Al principio sus expectativas era obtener un producto o servicio a un precio competitivo. En la actualidad, dichas expectativas vienen acompañadas de calidad; es decir, ya no es suficiente el bajo precio del producto, sino que se evalúa la calidad que puede ofrecer. De este modo los competidores se van adaptando rápidamente a los requerimientos de sus mercados.

Tal afirmación también es válida para el sector bibliotecario, como productor de servicios, pues con el transcurrir del tiempo y los avances en tecnologías de información y comunicación, los usuarios de las bibliotecas se han tornado cada vez más exigentes, en la búsqueda por satisfacer sus necesidades de información y expectativas de servicios. Por esto es que la biblioteca debe tener como filosofía la optimización continua de sus recursos y procesos, como la mejor vía para servir excelentemente a sus usuarios.

Según Albrecht³², cotidianamente se hace referencia al sector servicios, definiéndolo como una industria en la cual el producto es intangible. En este sentido, la Oficina del Censo del Departamento de los Estados Unidos la ha segmentado en cuatro grandes categorías de la economía:

- a) Transporte, comunicaciones y servicios públicos
- b) Comercio al por mayor y al detalle
- c) Finanzas, seguros y bienes raíces
- d) Servicios

El sector servicios ha crecido rápidamente incluyendo los servicios comerciales, jurídicos, técnicos, personales y recreativos, dividiéndose en tres etapas. En la primera etapa, el enfoque del servicio es en el sentido clásico de ayuda, lo cual acentúa su impacto en una economía basada principalmente en información. En este sentido, las escuelas y bibliotecas son tan productores primarios como el agricultor, y su productividad es tal

³² Karl Albrecht y Ron Zemke. Gerencia del servicio: Cómo hacer negocios en la nueva economía. (Bogotá: 3R Editores, 2000) Pág. 3.

vez más definitiva. Es por ello que se pretende resaltar la importancia del servicio como un producto primordial.

La segunda etapa es el servicio en el sentido de reparar, el cual no está explícito en la economía, pero en una compañía es un factor determinante en el éxito de su mercado, ya que los consumidores han llegado a esperar que el fabricante les garanticen el rendimiento de un producto mucho más allá de la compra, diferente a lo que antes ocurría.

La tercera etapa es el servicio de valor agregado y se considera la más intangible de todas, ya que sólo da la sensación de amabilidad, cortesía o deseo de hacer bien las cosas para los usuarios. Y en donde las bibliotecas, junto con su factor humano, juega un papel determinante, pues el referencista es la cara de la organización frente a su usuario, y la evaluación de la biblioteca mayormente dependerá del trato que reciba el usuario al momento de ser atendido por su personal.

Esta es la era de los servicios prestados, desarrollados y diseñados sistemáticamente, para satisfacer al consumidor con todas las herramientas posibles y lograr que su percepción respecto al servicio sea la mejor posible.

Por su parte, Shelp³³ realiza una clasificación de los servicios, en la cual explica que cada uno de ellos se desarrolló como respuesta a una serie de etapas y condiciones económicas paralelas:

³³ Ronald Kent Shelp, et al. Service Industries and Economic Development. (Nueva York: Praeger Editores, 1985) Pág. 3. Citado por Karl Albrecht y Ron Zemke. Gerencia del servicio: Cómo hacer negocios en la nueva economía. (Bogotá: 3R Editores, 2000) Pág. 12.

- a) Servicio personal no calificado. Se refiere a los servicios domésticos, alistamiento militar y ventas callejeras, el cual constituye las principales actividades de servicio en economías tradicionales.

- b) Servicios personales calificados. Surgen con los servicios prestados por artesanos calificados, comerciantes mayoristas y minoristas, personas dedicadas a la reparación y al mantenimiento y personal auxiliar. Nació en la época de la revolución industrial a raíz del crecimiento de la población urbana.

- c) Servicios Industriales. Este tipo servicio se originan como soporte en el mundo de los negocios industriales, con grupos organizados de especialistas calificados. Ofrecidos por oficinas jurídicas, bancos, compañías de seguros, corredores de finca y sociedades comerciales.

- d) Servicios masivos para consumidores. Se origina a medida que aumenta la riqueza y se puede tener mayor poder adquisitivo. La demanda de viajes ha fomentado la creación de diversas aerolíneas, hoteles, compañías de alquiler de automóviles, restaurantes de todas las clases, entre otras. En el ámbito de diversiones se ha creado desde el cine hasta los deportes. Y no hay que olvidar, la industria relacionada con aspectos de la salud y el bienestar.

- e) Servicios comerciales de alta tecnología. La creación de las microondas, los rayos láser, los satélites, entre otros, han promovido la creación de nuevos servicios, así como también, la modernización de los ya existentes.

- f) Servicios de asesores científicos. Los proveedores de este tipo de servicios pueden ser los consultores gerenciales, los investigadores universitarios y los programadores de software, debido a que sus tareas están ligadas a la organización, integración y administración.

Las bibliotecas, muy bien podrían ubicarse en varios de estos tipos de servicios. Cabe destacar que, cualquiera que sea el caso, sigue aumentando la competencia entre los proveedores, así como también la necesidad de suministrar servicios eficientemente para satisfacer las necesidades del consumidor.

2.2.3. Características de los servicios

Albrecht³⁴ atribuye a los servicios las siguientes características:

- a) Los servicios se producen en el momento que se consumen, por lo que no existe una previa elaboración.
- b) Los servicios no se pueden inspeccionar o almacenar para consumirlos después, por tanto se prestan generalmente en donde esté el usuario.
- c) Los servicios no se pueden ver antes de su despacho, pues exigen la presencia del consumidor para poder suministrarlos.
- d) La intangibilidad es una de las características principales de los servicios, debido a que cuando se presta un servicio el cliente no puede manejar nada palpable.

³⁴ Albrecht y Zemke. op. cit. Pág. 40.

- e) El valor del servicio depende en gran medida de la experiencia personal. La experiencia no se puede vender ni pasar a terceros.
- f) Dado que el servicio se produce en el mismo momento de su consumo, si éste se presta inadecuadamente no se puede repetir. En consecuencia, las indemnizaciones y/o compensaciones se utilizan como medios para reparar las posibles fallas.
- g) Se debe asegurar la calidad antes de la prestación de un servicio.
- h) Para que un servicio tenga vida, debe existir en gran medida la interacción humana.
- i) La calidad del servicio está sujeta a las expectativas del consumidor del servicio³⁵:
 1. Comunicación boca a boca. Se refiere a las opiniones que se forma el usuario potencial, basado en lo que oye decir sobre el servicio a otros consumidores.
 2. Necesidades personales. Las expectativas del servicio, están sujetas a las características personales de cada usuario.
 3. Experiencias anteriores. Las expectativas de los usuarios varían de acuerdo si no han utilizado el servicio o si han usado servicios similares.
 4. Comunicación externa. Consiste en la promoción o publicidad que realicen las organizaciones sobre sus productos o servicios.

³⁵ Carmen Ruiz Olalla. Gestión de la calidad del servicio. [en línea] 5campus.com. Control de Gestión. [fecha de consulta 26 Octubre 2005]. Disponible en: <<http://www.5campus.com/lección/calidadserv>>

- j) La probabilidad que un usuario quede satisfecho con el servicio, viene dada por la cantidad de personas involucradas en el proceso.

De las características anteriormente mencionadas se puede inferir que los servicios, a diferencia de los productos, sólo existen como experiencias vividas. El servicio de los servicios se ha convertido en un arma competitiva que comprende dos dimensiones propias: la expectativa que tiene el usuario respecto a algún servicio y la experiencia que vive en el momento en el que hace uso del mismo.

Todas estas particularidades deben ser tomadas en cuenta al momento de optimizar o crear algún servicio en las bibliotecas, pues la percepción general de sus usuarios respecto a la calidad de la organización dependerá en gran medida de la internalización en relación a la importancia que tienen los distintos elementos que conforman la prestación de los servicios.

2.3. Calidad en los servicios

La calidad del servicio actualmente se ha convertido en un factor decisivo para el crecimiento y desarrollo de las organizaciones, esto se debe a que las exigencias de los consumidores son cada vez mayores, debido a que no sólo se evalúa el producto final, sino también los procesos que se recorren para llegar a tal fin.

Para Münch³⁶, “la calidad en el servicio es una cultura que implica un cambio de actitudes, mentalidad, y estructura para ejercer valores perdurables y establecer un compromiso para con los clientes y la sociedad”.

³⁶ Münch. *op. cit.* Pág. 181.

Por otra parte, Horovitz³⁷ afirma que la calidad en servicios está estrechamente relacionada con la expectativa y satisfacción del usuario y ésta última se constituye en la reacción emocional y personal al servicio por parte del usuario.

La filosofía de la calidad aplicada específicamente al sector bibliotecas, está íntimamente ligada a la relación usuario / servicios de información, su oportunidad y pertinencia, además de la capacidad de la organización de cubrir la demanda y expectativa de sus usuarios.

2.3.1. Orígenes de la calidad del servicio

La filosofía de calidad tiene sus inicios en 1940, cuando Deming la utilizó en el sistema de perforación de tarjetas para el procesamiento del censo en los Estados Unidos de América, afirmando luego que las empresas de servicios se caracterizan por mantener contacto directo con el usuario final, en el tiempo de respuesta, la pertinencia, la accesibilidad y la presentación, son los elementos primordiales para medir y evaluar la calidad en el servicio. Para desarrollar una cultura de mejora continua en una empresa de servicio se debe³⁸:

- a) Establecer constancia en el propósito del servicio. Consiste en determinar cuáles son los consumidores, qué servicios requieren y cómo lo requieren, logrando de esta manera definir estándares en la organización y mantener la innovación constante.

- b) Adoptar una nueva filosofía de servicio que implique no cometer más errores. Se fundamenta en reforzar al personal una cultura en

³⁷ Horovitz. op. cit. Pág. 23.

³⁸ Münch. op. cit. Pág. 177-185.

donde no se permita el desconocimiento de su trabajo, procurando la capacitación constante.

- c) Exigir la evidencia estadística de la calidad de los materiales. Implica garantizar la calidad en todas las actividades que se realicen para la prestación de un servicio, dejando constancia de los errores cometidos y los gastos que estos producen.
- d) Contratar proveedores. Evaluando factores como compromiso, responsabilidad, calidad, entre otros y dejando a un lado los costos.
- e) Mejorar constantemente el sistema de producción y servicio.
- f) Reestructurar la capacitación. Consiste en promover el entrenamiento constante del personal en aspectos como la calidad del servicio y herramientas estadísticas.
- g) Mejorar la supervisión. Procurar que el tiempo que se dedique a la supervisión del personal sea mayor, a fin de que se mejore continuamente el trabajo.
- h) Eliminar el miedo. Lograr que el personal se sienta en la libertad de realizar sugerencias para mejorar el servicio.
- i) Mostrar logros. Radica en dar a conocer a todos los miembros de la organización las metas alcanzadas en relación al mejoramiento de la calidad del servicio.
- j) Derribar las barreras. Fomentar las comunicaciones entre los distintos departamentos que conforman la organización.

- k) Recordar que los estándares deben producir calidad y no cantidad.
- l) Instituir el programa de capacitación continua. Lo que permitirá que el personal se identifique con la institución fomentando el desarrollo de competencias.
- m) Fomentar la seguridad y el sentimiento de orgullo por un trabajo bien hecho.
- n) Crear una estructura ante la alta dirección. Que vele por el cumplimiento de los 13 puntos anteriores.

Luego de analizar los 14 puntos de Deming sobre el desarrollo de una cultura organizacional con miras al mejoramiento continuo de todos los procesos involucrados en una empresa de servicios, se puede notar que existe un vínculo directo entre el factor humano de la organización y el desarrollo de la misma, pues el personal es la base de toda prestación de servicio y quien está en constante contacto con los usuarios. Cosa que sucede a diario en una biblioteca, donde el referencista es la persona clave ante el usuario que requiere información, al igual que todo el equipo que está inmerso dentro de los procesos bibliotecológicos, para el fin último de la recuperación de información, de manera oportuna y certera.

2.3.2. Principios de la calidad en los servicios³⁹

La calidad del servicio se basa en algunos principios fundamentales que deben ejercerse por todos los miembros que conforman la organización, estos son:

- a) El usuario siempre tiene la razón. Ya que éste es el que evalúa si un servicio es o no de calidad, es decir, siempre dará la pauta en cuanto a cómo, cuándo y dónde quiere el servicio.
- b) Cumplir con lo prometido. En este sentido, la organización siempre debe procurar cumplir con lo que en un principio se le ofrece al consumidor, ya que esto permitirá distinguirse entre sus competidores.
- c) Mejora continua. Consiste en la búsqueda constante de la excelencia.
- d) Los detalles son importantes. Se debe procurar prestar atención a los detalles, puesto que los usuarios tienden a fijarse en las pequeñas cosas que no funcionan.
- e) La sonrisa. La calidad del servicio depende en gran medida de la rapidez y eficiencia con que se preste el mismo, no obstante, el buen trato del personal será un factor de suma importancia.

Estos principios son básicos para cualquier organización o empresa que quiera prestar servicios de excelente calidad con la finalidad de mantener la confianza de sus usuarios, y hasta la captación de otros interesados en los productos y recursos que ofrece.

³⁹ Horovitz. op. cit. Pág. xiii.

2.3.3. Características de un servicio de calidad

Cualquier organización, sin importar su tamaño o categoría, tienen sistemas, procesos y normativas para poder operar. Sin embargo, para que estos sistemas satisfagan las necesidades de los usuarios y permitan que los empleados se sientan a gusto con su trabajo, deben ser concebidos en base a la cultura de la organización. En este sentido, se detallan una serie de atributos que deben poseer las organizaciones como valores instituciones arraigados para ofrecer servicios de calidad.

- a) Confiabilidad. Procurar cumplir con las promesas que se le hacen al usuario, es decir, prestar el servicio según lo estipulado previamente.
- b) Capacidad de respuesta. Consiste en procesar las operaciones rápidamente, a fin de reducir en su máximo nivel, el tiempo de espera del usuario.
- c) Competencia. Se refiere a los conocimientos, habilidades y destrezas requeridos para prestar el servicio.
- d) Accesibilidad. Consiste en la facilidad de acceso, en no hacer esperar al usuario y en establecer horarios adecuados de operación.
- e) Cortesía. Mantener una actitud de respeto y amabilidad con el usuario, además de cuidar la apariencia del personal que lo atiende.

- f) Comunicación. Mantener informado a los usuarios en relación a los servicios que se ofrecen, junto con sus características. Además de saber escuchar sus opiniones y quejas en cuanto a los mismos.
- g) Credibilidad. Comprende elementos como la honestidad y veracidad, con el objeto de satisfacer las necesidades del usuario. Se relaciona con la reputación de la institución y las cualidades de personal.
- h) Seguridad. Se deben tener en cuenta todos los elementos de seguridad al momento de prestar un servicio, en virtud de que no se vea amenazada la integridad física, mental y moral del consumidor.
- i) Comprensión. Procurar esforzarse para conocer los requerimientos reales de los usuarios, facilitar atención individual y reconocer la constancia.
- j) Tangibilidad. Consiste en las situaciones que el usuario percibe o toca. La evidencia física del servicio, sus beneficios, las facilidades físicas del local, entre otras.

2.4. Métodos y herramientas para evaluar la calidad del servicio

En la investigación de las variables que afectan la calidad de un servicio prevalecen dos métodos muy usados para indagar lo que percibe el usuario, el cualitativo y el cuantitativo. El primero permite un acercamiento a los aspectos subjetivos del servicio, mientras que el

método cuantitativo evalúa de manera objetiva las características del mismo pudiéndose identificar y medir con números⁴⁰.

Los métodos cualitativos facilitan al investigador establecer una imagen más cercana de cómo el usuario quiere ser atendido y cuáles son sus necesidades a la hora de solicitar un servicio, pues establece prioridades dando cabida a la organización de las mismas. Sin embargo, los análisis de los datos cualitativos rara vez son decisivos, debido a que no son prueba estadística de alguna variable particular. Aunque son de vital importancia para conocer el marco referencial del consumidor, obteniendo un perfil claro de sus valores y expectativas, que permitirá explorar su perspectiva, tenga o no sentido para la unidad prestadora del servicio⁴¹.

Es cierto que lo cualitativo proporciona mejor precisión en el entendimiento de las áreas problemas del servicio, pero también debe ser apoyado por información cuantitativa, a fin de lograr un excelente recurso de investigación que provea de resultados fundamentados en todos los ámbitos de la percepción del usuario⁴². El método cuantitativo se apoya en la estadística, midiendo cantidades y logrando cotejar y/o afianzar, con muestras representativas, las aspiraciones y factores subjetivos, que resultaron de la investigación cualitativa⁴³.

Para obtener resultados valiosos en la evaluación de la calidad de un servicio bibliotecario es necesaria la aplicación de ambos métodos. No obstante, la necesidad de obtener información cuantificablemente válida,

⁴⁰ Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford. La excelencia en el servicio: conozca y comprenda a sus clientes. (Bogotá DC: 3R Editores, 1997) Pág. 106.

⁴¹ Idem.

⁴² Gwyneth H. Crowley y Charles L. Gilreath. Probing user perceptions of service quality: using focus groups to enhance quantitative surveys. En: *The maturation of assessment in academic libraries: The role of LibQUAL+™*. Editado por Colleen Cook. Bradford, UK: Emerald Group Publishing Limited, 2002, Pág. 78.

⁴³ Albrecht y Bradford. op. cit. Pág. 107.

en muchas ocasiones, prevalece ante la necesidad de explorar la perspectiva del usuario desde su marco referencial, y con frecuencia se ve que las investigaciones de mercado se saltan los métodos cualitativos y se basan sólo en los resultados de métodos cuantitativos. Ejemplo de ello son los llamados estudios de usuarios, que producen información estadísticamente válida y confiable pero sin revelar mucho lo vinculado a las verdaderas necesidades y expectativas del usuario. Bajo esta perspectiva se recomienda trabajar siempre ambos métodos, a fin de obtener resultados referenciales y puntuales, con los que se pueda construir una imagen de lo que piensa y quiere el usuario final, lo más cercano a la realidad.

Existen muchas maneras de recolectar datos, bien sean cuantitativos o cualitativos. Para la parte cuantificable, son frecuentemente usados los cuestionarios y/o encuestas, mientras que para lo cualitativo se usa mucho la observación directa y las entrevistas. Cabe destacar que la recolección de datos no sólo debe abarcar las opiniones de los usuarios, pues hay cuestiones que desde el interior de la organización deben analizarse y de donde pueden surgir las primeras observaciones válidas y referenciales acerca del servicio que prestan, la percepción que tienen de él, y cómo creen que son vistos por sus usuarios, todo en pro de conocer mejor al usuario final.

Los empleados tienen que ser el primer objeto de estudio dentro de cualquier investigación referente a servicios, pues son el medio más valioso para la recolección de información sobre los usuarios. El empleado es o puede servir como un investigador inmediato y de contacto directo con el mercado, pues es uno de los actores en el proceso de prestación de servicio, quien está allí cuando se atiende al usuario, lo conoce, y conoce las situaciones que se han presentado o se pueden presentar al momento de servir. En una organización orientada hacia el

servicio, todo el personal es responsable de la gestión y manejo del mismo, en especial el de contacto directo con el usuario⁴⁴. En el caso de las bibliotecas, son todos aquellos empleados adscritos a los departamentos involucrados en la prestación directa de los servicios.

2.4.1. La observación

Tanto la técnica de observación como el conocimiento previo de la situación a estudiar, son importantes para emprender el diagnóstico de la organización y sus servicios, así como para la aplicación de herramientas de apoyo a la investigación (cuestionarios y entrevistas). Albrecht y Bradford⁴⁵ recomiendan empezar con métodos cualitativos y luego hacer uso de los cuantitativos, para lograr verificar con los segundos lo que encontramos en los primeros, es decir, confirmar si lo que se observó frente a frente con los usuarios hace parte de una muestra significativa y representativa de ellos.

Sin embargo, si los investigadores tienen conocimientos referenciales previos de la organización o a lo que ésta se dedica, bien sea por su formación académica y/o experiencia laboral, a través de una primera observación, apoyo institucional, y hasta entrevistas informales con empleados de la unidad, pueden construirse herramientas preliminares de recolección de datos cuantitativos meramente confiables que abarcasen todas las variables a tomar en cuenta para el estudio.

2.4.2. El cuestionario

Si se ha decidido realizar un cuestionario para recolectar información cuantitativa en la investigación, sus resultados ayudarán a la toma de decisiones de mercadeo y/o hacer cambios operacionales dentro

⁴⁴ Albrecht y Beldford. op. cit. Pág. 109-112.

⁴⁵ Albrecht y Beldford. op. cit. Pág. 107-108.

de la organización, con el fin de mejorar el servicio que se presta, es importante saber a quién va dirigido y qué variables se evaluarán en la investigación. También se deben tomar en cuenta factores de diseño como la manera más fácil de presentárselo a los encuestados, claro para ser llenado, y luego, sencillo para ser procesado.

Para preparar y redactar las preguntas se debe tomar en cuenta que éstas deben ser tan cortas como sea posible, hacer uso de terminología simple y concreta, personalizarlas haciendo uso del Usted, y minimizar la gimnasia mental al momento de responder el cuestionario⁴⁶.

Luego de tener el primer formato del cuestionario listo, es recomendable realizar una prueba piloto, donde se les solicite a unas pocas personas de la población en estudio que llene el cuestionario, a fin de descubrir cualquier falla en el diseño del mismo, desde la introducción, pasando por las instrucciones, evaluando el tiempo que tomó contestarlo y si se entendieron todas las preguntas. Ya resueltas todas las observaciones y correcciones de diseño, está listo el cuestionario final que deberá reproducirse cuanto sea necesario, según la muestra previamente escogida, para ser aplicado y recolectar los datos, para luego codificarlos, tabularlos y presentar los resultados.

2.4.3. Focus Group o Entrevista de Grupo Focal (EGF)

La entrevista, en cualquiera de sus modalidades (a fondo y/o formal, repentina, oportuna y/o informal, telefónicas, en el sitio, focus group, entre otras), tiene la ventaja de entablar frente a frente una conversación con los individuos en estudio, pudiendo no sólo tomar nota de las respuestas a las preguntas realizadas sino observar toda reacción humana ante éstas, dándole vital importancia a la intensidad de los

⁴⁶ Albrecht y Bradford. *op. cit.* Pág. 153-154.

sentimientos involucrados en la prestación de los servicios, experiencia que no se puede evaluar con una encuesta. Además, esta práctica permite crear los datos cualitativos que realmente ayudan a identificar las necesidades y expectativas de los usuarios.

La EGF es una herramienta útil para describir factores críticos de las variables de la investigación. Es muy utilizada en los estudios cualitativos para indagar cómo el usuario percibe los servicios y su entorno. Originalmente, los focus group se usaban exclusivamente en la evaluación de las reacciones de las personas frente al lanzamiento de nuevas películas o programas de radio o televisión, pero en la actualidad también son aplicados para evaluar las reacciones y percepciones de las personas frente a productos y/o servicios, proveyendo información valiosa para la planificación, creación, o arreglo de éstos. También, estas entrevistas grupales son frecuentemente usadas para comprender mejor los resultados obtenidos a través de algún método cuantitativo, como los cuestionarios⁴⁷.

A pesar de que en base a los grupos focales no se puede generalizar lo que opinan todo los usuarios, esta pequeña muestra permite descubrir factores críticos de gran importancia, referentes a las variables estudiadas en la entrevista. La selección de individuos para la conformación de los grupos a entrevistar, debe cubrir, en gran parte, todo el universo involucrado que se ve afectado por la prestación de los servicios, por eso es importante realizar diferentes entrevistas a empleados y usuarios, por separado, para obtener así resultados de la percepción de todos los actores involucrados en el proceso. Cabe aclarar, que con esta técnica no se busca validez estadística, por lo que no es necesario la aplicación de muchas EGF, sino las suficientes para

⁴⁷ Crowley y Gilreath. *op. cit.* Pág. 79.

asegurar que pueden representar a la población en estudio y que sean capaces de dejar aflorar los puntos críticos del servicio⁴⁸.

Las EGF no son tan estructuradas como las formales o las telefónicas, pero igual debe procurarse un orden mediante una guía de aplicación en la cual se reflejen todas las variables que se pretenden abordar en el momento de la conversación grupal. Para esto es necesaria la conformación de grupos pequeños (usualmente de seis a doce personas), cuyos integrantes podrán ser seleccionados aleatoria o arbitrariamente, con la convicción de que aporten lo mejor de sus ideas y conceptos relevantes a cada variable en estudio.

El grupo debe ser orientado en la entrevista por un moderador, quien juega un rol activo dentro de sus funciones de monitor, aclarando dudas, dando información adicional y realizando preguntas, con el fin único de lograr obtener del grupo todas las observaciones posibles acerca de las variables del servicio a evaluar. Estas sesiones por lo general suelen ser grabadas, al menos con audio, sin embargo los participantes, sobretudo los prestadores del servicio, suelen sentirse amenazados por la técnica, lo que puede traer como consecuencia que no se revele la información por completo, sesgando así los resultados. Si se va a grabar la EGF, se debe participar a los integrantes del grupo, desde el mismo momento de la invitación. Otra opción para la recolección de los datos en los focus group es la figura del relator, quien es la persona que tomará nota de los comentarios expresados por los participantes del grupo, además de las diferentes reacciones al momento de tocar un punto crítico, sin intervenir en la entrevista.

Otros puntos importantes en la aplicación de las entrevistas grupales son el tiempo y la comodidad. Para lograr la mejor disposición de

⁴⁸ Albrecht y Bradford. op. cit. Pág. 128-131.

los integrantes de la entrevista, es necesario aclararles el tiempo que se ha dispuesto para la misma, el cual se recomienda no exceda de dos horas de duración. Debe aplicarse en un lugar cómodo y ameno, en la cual se disponga espacio suficiente para que puedan expresar a través de sus gestos las respuestas y/o reacciones a las preguntas realizadas.

El valor de los focus group consiste en descubrir situaciones resaltantes que tengan un significado importante sobre las inquietudes de los usuarios respecto a los productos y/o servicios de la organización. Estos puntos críticos, si así los son, serán mencionados por los distintos grupos a los que se les realizó la misma entrevista⁴⁹. Luego de realizadas todas las entrevistas, queda entonces agrupar, asimilar y analizar todas las notas y observaciones que surgieron de éstas, para complementar los resultados obtenidos de los instrumentos de investigación bajo el método cuantitativo, si fue el caso de que se aplicó en primera instancia. Si la EGF se usó para determinar cuáles eran los factores críticos de un servicio, para luego diseñar el cuestionario, queda entonces establecer las variables a estudiar y redactar las preguntas de la herramienta.

A manera de resumen, los métodos y herramientas cualitativas y cuantitativas son complementarios, y brindan información valiosa cada una por sí sola. Aunque se pueden observar algunas diferencias marcadas entre ambas (ver tabla N° 1), lo importante es tener claro que para lograr buenos resultados, en una investigación sobre la calidad de los servicios, deben tomarse en cuenta todos los medios posibles que generen la posibilidad de establecer y comprender la percepción que tienen los diferentes actores que intervienen en el proceso, de las variables en estudio.

⁴⁹ Albrecht y Bradford. op. cit. Pág. 137.

Tabla N° 1. Resumen de diferencias entre método cualitativo y método cuantitativo

El método cualitativo es...	El método cuantitativo es...
Descriptivo	Diagnosticador
Subjetivo	Objetivo
Exploratorio	Definitivo
Aproximado	Preciso

Fuente: RRPPnet Portal de Relaciones Públicas. Focus Groups: Técnicas de recolección de datos [en línea]. Argentina: NM Comunicaciones™, 2001. [fecha de consulta: 14 Enero 2006]. Disponible en: < <http://www.rrppnet.com.ar/focusgroups.htm>>

2.4.4. Mercadeo de servicios

El mercadeo de servicios empieza a reconocerse y aceptarse como una actividad derivada del marketing, debido a que los servicios están presentes en todos los aspectos de la vida de cualquier individuo. Los principios de esta tendencia mercadotécnica se pueden aplicar a diferentes segmentos, pues a pesar de que los mercados son distintos, los conceptos son universales⁵⁰.

Es preciso valorizar a los usuarios atendiendo sus necesidades explícitas e implícitas, ofreciéndoles servicios novedosos que satisfagan todos sus requerimientos, combinando lo característico intangible con elementos tangibles⁵¹. Por ejemplo, en una biblioteca podemos prestar buena y esmerada atención al usuario (tangible), pero también brindar seguridad de que toda la información que necesite la encontrará en un mismo lugar (intangible).

2.4.5. La investigación de mercados

La investigación de mercados es utilizada como herramienta de recolección y análisis de información por una organización en la búsqueda de desarrollar su plan de mercadeo, para así ir a la par de los factores

⁵⁰ Marcos Cobra. Marketing de servicios: Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación. (Bogotá DC: McGraw-Hill Interamericana, 2000) Pág. 1.

⁵¹ Idem.

que influyen en el cambio del mercado que atiende⁵². En el área de los servicios, esta investigación abarca en mejor escala esos aspectos tangibles que un consumidor aprecia, pero también puede ser de gran apoyo para indagar las expectativas y/o deseos que el usuario tiene al momento de ser atendido.

El verdadero poder del mercado viene dado por la capacidad de las organizaciones para relacionarse con la fuerza interior de sus consumidores, asumiendo esa premisa como su reto principal. Por esto que la investigación de mercados tiene mucha importancia en la planificación y dirección de una empresa de servicios, las cuales son vistas, en su mayoría, sólo como productoras de elementos intangibles que están en constante relación con la percepción de sus consumidores, respecto a la satisfacción de sus necesidades y expectativas.

Los esfuerzos del mercadeo de servicios, y de la investigación de mercados como su herramienta principal, deben enfocarse en buscar factores que agreguen valor a los servicios ya ofrecidos por la organización, o crear nuevos beneficios para sus usuarios, que cumplan con sus requerimientos, para mantenerlos satisfechos y vinculados con lo ofrecido.

2.4.6. El plan de mercadeo

El desarrollo del plan de mercadeo es un proceso que exige tiempo y dedicación, además del compromiso por parte de toda la organización, y las áreas claves según el plan, de implementarlo, controlarlo y revisarlo constantemente⁵³. Para el caso de las empresas de servicios, incluyendo las bibliotecas, uno de sus objetivos principales es incrementar el uso de

⁵² Arturo Orozco J. Investigación de Mercados: concepto y práctica. (Bogotá DC: Norma, 1999) Pág. 3.

⁵³ Cobra. op. cit. Pág. 40-42.

los servicios que se ofrecen y proponer, según los requerimientos de los usuarios, algunos nuevos con miras a retener a los usuarios reales y conquistar a los potenciales.

Las funciones del plan de mercadeo se pueden resumir en las siguientes etapas vinculadas a su desarrollo⁵⁴:

- a) Análisis de la situación real y actual, e identificación de las oportunidades y amenazas del mercado.
- b) Despliegue de los objetivos de marketing, los cuales están relacionados y subordinados a los objetivos generales.
- c) Selección del segmento o mercado meta, desarrollando los objetivos por cada dependencia.
- d) Creación y desarrollo de estrategias de mercadeo, basándose en el posicionamiento y los elementos de la mezcla del mercado (calidad, servicio, diseño, marca, innovación, precio, entre otros).
- e) Evaluación del plan, adecuándose a las posibilidades y potenciales de la organización.
- f) Dar principio al plan, implantando los controles necesarios para su cumplimiento a buen término.

Según Cobra⁵⁵, un plan de mercadeo debe basarse en un estudio evaluativo completo de la situación actual de la organización en el

⁵⁴ Orozco J. op. cit. Pág. 542.

⁵⁵ Cobra. op. cit. 42.

mercado, y además, tiene que exponer y explicar de manera sintetizada, los elementos de reposicionamiento o lanzamiento del producto o servicio.

2.4.7. Momentos de verdad

Albrecht⁵⁶ señala que la metáfora “los momentos de verdad” la adaptó por primera vez Jan Carlzon en su empresa Scandinavian Airlines Systems (SAS). Según su concepción del servicio, la compañía existe en la mente de sus clientes solamente durante aquellos casos en que éstos entran en contacto directo con aspectos específicos de la organización.

Bajo esta perspectiva, se definen los momentos de verdad como “un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una experiencia sobre la calidad de su servicio⁵⁷”. Es importante destacar que no todos los momentos de verdad implican necesariamente contacto humano, cualquier contacto que éste realice con la organización ya sea a través de un anuncio comercial o paseando por las instalaciones del negocio, es un momento de verdad que conduce a una impresión de los servicios.

No todos los momentos de verdad son iguales, en una organización pueden existir más de cien tipos, pero por lo general, sólo algunos de ellos tendrán un impacto crítico sobre las percepciones del cliente. Esto es lo que se denomina como, momentos críticos de la verdad, los cuales requieren atención y dedicación especial.

⁵⁶ Karl Albrecht. La Revolución del Servicio. (Bogotá: 3R editores, 1997) Pág. 24.

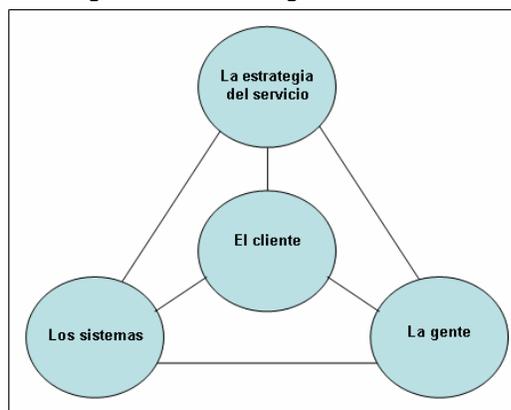
⁵⁷ Idem.

Dado estas características, la construcción del servicio deja de ser tarea de los que los suministran, por lo que ahora se convierte en el momento de verdad que el mismo controla. El empleado ya no fabrica el producto, sino que es parte del mismo. Por lo que se considera que la calidad, en cualquier empresa de servicios, no es más que el resultado de los momentos de verdad.

2.4.9. El triángulo del servicio⁵⁹

El triángulo del servicio (ver figura N° 2) propuesto por Karl Albrecht es una forma de mejorar los procesos mediante la interacción de los elementos que lo componen: la estrategia del servicio, la gente, los sistemas y el cliente o usuario, siendo este último el foco principal del proceso para mantener un alto nivel de calidad en el servicio. Este modelo de triángulo representa un proceso, el cual nos obliga a incluir al usuario en la concepción de la organización.

Figura N° 2. El triángulo del servicio



Fuente: Karl Albrecht. La Revolución del Servicio. (Bogotá: 3R editores, 1997).

⁵⁹ Albrecht y Zemke. op. cit. Pág. 44.

En el triángulo del servicio se presentan varias relaciones entre sus elementos, teniendo como base al cliente para definir a la organización, es decir, en el momento de concebir la idea para la creación de un servicio, lo primero que se debe de hacer es identificar al usuario, tanto en forma sociográfica como demográfica, pues éste será el que le dará las pautas a la organización para prestar un adecuado servicio.

Una vez que se tenga definida la estructura emocional del usuario, se procede a construir un modelo factible para desarrollar el servicio, especificando las estrategias que van a servir para diferenciar a la organización de sus competidores, y en la mentalidad y experiencia de los usuarios. Puesto que la estrategia del servicio tiene que significar algo valioso por lo cual el consumidor quiera pagar. Observemos la línea que conecta el círculo del cliente con el de estrategia del servicio.

Ya comprendidas las motivaciones por las cuales el usuario escoge un servicio, explicaremos en que aspecto se relaciona la gente, con la estrategia del servicio y el usuario. La primera relación implica que debe existir un conjunto de valores compartidos por todos los miembros de la organización sobre el servicio. Siguiendo este orden, la línea que conecta a la gente con el usuario, representa los encuentros frente a frente que tienen los usuarios con todos los empleados de la organización, es decir, es la interacción que responde por la mayor parte de los momentos de verdad.

Bajo esta perspectiva, otras líneas muy interesantes en la figura del triángulo del servicio, son las que conectan al sistema con todos los demás elementos. En primer lugar, la relación entre la gente con los sistemas, consiste en que todos los miembros de la organización, deben trabajar dentro de los sistemas que construyen la forma de dirigir el negocio. En segundo lugar, tenemos la interacción entre los sistemas de

la organización y el usuario, con el fin de que éste último disfrute de los servicios que le ofrece la empresa. En definitiva, la estrategia del servicio tendrá una influencia profunda en los sistemas comerciales, a medida que la organización se centre en el usuario.

Si se desea crear una cultura orientada al servicio es preciso indagar en los principales sistemas que conforman la organización:

- a) El sistema gerencial esta constituido por los miembros de la organización que se encargan de la toma de decisiones estratégicas que orientan a corto, mediano y largo plazo.
- b) El sistema de reglas y regulaciones, se refiere a las leyes de la organización, en relación a lo que es correcto e incorrecto hacer.
- c) El sistema técnico representa a todas las herramientas físicas y técnicas que se utilizan para realizar el producto o servicio.
- d) El sistema social está compuesto por el factor humano de la organización, en el cual la gente práctica o no el trabajo en equipo, la cooperación, la solución de problemas y el manejo de conflictos.

Es importante destacar que el diseño y puesta en marcha de los sistemas, debe estar orientado hacia la conveniencia y necesidades del usuario. Pues, entender cada componente del triángulo del servicio y saber la estrategia que permita manejar sus interrelaciones, es esencial para prestar un servicio competitivo y de calidad.

2.5. Gestión de la calidad del servicio en las bibliotecas

La proliferación de publicaciones en gestión y liderazgo disponible en bibliotecas y librerías es enorme y sugiere un avance vertiginoso de la literatura en estas áreas. A pesar de que dicha literatura está dirigida en su mayor parte al área de negocios, también son aplicables a las organizaciones lucrativas o no, públicas o privadas, incluyendo las bibliotecarias. Ejemplo de ello, son los grandes debates y discusiones a través de la historia en los estudios gerenciales referentes al TQM en servicios bibliotecarios⁶⁰.

Anteriormente, las bibliotecas se caracterizaban por ser conservadoras, con una estructura jerárquica y rígida, lo que no les permitía correr riesgos para realizar cambios en sus procesos administrativos. A mediados de los ochenta, con los cambios signados por el nuevo perfil del bibliotecario, se integró el recurso de planeamiento estratégico al entrenamiento de la alta gerencia de las unidades de información. Luego en los noventa, ya era común para las bibliotecas adentrarse en la búsqueda de la calidad⁶¹.

La gestión de calidad total en bibliotecas no se ha consolidado del todo debido a sus características básicas como organismo productor de servicios, con una relación clara entre el proveedor y el cliente, en la que ambos factores se entremezclan y llegan a confundirse, dificultando así su análisis y posterior mejora. En consecuencia, el desafío que se le presenta a las bibliotecas es responder, dentro de estas limitaciones reales, a las necesidades y expectativas de los usuarios, con la mejora de sus servicios junto con la prestación de los mismos sin valor económico añadido. Además, los servicios bibliotecarios están atravesando un

⁶⁰ Felicity McGregor . Excellent Libraries: A Quality Assurance Perspective. En: *Advances in Librarianship*, vol. 28. 2004. Pág. 17-43.

⁶¹ McGregor. op. cit. Pág. 42.

proceso de cambio a raíz de dinámicos e integrados modelos de aplicación con adopción de una filosofía de gerencia centrada en la competencia, la eficacia, la eficiencia y el rendimiento⁶².

La tendencia a la adaptación y/o creación de normas, programas, estándares e indicadores de calidad aplicados a bibliotecas se ve marcada en la necesidad de estas organizaciones por satisfacer los requerimientos de sus usuarios con buenos productos y servicios. Evidencia de esto, es el empleo de las normas Internacional Standard Organization (ISO) en sus series 9000, para el aseguramiento de la calidad en los sistemas de gestión de bibliotecas.

Por otra parte, en 1999 surge el programa Library Quality (LibQUAL+™), como resultado de las investigaciones y desarrollos de la Association of Research Libraries (ARL) y Texas A&M University, cuya meta principal es el desarrollo de herramientas de servicios en línea dirigidos para la evaluación de servicios bibliotecarios. Las bibliotecas participantes en el programa tienen la ventaja de conocer sus fortalezas y debilidades, con miras a invertir en la mejoría de sus servicios, siendo desarrollados de acuerdo a la expectativa de los usuarios⁶³.

En el caso latinoamericano, para febrero de 2005, el Comité Permanente de Bibliotecas de Instituciones de Educación Superior de Bogotá, D.C., publicó los Estándares e Indicadores de Calidad para Bibliotecas de Instituciones de Educación Superior, donde se describe detalladamente los indicadores cuantitativos que corresponden a cada estándar de las principales áreas en la gestión de este tipo de bibliotecas.

⁶² María, Pinto. Criterios de la calidad total en la biblioteca según el modelo europeo de excelencia (EFQM). [en línea] Andalucía: Acta Décimas Jornadas Bibliotecarias, 1998. [fecha de consulta: 6 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://www.ugr.es/~mpinto/web/doc/AABEFQM.pdf>>

⁶³ LibQUAL+™. [en línea] [fecha de consulta: 10 Febrero 2006]. Disponible en: <<http://www.libqual.org>>

Por último, cabe destacar la existencia en Venezuela de la Norma de Documentación e Información para Indicadores de Desempeño de Bibliotecas COVENIN 15:3-005, basadas en las ISO 11620, relacionadas con la evaluación de cualquier tipo de bibliotecas, con el principal objetivo de contribuir al uso de los indicadores de desempeño de bibliotecas y difundir información sobre cómo pueden utilizarse.

Como punto final, es importante aclarar que todas estas herramientas pueden servir de guía para lograr la mejora continua de los servicios en bibliotecas, pero su aplicación es decisión de cada una de éstas. Otorgándoles la libertad de construir sus propios modelos de evaluación y gestión de la calidad en los servicios, basándose en sus características propias, sus recursos, las necesidades y expectativas de sus usuarios, y su disposición al cambio.

2.6. Planeamiento Estratégico

Durante los años sesenta, la planificación estratégica, vista como una disciplina, fue tomando fuerza hasta alcanzar su auge en los setenta. Muchas empresas empezaron aplicar lo que denominaron planificación a largo plazo; en donde se entendía como estrategia empresarial a un plan complejo y minuciosamente concebido, basado en pronósticos detallados y mercados definidos⁶⁴.

Para comienzos del siglo XXI, la definición de planificación estratégica no difiere mucho de aquel concepto de sus orígenes, pues se entiende como una planificación a largo plazo, enfocando a la

⁶⁴ Robert J. Boxwell. Benchmarking: para competir con ventaja. (Madrid: McGraw-Hill, 1995) Pág. 2.

organización como un todo, es decir, un conjunto. Corredor⁶⁵ indica que es un proceso por el cual se pronostica alcanzar objetivos específicos, fijando el poder y la potencialidad de cada uno de los actores que intervienen en el proceso, en los diferentes escenarios, con tiempos críticos, y bajo un contexto de incertidumbre. En un sentido más amplio, Serna⁶⁶ expone que esta disciplina es la acción de obtener, procesar y analizar información pertinente, interna y externa, para que quienes tomen decisiones en una organización, evalúen la situación actual de la empresa, así como su nivel competitivo, con el fin de predecir y decidir sobre el futuro de la institución y su direccionamiento.

Debido al amplio espectro de la aplicación de la planificación estratégica como filosofía de trabajo dentro de la administración de cualquier organización, institución o empresa, las bibliotecas no escapan de poder ser objeto de tan valioso proceso; tomando al plan estratégico como un modelo que orienta a la toma de decisiones, que permite dar a conocer las diferentes vías posibles y/o necesarias para la puesta en marcha de los objetivos, organizándolos según los recursos y el tiempo que intervendrán en cada solución de los problemas planteados. El plan deberá fijar cada objetivo, al cual se le diseñarán estrategias específicas a ser ejecutadas para alcanzar así las metas planteadas, claro está, previa evaluación de la situación actual de la unidad de información. Estos objetivos no son más que los resultados que una organización aspira obtener a través de su misión, con miras a cumplir su visión, las cuales deben estar bien definidas dentro del plan, junto con sus valores,

⁶⁵ Julio Corredor. La Planificación Estratégica. (Caracas: Vadell Hermanos, 2001) Citado por Arcángel Sánchez Gómez. Planificación Estratégica de Unidades y Servicios de Información. [diskette] Caracas: EBA-FHE-UCV, 2005. Pág. 10-11.

⁶⁶ Humberto Serna Gómez. Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos, índices de gestión. 8ª ed. (Bogotá: 3R Editores, 2003) Citado por Arcángel Sánchez Gómez. Planificación Estratégica de Unidades y Servicios de Información. [diskette]. Caracas: EBA-FHE-UCV, 2005. Pág. 10-11.

fortalezas y condiciones ideales, además del período en que debe cumplirse⁶⁷.

Es importante recalcar entonces que cada organización, incluyendo las bibliotecas, deben establecer todos estos elementos dentro de su planificación administrativa, haciendo énfasis en redefinir constantemente su misión y visión para ir a la par de los cambios de su entorno y poder manejarse como una unidad competitiva frente a sus similares. Al respecto, Siess⁶⁸ destaca la diferencia entre ambos conceptos, definiendo a la misión como una declaración explícita y breve del propósito primordial de la organización, que consiste en plasmar su razón de ser, qué hace, cómo lo hace, y en qué se diferencia de sus iguales y/o competidores, reflejando los valores de la misma. La visión, por su parte, la precisa como un enunciado conciso de qué es lo que la organización quiere ser y hacer en su futuro, de forma tan idealista que no sea alcanzable en el corto plazo.

2.6.1. Toma de Decisiones

La toma de decisiones, vista de la forma más sencilla, es el proceso de selección entre diferentes opciones. Cargada de subjetividad, como toda actividad humana, la toma de decisiones depende de muchos factores que van desde el número de personas encargadas de tal acción hasta la situación geográfica y cultural en el que se encuentra el o los facultados de tomar la decisión⁶⁹.

⁶⁷ Arcángel Sánchez Gómez. Gerencia estratégica como base de la planificación de unidades y servicios de información: el plan estratégico de una unidad de información. [diskette] Caracas: EBA-FHE-UCV, 2005. Pág. 6-7.

⁶⁸ J. A. Siess. Time Management, Planning and Prioritisation for Librarians. (Lanham, MD: Scarecrow, 2002) Citado por David Baker. The Strategic Management of Technology: a guide for library and information services. (USA: Chandos Publishing, 2004) Pág. 7.

⁶⁹ Alan M. Rugían y Richard M. Hodgetts. Negocios Internacionales: un enfoque de administración estratégica. (México: McGraw-Hill, 1997) Pág. 284.

Toda organización debe tomar decisiones constantemente, y si éstas son consecuencia o dependen del contexto del mercado a que atiende y/o lo afectan, se multiplica el factor incertidumbre. Es por esto que los peligros que pueden ocasionar los posibles efectos y reacciones, erróneas o no, de una decisión tomada de manera equivocada pueden ser imprevisibles y difícilmente cuantificables⁷⁰.

Tomando en cuenta los dos factores fundamentales en la decisión: la causa y sus infinitas alternativas que se pueden adoptar como consecuencia de la misma, Ferré⁷¹ realiza una clasificación del proceso de toma de decisión en tres grandes grupos:

- a) Tomas de decisión estratégica. Afectan a largo o mediano plazo, de manera pausada y meditada, con un gran componente intelectual, y están basadas en la realidad de productos y/o servicios de la organización, junto con su posicionamiento dentro del mercado. Se privan de incluir cualquier objetivo idealista, pues forman parte del plan de acción, siendo la columna vertebral del mismo.
- b) Tomas de decisión operativa. Adoptadas en el momento de realizar las acciones, conduciéndola y dándole sentido y forma. Puede o no generarse de una decisión de tipo estratégica, pues en algunos casos se deriva de situaciones imprevistas y tienen impacto a corto plazo.

⁷⁰ José María Ferré Trenzano. Investigación de Mercados Estratégica: cómo utilizar de forma inteligente la información de los estudios de mercado. (España: Gestión 2000, 1997) Pág. 35-40.

⁷¹ Idem.

- c) Tomas de decisión correctiva. Obedeciendo a situaciones de emergencia o anómalas, bien sea de estrategias establecidas o de acciones que han ocasionado algún impacto negativo.

Atendiendo a la estructura formal de una decisión, ésta puede dividirse también en dos géneros: las cuantitativas y las cualitativas. Entendiendo por cuantitativo todo lo que maneja cantidades y magnitudes, mientras que lo cualitativo expresa cualquier tipo de cualidad o característica. Pero también hay que tener en cuenta que las tomas de decisión afecta a cada uno de los momentos del proceso de comercialización de un producto y/o servicio de cualquier ámbito, que va desde el establecimiento de estrategias generales de negocio, pasando por la gestación del nuevo producto o servicio, su lanzamiento y, si es necesario, su eliminación⁷².

2.6.2. La investigación de mercados en la planificación estratégica

La planificación estratégica dentro de cualquier organización, para cumplir con todas las etapas del proceso (declaración de la misión y visión, formulación de objetivos y selección de estrategias) requiere de la investigación de mercados, ya que con ésta se busca y obtiene información objetiva aprovechable para la toma de decisiones⁷³.

Todo instrumento o técnica de investigación es una actividad basada en metodología científica que permite conseguir información precisa y adecuada para un problema en específico, ayudando así a reducir el riesgo a cometer una equivocación a la hora de tomar una decisión, pues se maneja la realidad del mercado. El producto de la técnica de investigación es el o los modelos de información, que

⁷² Ferré. op. cit. Pág. 42.

⁷³ Orozco. op. cit. Pág. 20.

representan a un conjunto de datos, de manera estructurada, como consecuencia de los requerimientos de los resultados de la investigación de mercado, por cada uno de los problemas presentados a la hora de la toma de decisiones⁷⁴.

Por esto que cualquier estudio diagnóstico de una organización, con miras al diseño de estrategias para la optimización de servicios o productos, está enmarcado dentro de la investigación de mercados y los métodos, técnicas y herramientas que se utilicen para obtener los resultados de la percepción de los consumidores del servicio.

2.6.2.1. Presentación del Plan Estratégico

El Plan Estratégico se origina del resultado de la evaluación de la situación actual de una organización, y es la expresión de lo que se propone realizar a mediano y largo plazo, y por ende, su proyección a futuro en el entorno en que se encuentra inmerso.

Los formatos de presentación de este plan varían según cada institución que utiliza esta herramienta como batuta dentro de sus operaciones a través del tiempo, pero debe contener básicamente la reformulación o no, dependiendo si lo amerita dentro del contexto de la propuesta, de los siguientes elementos de la organización: misión, visión, fortalezas, valores y condiciones ideales. Además, se incluyen en el documento la formulación de las estrategias para cumplir los elementos antes mencionados, dentro de un período de tiempo limitado, y cada estrategia debe ir acompañada de las actividades a realizar para que se cumpla la meta señalada, todo en orden de prioridades y relevancia.

⁷⁴ Ferré. op. cit. Pág. 41.

También, otra forma, más gráfica y llamativa, de presentar un Plan Estratégico puede ser a través de una lámina o diapositiva resumen que incluya, al igual que el documento de despliegue de las actividades para llevar a cabo las estrategias, los elementos básicos del plan pero de manera simplificada.

CAPÍTULO III. MARCO HISTÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

Los antecedentes de esta investigación están limitados a los trabajos de licenciatura que se han realizado en la Escuela de Bibliotecología y Archivología (EBA) de la Universidad Central de Venezuela (UCV), en relación a la calidad del servicio en diferentes tipos de unidades de información.

Retomando lo expresado, se recuperaron tres trabajos de grado del catálogo en línea de la Biblioteca Miguel Acosta Saignes de la Facultad de Humanidades y Educación. Los cuales se citan a continuación:

1. “Propuesta de un programa de mejora continua para los servicios de información del Archivo General de Estudiantes de la Universidad Central de Venezuela” elaborado por Felipa Gregoria Blanco en 1994, para optar por el título de Licenciada en Archivología. Este trabajo en líneas generales se fundamenta en los principios de la filosofía de la calidad para diseñar un programa de mejora continua en los servicios de información del Archivo General de Estudiantes (AGE) de la UCV, sustentándose en el análisis objetivo de su situación a través de la evaluación de los siguientes aspectos: personal, proceso de trabajo, normas, mobiliario, equipos y materiales.
2. “Propuesta para un plan de mercado de los servicios y productos de información del Centro de Documentación de FONDONORMA: caso miembros del área metropolitana de Caracas” realizado por Ingrid Ortega Zapata en 1997, para optar por el título de Licenciado en

Bibliotecología. Dicho trabajo se encuentra extraviado desde el 2003, lo cual no permitió su consulta.

3. “Las necesidades y satisfacción del usuario como indicadores de calidad de servicio: caso Biblioteca Ernesto Peltzer del Banco Central de Venezuela” elaborado por Eduardo Quintero en el 2002, para optar por el título de Licenciado en Bibliotecología. Este trabajo de grado propone mostrar la importancia y significado que tienen los conceptos de satisfacción del usuario y calidad de servicios dentro de la gestión y gerencia de cualquier unidad de información, considerando a la primera de ellas, la satisfacción del usuario y sus necesidades, indicadores o termómetros ideales para medir los niveles de calidad del servicio prestado. En este sentido, buscó explicar y sustentar a través de un profundo y actualizado estudio bibliográfico por qué resulta vital y esencial para toda unidad de información conocer y entender al usuario, así como evaluar constantemente si se está prestando un servicio óptimo, de calidad, mediante estudios de satisfacción y consultas periódicas de opinión, teniendo como motivo o empuje entender que dicho usuario representa la razón de ser de la unidad de información. Por otro lado, hace referencia a los distintos tipos de indicadores de rendimiento para bibliotecas, explicando por qué las bibliotecas deben medir no sólo cantidades sino también calidades, así como los obstáculos que se pueden presentar para lograr una gestión de calidad.

Es importante destacar que la Biblioteca Marcel Roche no ha sido objeto de ningún estudio en el área bibliotecológica, por tal motivo no se hace referencia a ningún trabajo de grado en relación a ésta.

3.2. El Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC)⁷⁵

En la actualidad el IVIC es el instituto científico venezolano de mayor reconocimiento nacional e internacional, caracterizado por un profundo trabajo en sus múltiples áreas de investigación y conocimiento para el desarrollo y el progreso.

El fruto de sus investigaciones y hallazgos está destinado al desarrollo de la ciencia y a mejorar la calidad de vida de los venezolanos, la región y el mundo. Además, otra de sus funciones es la formación de nuevos investigadores, técnicos y profesionales en áreas científico-tecnológicas.

Misión

“Generar nuevos conocimientos a través de la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la formación de recursos de alto nivel. Para lo cual el Instituto será fuente de acopio informativo en el área, asesor y facilitador de servicios externos que garanticen el acceso directo y la difusión del conocimiento científico en Venezuela y en el Mundo”.

Visión

“Ser el principal ente impulsor del desarrollo científico y tecnológico de la región a través de la generación de proyectos en áreas de impacto nacional e internacional”.

⁷⁵ Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC) [en línea] Caracas, 2005. [fecha de consulta: 06 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://www.ivic.ve/>>

Objetivos Generales

1. Actuar como ente generador de conocimiento en importantes y vitales áreas para el desarrollo científico, social, económico, político y cultural de Venezuela.
2. Generar, procesar conocimientos y servir de organismo consultivo para el Gobierno Nacional y entes privados del país.
3. Formar nuevos recursos a través de Post-gradados del Centro de Estudios avanzados (CEA).

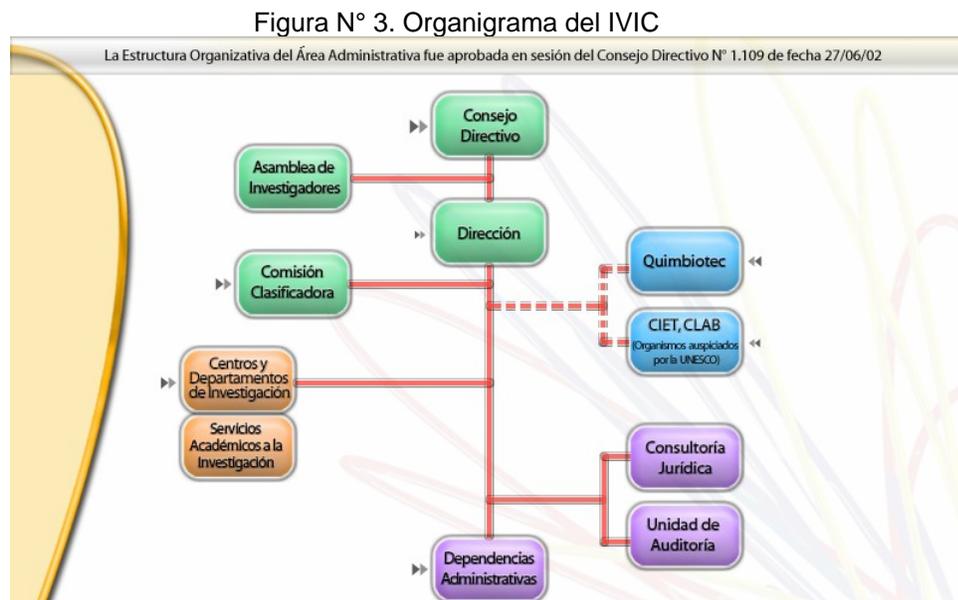
Objetivos Específicos

1. Realizar actividades pertenecientes a las disciplinas científicas como: Docencia de pre y post-grado, servicios y asistencia técnica y asesorías en las ramas agroambientales, biológicas, médicas, físicas, químicas, matemáticas, socioantropológicas y tecnológicas, así como diversos proyectos interdisciplinarios.
2. Formar recursos humanos de alto nivel; dirigidos a los programas de maestría y doctorado en las especialidades de Antropología, Bioquímica, Ecología, Fisiología y Biofísica, Genética Humana, Inmunología y Microbiología, Biología de la Reproducción Humana, Estudios Sociales de la Ciencia, Física, Matemáticas, Química y Física Médica. Dicha labor corresponde al CEA.

3. Promover la ampliación del radio de acción de los proyectos de investigación y los servicios hacia el análisis y resolución de problemas de impacto nacional.
4. Mejorar las interacciones entre los diferentes grupos disciplinarios con el fin de permitir el desarrollo de programas ambiciosos al insertar las políticas de desarrollo institucional dentro del marco filosófico de la llamada "Sociedad del Conocimiento".
5. Sobrellevar con disciplina administrativa y alta calidad de trabajo científico una crónica deficiencia de recursos financieros agravados por la alta inflación y los procesos de reconducción presupuestaria.
6. Desarrollar los procesos de creación, difusión y uso de conocimientos y tecnologías implícitas en la formación de una sociedad del conocimiento.
7. Mantener sólidos grupos de excelencia en investigación fundamental.
8. Realizar una evaluación cuidadosa de la marcha de los proyectos que se llevan a cabo en el instituto.
9. Mantener y generar un creciente número de proyectos interdisciplinarios que respondan a políticas de prioridades basadas en los problemas de impacto nacional.
10. Garantizar la igualdad, la libertad, la democratización, el libre acceso, divulgación y uso del conocimiento científico para mejorar la calidad de vida de los venezolanos y de los demás ciudadanos del mundo.

11. Conservar y resguardar importantes documentos científicos los cuales suman hasta la fecha más de 6500 títulos de revistas periódicas. Y una gran cantidad de textos tanto nacionales como internacionales. Labor efectuada por la Biblioteca "Marcel Roche", reconocida por la UNESCO como centro de documentación y de servicios científico-tecnológicos para Venezuela y América Latina.
12. Seguir con el plan relativo a la modernización de la plataforma tecnológica y ampliación de sus servicios en el ámbito de centros de investigación y universidades nacionales e internacionales. Este plan de la Biblioteca promueve un acceso verdaderamente democrático a la información y contribuye al abaratamiento de los costos que involucra un servicio de esta naturaleza.

3.2.1. Estructura organizativa



Fuente: Ministerio de Ciencia y Tecnología Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas. Informa Anual 2004. [CD-ROM] 2005.

En esta estructura organizativa, la BMR está adscrita a los Servicios Académicos a la Investigación.

3.2.2. Líneas de investigación y desarrollo

Entre las líneas de investigación que predominan en el IVIC y se desarrollan en los diversos Centros de Investigación se encuentran:

1. Centro de Antropología

- a. Defensa y difusión de los derechos humanos, culturales y ambientales.
- b. Procesos de reproducción, desarrollo, cambio y continuidad de los sistemas culturales en contextos socio-históricos.
- c. Interacción entre grupos humanos y sus entornos ambientales y socio-políticos.

2. Centro de Biofísica y Bioquímica

- a. Mecanismo molecular de la contracción muscular
- b. Mecanismos de agregación plaquetaria
- c. Fisiología renal
- d. Excitación y contracción muscular
- e. Bioquímica y fisiología de la transmisión sináptica

- f. Efectos biológicos de contaminantes ambientales
- g. Patogénesis de la diarrea por rota-virus
- h. Anticoagulantes naturales

3. Centro de Ecología

- a. Biología reproductiva de cactáceas de plantas de zonas áridas
- b. Ecología de poblaciones y comunidades marinas litorales
- c. Dinámica de poblaciones animales
- d. Ecofisiología de plantas
- e. Cambios de biodiversidad vegetal y la interacción de grupos descomponedores del suelo, crecimiento y producción en cultivos.

4. Centro de medicina experimental

Este centro investiga áreas relacionadas con la nutrición, coagulación, inmunología, inmunogenética y genética humana.

5. Centro de microbiología y biología celular

Investiga y presta servicios en problemas específicos de salud pública como dengue, rotavirus causantes de diarreas en humanos y porcinos,

hepatitis virales, malaria, cáncer, SIDA, hongos, entre otros. Métodos de diagnóstico y desarrollo de nuevos fármacos y vacunas.

6. Química

- a. Fundamentos de la Química
- b. Química e Industria
- c. Química y Ambiente
- d. Química Medicina

3.3. La Biblioteca “Marcel Roche”

La BMR, es considerada el mayor centro de referencia en información científica y tecnológica de Venezuela, Latinoamérica y el Caribe. Posee una valiosísima colección de publicaciones periódicas conformada por cerca de 4500 títulos, y ha incorporado las técnicas modernas de la informática para la consulta de recursos electrónicos de información especializada.

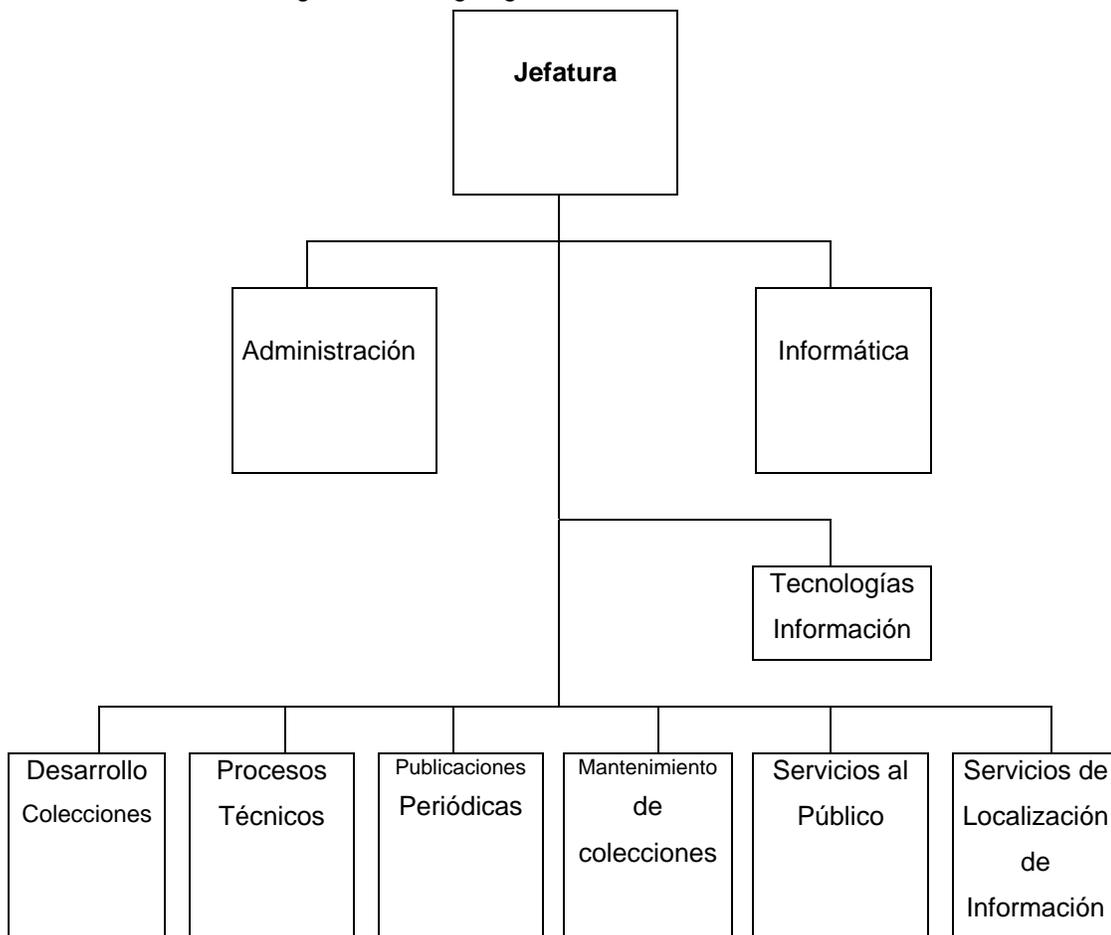
Misión y visión

Su misión es “seleccionar, adquirir, organizar y recuperar información científica y técnica, necesaria para actividades de investigación, de manera oportuna y eficiente, con la visión de ser el mayor proveedor de servicios y productos de información en ciencia y tecnología para el área de

Latinoamérica y del Caribe, manteniendo los más altos estándares de calidad de servicio”⁷⁶.

3.3.1. Estructura organizativa

Figura N° 4. Organigrama Biblioteca Marcel Roche



Fuente: Xiomara Jayaro. Organigrama Biblioteca Marcel Roche [archivo adjunto].
Xiomara Jayaro. *Re: organigrama* En: Yahoo! En Español Correo [en línea].
Mensaje a: Jorge Echezuría. 03 Mayo 2006 [fecha de consulta: 03 Mayo 2006].
<De:xjayaro@ivic.ve. Para:jorgeechezuria@yahoo.com> Comunicación personal.

⁷⁶ Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC). Biblioteca Marcel Roche. [en línea] [fecha de consulta: 05 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://biblioteca.ivic.ve/index.html>>

3.3.2. Servicios⁷⁷

1. Consulta de catálogos en línea (publicaciones periódicas, libros, tesis-IVIC, publicaciones Científicas IVIC), a través de su sitio Web <http://biblioteca.ivic.ve/>
2. Consulta en línea y en equipos en sala de consulta, a revistas electrónicas a texto completo y bases de datos por acceso directo vía rango IP.
3. Consulta a bases de datos referenciales en medios de almacenamiento magnético, contenidas en la colección, bases de datos de texto completo soportadas en medio impreso y títulos de libros.
4. Acceso a Internet y correo electrónico, en equipos dispuestos para la consulta pública.
5. Servicio de reproducción de material bibliográfico con fines de investigación y docencia.
6. Solicitud y envío electrónico de copias de artículos de la colección propia, previa afiliación y con las restricciones que establece la Ley.
7. Solicitud y envío electrónico de búsquedas de referencias bibliográficas y en bases de datos, previa suscripción.
8. Búsquedas guiadas de referencias bibliográficas y en bases de datos

⁷⁷ Idem.

9. Servicios de provisión de documentos, no presentes en la colección propia, tanto nacional como internacional.
10. Servicio gratuito de provisión de documentos electrónicos en el área de biotecnología (UNAM). Restringido a científicos de organizaciones sin fines de lucro de Latinoamérica y el Caribe.
11. Provisión de documentos en el área de energía nuclear, a través de la RRIAN - Red Regional de Información en el Área Nuclear.
12. Préstamo de cubículos, salas de cursos y conferencias
13. Convenios de intercambio de información con Universidades, Centros de Investigación y otros organismos nacionales e internacionales.
14. Implantación de proyectos especiales y de cooperación, para la creación de nuevos productos y servicios.
15. Asesorías para la generación de conocimientos teórico-prácticos en áreas asociadas a la oferta de servicios de información.
16. Visitas guiadas a la Biblioteca
17. Desarrollo y mantenimiento de seminarios y/o simposios virtuales, tanto para el IVIC como para entes externos ligados a la Academia y sin fines de lucro.

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de investigación

Cabe destacar que, por las características del objeto de estudio, el tipo de investigación realizada, según Hernández, Fernández y Baptista⁷⁸, fue descriptiva debido a que se describieron situaciones o eventos reales y se midieron y/o evaluaron las variables a estudiar, de la muestra a investigar, para así establecer sus comportamientos y comprobar sus posibles relaciones.

La investigación se realizó con el fin de observar el desarrollo de las diferentes actividades de la BMR, permitiendo identificar los puntos críticos que afectan la calidad de sus servicios, fundamentada en técnicas y métodos que faciliten la obtención de datos de interés particular y en forma directa de la realidad.

4.2. Diseño de la investigación

Este trabajo de licenciatura se adecuó a los propósitos de la investigación no experimental, transeccional y descriptiva, pues no planteó ninguna hipótesis, pero sí definió las variables de estudio.

La investigación fue de tipo no experimental puesto que se observaron situaciones ya existentes, es decir, las variables no fueron manipuladas ni se tuvo control sobre ellas, produciendo así un estudio de tipo sistemático y

⁷⁸ Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Lucio Pilar Baptista. Metodología de la Investigación. 3ª ed. (Colombia: McGraw-Hill, 2004) Pág. 60

empírico. También, fue de tipo transeccional o transversal, debido a que la recolección de datos se realizó en un tiempo único y específico, al igual que el análisis de las variables descritas por el estudio (entre los meses abril y mayo de 2006). Y por último, se trató de una investigación descriptiva, pues se indagó la incidencia y los valores que se manifiestan en una o más variables, con el objetivo de describirlas con precisión⁷⁹.

4.3. Universo, población y muestra

El universo identificado para esta investigación comprendió dos grupos poblacionales claramente diferenciados: el primero correspondió al total de usuarios de los servicios de la BMR, y el segundo estuvo compuesto por todas aquellas personas responsables o relacionadas con la prestación de tales servicios.

Se escogió el muestreo aleatorio para aplicar un cuestionario sólo a una muestra de la población objeto de estudio. El tamaño de las muestras se estimó considerando las características de cada población para asegurar su representatividad y la reproducibilidad de los resultados. Para los efectos de esta investigación se consideró que los grupos seleccionados fueron confiables y lo suficientemente representativos para realizar inferencias útiles sobre el desempeño del personal y las oportunidades de mejoras en la calidad de servicio de la biblioteca objeto de estudio.

Debido a la existencia de dos grupos segmentos, usuarios y empleados, de interés para esta investigación, se desarrollaron los cuestionarios, los cuales permitieron explorar un mismo conjunto de variables

⁷⁹ R. Hernández, C. Fernández y L. Pilar. op. cit. Pág. 270.

pero ajustadas según el enfoque y los detalles específicos de lo que atañe a cada grupo de estudio. De esta misma forma, para adecuar aún más la metodología de este estudio a las características particulares de los dos segmentos, las muestras fueron determinadas según dos criterios diferentes:

1. La muestra correspondiente a los usuarios de la BMR, los cuales fueron agrupados en: presenciales y remotos, se escogieron de forma aleatoria simple, procurando siempre imitar al comportamiento de esta población. Al primer grupo se le invitó a llenar un cuestionario durante su estadía en las instalaciones de la Biblioteca. A los usuarios remotos se les hizo llegar un cuestionario vía correo electrónico. Según este procedimiento, no se realizaron distinciones previas sobre cualidades demográficas específicas (edad, sexo), con lo cual se pudo garantizar que la composición de la muestra tuviera proporciones similares a las observadas en la realidad.

En el mes de abril de 2006 se registraron en el libro de control de entrada a la BMR 983 visitas, lo que no representa el número de usuarios presenciales durante ese mes debido a que un mismo usuario pudo registrarse en repetidas ocasiones en este período de tiempo. Por tal motivo y para efectos de la investigación, sólo se respondieron 203 cuestionarios, puesto que al momento de la solicitud de llenado del mismo se pudo notar que muchos usuarios confirmaban que ya habían respondido el instrumento.

Para el caso de los usuarios remotos, la Coordinadora del Departamento Localización de Información, Lic. Carolina Cordovéz, facilitó un listado de 24 direcciones de correo electrónico, a las cuales fue enviado el cuestionario para su contestación. Es importante señalar que esta cantidad de usuarios remotos fue escogida aleatoriamente por la mencionada

Coordinación, y no representa el total de usuarios a distancia que atiende la BMR. De esas 24 solicitudes, únicamente respondieron un total de 16 personas, luego de cuatro (4) envíos de avisos a sus correos durante el mes de abril de 2006.

2. En el caso de los empleados y/o colaboradores, todos los presentes en sus labores durante el mes de abril fueron invitados a participar en esta investigación respondiendo las preguntas del cuestionario.

De un total de 40 personas, entre empleados, suplentes y pasantes, sólo 29 respondieron el instrumento. Los cuestionarios fueron entregados por la Dirección de la BMR a cada una de las personas involucradas en la gestión y prestación de servicios, y fueron recolectados por esa misma dependencia antes de finalizar el mes de abril.

Por otro lado, la técnica de entrevista de grupo focal (EGF o “focus group”), sólo se aplicó a los grupos poblacionales empleados y usuarios presenciales. Se conformó un grupo focal para el primero y dos para el segundo. En concordancia con las características de esta técnica y la heterogeneidad de los segmentos de la población en estudio (empleados y usuarios presenciales), la selección de los participantes de cada uno de los grupos se realizó de manera arbitraria tomando en cuenta la capacidad y la disposición de los potenciales integrantes de los grupos focales previstos:

1. Para la EGF a los empleados, se procuró escoger un representante de cada departamento de la BMR, sin distinción de cargo, con la colaboración en la convocatoria de los mismos por parte de la Lic. Xiomara Jayaro, Directora de la Biblioteca, y el apoyo del Sr. Baudilio

Quiroz, Coordinador del Departamento Servicio de Mantenimiento de Colecciones y Reprografías.

2. En el caso de las EGF a los usuarios presenciales, se escogieron usuarios pertenecientes a distintos niveles de estudio (doctorado, maestría, especializaciones, licenciatura, entre otros), además de procurar que cada área temática de los postgrados impartidos en el IVIC estuvieran representados en las entrevistas. Para la selección y convocatoria de los integrantes de estos grupos se contó con el apoyo del Sr. Baudilio Quiroz.

La única variante se presentó en la cantidad de participantes, ya que en el caso de los empleados se convocaron nueve (9) integrantes, los cuales asistieron en su totalidad, y en el caso de los usuarios, se citaron a 10 estudiantes por grupo focal, de los cuales se presentaron ocho (8) a la primera entrevista y cinco (5) a la segunda. El tamaño de las muestras se determinó en consonancia con las características de la técnica de EGF. Estas entrevistas fueron aplicadas entre el 5 y 10 de mayo.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos seleccionados para esta investigación fueron: la observación, el cuestionario y la entrevista de grupo focal (EGF o “focus group”).

La observación

Se utilizó la observación directa para establecer comparaciones y contrastar los resultados de ésta con los que arrojaron los cuestionarios y las entrevistas. La observación directa se escogió por ser una técnica confiable. Fue de tipo estructurada puesto que se emplearon procedimientos formales para la recolección de los datos como visitas a la BMR, toma de fotografías (ver anexo A), entre otras actividades; y, al mismo tiempo, fue no estructurada, ya que durante las diferentes visitas realizadas entre los meses de abril y mayo, se pudo tomar nota de eventos casuales, y situaciones específicas en la prestación de algunos servicios de la Biblioteca.

El cuestionario

Se aplicaron tres (3) cuestionarios de tipo autoadministrado, tanto para los empleados (ver anexo B) como para los usuarios presenciales (ver anexo C) y remotos (ver anexo D), lo que impidió, en cierta forma, una retroalimentación inmediata. En cuanto a su estructura, se incluyeron preguntas abiertas y cerradas, con respuestas dicotómicas o de opciones múltiples.

Para cada cuestionario se realizó una prueba piloto, cubriendo tanto a empleados como a usuarios, con la finalidad de evaluar y validar la herramienta. Cabe destacar, que en los tres cuestionarios estuvieron

reflejadas las mismas variables a evaluar, con sus excepciones dependiendo del grupo poblacional.

“Focus Group” o Entrevista de Grupo Focal (EGF)

Este tipo de entrevista es una oportunidad única de experimentar el mercado directamente, pues las personas están allí en cuerpo y alma. Por esto que la EGF proporciona una ocasión especial de obtener un cuadro referencial del comportamiento y actitudes, de cada persona participante, en vez de patrones agregados, que son el resultado de la generalidad de los estudios en gran escala. En general, un focus group es realizado a conjuntos de seis a diez personas, reclutadas de tal modo que cumplan características predefinidas y se realiza en una atmósfera tranquila e informal, estimulando así una conversación fluida, que dure entre una y dos horas⁸⁰.

Para el caso de esta investigación, se realizaron tres (3) entrevistas de este tipo: la primera con una muestra de la población de empleados de la BMR, y las otras dos, compuestas por algunos de los usuarios presenciales de la Biblioteca, para así cubrir los dos grandes grupos poblacionales que conforman el universo del estudio. Para todos los casos se siguió con el plan de aplicación de la técnica a continuación descrito:

Propósito

Determinar el posicionamiento de la BMR frente a sus usuarios y sus empleados a partir de la percepción que aquellos tienen de ella.

⁸⁰ RRPPnet Portal de Relaciones Públicas. Focus Groups: Técnicas de recolección de datos [en línea]. Argentina: NM Comunicaciones™, 2001. [fecha de consulta: 14 Enero 2006]. Disponible en: < <http://www.rrppnet.com.ar/focusgroups.htm> >

Objetivos

1. Recabar información de carácter cualitativo que permita conocer la opinión que los usuarios de la BMR tienen sobre los servicios y facilidades que ella les ofrece y, en general, sobre su organización.
2. Evaluar los servicios y las facilidades que la biblioteca ofrece a partir de las opiniones expresadas por los integrantes del grupo focal.
3. Captar planteamientos y sugerencias de parte de los integrantes del grupo focal que apunten hacia el mejoramiento de los servicios de la BMR.

Duración de cada entrevista

Hora y media a dos horas aproximadamente, con un receso de 15 minutos.

Moderador y relatores

Los roles de moderador (persona que guía la entrevista) y relator (el que toma nota de las observaciones y/o comentarios hechos durante las intervenciones de cada participante de la entrevista) se asignaron como lo indica la tabla siguiente:

Tabla N° 2. Moderadores y relatores EGF

Grupo Focal	Moderador	Relator 1	Relator 2
EGF- E1	María C. Rondón	Jorge Echezuría	Melany Gutiérrez
EGF- U1	Melany Gutiérrez	María C. Rondón	Jorge Echezuría
EGF- U2	Jorge Echezuría	Melany Gutiérrez	María C. Rondón

EGF-E (empleados) — EGF-U (usuarios presenciales)

Previamente a cada entrevista, se les envió por correo electrónico a los participantes la invitación junto con la guía para la EGF a empleados de la BMR (ver anexo E) y la guía para la EGF a usuarios presenciales de la BMR (ver anexo F), con la finalidad de que los mismos reflexionaran sobre su contenido y se sintieran en la libertad de realizar otros aportes de consideración.

Como punto importante, es necesario resaltar, que no existe precedente del uso de esta técnica en estudios similares realizados a nivel de pregrado en la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad Central de Venezuela.

4.5. Técnicas de análisis de datos

Codificación

Técnica que permitió hacer una categorización de los datos obtenidos a través de los cuestionarios, para luego tabularlos. Una vez codificados y organizados los datos, el análisis cuantitativo se realizó utilizando la herramienta Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), que es un sistema de software estadístico especializado en el análisis de datos sobre la gente, sus opiniones, actitudes y comportamientos, creado en 1968 en la Universidad de Stanford por los profesionales H. Nie, C. Hadlai y H. Bent, con la finalidad de utilizar la estadística para la toma de decisiones⁸¹.

⁸¹ Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) [en línea]. Chicago, Illinois: SPSS Inc., 2005 [fecha de consulta: 05 Diciembre 2005] Disponible en: <<http://www.spss.com/la/>>

Tabulación

Esta técnica se utilizó para determinar la frecuencia con que se presentaron las particularidades de las distintas variables en estudio. Para el proceso de tabulación también se utilizó el SPSS.

Gráficos

Se seleccionaron diferentes gráficos para representar visualmente los resultados del estudio, procurando siempre la comprensión de las variables. Igualmente se utilizó el SPSS y Microsoft Excel para tal fin.

FODA

Siglas de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Es una técnica de análisis en la cual se realiza un cuadro o matriz de comparación, de la situación actual de una organización, institución o empresa; permitiendo realizar un diagnóstico de ella, con la finalidad de servir en la toma de decisiones conformes a las políticas y objetivos de la unidad a la que se aplica la herramienta⁸². Se usó para presentar un diagnóstico parcial de la situación actual de la BMR.

⁸² Hugo Esteban Glagovsky. ¡Esto es FODA! [en línea]. Bogota DC: Gestipolis.com Ltda., 2000-2004. Actualizada el: 05 Diciembre 2005 [fecha de consulta: 05 Diciembre 2005]. Disponible en:
<<http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estoesfoda.htm>>

4.6. Procedimientos de la investigación

A continuación, se mencionan algunos de los métodos que se usaron para la realización del diseño de estrategias para optimizar la calidad de los servicios de la BMR:

Método Cualitativo

Se usó el análisis de los instrumentos de recolección de datos, en las entrevistas de grupos focales, lo cual permitió examinar, estudiar y considerar cada una de las respuestas dadas por todos los elementos de la muestra de estudio, en función de la información derivada de las otras técnicas de recolección de datos utilizadas.

Método Estadístico y/o Cuantitativo

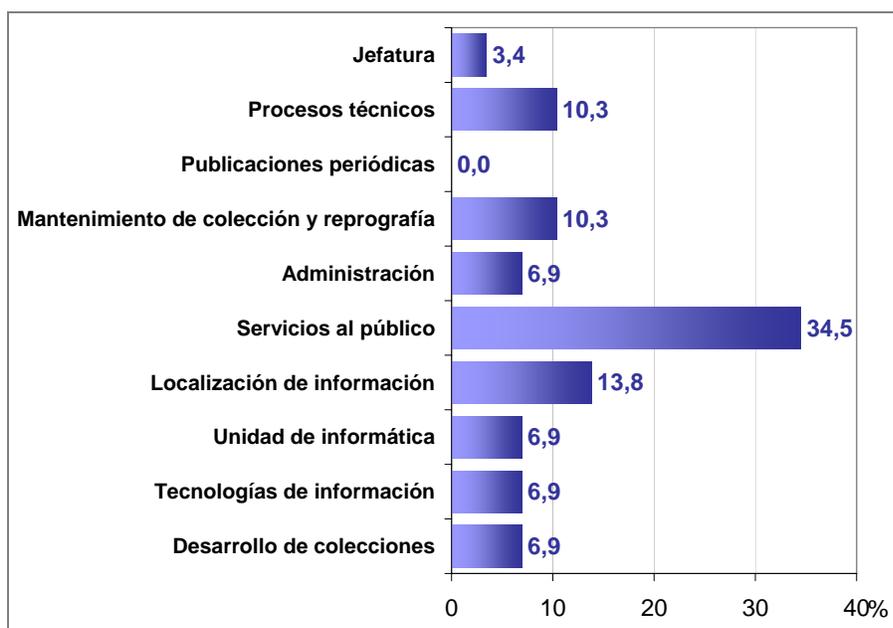
El estudio estadístico fue aplicado para la organización, tabulación, presentación de resultados e interpretación, de los datos recolectados en las distintas etapas del trabajo de investigación.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE DATOS RECOLECTADOS

5.1. Análisis del cuestionario dirigido a los empleados de la BMR

Pregunta 1.- Indique en que departamento trabaja:

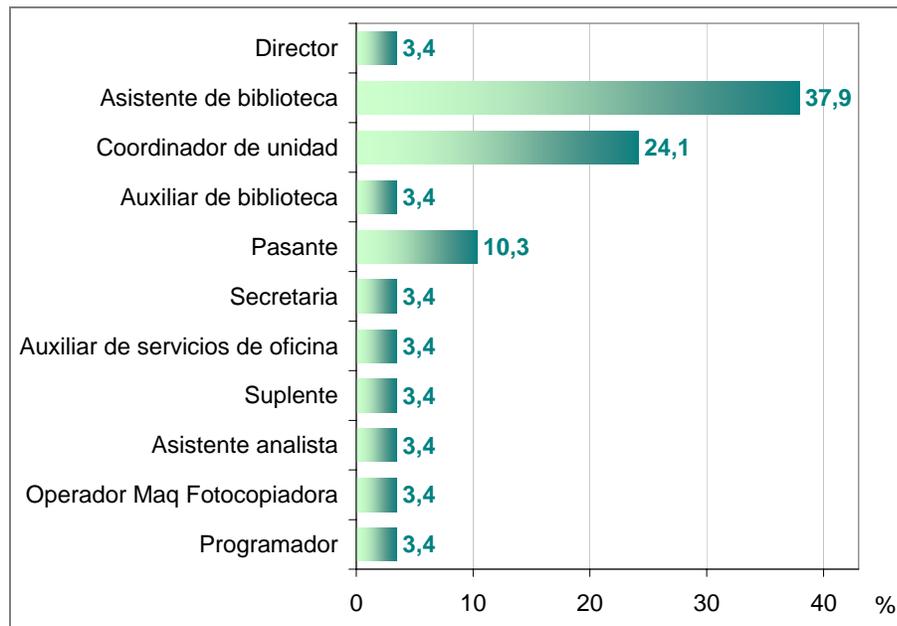
Figura N° 5. Empleados encuestados por Departamentos



Cubriendo todas las áreas de trabajo de la BMR, se repartieron los cuestionarios a las personas que laboran en los distintos departamentos, obteniendo el mayor número de respuestas por parte de los empleados adscritos al Departamento Servicios al Público, representando un 34.5% de la muestra, seguidos por el personal de Localización de Información con un 13.8%. Este personal es parte del equipo que atiende directamente a los usuarios presenciales o remotos, por lo que estimamos que los resultados obtenidos del instrumento pueden reflejar la percepción más clara de los empleados hacia los servicios que ofrecen y prestan a sus usuarios.

Pregunta 2.- Indique el cargo que ocupa dentro de la Biblioteca:

Figura N° 6. Cargo de empleados encuestados



El 37.9% de las personas encuestadas ocupa el cargo de Asistente de Biblioteca (en cualquiera de sus grados) dentro de la BMR. Mientras que un 24.1% desempeña el cargo de Coordinador de Unidad, parte importante del equipo fijo de trabajo que cumple labores supervisoras relacionadas con la prestación de los servicios de la Biblioteca.

Pregunta 3.- ¿Cuáles funciones desempeña dentro de la Biblioteca?

Tabla N° 3. Funciones desempeñadas dentro de la Biblioteca

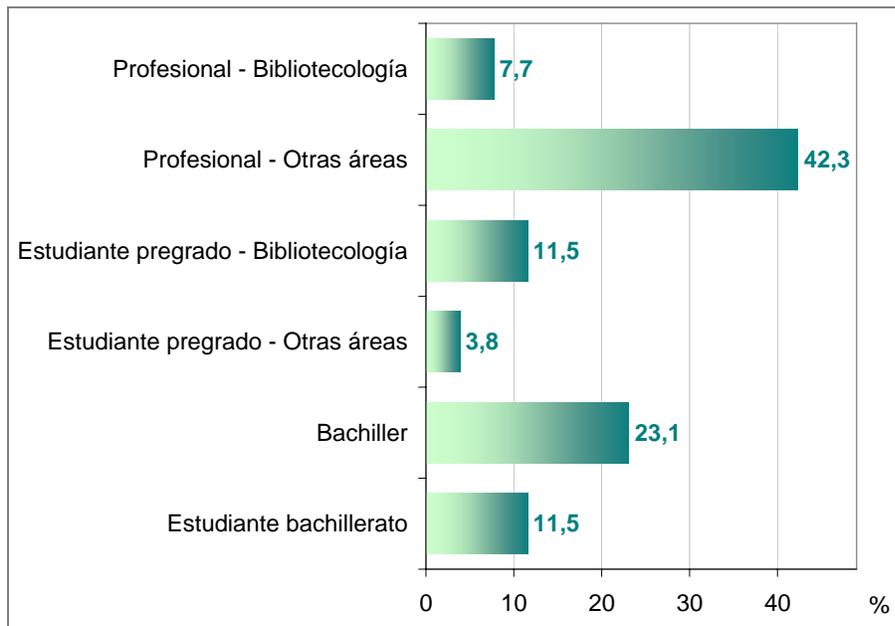
	Frecuencia	Porcentaje
Orientación al usuario	16	35,6
Dirección y control de departamentos	8	17,8
Mantenimiento de equipos y recursos electrónicos	5	11,1
Organización de estanterías	4	8,9
Reproducción de documentos	3	6,7
Clasificación, catalogación e ingreso en Base de Datos	3	6,7
Préstamo circulante	2	4,4
Selección y adquisición de materiales	2	4,4
Administrar recursos materiales y financieros	2	4,4
Total menciones	45	100,0
Base	27	

Cabe destacar que dos (2) del total de las personas encuestadas no describieron brevemente sus funciones en la BMR, y la mayoría de las respuestas obtenidas no fueron lo suficientemente explícitas en cuanto a las tareas que cada uno de los empleados debe cumplir o realizar, no permitiendo obtener así una verdadera visión de las diferentes actividades que tienen a su cargo.

Respecto a la interrogante sobre las funciones que desempeñan cada uno de los encuestados, el 35.6% respondió que dentro de sus tareas está la de orientar al usuario, lo cual refuerza los resultados del instrumento, debido a que existe una relación directa de la muestra con la prestación de servicios.

Pregunta 4.- Indique su nivel de instrucción:

Figura N° 7. Nivel de instrucción

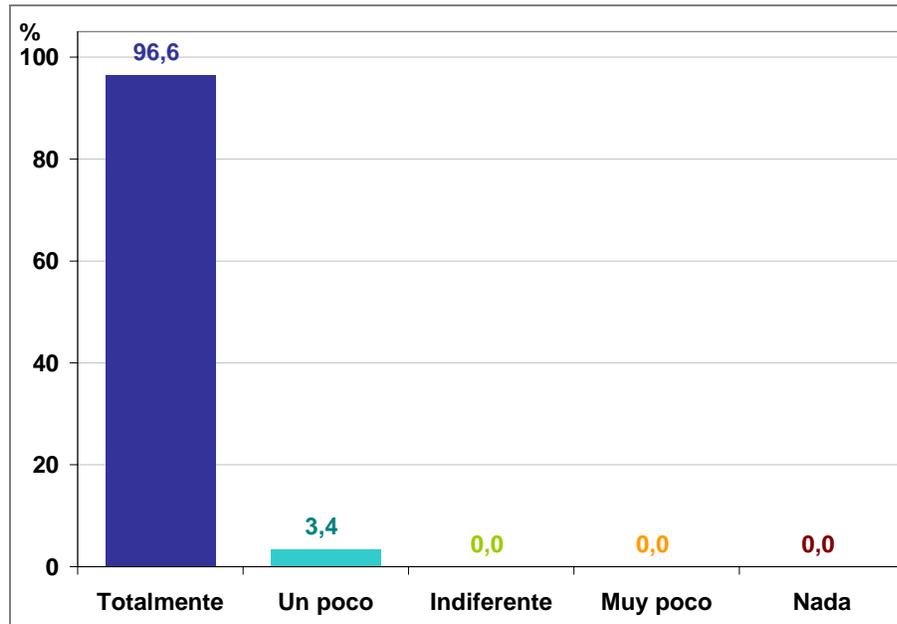


El 42.3% del personal que respondió el cuestionario son profesionales, más no del área Bibliotecología. Sólo dos (2) personas afirmaron ser Licenciados en Bibliotecología, y otras tres (3), estudiantes de la carrera. El nivel de instrucción de los empleados que le sigue a la primera posición es el de Bachiller, con un 23.1%.

A pesar del bajo número de profesionales de la información, se puede decir que el equipo es multidisciplinario, y debido a sus años de experiencia dentro de la BMR, cumple con las funciones y expectativas en la prestación de los servicios de la Biblioteca. Sin embargo, este equipo puede formarse, por medio de cursos y talleres, con herramientas de la Bibliotecología, a fin de solventar esas posibles fallas que sólo son cubiertas teniendo el conocimiento académico.

Pregunta 5.- Indique cuánto se identifica Usted con la Misión de la Biblioteca:

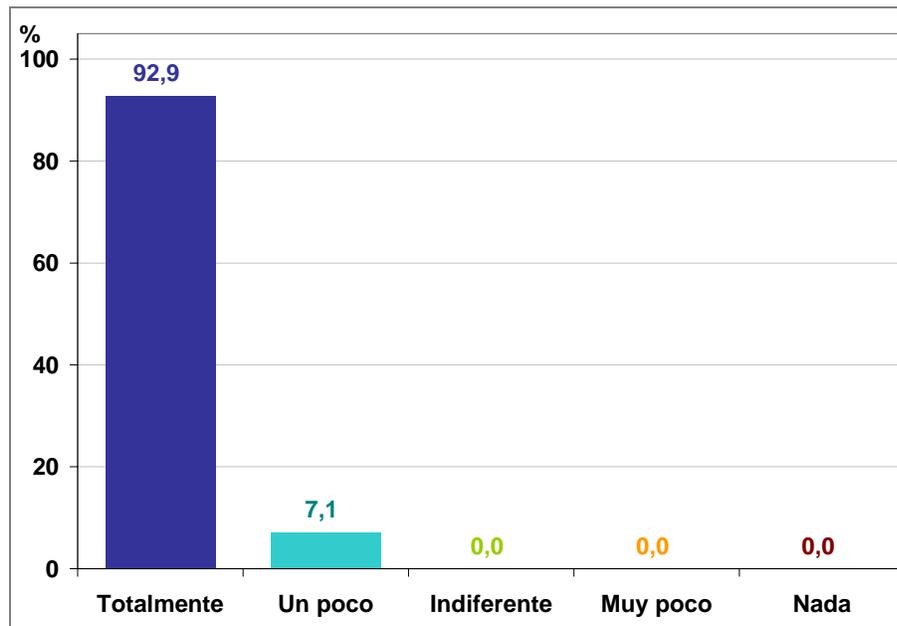
Figura N° 8. Identificación con la Misión de la Biblioteca



El 96,6% de los que respondieron el cuestionario aseguró estar totalmente identificado con la misión de la BMR, evidenciando que la conocen y la comparten. Sólo una persona afirmó estar sólo “un poco” identificado con la misión de la Biblioteca.

Pregunta 6.- Indique cuánto se identifica Usted con la Visión de la Biblioteca:

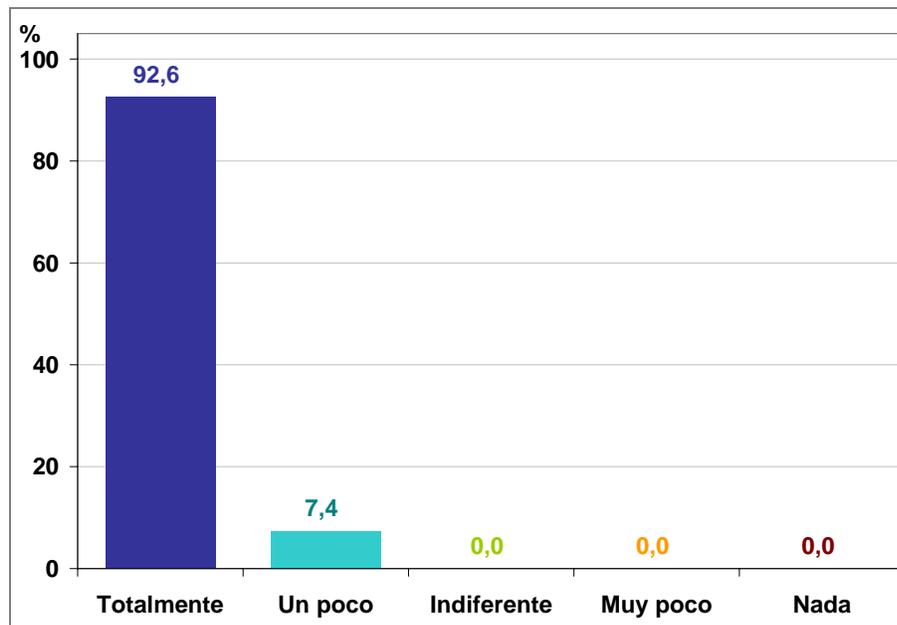
Figura N° 9. Identificación con la Visión de la Biblioteca



También, dando fe del conocimiento e identificación del personal de la BMR con su visión, un 92.9% respondió estar totalmente identificado con ella. El 7.1% aseguró estar “un poco” identificado con la visión, y una persona no respondió por desconocimiento de la misma.

Pregunta 7.- Indique cuánto se identifica usted con las actividades que desempeña dentro de la Biblioteca Marcel Roche:

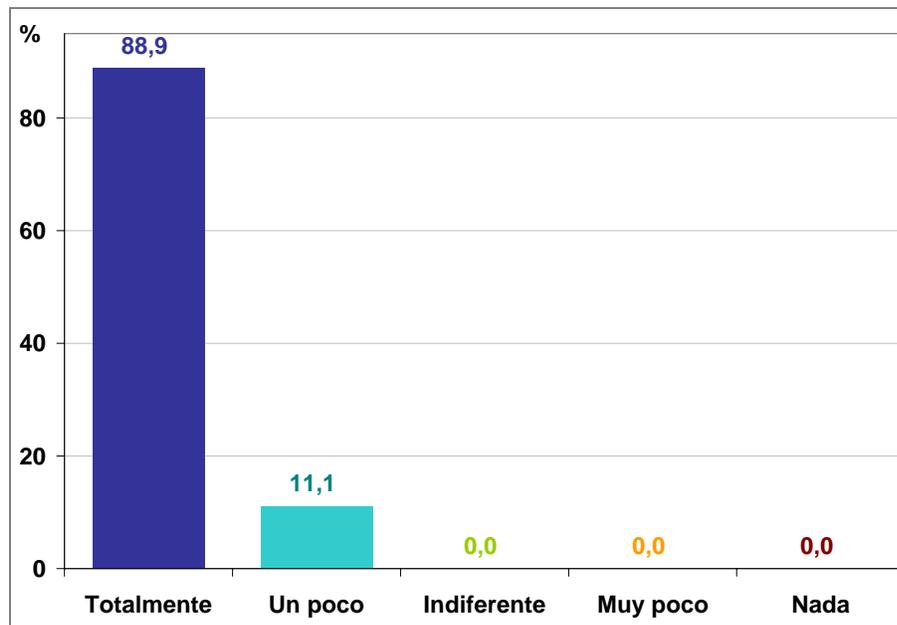
Figura N° 10. Identificación con las actividades que desempeña dentro de la Biblioteca



Igualmente, cuando se preguntó a los empleados cuánto se identifican con las actividades que realizan en la BMR, un 92,6% indicó estar totalmente de acuerdo, y el 7.4% restante dijo estarlo sólo “un poco”, de lo que podríamos inferir que quizá esas personas no rindan totalmente dentro de sus asignaciones, y deberían rotarse a fin tratar sacar el mejor provecho de sus cualidades y disposición. Otros dos (2) encuestados dejaron de responder la pregunta.

Pregunta 8.- En general, ¿qué tan satisfecho esta usted como empleado de la Biblioteca Marcel Roche?

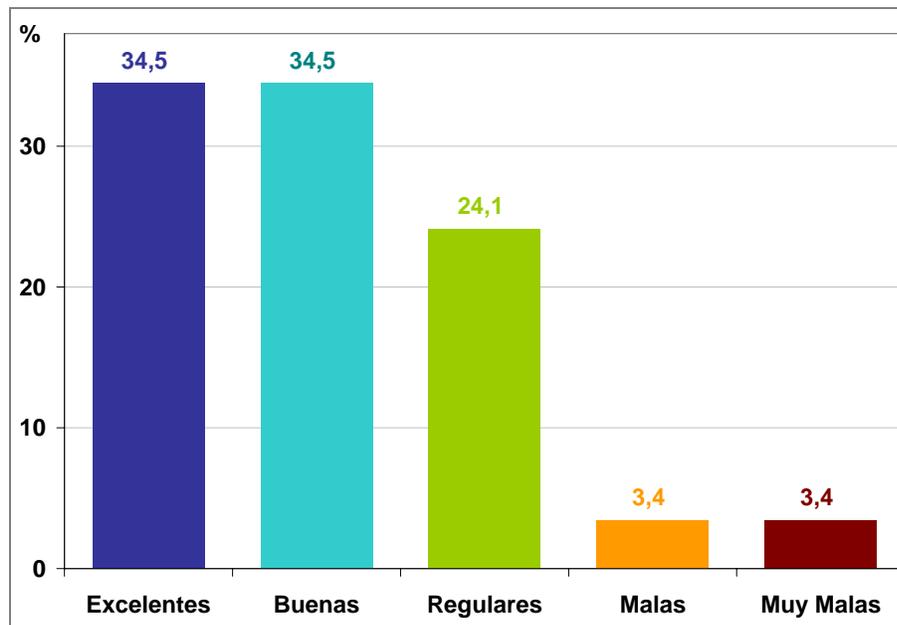
Figura N° 11. Satisfacción como empleado de la Biblioteca



Un 88.9% de los empleados BMR está totalmente satisfecho como parte del equipo de la biblioteca, a diferencia del 11.1% que está un poco conforme, pudiendo estar influenciados por no estar identificados con las actividades que realiza dentro de la Biblioteca, bien sea por factores personales o meramente administrativos. Dos (2) de los encuestados no respondieron esta pregunta.

Pregunta 9.- ¿Qué opinión tiene sobre las oportunidades de capacitación y desarrollo personal que le ofrece el IVIC?

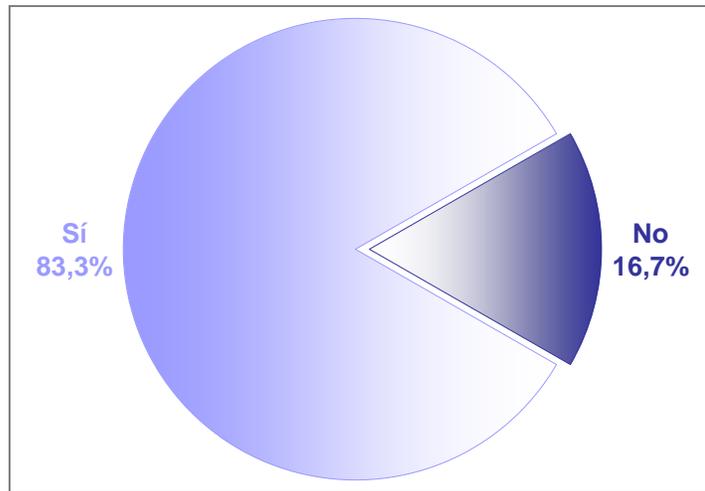
Figura N° 12. Oportunidades de capacitación y desarrollo ofrecidas pro el IVIC



Las opiniones acerca de las oportunidades de capacitación y desarrollo personal que les ofrece el IVIC a los empleados de la BMR está dividida, pues un 69% afirma que son entre excelentes y buena, mientras que al resto, 31%, las ubican entre regulares, malas y hasta muy malas, lo cual puede influir en la motivación del equipo de trabajo y también en la identificación y compromiso con la Institución.

Pregunta 10.- ¿La Biblioteca cuenta con un Reglamento General de Servicios?

Figura N° 13. Conocimiento sobre el Reglamento General de Servicios



A pesar de que el 83.3% afirmó conocer que la BMR cuenta con un Reglamento General de Servicios, cabe destacar que un 16.7% aseguró todo lo contrario, y aunado a esto, cinco (5) personas más no sabían si existía tal Reglamento, lo que puede ser visto como una falla de la Biblioteca, pues todo el personal debe tener conocimiento de esta importante norma para poder así gestionar y/o prestar los servicios adecuadamente.

Pregunta 11. Evaluación de los servicios de la BMR

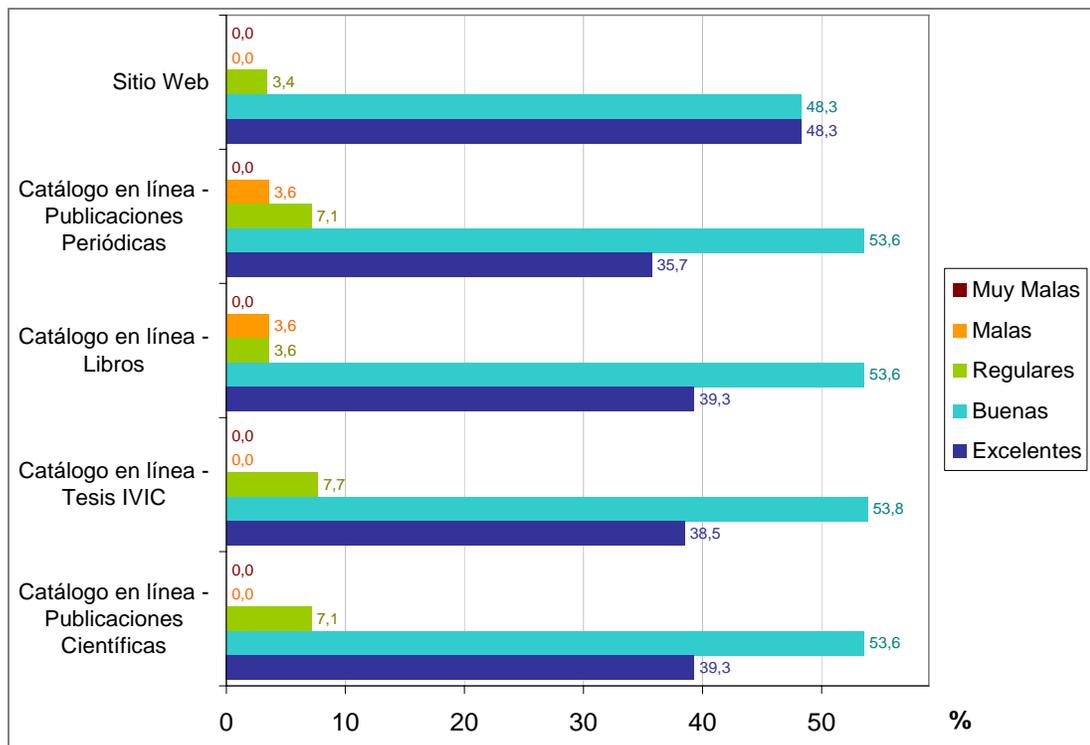
Pregunta 11.1.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

(1: Muy Malas 2: Malas 3: Regulares 4: Buenas 5: Excelentes)

Tabla N° 4. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Sitio Web	29	0	0	1	14	14	0,0	0,0	3,4	48,3	48,3	4,45
Catálogo en línea - Publicaciones Periódicas	28	0	1	2	15	10	0,0	3,6	7,1	53,6	35,7	4,21
Catálogo en línea - Libros	28	0	1	1	15	11	0,0	3,6	3,6	53,6	39,3	4,29
Catálogo en línea - Tesis IVIC	26	0	0	2	14	10	0,0	0,0	7,7	53,8	38,5	4,31
Catálogo en línea - Publicaciones Científicas	28	0	0	2	15	11	0,0	0,0	7,1	53,6	39,3	4,32

Figura N°14. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea



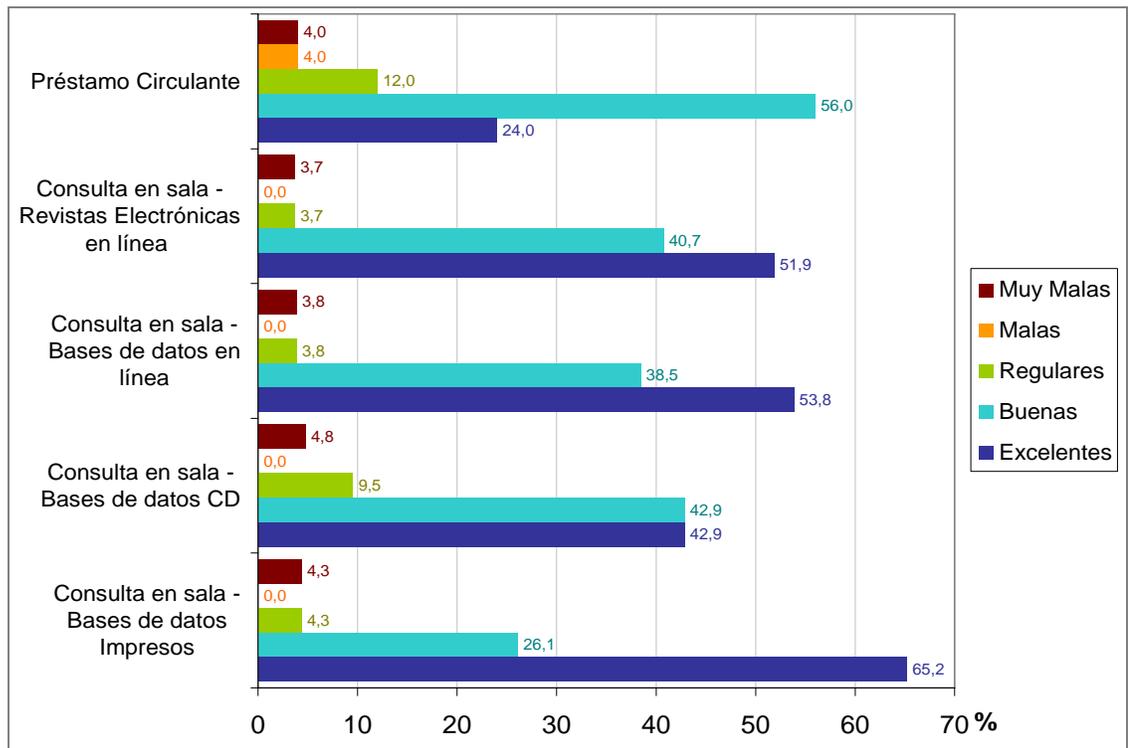
En general, la mayoría de los empleados evaluó los catálogos en línea como un buen servicio. A diferencia del sitio web, donde las opiniones estuvieron divididas entre las calificaciones de bueno y excelentes, con un 48.3% para ambas escalas.

Pregunta 11.2.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N°5. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Préstamo Circulante	25	1	1	3	14	6	4,0	4,0	12,0	56,0	24,0	3,92
Consulta en sala - Revistas Electrónicas en línea	27	1	0	1	11	14	3,7	0,0	3,7	40,7	51,9	4,37
Consulta en sala - Bases de datos en línea	26	1	0	1	10	14	3,8	0,0	3,8	38,5	53,8	4,38
Consulta en sala - Bases de datos CD	21	1	0	2	9	9	4,8	0,0	9,5	42,9	42,9	4,19
Consulta en sala - Bases de datos Impresos	23	1	0	1	6	15	4,3	0,0	4,3	26,1	65,2	4,48

Figura N° 15. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala



La evaluación del servicio de préstamo circulante se sitúa en un promedio de 3,92. En una escala del 1 al 5, en la que 1 es el valor más bajo y 5 representa el nivel de excelencia. Cabe destacar, que de todos los servicios evaluados, éste es el que presenta el menor promedio.

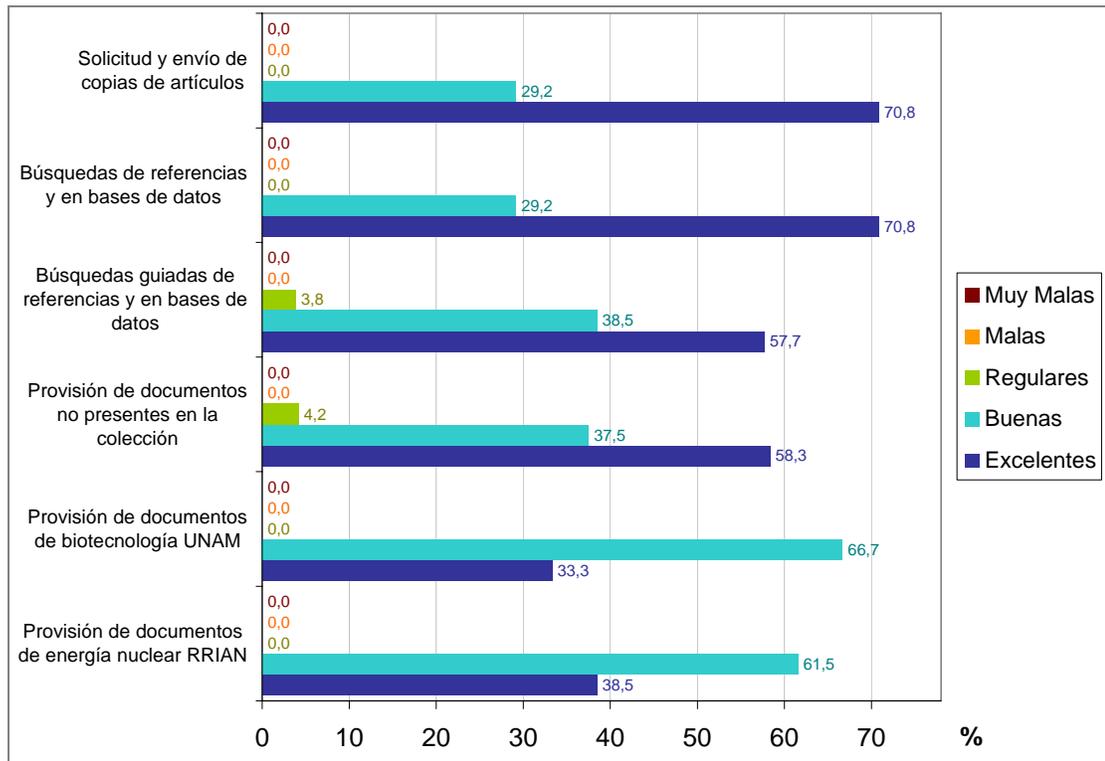
Respecto a las consultas en salas, específicamente en base de datos en formato de CD ROM, un 42.9% evaluó este servicio como bueno. Mientras que el formato impreso obtuvo un 65.2% en la escala de excelente.

Pregunta 11.3.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 6. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Solicitud y envío de copias de artículos	24	0	0	0	7	17	0,0	0,0	0,0	29,2	70,8	4,71
Búsquedas de referencias y en bases de datos	24	0	0	0	7	17	0,0	0,0	0,0	29,2	70,8	4,71
Búsquedas guiadas de referencias y en bases de datos	26	0	0	1	10	15	0,0	0,0	3,8	38,5	57,7	4,54
Provisión de documentos no presentes en la colección	24	0	0	1	9	14	0,0	0,0	4,2	37,5	58,3	4,54
Provisión de documentos de biotecnología UNAM	15	0	0	0	10	5	0,0	0,0	0,0	66,7	33,3	4,33
Provisión de documentos de energía nuclear RRIAN	13	0	0	0	8	5	0,0	0,0	0,0	61,5	38,5	4,38

Figura N° 16. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión



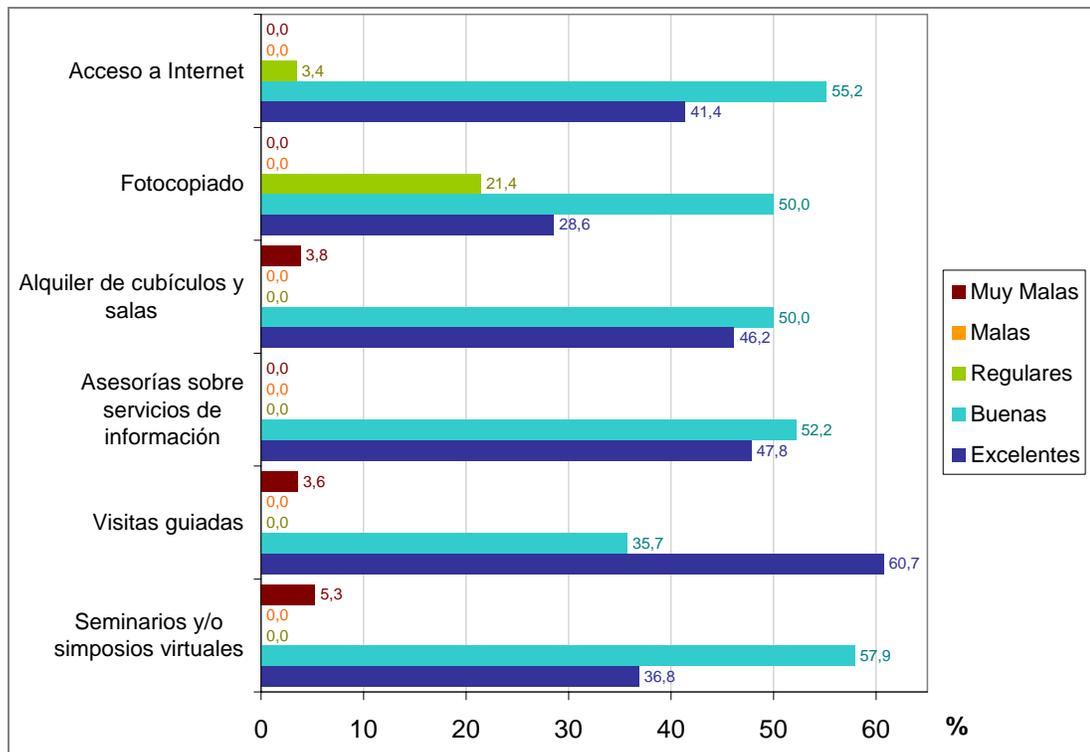
En cierta forma, los resultados arrojados demuestran que los empleados desconocen la existencia o no están claros en la denominación de los servicios de provisión de documentos electrónicos en las áreas de biotecnología por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y de energía nuclear por la Red Regional de Información en el Área Nuclear (RRIAN). Puesto que sólo 15 y 13 personas de un total de 29, respondieron a la evaluación.

Pregunta 11.4.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 7. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Acceso a Internet	29	0	0	1	16	12	0,0	0,0	3,4	55,2	41,4	4,38
Fotocopiado	28	0	0	6	14	8	0,0	0,0	21,4	50,0	28,6	4,07
Alquiler de cubículos y salas	26	1	0	0	13	12	3,8	0,0	0,0	50,0	46,2	4,35
Asesorías sobre servicios de información	23	0	0	0	12	11	0,0	0,0	0,0	52,2	47,8	4,48
Visitas guiadas	28	1	0	0	10	17	3,6	0,0	0,0	35,7	60,7	4,50
Seminarios y/o simposios virtuales	19	1	0	0	11	7	5,3	0,0	0,0	57,9	36,8	4,21

Figura N° 17. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos



El fotocopiado presenta el segundo promedio más bajo de evaluación de los servicios, con un valor de 4,07 en la escala. Otro aspecto a destacar, es el bajo número de respuestas obtenidas para el servicio de desarrollo y mantenimiento de seminarios y/o simposios virtuales.

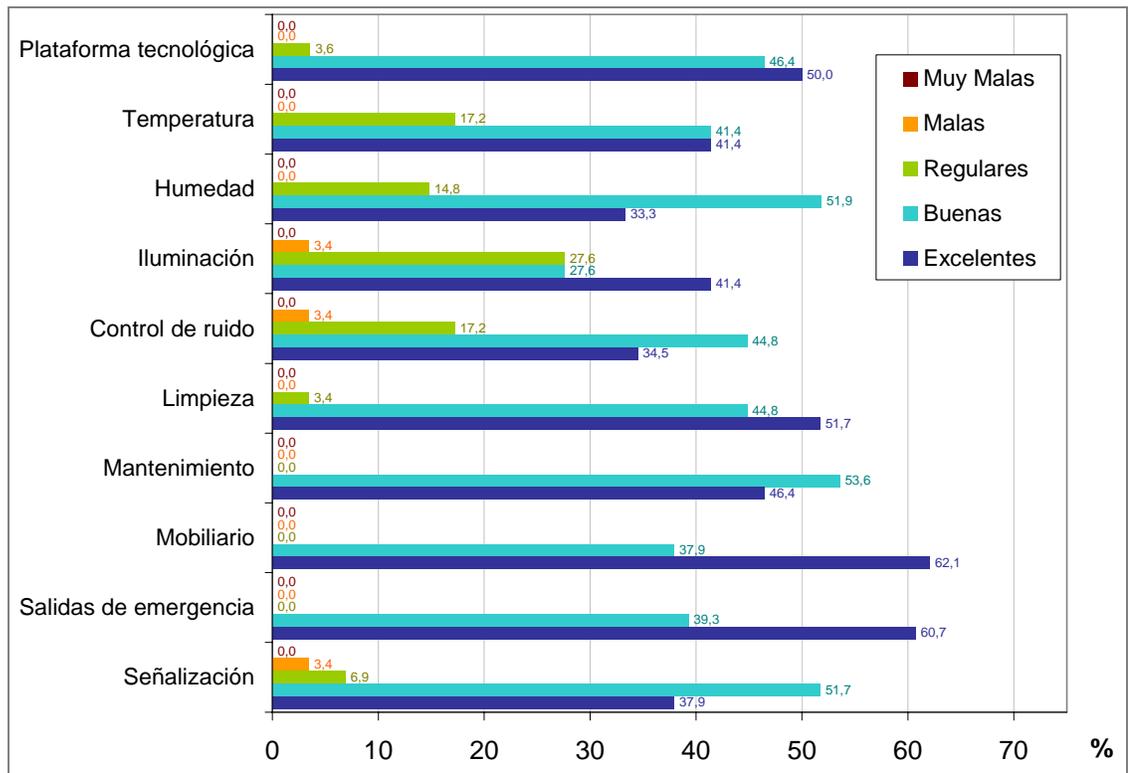
Aún cuando, la lista de servicios reseñada en el sitio Web de la BMR, indica la disponibilidad del servicio de alquiler de cubículos y salas, muchos de los encuestados hicieron la salvedad de que éste servicio no es lucrativo.

Pregunta 12.- Evalúe las condiciones de la Biblioteca:

Tabla N° 8. Condiciones de la Biblioteca

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Plataforma tecnológica	28	0	0	1	13	14	0,0	0,0	3,6	46,4	50,0	4,46
Temperatura	29	0	0	5	12	12	0,0	0,0	17,2	41,4	41,4	4,24
Humedad	27	0	0	4	14	9	0,0	0,0	14,8	51,9	33,3	4,19
Iluminación	29	0	1	8	8	12	0,0	3,4	27,6	27,6	41,4	4,07
Control de ruido	29	0	1	5	13	10	0,0	3,4	17,2	44,8	34,5	4,10
Limpieza	29	0	0	1	13	15	0,0	0,0	3,4	44,8	51,7	4,48
Mantenimiento	28	0	0	0	15	13	0,0	0,0	0,0	53,6	46,4	4,46
Mobiliario	29	0	0	0	11	18	0,0	0,0	0,0	37,9	62,1	4,62
Salidas de emergencia	28	0	0	0	11	17	0,0	0,0	0,0	39,3	60,7	4,61
Señalización	29	0	1	2	15	11	0,0	3,4	6,9	51,7	37,9	4,24

Figura N° 18. Condiciones de la Biblioteca



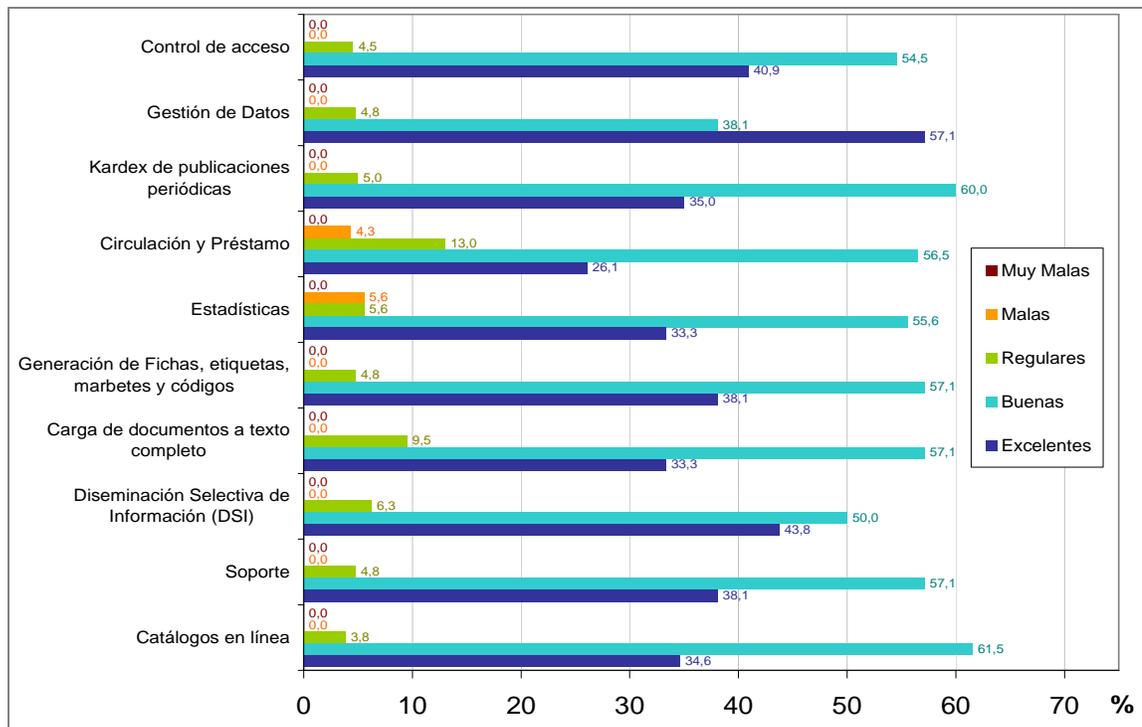
En lo que respecta a la infraestructura física de la biblioteca, puede decirse que los aspectos relacionados a la iluminación y al control de ruidos, presentaron los valores más bajos en la evaluación, presentando un promedio de 4,07 y 4,10 respectivamente.

Pregunta 13.- Evalúe el Sistema Automatizado de la Biblioteca en sus diferentes módulos:

Tabla N° 9. Sistema Automatizado de la Biblioteca

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Control de acceso	22	0	0	1	12	9	0,0	0,0	4,5	54,5	40,9	4,36
Gestión de Datos	21	0	0	1	8	12	0,0	0,0	4,8	38,1	57,1	4,52
Kardex de publicaciones periódicas	20	0	0	1	12	7	0,0	0,0	5,0	60,0	35,0	4,30
Circulación y Préstamo	23	0	1	3	13	6	0,0	4,3	13,0	56,5	26,1	4,04
Estadísticas	18	0	1	1	10	6	0,0	5,6	5,6	55,6	33,3	4,17
Generación de Fichas, etiquetas, marbetes y códigos	21	0	0	1	12	8	0,0	0,0	4,8	57,1	38,1	4,33
Carga de documentos a texto completo	21	0	0	2	12	7	0,0	0,0	9,5	57,1	33,3	4,24
Diseminación Selectiva de Información (DSI)	16	0	0	1	8	7	0,0	0,0	6,3	50,0	43,8	4,38
Soporte	21	0	0	1	12	8	0,0	0,0	4,8	57,1	38,1	4,33
Catálogos en línea	26	0	0	1	16	9	0,0	0,0	3,8	61,5	34,6	4,31

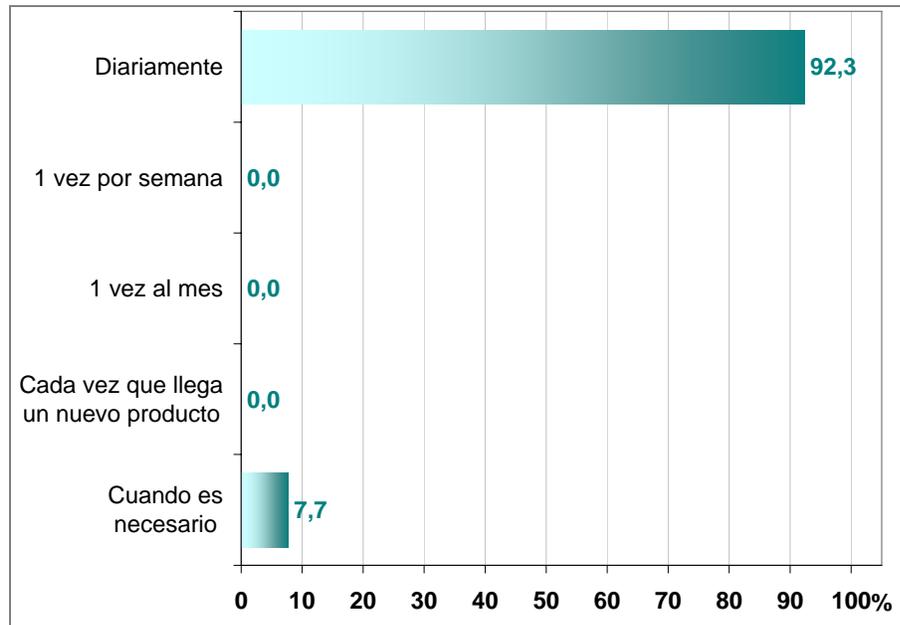
Figura N° 19. Sistema Automatizado de la Biblioteca



En cuanto al sistema automatizado de la BMR, el módulo de circulación y préstamo obtuvo el menor promedio en la evaluación, siendo éste de 4,04. Los módulos de estadísticas y diseminación selectiva de información fueron evaluados sólo por 18 y 16 personas, respectivamente, de un total de 29 empleados encuestados. Y sus promedios son de 4,17 y 4,38.

Pregunta 14.- Como Referencista, ¿Con qué frecuencia presta orientación a usuarios?

Figura N°20. Frecuencia de orientación a usuarios



Queda evidenciado que todo empleado que funge como referencista en cualquier momento dado, presta orientación diariamente al usuario, puesto que un 92,3% lo afirmó en su respuesta.

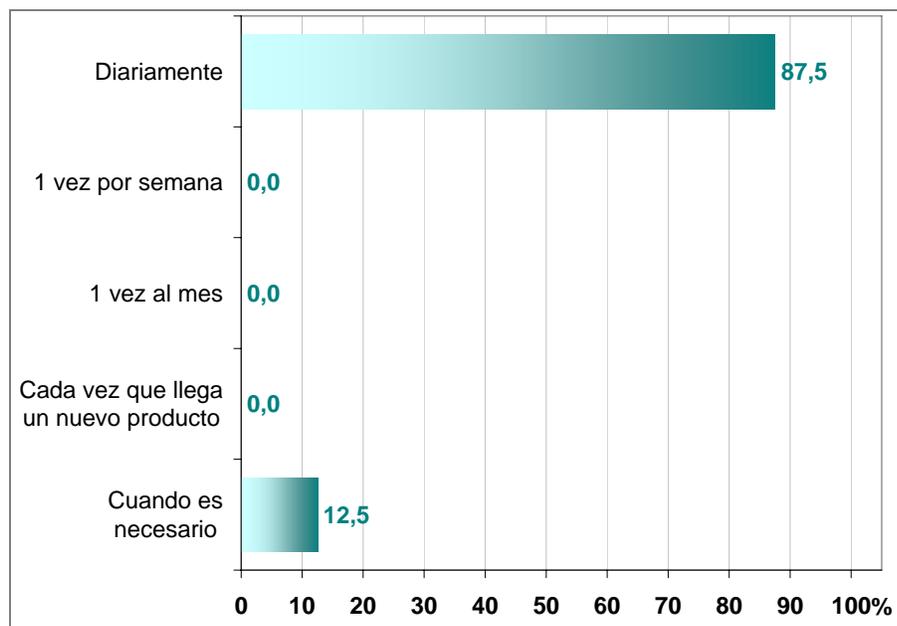
Pregunta 15.- ¿Existe un programa formal de adiestramiento al usuario?

Tabla N° 10. Existencia de programa formal de adiestramiento

	Frecuencia	Porcentaje
No	14	58,3
Sí	10	41,7

Pregunta 15.1.- Si su respuesta anterior es “Sí”, ¿con qué frecuencia se realiza?

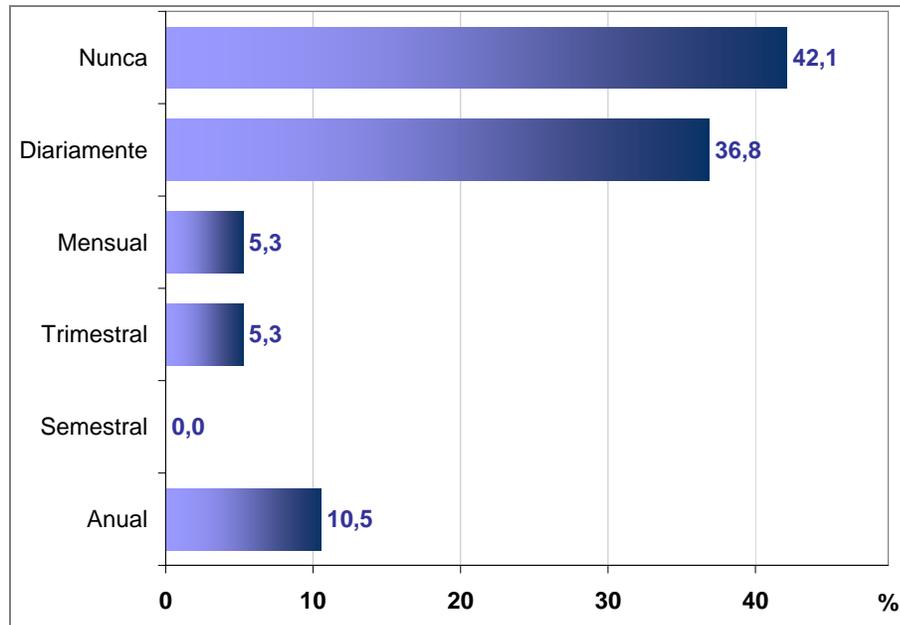
Figura N° 21. Frecuencia de programas formales de adiestramiento



Un 58,3% de los encuestados aseveró que no existe un programa formal de adiestramiento al usuario. Mientras que el 41,7% que afirmó que sí existe, y, además indicó que dicho programa se aplica diariamente, dejando entrever que los empleados confunden la orientación al usuario con los talleres de formación formales.

Pregunta 16.- ¿Con qué frecuencia la Biblioteca mide la satisfacción de los usuarios respecto a los servicios?

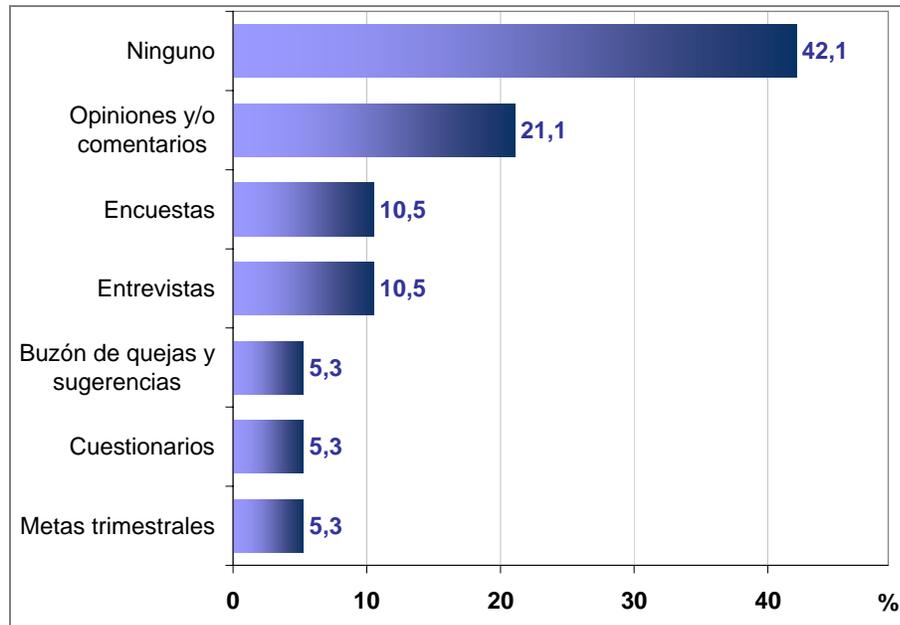
Figura N° 22. Frecuencia de evaluación de la satisfacción de los usuarios



Los empleados, en un 42.1%, coinciden en que la biblioteca nunca mide la satisfacción de los usuarios en cuanto a los servicios que presta. Sin embargo, un 36.8% asegura que esta medición se realiza diariamente a través del contacto directo con los usuarios y las opiniones, quejas u observaciones que éstos emiten del servicio.

Pregunta 17.- ¿Por medio de qué actividades y/o instrumentos se evalúa la satisfacción de los usuarios?

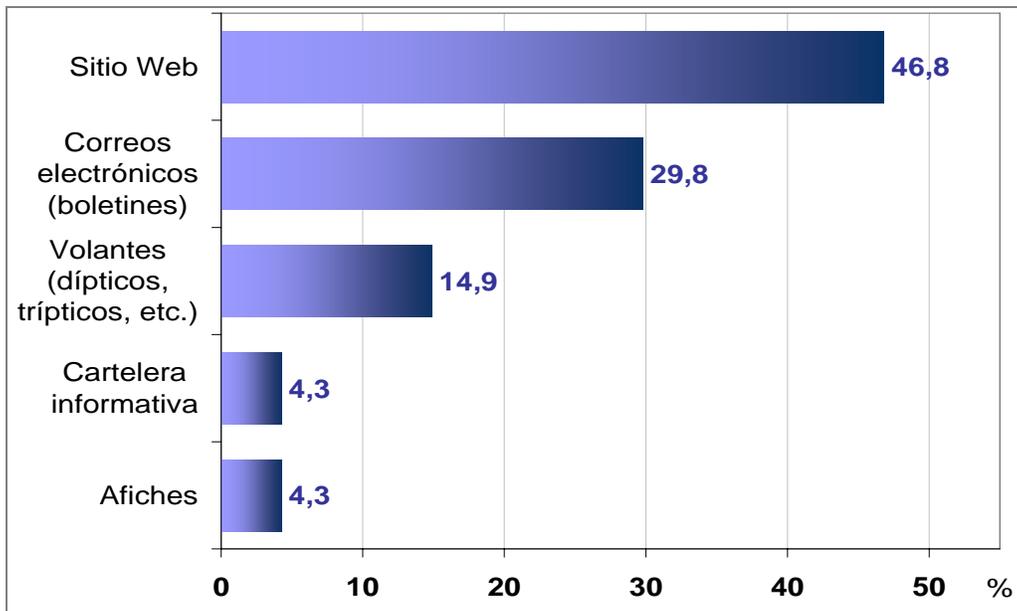
Figura N° 23. Actividades y/o instrumentos para evaluar la satisfacción de los usuarios



Reforzando la afirmación de que nunca se mide formalmente la satisfacción de los usuarios, un 42.1% respondió que no existe ningún instrumento y/o actividad para tal fin.

Pregunta 18.- ¿Qué medios de difusión se emplean para dar a conocer los productos y/o servicios que ofrece la Biblioteca?

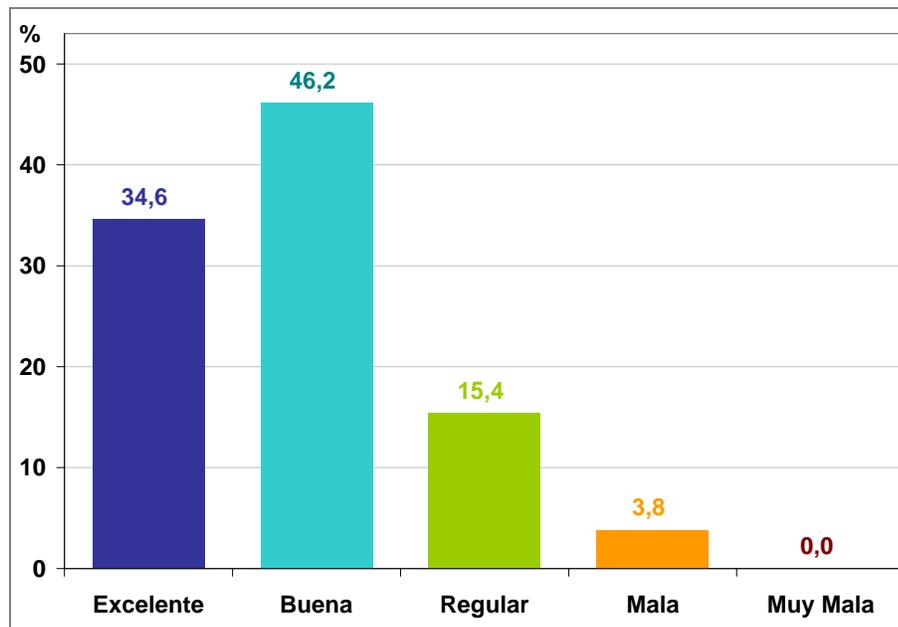
Figura N° 24. Medios de promoción de los servicios



Entre las múltiples opciones que la BMR posee para promocionar sus servicios, los empleados, en un 46.8% consideraron al sitio web como el medio más utilizado para este objetivo.

Pregunta 19.- ¿Cómo considera la forma en que la Biblioteca promociona sus servicios?

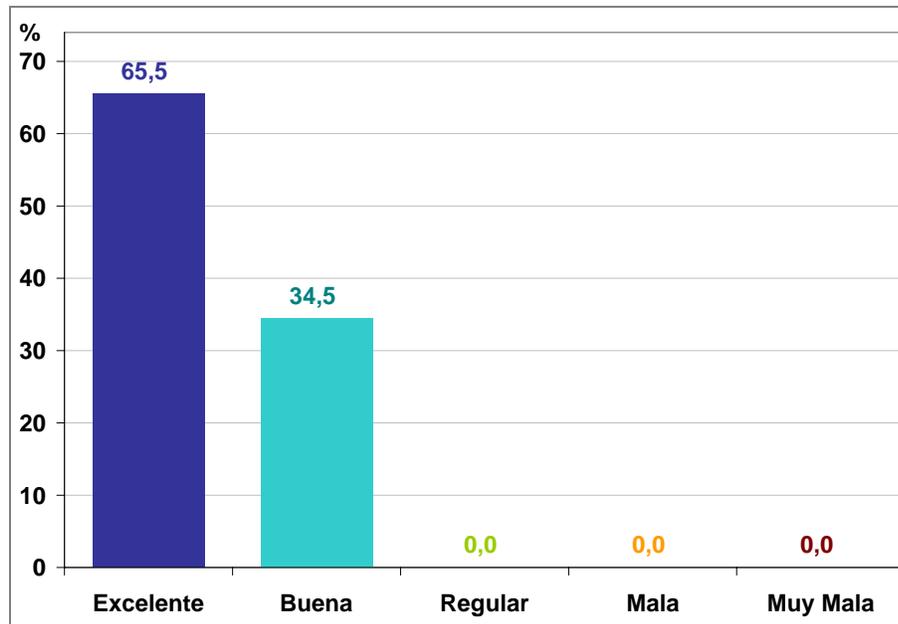
Figura N° 25. Promoción de los servicios



Puede decirse que a rasgos generales, la mayoría de los encuestados evalúan la promoción de los servicios de la BMR, entre excelente y buena, quedando evidenciado en un 80.8%.

Pregunta 20.- En general, ¿Cómo evaluaría usted la calidad del servicio que la Biblioteca brinda a sus usuarios?

Figura N°26. Calidad de Servicio de la Biblioteca



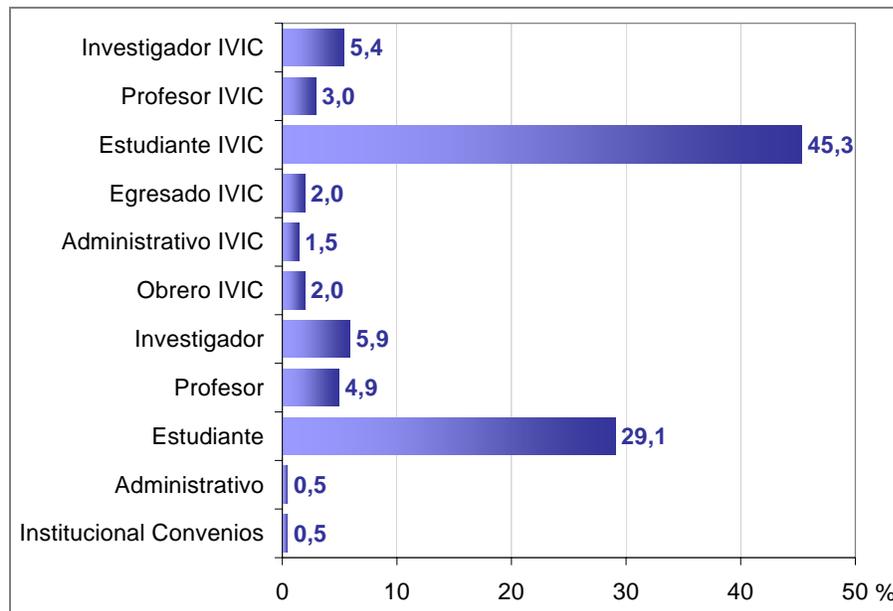
Para finalizar, se destaca la percepción de los empleados respecto a la calidad del servicio de la BMR como un todo, puesto que un 65.5% la calificó como excelente y un 34.5% como buena.

5.2. Análisis de los cuestionarios dirigidos a los usuarios de la BMR

5.2.1. Usuarios presenciales

Pregunta 1.- ¿A cuál de los siguientes grupos de usuarios pertenece?

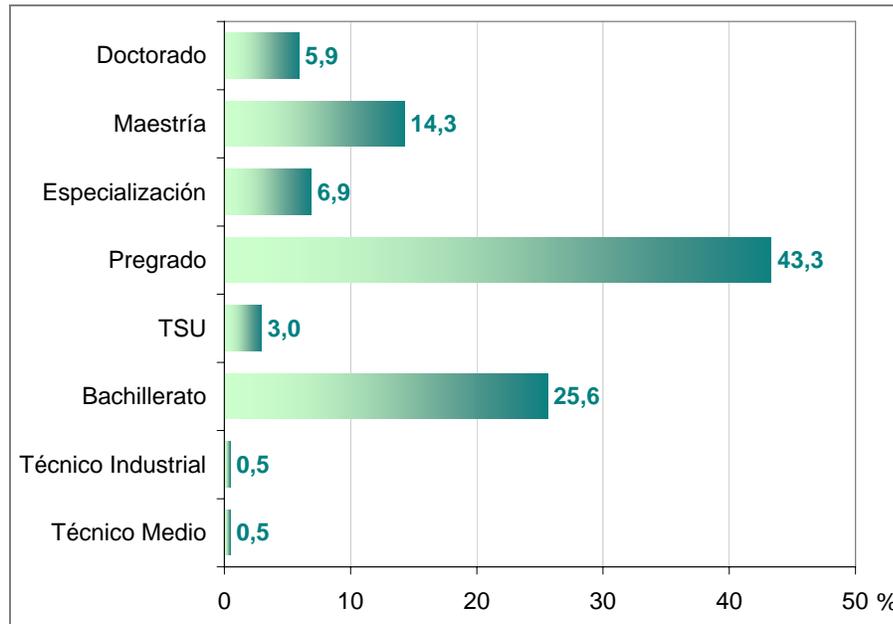
Figura N° 27. Tipos de usuarios presenciales



De la muestra que respondió el cuestionario aplicado a los usuarios presenciales de la BMR, el 45.3% pertenece a la matrícula de estudios de postgrados del IVIC, mientras que un 29.1% representa a los estudiantes que no pertenecen a la institución y de cualquier otro grado en instrucción. Cabe destacar que de todo el tipo de usuario que puede visitar la Biblioteca, se recibió al menos una respuesta.

Pregunta 2.- Indique su nivel de instrucción completado:

Figura N° 28. Nivel de instrucción



El 43.3% de los usuarios que visita la BMR, bien sea para desarrollar investigaciones o utilizarla como centro de estudio, son personas con un nivel de pregrado completo, seguido de un importante número de bachilleres constituido por un 25.6% de la muestra. Estas dos cifras están en concordancia con la primera especificación de tipos de usuarios presenciales de la BMR, pudiendo inferirse así que la mayoría de los visitantes son estudiantes IVIC, que realizan postgrado dentro de la institución, y el otro gran grupo que hace uso de los servicios de manera presencial, está conformado por estudiantes de pregrado.

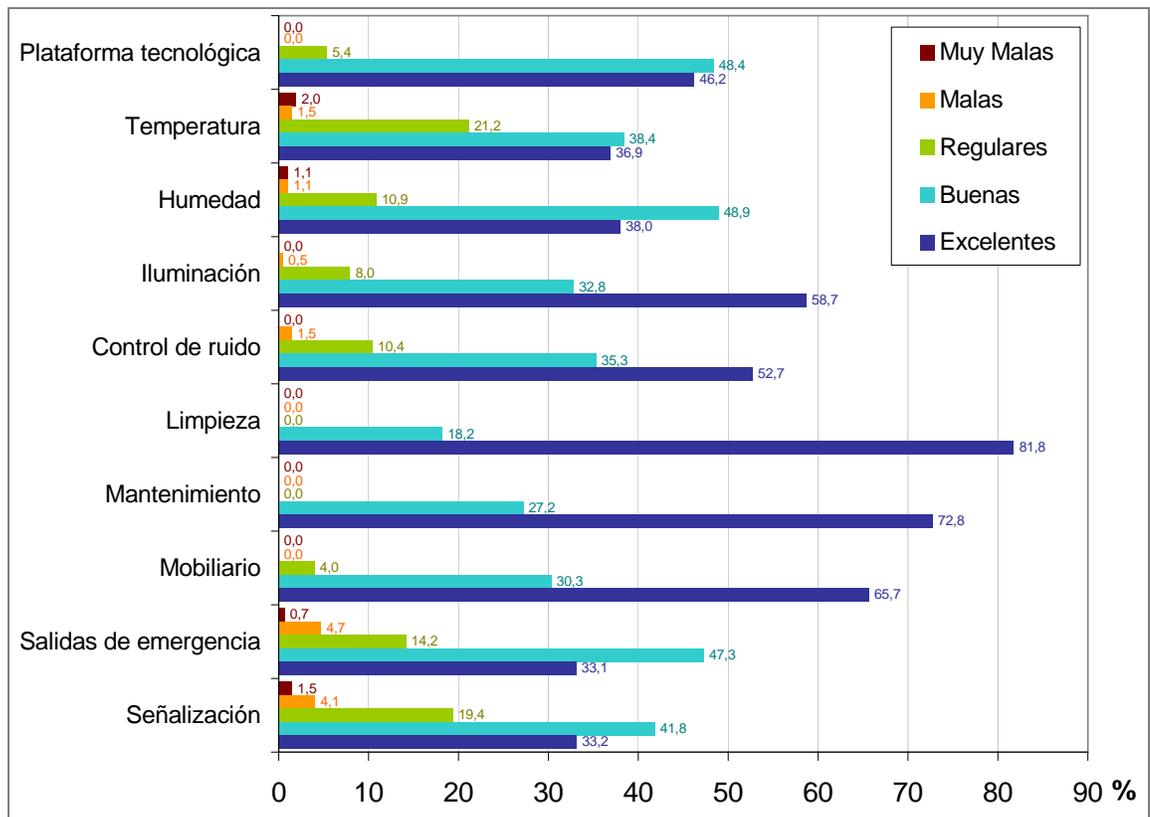
Pregunta 3.- Evalúe las condiciones de la Biblioteca:

(1: Muy Malas 2: Malas 3: Regulares 4: Buenas 5: Excelentes)

Tabla N° 11. Condiciones de la Biblioteca

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Plataforma tecnológica	186	0	0	10	90	86	0,0	0,0	5,4	48,4	46,2	4,41
Temperatura	203	4	3	43	78	75	2,0	1,5	21,2	38,4	36,9	4,07
Humedad	184	2	2	20	90	70	1,1	1,1	10,9	48,9	38,0	4,22
Iluminación	201	0	1	16	66	118	0,0	0,5	8,0	32,8	58,7	4,50
Control de ruido	201	0	3	21	71	106	0,0	1,5	10,4	35,3	52,7	4,39
Limpieza	203	0	0	0	37	166	0,0	0,0	0,0	18,2	81,8	4,82
Mantenimiento	202	0	0	0	55	147	0,0	0,0	0,0	27,2	72,8	4,73
Mobiliario	201	0	0	8	61	132	0,0	0,0	4,0	30,3	65,7	4,62
Salidas de emergencia	148	1	7	21	70	49	0,7	4,7	14,2	47,3	33,1	4,07
Señalización	196	3	8	38	82	65	1,5	4,1	19,4	41,8	33,2	4,01

Figura N° 29. Condiciones de la Biblioteca



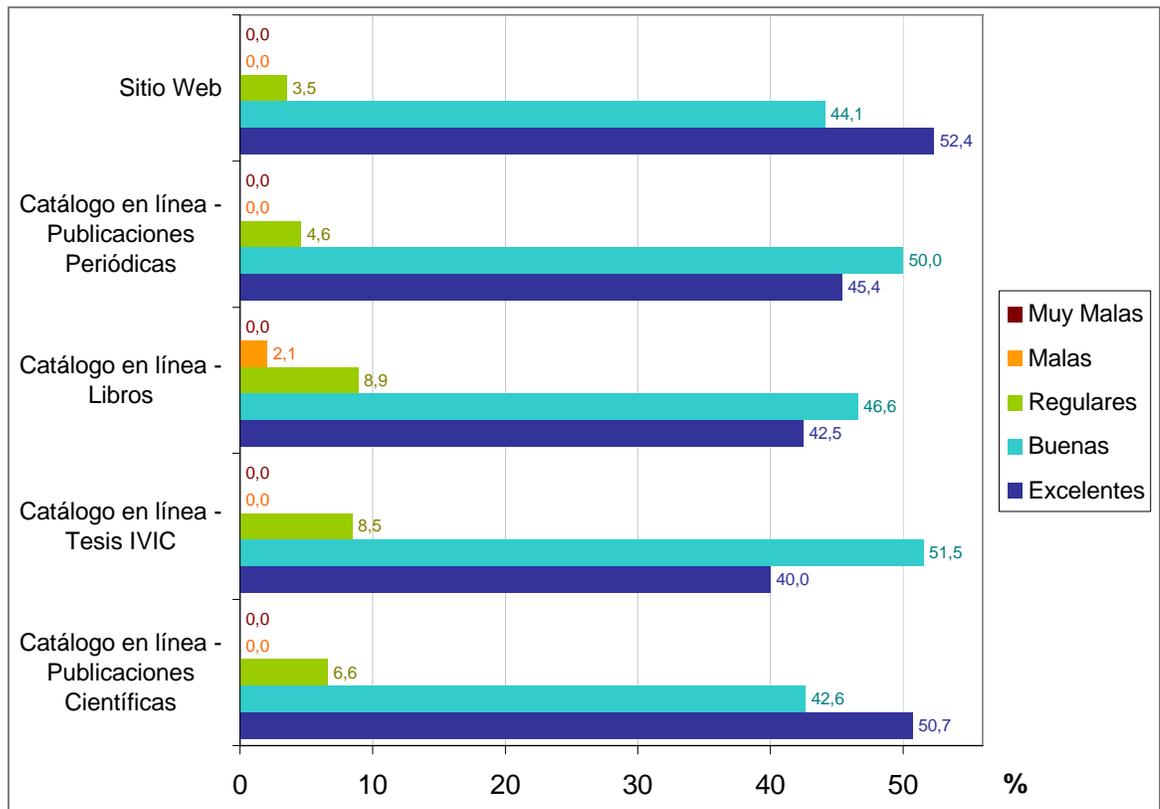
Respecto a la evaluación de las condiciones físicas de la BMR, cabe destacar que el aspecto que tuvo menor promedio fue la señalización, resultando con una media de 4,01, seguidos de la temperatura y las salidas de emergencia, las cuales, ambas, obtuvieron 4,07. Es importante indicar que un buen número de encuestados dejó de evaluar las salidas de emergencia, por desconocimiento de las mismas.

Pregunta 4.1.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 12. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Sitio Web	170	0	0	6	75	89	0,0	0,0	3,5	44,1	52,4	4,49
Catálogo en línea - Publicaciones Periódicas	152	0	0	7	76	69	0,0	0,0	4,6	50,0	45,4	4,41
Catálogo en línea - Libros	146	0	3	13	68	62	0,0	2,1	8,9	46,6	42,5	4,29
Catálogo en línea - Tesis IVIC	130	0	0	11	67	52	0,0	0,0	8,5	51,5	40,0	4,32
Catálogo en línea - Publicaciones Científicas	136	0	0	9	58	69	0,0	0,0	6,6	42,6	50,7	4,44

Figura N° 30. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea



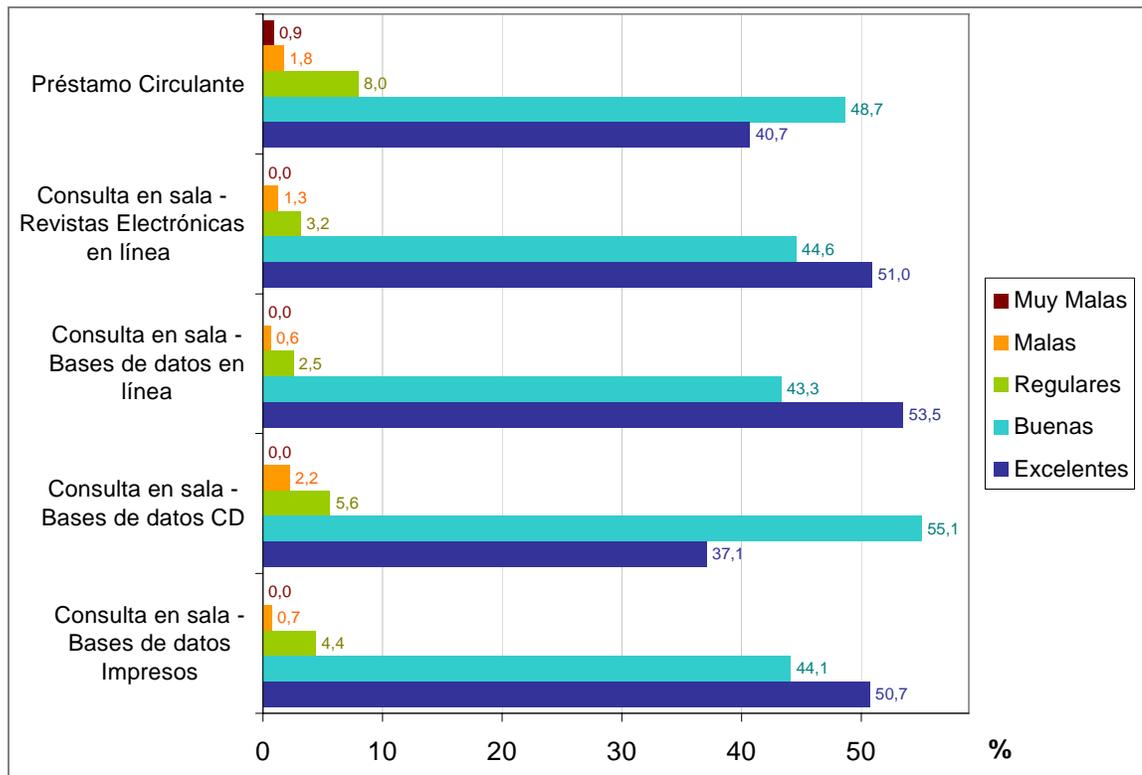
En la evaluación de los servicios ofrecidos por la BMR, se puede notar en líneas generales, que existe gran desconocimiento en cuanto a éstos, puesto que todos los valores base para el cálculo de la media de cada actividad está muy por debajo de la muestra total de usuarios presenciales. Para este grupo donde se concentró el sitio web junto con los catálogos en línea, el menor promedio, de 4,29 (en una escala del 1 al 5, en donde 1 es el puntaje más bajo y 5 representa el nivel de excelencia), lo obtuvo el catálogo de libros, mientras que el contiene la información bibliográfica de la producción intelectual del IVIC, es el de menor base sólo con 130 respuestas.

Pregunta 4.2.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 13. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Préstamo Circulante	113	1	2	9	55	46	0,9	1,8	8,0	48,7	40,7	4,27
Consulta en sala - Revistas Electrónicas en línea	157	0	2	5	70	80	0,0	1,3	3,2	44,6	51,0	4,45
Consulta en sala - Bases de datos en línea	157	0	1	4	68	84	0,0	0,6	2,5	43,3	53,5	4,50
Consulta en sala - Bases de datos CD	89	0	2	5	49	33	0,0	2,2	5,6	55,1	37,1	4,27
Consulta en sala - Bases de datos Impresos	136	0	1	6	60	69	0,0	0,7	4,4	44,1	50,7	4,45

Figura N° 31. Servicios y/o recursos: Préstamo Circulante y Consulta en Sala



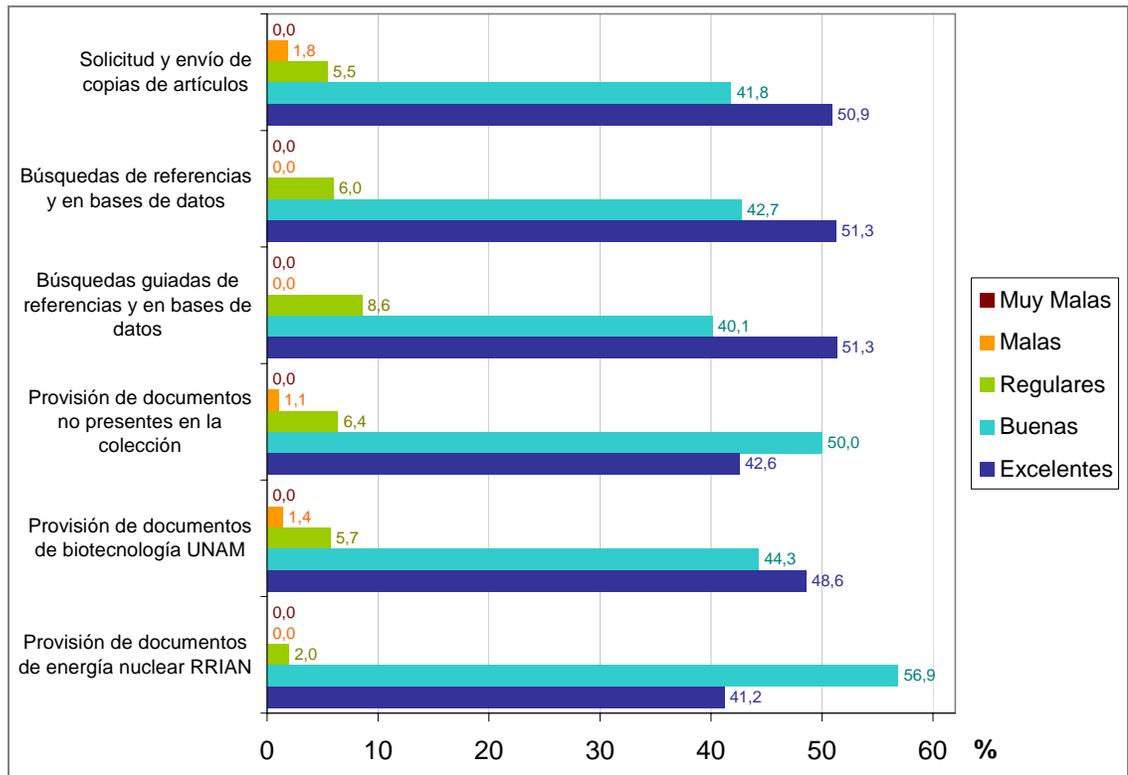
En este conjunto de servicios los dos aspectos que presentan menor promedio de evaluación, es el préstamo circulante y la consulta en sala de bases de datos en formato CD ROM, ambos con un promedio de 4,27. También, de este grupo, fueron los ítems que recibieron menos respuestas por parte de los usuarios presenciales.

Pregunta 4.3.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 14. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Solicitud y envío de copias de artículos	110	0	2	6	46	56	0,0	1,8	5,5	41,8	50,9	4,42
Búsquedas de referencias y en bases de datos	117	0	0	7	50	60	0,0	0,0	6,0	42,7	51,3	4,45
Búsquedas guiadas de referencias y en bases de datos	152	0	0	13	61	78	0,0	0,0	8,6	40,1	51,3	4,43
Provisión de documentos no presentes en la colección	94	0	1	6	47	40	0,0	1,1	6,4	50,0	42,6	4,34
Provisión de documentos de biotecnología UNAM	70	0	1	4	31	34	0,0	1,4	5,7	44,3	48,6	4,40
Provisión de documentos de energía nuclear RRIAN	51	0	0	1	29	21	0,0	0,0	2,0	56,9	41,2	4,39

Figura N° 32. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión



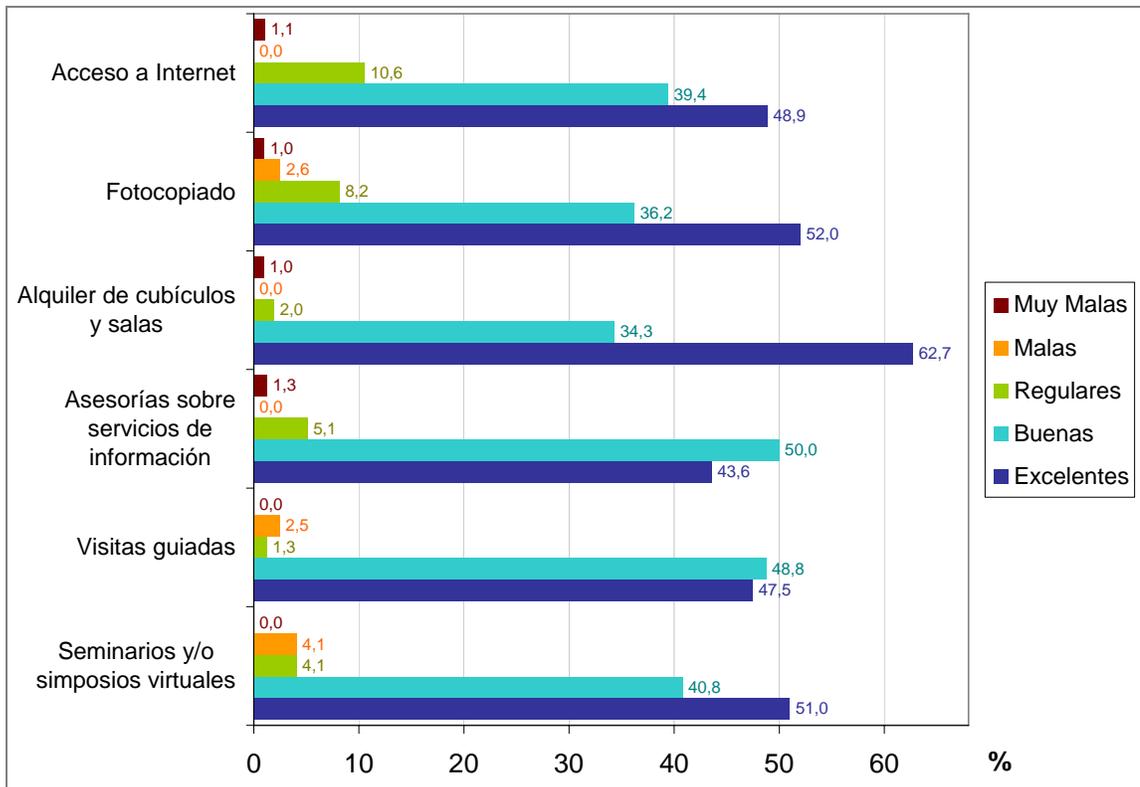
Aquí, más que la evaluación, lo que destaca es la baja cantidad de respuestas que obtuvieron los servicios de provisión de documentos no presentes en la colección impresa o electrónica BMR, o la de los documentos electrónicos en las áreas de biotecnología por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y de energía nuclear por la Red Regional de Información en el Área Nuclear (RRIAN), demostrando el desconocimiento de la existencia de los mismos o la falta de uso.

Pregunta 4.4.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 15. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Acceso a Internet	180	2	0	19	71	88	1,1	0,0	10,6	39,4	48,9	4,35
Fotocopiado	196	2	5	16	71	102	1,0	2,6	8,2	36,2	52,0	4,36
Alquiler de cubículos y salas	102	1	0	2	35	64	1,0	0,0	2,0	34,3	62,7	4,58
Asesorías sobre servicios de información	78	1	0	4	39	34	1,3	0,0	5,1	50,0	43,6	4,35
Visitas guiadas	80	0	2	1	39	38	0,0	2,5	1,3	48,8	47,5	4,41
Seminarios y/o simposios virtuales	49	0	2	2	20	25	0,0	4,1	4,1	40,8	51,0	4,39

Figura N° 33. Servicios y/o recursos: Acceso a Internet, Fotocopiado, Asesorías y Eventos



Para finalizar con los grupos de servicios evaluados en el cuestionario aplicado a los usuarios presenciales de la BMR, se compilaron aquellos que no tienen vínculos o semejanzas entre sí, sin restarles importancia claro está, y se pudo notar en los resultados que también existe una falta de conocimiento o uso en las asesorías para la generación de conocimientos teórico-prácticos en áreas asociadas a la oferta de servicios de información, visitas guiadas, y desarrollo y mantenimiento de seminarios y/o simposios virtuales, debido a que fueron valorados sólo por una pequeña porción de la muestra.

Pregunta 5.- Según sus necesidades, ¿Qué otro(s) servicio(s) propondría?

Tabla N° 16. Lista de servicios adicionales propuestos

	Frecuencia	Porcentaje
Actualización de computadoras, con editor de documentos	16	28,6
Mejor acceso a internet, tanto por cable como inalámbrico	8	14,3
Sala de computación más amplia	7	12,5
Desarrollo de colecciones impresas y electrónicas - Publicaciones Periódicas	6	10,7
Servicio de asesorías vía web	5	8,9
Servicio de máquinas de café - cafetin	4	7,1
Impresión y fotocopiado a color	3	5,4
Desarrollo de colecciones - no científico tecnológico	3	5,4
Desarrollo de colecciones impresas - libros	3	5,4
Revisión de prensa en microfilms	2	3,6
Apoyador de libros	1	1,8
Sistema de seguridad en circuito cerrado	1	1,8
Centro de comunicaciones - llamadas	1	1,8
Acceso gratuito a bases de datos (usuarios externos)	1	1,8
Digitalización de tesis	1	1,8
Mayor número de personal - referencistas	1	1,8
Comercialización de libros imposibles de adquirir en el país (servicio de librería)	1	1,8
Total menciones	56	100,0

El 28.6% de las opiniones respecto a qué servicio consideran necesario los usuarios presenciales, y que no ofrece la BMR, se refiriere a la actualización de las computadoras, las cuales no cuentan con la posibilidad de editar documentos de texto, hojas de cálculos o presentaciones. Le sigue, con un 14.3%, la necesidad de el mejor acceso a Internet, bien sea por cable o inalámbrico. Y la tercera mención, que está directamente relacionada con la primera, es la ampliación de la sala de computación y el incremento de del número de computadoras.

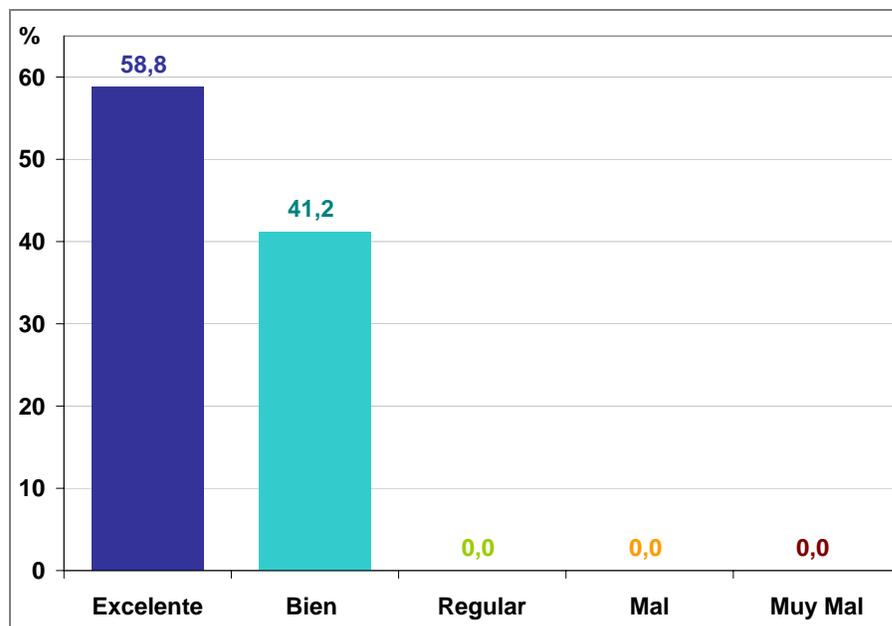
Pregunta 6.- ¿Ha recibido algún taller de adiestramiento para el uso de los servicios de la Biblioteca?

Tabla N° 17. Talleres de adiestramiento para el uso de los servicios

	Frecuencia	Porcentaje
No	186	91,6
Sí	17	8,4

Pregunta 6.1.- Si la respuesta anterior es "Sí", ¿Cómo evaluaría usted esta capacitación?

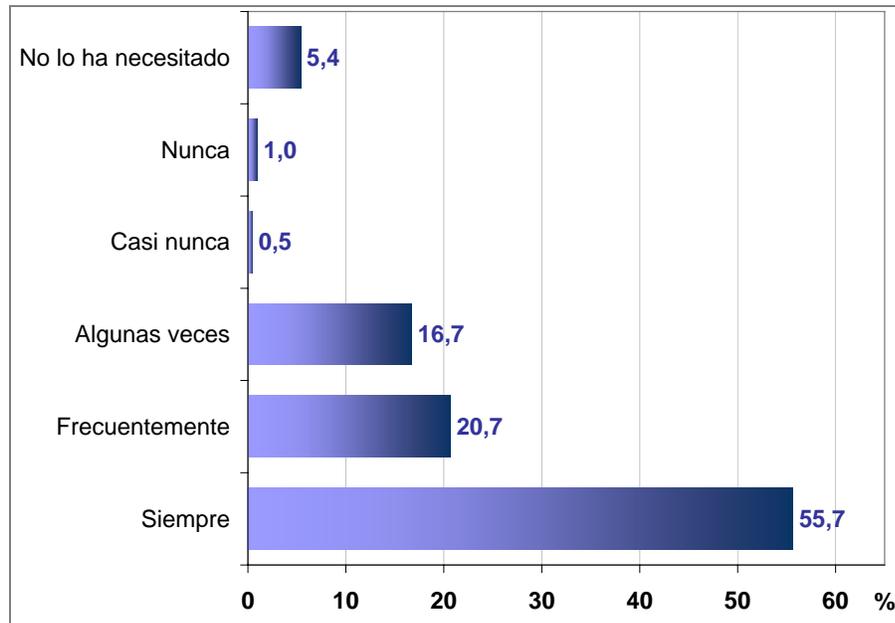
Figura N° 34. Evaluación de los talleres de adiestramiento para el uso de los servicios



El 91.6% de los usuarios encuestados aseveró no haber participado en talleres para el uso de los servicios y/o recursos de la BMR. Sin embargo, de las 17 respuestas afirmativas, un 58.8% evaluó al adiestramiento como excelente.

Pregunta 7.- ¿El personal de la Biblioteca le orienta acerca al uso de los servicios?

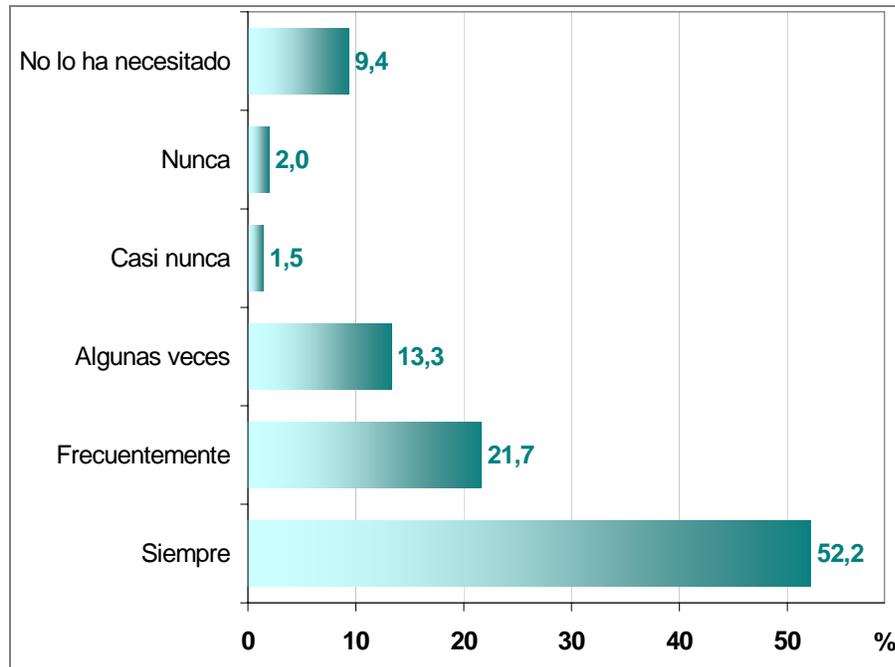
Figura N° 35. Orientación del personal de la Biblioteca sobre uso de los servicios



Más de la mitad de las personas encuestadas, representada por el 55.7% de la muestra, afirmó que siempre recibe orientación del personal respecto al uso de los servicios de la Biblioteca, seguido por un 20.7% que respondió que frecuentemente se le presta ayuda. Lo que indica un buen nivel de conformidad de los usuarios en cuanto a la orientación que espera recibir por parte de los empleados de la Biblioteca.

Pregunta 8.- ¿El personal de la Biblioteca le ayuda a encontrar la información?

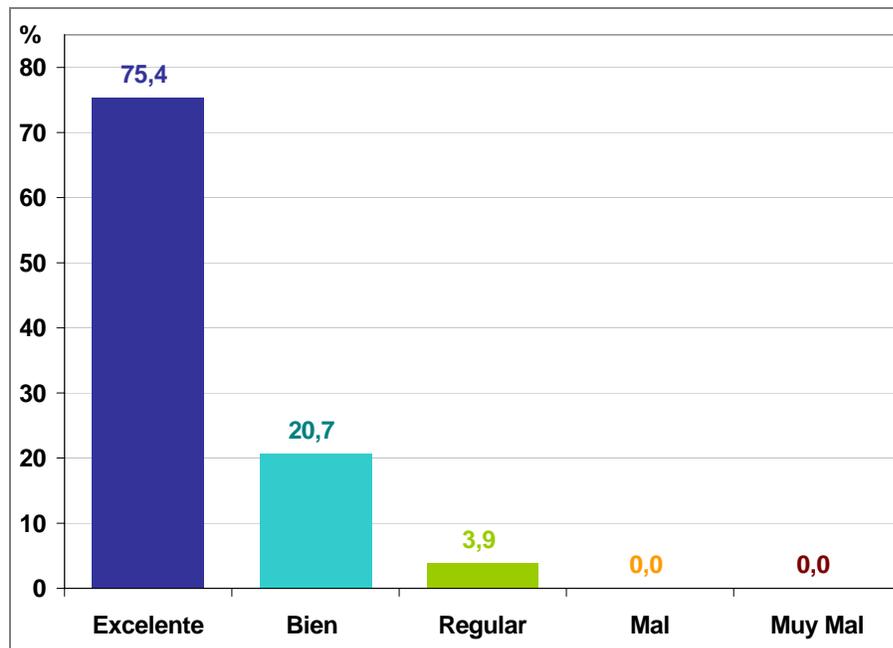
Figura N° 36. Ayuda del personal de la Biblioteca



En otro sentido, el 52.2% de los usuarios asegura que siempre recibe la ayuda necesaria por parte del personal de la BMR, para localizar la documentación que demandan. Y otro 21.7% dejó por sentado que frecuentemente los empleados de la Biblioteca realizan con éxito esta labor. Lo cual ratifica la voluntad de servicio del equipo de trabajo hacia la resolución de los requerimientos de sus usuarios.

Pregunta 9.- ¿Cómo es el trato que recibe del personal que labora en la Biblioteca?

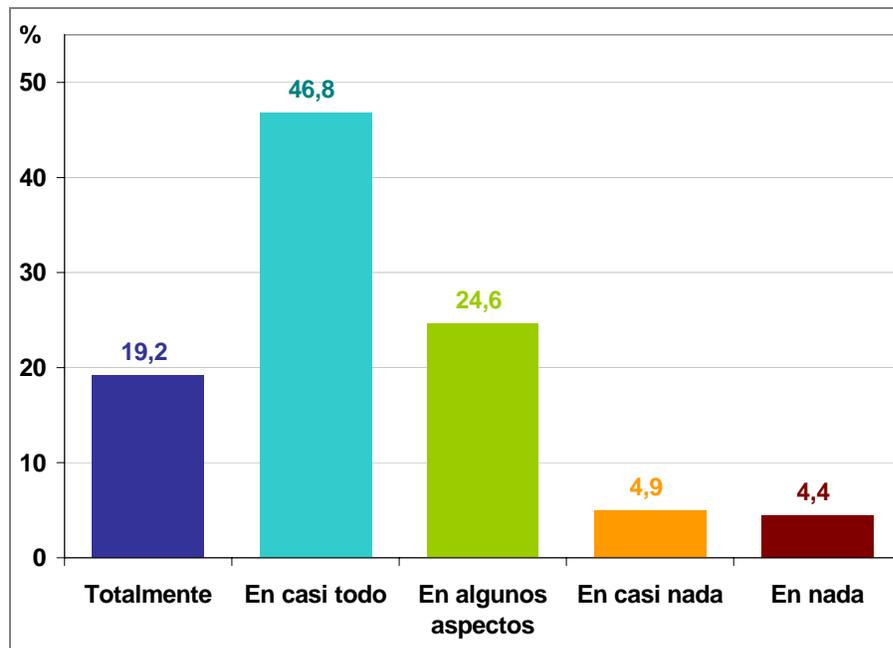
Figura N° 37. Trato recibido por el personal



Es fácil notar en esta representación gráfica la opinión de los usuarios presenciales respecto al trato que reciben de los empleados de la BMR. Un 75.4% afirma que en este aspecto el grupo que labora en la Biblioteca es excelente, sólo un 3.9% le parece regular. Otra vez se evidencia el beneplácito que siente el usuario respecto al factor humano y su manera de prestar el servicio.

Pregunta 10.- ¿Cuánto considera usted que la Biblioteca conoce sus necesidades de información y expectativas de servicios?

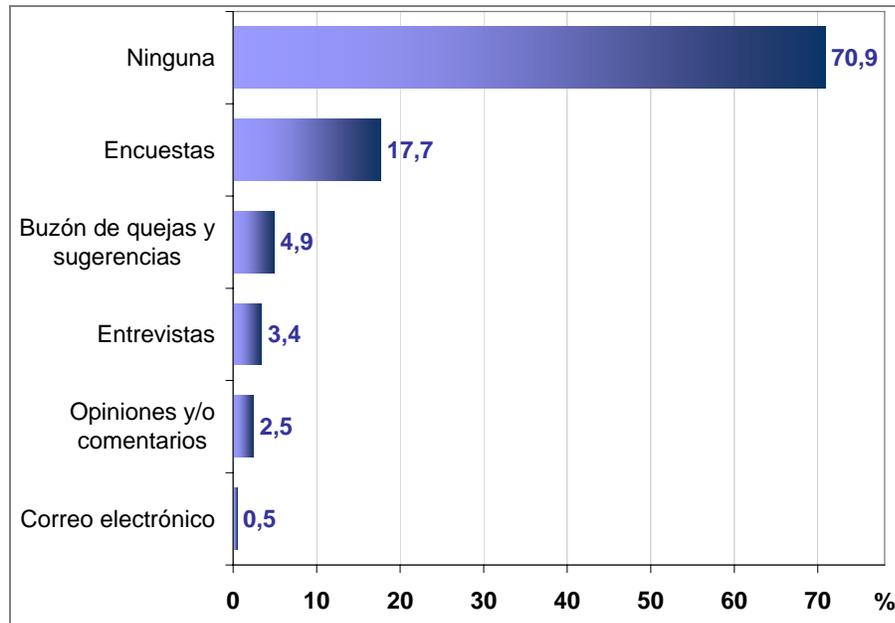
Figura N° 38. Conocimiento de las necesidades de información y servicios de los usuarios



En lo que se refiere a cuánto la Biblioteca conoce a sus usuarios, con especial referencia a sus expectativas de servicios y necesidades de información, un 46.8% de los encuestados puntualizó que la BMR cubre casi todo sus requerimientos e intereses. Sin embargo, un importante grupo de personas, 29.5%, cree que sólo se les conoce en algunos aspectos o casi nada.

Pregunta 11.- ¿De qué forma la Biblioteca le ha contactado para conocer tu opinión y/o necesidades?

Figura N° 39. Vías de contacto para conocer la opinión y necesidades de los usuarios



Corroborando el aspecto anterior, sobre si los usuarios sentían que la BMR conocía sus necesidades y expectativas, un 70.9% de los encuestados señaló que no se le ha contactado de ninguna manera para expresar las observaciones que tiene sobre el servicio de la Biblioteca o sobre cualquier otro aspecto relacionado con ella.

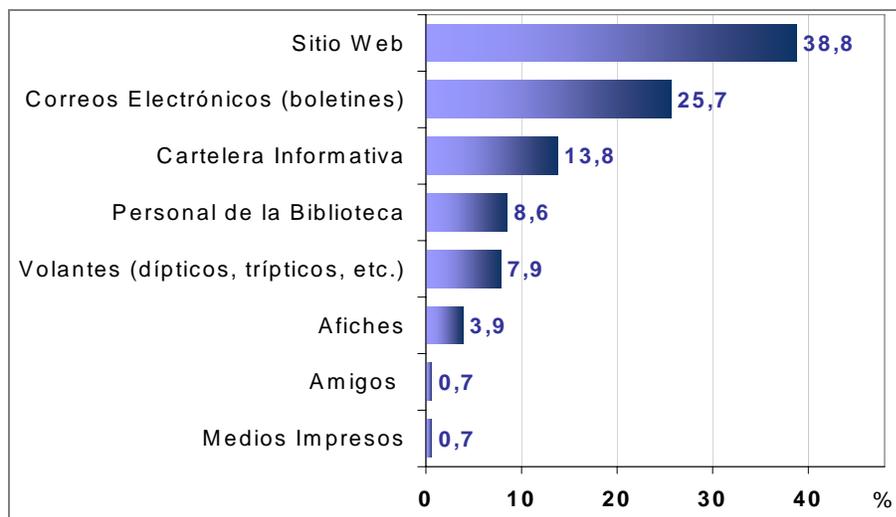
Pregunta 12.- ¿Ha recibido usted información acerca de los diferentes servicios y/o productos que ofrece la Biblioteca?

Tabla N° 18. Promoción de los Servicios

	Frecuencia	Porcentaje
No	88	48,1
Sí	95	51,9

Pregunta 12.1.- Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿Por cuáles medios ha recibido usted esta información?

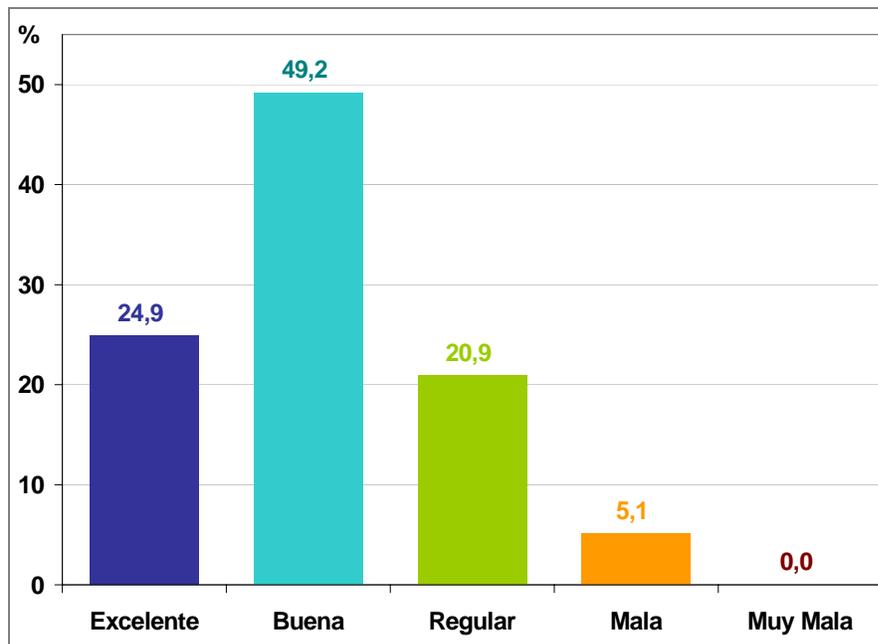
Figura N° 40. Medios de Promoción de los Servicios



Las respuestas sobre si el usuario recibe o no información acerca de los distintos servicios que presta y ofrece la BMR estuvieron divididas casi por la mitad. Un 51.9% contestó afirmativamente, y de éstas afirmaciones, el 38.8% asegura que conoce los servicios a través del sitio web y un 25.7% por boletines informativos electrónicos, lo que indica que el medio electrónico es el más efectivo en la comunicación de la Biblioteca con sus usuarios.

Pregunta 13.- ¿Cómo considera la forma en que la Biblioteca promociona sus servicios?

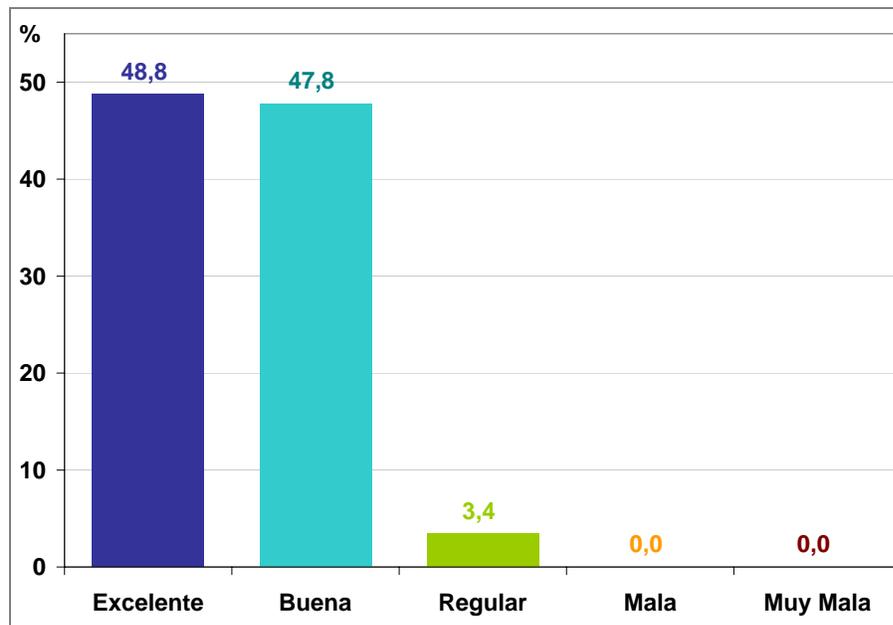
Figura N° 41. Promoción de los servicios



El 49.2% de los usuarios presenciales afirmó que la manera en que la Biblioteca promociona sus servicios es buena, mientras que el 25.1% la clasificó entre regular y mala.

Pregunta 14.- ¿Cómo evaluaría, en general, la calidad del servicio que brinda la Biblioteca?

Figura N° 42. Calidad de Servicio de la Biblioteca

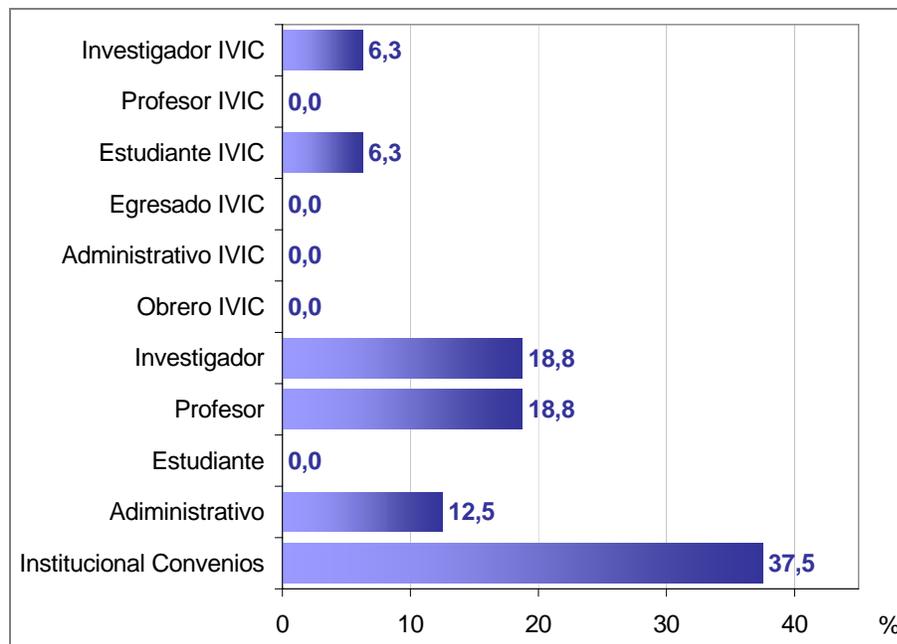


Para finalizar, se le consultó a los usuarios presenciales cómo evaluaban, de forma general, la calidad del servicio que brinda la BMR, y las respuestas se dividieron en un 48.8% que la considera excelente, y un 47.8% que les parecía buena. Esto puede deberse a la idea de que todo servicio puede, se merece y tiene que ser mejorado continuamente. Sólo un 3.4% evaluó a la calidad del servicio de la Biblioteca como regular.

5.2.2. Usuarios remotos

Pregunta 1.- ¿A cuál de los siguientes grupos de usuarios pertenece?

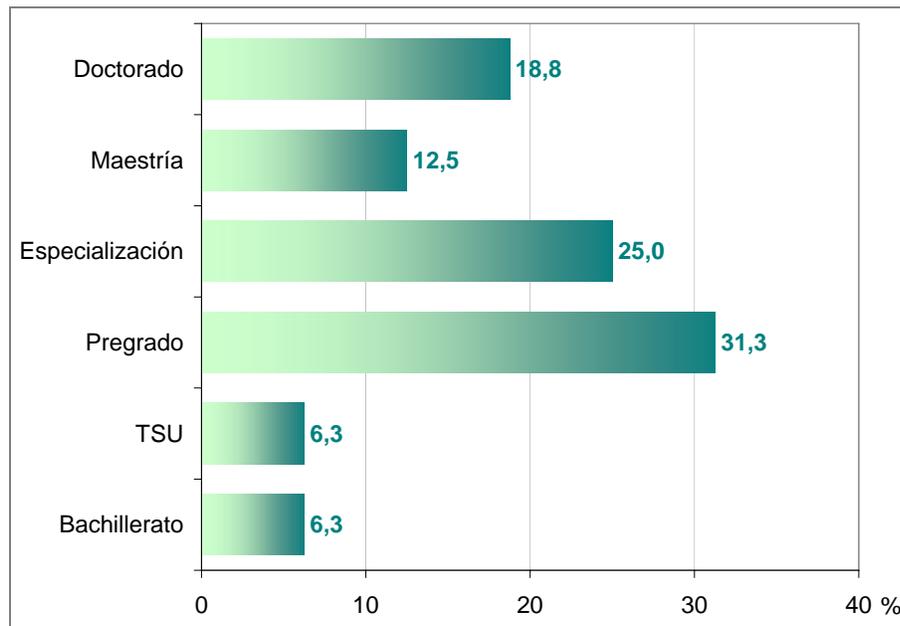
Figura XX. Tipos de usuarios remotos



En este aspecto se hace referencia a la tipología de los usuarios remotos de la BMR, representados en primer lugar, por el 87.6% a los usuarios externos, siendo los convenios institucionales tanto a nivel nacional como internacional los más representativos con un 37.5%, y finalmente los usuarios IVIC con 12.6%.

Pregunta 2.- Indique su nivel de instrucción completado:

Figura N° 44. Nivel de instrucción



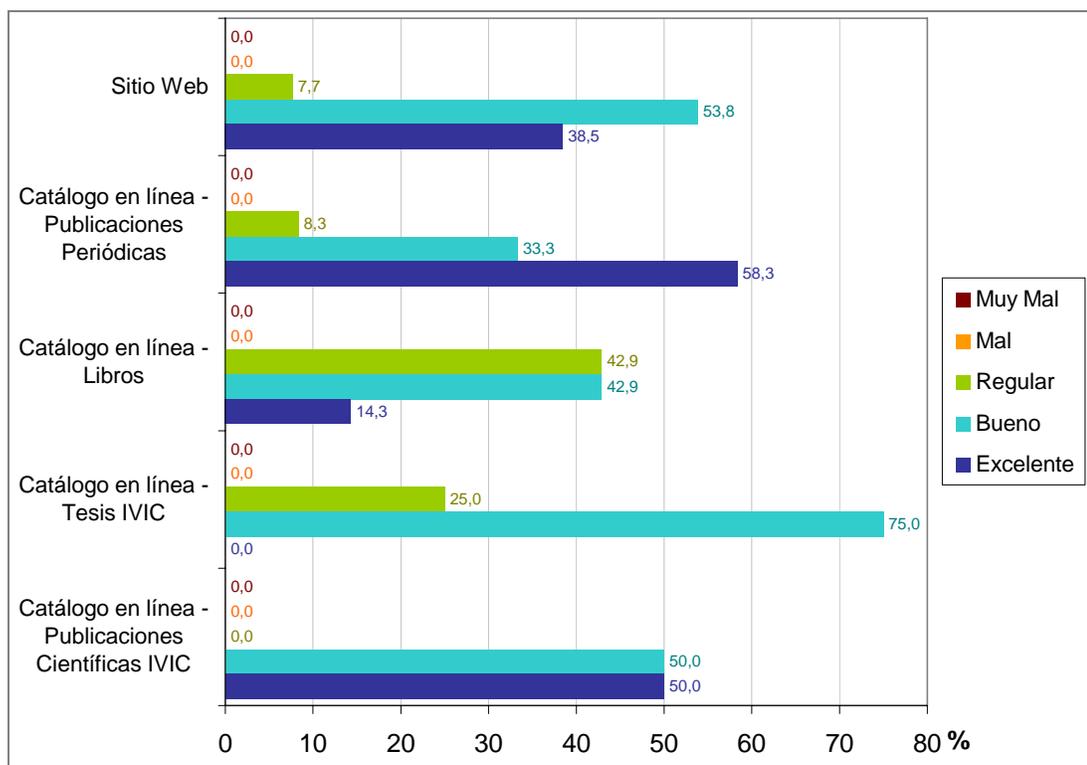
Otro aspecto que ayuda a conocer la tipología de los usuarios remotos es su grado de instrucción, el cual se presenta en tres grandes rasgos generales, a saber: usuarios con estudios de postgrado, pregrado y bachillerato. En relación a ello, el nivel de instrucción que posee el usuario que más utiliza el servicio de localización de información es el de postgrado con un 56.3%, mientras que el 31.3% pertenece a los usuarios con estudios de pregrado y finalmente con 6.3% bachilleres.

Pregunta 3.1.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 19. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Sitio Web	14	0	0	1	8	5	0,0	0,0	7,1	57,1	35,7	4,29
Catálogo en línea - Publicaciones Periódicas	13	0	0	1	5	7	0,0	0,0	7,7	38,5	53,8	4,46
Catálogo en línea - Libros	8	0	0	4	3	1	0,0	0,0	50,0	37,5	12,5	3,63
Catálogo en línea - Tesis IVIC	5	0	0	2	3	0	0,0	0,0	40,0	60,0	0,0	3,60
Catálogo en línea - Publicaciones Científicas IVIC	11	0	0	1	5	5	0,0	0,0	9,1	45,5	45,5	4,36

Figura N° 45. Servicios y/o recursos: Sitio Web y Catálogo en Línea



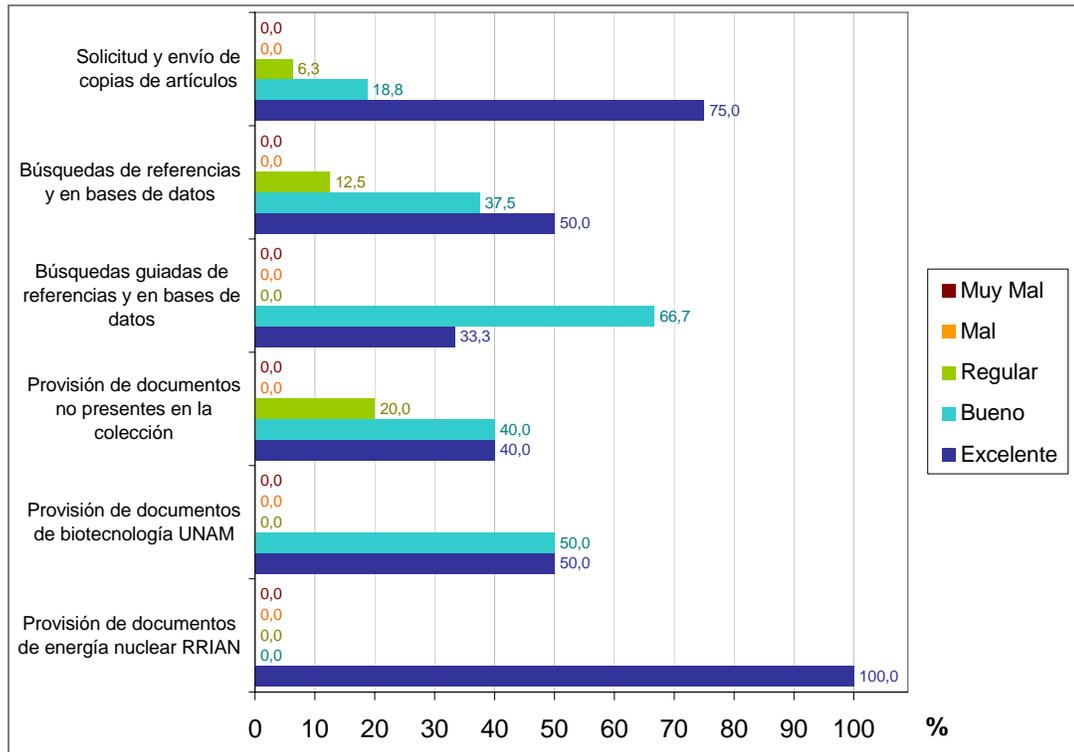
En relación a la evaluación del sitio Web y de los catálogos en línea se puede observar que los promedio más bajos afectan al catálogo de tesis, con un valor de 3,60 y al catálogo de libros con 3,63, por lo que se puede inferir que la mayoría de los que respondieron el instrumento no los utilizan. Asimismo, el sitio Web, el catálogo de publicaciones periódicas y el catálogo de publicaciones científicas IVIC tiene un promedio mayor a 4,29.

Pregunta 3.2.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 20. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Solicitud y envío de copias de artículos	16	0	0	1	3	12	0,0	0,0	6,3	18,8	75,0	4,69
Búsquedas de referencias y en bases de datos	8	0	0	1	3	4	0,0	0,0	12,5	37,5	50,0	4,38
Búsquedas guiadas de referencias y en bases de datos	3	0	0	0	2	1	0,0	0,0	0,0	66,7	33,3	4,33
Provisión de documentos no presentes en la colección	5	0	0	1	2	2	0,0	0,0	20,0	40,0	40,0	4,20
Provisión de documentos de biotecnología UNAM	2	0	0	0	1	1	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	4,50
Provisión de documentos de energía nuclear RRIAN	2	0	0	0	0	2	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	5,00

Figura N° 46. Servicios y/o recursos: Solicitudes Electrónicas, Búsquedas y Provisión



De acuerdo con la evaluación realizada por los usuarios a los servicios de la BMR, se puede notar, que sólo el servicio de solicitud y envío de copias de artículos, fue evaluado por toda la muestra, y tiene un promedio de 4,69. En contraste, los demás servicios presentan valores de base muy por debajo de la muestra total de usuarios, por lo que se puede inferir que existe desconocimiento o poco uso de los mismos. Del mismo modo, la provisión de documentos de energía nuclear RRIAN tiene un promedio de 5, lo que quiere decir que este servicio fue evaluado como excelente, mientras que el resto de los servicios tiene un promedio mayor a 4,20.

Pregunta 3.3.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Tabla N° 21. Servicios recursos y/o: Asesorías y Eventos Virtuales

	Base	Frecuencias					Porcentajes					Prom.
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Asesorías sobre servicios de información	1	0	0	0	0	1	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	5,00
Seminarios y/o simposios virtuales	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-

En relación a la tabla N° 21, es evidente, el poco uso de los servicios o la poca promoción que se le da a los mismos. Es por ello que sólo 1 persona evaluó las asesorías sobre servicios de información como excelente, mientras que los seminarios y/o simposios virtuales no fueron evaluados.

Pregunta 4.- Según sus necesidades, ¿Qué otro(s) servicio(s) en línea propondría?

Tabla N° 22. Servicios en línea adicionales propuestos

	Frecuencia	Porcentaje
Solicitud de documentos directamente desde sitio web	1	50,0
Suministro de claves de acceso remoto a base de datos	1	50,0
BASE	2	100,0

En este aspecto, sólo hubo dos sugerencias por parte de los encuestados, referente a la solicitud de documentos directamente desde el sitio Web con un 50% y el suministro de claves de acceso remoto a base de datos con el otro 50%.

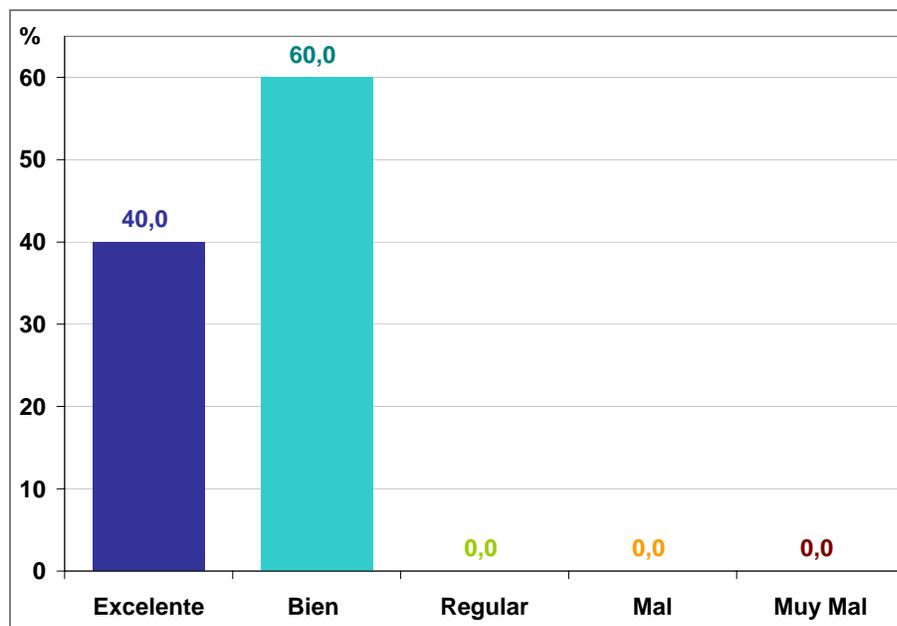
Pregunta 5.- ¿La Biblioteca le ofrece orientación para el uso de sus servicios en línea?

Tabla N° 23. Orientación para el uso de los servicios en línea

	Frecuencia	Porcentaje
No	5	50,0
Sí	5	50,0

5.1.- Si su respuesta anterior es “Sí”, ¿cómo evaluaría usted esta orientación?

Figura N° 47. Evaluación de los talleres de adiestramiento para el uso de los servicios



Sólo 10 personas respondieron en relación a si la biblioteca les ofrece o no orientación para el uso de los servicios en línea. Bajo esta perspectiva, el 50% de los usuarios encuestados confirmó no recibir orientación alguna por parte de la biblioteca, sin embargo, el otro 50% afirmó lo contrario, evaluando la orientación en un 40% como excelente.

Pregunta 6.- ¿Recibe usted confirmación cuando realiza solicitudes en línea?

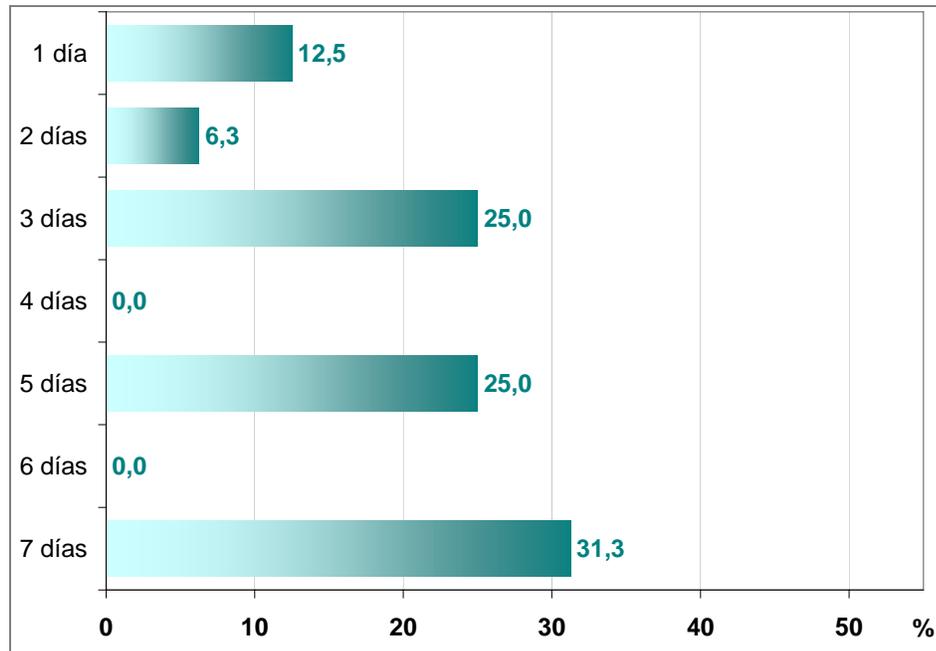
Tabla N° 24. Confirmación de solicitudes en línea

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0,0
Casi nunca	0	0,0
Algunas veces	0	0,0
Frecuentemente	1	6,3
Siempre	15	93,8

Se puede notar en la tabla N° 24, que el 93.8% de los usuarios encuestados, aseveran recibir siempre una confirmación por parte de la BMR cuando realizan sus solicitudes en línea.

Pregunta 7.- ¿Cuánto es el máximo de días que estaría dispuesto a esperar por una respuesta a su solicitud?

Figura N° 48. Tiempo máximo a esperar por respuestas a solicitudes en línea

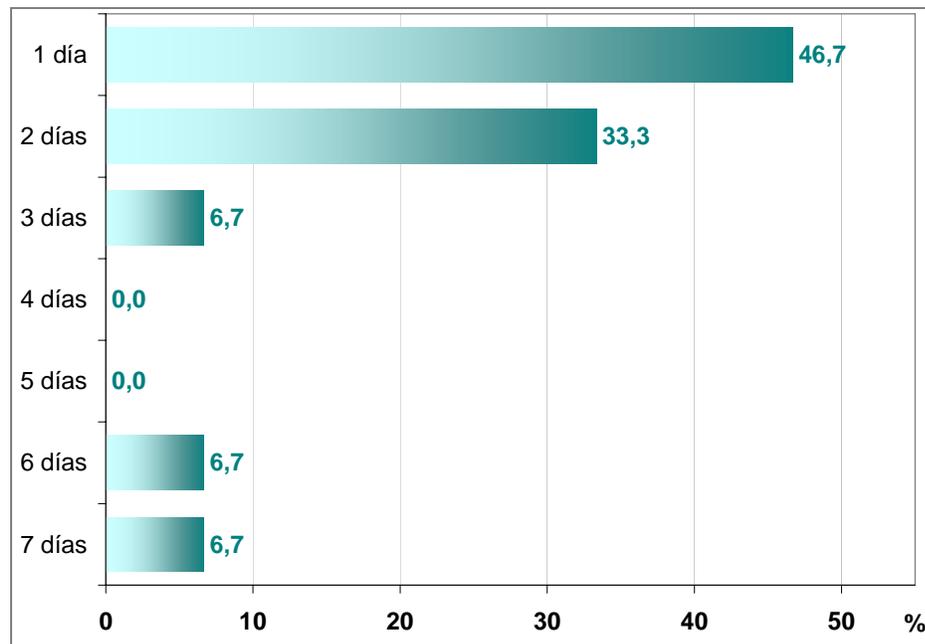


En lo que se refiere al tiempo máximo que pueden esperar los usuarios encuestados para recibir una respuesta a sus solicitudes en línea, por parte de la biblioteca, se destaca con 31.3%, un máximo de 7 días, seguido por 3 y 5 días con un 50% y finalmente con 18.8% 1 y 2 días.

Pregunta 8.- Según sus experiencias con solicitudes en línea a la Biblioteca:

Pregunta 8.1.- ¿Cuántos días habitualmente tardan en dar respuesta?

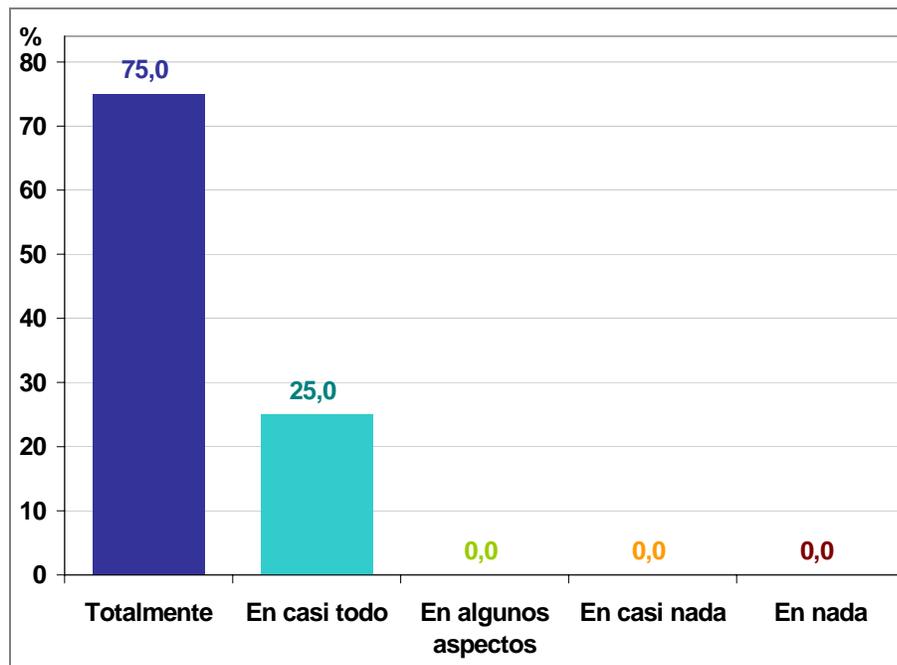
Figura N° 49. Tiempo habitual de respuestas a solicitudes en línea



El 46.7% de los usuarios remotos afirman según sus experiencias anteriores, recibir en el lapso de 1 día respuesta a sus solicitudes, mientras que el 33.3% asevera recibir respuesta en 2 días. Entonces, se podría decir que el 80% de los usuarios encuestados han recibido respuestas a sus solicitudes entre 1 y 2 días, mientras que el 20.1% asegura recibir respuesta entre 3, 6 y 7 días. En este sentido se puede inferir, en relación a la figura N°49 que la BMR, cubre las expectativas en cuanto a los tiempos de respuestas.

Pregunta 8.2.- ¿Cuánto se adecua el contenido de las respuestas a las especificaciones de su solicitud?

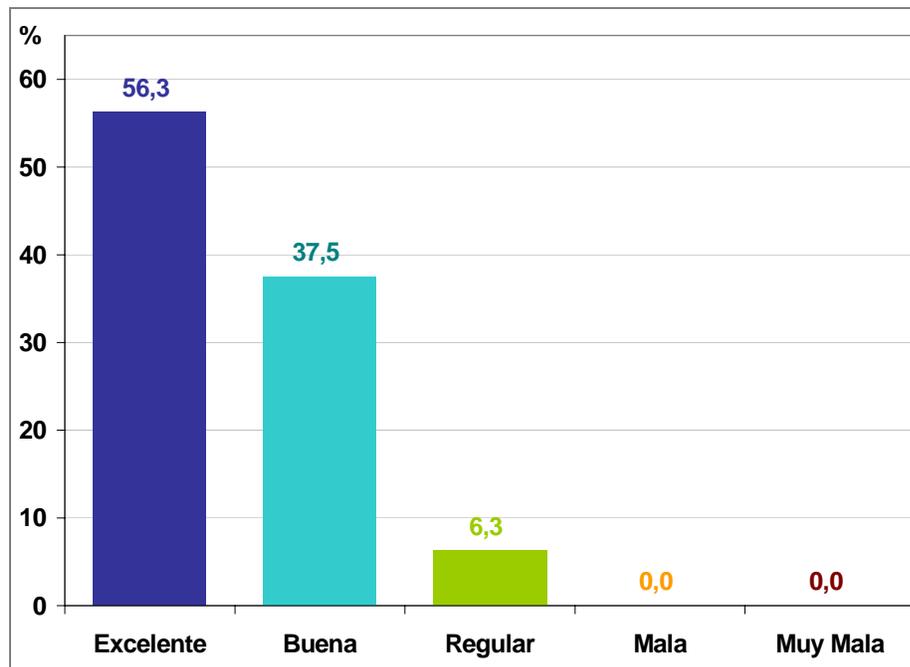
Figura N° 50. Adecuación de respuestas a lo solicitado en línea



Tal y como se nota en la representación gráfica, el 75% de los usuarios encuestados, asegura que el contenido de las respuestas enviadas por la biblioteca se adecua totalmente a la solicitudes realizadas y un 25% afirmó que las repuestas obtenidas se adecuan en casi todo. Evaluando de esta manera la pertinencia de la información suministrada por la BMR a los usuarios remotos.

Pregunta 8.3.- ¿Como evaluaría la calidad del documento recibido, ya sea en formato impreso o digital? (legibilidad / resolución)

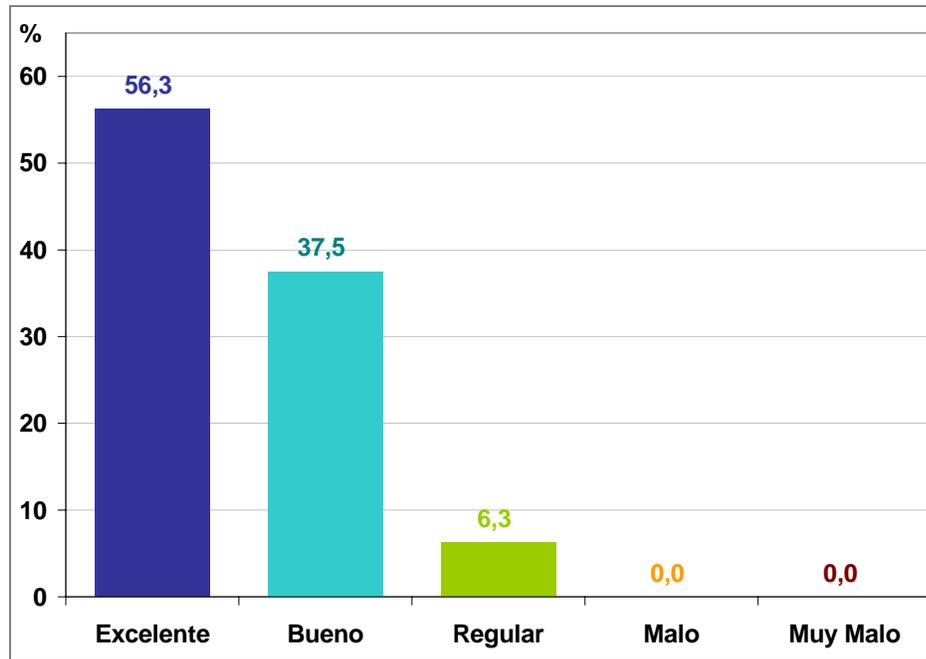
Figura N° 51. Calidad del documento recibido (legibilidad / resolución)



En cuanto a la calidad del documento que le envía la BMR a los usuarios remotos, ya sean en formato impreso o digital, los usuarios en un 56.3% consideran que es excelente y 37.5% que es buena. Ello revela que los documentos recibidos se ubican en un buen nivel de calidad. Sólo un 6.3% evaluó la calidad del documento como regular.

Pregunta 8.4.- En general, ¿Cómo evalúa usted el servicio de solicitudes en línea?

Figura N° 52. Evaluación del servicio de solicitudes en línea



Más de la mitad de las personas encuestadas, representada por el 56.3% evalúa el servicio de solicitudes en línea como excelente, seguido por un 37.5% que considera que es bueno. Lo cual indica un buen nivel de conformidad de los usuarios con respecto al servicio de solicitudes en línea.

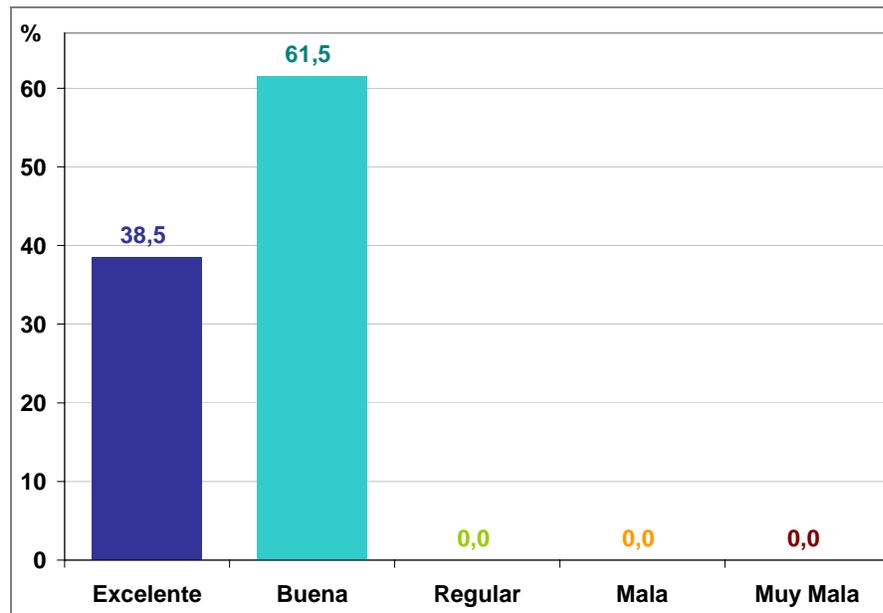
Pregunta 9.- ¿Es Usted usuario frecuente del sitio Web de la Biblioteca Marcel Roche?

Tabla N° 25. Usuario frecuente del Sitio Web de la Biblioteca

	Frecuencia	Porcentaje
No	2	12,5
Sí	14	87,5

Pregunta 9.1.- Si su respuesta anterior es “Sí”, ¿Cómo evaluaría la calidad del sitio frente a sus necesidades?

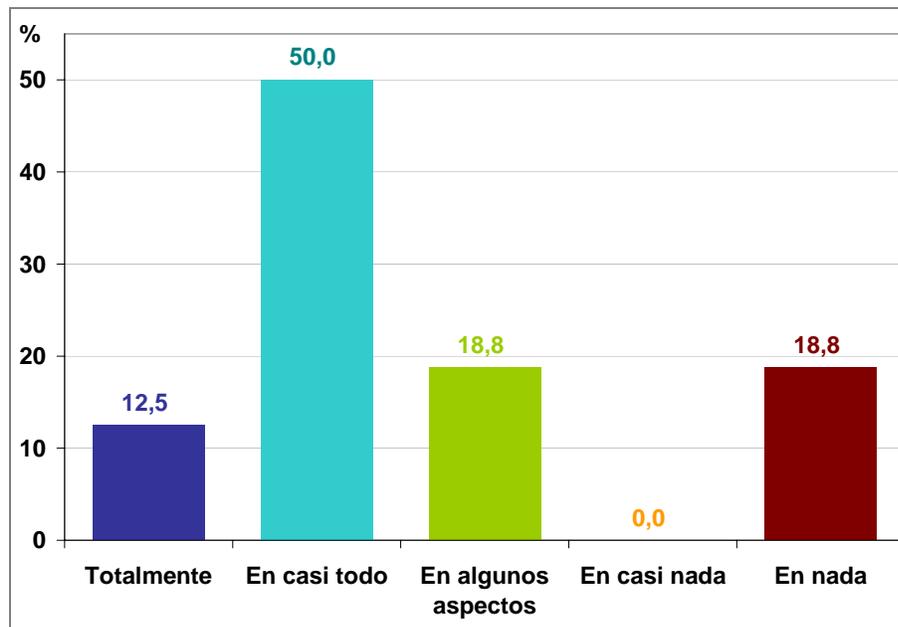
Figura N° 53. Calidad del Sitio Web de la Biblioteca



La mayoría de las personas que contestaron este cuestionario son usuarios frecuentes del sitio web de la BMR, pues es su punto de contacto con la Biblioteca. Un 87.5% lo reitera así, y de estas respuestas afirmativas, sólo un 57.1% lo evalúa como buen recurso, quedando entonces siempre la posibilidad de mejorar los servicios con miras al logro de la excelencia.

Pregunta 10.- ¿Cuánto considera usted que la Biblioteca conoce sus necesidades de información y expectativas de servicios?

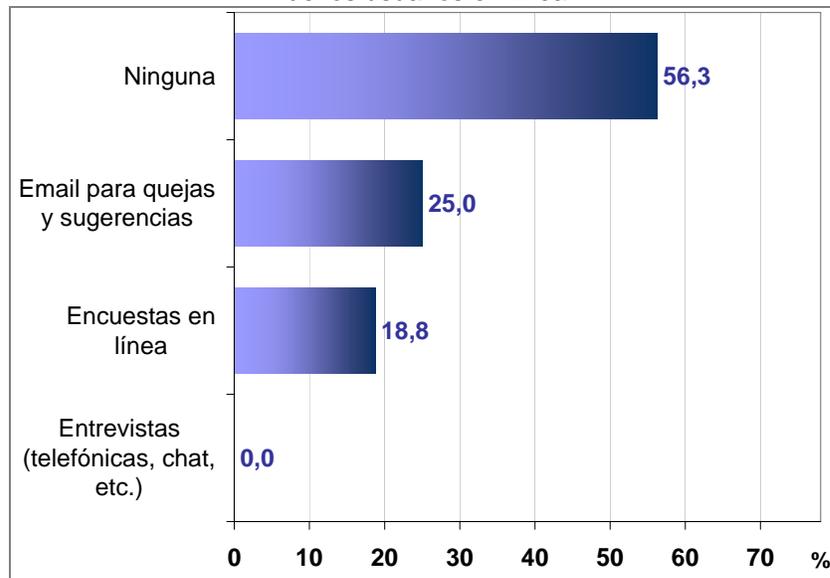
Figura N° 54. Conocimiento de las necesidades de los usuarios en línea



El 62.5% de los usuarios remotos considera que la BMR conoce sus necesidades de información, pero cabe destacar que un 37,5% afirmó que sólo las conoce un poco o nada. Pudiéndose inferir que el usuario quiere ser tomado en cuenta en el desarrollo de los servicios en línea ofrecidos por la Biblioteca.

Pregunta 11.- ¿De qué forma la Biblioteca le ha contactado para conocer su opinión y/o necesidades?

Figura N° 55. Vías de contacto para conocer la opinión y necesidades de los usuarios en línea



En relación a la posibilidad de expresar sus observaciones, opiniones, expectativas y/o necesidades, un 56.3% de la muestra aseveró no haber sido contactado por ninguna vía. El 25% afirmó haber tenido la oportunidad de comunicarse con la BMR a través del correo electrónico para quejas y sugerencias, y el 18.8% restante ha recibido encuestas en línea.

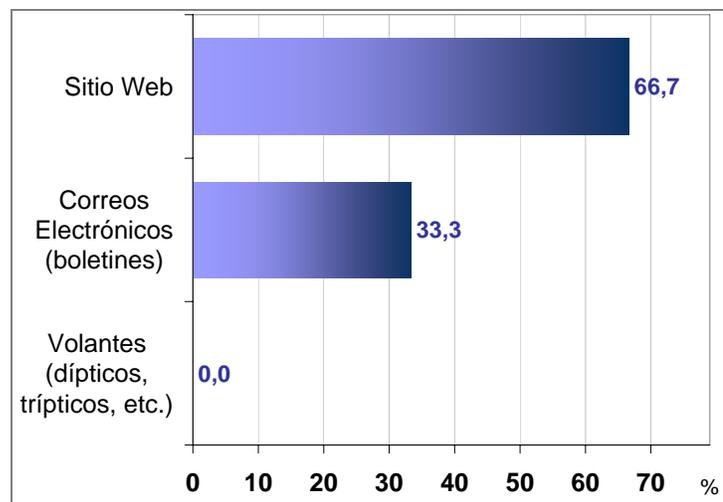
Pregunta 12.- ¿Recibe usted regularmente información acerca de los diferentes servicios y/o productos en línea que la Biblioteca le ofrece?

Tabla N° 26. Promoción de los servicios en línea

	Frecuencia	Porcentaje
No	14	87,5
Sí	2	12,5

Pregunta 12.1.- Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿Por cuáles medios recibe usted esta información?

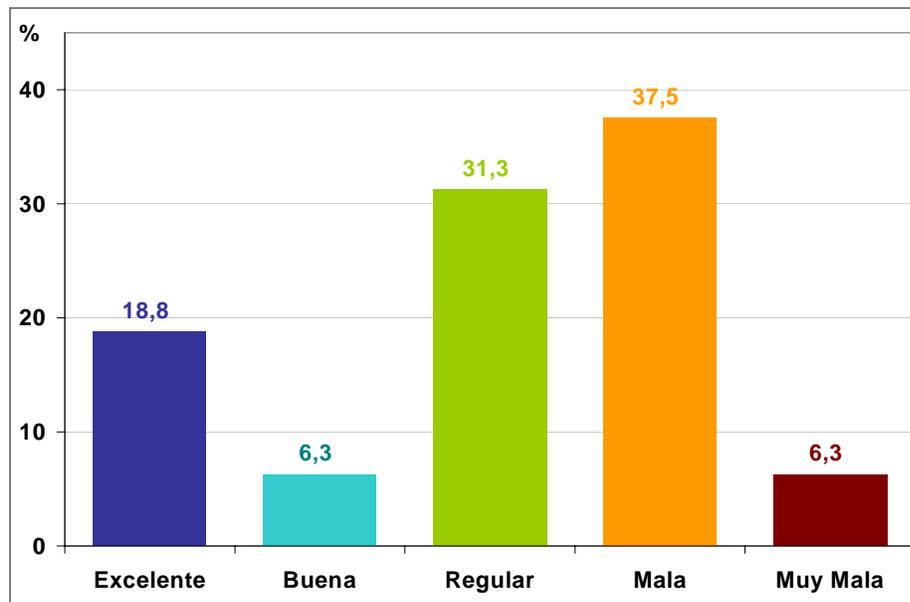
Figura N° 56. Medios de promoción de los servicios en línea



Queda claro, según las respuestas a estas preguntas, que los usuarios remotos, en su mayoría, no reciben por ningún medio información promocional respecto a los servicios en línea, pues sólo dos (2) de los usuarios encuestados afirmaron conocer estos recursos, bien sea por el sitio web de la BMR o a través de correos electrónicos informativos.

Pregunta 13.- ¿Cómo considera la forma en que la Biblioteca promociona sus servicios en línea?

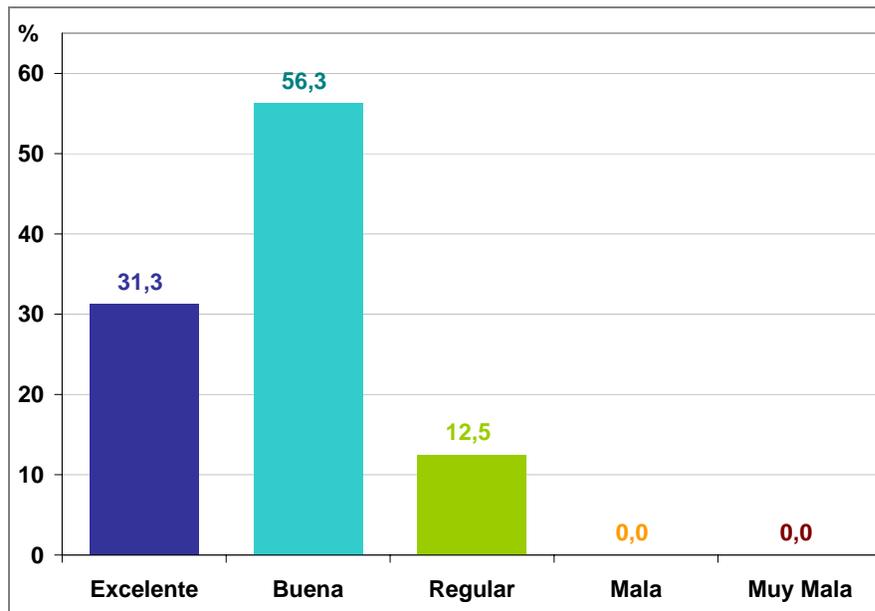
Figura N° 57. Promoción de los servicios en línea



El 37.5% de los encuestados considera que la promoción de los servicios en línea de la Biblioteca es mala, seguida de la percepción de un 31.3% como regular, lo que indica que los usuarios remotos no están conforme con este aspecto, influyendo así en el desconocimiento o el no uso de los beneficios de estos recursos electrónicos.

Pregunta 14.- ¿Cómo evaluaría, en general, la calidad del servicio que brinda la Biblioteca?

Figura N° 58. Calidad de Servicio de la Biblioteca



Y finalizando, se les preguntó a los usuarios remotos cómo evaluarían, en líneas generales, la calidad del servicio de la BMR, y se obtuvo una respuesta del 56.3% que la calificó como buena. Aunque es importante señalar que un 12.5% opinó que la calidad del servicio de la Biblioteca es regular.

Cabe destacar, para todo los resultados del análisis de los datos arrojados por este cuestionario, que la muestra de usuarios remotos que respondió el instrumento, es muy baja en comparación con la cantidad de usuarios presenciales que tuvieron la oportunidad de expresar sus opiniones y evaluaciones. Sin embargo, se hace la salvedad de que sólo se invitó a responder el cuestionario a aquellas personas incluidas en la lista de contactos facilitadas por el Departamento Localización de Información.

5.3. Análisis de información de las Entrevistas de Grupo Focal (EGF)

Se realizaron tres (3) entrevistas de grupo focal (EGF), en las que participaron empleados y usuarios presenciales de la BMR y tuvieron la oportunidad de expresar sus observaciones, inquietudes y/o sugerencias, siguiendo los puntos de la guía para la EGF (ver anexo E y F, respectivamente), con la ayuda del moderador de cada sesión. Los relatores tomaron notas de todo lo dicho y visto en cada una de las reuniones, las cuales se presentan a continuación de forma ordenada y detallada:

5.3.1. EGF Empleados

1. Personal

- a. En términos generales, el personal de la BMR, considera que conoce su trabajo y que está capacitado para realizarlo, así como para dar respuestas a las situaciones que se le planteen.
- b. El buen trato del personal hacia los usuarios se concibe como una filosofía del servicio, es por ello que se procura recibir al usuario con una sonrisa y se establece como principio ser su amigo.
- c. El personal opina que se le brinda al usuario una orientación en cuanto al uso y manejo de los servicios y productos que ofrece la BMR.
- d. Siempre se trata de satisfacer al usuario, sin necesidad de que ellos se enteren de las deficiencias que puedan existir durante el proceso de búsqueda de la información. Para tal fin, existe la colaboración entre todos los departamentos.

- e. Es una premisa ser proactivo, por lo que siempre se busca realizar una buena entrevista de referencia a fin de obtener toda la información necesaria para responder las preguntas del usuario, de manera satisfactoria.
- f. Las puertas de las oficinas de la BMR siempre están abiertas tanto para los empleados como para los usuarios, al momento de que éstos requieran cualquier tipo de información o ayuda. Y aunque el personal, tenga diferencias entre sí, se procura de que éstas no interfieran en el trabajo.
- g. Para los empleados en general y más específicamente para los que prestan de manera directa los servicios, los usuarios son lo primero.
- h. Entre los cursos o talleres de capacitación que el personal sugiere que se les dicten están: atención al usuario, idiomas (por ser una limitante para las búsquedas electrónicas), técnicas de búsqueda y/o manejo de bases de datos. La práctica de la rotación del personal por los distintos departamentos también fue sugerida, aunque no todos estuvieron de acuerdo.
- i. Por otra parte, también se recomendó la contratación de personal para el departamento de procesos técnicos.

En las aseveraciones anteriores se puede apreciar que el personal se considera apto para realizar eficientemente sus labores. Por otra parte, la mayoría coincidió en que los usuarios son lo primero y, en función de éstos, realizan todas sus actividades.

Debido al desconocimiento que, sobre las distintas funciones que desempeñan sus compañeros manifestaron los empleados en la entrevista, surgió la posibilidad de realizar rotación en el personal de manera continua, a fin de que cada uno conozca las funciones del otro.

Una de las características que salió a relucir entre los empleados, fue la sinceridad al momento de expresar su inconformidad con alguna situación, aunque en ciertas ocasiones este sentimiento puede herir susceptibilidades.

2. Reproducción de documentos

- a. Todos los entrevistados coincidieron en que el servicio de fotocopiado presenta graves deficiencias desde hace ya algún tiempo.
- b. La calidad del material fotocopiado no es la óptima, ya que no se lee bien, tiene manchas y esto se debe a las malas condiciones en las que se encuentran los equipos. Adicional a ello, afirmaron que en ocasiones, la calidad de las copias dependía del material que se fuese a reproducir (libros o enciclopedias empastados), así como también se intentó justificar el bajo nivel de calidad que presenta este servicio con los costos irrisorios que se pagan por el.
- c. El tiempo de respuesta es oportuno, puesto que el personal se esmera en resolver las necesidades del usuario, aún cuando no cuente con los equipos adecuados.
- d. Otra de las quejas fue la inexistencia de un centro para fotocopiado para la comunidad IVIC en general, debido a que el personal del Instituto utiliza la Biblioteca para tal fin y no se da abasto para atender

semejante demanda.

- e. En vista del inadecuado funcionamiento del servicio, se ha pensado en la posibilidad de contratar los buenos oficios de un “outsourcing” con el objetivo de que se encargue completamente del manejo de los equipos. Por otra parte, se destacó que las negociaciones con las autoridades del IVIC, para la solución de esta problemática, no es prioridad para el Instituto.

Definitivamente el servicio de fotocopiado fue un punto álgido en la EGF, debido a que el grupo estaba exaltado y tenso por las distintas opiniones emitidas con respecto a las deficiencias y posibles soluciones.

3. Catálogos (Colecciones propias)

- a. La BMR actualmente maneja dos catálogos de su colección en paralelo, uno electrónico y otro bajo la modalidad del fichero, debido al cambio del Sistema de Clasificación Decimal Dewey al sistema de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos (Library of Congress-LC).
- b. El cambio del sistema de clasificación, ha traído como consecuencia que la localización de información sea un poco engorrosa, a pesar de que, en la actualidad, se está trabajando para unificar éste criterio.
- c. No existe catálogo único que recupere los registros tanto de publicaciones periódicas (ya sean electrónicas o impresas) como de libros y tesis.

- d. Para el personal, el diseño de los catálogos se adapta tanto a las necesidades del empleado como a las del usuario. A los empleados, para tener registro y control de la información que posee la BMR, y a los usuarios como mecanismos de búsqueda.
- e. El personal opina que los usuarios, en su mayoría, conocen y dominan el catálogo. Aunque cuando un usuario llega por primera vez, se le da una breve inducción para el manejo del mismo.
- f. En cuanto al acceso al catálogo, la percepción de los empleados coincide con que éste es sencillo y confiable.
- g. Los empleados consideran que la colección de la BMR es una de las mejor dotadas y completas del país.
- h. Se debe resolver el problema que existe en el catálogo de publicaciones periódicas, puesto que estos registros no se vinculan con los recursos electrónicos.

En virtud del cambio en el sistema de clasificación de la colección, se hace necesario agilizar los procesos para concluir satisfactoriamente con esta labor y de esta manera facilitar la búsqueda y localización de información.

En otro aspecto, se mantuvo la tesis de elaborar un solo catálogo que integre todos los registros, sin importar el tipo de material y el soporte en que se encuentren. Se tiene prevista la culminación de este proyecto para este mismo año.

4. Sitio Web

- a. El actual sitio Web de la BMR está en remodelación, por un equipo de especialistas en el área.
- b. El sitio Web actual no se considera difícil para navegar. Sin embargo, se están tomando en cuenta factores como el acceso y la amigabilidad para el nuevo diseño.
- c. Un aspecto a destacar en el futuro sitio Web, es la disponibilidad de contactar directamente al servicio de localización de información, en caso de que el usuario así lo requiera.

El personal de la BMR considera que el actual sitio Web se encuentra en buenas condiciones, pero a pesar de ello, están realizando mejoras para su funcionamiento. Aunque se tiene conocimiento de que estos cambios se deben realizar en función de las necesidades de los usuarios, no se evidenció si éstos fueron consultados para tal fin.

5. Localización de información

- a. El tiempo de respuesta para la localización de la información es percibido por el personal como óptimo, puesto que las búsquedas se realizan con la mayor celeridad posible.
- b. El personal procura obtener la información ya sea en la propia BMR o fuera de ella. Todo con el objetivo de suministrarle al usuario la información solicitada.

- c. La calidad de la información proporcionada es de suma importancia para el personal.
- d. Debido a que la BMR tiene estantería abierta, el referencista juega un papel importante en la localización de la información.

Para los empleados, este servicio no presenta problemas, puesto que consideran que cumplen satisfactoriamente con las exigencias de los usuarios.

6. Préstamo de documentación

- a. Este servicio sólo está disponible para la comunidad IVIC. Únicamente se prestan libros y el resto de la colección se consulta en sala.
- b. Debido a que la BMR adquiere para la colección de textos un sólo ejemplar por título, el préstamo circulante resulta insuficiente.
- c. En ocasiones los laboratorios adquieren documentos, que por ser patrimonio IVIC, deben ser procesados por la Biblioteca. Aunque tales documentos no se encuentren físicamente en la BMR, aparecerían en el catálogo, y de ser requeridos por los usuarios, se realizarían las gestiones para su recuperación.
- d. A pesar de que existen unas políticas para el préstamo circulante, éstas no se cumplen. Muestra de ello es que los estudiantes y profesores tienen un límite de días para la consulta del material y no se respetan estos parámetros.

- e. La única medida de presión que posee la BMR para que los usuarios IVIC devuelvan el material es cuando le solicitan la solvencia de la Biblioteca para la realización de cualquier trámite administrativo.
- f. Entre las opciones planteadas para la resolución de este problema, se encuentran: adquirir dos ejemplares por cada título, hacer cumplir las políticas a todos los usuarios por igual, educar a los usuarios y empleados al respecto, disponer un personal para que se dedique únicamente al control del préstamo circulante.

La BMR debe fijar posición ante todas las instancias y dejar ver la importancia de hacer cumplir las políticas de préstamo, además de las consecuencias que puede producir el no aplicarlas.

7. Infraestructura física

- a. El acceso a la Biblioteca dentro de las instalaciones del IVIC es muy limitado, debido a que las rutas de transporte internas son insuficientes.
- b. El local se considera que está en óptimas condiciones.
- c. La iluminación es deficiente y actualmente se encuentran trabajando en ello.
- d. La temperatura es muy baja y causa molestia en el trabajo, aunque los empleados están consientes que se debe a un mecanismo para conservar la colección.

- e. Los empleados expresaron estar muy cómodos en sus puestos de trabajo.

En cuanto al acceso a la Biblioteca, se sugirió la implementación de una ruta de transporte interno que sea constante y que permita, tanto a los usuarios como a los empleados, llegar sin inconvenientes a su lugar de estudio o trabajo.

8. Equipos

- a. El personal hizo énfasis en la adquisición de nuevas máquinas fotocopadoras, puesto que las actuales se encuentran en muy malas condiciones. Aunado a esto se propuso la sustitución de las computadoras en las estaciones de trabajo.
- b. También se recalcó la importancia de realizar un mantenimiento constante a los equipos tecnológicos.
- c. Los empleados, en su mayoría, están de acuerdo con el local y el mobiliario de la BMR.

No cabe duda de que la adquisición y mantenimiento de equipos acordes con la demanda de los usuarios y la exigencia del trabajo diario, debe considerarse como elemento prioritario para la BMR.

9. Mercadeo relacional

- a. El personal afirma que generalmente la Biblioteca sólo contacta a sus usuarios a través de correos electrónicos para dar a conocer los

servicios.

- b. La promoción de los servicios se realiza de manera informal.
- c. Hace falta el establecimiento de una política formal para promoción. Aún cuando se hace necesario disponer del personal calificado para realizar esta labor.
- d. El personal opina que no es suficiente realizar la promoción de los servicios, sino que también se debe trabajar internamente para poder satisfacer las necesidades de esos usuarios potenciales.
- e. Al usuario, en general, no se le consulta de manera formal para conocer sus opiniones del servicio.
- f. La Biblioteca no realiza de manera formal estudios para conocer los requerimientos o necesidades de sus usuarios.
- g. Entre las sugerencias planteadas para mejorar la promoción de los servicios se encuentra las siguientes propuestas: asignación de un presupuesto especial para el mercadeo de los servicios, realizar visitas guiadas a diversas instituciones académicas y de investigación, elaborar material POP (Point of Purchase) y difusión de los servicios a través de medios masivos.

En base a las opiniones anteriores, puede decirse que la BMR requiere de políticas acorde para su promoción. Sin embargo, debe conocer previamente las necesidades de sus usuarios reales y potenciales para fortalecer sus aspectos más débiles y cubrir las exigencias demandadas.

10. Formación de usuarios

- a. Debido a las características propias del usuario de la BMR, en cuanto a su disposición de tiempo, es importante recalcar que la capacitación no se realiza formalmente.
- b. La BMR debe contactar y vincular a la Gerencia de Medios del IVIC respecto a la realización de visitas guiadas de universidades y otras instituciones a la Biblioteca.
- c. Se propuso que a los nuevos ingresos estudiantiles se les dé una inducción para que conozcan los servicios, productos, normas y reglamentos de la BMR.

En este aspecto, se debe reforzar la capacitación de los usuarios, en cuanto el adecuado uso de los servicios y el conocimiento de las normas y reglamentos por las cuales se rige el funcionamiento de la Biblioteca.

11. Colecciones impresas y electrónicas

- a. En general, los empleados consideran que la colección de la BMR es muy rica, lo cual le permite cubrir las necesidades de sus usuarios.
- b. En algunos casos, la adquisición del material bibliográfico está condicionada a proyectos y programas de postgrado.
- c. Los empleados acotaron que con las colecciones electrónicas se procura cubrir las deficiencias de las obras impresas.

- d. Puesto que no toda la colección está registrada en el catálogo, las búsquedas se realizan directamente en las estanterías con la ayuda del referencista, por áreas temáticas.
- e. Toda la colección reposa en estantería abierta.

En términos generales, se piensa que el desarrollo de la colección impresa y electrónica que posee la BMR está dirigido a la demanda de sus usuarios. Únicamente se sugiere la celeridad en el proceso de registro de materiales en el catálogo, a fin de que la información sea recuperada y utilizada eficientemente.

12. Gerencia

- a. Están bien definidas todas las líneas de mando.
- b. Existe respeto y un nivel de comunicación fluido entre todos los miembros de la Biblioteca, lo que facilita el trabajo en equipo.
- c. El personal está en la capacidad de solucionar los problemas que se presenten, siempre y cuando les toque resolverlos, sin pasar por encima de sus superiores.

Se pudo evidenciar que la gerencia de la BMR se preocupa por inculcar entre sus trabajadores la importancia que tiene el hecho de otorgar a los usuarios lo que estos desean, puesto que son su razón de ser, con el uso de la comunicación directa entre los empleados, respetando las líneas de mando y manteniendo una estructura funcional lo más horizontal posible.

5.3.2. EGF Usuarios presenciales

1. Personal

- a. No hubo queja alguna respecto al personal que presta los servicios de la BMR.
- b. El personal de la Biblioteca tiene las habilidades y pleno conocimiento de las labores que realiza en el cumplimiento de sus funciones, incluyendo manejo de la colección, búsquedas en catálogos, asistencia con los equipos de tecnología, entre otros.
- c. Orientan en todo momento al usuario, con la disposición de servirle sin importar cuál sea la dificultad del requerimiento.
- d. Demuestra proactividad al servir, es decir, el personal no tiene una actitud pasiva ante la resolución de conflictos, la localización de información fuera de la BMR, apoyo en la búsqueda de información y toma de decisiones.
- e. Los usuarios opinaron que los empleados de la BMR trabajan en equipo, siempre en pro de satisfacer sus necesidades de información.
- f. El trato del personal hacia los usuarios fue percibido por éstos como amable y cortés, hasta el hecho de considerarse miembros de una gran familia.

En general, se pudo notar que el usuario está satisfecho con el trato, la dedicación, el esmero y el conocimiento que poseen los miembros del

equipo que labora en la BMR, debido a que en repetidas ocasiones se hizo énfasis en estos aspectos.

2. Reproducción de documentos

a. Servicio de reproducción de documentos

a.1. El servicio de reproducción prestado por el personal es oportuno en la entrega del material dejado por los usuarios para tal fin, estando concientes de que el tiempo de respuesta dependerá del volumen de documentos que se necesite reproducir y/o del trabajo pendiente.

a.2. El material reproducido es legible y encuadrado.

a.3. El personal resguarda con responsabilidad los documentos que se les entrega para su reproducción, lo que los convierte en un servicio confiable.

b. Autoservicio de reproducción de documentos

b.1. Desde hace algún tiempo no se han adquirido máquinas fotocopadoras que respondan a la demanda de este servicio.

b.2. La cantidad de máquinas existentes no son suficientes para el número de usuarios.

b.3. El mal funcionamiento de las fotocopadoras trae como consecuencia la pérdida de suministros como papel y toner.

- b.4. Otras consecuencias de la obsolescencia de las máquinas es la baja calidad del material reproducido y la lentitud del proceso.
- b.5. Los usuarios comentaron que muchas de estas deficiencias en las máquinas se deben a la misma característica de autoservicio, es decir, el usuario no calificado para el manejo de estos equipos puede provocar daños en éstos.
- b.6. Los usuarios requieren de un servicio de fotocopiado a color para aquellos documentos que lo ameriten.
- c. Impresión de documentos
 - c.1. La calidad de las impresiones es baja.
 - c.2. Entre los requerimientos de los usuarios está la adquisición de una impresora a que pueda reproducir documentos a color.
- d. Digitalización
 - d.1. Existen opiniones encontradas respecto a si se presta o no el servicio de digitalización.

Definitivamente para los usuarios el servicio de reproducción de documentos en todas sus modalidades es un punto álgido. La falta de equipos modernos y con capacidad para atender la demanda y la calidad de las reproducciones, son elementos de peso para aseverar que existe una deficiencia.

Por otra parte, la comunidad IVIC está exenta de cancelar cualquiera de los servicios de la BMR, incluyendo los antes mencionados, mientras que los usuarios externos cancelan una tarifa económica.

En cierta forma se pudo percibir que existe cierta conformidad en los usuarios respecto a los servicios de reproducción de documentos, debido a que no corren con gastos justos para exigir que estos sean de calidad.

3. Catálogos (Colecciones propias)

- a. Algunos usuarios tienen conocimiento de la variedad de catálogos que posee la BMR, sin embargo, otros afirmaron no conocer algunos de estos recursos.
- b. No toda la colección impresa se encuentra registrada en los catálogos electrónicos, no obstante, la información presentada por éstos se corresponde con la existencia en estantería.
- c. La presentación de los registros en los catálogos muchas veces reflejan información innecesaria para los usuarios, aunque aseveran que están acostumbrados a esa presentación.
- d. Ninguno de los catálogos cuenta con un módulo de ayuda para el uso de los mismos, pero los usuarios aseguran que los empleados asumen sin ningún problema esta función.
- e. Se debería contar con un integrador de los diferentes catálogos y recursos electrónicos de la BMR que permita realizar una sola búsqueda dentro de todas estas fuentes, y presentar la información en

una sola pantalla que vincule cada registro con su base de datos de origen, facilitando la operación y disminuyendo el tiempo de localización de la información.

- f. El usuario prefiere consultar otras bases de datos gratuitas en Internet, y posteriormente dirigirse a la Biblioteca para solicitar al personal la búsqueda de las referencias consultadas.
- g. Hay quienes, en algunos casos, prefieren consultar los ficheros en vez de los catálogos en línea.

Se hizo hincapié en la necesidad de integrar los diferentes catálogos y otros recursos electrónicos a fin facilitar y agilizar la localización de información. Aunado a esto, se recomienda que la primera lista de resultados de una búsqueda en cualquiera de los catálogos refleje únicamente la información requerida por los usuarios, es decir, una descripción breve del registro y su ubicación en las estanterías.

También se pudo observar que hay desconocimiento de la existencia de distintos catálogos, en su mayoría los casos de libros y tesis, dejando por fuera de sus búsquedas estas importantes colecciones.

4. Sitio Web

- a. Los usuarios coincidieron en que la página de inicio del sitio Web contiene mucha información innecesaria, sin destacar los vínculos importantes para ellos, como por ejemplo acceso directo a los catálogos.

- b. Según las opiniones de los usuarios, la distribución de la información en el sitio Web no es la más adecuada. Deben conocerse las necesidades del usuario antes del diseño y elaboración del sitio.
- c. La amigabilidad e interactividad fueron consideradas como cualidades importantes a fin de ser mejoradas para este recurso.
- d. La información se mantiene actualizada y es muy rica en lo que respecta a acceso a base de datos.

Bajo esta perspectiva, se puede decir que el sitio Web requiere de una revisión exhaustiva con miras a mejorar su organización, diseño, contenido y presentación, siempre en función de los requerimientos del usuario.

5. Localización de información

- a. Este aspecto fue evaluado por los usuarios, llegando a un consenso de buen funcionamiento, tanto en tiempo de respuesta, pertinencia y calidad de la información localizada.

En este sentido se puede destacar la gestión que realiza el personal de la BMR para la búsqueda y entrega de la información, sin importar que la recuperación amerite el contacto con otras instituciones a nivel nacional o internacional.

6. Préstamo de documentación

- a. A pesar de que existe una política de préstamo circulante, los usuarios afirmaron que esta no se cumple.

- b. Aún cuando los libros estén prestados, el personal BMR procura contactar a los usuarios que los posean a fin de recuperarlos y solventar la solicitud de otros usuarios.
- c. En algunas ocasiones los libros no se encuentran bien ubicados en la estantería, puesto que los usuarios se dan a la tarea de reubicarlos luego de su consulta sin procurar mantener el orden.
- d. Se comentó la existencia de cierto amiguismo entre los empleados y usuarios, y por tal motivo el personal es más permisivo con los controles de préstamo circulante.
- e. Materiales como publicaciones periódicas y obras de referencia salen de la Biblioteca, a sabiendas de que esto no está permitido, aunque se asevera que esta práctica ha disminuido.
- f. Hubo muchas quejas sobre el préstamo de libros a los investigadores, puesto que se considera que el personal es muy complaciente a la hora de controlar la cantidad de documentos y fecha de devolución de los mismos.
- g. En la mayoría de los casos hay un solo ejemplar por título, y éste puede salir de la BMR en calidad de préstamo circulante.

En definitiva, el préstamo circulante es otro punto crítico en la evaluación de los servicios de la BMR, debido a que se evidencia la falta de control y seguimiento de las políticas de préstamo. El sistema como un todo no es confiable, por lo que se sugirió ser más estrictos en la aplicación de la

norma, así como también establecer multas monetarias y/o sanciones de suspensión del servicio.

En cuanto al préstamo en sala, se notó que por falta de información y por las características de estantería abierta, los usuarios vuelven a colocar los documentos consultados sin percatarse del orden en estantería, lo que genera una desorganización y posiblemente la no localización de la información de manera oportuna.

7. Infraestructura física

- a. Existen opiniones encontradas respecto al acceso a la BMR por transporte público, pues algunos concuerdan con la idea de que los horarios y rutas ya establecidos son suficiente, mientras que otros opinaron lo contrario.
- b. Hay conformidad con el local y la ambientación del mismo.
- c. La iluminación fue evaluada dependiendo de las áreas de la Biblioteca. En cuanto a las salas de consulta no hubo mayores quejas, y en lo que respecta a las áreas de depósito de la colección de publicaciones periódicas opinaron que existe deficiencia de luz.
- d. Las bajas temperaturas en las instalaciones fueron motivo de quejas, a pesar de estar concientes de que se debe a una medida necesaria para la conservación de los documentos.
- e. En cuanto a la señalización, se hizo mayor énfasis en la rotulación de las estanterías, debido a que muchas de éstas no informan

claramente la colección.

A grandes rasgos, los usuarios están conformes con la infraestructura física, sin embargo, hicieron algunas observaciones en cuanto al acceso, iluminación, temperatura y señalización.

Aunque el servicio de transporte institucional no depende directamente de la gestión de la BMR, cabe destacar que su horario es muy rígido, afectando así tanto a la comunidad IVIC como a sus visitantes.

En otro orden de ideas, los usuarios sugirieron la elaboración de un listado contentivo de los títulos que se encuentran en cada estante, para la rápida localización de los mismos.

8. Equipos

- a. En vista de que en las computadoras disponibles sólo se pueden realizar consultas en catálogos y bases de datos, hace falta colocar a disposición de los usuarios un número de máquinas con posibilidad de edición de documentos.
- b. Para el uso del recurso de almacenamiento de información mejor conocido como “pendrive”, es necesario que las máquinas dispongan de puerto usb.
- c. No existe control de tiempo en el uso de las computadoras con acceso a Internet.
- d. El único “scanner” que se dispuso para el servicio de digitalización no

presenta las características idóneas para la demanda del servicio.

- e. Se sugirió la implementación de un sistema de seguridad por circuito cerrado, para evitar posibles mutilaciones de la colección y/o hurtos de otros bienes dentro de la BMR.
- f. Respecto al mobiliario de la Biblioteca, todos los entrevistados coincidieron en que cumplía con los parámetros requeridos.
- g. El mueble dispuesto para el resguardo de carteras, bolsos, morrales y otras pertenencias no es el más idóneo, puesto que a veces es insuficiente el espacio y los usuarios pueden tener acceso fácilmente a estos objetos sin control alguno y prestándose a confusión.
- h. Hay deficiencias en la cantidad de puntos de red tanto en los cubículos de estudio como en las mesas de la salas de consulta. La disponibilidad de este servicio, en algunos momentos, no se corresponde con la demanda de los usuarios.
- i. Hubo quejas sobre la presencia de polillas en algunos cubículos de estudio.

Se hace indispensable el mejoramiento de los equipos de computación ya existente respecto a las exigencias de los usuarios, y también la posibilidad de crear una nueva sala de computación en donde se permita la edición de documentos.

Se sugirió la adquisición de un mueble especial para el resguardo de las pertenencias de los usuarios, a fin de que se pueda tener un mayor

control en la devolución de las mismas.

En lo que respecta al acceso a Internet, se deben tener mayores controles para el tiempo de uso y colocar más puntos de red en los cubículos de estudio y mesas de consulta. Además, se sugirió la posibilidad de asignar números IPs a los usuarios externos para permitir el acceso a la red IVIC, bien sea por cable o inalámbrica, desde sus computadoras personales.

Por otra parte, el servicio de digitalización se ve afectado por la falta de un scanner adecuado para cubrir la demanda.

9. Mercadeo relacional (relaciones con los usuarios)

- a. La Biblioteca sólo contacta a la comunidad IVIC a través del envío de correos electrónicos, quedando excluidos los usuarios externos.
- b. No se estuvo de acuerdo con la frecuencia en que la Biblioteca envía sus promociones de productos y/o servicios por correo electrónico, puesto que la consideraban excesiva.
- c. Muchos de los asistentes no conocían en su totalidad la gama de servicios ofrecidos por la BMR, y afirmaron haberse enterado por medio del cuestionario aplicado para esta investigación, previo a la entrevista.
- d. En ocasiones, los usuarios externos se enteran de la existencia de la BMR por referencia de profesores o amigos al momento de realizar sus trabajos de grado.

- e. Los usuarios expresaron no haber sido nunca consultados formalmente sobre la percepción que tienen del servicio y/o sus requerimientos de información.

Para cubrir la falta de promoción, una solución podría ser la difusión de los servicios a la comunidad IVIC mediante la utilización de otros tipos de medio aparte del envío de correos electrónicos. Mientras que a los usuarios externos se les puede captar a través de visitas a las diferentes instituciones académicas y de investigación, información en campañas masivas, entre otras. Al mismo tiempo, se sugirió dar a conocer el sitio Web, ya que este es un medio continuo y actualizado con información de los diferentes servicios que presta la BMR.

De la misma forma, los usuarios prefieren que al momento de ingresar a la Institución, bien sea como estudiantes, investigadores o empleados, se les entregue un material informativo resumido y detallado con la información referente a la BMR y sus servicios, en lugar de asistir a visitas guiadas, pues se tornan aburridas y no logran el objetivo principal de dar a conocer las bondades de la Biblioteca.

10. Formación de usuarios

- a. La orientación referente al uso de la BMR es impartida a los usuarios por los empleados de la Biblioteca, de forma personalizada y al momento de ser requerida.
- b. No existen talleres masivos dirigidos a la formación de usuarios o al uso de los diferentes recursos de la BMR, pero los asistentes

afirmaron no estar interesados, por falta de tiempo.

Algunas de las propuestas planteadas por los asistentes a las entrevistas fueron: dictar charlas informativas en sustitución de curso o talleres que ameriten más tiempo y dedicación, realizar las visitas guiadas únicamente a los nuevos ingresos con la finalidad de que conozcan los recursos de la BMR, elaborar y difundir una pequeña guía práctica para el uso eficiente de los servicios de la Biblioteca, y la posibilidad de contratar personal especializado en el uso de las colecciones electrónicas para impartir sus conocimientos a los usuarios.

11. Colecciones impresas y electrónicas

- a. A pesar de que la colección es muy rica en publicaciones periódicas, hay un déficit en libros de texto, por lo que se recomendó fortalecer la colección de estas publicaciones y así cubrir la demanda de los estudiantes IVIC.
- b. Hace falta completar la colección de publicaciones periódicas en los números que dejaron de adquirirse a raíz de la inestabilidad en el país producida en el año 2002.
- c. En cuanto a las colecciones electrónicas, los usuarios afirmaron que consultan bases de datos gratuitas en Internet, y posteriormente solicitan las referencias al personal de la BMR sin antes revisar la existencia de éstas en los recursos electrónicos de la Biblioteca, incluyendo los catálogos públicos.

A grandes rasgos, los usuarios están satisfechos con las colecciones

impresas y electrónicas de publicaciones periódicas, a pesar de que existe una falla en la variedad y número de ejemplares de libros para los cursos de los diferentes postgrados del IVIC.

Se hace indispensable el mejoramiento e integración de los recursos electrónicos, incluyendo los diferentes catálogos en línea, a fin de que los usuarios se sientan a gusto y seguros con la información que allí se suministra.

12. Otros aspectos evaluados

- a. La factibilidad de implantar un sistema de seguridad de circuito cerrado, para evitar posibles hurtos, pérdidas o daños, tanto de las pertenencias de los usuarios como de los activos de la Biblioteca.
- b. Extender el horario de la BMR, a fin de poder realizar consultas a cualquier hora del día o la noche.
- c. No fumar en ningún área de la Biblioteca, puesto que es un espacio cerrado y el humo ocasiona molestias a ciertas personas, además de que puede provocar algún accidente.

5.4. Matriz FODA

Biblioteca Marcel Roche IVIC

	Debilidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> -Poco personal profesional del área de bibliotecología. -Falta de equipos adecuados de reproducción masiva de documentos. -Presentación de diferentes catálogos públicos -Colección con diferentes tipos de clasificación -Deficiencia en libros de textos (títulos y números de ejemplares) respecto a los programas académicos del IVIC. -Duplicidad de registros bibliográficos -Deficiencia en el control de préstamos circulante. -Difícil acceso a las instalaciones de la BMR. -Deficiencia en la luminaria. -Señalización confusa de las salidas de emergencia. -Falta de sala de computación y de programas que permitan la edición de documentos. -Subutilización del sistema automatizado de gestión. -Poca promoción de los servicios que ofrece la Biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> -Difícil acceso por la ubicación geográfica. -Inseguridad en el IVIC
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sentido de pertinencia -Atención a todo tipo de usuario, sin restricción alguna. -Cuenta con horario cómodo (364 días del año). -Catálogo en línea -Servicio de localización de la información a nivel nacional e internacional. -Adecuada infraestructura física -Actualización de la colección -Fácil acceso a la colección (estantería abierta) -Idóneo ambiente de estudio. -Identificación del usuario con la cultura organizacional de la institución. -Satisfacción de los usuarios en la Unidad de Información. -Alto prestigio institucional -Reconocimiento de la UNESCO como Biblioteca Regional para América Latina y el Caribe. -Apoyo de las autoridades en el desarrollo de la biblioteca. -Convenios a nivel nacional e internacional 	<p>Fortalezas vs. Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Incentivar al personal a prepararse profesionalmente en el área de bibliotecología. -Adquisición y/o adecuación de los equipos para prestar eficientemente el servicio de reproducción de documentos. -Unificar los catálogos públicos para recuperar la información más fácilmente. -Tener en cuenta las demandas de los usuarios IVIC y sus programas académicos para actualizar la colección de publicaciones monográficas. -Concluir con el cambio del sistema de clasificación documental, a fin de localizar sin inconvenientes el material en estantería. -Aplicar las normas y controles necesarios en lo que se refiere al préstamo circulante, además de crear una cultura para el buen uso de este servicio. -Corregir las deficiencias en la iluminación para tener una infraestructura acorde con lo esperado. -Actualización y disponibilidad de programas que permitan la creación y edición de documentos. -Aprovechar en su máxima capacidad, las bondades del sistema automatizado de gestión bibliotecaria. -Constituir y aplicar un programa formal para la promoción de los servicios de la BMR. 	<p>Fortalezas vs. Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar el reconocimiento nacional e internacional que posee la BMR para establecer convenios entre instituciones académicas y de investigación, con la finalidad de que puedan beneficiarse de tan importante colección. Ej. Un sistema de transporte que permita el traslado de personas desde sus sitios de origen hasta el IVIC. -Establecer contactos con los entes encargados de la seguridad nacional a fin de proteger a todas las personas que se encuentren en las instalaciones del IVIC, así como su infraestructura física y tecnológica.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Transporte desde varios puntos de la ciudad que sirva a empleados y usuarios de la BMR. -Creación de consorcios para futuras adquisiciones. -Contribuir con el desarrollo de la investigación a nivel nacional e internacional. -Apoyo por parte de la Gerencia de Medios – IVIC para fortalecer la promoción de los servicios. -Contactar entes externos especializados en las áreas de emergencias y seguridad. -Establecer relaciones institucionales entre la EBA- UCV y la BMR. -Existencia en el mercado de diferentes sistemas automatizados de gestión de bibliotecas. 	<p>Oportunidades vs. Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buscar el apoyo de organismos que presten sus servicios en cuanto a la adecuación de las señalizaciones de la salida de emergencia. -Establecer un programa formal para fortalecer la promoción de los servicios dentro y fuera del IVIC. -Reprogramar los horarios de servicio de transporte interno IVIC, adecuándolo a las necesidades de los usuarios de la BMR. -Llegar a acuerdos de intercambio de talento entre la EBA y la BMR, a fin de beneficiarse ambas partes. -Evaluar y gestionar la posible adquisición de un nuevo sistema automatizado que se adapte a las necesidades de la BMR. 	<p>Oportunidades vs. Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gestionar la contratación de un servicio de transporte público. -Afianzar la vigilancia en todo el IVIC. -Contactar a instituciones académicas o de investigación, en específico sus bibliotecas, para lograr la conformación de consorcios con miras a la adquisición y/o renovación de colecciones.

CAPÍTULO VI. ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA BMR

Partiendo del hecho de que el rol principal de la BMR es dar soporte a la actividad científica-tecnológica que se desarrolla en el IVIC, mediante la gestión eficiente de los recursos informacionales requeridos como insumo para tal actividad, se puntualizaron en este capítulo las estrategias a seguir para optimizar la calidad de los servicios de la Biblioteca, contribuyendo con la misma para que llegue a convertirse en el mejor proveedor de servicios y productos de información en ciencia y tecnología en toda Venezuela y el resto de América Latina y el Caribe.

Conviene señalar que estas estrategias son el resultado de las impresiones, opiniones y sugerencias de los usuarios y empleados de la BMR, así como las reflexiones que el equipo derivó de los distintos eventos de exploración, es decir, la observación directa, los cuestionarios, las entrevistas de grupo focal y la matriz FODA. Además del conocimiento académico y la experiencia acumulada en materia bibliotecológica de cada uno de los integrantes del equipo de investigación.

A pesar de que toda organización, incluyendo las bibliotecas, debe ser estudiada desde una perspectiva holística, para el diseño de las estrategias y acciones a seguir en la BMR fue necesario desglosarla en nueve áreas:

1. El Personal
2. La Organización
3. Desarrollo de colecciones

4. Recuperación de información
5. Reproducción de documentos
6. Formación de usuarios
7. Infraestructura física y plataforma tecnológica
8. Sistema automatizado de gestión de la Biblioteca
9. Mercadeo de la BMR

En este sentido, las actividades descritas para cada estrategia comprenderán aspectos organizacionales, operativos, funcionales, técnicos y comunicacionales, con miras a que sean aplicadas a corto y mediano plazo, para la mejora continua de los servicios de la BMR como un sistema.

1. El Personal

Preservación de los valores institucionales

Partiendo de los resultados arrojados por la investigación se encontró que, dentro de los valores institucionales más concientizados por el personal, están la ética, el trabajo en equipo, la vocación de servicio, la empatía con el usuario, la confianza, entre otros. También se pudo observar que existe la disposición para enriquecer y fortalecer sus conocimientos y ponerlos en práctica, con el objetivo de brindar mejores servicios a sus usuarios.

Para el logro de esta estrategia se debe:

- a. Desarrollar una política de formación personal y profesional para empleado de la BMR, que le permita fortalecer aspectos necesarios para el mejor desempeño de sus labores.
- b. Establecer acuerdos con la Escuela de Bibliotecología y Archivología-UCV, a fin de seleccionar e incorporar personal capacitado en el área para realizar actividades bibliotecológicas.
- c. Rotar el personal por los distintos departamentos, a fin de que participen en todos los procesos del sistema bibliotecario.
- d. Difundir explícitamente los valores que posee la BMR a todo el personal, mediante una estrategia comunicacional integral permanente que garantice una comunicación fluida entre la gerencia y todas las personas que conforman la fuerza laboral de la Biblioteca.
- e. Determinar el grado de satisfacción del empleado y su identificación con las actividades que realiza y con la organización en sí, a fin de prever las acciones que permitan la optimización de ambas variables, como, por ejemplo, el establecimiento de mecanismos de reconocimientos y de incentivos laborales de diferentes tipos.

Todas estas actividades deben realizarse de manera continua para fortalecer y consolidar el sentido de pertenencia a la organización y derivar el mejor provecho de la disposición que posee el empleado de la BMR.

2. La Organización

Redefinición del norte estratégico de la BMR
--

La organización como ente, es un sistema de actividades planificadas y coordinadas en un marco estructurado para el logro de una meta común, con la ayuda de recursos humanos, financieros y técnicos, además de una cultura propia y la constante interacción con su entorno. Para fortalecer el norte estratégico de la BMR como organización, es necesario:

- a. Reformular la misión y visión de la Biblioteca, siempre con la participación de todo el equipo de trabajo y en sintonía con los cambios producidos en su entorno.
- b. Definir clara y explícitamente sus valores y fortalezas
- c. Inculcar la tolerancia al riesgo estimulando al personal a ser proactivos e innovadores.
- d. Hacer públicos los principios institucionales que rigen a la biblioteca como organización.

Estas actividades deben realizarse en el menor tiempo posible, puesto que formarán parte fundamental para el desarrollo de la cultura organizacional de la BMR.

3. Desarrollo de colecciones

Fortalecimiento y crecimiento planificado de la colección BMR

El objetivo de esta estrategia es fortalecer y desarrollar la colección, permanentemente, partiendo de las necesidades implícitas y explícitas de los usuarios y procurando cubrir la demanda tanto en calidad como en número de ejemplares y disponibilidad. En este sentido, las acciones a seguir son las siguientes:

- a. Involucrar a los estudiantes, profesores e investigadores en el proceso de selección y adquisición de la colección.
- b. Desarrollar la colección en sintonía con las necesidades implícitas en los programas académicos y los proyectos de investigación del IVIC.
- c. Agilizar el cambio del sistema de clasificación de la colección para que se facilite su recuperación y localización.
- d. Segmentar el mercado o comunidad de usuarios a fin de poder desarrollar una colección en línea con las necesidades de los distintos grupos de identificables en las diferentes áreas de investigación y de docencia.
- e. Promocionar continuamente todos los recursos informacionales disponibles para ser utilizados por los usuarios.

4. Recuperación de información

Optimización de los servicios de recuperación de información
--

Con la finalidad de asegurar que todos los usuarios de la Biblioteca puedan tener acceso a la información de manera oportuna, esta estrategia apunta hacia la mejora sustantiva de los procesos de recuperación de la información, para lo cual se requerirá la puesta en marcha de las siguientes actividades:

- a. Registrar la totalidad de la colección en los catálogos
- b. Adquirir un metabuscador para la consulta simultánea de los catálogos propios de la BMR y las bases de datos electrónicas especializadas, con el fin último de facilitar las búsquedas de información al usuario.
- c. Incorporar a los catálogos públicos en línea las facilidades de reserva y solicitud de documentos.
- d. Recuperar aquellos ejemplares que fueron entregados en calidad de préstamo circulante a cualquier miembro de la comunidad IVIC, y que no han sido devueltos en los tiempos estipulados.
- e. Rediseñar el sitio Web de la BMR tomando en cuenta las necesidades y opiniones de sus usuarios y empleados.
- f. Optimizar el servicio de localización de información, en términos de oportunidad y pertinencia.

- g. Informar los cambios que se produzcan en los servicios de recuperación de información, tanto a empleados como a usuarios.

Los resultados de este estudio indicaron que el área recuperación de información requiere una atención especial por ser elemento clave para el apoyo a la investigación, por tal motivo se recomienda que el desarrollo de esta estrategia se lleve a cabo en un mediano plazo.

5. Reproducción de documentos

Mejoramiento de los servicios de reproducción de documentos

De los resultados obtenidos en esta investigación se pudo inferir que esta área requiere una atención especial por ser un elemento clave en el apoyo a la investigación, con el objetivo de responder a la demanda de sus usuarios y optimizar los servicios de reproducción, por esto que conviene realizar las siguientes acciones a corto plazo.

- a. Sustituir las máquinas fotocopadoras a fin de responder a la demanda del servicio de una manera eficiente.
- b. Crear los servicios de digitalización y fotocopiado e impresión a color.
- c. Formar al usuario para que utilice eficientemente los equipos de reproducción de documentos.
- d. Supervisar permanentemente el autoservicio de fotocopiado.

- e. Proveer a los usuarios un mayor número de computadoras que contengan dispositivos de almacenamiento, así como también programas que permitan la edición de documentos.
- f. Comunicar a empleados y usuarios los cambios y nuevos servicios que se incorporen al área de reproducción de documentos.

6. Formación de usuarios

<p>Formación integral de los usuarios para el aprovechamiento de los recursos de la biblioteca</p>
--

Esta estrategia persigue lograr que cualquier usuario esté capacitado para el uso correcto y eficiente de los diferentes recursos y servicios que le brinda la BMR, además de que conozcan y respeten sus normas y reglamentos.

Las acciones abajo descritas deben comenzar a aplicarse a corto y mediano plazo, de forma continua y perecedera, marchando a la par de los cambios que se generen dentro de la Biblioteca.

- a. Participar activamente en el proceso de admisión de nuevos estudiantes, investigadores y empleados IVIC, pautando la entrega de material explícito sobre la BMR, visitas guiadas a la misma y charlas informativas referentes a sus recursos y servicios.

- b. Preparar y dictar talleres de inducción, tanto para la comunidad IVIC como para usuarios externos asiduos a la Biblioteca, a fin de complementar sus conocimientos acerca de los servicios que presta.
- c. Programar e impartir cursos para el uso eficiente de los recursos electrónicos para aquellos usuarios que así lo requieran.
- d. Crear tutoriales o ayudas en línea para el buen uso de cada uno de los servicios y recursos a los cuales se tiene acceso a través del sitio Web.
- e. Identificar y comunicar cada una de las normas básicas de la Biblioteca, en la entrada y puntos clave del edificio, a fin de implantar una cultura de respeto a éstas.
- f. Dar a conocer y velar por el cumplimiento del reglamento de servicios y de préstamo circulante, para crear conciencia en el usuario respecto a su buen uso y entienda el beneficio que éste implica.
- g. Crear y poner en marcha una campaña de “NO FUMAR” dentro de las áreas de las bibliotecas, obedeciendo a normas básicas de seguridad y evitando molestias para toda persona que se encuentre dentro de las instalaciones.
- h. Impulsar a los empleados BMR a hacer cumplir las normas y reglamentos, a fin de que todo usuario salga favorecido con tal medida.

- i. Comunicar las acciones tomadas y posibles cambios dentro de la biblioteca, para evitar confusiones y molestias de todo contacto empleado-usuario.
- j. Crear las diferentes campañas de comunicación, tanto impresas como electrónicas, dirigidas a los distintos segmentos de la comunidad IVIC, con el propósito de lograr la formación integral del usuario.
- k. Realizar comunicaciones generales con la información básica del buen uso de los servicios y recursos de la Biblioteca, sus normas y reglamentos, para ser publicadas en sitios o medios puntuales dentro la BMR, otros espacios del IVIC, y aquellas instituciones que se consideren pertinentes, dirigidas a todo tipo de usuario.

7. Infraestructura física y plataforma tecnológica

Aseguramiento de espacios y condiciones adecuadas para la investigación

La Biblioteca además de ser el organismo encargado de administrar y gestionar la información, para apoyar el desarrollo y la investigación del IVIC, debe garantizar a sus empleados y usuarios, las óptimas condiciones físicas y tecnológicas para la realización de sus actividades. En este sentido, y por los resultados obtenidos en el estudio, a continuación se plantean las acciones a mediano plazo que debe seguir la BMR para su mejora en este aspecto.

- a. Diseñar un mapa de la BMR destacando la distribución de la colección, áreas de servicio, baños, salidas de emergencia, entre

otros, lo cual le servirá como herramienta de orientación al usuario para situarse en las diferentes áreas de la Biblioteca.

- b. Contratar entes especializados en seguridad industrial para reubicar las señalizaciones correspondientes en las salidas de emergencia y los dispositivos de seguridad.
- c. Reforzar las señalizaciones en estantería, acorde a las características de la misma (estantería abierta), incorporando un listado que proporcione información referente a los títulos que se encuentran en cada estante.
- d. Mejorar el sistema de luminarias en función de las distintas áreas de trabajo y consulta.
- e. Crear muebles adecuados para que los usuarios se sientan seguros al momento de dejar sus pertenencias en la entrada de la Biblioteca.
- f. Procurar que los usuarios dispongan de suficientes puntos de red, tanto en las mesas de consulta como en los cubículos de estudio.
- g. Proporcionar red inalámbrica para el acceso a Internet, a cualquier tipo de usuario.
- h. Optimizar la conectividad a la red interna y a Internet, garantizando así el rápido acceso a la información disponible.
- i. Informar y poner en claro los motivos de la baja temperatura en la Biblioteca.

- j. Comunicar siempre a los empleados y usuarios de la BMR las mejoras y cambios realizados en su infraestructura física y plataforma tecnológica.

8. Sistema automatizado de gestión de la Biblioteca

Utilización en su máxima capacidad del sistema automatizado
para la gestión de la Biblioteca

La adquisición de un sistema automatizado de gestión en una biblioteca pretende optimizar y agilizar sus diferentes procesos administrativos, técnicos y operativos, con el objetivo final de prestar un mejor servicio a los usuarios, solventando de manera oportuna las necesidades de información que éstos tienen.

Los resultados de esta investigación arrojaron que el sistema automatizado actual de la BMR está siendo subutilizado, a pesar de haber sido evaluado antes de su compra, y escogido como la mejor opción por el equipo que labora dentro la Biblioteca.

Para consolidar el sistema bibliotecario, y hacerlo confiable y eficiente, se deben realizar las siguientes actividades en un corto y mediano término, además de estar en un continuo control y renovación, según las necesidades de los usuarios y los avances tecnológicos del entorno.

- a. Inculcar la adaptación y disposición al cambio, en cuanto a la utilización del nuevo sistema automatizado y sus diferentes módulos,

para el mejor aprovechamiento del recurso, y por ende, mejores resultados que se verán reflejados en la prestación final del servicio.

- b. Contactar al proveedor del sistema para reforzar los conocimientos sobre su uso, además de establecer claramente sus bondades y beneficios.
- c. Crear manuales de procedimientos, claros y precisos, respecto a los pasos esenciales en el uso de cada módulo del sistema.
- d. Completar la base de datos de la colección de libros, pues al estar ésta directamente vinculada con el módulo préstamo circulante, el servicio se ve afectado y no se administra de forma óptima y eficiente.
- e. Optimizar el módulo de préstamo circulante, a fin de aplicar las políticas del servicio.
- f. Activar el contacto con los usuarios a través de los mensajes electrónicos automáticos que el sistema emite a través del módulo de préstamo circulante en relación al servicio y sus normas.
- g. Comunicar internamente las diferentes decisiones y acciones que se tomen respecto al aprovechamiento máximo de los módulos del sistema automatizado de la Biblioteca.

9. Mercadeo de la BMR

Posicionamiento de la BMR como proveedor líder de información
científica y tecnológica a nivel nacional e internacional

Para estar concatenados con la visión de la Biblioteca, y una vez optimizados todos los servicios, se hace necesario que la BMR se promocióne a nivel nacional e internacional a fin de posicionarse ventajosamente entre sus usuarios reales y captar a los potenciales. Bajo esta perspectiva y a la par de los cambios organizacionales, se deben realizar de manera permanente las acciones a continuación descritas:

- a. Contratar los servicios de alguna persona o empresa especializada en mercadeo, para el desarrollo de cada uno de los elementos del marketing de los servicios.
- b. Determinar qué mercado pretende atender y/o captar la BMR, a fin de segmentarlo y poder dirigir distintas campañas promociónales a cada uno de ellos, según el caso.
- c. Desarrollar planes de mercadeo a los servicios que así lo requieran.
- d. Establecer campañas promociónales que posean alcance nacional e internacional y que no se limiten a un solo medio de difusión.
- e. Promocionarse a través de carteleras informativas, correos electrónicos, volantes, material POP, medios masivos, entre otros.

- f. Estar presente en instituciones académicas o de investigación y en eventos científicos y tecnológicos, a nivel nacional o internacional.

- g. Crear una política de extensión para estar en contacto directo con la comunidad y promocionar así sus recursos y servicios, además de promover el avance y el desarrollo de la investigación científica y tecnológica del país, convirtiéndose en un ente multiplicador y generador de conocimiento en estas áreas.

Disposiciones finales

Luego de realizada cada acción, de cualquiera de las nueve (9) estrategias aquí planteadas, los resultados deben someterse siempre a una evaluación, para conocer así la nueva percepción de los empleados y usuarios respecto a las innovaciones y mejoras de la Biblioteca. Todo esto con el objetivo principal de retroalimentar el proceso de optimización de los servicios de la BMR, en la búsqueda continua y constante de la excelencia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En las bibliotecas, como en toda organización, todos los esfuerzos dirigidos a imprimir calidad en los servicios están orientados a lograr la satisfacción de las necesidades de los usuarios, lo que les permitirá ser más competitivas y posicionarse ventajosamente en el mercado en que se desenvuelven. En este sentido, incorporar la filosofía de Gestión de la Calidad Total o Total Quality Management (TQM), en la Biblioteca Marcel Roche (BMR) del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC), permitirá alcanzar los niveles de calidad que satisfagan, por igual, tanto a los usuarios como a la alta gerencia del IVIC, mejorando sustancialmente la proposición de valor que la BMR le hace.

La calidad en los servicios no debe evaluarse tomando en cuenta únicamente aspectos subjetivos como la percepción y expectativas de los usuarios, pues hay que tomar en cuenta que las necesidades de los usuarios no siempre son comunes entre ellos. Aunado a esto, distintas organizaciones se han dedicado a diseñar y desarrollar normas, indicadores y estándares de calidad con el fin de unificar criterios que permitan establecer un patrón de comparación entre la situación real y la situación ideal de cada una de las variables que puedan afectar los servicios. Partiendo de esta idea, se recomienda que la BMR además de conocer constantemente las necesidades de sus usuarios, se apoye en los diferentes estándares nacionales e internacionales para optimizar la calidad de los servicios bibliotecarios.

Del mismo modo en que los usuarios esperan recibir servicios que se correspondan con sus necesidades y expectativas, las organizaciones deben asegurarse de que su personal posea valores definidos y orientados hacia la calidad y el servicio. En este sentido se recomienda que la BMR refuerce sus valores institucionales y apunten a la excelencia, para que de esta forma alcance la máxima identificación del personal con los objetivos y formas de trabajo deseado.

A través de la realización de esta investigación, cuyo objetivo principal fue el diseño de estrategias para mejorar la calidad de los servicios de la BMR, fue necesaria la aplicación de diversas técnicas y herramientas de carácter cuantitativo y cualitativo. Y se pudo inferir que si bien los cuestionarios proveen información útil respecto a la percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios en bibliotecas, nos parece interesante destacar que la técnica de Entrevista de Grupo Focal (EGF) debe ser usada para precisar más a fondo las áreas problema, puesto que brinda la oportunidad de conocer tanto las opiniones e impresiones, como las reacciones y sentimientos que surgen a raíz del contacto presencial.

Cabe destacar que no se encontraron precedentes de la aplicación de la EGF en estudios similares, dentro de la colección de Trabajos de Grado de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad Central de Venezuela. Debido a la experiencia vivida en cuanto al contacto directo con los usuarios y empleados de la BMR y a los resultados obtenidos, producto de esta técnica, se recomienda ampliamente el uso de la misma para futuros estudios, donde sea necesario el análisis elementos intangibles y subjetivos dentro de la gestión bibliotecaria.

Otra herramienta clave para la incorporación de las estrategias propuestas es el mercadeo, puesto que no es suficiente que el servicio sea bueno, sino que además hay que venderlo. Entendiendo que la calidad es lo fundamental para el mercadeo, que el mercadeo no es una campaña y que es una labor de todos, se recomienda que la BMR introduzca técnicas especializadas en esta área para el fortalecimiento y/o la incorporación de servicios informacionales, con la visión de que la satisfacción del cliente es la pieza fundamental. Visto de esta forma, es necesario que la BMR haga uso constante de los conceptos y técnicas fundamentales del mercadeo de los servicios, con el objetivo de posicionarse ventajosamente entre sus pares y el mercado que atiende.

En otro orden de ideas, la planificación estratégica es uno de los componentes clave en la TQM, puesto que orienta a la toma de decisiones, da a conocer las diferentes vías posibles y/o necesarias para la puesta en marcha de los objetivos y organizarse según los recursos y el tiempo estipulado para solución de los problemas planteados. Este concepto fue el punto de partida para la concepción y diseño de las estrategias propuestas en este trabajo, que fueron comprendidas en nueve áreas de aplicación producto de los resultados obtenidos en los instrumentos de evaluación, aunado a la experiencia y conocimiento acumulado en materia bibliotecológica de los miembros del equipo. Estas áreas son: el personal, la organización, desarrollo de colecciones, recuperación de información, reproducción de documentos, formación de usuarios, infraestructura física y plataforma tecnológica, sistema automatizado de gestión bibliotecaria y mercadeo.

Por último, la visión del equipo de trabajo en cuanto al perfil de la BMR, es que esta posee niveles de calidad bastante aceptables en sus servicios, el personal desempeña su labor con entusiasmo y entrega, y los usuarios en su mayoría están satisfechos con los servicios que se les prestan, sin embargo, todo es optimizable dentro de la visión de la filosofía de la Gestión de la Calidad Total. Por lo cual, se desarrollaron las estrategias y acciones a seguir a fin de cumplir con esta filosofía, y solventar de esta manera las áreas críticas como, la reproducción de documentos, formación de usuarios y mercadeo de la Biblioteca, sin descuidar el resto y procurando la dirección, el control y la evaluación continua para retroalimentar el proceso en función de los cambios que se presenten en el entorno.

FUENTES CONSULTADAS

Fuentes impresas

- ✓ ABREU, Manuela de la C. y CADEÑO ANDALIA, Rubén. *Gerencia de la calidad en las organizaciones*. ACIMED, vol. 6, n. 2, 1998.
- ✓ ALBRECHT, Karl. *La Revolución del Servicio*. Bogotá: 3R editores, 1997.
- ✓ ALBRECHT, Karl y ZEMKE, Ron. *Gerencia del servicio: Cómo hacer negocios en la nueva economía*. Bogotá: 3R Editores, 2000.
- ✓ ALBRECHT, Karl y BRADFORD, Lawrence J. *La excelencia en el servicio: conozca y comprenda a sus clientes*. Bogotá DC: 3R Editores, 1997.
- ✓ BAKER, David. *The Strategic Management of Technology: a guide for library and information services*. USA: Chandos Publishing, 2004.
- ✓ BALESTRINI ACUÑA, Mirian. *Cómo se elabora el Proyecto de Investigación (para los Estudios Formulativos o Exploratorios, Descriptivos, Diagnósticos, Evaluativos, Formulación de Hipótesis Causales, Experimentales y los Proyectos Factibles)*. Sexta edición. Caracas: BL Consultores Asociados, Servicio Editorial, 2002.
- ✓ BOXWELL, Robert J. *Benchmarking: para competir con ventaja*. Madrid: McGraw-Hill, 1995.

- ✓ CANTÚ DELGADO, Humberto. *Desarrollo de una cultura de calidad*. México DF: McGraw-Hill, 1997.
- ✓ COBRA, Marcos. *Marketing de servicios: Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación*. Bogotá DC: McGraw-Hill Interamericana, 2000.
- ✓ CROWLEY, Gwyneth H. y GILREATH, Charles L. *Probing user perceptions of service quality: using focus groups to enhance quantitative surveys*. En: *The maturation of assessment in academic libraries: The role of LibQUAL+™*. Editado por Colleen Cook. Bradford, UK: Emerald Group Publishing Limited, 2002.
- ✓ FERRÉ TRENZANO, José María. *Investigación de Mercados Estratégica: cómo utilizar de forma inteligente la información de los estudios de mercado*. España: Gestión 2000, 1997.
- ✓ GINEBRA, Joan y ARABA DE LA GARZA, Rafael. *Dirección por servicio: la otra calidad*. México: McGraw-Hill, 1991.
- ✓ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ Collado Carlos y PILAR Baptista, Lucio. *Metodología de la Investigación*. 3er. ed. Colombia: McGraw-Hill, 2004.
- ✓ HOROVITZ, Jacques. *La calidad del servicio*. Madrid: McGraw-Hill, 1991.
- ✓ JAMES, Paul. *La gestión de la calidad total: un texto introductorio*. Madrid: Prentice Hall Iberia, 1997.
- ✓ JAMES, Paul. *TQM: un texto introductorio*. Madrid: Prentice Hall, 1997.

- ✓ MCGREGOR, Felicity. *Excellent Libraries: A Quality Assurance Perspective*. En: *Advances en Librarianship*, vol. 28. 2004.
- ✓ MINTZBERG, Henry. *El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos*. México: Pearson, 1997.
- ✓ MÜLLER DE LAMA, Enrique. *Cultura de Calidad de Servicio*. México: Editorial Trillas, 1999.
- ✓ MÜNCH GALINDO, Lourdes. *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México: Trillas, 1998.
- ✓ OROZCO J., Arturo. *Investigación de Mercados: concepto y práctica*. Bogotá DC: Norma, 1999.
- ✓ RUGMAN, Alan M. y HODGETTS, Richard M. *Negocios Internacionales: un enfoque de administración estratégica*. México: McGraw-Hill, 1997.
- ✓ WALKER, Melissa. *Cómo escribir trabajos de investigación*. Barcelona, España: Gedisa, 2000 (Biblioteca de educación).

Fuentes electrónicas

- ✓ ARÉVALO, Julio Alonso. *Evaluación de bibliotecas universitarias con el modelo EFQM*. [en línea] Lisboa: In Proceedings Encontro das Bibliotecas do Ensino 1 [fecha de consulta: 06 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://eprints.rclis.org/archive/00001605/>>
- ✓ BALAGUÉ MOLA, Núria. *Normas ISO y Certificación de Sistemas de Calidad en Bibliotecas y Servicios de Información* [en línea]. Terrassa, 2005. [fecha de consulta: 16 Noviembre 2005]. Disponible en: <<http://jornadasbibliosalud.net>>
- ✓ CARDOSO SAMPAIO, María Imaculada y Mery P. Zamudio Igami. *La calidad en bibliotecas y servicios de información: rumbo a la satisfacción del usuario* [archivo adjunto]. Maria Imaculada Cardoso Sampaio. Re: *Saludo*. En: Yahoo! En Español Correo [en línea]. Mensaje a: Carolina Rondon. 14 Diciembre 2005 [fecha de consulta: 15 Diciembre 2005]. <De: isampaio@usp.br, Para: carolinaucv@yahoo.com> Comunicación personal.
- ✓ FERRE y FERRE. *Los Estudios de Mercado* [en línea]. En: Agapea Libros Urgentes. Málaga, España: Agapea Factory S.A., 2002-2005 [fecha de consulta: 05 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://www.agapea.com/Los-estudios-de-mercado-n39936i.htm>>
- ✓ GLAGOVSKY, Hugo Esteban. ¡Esto es FODA! [en línea]. Bogota DC, Colombia: Gestipolis.com Ltda., 2000-2004. Actualizada el: 05 Diciembre 2005 [fecha de consulta: 05 Diciembre 2005]. Disponible en: <www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estoesfoda.htm>

- ✓ GÓMEZ HERNÁNDEZ, J. A. *Gestión de bibliotecas*. [en línea] Murcia: DM, 2002 [fecha de consulta: 06 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://gttil.edu.um.es:8080/jgomez/bibgen/intranet/04gestion-b.PDF>>

- ✓ *Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC)* [en línea]. Caracas: IVIC [fecha de consulta: 04 Diciembre 2005]. IVIC. Disponible en:<<http://www.ivic.ve/>>

- ✓ JAYARO, Xiomara. *Organigrama Biblioteca Marcel Roche* [archivo adjunto]. Xiomara Jayaro. *Re: organigrama* En: Yahoo! En Español Correo [en línea]. Mensaje a: Jorge Echezuría. 03 Mayo 2006 [fecha de consulta: 03 Mayo 2006]. <De:xjayaro@ivic.ve. Para: jorgeechezuria@yahoo.com> Comunicación personal.

- ✓ Ministerio de Ciencia y Tecnología Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas. *Informa Anual 2004*. [CD-ROM] 2005.

- ✓ PINTO MOLINA, María. *Gestión de calidad en la documentación*. Revista de Biblioteconomía y Documentación [en línea] 1998, vol. 1 [fecha de consulta: 01 Diciembre 2005], págs. 171-183. Disponible en: <<http://www.um.es/fccd/anales/ad01/ad0110.html>> ISSN: 1575-2437.

- ✓ PINTO, María. *Criterios de la calidad total en la biblioteca según el modelo europeo de excelencia (EFQM)*. [en línea] Andalucía: Acta Décimas Jornadas Bibliotecarias, 1998. [fecha de consulta: 6 Diciembre 2005]. Disponible en: <<http://www.ugr.es/~mpinto/web/doc/AABEFQM.pdf>>

- ✓ RRPPnet Portal de Relaciones Públicas. *Focus Groups: Técnicas de recolección de datos* [en línea]. Argentina: NM Comunicaciones™, 2001. [fecha de consulta: 14 Enero 2006]. Disponible en: <<http://www.rrppnet.com.ar/focusgroups.htm>>

- ✓ RUIZ OLALLA, Carmen. *Gestión de la calidad del servicio*. [en línea] 5campus.com. Control de Gestión. [fecha de consulta: 26 Octubre 2005]. Disponible en: <<http://www.5campus.com/lección/calidadserv>>

- ✓ SÁNCHEZ GÓMEZ, Arcángel. *Planificación Estratégica de Unidades y Servicios de Información*. [diskette] Caracas: EBA-FHE-UCV, 2005.

- ✓ *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* [en línea]. Chicago, Illinois: SPSS Inc., 2005 [fecha de consulta: 05 Diciembre 2005] Disponible en: <<http://www.spss.com/la/>>

ANEXOS

Observación directa (fotografías)



Vista general del edificio



Vista interna de la entrada



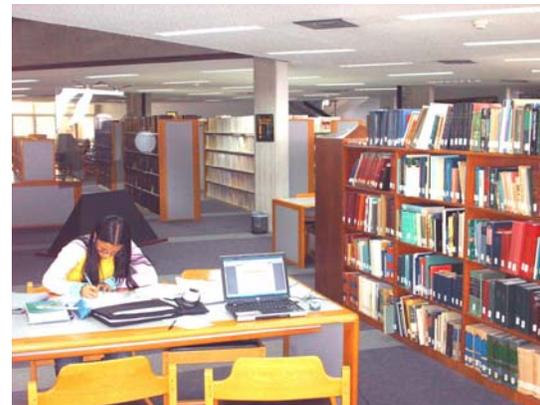
Área de recepción



Torniquete en la entrada



Sala de prensa - PB



Sala de referencia - PB



Sala de referencia - PB



Estanterías de libros - PB



Estanterías de libros - PB



Cubículos - PB



Estanterías disponibles - PB



Área de descanso - PB



Escritorios individuales - PB



Módulo central - PB



Terminales para consultas - PB



Área de impresión - PB



Estantería de libros de reserva - PB



Pieza de Arte - PB



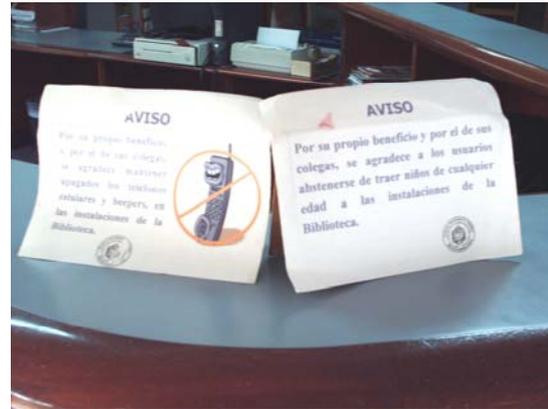
Catálogos ficheros - PB



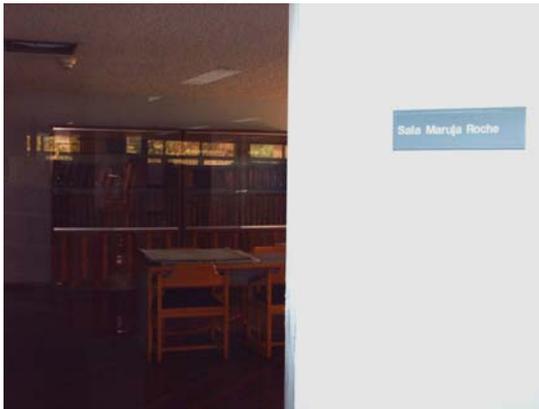
Autoservicio de fotocopiado - PB



Cartelera informativa - PB



Avisos en recepción - PB



Sala Maruja Roche (libros raros) - PB



Área de reserva de revistas - PB



Módulo de atención - Piso 1



Área de lectura y descanso - Piso 1



Área de estudio - Piso 1



Colección de revistas recientes – Piso 1



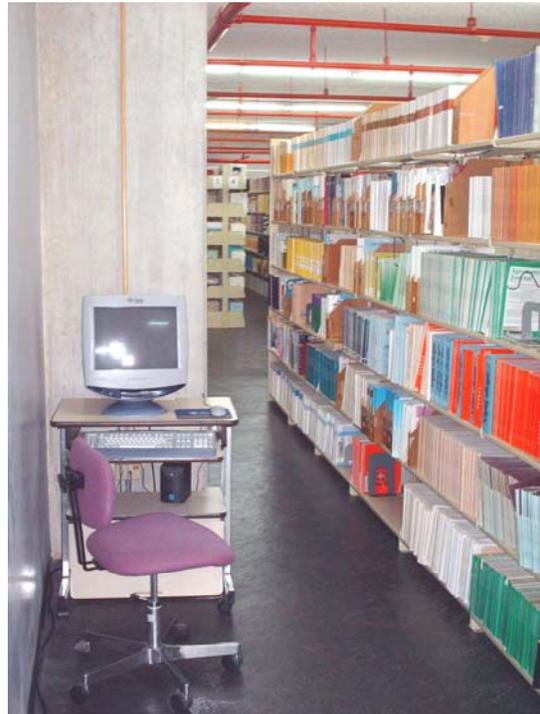
Colección de revistas recientes - Piso 1



Colección de libros nuevos – Piso 1



Estanterías de revistas recientes - Piso 1



Estanterías de consulta – Piso 1



Colección - Piso 2



Estanterías – Piso 2



Estanterías y Módulo de atención - Piso 2



Colección – Piso 3



Resguardo de colección - Piso 3



Estanterías – Piso 2



Estanterías - Piso 3



Puntos de red y electricidad



Panel de control contra incendios



Controles de aire acondicionado



Aviso sobre emergencias - Piso 3



Salida de aire acondicionado



Extintor de fuego



Manguera contra incendios



Extintor de fuego



Salida de emergencia



Salida de emergencia (detalle puerta)



Aspersor contra fuego



Señalización y Alarma contra incendios



Señalización



Ascensor y escaleras



Ascensor (detalle del tablero)



Baños



Baños (detalle)



Baños (detalle)



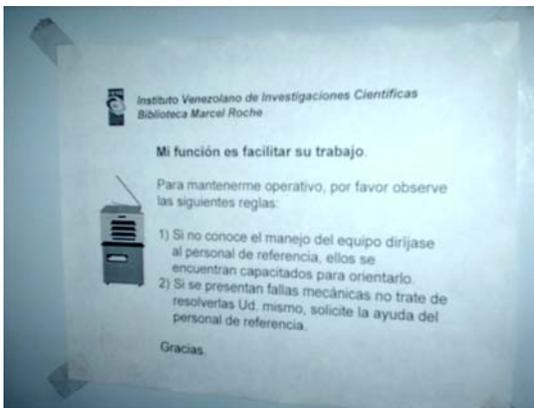
Baños (detalle)



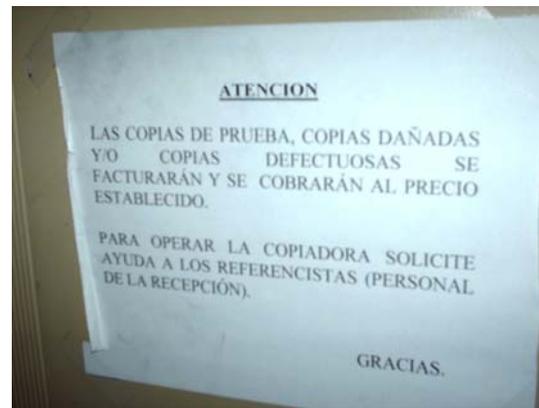
Escaleras y señal de acceso restringido



Baños, bebedero y teléfono público



Aviso autoservicio de fotocopiado



Aviso autoservicio de fotocopiado



Área de Reprografía



Área de reprografía

SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNO (Circunvalación)

TURNO MAÑANA

SALIDA	ORIGEN	DESTINO
9:00	Administración	Redoma de San Antonio
9:20	Redoma de San Antonio	Alcabala Principal IVIC
9:35	Alcabala Principal IVIC	
9:45	Administración	
10:00	Centro de Física	Ingeniería III - Administración (Transporte 10:20)
11:00	Transporte	Administración Alcabala Principal IVIC
11:30	Alcabala Principal IVIC	
11:45	Centro de Física	Ingeniería III
12:00	Llegada al Comedor	

TURNO TARDE

SALIDA	ORIGEN	DESTINO
1:00	Administración	Redoma de San Antonio
1:20	Redoma de San Antonio	Alcabala Principal IVIC
1:35	Alcabala Principal IVIC	
1:45	Administración	
2:00	Centro de Física	Ingeniería III - Administración Alcabala Principal IVIC
2:30	Alcabala Principal IVIC	Administración - Ingeniería III Centro de Física
3:00	Llegada del Transporte	

Aviso sobre transporte interno



Detalle de pared con humedad



Cuestionario (Empleados)



Nosotros, estudiantes de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad Central de Venezuela, solicitamos su colaboración respondiendo este cuestionario que permitirá la evaluación de algunos aspectos de la Biblioteca Marcel Roche del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas.

La información por Usted suministrada será manejada de manera estrictamente confidencial y solamente para la finalidad arriba indicada.

Instrucciones:

Lea cuidadosamente las preguntas que se presentan a continuación, y marque con una equis (X) la(s) respuesta(s) que más se adapten a su punto de vista, y complete las que así lo requieran.

1.- Indique en que departamento trabaja:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Jefatura | <input type="checkbox"/> Servicios al público |
| <input type="checkbox"/> Procesos técnicos | <input type="checkbox"/> Localización de información |
| <input type="checkbox"/> Publicaciones periódicas | <input type="checkbox"/> Unidad de informática |
| <input type="checkbox"/> Mantenimiento de colección y reprografía | <input type="checkbox"/> Tecnologías de información |
| <input type="checkbox"/> Administración | <input type="checkbox"/> Desarrollo de colecciones |

2.- Indique el cargo que ocupa dentro de la Biblioteca:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Director | <input type="checkbox"/> Auxiliar de biblioteca |
| <input type="checkbox"/> Asistente de biblioteca | <input type="checkbox"/> Pasante |
| <input type="checkbox"/> Coordinador de unidad | <input type="checkbox"/> Otro. Especifique: _____ |

3.- Brevemente, ¿cuáles funciones desempeña dentro de la Biblioteca?

4.- Indique su nivel de instrucción:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Profesional. Área: _____ | <input type="checkbox"/> Estudiante. Especifique: _____ |
| | <input type="checkbox"/> Otros ¿Cual? _____ |

5.- Indique cuánto se identifica Usted con la Misión de la Biblioteca Marcel Roche:

- Totalmente Un poco Indiferente Muy poco Nada No sabe

6.- Indique cuánto se identifica Usted con la Visión de la Biblioteca Marcel Roche:

- Totalmente Un poco Indiferente Muy poco Nada No sabe

7. Indique cuánto se identifica Usted con las actividades que desempeña dentro de la Biblioteca Marcel Roche:

- Totalmente Un poco Indiferente Muy poco Nada No sabe

8.- En general, ¿qué tan satisfecho está Usted como empleado de la Biblioteca Marcel Roche?

- Totalmente Un poco Indiferente Muy poco Nada No sabe

9.- ¿Qué opinión tiene sobre las oportunidades de capacitación y desarrollo personal que le ofrece el IVIC?

Excelentes Buenas Regulares Malas Muy malas No sabe

10.- ¿La Biblioteca cuenta con un Reglamento General de Servicios?

Sí No No sabe

11.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Escala: Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Muy mal (1); No sabe (NS)

	5	4	3	2	1	NS
1. Sitio Web: http://biblioteca.ivic.ve						
2. Catálogo en línea – Publicaciones Periódicas						
3. Catálogo en línea – Libros						
4. Catálogo en línea – Tesis IVIC						
5. Catálogo en línea – Publicaciones Científicas IVIC						
6. Préstamo Circulante						
7. Consulta en sala de revistas electrónicas en línea						
8. Consulta en sala de bases de datos en línea						
9. Consulta en sala de bases de datos en medios magnéticos (CD)						
10. Consulta en sala de bases de datos en medios impresos						
11. Acceso a Internet						
12. Servicio de Fotocopiado						
13. Solicitud y envío electrónico de copias de artículos						
14. Solicitud y envío electrónico de búsquedas de referencias bibliográficas y en bases de datos						
15. Búsquedas guiadas de referencias bibliográficas y en bases de datos						
16. Servicios de provisión de documentos (no presentes en la colección), tanto nacionales como internacionales						
17. Servicio gratuito de provisión de documentos electrónicos en el área de biotecnología (UNAM)						
18. Provisión de documentos en el área de energía nuclear (RRIAN)						
19. Alquiler de cubículos, salas de cursos y conferencias						
20. Asesorías para la generación de conocimientos teórico-prácticos en áreas asociadas a la oferta de servicios de información						
21. Visitas guiadas						
22. Desarrollo y mantenimiento de seminarios y/o simposios virtuales						
23. Otro:						
24. Otro:						
25. Otro:						

Comentarios: _____

12.- Evalúe las condiciones de la Biblioteca en cuanto a:

Escala: Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Muy mal (1); No sabe (NS)

	5	4	3	2	1	NS
1. Plataforma tecnológica						
2. Temperatura						
3. Humedad						
4. Iluminación						
5. Control de ruido						
6. Limpieza						
7. Mantenimiento						
8. Mobiliario						
9. Salidas de emergencia						
10. Señalización						

Comentarios: _____

13.- Evalúe el Sistema Automatizado de la Biblioteca en sus diferentes módulos:

Escala: Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Muy mal (1); No sabe (NS)

	5	4	3	2	1	NS
1. Control de acceso						
2. Gestión de Datos						
3. Kardex de publicaciones periódicas						
4. Circulación y Préstamo						
5. Estadísticas						
6. Generación de Fichas, etiquetas, marbetes y código de barra						
7. Carga de documentos a texto completo						
8. Diseminación Selectiva de Información (DSI)						
9. Soporte						
10. Catálogos en línea						

Comentarios: _____

14.- Como Referencista, ¿con qué frecuencia presta orientación a usuarios?

- Diariamente
 1 vez por semana
 1 vez al mes
 Cada vez que llega un nuevo producto
 Otra. Especifique: _____
 No Sabe

15.- ¿Existe un programa formal de adiestramiento al usuario?

Sí No No sabe

15.1.- Si su respuesta anterior es “Sí”, ¿con qué frecuencia se realiza?

Diariamente Cada vez que llega un nuevo producto
 1 vez por semana Otra. Especifique: _____
 1 vez al mes No sabe

16.- ¿Con qué frecuencia la Biblioteca evalúa la satisfacción de los usuarios respecto a los servicios?

Diariamente Semestral Otra: _____
 Mensual Anual Nunca
 Trimestral

17.- Por medio de qué actividad y/o instrumento se evalúa la satisfacción de los usuarios:

Encuestas Otro: _____
 Entrevistas Ninguno
 Buzón de quejas y sugerencias

18.- ¿Qué medios de difusión se emplean para dar a conocer los productos y/o servicios que ofrece la Biblioteca?

Cartelera informativa Correos electrónicos (boletines)
 Volantes (dípticos, trípticos, etc.) Afiches
 Sitio Web Otros ¿Cuáles? _____

19.- ¿Cómo considera la forma en que la Biblioteca promociona sus servicios?

Excelente Buena Regular Mala Muy mala No sabe

20.- En general, ¿cómo evaluaría Usted la calidad del servicio que la Biblioteca brinda a sus usuarios?

Excelente Buena Regular Mala Muy mala No sabe

Comentarios: _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



Cuestionario

(Usuarios presenciales)



Nosotros, estudiantes de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad Central de Venezuela, solicitamos su colaboración respondiendo este cuestionario que permitirá la evaluación de algunos aspectos de la Biblioteca Marcel Roche del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas.

La información por Usted suministrada será manejada de manera estrictamente confidencial y solamente para la finalidad arriba indicada

Instrucciones:

Lea cuidadosamente las preguntas que se presentan a continuación, y marque con una equis (X) la(s) respuesta(s) que más se adapten a su punto de vista, y complete las que así lo requieran.

1.- ¿A cuál de los siguientes grupos de usuarios pertenece?

USUARIO IVIC:

- Investigador Estudiante Administrativo
 Profesor Egresado Obrero

USUARIO NO IVIC

- Investigador Administrativo
 Profesor Obrero
 Estudiante USUARIO INSTITUCIONAL (Convenios)

2.- Indique su nivel de instrucción completado:

- Doctorado Pregrado Otro: ¿Cuál? _____
 Maestría T.S.U.
 Especialización Bachillerato

3.- Evalúe las condiciones de la Biblioteca en cuanto a:

Escala: Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Muy mal (1); No sabe (NS)

	5	4	3	2	1	NS
1. Plataforma tecnológica						
2. Temperatura						
3. Humedad						
4. Iluminación						
5. Control de ruido						
6. Limpieza						
7. Mantenimiento						
8. Mobiliario						
9. Salidas de emergencia						
10. Señalización						

Por favor, en el caso de responder “Regular”, “Mal” y “Muy Mal”, explique por qué: _____

4.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos de la Biblioteca:

Escala: Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Muy mal (1); No sabe (NS)

	5	4	3	2	1	NS
1. Sitio Web: http://biblioteca.ivic.ve						
2. Catálogo en línea – Publicaciones Periódicas						
3. Catálogo en línea – Libros						
4. Catálogo en línea – Tesis IVIC						
5. Catálogo en línea – Publicaciones Científicas IVIC						
6. Préstamo Circulante						
7. Consulta en sala de revistas electrónicas en línea						
8. Consulta en sala de bases de datos en línea						
9. Consulta en sala de bases de datos en medios magnéticos (CD)						
10. Consulta en sala de bases de datos en medios impresos						
11. Acceso a Internet						
12. Servicio de Fotocopiado						
13. Solicitud y envío electrónico de copias de artículos						
14. Solicitud y envío electrónico de búsquedas de referencias bibliográficas y en bases de datos						
15. Búsquedas guiadas de referencias bibliográficas y en bases de datos						
16. Servicios de provisión de documentos (no presentes en la colección), tanto nacionales como internacionales						
17. Servicio gratuito de provisión de documentos electrónicos en el área de biotecnología (UNAM)						
18. Provisión de documentos en el área de energía nuclear (RRIAN)						
19. Alquiler de cubículos, salas de cursos y conferencias						
20. Asesorías para la generación de conocimientos teórico-prácticos en áreas asociadas a la oferta de servicios de información						
21. Visitas guiadas						
22. Desarrollo y mantenimiento de seminarios y/o simposios virtuales						
23. Otro:						
24. Otro:						
25. Otro:						

Por favor, en el caso de que un(os) servicio(s) le parezca(n) “Regular”, “Mal” y “Muy Mal”, explique por qué: _____

5.- Según sus necesidades, ¿qué otro(s) servicio(s) propondría?

6.- ¿Ha recibido algún taller de adiestramiento para el uso de los servicios de la Biblioteca?

Sí No

6.1.- Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿cómo evaluaría usted esta capacitación?

Excelente Buena Regular Mala Muy mala No sabe

7.- ¿El personal de la Biblioteca le orienta acerca al uso de los servicios?

Siempre Algunas veces Nunca
 Frecuentemente Casi nunca No lo he necesitado

8.- ¿El personal de la Biblioteca le ayuda a encontrar la información?

Siempre Frecuentemente Algunas veces Casi nunca Nunca No lo he necesitado

9.- ¿Cómo es el trato que recibe del personal que labora en la Biblioteca?

Excelente Bueno Regular Malo Muy malo

10.- ¿Cuánto considera usted que la Biblioteca conoce sus necesidades de información y expectativas de servicios?

Totalmente En casi todo En algunos aspectos En casi nada En nada

11.- De qué forma la Biblioteca le ha contactado para conocer su opinión y/o necesidades:

Encuestas Otro: _____
 Entrevistas Ninguna
 Buzón de quejas y sugerencias

12.- ¿Ha recibido usted información acerca de los diferentes servicios y/o productos que ofrece la Biblioteca?

Sí No No sabe

12.1.- Si la respuesta anterior es “Sí”, ¿por cuáles medios ha recibido usted esta información?

Cartelera informativa Correos electrónicos (boletines)
 Volantes (dípticos, trípticos, etc.) Afiches
 Sitio Web Otros ¿Cuáles? _____

13.- ¿Cómo considera la forma en que la Biblioteca promociona sus servicios?

Excelente Buena Regular Mala Muy mala No sabe

14.- ¿Cómo evaluaría, en general, la calidad del servicio que brinda la Biblioteca?

Excelente Buena Regular Mala Muy mala

Por favor, en el caso de responder “Regular”, “Mala” y “Muy Mala”, explique por qué: _____

Comentarios: _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



Cuestionario (Usuarios remotos)



Nosotros, estudiantes de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad Central de Venezuela, solicitamos su colaboración respondiendo este cuestionario que permitirá la evaluación de algunos aspectos de la Biblioteca Marcel Roche del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas.

La información por Usted suministrada será manejada de manera estrictamente confidencial y solamente para la finalidad arriba indicada.

Instrucciones:

Lea cuidadosamente las preguntas que se presentan a continuación, y seleccione la casilla con la(s) respuesta(s) que más se adapte a su punto de vista, y complete las que así lo requieran (escribiendo en el área sombreada junto a la pregunta).

1.- ¿A cuál de los siguientes grupos de usuarios pertenece?

USUARIO IVIC:

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Investigador | <input type="checkbox"/> Estudiante | <input type="checkbox"/> Administrativo |
| <input type="checkbox"/> Profesor | <input type="checkbox"/> Egresado | <input type="checkbox"/> Obrero |

USUARIO NO IVIC

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Investigador | <input type="checkbox"/> Administrativo |
| <input type="checkbox"/> Profesor | <input type="checkbox"/> Obrero |
| <input type="checkbox"/> Estudiante | <input type="checkbox"/> USUARIO INSTITUCIONAL (Convenios) |

2.- Indique su nivel de instrucción completado:

- | | | |
|--|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Doctorado | <input type="checkbox"/> Pregrado | <input type="checkbox"/> Otro: ¿Cuál? |
| <input type="checkbox"/> Maestría | <input type="checkbox"/> T.S.U. | |
| <input type="checkbox"/> Especialización | <input type="checkbox"/> Bachillerato | |

3.- Evalúe los siguientes servicios y/o recursos en línea de la Biblioteca:

Escala: Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Muy mal (1); No sabe (NS)

	5	4	3	2	1	NS
1. Sitio Web: http://biblioteca.ivic.ve	<input type="checkbox"/>					
2. Catálogo en línea – Publicaciones Periódicas	<input type="checkbox"/>					
3. Catálogo en línea – Libros	<input type="checkbox"/>					
4. Catálogo en línea – Tesis IVIC	<input type="checkbox"/>					
5. Catálogo en línea – Publicaciones Científicas IVIC	<input type="checkbox"/>					
6. Solicitud y envío electrónico de copias de artículos	<input type="checkbox"/>					
7. Solicitud y envío electrónico de búsquedas de referencias bibliográficas y en bases de datos	<input type="checkbox"/>					
8. Búsquedas guiadas de referencias bibliográficas y en bases de datos	<input type="checkbox"/>					
9. Servicios de provisión de documentos no presentes en la colección, tanto nacionales como internacionales.	<input type="checkbox"/>					

	5	4	3	2	1	NS
10. Servicio gratuito de provisión de documentos electrónicos en el área de biotecnología (UNAM)	<input type="checkbox"/>					
11. Provisión de documentos en el área de energía nuclear (RRIAN)	<input type="checkbox"/>					
12. Asesorías para la generación de conocimientos teórico-prácticos en áreas asociadas a la oferta de servicios de información	<input type="checkbox"/>					
13. Desarrollo y mantenimiento de seminarios y/o simposios virtuales	<input type="checkbox"/>					
14. Otro:	<input type="checkbox"/>					

Por favor, en el caso de que un(os) servicio(s) le parezca(n) “Regular”, “Mal” y “Muy Mal”, explique por qué: _____

4.- Según sus necesidades, ¿Qué otro(s) servicio(s) en línea propondría?

5.- ¿La Biblioteca le ofrece orientación para el uso de sus servicios en línea?

Sí No No sabe

5.1.- Si su respuesta anterior es “Sí”, ¿Cómo evaluaría usted esta orientación?

Excelente Buena Regular Mala Muy mala

6.- ¿Recibe usted confirmación cuando realiza solicitudes en línea?

Siempre Frecuentemente Algunas veces Casi nunca Nunca

7.- ¿Cuánto es el máximo de días que estaría dispuesto a esperar por una respuesta a su solicitud?

_____ días

8.- Según sus experiencias con solicitudes en línea a la Biblioteca:

8.1.- ¿Cuántos días habitualmente tardan en dar respuesta?

_____ días

8.2.- ¿Cuánto se adecua el contenido de las respuestas a las especificaciones de su solicitud?

Totalmente En casi todo En algunos aspectos En casi nada En nada

8.3.- ¿Como evaluaría la calidad del documento recibido, ya sea en formato impreso o digital? (legibilidad / resolución)

Excelente Buena Regular Mala Muy mala

8.4.- En general, ¿cómo evalúa usted el servicio de solicitudes en línea?

Excelente Bueno Regular Malo Muy malo



Guía para la Entrevista de Grupo Focal (EGF) a empleados de la Biblioteca Marcel Roche (BMR) del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC)

1. Personal

- 1.1 Conocimiento del trabajo (la biblioteca, el IVIC y, en general el entorno mediato e inmediato del Instituto), dominio de pericias, habilidades, comunicacionales y seguridad.
- 1.2 Identificación con la razón de ser del IVIC y de la BMR en función del desarrollo del sector de ciencia y tecnología y su articulación con los planes generales de desarrollo del país.
- 1.3 Amabilidad y empatía con el usuario
- 1.4 Orientación al usuario (disposición para servirle más allá de cualquier aparente o real dificultad)
- 1.5 Motivación y compromiso (grado de identificación con su role en la BMR y la articulación de éste con la misión de la MBR y la del IVIC)
- 1.6 Proactividad al servir
- 1.7 Interacciones con el usuario (especialmente en lo relativo a las habilidades y destrezas necesarias para conducir una efectiva entrevista de referencia tanto presencial como a distancia)
- 1.8 Asertividad y habilidad para manejar y resolver situaciones irregulares o problemáticas.

2. Reproducción de documentos

- 2.1 Oportunidad (Tiempo de respuesta)
- 2.2 Calidad del material reproducido

3. Catálogos (Colecciones propias)

- 3.1 Variedad, pertinencia y número de fuentes disponibles
- 3.2 Calidad de los registros bibliográficos
- 3.3 Confiabilidad
- 3.4 Disponibilidad de “helps” o ayuda interactiva
- 3.5 Facilidad de acceso
- 3.6 Versatilidad en los formatos de salida y de impresión
- 3.7 Asistencia al usuario en el manejo de los catálogos

4. Sitio Web

- 4.1 Accesibilidad
- 4.1 Presentación (estética)
- 4.2 Pertinencia (cobertura temática y enlaces de interés)
- 4.3 Amigabilidad
- 4.4 Interactividad (servicios accesibles a través del portal)
- 4.5 Actualización
- 4.6 Bases de datos disponibles (Actualidad, pertinencia)

5. Localización de información

- 5.1 Oportunidad de la entrega (tiempo de respuesta) y adecuación del canal
- 5.2 Calidad (pertinencia y actualización, si aplica) de las referencias y/o de los documentos.

6. Préstamo de documentación

- 6.1 Disponibilidad y accesibilidad física de los materiales
- 6.2 Localización en la estantería
- 6.3 Agilidad en el procedimiento
- 6.4 Confiabilidad del sistema
- 6.5 Tiempo de respuesta (especialmente, el préstamo interbibliotecario)
- 6.6 Posibilidad de reserva automática
- 6.7 Flexibilidad de la política de préstamo (¿está, realmente orientada a servir al usuario o es más bien represiva y punitiva?)

7. Infraestructura física

- 7.1 Ubicación de la biblioteca
- 7.2 Local
- 7.3 Iluminación
- 7.4 Ventilación
- 7.5 Ambientación (organización, “atmosféricos”)
- 7.6 Señalización

8. Equipos

- 8.1 Equipos de apoyo logístico (fotocopiadora, scanner, computadores, etc.)
- 8.2 Estanterías (distribución, organización, rotulación)
- 8.3 Mobiliario de estar (color, ubicación, confortabilidad)
- 8.4 Cubículos y/ o mesas (cantidad, comodidad, puntos de red) y sillas

9. Mercadeo relacional (relaciones con los usuarios)

- 9.1 Contacto de la biblioteca con los usuarios
- 9.2 Publicidad de los servicios y productos
- 9.3 Monitoreo constante de la percepción de los usuarios con respecto al servicio.
- 9.4 Oportunidad para que el usuario exprese sus necesidades y disposición de la BMR para atenderlas.

10. Formación de usuarios

- 10.1 Disponibilidad de información suficiente y actualizada para orientar al usuario en el uso de las facilidades que la BMR le ofrece.
- 10.2 Talleres de capacitación para orientar al usuario a manejar las herramientas (obras de referencia, bases de datos, entre otras)

11. Colecciones impresas y electrónicas

- 11.1 Cantidad y variedad de materiales
- 11.2 Pertinencia y representatividad de áreas clave para los proyectos de investigación y los programas de docencia del IVIC.
- 11.3 Actualización
- 11.3 Disponibilidad (¿Está disponible, en estantería, el libro que la base de datos me indica?)
- 11.4 Comodidad para la consulta (“browsing”) de la estantería

12. Gerencia

- 12.1 Delegación de autoridad y responsabilidad
- 12.2 Líneas de mando
- 12.3 Canales de comunicación
- 12.4 Trabajo en equipo



Guía para la Entrevista de Grupo Focal (EGF) a usuarios presenciales de la Biblioteca Marcel Roche (BMR) del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC)

1. Personal

- 1.1 Conocimiento del trabajo (la biblioteca, el IVIC y, en general el entorno mediato e inmediato del Instituto), dominio de pericias, habilidades, comunicacionales y seguridad.
- 1.2 Identificación con la razón de ser del IVIC y de la BMR en función del desarrollo del sector de ciencia y tecnología y su articulación con los planes generales de desarrollo del país.
- 1.3 Amabilidad y empatía con el usuario
- 1.4 Orientación al usuario (disposición para servirle más allá de cualquier aparente o real dificultad)
- 1.5 Motivación y compromiso (grado de identificación con su role en la BMR y la articulación de éste con la misión de la MBR y la del IVIC)
- 1.6 Proactividad al servir
- 1.7 Interacciones con el usuario (especialmente en lo relativo a las habilidades y destrezas necesarias para conducir una efectiva entrevista de referencia tanto presencial como a distancia)
- 1.8 Asertividad y habilidad para manejar y resolver situaciones irregulares o problemáticas.

2. Reproducción de documentos

- 2.1 Oportunidad (Tiempo de respuesta)
- 2.2 Calidad del material reproducido

3. Catálogos (Colecciones propias)

- 3.1 Variedad, pertinencia y número de fuentes disponibles
- 3.2 Calidad de los registros bibliográficos
- 3.3 Confiabilidad
- 3.4 Disponibilidad de “helps” o ayuda interactiva
- 3.5 Facilidad de acceso
- 3.6 Versatilidad en los formatos de salida y de impresión
- 3.7 Asistencia al usuario en el manejo de los catálogos

4. Sitio Web

- 4.1 Accesibilidad
- 4.1 Presentación (estética)
- 4.2 Pertinencia (cobertura temática y enlaces de interés)
- 4.3 Amigabilidad
- 4.4 Interactividad (servicios accesibles a través del portal)
- 4.5 Actualización
- 4.6 Bases de datos disponibles (Actualidad, pertinencia)

5. Localización de información

- 5.1 Oportunidad de la entrega (tiempo de respuesta) y adecuación del canal
- 5.2 Calidad (pertinencia y actualización, si aplica) de las referencias y/o de los documentos.

6. Préstamo de documentación

- 6.1 Disponibilidad y accesibilidad física de los materiales
- 6.2 Localización en la estantería
- 6.3 Agilidad en el procedimiento
- 6.4 Confiabilidad del sistema
- 6.5 Tiempo de respuesta (especialmente, el préstamo interbibliotecario)
- 6.6 Posibilidad de reserva automática
- 6.7 Flexibilidad de la política de préstamo (¿está, realmente orientada a servir al usuario o es más bien represiva y punitiva?)

7. Infraestructura física

- 7.1 Ubicación de la biblioteca
- 7.2 Local
- 7.3 Iluminación
- 7.4 Ventilación
- 7.5 Ambientación (organización, “atmosféricos”)
- 7.6 Señalización

8. Equipos

- 8.1 Equipos de apoyo logístico (fotocopiadora, scanner, computadores, etc.)
- 8.2 Estanterías (distribución, organización, rotulación)
- 8.3 Mobiliario de estar (color, ubicación, confortabilidad)
- 8.4 Cubículos y/ o mesas (cantidad, comodidad, puntos de red) y sillas

9. Mercadeo relacional (relaciones con los usuarios)

- 9.1 Contacto de la biblioteca con los usuarios
- 9.2 Publicidad de los servicios y productos
- 9.3 Monitoreo constante de la percepción de los usuarios con respecto al servicio.
- 9.4 Oportunidad para que el usuario exprese sus necesidades y disposición de la BMR para atenderlas.

10. Formación de usuarios

- 10.1 Disponibilidad de información suficiente y actualizada para orientar al usuario en el uso de las facilidades que la BMR le ofrece.
- 10.2 Talleres de capacitación para orientar al usuario a manejar las herramientas (obras de referencia, bases de datos, entre otras)

11. Colecciones impresas y electrónicas

- 11.1 Cantidad y variedad de materiales
- 11.2 Pertinencia y representatividad de áreas clave para los proyectos de investigación y los programas de docencia del IVIC.
- 11.3 Actualización
- 11.3 Disponibilidad (¿Está disponible, en estantería, el libro que la base de datos me indica?)
- 12. Comodidad para la consulta (“browsing”) de la estantería