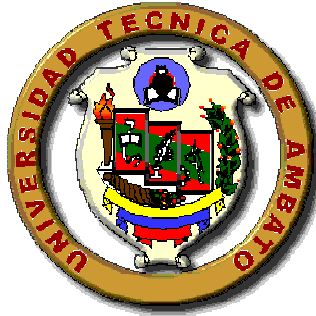


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN BIBLIOTECOLOGÍA Y DOCUMENTACIÓN

**Tema: “MARKETING DE SERVICIOS EN LA BIBLIOTECA GENERAL
DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”**

Trabajo de Investigación

Previa la obtención del título de Especialista en Bibliotecología y
Documentación

Autora: Dra. Mg. Norma Elena Coloma Lucio

Director: Ing. Mg. Álvaro Fernando Vargas Álvarez

Ambato – Ecuador

2012

Al Consejo de Posgrado de la UTA

El Tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema: “**MARKETING DE SERVICIOS EN LA BIBLIOTECA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO**”, presentado por La Dra. Mg. Norma Elena Coloma Lucio y conformado por los Miembros del Tribunal; Doctor Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, Ing. MBA. Santiago Verdesoto Velástegui, Ing. Mg. Silvia del Carmen Guerrero Villalva Ing. Mg. Álvaro Fernando Vargas Álvarez Director del trabajo de investigación Ing. Mg. Juan Garcés Chávez Presidente del Tribunal y Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

.....
Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
Presidente del Tribunal de Defensa

.....
Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
DIRECTOR CEPOS

.....
Ing. Mg. Álvaro Fernando Vargas Álvarez
Director de Trabajo de Investigación

.....
Dr. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría
Miembro del Tribunal

.....
Ing. Mg. Silvia del Carmen Guerrero Villalva
Miembro del Tribunal

.....
Ing. MBA. Santiago Verdesoto Velástegui
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: “MARKETING DE SERVICIOS EN LA BIBLIOTECA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”, nos corresponde exclusivamente a: Dra. Mg. NORMA ELENA COLOMA LUCIO y de Ing. Mg. Álvaro Fernando Vargas Álvarez, Director del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

.....
Dra. Mg. Norma E. Coloma Lucio
AUTORA

.....
Ing. Mg. Álvaro F. Vargas Álvarez
DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Dra. Mg. Norma Elena Coloma Lucio

DEDICATORIA

A mi padre Lícidas Coloma M., que están en alguna parte cerca de Dios y cerca de mí todo el tiempo, en mis recuerdos y en mi corazón.

A mi madre Rosita Lucio G. que con su abnegación, sacrificio y amor ha impulsado mi vida en busca de cumbres más altas.

A mis hermanos, hermanas, sobrinas y sobrinos, por su respaldo comprensión y amor.

Dra. Mg. Norma Elena Coloma Lucio

AGRADECIMIENTO

A Dios que puso los medios necesarios para culminar esta especialidad y me dio la fortaleza espiritual y física.

Un especial agradecimiento a mi prestigiosa Universidad Técnica de Ambato, al Centro de Estudios de Posgrado por abrirme una vez más sus puertas, para seguir preparándome y ser una mejor profesional.

Al Ing. Álvaro Vargas Mg., Director de la Monografía, por todos los conocimientos que compartió conmigo y por su valioso tiempo dedicado a este trabajo.

Mi eterna gratitud a mis maestros, de la Especialidad por todos los conocimientos impartidos, su paciencia y dedicación.

A mis compañeros de la especialidad por haberme brindado su amistad.

A mi amiga Dra. Elsa Naranjo M. Jefa de Biblioteca por sus sabios consejos que me ayudaron a culminar mi trabajo.

A mi Hermana Ing. Mg. Dora Guadalupe Coloma Lucio por ser un pilar fundamental para la realización de esta monografía que siempre me está apoyándome sin escatimar esfuerzo alguno.

Dra. Mg. Noma Elena Coloma Lucio

ÍNDICE

TEMÁTICA	PÁGINAS
Portada.....	I
Al Consejo de Posgrado de la Universidad Técnica de Ambato	II
Autoría de la Investigación.....	III
Derechos de Autor.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Índice.....	VII
Resumen.....	XI
Introducción.....	XII

CAPÍTULO I

Problema de Investigación.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Justificación.....	9
Prognosis.....	10
Objetivos.....	11

CAPÍTULO II

Marco Teórico.....	12
Antecedentes Investigativos.....	12
Fundamentación Filosófica.....	14
Fundamentación Legal.....	14
Categorías Fundamentales.....	18
Marketing.....	18
Promoción.....	22
Servicios.....	26
Comunicación.....	32
Biblioteca.....	35
Usuarios.....	38
Servicio al Cliente.....	44

Plan de Acción.....	45
Jerarquía de la necesidades de Maslow	45
Estrategias.....	48

CAPÍTULO III

Metodología.....	50
Enfoque de la investigación.....	50
Modalidad de la investigación.....	50
Tipo de Investigación.....	50
Población y Muestra.....	51
Procesamiento y Análisis de la Información	52
Interpretación de la Investigación....	65

CAPÍTULO IV

Conclusiones y Recomendaciones..	65
----------------------------------	----

CAPÍTULO V

Propuesta.....	68
Antecedentes de la propuesta.....	70
Justificación.....	71
Objetivos.....	72
Análisis de Factibilidad.....	73
Fundamentación.....	73
Propuesta del plan de acción.....	76
Administración y Evaluación.....	78
Bibliografía.....	79
Anexos.....	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1.....	2
Cuadro N° 2.....	3
Cuadro N° 3.....	4
Cuadro N° 4.....	5
Cuadro N° 5.....	6
Cuadro N° 6.....	7
Cuadro N° 7.....	51
Cuadro N° 8.....	52
Cuadro N° 9.....	53
Cuadro N° 10.....	54
Cuadro N° 11.....	55
Cuadro N° 12.....	56
Cuadro N° 13.....	57
Cuadro N° 14.....	58
Cuadro N° 15.....	59
Cuadro N° 16.....	60
Cuadro N° 17.....	61
Cuadro N° 18.....	62
Cuadro N° 19.....	63
Cuadro N° 20.....	65

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN BIBLIOTECOLOGÍA Y
DOCUMENTACIÓN

**MARKETING DE SERVICIOS EN LA BIBLIOTECA GENERAL DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

Autor: Dra. Mg. Noma Elena Coloma Lucio

Director: Ing. Mg. Álvaro F. Vargas Álvarez

Fecha: Julio - 2012

RESUMEN

La presente investigación trata sobre el Marketing y los Servicios de la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato. Pretende optimizar los recursos y servicios de la misma acorde con el desarrollo científico, tecnológico y los vertiginosos cambios de los últimos años que impone una transformación hacia un nuevo modelo aplicando herramientas y con un enfoque estratégico, flexible, prospectivo y participativo. Esboza un análisis sobre la necesidad de aplicación y repercusión que están teniendo las técnicas de marketing en la difusión, promoción, y comunicación de servicios en la biblioteca universitaria. La incesante incorporación de nuevas tecnologías y soportes de información a los servicios bibliotecarios está ocasionando un replanteamiento y una nueva concepción en la gestión de los mismos. Analiza e interpreta los resultados y concluye que los usuarios no utilizan el catálogo en línea, la base de datos, carece de convenios interbibliotecarios, no encuentran la bibliografía requerida y la infraestructura física y tecnológica no es la más óptima para el servicio al cliente. Propone un Plan de Acción que permitirá desarrollar y dar a conocer a la Comunidad Universitaria y público en general los servicios que dispone la Biblioteca General, apoyar la gestión educativa y la consecución de los objetivos planteados.

Descriptores: Marketing, Promoción, biblioteca y usuario

SUMARY

THIS RESEARCH STUDIES THE MARKETING AND SERVICES GIVEN BY THE MAIN LIBRARY OF AMBATO TECHNICAL UNIVERSITY IT ASPIRES TO IMPROVE THE RESOURCES AND SERVICES ACCORDING TO THE FAST SCIENTIFIC, TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS AND CHANGES THAT HAVE TAKEN PLACE DURING THE LAST YEARS. THESE TECHNOLOGICAL NEW MODELS MAKE IT NECESSARY TO APPLY NEW TOOLS AND STRATEGIC APPROACHES THAT ARE FLEXIBLE, FUTURISTIC AND PARTICIPATORY. IT ON LINES A CRITERIA ON THE APPLICATION AND INCIDENCE OF MARKETING TECHNIQUES THAT INFLUENCE THE SPREADING, ADVANCEMENT AND COMMUNICATIVE Y LIBRARY SERVICES. THE INCREASING INCORPORATION OF NEW TECHNOLOGIES AND INFORMATION SUPPORT TO LIBRARIES IN CAUSING THESE INSTITUTIONS TO REINVENT THEMSELVES IN ORDER TO BE ATUNED TO THE TIMES. THIS STUDY ANALYSES AND INTERPRETS THE RESULTS AND CONCLUDES THAT ITS USERS DO NOT USE ITS CATALOG AND ITS DATA BASE BECAUSE IT LACKS THE NECESSARY INTERLIBRARY LINKS, THE REQUIRED BIBLIOGRAPHY AND ITS INFRASTRUCTURE BOTH PHYSICAL AND TECHNOLOGICAL - IS NOT SUITABLE TO ADEQUATELY SERVE THE CIENT. THIS RESEARCH PRESENTS A "PLAN DE ACTION" THAT DEVELOPS AND MAKCS AVAILABLE TO THE UNIVERSITY CONNNUNITY AND TO THE GENERAL PUBLIC THE SERVICES AND SUPPORT IN EXCISTANCE AT THE GENERAL LIBRARY. IT BACKES THE EDUCATIONAL GOOLS AND OBJECTIVES THAT THE Universsity ASPIRES TO HAVE.

DESCRIPTORS: MARKETING, LIBRARY, SERVICES, USERS

INTRODUCCION

La biblioteca ha evolucionado mucho desde sus orígenes hasta nuestros días, ha ido adaptándose a los cambios exigidos por la sociedad. Convirtiéndose en un organismo o parte de él, cuya principal función consiste en construir, organizar, mantener, actualizar y facilitar el uso de los documentos que precisen los usuarios para satisfacer sus necesidades de información, de investigación educativa o de esparcimiento, contando con ello con un personal especializado.

Las condiciones actuales de competitividad y sobrevivencia en el mercado a las que están sometidas todas las instituciones de educación superior para poder responder a los desafíos del nuevo milenio, marcado por la globalización, la modernización de la economía y la integración del binomio conocimiento/ información, le exigen al sistema educativo un mejoramiento continuo que le permita lograr que sus procesos y productos sean de calidad.

Velar por el desarrollo y la excelencia de la educación es un compromiso de toda sociedad, pero, en particular, es una responsabilidad y un imperativo del sistema educativo y sus instituciones. Su cumplimiento tiene incidencia directa de las transformaciones educativas, sociales, económicas, políticas y culturales del país de ahí que siempre se debe trabajar en consenso docentes, estudiantes y bibliotecarios.

La calidad del sistema educativo requiere de una permanente evaluación que le permita visualizar y hacer los cambios necesarios para estar a la par con los avances científicos, tecnológicos y sociales y así lograr una educación en armonía con el desarrollo y las necesidades específicas de la sociedad.

Los procesos de calidad en las instituciones de educación superior incluyen no solo los programas de estudio y los servicios de extensión, también se consideran los apoyos académicos que contribuyen a una educación integral entre estos apoyos se encuentran las bibliotecas.

Es de suma importancia trabajar en una propuesta que facilite a las bibliotecas de instituciones de educación superior laborar con lineamientos claros y precisos que permitan alcanzar una gestión de calidad en sus procesos de evaluación continua, con indicadores de rendimiento, mismos que ayudará a la consolidación de una cultura organizacional adecuada.

CAPITULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. TEMA:

“MARKETING DE LOS SERVICIOS EN LA BIBLIOTECA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La biblioteca universitaria ecuatoriana, en una gran mayoría de casos, es también pública, por los clientes externos a los que presta servicio, esta no puede ser entendida al margen de los fenómenos que afectan a la universidad, ni mucho menos a la sociedad ecuatoriana en general y en la forma que se relaciona con los diversos actores sociales de la misma. Entonces, si la universidad ecuatoriana se desenvuelve en una situación crítica, su biblioteca también.

La biblioteca debe estar íntimamente ligada a la misión de la Universidad, esto es, la de ser motor de la investigación y creadora de servicios de extensión cultural, generalmente las mismas van paralelas a las de las instituciones que las acogen, siendo afectadas por las transformaciones sufridas en el mundo.

Sin embargo de todos los problemas económicos de los centros de información se han adentrado al mundo moderno y la mayoría de ellos brindan sus servicios en espacios amplios y con estanterías abiertas, y se procura que la necesidad de conocimiento de los usuarios sean satisfechos en base al adelanto de la tecnología. Se considera como bibliotecas más destacadas a las: Biblioteca de la PUCE, DE LA PN y la de San Francisco de Quito (USFQ)

Cuadro 1

“Descripción de los servicios de la Biblioteca ESFQ”

UNIVERSIDAD	ORGANIZACIÓN	COLECCIÓN	SERVICIOS	INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA
Biblioteca USFQ	<p>Atiende a la comunidad universitaria y público en general</p> <p>Horarios: lunes a viernes: de 7h00 a 21h00. Sábados: de 9h00 a 16h00.</p> <p>Períodos de verano: lunes a viernes, de 8h00 a 20h00.</p> <p>Feriatos oficiales: cerrada con aviso previo.</p> <p>Ubicada en el campus de la USFQ Vía Interoceánica y Diego de Robles, Cumbayá Quito, Ecuador.</p>	<p>General</p> <p>Ecuador</p> <p>Referencia</p> <p>Archivo Vertical</p> <p>Especial</p> <p>Estudios Orientales</p> <p>Tesis</p> <p>En Proceso</p> <p>Publicaciones Periódicas</p> <p>Materiales Audiovisuales</p>	<p>Lectura en Sala</p> <p>Referencia e Información.</p> <p>Circulación</p> <p>Servicio de estantería abierta.</p> <p>Préstamos</p> <p>Disposiciones internas.</p> <p>Préstamo interbibliotecario.</p> <p>Materiales no disponibles para préstamo las obras de referencia, tesis, publicaciones periódicas.</p> <p>Acceso a Documentos Externos Disponibles en lugares remotos.</p> <p>Reprografía.</p> <p>Servicio de fotocopiado.</p> <p>Membrecías a Los usuarios tienen posibilidad de utilizar préstamos.</p>	<p>Salas de lectura amplias buenas acomodaciones.</p> <p>Cubículos de estudio en grupo.</p> <p>Iluminación apropiada.</p> <p>Aire acondicionado.</p> <p>Uso de materiales audiovisuales, dispone de instalaciones y equipos apropiados.</p> <p>Cabinas de audio y video.</p> <p>Computadoras con lectores de CD-ROM y conectadas a la internet.</p>

Elaborado por: Coloma L., Norma E.
Fuente: Internet 2012-03-16

Cuadro 2

“Descripción de los servicios de la Biblioteca PUCE”

UNIVERSIDAD	ORGANIZACIÓN	COLECCIÓN	SERVICIOS	INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA
Biblioteca PUCE	<p>Enmarcada en estándares internacionales.</p> <p>-Adquisición mediante: Compra, canje y Donación.</p> <p>Horario de Lunes a Viernes de 08H00 a 21H00 ininterrumpidas.</p> <p>Personal Responsable: Oswaldo Orbe Cortez</p> <p>6 Técnicos/ profesionales</p> <p>Personal auxiliar: 22</p>	<p>Libros: 124.780</p> <p>Tesis 12.153</p> <p>Carpetas de archivo vertical 300</p> <p>Revistas: 1.873</p> <p>Diapositivas 2.700</p> <p>Mapoteca.</p> <p>Hemeroteca</p> <p>Biblioteca Virtual.</p> <p>Hemeroteca Virtual.</p>	<p>Servicios automatizados.</p> <p>Préstamo interbibliotecario a domicilio y en sala.</p> <p>Información mediante consulta personal, previa solicitud y telefónicamente.</p> <p>Control computarizado de ingreso de usuarios.</p> <p>Reprografía a Estudiantes, educadores, investigadores y usuarios institucionales</p>	<p>Salas de lectura amplias buenas acomodaciones,</p> <p>Cubículos de estudio en grupo</p> <p>Iluminación apropiada, aire acondicionado.</p> <p>Para el uso de materiales audiovisuales, dispone de instalaciones y equipos apropiados.</p> <p>Cabinas de audio y video.</p> <p>Computadoras conectadas al internet.</p> <p>- Edificio de cinco pisos</p>

Elaborado por Coloma L., Norma E.
Fuente Internet 2012-03-16

Cuadro 3

“Descripción de los servicios de la Biblioteca EPN”

UNIVERSIDAD	ORGANIZACIÓN	COLECCIÓN	SERVICIOS	INFRAESTRUCTUR A FÍSICA Y TECNOLÓGICA
Biblioteca EPN	<p>Brinda servicios de información que contribuye a investigación</p> <p>Horario de:</p> <p>Lunes a Viernes 07H30 - 19H00</p> <p>Sábados 08H00 - 13H00</p>	<p>Fondo bibliográfico 15.000 libros.</p> <p>10.000 tesis.</p> <p>800 títulos de revistas, enciclopedias y normas.</p>	<p>Préstamos a Domicilio.</p> <p>Servicios de Reprografía, Wireless.</p> <p>Préstamo automatizado de publicaciones</p> <p>Sala de Internet.</p> <p>Catálogos electrónicos.</p> <p>Conmutación Bibliográfica.</p> <p>Acceso a Bibliotecas Digitales.</p> <p>Presta servicios a usuarios de la EPN, como público en general.</p>	<p>Salas de lectura amplias.</p> <p>Iluminación apropiada.</p> <p>Dispone de instalaciones y equipos apropiados.</p> <p>Computadoras conectadas a internet.</p>

Elaborado por Coloma L., Norma E.
Fuente Internet 2012-03-16

Cuadro 4

Descripción de los servicios de la Biblioteca General Ramón de Zubiría Ambato

UNIVERSIDAD UNIANDES	ORGANIZACIÓN	COLECCIÓN	SERVICIOS	INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA
Biblioteca General "Ramón de Zubiría"	Horario de: Lunes a Viernes 6 a.m. a 10 p.m. Sábado 9 a.m. a 6 p.m. Bibliotecas Satélites de: Medicina Arquitectura y Diseño Derecho Economía Administración	Libros Incunables. Libros Antiguos. Publicaciones de los Andes Libros de Referencia Libros de Reserva Tesis	Servicios en línea Buzón de sugerencias: Catálogo Público. Recursos electrónicos. Revisión estado de cuenta del usuario. Servicios internos Inducción y capacitación. Referencia. Préstamo de material bibliográfico. Préstamo de equipos. Salas de trabajo, discusión, proyección, juegos y música. Préstamo material bibliográfico Auto-préstamo Consulta en sala Fotocopiadora, impresora y escáner Préstamo interbibliotecario	No señala

Elaborado por Coloma L., Norma E.
Fuente Internet 2012-03-16

Cuadro 5

“Descripción de los servicios de la Biblioteca de la Ciudad y Provincia Tungurahua”

CIUDAD Y PROVINCIA	ORGANIZACIÓN	COLECCIÓN	SERVICIOS	INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA
Biblioteca de la Ciudad y Provincia	Horario de: Lunes a Viernes: 09h00 – 12h30 y 15h00 – 18h30 Sábados: 09h00 – 12h00	80.000 volúmenes, abarcan todas las áreas del conocimiento. Hemeroteca. Diarios a partir de los años 1930 hasta la actualidad Registros Oficiales. Años 1930 hasta la actualidad.	Estantería abierta acceso directo a colecciones Servicio de Internet. Servicio automatizado para no videntes. Ludoteca Musicoteca Reprografía.	Salas amplias 4 pisos para diferentes áreas Computadores

Elaborado por Coloma L., Norma E.
Fuente Internet 2012-03-1

Cuadro 6

“Descripción de los servicios de la Biblioteca del Instituto Nacional Bolívar”

COLEGIO	ORGANIZACIÓN	COLECCIÓN	SERVICIOS	INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA
Instituto Nacional Bolívar biblioteca “Eduardo Mera	Horario de: Lunes a Viernes: 09h00 – 12h30 y 15h00 – 18h30 Sábados: 09h00 – 12h00 Bibliotecas en los diferentes predios	Abarca todas las áreas del conocimiento. Hemeroteca. Diarios Registros Oficiales. Archivo	Préstamo Interno Servicio de Internet Reprografía	Salas de lectura

Elaborado por Coloma L., Norma E.
Fuente Internet 2012-03-16

La Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato afronta problemas que se resumen así: No cuenta con un plan de charlas, no existen estrategias claras para fomentar el uso de la biblioteca. Las conferencias se dictan de una manera esporádica ya sea individualmente o en grupos. La biblioteca es de estantería cerrada lo que se convierte en una barrera que impide que el usuario tenga contacto con la bibliografía y más aún no existe interacción Docente – Biblioteca. Por todo ello la preocupación constante es brindar servicios de calidad y satisfacer de mejor manera la necesidad de los usuarios, es por eso que cada día enfrenta nuevos retos y transformaciones en búsqueda de mejorar varios de sus servicios, siendo por lo tanto conveniente planificar actividades como herramientas de cambio que conduzca a una gestión de calidad, que permita programar nuevos objetivos y retos a mediano y largo plazo.

Mejorar la calidad del servicio en la biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato, será un proceso constante que supone una actitud proactiva ante los errores que se han de prevenir o solucionar, y no ocultar o aplazar. Para conseguir todo ello, se deben tomar múltiples decisiones. En concreto, la planificación estratégica, consiste en la toma de decisiones a partir del análisis de la situación.

Es decir, todo comienza recabando información tanto del entorno como de la propia organización. El entorno se refiere a conocer toda aquella información que, generada fuera del ámbito de la entidad, tiene relevancia para la gestión. Asimismo, las nuevas tecnologías, que han revolucionado la búsqueda de fondos por parte del usuario y también su disponibilidad, siguen evolucionando y hay que estar continuamente incorporándolas a la gestión diaria, lo que conlleva continuos procesos de formación de personal.

El marketing es una disciplina y función organizativa que consiste básicamente en satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores. En el caso de la biblioteca, la aplicación de principios y técnicas de marketing ayuda a la prestación de un servicio entregando valor agregado al usuario. Dicho de otro modo, las bibliotecas deben realizar su actividad principal, la disposición de

libros para consulta y préstamo, así como la gestión de los servicios de información bibliográfica, la gestión de catálogos, de bases de datos y demás pensando en el usuario final. El objetivo de una biblioteca debe ser diaria el cuidar y ofrecer un lugar agradable al usuario para que las necesidades académicas de consulta, personales, de información a través del acceso a las redes sociales sean sobrellevadas en un ambiente de relax y confort.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Se ha seleccionado este problema por las siguientes consideraciones: Las bibliotecas, los centros de documentación, archivos y en general las unidades de información constituyen el centro de las actividades de más importancia en la vida de las instituciones educativas y sobre todo de las universidades. Los centros bibliotecarios deben: planificar la atención en consideración a la disponibilidad de tiempo que tiene la población a la que sirve; debe contar con un excelente servicio de información y de consulta; de préstamo interno y externo en concordancia con las políticas de la organización; es fundamental que el usuario tenga acceso a los recursos de la biblioteca, buscando estrategias para el mejor aprovechamiento; tiene que orientar a los lectores sobre los recursos que posee el centro; otro servicio que debe privilegiarse es el uso de las bases de datos como medio para fomentar la organización de información actualizada y conseguir beneficios entre las unidades de información de distintas instituciones u organizaciones.

El enfoque dado al tema es de gran interés para los estudiantes, docentes, investigadores y público en general; en la actualidad las empresas dan más interés a la administración de cómo debemos dirigir, administrar los recursos económicos, humanos y materiales; dejando inadvertido el servicio al cliente y atención que brinda; para determinar cuáles servicios son los que el cliente demanda, se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer y ver estrategias y qué técnicas se utilizarán a través de un estudio, debemos promoverla, darla a conocer, llamar la atención. Este trabajo es el fruto de una profunda reflexión sobre la conveniencia de aprovechar los conocimientos del entorno, plantear objetivos para que en el

presente proyecto se diseñe estrategias, se formulen políticas que conlleven a la calidad y a sobrepasar las necesidades de información de los usuarios que acuden a la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.

PROGNOSIS

El proyecto tiene como fin mejorar los servicios e imagen de la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato y por lo tanto avanzar hacia un nuevo enfoque que promueva la excelencia y permita a los docentes y estudiantes satisfacer sus necesidades investigativas. En este mundo globalizado los docentes y estudiantes necesitan estar actualizados y motivados para poder competir en su vida diaria por lo tanto la biblioteca debe innovarse, debe estar acorde con las nuevas tecnologías para que los usuarios no busquen otros sitios para sus investigaciones, caso contrario se presentará un retraso con respecto a las otras bibliotecas universitarias, que no reflejaría la situación real de una Universidad acreditada Clase "A".

1.4. OBJETIVOS

General

Presentar un plan de acción de los servicios bibliotecarios que permitan mejorar la calidad en la atención al usuario de la Biblioteca General Universidad Técnica de Ambato.

Específicos

1. Recopilar información bibliográfica como material básico para fundamentar una propuesta que permita la implementación de un Plan de Acción para mejorar los servicios que oferta la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.
2. Diagnosticar las necesidades de los usuarios en los servicios que oferta la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.
3. Proponer un Plan de Acción para mejorar los servicios que oferta la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Se acudió a Bibliotecas, Centros de Documentación, se realizó consultas en internet para recoger información sobre marketing y servicios que prestan las bibliotecas, encontrando los siguientes datos.

Colom L., Norma E. y Naranjo M., Elsa A. (2003), EN SU OBRA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA BIBLIOTECA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO PARA LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE INFORMACION (GRI) Concluye que los servicios que oferta la Biblioteca General no son suficientes por lo que se requiere mejorar los existentes y crear nuevos. Que la revisión e incremento del acervo documental debe ser permanente a fin de mantener el fondo actualizado y satisfacer las necesidades del usuario. La falta de cultura investigativa del sector estudiantil dificulta su inserción y aprovechamiento efectivo de los recursos que le ofrece la unidad de información.

Ibarra G, Lorena y otros (2003), en su obra "INCIDENCIA DE LOS SERVICIOS DE BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO EN LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE SUS USUARIOS PERIODO ACADÉMICO ABRIL – JULIO", concluye que el 63% de los usuarios utilizan poco el servicio de biblioteca, acuden de una a diez veces en el mes. Representa una realidad preocupante, porque los profesores aplican métodos tradicionales que se fundamentan en los poli grafiados y en la memoria.

NARANJO, Carmen. (2011) “LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y MECÁNICA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”. Monografía. Concluye que: para que el usuario esté satisfecho con la calidad del servicio que se le brinde en la Biblioteca, es básico que el personal esté debidamente capacitado, que domine los procesos y que maneje acertadamente las relaciones interpersonales. Los clientes deben ser informados sobre los servicios y recursos que disponen en la Biblioteca, para que los mismos sean optimizados adecuadamente en su beneficio. La Biblioteca de la Facultad de Ingeniería Civil y Mecánica, no tiene todos los servicios con los que debe contar un verdadero Centro de Información. Como todos conocemos el problema de las bibliotecas es el mismo de ahí que los criterios que se exponen en estos estudios servirán para reforzar el trabajo de investigación.

Cruz Rivera, Felipe; Farfán Gutiérrez, Mónica; Ortega Ramírez, Carlos. “PERCEPCIÓN ACERCA DE LOS SERVICIOS BIBLIOTECARIOS QUE OFRECE LA BIBLIOTECA REGIONAL DE SANTIAGO. -- VALPARAÍSO: [S.N.], 2008. 246. Estudio que señala que Chile proyecta llegar al Bicentenario con una implementación completa de Bibliotecas Públicas y con una batería de políticas que van en sintonía con ello es por esto que se hace necesario conocer cuál es la situación actual de la Biblioteca y puntualmente el caso de los Servicios Bibliotecarios Tradicionales. Esta tesis servirá como refuerzo para poder innovar la biblioteca, buscando alternativas de solución como lo hace en la mencionada tesis.

Facuse Leiva, Jorge; Prieto Donoso, Fabián. “MARKETING DE BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS: LA REALIDAD DE LA BIBLIOTECA DEL CAMPUS SAN FELIPE UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO. -- VALPARAÍSO: [S.N.], 2008. 120. Trabajo que informa que la constante incorporación de fuentes de información, ocasiona un replanteamiento en la gestión de marketing de los servicios bibliotecarios, el que surge como un tema emergente en bibliotecas. Se plantea que la biblioteca debe buscar incentivos permanentes para competir con la amplia oferta de servicios de información actuales. La investigación propone hacer un análisis y propuesta metodológica de planificación y desarrollo de una

estrategia de marketing. La tesis servirá para mejorar el proyecto, conseguir mayor calidad en los servicios y mayor aprovechamiento de los recursos informativos por parte del usuario.

2.2. FUNDAMENTACION FILOSÓFICA

La investigación se fundamenta en la filosofía humanística, puesto que da al hombre la oportunidad de su realización como persona a través del conocimiento, constituye uno de los principales fines de la biblioteca, al ser la entidad que genera, preserva y difunde información.

La construcción de conocimientos se logra a partir de la investigación al enfrentarse a la solución de problemas que permita revelar contradicciones entre la teoría y la práctica. Este proceso exige una permanente búsqueda de información científica y es ahí, donde la biblioteca juega un papel importante, ya que es la encargada de proveer el conocimiento que brindará al docente, estudiante y a la comunidad en general la oportunidad de superarse y aprender más cada día.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La ejecución de la presente investigación, se fundamenta en la Constitución Política de la República del Ecuador, misma que fue redactada entre el 30 de noviembre de 2007 y el 24 de julio del 2008, por la Asamblea Nacional Constituyente en Montecristi, Manabí, y presentada un día después (el 25 de julio) por dicho organismo. Para su aprobación fue sometida a referéndum constitucional el 28 de septiembre de 2008, ganando la opción aprobatoria. La Constitución de 2008 entró en vigencia, desplazando la anterior Constitución de 1998; y rige desde su publicación en el Registro Oficial el 20 de octubre de 2008. Ley por la cual se regula en forma integral el Sistema Nacional Bibliotecas.

ARTÍCULO 1º. Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer las normas y principios generales que regulan el funcionamiento del sistema Nacional de

bibliotecas y las funciones que corresponden al Estado y a los particulares para la promoción de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura a través de dicho sistema.

Artículo 4º. Fines generales. La presente ley desarrollara en el ámbito de las materias a que se aplica, fines generales trazados en el Constitución Nacional en relación con la promoción de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura pretende garantizar el acceso de la comunidad y de los particulares a tales servicios y bienes en desarrollo de sus derechos sociales, colectivos y fundamentales.

Por su carácter asociado directo a los fines generales del Estado en materia de educación, ciencia, tecnología y cultura y dado su carácter instrumental para atender a tales finalidades, el Sistema Nacional de Bibliotecas se declara de interés público y social en esa condición es objeto de especial protección del Estado a través de la medida dispuesta en esta ley y en otras normas sobre la materia.

Es una obligación del Estado la administración y regulación del Sistema Nacional de Bibliotecas y un derecho de los ciudadanos el acceso al mismo, salvo las excepciones que establezca la ley y en otras normas sobre la materia. Mediante esta ley se atenderá en consecuencia el cumplimiento de los siguientes fines generales.

Garantizar a todas las personas los derechos de expresión, acceso y apropiación de la información, el conocimiento, la educación, la ciencia, la tecnología, la cultura y de los bienes materiales e inmateriales que integran el patrimonio cultural.

Apoyar la función democratizadora del libro y la lectura y su finalidad promotora del desarrollo auténticamente humano, a través de un Sistema Nacional de Bibliotecas y de una infraestructura y dotación bibliotecaria efectiva y suficiente, finalidad para la que resulta contraria cualquier práctica sustitutiva.

Preservar, conservar, difundir y acrecentar el patrimonio bibliográfico como conjunto de bienes de naturaleza material e inmaterial que integran la diversidad el patrimonio cultural de la comunidad nacional e internacional.

Dotar al país de una infraestructura bibliotecaria suficiente acorde con las prácticas educativas, culturales, científicas y tecnológicas y con la modernización del Estado.

Apoyar el desarrollo de una estrategia nacional de fomento y promoción del Sistema Nacional de Bibliotecas y de producción y acceso al conocimiento y a la formación.

ARTÍCULO 5º. Instrumentos de la acción pública. Para alcanzar las finalidades y objetivos señalados en el artículo anterior, el Estado desarrollara mediante esta ley y a través de reglamentaciones y políticas pertinentes los siguientes instrumentos y medidas.

Capítulo segundo: Derechos del buen vivir; Sección tercera de Comunicación e información; artículo 16, literal 2: “El acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación”.

Título VII: Régimen del buen vivir; Sección quinta de Cultura; artículo 379, literal 3: “Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico”.

Título VII: Régimen del buen vivir; Sección octava de Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales; artículo 387. “Será responsabilidad del Estado: 1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo”.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO: De los principios Institucionales.

Su actividad se dirige a la búsqueda de la verdad y desarrollo de la ciencia y la cultura, mediante la docencia, la investigación y la extensión.

Art. 5. De los Objetivos

- a. Formar, capacitar, especializar y actualizar a estudiantes, profesionales en los niveles de pregrado y posgrado, en las diversas especialidades y modalidades;
- b. Preparar a profesionales y líderes con pensamiento crítico y conciencia social, de manera que contribuyan eficazmente al mejoramiento de la producción intelectual y de bienes y servicios, de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad y la planificación del Estado privilegiando la diversidad en la oferta académica para propiciar una oportuna inserción de los profesionales en el mercado ocupacional;
- c. Propiciar que sus campos y unidades académicas sean centros de investigación científica y tecnológica, para fomentar y ejecutar programas de investigación en el campo de la ciencia, la tecnología, las artes, las humanidades y los conocimientos ancestrales;
- d. Desarrollar las actividades de investigación científica en armonía con la legislación nacional de la ciencia y tecnología y la Ley de Propiedad Intelectual;
- e. Realizar actividades de extensión orientadas a vincular su trabajo con todos los sectores de la sociedad, sirviéndola mediante programas de apoyo a la comunidad, a través de consultorías, asesorías, investigaciones, estudios, capacitación u otros medios.

2.4. Categorías Fundamentales

Gráfico Nº 1 “Superordinación Conceptual”



Elaborado por: Coloma L., Norma E.

MARKETING

Para P.H. Kotler (2003: p.43) marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que desean, creando, ofreciendo e intercambiando servicios destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor.

Marketing en las bibliotecas

Es un proceso de gestión para identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del usuario. La biblioteca está en un entorno competitivo con otros servicios culturales e informativos y tiene que afirmarse frente a ellos y lograr su cuota de mercado de uso. Esto introduce en todo el proceso de gestión bibliotecaria la filosofía de que el usuario es lo primero, un cliente al que hay que conocer, captar, satisfacer y mantener.

El marketing bibliotecario se puede definir como “El conjunto de actividades que la biblioteca realiza encaminadas a identificar las necesidades informativas de los usuarios, para satisfacerlas anticipándose a ellas en la medida que sea posible”.

Marketing Bibliotecario: ¿Usuario o Cliente?

Roberto Cagnoli (2005:p.7) señala que visualizar a la biblioteca como una organización de servicio, requiere tener una perspectiva de marketing. Desde este punto de vista, el servicio es uno de los componentes del marketing, además de la colección y los programas de extensión. El marketing está estrechamente vinculado con la planificación estratégica y, a su vez una planificación estratégica es vital, esencial en un programa de marketing.

El Marketing como Herramienta Esencial para La Difusión

Las Bibliotecas Universitarias cuentan con unos servicios sumergidos en un proceso de cambios continuos, provocados, en gran medida, por las innovaciones e incorporaciones que ha traído la llamada “ revolución digital” al mundo de la información. Es en la comunidad universitaria donde los flujos informativos presentan una mayor complejidad desde diversos puntos de vista: gran variedad de productos informativos, multitud de servicios de cara al usuario, distintas categorías de usuarios y por tanto distintas necesidades informativas.

Como consecuencia de la poca atención que existe en el desarrollo de bibliotecas escolares en el país y la mala situación por la que atraviesan muchas bibliotecas públicas, los alumnos llegan a la Universidad con un pésimo conocimiento de los servicios, recursos y posibilidades informativas, desconocen por completo los instrumentos de control de la información, los productos informativos, características de las publicaciones y el manejo de fuentes de información básicas para su formación académica.

En una palabra se puede decir que el alumno llega a la Universidad sin saber desenvolverse en una biblioteca. Este desconocimiento y mal uso que se hace de los servicios provoca que muchas veces no sean usuarios, es decir, que no sean clientes potenciales. El profesorado, en muchas ocasiones, se encuentra bastante desfasado y desconoce también los servicios con que cuenta, necesita recibir información y formación sobre distintas fuentes que le pueden ser de gran utilidad en la labor docente e investigadora.



1. Al marketing no se debe entender como una herramienta que cree esas necesidades, sino que las identifique para satisfacerlas en forma rentable y obtener el máximo de calidad en la utilización del producto, siempre inmersos en un proceso cíclico, en el que se entienda el término rentabilidad como la consecución de unos objetivos previamente establecidos en un plan.

2. La IFLA (2002: p60 Internet) lo ha definido como “El proceso de planificar y ejecutar la concepción, la tarificación, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y los de la organización”. Puede ser objeto de marketing la biblioteca en sí o lo que representa, o sus infraestructuras, sus servicios, sus actividades.

3. P.H. Kotler y B. Dubois (1986: p107) en su obra "Marketing Management"²¹, lo define como "el proceso que buscado en el análisis, organización,

planificación y control de los recursos, políticas y actividades de la biblioteca están dirigidas al usuario, con vistas satisfacer sus necesidades”.

De esta definición se desprende que el marketing de servicios es un sistema de gestión y no debe confundirse con los instrumentos del marketing como la publicidad y la comunicación. Por lo tanto, el marketing es un proceso de gestión para identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del usuario.

El marketing no debe ser una tarea que se realice esporádicamente. A la hora de llevar a cabo una estrategia de marketing, es necesario ponerla en marcha de forma planificada y de forma cíclica y continúa. Es necesario promover la idea dentro de la propia unidad y contar con un personal suficientemente motivado y consciente de que por encima de cualquier otra prioridad, hay que satisfacer las necesidades de los clientes.

No basta con crear buenos servicios y esperar, o contar con un buen fondo documental y acceso a multitud de bases de datos u otras fuentes de información, si no sabe darles publicidad y captar clientes, si en definitiva el cliente desconoce esas posibilidades. Deben ser conscientes de la importancia que tiene el hecho de dar a conocer los servicios bibliotecarios y promover los productos informativos entre los usuarios.

Al mismo tiempo, hay que promover la idea y hacerla llegar a las autoridades académicas, haciéndoles ver la repercusión que puede tener para la comunidad universitaria y el ámbito docente e investigador para lo que se debe realizar promociones de calidad.

PROMOCIÓN

Para Kotler P., Cámara D., Grande I. y Cruz I. (2005: p4 Internet) autores del libro "Dirección de Marketing", la promoción es "la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren" [1].

Según Patricio Bonta y Mario Farber (1995:p35) autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados" [2].

El Diccionario de Marketing, de Cultural (2003: p277), define la promoción como "uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información" [3].

Según Freire, P. (2005:pp.17-18) La promoción es la fase de comunicación del marketing. No tendrá ningún objeto hacer un plan de marketing si el público a quien está dirigido no se entera de los productos/servicios que se ofrecen. Los usuarios se acercan a la biblioteca si saben de la existencia de un producto/servicio. Este deber ser dado a conocer mediante los canales que la biblioteca considere más eficaces y que estén al alcance de la institución.

La selección del tipo de canal y mensaje debe estar determinado por las características de la comunidad a la que se quiere comunicar. Hay muchas formas de promoción. Cada tipo tiene sus ventajas y desventajas dependiendo de la comunidad o de los diferentes segmentos a los que la biblioteca se va a dirigir.

Una forma de promoción es la publicidad. Esta se puede hacer de forma local por medio de señaladores, afiches o folletería entregada en la biblioteca o en diferentes lugares dentro de la jurisdicción de la biblioteca. Puede hacerse también a través de los medios de comunicación social y, gracias a las últimas tecnologías, redes sociales y la página WEB.

En síntesis, "La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan".

Promoción de las bibliotecas

La promoción es la fase de comunicación del mercado. La comunicación no solo tiene como meta informar a los mercados, sino también aumentar el interés y el deseo por las bibliotecas y sus servicios. Las bibliotecas están en el mercado como muchas otras organizaciones; el hecho de estar no es garantía de permanecer. Se debe, pues, competir por la atención de los consumidores, de los cuales solo un bajo porcentaje sabe de la existencia y de los servicios potenciales que puede prestar una biblioteca universitaria.

No se puede olvidar que los usuarios de la biblioteca son los compradores que mantendrán el negocio con vida si el servicio es bueno. Sin embargo, los compradores sólo acudirán si saben de la existencia del servicio, por eso es esencial darlo a conocer. Cuando se hace promoción es importante tener en cuenta, que los servicios de la biblioteca no son inmutables. El concepto de ciclo de vida del producto sugiere que a través de su existencia los productos y los servicios pasan por diferentes etapas, de acuerdo a los distintos niveles de aceptación de los usuarios. Hay una etapa de introducción, una de crecimiento, otra de madurez y otra de declinación.

Primera etapa la introducción, cuando el servicio acaba de ser colocado en el mercado, la promoción debe dirigirse a dar a conocer el servicio, el producto poco conocido, y tiene que desplegarse esfuerzos especiales de publicidad. Este caso puede ser, por ejemplo, la introducción de los servicios de información a la comunidad en las bibliotecas universitarias.

En la segunda etapa, el crecimiento. El servicio gana más usuarios y popularidad; la promoción debe ser dirigida a atraer la atención sobre su disponibilidad, su localización y cómo hacer mejor uso de él. Por ejemplo, el servicio de préstamo en las bibliotecas, que cada día gana más usuarios.

En la tercera etapa de la madurez los esfuerzos promocionales necesitan ser mayores para mantener el nivel de uso; un servicio bibliotecario en esta etapa es el servicio de consulta.

Por último, la etapa de declinación, la biblioteca debe eliminar o transformar el producto antes de que se vuelva completamente inaceptable; un servicio en esta etapa es, en algunas bibliotecas el boletín de adquisiciones, que la mayoría de las veces pasa inadvertido y ni siquiera es consultado por sus destinatarios.

El éxito de la promoción no sólo se da cuando se llega a la acción, las etapas iniciales son también importantes. Las investigaciones han demostrado que mientras más conozca una persona de una organización, más favorable va a ser con respecto a ésta.

Medios de promoción

Los medios de promoción en las bibliotecas son: los procedimientos (empleando además de técnica, método y astucia) que se utilizan en las bibliotecas para cumplir con determinados objetivos, utilizando la publicidad o difusión de sus servicios. Lo anterior abarca desde aspectos tan simples como informar a los usuarios sobre el horario, hasta la elaboración de programas de instrucción al usuario.

Extensión bibliotecaria

La publicidad de las bibliotecas y la ampliación de los servicios bibliotecológicos, efectuados por agencias nacionales, estatales, regionales y locales.

Servicios de extensión

Estos servicios tienden a buscar al lector en lugar de esperarlo pasivamente.

La promoción y las relaciones públicas

"Mucho antes de que el término de relaciones públicas se inventara, los creadores de nuestras bibliotecas se involucraron en la promoción de los servicios de la misma. Parece que comprendieron que para el desarrollo de los

servicios en su potencial completo, tiempo y esfuerzos tienen que ser gastados en darlos a conocer"

La promoción está inmersa en las relaciones públicas, las cuales tienen como objetivo: influir de manera positiva las actitudes y opiniones de determinado público; en el caso de una biblioteca: usuarios, personal, proveedores, etc. Asimismo sirve de enlace entre las bibliotecas y los usuarios, incluyen tres factores básicos derivados del proceso de comunicación.

- a) El emisor (La biblioteca)
- b) El medio (La información)
- c) El receptor (El usuario)

Objetivos de la promoción

La promoción en las bibliotecas tiene como objetivo dar a conocer los servicios que éstas proporcionan, reduciendo la resistencia del usuario, acercándolo y familiarizándolo con las colecciones, para el mejor uso y aprovechamiento de los recursos, para ello utiliza métodos y técnicas apropiadas apoyándose en el potencial de algunos medios masivos de comunicación además de otros recursos. Sin embargo, cabe aclarar que la promoción no puede actuar como panacea en una biblioteca que proporciona pésimo servicio o ayude a ocultar las deficiencias del personal.

Publicidad de las bibliotecas

Es una forma no personal de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios. Las bibliotecas pueden hacer publicidad por medio de señaladores, plegables, botones, bolsas plásticas, vallas, propagandas radiales, objetos y afiches, entre otro, se paga por ellas. También está la publicidad sin coste que se da cuando la biblioteca genera interés en los medios de comunicación por alguna de sus actividades o servicios, o cuando se consigue patrocinio de una empresa para publicar un mensaje en la biblioteca.

SERVICIOS

Las bibliotecas universitarias, más que otros tipos de bibliotecas, están concebidas como entidades prestadoras de servicios de información, mismas que deben estar dirigidas a satisfacer las necesidades de estudio e investigación de los usuarios. El servicio es la razón de ser de una empresa o institución, y los servicios bibliotecarios surgen, al igual que el resto de los servicios públicos, de la necesidad de cubrir para la comunidad actividades indispensables, tales como los de comunicación, administrativos, de apoyo docente y estudiantil, etc.

Según Lovelock, Christopher y Wirtz, Jochen (2009: p.25), “El término servicio originalmente estaba asociado con el trabajo que los sirvientes hacían para sus amos. Con el tiempo surgió una asociación más amplia, incluida en la definición del diccionario, el cual dice que un servicio es “el acto de servir, ayudar o beneficiar; conducta que busca el bienestar o ventaja de otro”. Las primeras definiciones que se hicieron en el marketing, comparaban los servicios con los bienes.

Kotler, Bloom y Hayes (2004: p9-10), indica que: “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”.

Según las definiciones anotadas, se entiende que “servicio es un conjunto de actividades generalmente intangibles, que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.” Aplicándolos a las bibliotecas universitarias, se puede considerar que estas cumplen una función informativa, en base a varios servicios de apoyo tanto humanos, materiales y técnicos, dirigidos a la formación, a la investigación y a la docencia. La satisfacción de los usuarios se logra proporcionándoles actualización de soportes, sistemas de comunicación y fácil acceso a los documentos.

Filosofía del servicio

Frente a las exigencias de las multinacionales por tratar de atraer al cliente por medio de acciones que buscan obtener una buena atención, dejando de lado detalles y aptitudes emocionales, como la empatía, debiendo ser todo lo contrario para poseer un excelente servicio al cliente, que emerja como una filosofía de vida compartida por todos los miembros de la organización.

El ser humano pone en práctica los valores aprendidos desde su infancia; al ocupar un cargo se siente muy importante, y al servir, hace sentir especial al cliente, esto nos hace sentir grandes como seres humanos, ya que apelamos al valor de humildad en nuestras acciones como filosofía existencial. Principios básicos que guían e inspiran la acción, son los siguientes:

Actitud de servicio. Convicción íntima de que es un honor servir. Los concedores atribuyen una gruesa tajada del éxito económico del Japón de la postguerra a esta filosofía.

Satisfacción del usuario. Es la intención de vender satisfacciones más que “productos”. El sentido altruista del prestador de servicios lo lleva a poner la satisfacción de las necesidades de sus clientes por encima de la atención que él personalmente está dispuesto a brindar. La diferencia entre un simple negociante y un empresario de verdad es que el primero se enfoca a ganar dinero y el segundo a dar servicios; el primero visualiza grandes utilidades en los reportes y en las cuentas bancarias; el segundo visualiza clientes satisfechos.

Dado el carácter transitorio, inmediateista y variable de los servicios, se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta. Esto es, la filosofía de que “todo problema tiene una solución”, si sabemos buscarla. El terreno de los servicios es campo privilegiado de la creatividad. De este modo la práctica del servicio es la mejor defensa contra la corrupción, esa plaga que tanto nos agobia y disminuye la calidad de nuestras vidas. Pedir buenos servicios a quien se

siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir peras al olmo”.

Para Hernández Castillo, Claudia (2009 Internet), la Filosofía del verdadero servicio es:

- ✓ Quien no vive para servir... no sirve para vivir.
- ✓ Servir significa ser útil a los demás.
- ✓ Servir es dar lo mejor de nosotros a los semejantes.
- ✓ El verdadero servicio es aquel que entiende y atiende las necesidades de un huésped.
- ✓ Al servir otorgamos satisfacción, placer y bienestar.
- ✓ Quien sirve bien, se sirve de todo lo bueno.
- ✓ Servir es dar sin esperar recibir.
- ✓ El espíritu del servicio es el alma del humanismo.
- ✓ Servir es la protección y solución de los problemas de otros.
- ✓ Servir es el mayor placer de quienes aplican el sentido común”.

Según la Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey (2012 Internet) señala que: “La filosofía de servicio al cliente consiste en realizar acciones por nuestros clientes. Pensar en ellos cuando hacemos nuestro trabajo. Para ello necesitamos conocer sus expectativas y necesidades, para posteriormente implantar sistemas de trabajo que garanticen el cumplimiento de dichas expectativas”. Como conclusión se señala que el servicio hacia los demás posee un gran componente en EMPATÍA, que no sólo es el “ponerse en los zapatos del otro” sino que va más allá, es comprender sinceramente lo que la otra persona (cliente) está sintiendo y sobre todo, percibiendo.

“Una biblioteca es el lugar ideal para aplicar la filosofía del servicio, toda vez que los usuarios necesitan guía, apoyo, sugerencias y consejos, ante lo cual el personal de biblioteca debe cubrirse de paciencia, humildad y colaborar con rapidez, precisión y profesionalismo, en la búsqueda de la información necesaria para las tareas y trabajos de investigación”.

Productos /Servicios

En un contexto típicamente universitario, la biblioteca general y/o las bibliotecas departamentales o de campus, apuntan a tener los servicios típicamente básicos de acceso (circulación, reserva, sala, intercalación) de tipo técnico (desarrollo de colecciones físicas y virtuales, procesos técnicos), y de búsqueda y obtención de información (referencia, préstamo interbibliotecario, obtención de documentos).

Los productos y servicios se brindan en función de esquemas ya establecidos, pero sin una orientación al usuario. Eso propicia la “fuga” de los usuarios a sistemas novedosos, a información libre en la Web. Si bien siempre se insiste que el tema es de calidad de información, el usuario muestra que sus características son las que lo condicionan: Rapidez y flexibilidad. Estos son los puntos decisivos que deben asumir los productos y servicios ofrecidos.

Servicios Bibliotecarios Universitarios

Las tecnologías de la información y las comunicaciones han provocado sustanciales cambios en la organización de los procesos de cualquier entidad y en la manera de llevarlos a cabo. Las instituciones han ido adaptándose a estas nuevas formas de entender el trabajo y de atender a sus usuarios. De igual modo, las bibliotecas han ido automatizando sus procedimientos, lo cual ha implicado una mejora cualitativa en la distribución y realización de las tareas, en el tipo de servicios que prestan y en la forma de llevarlos a cabo. Los servicios bibliotecarios esenciales continúan siendo los mismos, pero los soportes y los sistemas de distribución de la información y de acceso a los documentos han avanzado tanto que en estos momentos se puede hablar de un cambio significativo en el tipo de servicios que las bibliotecas, sobre todo las universitarias y especializadas, prestan a sus usuarios.

Orera, Luisa (2005:p445-477 Internet), señala que: “antes de ofrecer una sistematización de los servicios a los usuarios de las bibliotecas universitarias

conviene destacar una serie de aspectos que inciden significativamente en estos servicios.

Ubicación: Los servicios bibliotecarios universitarios se prestan, bien en los propios recintos, de forma remota, ya que para muchos de ellos no será necesario desplazarse hasta el edificio de la biblioteca. En la actualidad los servicios se orientan tanto para ser ofrecidos de forma presencial como telemática. No existe universalidad que no haya estructurado sus servicios para que puedan ser utilizados en red. La comunicación con los usuarios, el acceso a una elevada cantidad de recursos o las consultas bibliográficas se realizan sin que el usuario necesite estar en el edificio de la biblioteca. Estar conectado a la red universitaria significa estar en la biblioteca.

Fondos: Las colecciones de las bibliotecas universitarias son híbridas, entendiendo por tal la suma de todos los soportes que almacena información, ya sean impresos, electrónicos, audiovisuales o cualquier otro. El tipo de colección también incide en el tipo de servicios; por ejemplo, los documentos en formato electrónico permiten gran versatilidad a la hora de recuperar o de difundir la información en ellos contenida.

La incorporación de documentos no impresos fue originando servicios especiales dedicados a la utilización de estos tipos de fondos. Se crearon servicios de consulta de materiales en micro forma, de materiales audiovisuales, de documentos cartográficos, etc. Una vez que las universidades comienzan a incorporar documentos en formatos electrónicos y que se desarrollan las redes de telecomunicaciones, las bibliotecas universitarias basarán parte de sus servicios en el acceso a recursos digitales, ya sean de referencia, bibliográficos o de documentos completos.

Sistemas de información de la calidad de los servicios

En los últimos años, las bibliotecas de los países en desarrollo están llevando a cabo iniciativas para introducir productos y servicios de las tecnologías de la información con los que puedan mejorar la calidad del servicio bibliotecario. El

advenimiento de nuevas tecnologías tales como: el enorme incremento de los medios de almacenamiento electrónico, la conjunción entre las telecomunicaciones y los medios de transmisión, la disponibilidad de una gran cantidad de recursos de información accesibles a través de Internet, así como el continuo abaratamiento de los equipos informáticos, han hecho posible que los bibliotecarios incorporen estas tecnologías para satisfacer las necesidades informativas de sus usuarios.

Las bibliotecas deben promover el uso de las tecnologías de la información si quieren dar respuesta a las cambiantes necesidades informativas de la comunidad. Asimismo, las bibliotecas tienen que asegurarse de que estos nuevos servicios son reconocidos y valorados por la comunidad a la que sirven, por lo que es esencial la comunicación entre las bibliotecas y la sociedad, que se hace posible a través de estas tecnologías.

El marketing de productos y servicios de tecnologías de la información que sean de utilidad a la población en general es una de las estrategias que han de ser consideradas por las bibliotecas si desean mejorar sus servicios en esta era digital. Dichas estrategias de marketing van a impulsar la consecución de unos servicios bibliotecarios de calidad que puedan satisfacer las necesidades informativas de la comunidad.

A la hora de desarrollar estas estrategias, el autor señala la necesidad de realizar un estudio del entorno para así detectar las tendencias del mercado que influyan en mayor medida sobre las necesidades informativas de los usuarios, además de realizar investigaciones de mercado antes de abordar un programa de marketing, en cuya estrategia se tendrán en cuenta los canales directos, internos e inversos del marketing. Por último, debe establecerse un sistema de evaluación y control que permita que las necesidades de los usuarios se resuelvan siempre de manera satisfactoria y fomente la comunicación.

COMUNICACIÓN

Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, también se la define como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes. Por lo tanto las formas de comunicación requieren de un emisor, un mensaje y un receptor donde el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice, una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

Marketing y comunicación

Una visión de las bibliotecas universitarias como organizaciones de servicio debe incluir la perspectiva del marketing, en la cual la biblioteca representa la totalidad del servicio, con todos sus componentes y con una buena oferta de servicio, que debe dar respuesta a una demanda, importante, creciente y cambiante en un mercado globalizado, competitivo y en transformación. Por todo ello, es imprescindible adoptar esta técnica para aplicar las estrategias con el marketing estratégico y las tácticas más adecuadas y más racionales con el marketing operativo siempre en función de las características de cada biblioteca.

Esta técnica debe aplicarse de forma planificada y continua, para que los resultados esperados sean efectivos, en definitiva para que los usuarios conozcan la totalidad de los servicios que se les ofrecen, los beneficios que estos les pueden aportar y el impacto o resultados de éstos. Es importante que las bibliotecas universitarias tengan una actitud proactiva, avanzándose a sus demandas, generándolas, facilitando su expresión y sin duda, adaptándose, en la medida de lo posible a los usuarios.

Para ello es preciso implantar de forma sistemática estudios de mercado o estudios de usuarios que les permitan tener un conocimiento racional, no

intuitivo de estos, para saber qué piensan, qué desean, cuáles son sus expectativas, y acercarse a todas las categorías desde los habituales a los potenciales y a los no usuarios. A continuación y con un conocimiento profundo de la realidad de la biblioteca, sus posibilidades, sus limitaciones, sus puntos fuertes y débiles, y conociendo las oportunidades o amenazas, establecer su plan de acción.

Es decir, fijar los objetivos que se quiere conseguir, sus responsables y sus plazos de ejecución, entre otros elementos. Dentro de este plan se deben incluir tanto los planes de comunicación o de difusión que se desean adoptar como el plan de imagen o las acciones de publicidad o relaciones públicas que se han planteado en función a la realidad de cada biblioteca.

Por lo dicho anteriormente, una de las principales actividades que las bibliotecas universitarias deben adoptar, con diligencia, y siempre dentro del marco de acción del plan de marketing, es la comunicación con sus usuarios. Con los usuarios internos se debe establecer buenos canales de comunicación y fomentarlos a través de la implantación del marketing interno entendiendo que esta tipología de marketing con sus estrategias y tácticas se utiliza para emplear y conservar en la organización a las mejores personas, y para que estas desarrollen mejor su trabajo, aplicando principios y conceptos para “vender” la institución y su actividad, cosa que le reportará notables mejoras en su calidad y también, con los usuarios externos que, en todas sus categorías, deben recibir la comunicación y la difusión de los servicios bibliotecarios que les permitan satisfacer sus necesidades y sus demandas informativas.

Marketing y comunicación como técnica de gestión

El interés por el marketing como técnica de gestión en las bibliotecas universitarias, es aún escaso en este momento, y menor en comparación con el suscitado por la evaluación o la calidad. Si analizamos los planes estratégicos,

los planes de mejora u otra documentación de gestión, se observa que prácticamente casi ninguna universidad está desarrollando una actividad de marketing estructurada u organizada; es decir salvo contadas excepciones no existen planes de marketing que definan los objetivos, las acciones y como se desarrollaran éstos.

Otras universidades, fundamentalmente en sus planes de mejora, ligados a la evaluación o certificación, tienen establecido la realización de un plan de marketing, y se supone que se encuentra en su proceso de elaboración. Sí bien en algunas universidades existe la voluntad de introducirse en este ámbito o técnica y la forma más habitual es la realización de un plan de comunicación, bien sea externa o interna, tal vez porque se ha detectado que un punto débil suele ser la comunicación con los usuarios y la necesidad de promoción de la imagen de la biblioteca.

A su vez, se aprecia que existe una conciencia generalizada de realizar acciones coordinadas y estructuradas que fomenten la comunicación con los usuarios muy ligadas al tema de la calidad y en numerosas ocasiones dentro de las actuaciones de los grupos de mejora de las universidades, como la constitución de comisiones de usuarios, aplicación de "focusgroup" o realización sistemática de encuestas de satisfacción de usuarios como medio de retroalimentación de sus actuaciones. Sin embargo, es necesario destacar que a raíz de lo analizado el marketing en todas sus facetas aún no suele estar presente dentro de la estrategia institucional, como sería lo deseable. Por todo lo anteriormente dicho se puede señalar que es fundamental la promoción de la imagen de la Biblioteca.

BIBLIOTECA

Etimología

La palabra "biblioteca" proviene del **latín** *bibliothēca*, que a su vez deriva del **griego** βιβλιοθήκη ('*bibliothēke*'), la cual está compuesta por βιβλίον ('*biblíon*'

«libro») y θήκη ('théke' «armario, caja»). Es decir, hacía referencia al lugar donde los libros eran guardados.

Definiciones

Según la ALA (1983: p.16 Internet) (American Library Association) se define la biblioteca como una “Colección de material de información organizada para que pueda acceder a ella un grupo de usuarios. Tiene personal encargado de los servicios y programas relacionados con las necesidades de información de los lectores”.

La norma ISO 2789-1991 (Norma UNE-EN ISO 2789) sobre estadísticas internacionales de bibliotecas, la define como: “Organización o parte de ella cuya principal función consiste en mantener una colección y facilitar, mediante los servicios del personal, el uso de los documentos necesarios para satisfacer las necesidades de información, de investigación, de educación y ocio de sus lectores.”

Manuel Carrión (2002: p.42) define en su Manual de Bibliotecas como “Una colección de libros debidamente organizada para su uso”. Hay que aclarar que Carrión toma el término libro en un sentido amplio como sinónimo de documento, esto es como soporte de información destinado a ser leído, y que contiene una parte del conocimiento social. Esta última precisión excluye a los documentos de archivo, que han sido generados por una persona física o jurídica en el ejercicio de sus funciones y no pertenecen al conocimiento social.

Tipología bibliotecaria

Las bibliotecas se pueden clasificar atendiendo a varios criterios (usuarios, acceso, ámbito geográfico, etc.). Las clasificaciones más utilizadas son las que proponen la Unesco y la IFLA (International Federation of Library Associations):

Clasificación UNESCO

1. **Bibliotecas Nacionales:** Las denominadas “bibliotecas nacionales” representan la cabecera del sistema de los estados. Están financiadas con fondos públicos y cumplen una doble finalidad: proporcionar material bibliográfico de investigación para cualquier disciplina, y conservar y difundir el patrimonio cultural (referente a información registrada a lo largo del

tiempo) de cada país. En general, cada Estado tiene una biblioteca que es considerada “nacional” y cuyos objetivos son los antes reseñados.

2. **Bibliotecas universitarias:** Son las bibliotecas de las facultades, escuelas y demás unidades académicas de las universidades y centros de enseñanza superior difieren de las bibliotecas de investigación. Están al servicio de sus estudiantes y tienen que apoyar los programas educativos y de investigación de las instituciones en que se encuentran integradas, de las que obtienen, por regla general, su financiación.

3. **Otras bibliotecas importantes no especializadas:** De carácter científico y erudito, ni universitarias ni nacionales. Ej. Bibliotecas regionales.

4. **Bibliotecas escolares:** estas complementan los programas de las instituciones a las que pertenecen, aunque también disponen de libros no académicos para fomentar el hábito de la lectura. Muchas cuentan con distintos medios audiovisuales y electrónicos. Su financiación procede de las instituciones escolares en las que están integradas.

5. **Bibliotecas especializadas:** Las bibliotecas especializadas están diseñadas para responder a unas necesidades profesionales concretas. Por ello, suelen depender de empresas, sociedades, organizaciones e instituciones específicas, que proporcionan a sus empleados y clientes estos servicios durante su trabajo. La formación del personal de una biblioteca especializada incluye conocimientos tanto de la materia que cubren sus fondos como de biblioteconomía.

6. **Bibliotecas públicas:** Las bibliotecas públicas pretenden responder a la amplia gama de necesidades que pueden demandar sus usuarios. Además de obras literarias clásicas, sus fondos pueden estar integrados por textos que proporcionan información sobre servicios sociales, obras de referencia, discos, películas y libros recreativos. Muchas de ellas patrocinan y organizan actos culturales complementarios, tales como conferencias, debates,

representaciones teatrales, conciertos musicales, proyecciones cinematográficas y exposiciones artísticas.

En este sentido, deben ser mencionados los servicios infantiles, sección característica de las bibliotecas públicas que promueve sesiones literarias, procura la existencia de una pequeña biblioteca infantil y, en ocasiones, hasta dispone de dependencias con juguetes. Dado que el objetivo de las bibliotecas públicas es satisfacer las necesidades del mayor número posible de ciudadanos, también suelen contar con máquinas de lectura y audición, así como con libros impresos en formatos especiales (por ejemplo con el sistema Braille) para personas que padecen problemas de visión. La financiación de estas bibliotecas procede de los poderes públicos locales. Es fundamental señalar que en toda biblioteca el pilar fundamental son los usuarios.

USUARIOS

Aunque la comunidad universitaria es la principal destinataria de los servicios bibliotecarios, son muchos los usuarios externos que se benefician de ellos, sobre todo de aquellos que de forma libre se ofrecen por procedimientos telemáticos. La biblioteca universitaria se convierte en especializada para atender a sus investigadores, lo que la obliga a organizar convenientemente servicios de información, recuperación de información y acceso al documento. Junto a estudiantes, profesores e investigadores, las bibliotecas universitarias atienden también al personal de administración y servicios, quienes suelen utilizar estas bibliotecas de forma similar a como lo hacen con las bibliotecas públicas, es decir, para cuestiones de formación, información u ocio.

Las bibliotecas universitarias están trabajando también para usuarios externos a su comunidad. En ocasiones, se hace de forma deliberada, organizando servicios de asesoramiento y documentación para empresas y colectivos. En

otros casos, la biblioteca elabora información que almacena en sus servidores, para que libremente sea consultada por quienes la consideren de utilidad. De ahí que hoy no se pueda restringir el usuario de una biblioteca universitaria a aquellas personas que tienen algún vínculo educativo o profesional con esa universidad, aunque estos usuarios sean los destinatarios prioritarios de los servicios.

Las bibliotecas son instituciones de servicio, que se han de orientar a satisfacer a los usuarios para los cuales existen. Ello exige conocer los tipos de usuarios, y para ello hay que aprender a informarse sobre ellos y a hacer estudios de la comunidad, tanto de sus necesidades de información como de sus expectativas, usos y valoraciones de los servicios bibliotecarios.

A continuación otro terreno fundamental respecto del usuario es su formación, que se estudiará en Biblioteconomía Especializada, como uno de los servicios bibliotecarios. Por último, los bibliotecarios, siendo sus bibliotecas lugares de encuentro y comunicación, deberán utilizar técnicas, condiciones y métodos de comunicación que permitan la fluidez, el entendimiento, incluso el calor, en la

relación que humanamente se establece en toda biblioteca. Por todo ello, este tema persigue dos objetivos.

En primer lugar, lograr el conocimiento de los principios y técnicas para el estudio de usuarios. En segundo lugar se pretende introducir las actitudes y técnicas necesarias para hacer posible una comunicación adecuada con los usuarios de las bibliotecas.

La orientación al usuario de la biblioteca

Una biblioteca orientada al usuario es aquella que adecua los espacios de la biblioteca, la colección, las normas de uso o la distribución de los trabajos técnicos a las necesidades de los usuarios. Un buen servicio se arraiga en unas tareas técnicas realizadas con calidad, pero éstas no deben copar la inversión y el tiempo laboral en perjuicio de los servicios. Los objetivos son mejorar la accesibilidad, disponibilidad y conocimiento de los fondos documentales, reducir el tiempo de localización y acceso a la información y a los documentos, e ir adaptando la biblioteca en cada momento a las demandas de información cambiantes de los usuarios, utilizando los recursos informativos y tecnológicos disponibles para conseguirlo.

Para que los servicios se adecuen efectivamente a los usuarios debemos conocer qué necesidades de información tienen éstos. El interés por los usuarios surgió en el ámbito anglosajón desde el primer tercio de este siglo, y ha abarcado aspectos como el conocimiento de los usuarios, los medios de análisis de sus necesidades, la sensibilización, la formación, y la evaluación de los servicios a través sus valoraciones.

Educación de usuarios

Toda la información que la comunidad universitaria tenga sobre las colecciones, servicios y funcionamiento de su sistema de bibliotecas redundará en un mejor uso y aprovechamiento del mismo. Una gran variedad de herramientas son utilizadas por las bibliotecas para la orientación o instrucción

de sus usuarios; cuando se aplican en forma aislada, sólo se comportan como ayuda para el uso de la información o la utilización de los servicios, y cuando se incluyen en los programas de formación de usuarios cumplen una función integradora.

Según Orera, Luisa (2005: p445-477 Internet), “La formación de usuarios ha cobrado mucho auge en las bibliotecas universitarias, conscientes de que sólo una instrucción efectiva de los usuarios y una difusión apropiada de los recursos van a permitir que se obtenga el rendimiento óptimo de colecciones y servicios. Los planteamientos a la hora de realizar estas actividades son muy variables, puesto que deben ajustarse al perfil de los destinatarios. Serán necesarias acciones de introducción a los espacios, servicios y normas de biblioteca, sobre todo para estudiantes de primer año, pero también detalladas guías de uso de los recursos más especializados, sobre todos aquellos productos que se encuentran en formatos electrónicos y que requieren sistemas automatizados de recuperación de información”.

BLÁZQUEZ V., Martha y MEDINO M., Juan A. (2005:p3) indican que: “La formación de usuarios es una actitud permanente, en el sentido que es una labor que se aborda constantemente en el proceder del profesional bibliotecario. En cualquier momento algún usuario puede plantear una demanda de cómo acceder a la información y el profesional bibliotecario ha de estar presto y dispuesto a solventar la misma. En la resolución de esa demanda de cómo acceder a la información, desde la formación de usuarios se practicará un ejercicio de orientación y/o educación y/o instrucción para que el usuario adquiera determinadas habilidades para buscar, localizar, analizar, evaluar y recuperar aquella información de su interés.

Según García y Díaz (2001:p.28 Internet). La formación de usuarios todavía debe desarrollarse plenamente en el contexto bibliotecario pues, de hecho, tradicionalmente se la ha considerado como algo esporádico, realizado en ocasiones y situaciones excepcionales y especiales y según determinadas fechas o celebraciones, como si de una tarea secundaria, pobre e improvisada se tratará tanto en su forma como en su contenido y procedimientos”. En

cuanto a su organización habría que diferenciar entre aquella que tiene un carácter específico (cursos de formación de usuarios), y aquella que se realiza de manera cotidiana y tiene que ver con la tarea de información bibliográfica.

Usuario de la Información

El concepto de usuario de información alude, de forma genérica, a todas las personas que solicitan, demandan o utilizan: Instalaciones, colecciones, recursos, servicios, y productos de un determinado sistema o unidad de información para resolver sus necesidades de documentos, datos o información y/o para el desarrollo de sus actividades.

Las conductas, los hábitos, los deseos y las necesidades que desarrollan los diferentes públicos y los usuarios de información que acceden a los recursos informativos son objeto de análisis para disciplinas específicas incluidas dentro de las Ciencias del Marketing, estudios y análisis de mercados y Marketing de servicios como también de la Biblioteconomía y Documentación; Estudios y perfiles de usuarios de los sistemas de información; Recuperación de Información, etc. Las acciones y los comportamientos que desarrollan los usuarios pertenecen a categorías predefinidas de actividades relacionadas con la información, como son:

- ✓ Demanda
- ✓ Búsqueda
- ✓ Recuperación
- ✓ uso.

Todas ellas están guiadas por objetivos precisos y determinados que definen las “necesidades informativas” de cada individuo concreto que busca solución ante un déficit informativo identificado:

- ✓ Un estudiante utiliza información en sus procesos de aprendizaje.

- ✓ Un profesor y un profesional de la salud demandan mantenerse al tanto de los conocimientos de su especialidad para poder divulgarla o aplicarla.
- ✓ Un empresario, un gestor o un ejecutivo necesitan información para poder tomar las decisiones adecuadas.
- ✓ Un ciudadano busca información para ejercer o reclamar sus derechos, para satisfacer sus inquietudes culturales, para mantenerse informado, para entretenerse y divertirse, etc. El valor de la información está determinado, por tanto, por los objetivos que guían su uso por los usuarios de la misma.

Desde el punto de vista de la biblioteca los usuarios se dividen en:

Usuario Potencial

Usuario potencial de una entidad de gestión de información, conocimiento, inteligencia o aprendizaje, es toda persona, grupo o entidad, cuya actividad está vinculada, directa o indirectamente, al cumplimiento de la misión y de los objetivos estratégicos de la organización o comunidad en la que está inserta dicha entidad. Por ello, son el punto de partida para el cálculo de los recursos que se requieren humanos, materiales, tecnológicos, financieros, organizacionales e información.

Usuario real

Es aquel que ha formulado, en alguna ocasión, una solicitud de servicio a la entidad. Este usuario real, puede ser de los potenciales, o, incluso, no encontrarse entre estos. Si se considera que en las concepciones contemporáneas desde la gestión de la información hasta el aprendizaje, el responsable de la comunicación dentro de la organización es el gestor, usuario real es aquel que ha logrado establecer la comunicación.

Usuario interno

Toda persona, grupo o entidad, que se encuentra subordinada administrativa o metodológicamente a la misma gerencia que la entidad de información. Son

todos los trabajadores de la entidad y los que estando fuera mantienen una subordinación metodológica con respecto a ella. Por tanto todos los usuarios internos son potenciales pues están vinculados directa o indirectamente al cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos de la organización.

Usuario intermediario

Toda persona, grupo o entidad que utiliza oficialmente la información y los servicios de una entidad de información, con el propósito de cumplir una misión similar con respecto a otros usuarios. En determinadas estrategias de la Institución pueden ser identificados como usuarios individuales o grupos que de forma espontánea (no oficial) en papeles de liderazgo o difusores de información, intermediarios para multiplicar la acción comunicativa de los servicios y por eso, ser priorizados o recibir algún tratamiento especial. En este caso cumplen un doble rol de usuarios-clientes intermediarios y finales.

SERVICIO AL CLIENTE

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

Que servicios se ofrecerán

Para determinar cuáles son los que el cliente demanda se debe realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno. Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

Elementos del servicio al Cliente

- ✓ Contacto cara a cara
- ✓ Relación con el cliente

- ✓ Correspondencia
- ✓ Reclamos y cumplidos
- ✓ Instalaciones

Importancia del servicio al cliente

Un buen servicio puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa, se ha observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben; consciente o inconsciente, siempre se está evaluando la forma como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él.

PLAN DE ACCIÓN

Son instrumentos gerenciales de programación y control anual de las actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a los proyectos establecidos en el Plan Estratégico. En general, los planes se estructuran principalmente mediante proyectos de inversión, sin embargo, un plan debe contener también, el desarrollo de las tareas específicas.

Dichos planes, en líneas generales, colocan en un espacio definido de tiempo y responsabilidad las tareas específicas. Todos los planes de acción presentan su estructura de modo "personalizado" para cada proyecto, es decir, dependiente de los objetivos y los recursos, cada administrador presenta su plan de acción adecuado a sus necesidades y metas.

JERARQUIA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW

Maslow (1943:pp13-17). Indica que para satisfacer una necesidad de tipo superior la motivación sólo aparece y operativa cuando están satisfechas las necesidades de tipo inferior. Así por ejemplo, una persona estará motivada para buscar la satisfacción de las necesidades de seguridad cuando tenga

razonablemente satisfechas las fisiológicas; del mismo modo buscará satisfacer las necesidades de autorrealización cuando tengan satisfechas las anteriores.

Es importante señalar que en la práctica la satisfacción de necesidades no se distingue diáfanoamente en muchas ocasiones sino que todas se mezclan y se confunden ofreciendo complejas formas de satisfacción moldeadas en gran parte por la sociedad. Asimismo, se enfatiza que las necesidades secundarias se manifiestan en grado diferente de las diversas personas y sus edades. Por otra parte no todas las necesidades operan a un nivel consciente. En ocasiones funcionan fuera del campo del conocimiento de la persona, en un nivel inconsciente.



Las necesidades fisiológicas.

Incluyen las necesidades más básicas, que son vitales para la supervivencia, incluyendo la necesidad de agua, aire, alimento y sueño. Maslow consideró que estas necesidades son las más básicas e instintivas de la jerarquía porque todas las demás necesidades se vuelven secundarias y menos importantes hasta que se satisfacen estas necesidades fisiológicas.

Necesidades de seguridad

Hace referencia a la necesidad de sentirse seguro y a salvo y es importante para la supervivencia, pero no de una forma tan intensa como las necesidades

fisiológicas. Ejemplos de este tipo de necesidades son el deseo de un empleo constante, atención médica, un vecindario seguro, y un lugar donde vivir y protegerse del clima u otros peligros.

Necesidades sociales

Incluyen las necesidades de pertenencia, amor y cariño. Maslow consideraba estas necesidades como menos básicas que las necesidades fisiológicas y de seguridad. Las relaciones que se establecen con amigos, parejas y familias ayudan a satisfacer esta necesidad de compañerismo y aceptación, al igual que la implicación en grupos sociales o religiosos.

Necesidades de Ego o autoestima

Una vez que las primeras tres necesidades han sido satisfechas, las necesidades de estima empiezan a ser cada vez más importantes. Entre ellas se incluyen la necesidad de todo aquello que aumenta la autoestima, sensación de valor personal, reconocimiento social y logros.

Necesidades de pertenencia

Se concentran en los aspectos sociales donde casi todo el mundo concede valor a las relaciones interpersonales y de interacción social. Dentro de las necesidades de pertenencia se encuentran muchas necesidades orientadas de manera social; la necesidad de ser aceptado como miembro de un grupo organizado, la necesidad de un ambiente familiar, la necesidad de vivir en un vecindario familiar y la necesidad de participar en una acción de grupo trabajando para el bien común con otros. La existencia de esta necesidad está subordinada a la satisfacción de las necesidades fisiológicas y de seguridad.

Necesidades de Autorrealización

También conocidas como necesidades de auto superación o auto actualización, que se convierten el ideal para cada individuo. La

autorrealización es un ideal al que todos aspiramos llegar, se satisface mediante oportunidades para desarrollar el talento máximo, expresar ideas y conocimientos, verse al exterior y obtener logros personales. En este contexto el hombre quiere trascender, desea dejar huella de su paso en este mundo.

Las persona que logran entrar en esta categoría de la pirámide, son quienes se acercan a una total realización de sus posibilidades de ser realistas, lograr metas, disfrutar de la vida y, en general, encarnar las virtudes clásicas en el ser humano. Parece bastante difícil encontrar formas de lograr que el trabajo responda a la necesidades de afecto y estimación; hacer que se produzcan las clases especiales de satisfacción deseada por diversos tipos de personas que buscan su autorrealización, a veces puede parecer imposible, sobre todo cuando la tarea es intrínseca rutinaria, pero cuando el trabajo de las personas incluye creatividad, la motivación puede desarrollarse automáticamente obteniendo resultados asombrosos para el propio individuo y su entorno laboral.

ESTRATEGIA

Directriz o lógica con la que se dirige la acción hacia un objetivo determinado, vistas las características que tiene el medio en el que se actúa: las fortalezas y las debilidades, los obstáculos, fuerzas en contra y las virtudes y habilidades para vencer estos obstáculos. Entonces, la estrategia surge de elegir un cauce de acción de entre varias posibilidades o alternativas.

POLÍTICAS

Podemos definirla como el conjunto de medidas y previsiones que responden al propósito de determinar claramente los objetivos, tendencias y características de los servicios bibliotecarios. Las políticas son a la vez restrictivas y permisivas, en la medida que definen los límites aceptables para la acción, dando libertad, al mismo tiempo, para actuar con autonomía dentro de esos límites.

¿Qué son las Políticas?

Son los medios por los cuales se logran los objetivos anuales, son guías para la toma de decisiones, de una empresa, con la finalidad de tener un orden y un control en las actividades que se dan dentro de la misma.

Importancia de las Políticas de calidad

Mejoran la gestión de la empresa en búsqueda de la excelencia. Los directivos y líderes deben tener políticas claras y no contradictorias en materia de relaciones con proveedores, contratación de personal, inversión en capacitación y entrenamiento que son fundamentales a la hora de lograr la calidad total.

Las decisiones estructuradas se toman de acuerdo con políticas, procedimientos o reglas, escritas o no escritas, que posibilitan la toma de decisiones en situaciones recurrentes porque limitan o descartan alternativas. La satisfacción de las demandas de nuestros clientes, es el motor que nos obliga día a día a mejorar y superar todas nuestras acciones.

PILARES DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD

Enfoque al cliente. La biblioteca depende de sus usuarios y por lo tanto, debería comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requerimientos y esforzarse en exceder sus expectativas.

Liderazgo. El director de biblioteca se debe convertir en el líder nato, él debe crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la biblioteca.

Participación del personal. Es la parte más importante de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas en beneficio de la biblioteca.

Enfoque basado en procesos. Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos económicos, tecnológicos, etc. Se gestionan como un proceso, donde existe un principio y un fin.

Enfoque de sistemas para la gestión. Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados con un sistema, contribuyen a la eficacia y eficiencia de la biblioteca en el logro de sus objetivos.

Mejora continua. La mejora continua del desempeño de la biblioteca debería ser su objetivo permanentemente de ésta.

Enfoque para la toma de decisiones basado en hechos. Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Enfoque basados en hechos para la toma de decisiones en el proveedor. Una biblioteca y sus proveedores son interdependientes y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos par para crear valores.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de este estudio es cualitativo, toda vez que permite la comprensión de los fenómenos sociales y técnicos que originan los problemas que afectan la calidad de los servicios bibliotecarios y por ende una buena atención a los usuarios.

También se utiliza el enfoque cuantitativo, ya que se da énfasis a los resultados que permitirán proceder a los cambios que conduzcan a la aplicación de un buen plan de acción de servicio en la biblioteca en estudio, a la vez que se dará paso a normalizar los procesos que posteriormente brindarán satisfacción al usuario.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Se utiliza la modalidad bibliográfica porque se analiza la información que existe en bibliotecas especializadas, comparando el criterio de los diversos autores que hacen referencia al tema; además, se toma en cuenta datos que existen en Internet, libros, revistas, documentales y otras investigaciones.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Es una investigación descriptiva ya que a través de la caracterización del variable objeto del presente estudio, se puede establecer un plan de marketing lo que permite llegar a conclusiones generales construidas por medio de abstracciones que dan cuenta de los hechos observados y descritos.

3.4. RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN

Se utiliza el cuestionario para poner en práctica una metodología flexible a las circunstancias reales de la biblioteca en estudio, con la aspiración de formular

crear un plan de acción que permita mejorar de los servicios bibliotecarios, mismos que conduzcan a la satisfacción de los usuarios.

POBLACION Y MUESTRA.

Población.

Es el conjunto de personas a quienes vamos a investigar, por consiguiente el conjunto poblacional del presente estudio está conformado por dos estratos claramente definidos. El primero por los docentes, el segundo por los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato.

Composición de la Población

Cuadro 7

POBLACIÓN UNIVERSITARIA	
ASPECTO INVESTIGADO	NÚMERO DE POBLACIÓN
DOCENTES UTA.	
DOCENTES A NOMBRAMIENTO	263
DOCENTES A CONTRATO	595
ESTUDIANTES	15.458
COMUNIDAD UNIVERSITARIA	
DOCENTES PREDIOS HUACHI	228
ESTUDIANTES PREDIOS HUACHI	12.744
DOCENTES PREDIOS INGACHURCO	
Facultad Ciencia de la Salud	16
Estudiantes Predios Ingachurco	2.206
DEPARTAMENTO IDIOMAS	
Docentes	86
DOCENTES PREDIOS QUEROCHACA	
Facultad Ingeniería Agronómica	19
Estudiantes Predios Querochaca	508

Elaborado por: Coloma L., Norma E.
 Fuente: Pagina de la Universidad. Internet
 Departamento de Recursos Humanos Huachi
 Fecha: 2012-03-16

Muestra

Para el presente trabajo, se tomará una muestra aleatoria estratificada de la población de Docentes (77) y Estudiantes (300) de la Universidad Técnica de Ambato, Utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{pqN}{(N - 1) \frac{e^2}{k^2} + pq}$$

Composición de la Muestra

Cuadro 8

UNIDADES DE OBSERVACIÓN	CANTIDAD
DOCENTES	77
ESTUDIANTES	300
TOTAL	377

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

3.5. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACION

El procesamiento y análisis de la información se realizó de la siguiente manera:

1. Búsqueda y revisión de la información referente a los servicios, Marketing, usuarios/clientes.
2. Tabulación mediante muestreo aleatorio estratificado
3. Clasificación y ordenamiento de la información.
4. Desarrollo del Marco Teórico.
5. Elaboración de conclusiones y recomendaciones.
6. Formulación de una Propuesta.

Encuesta aplicada a Docentes y Estudiantes

PREGUNTANº.1

CUADRO: 9

DOCENTES			ESTUDIANTES		
1. Conoce Ud. los diversos servicios que presta la biblioteca general de la UTA.			1. Conoce Ud. los diversos servicios que presta la biblioteca general de la UTA.		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
SI	12	16	SI	11	4
NO	65	84	NO	289	96
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 1A

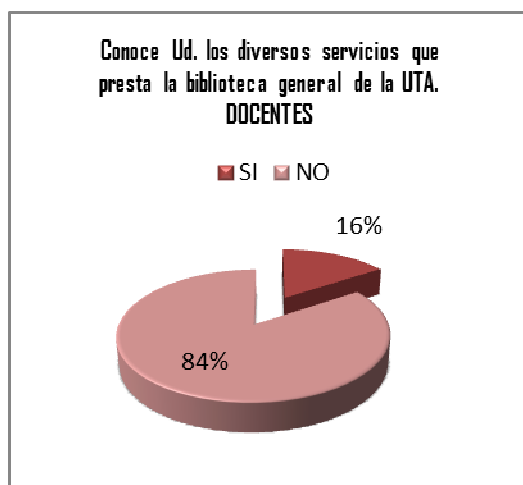
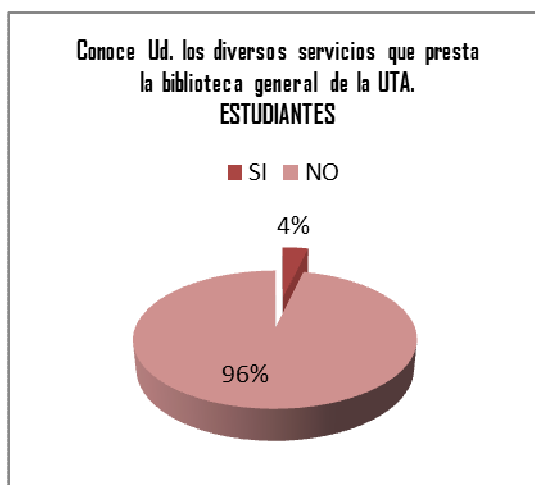


Gráfico 1B



De los resultados se desprende que en el caso de los docentes de una muestra aleatoria el 84% no conocen los servicios que presta la biblioteca. Apenas el 16% conoce los servicios que presta. En tanto que los estudiantes reportan en un 96% que no conocen los servicios que presta la biblioteca. En un 4% dicen si conocer los servicios que presta.

Servicio bibliotecario, es la búsqueda y recuperación de información en texto completo de forma organizada y con documentos estructurados. Si este servicio no está presente no podemos hablar de una biblioteca.

PREGUNTA Nº. 2

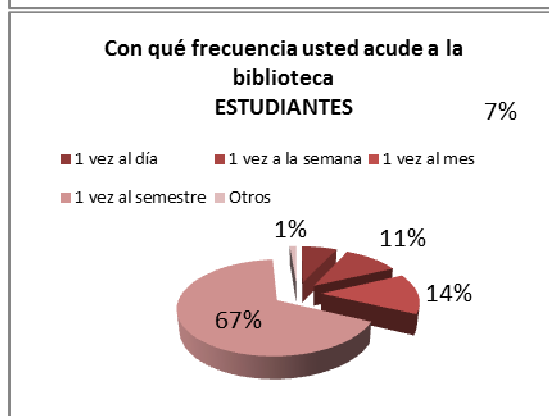
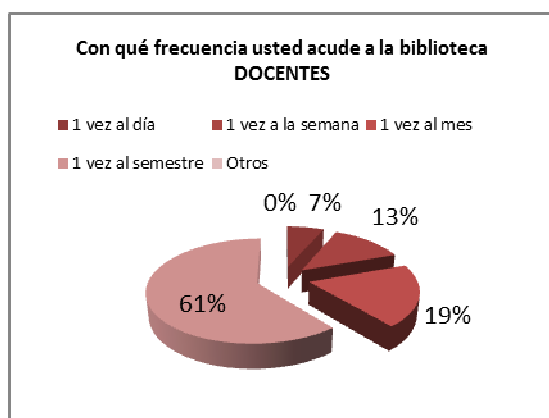
CUADRO: 10

DOCENTES			ESTUDIANTES		
2. Con qué frecuencia usted acude a la biblioteca			2. Con qué frecuencia usted acude a la biblioteca.		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
1 vez al día	5	7.0	1 vez al día	21	7.0
1 vez a la semana	10	13.0	1 vez a la semana	33	11.0
1 vez al mes	15	20.0	1 vez al mes	42	14.0
1 vez al semestre	47	60.0	1 vez al semestre	200	67.0
Otros	0	0.0	Otros	4	1.0
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 2A

Gráfico 2B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Las respuestas obtenidas por los docentes, manifiestan que un 61 % asisten a la biblioteca una vez al semestre. Los estudiantes en un 67%, manifiestan que algunas veces al semestre asisten a la biblioteca.

Biblioteca cualquier colección organizada de libros y publicaciones en serie impresos, u otros tipos de documentos gráficos o audiovisuales, disponibles para préstamo o consulta.

PREGUNTA Nº. 3

CUADRO: 11

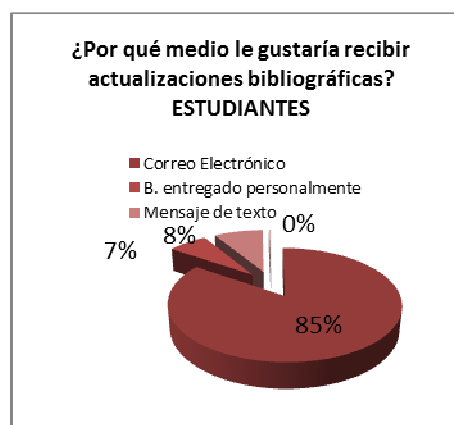
DOCENTES			ESTUDIANTES		
3. ¿Por qué medio le gustaría recibir actualizaciones bibliográficas?			3. ¿Por qué medio le gustaría recibir actualizaciones bibliográficas?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
Correo Electrónico	60	78.0	Correo Electrónico	254	85.0
B. entregado personalmente	9	12.0	B. entregado personalmente	20	7.0
Mensaje de texto	3	4.0	Mensaje de texto	25	8.0
Otros	5	7.0	Otros	1	3.0
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 3A



Gráfico 3B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

El 78% de Docentes en ejercicio indican en términos globales que les gustaría recibir actualizaciones bibliográficas por correo electrónico. Al 85% de los estudiantes les gustaría recibir actualizaciones bibliográficas por correo electrónico.

Correo electrónico es un servicio que permite el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónicos.

PREGUNTA Nº.4

CUADRO: 12

DOCENTES			ESTUDIANTES		
4. ¿Le gustaría que la biblioteca general cuente con una página Web?			4. ¿Le gustaría que la biblioteca general cuente con una página Web?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
SI	77	100.0	SI	300	100.0
NO	0	0.0	NO	0	0.0
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 4A

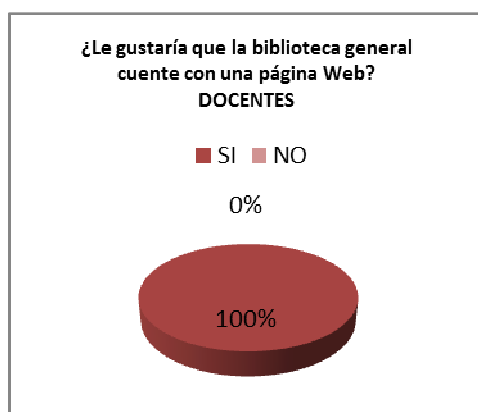
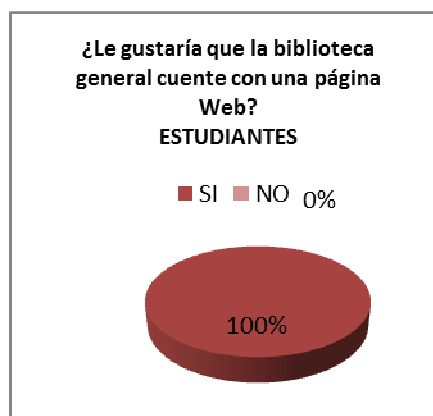


Gráfico 4B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

El 100%, de los potenciales usuarios tanto de docentes como de estudiantes, desearían que la biblioteca cuente con una página Web para que la información de los servicios que presta dicha dependencia sea eficiente y rápida.

Página web es el nombre de un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web y que puede ser accedida mediante un navegador para mostrarse en un monitor de computadora o dispositivo móvil.

PREGUNTA Nº.5

CUADRO: 13

DOCENTES			ESTUDIANTES		
5. ¿Conoce si la biblioteca general cuenta con biblioteca virtual?			5. ¿Conoce si la biblioteca general cuenta con biblioteca virtual?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
SI	77	100.0	SI	300	100.0
NO	0	0.0	NO	0	0.0
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 5A

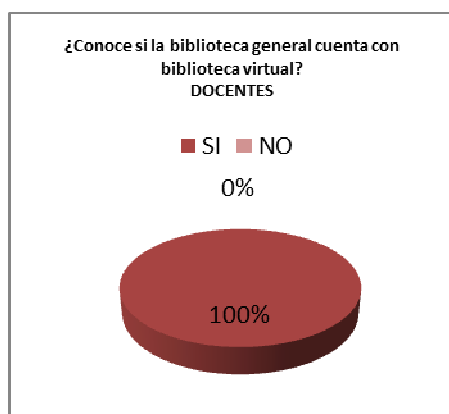


Gráfico 5B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Docentes y estudiantes en el 100% manifiestan no conocer si la biblioteca cuenta con biblioteca virtual.

Biblioteca virtual, es aquella que hace uso de la realidad virtual para mostrar una interfaz y emular un ambiente que sitúe al usuario dentro de una biblioteca tradicional. Hace uso de la más alta tecnología multimedia y puede guiar al usuario a través de diferentes sistemas para encontrar colecciones en diferentes sitios, conectados a través de sistemas de cómputo y telecomunicaciones.

PREGUNTA Nº.6

CUADRO: 14

DOCENTES			ESTUDIANTES		
6. ¿Ha utilizado Ud. el catálogo en línea que dispone la biblioteca general?			6. ¿Ha utilizado Ud. el catálogo en línea que dispone la biblioteca general?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
SI	8	10.0	SI	287	96.0
NO	69	90.0	NO	13	4.0
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 6A



Gráfico 6B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Los docentes en un 10% opinan que sí y el 90% desconocen de este servicio; los estudiantes en un 4% opinan que sí y un 96% dicen que no han utilizado el catálogo en línea que dispone la biblioteca.

Catalogo en línea es un catálogo automatizado de acceso público en línea de los materiales de una biblioteca. Generalmente, tanto el personal de la biblioteca como el público tienen acceso a él en varias terminales dentro de la biblioteca o desde el hogar vía Internet.

PREGUNTA N°.7

CUADRO: 15

DOCENTES			ESTUDIANTES		
7. ¿Ha encontrado usted en la biblioteca general los libros que necesita?			7. ¿Ha encontrado usted en la biblioteca general los libros que necesita?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
SI	25	32	SI	95	32
NO	52	68	NO	205	68
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 7A

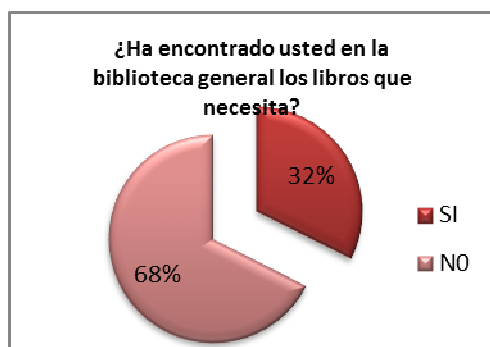
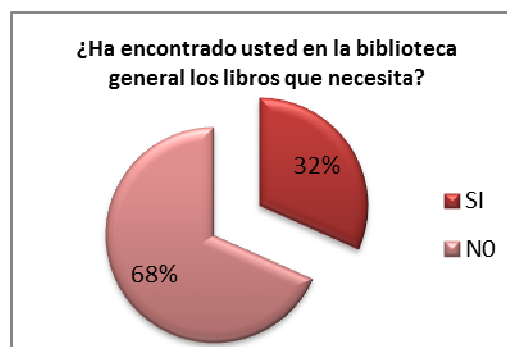


Gráfico 7B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E

El 68% de docentes y de estudiantes no encuentran los libros que necesitan. El 32 % de docentes y estudiantes si han encontrado los libros pero desactualizados.

Los Materiales Bibliográficos comprenden libros, folletos, revistas, Tesis de Grados etc., que reposan en la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.

PREGUNTA Nº.8

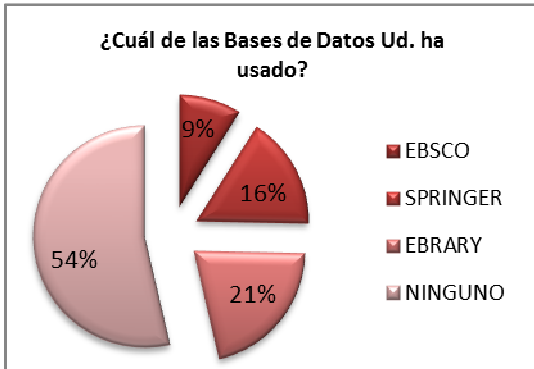
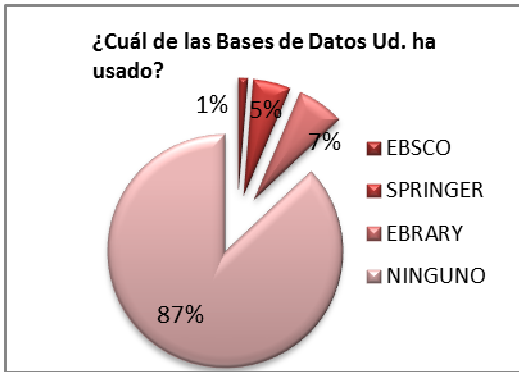
CUADRO: 16

DOCENTES			ESTUDIANTES		
8. ¿Cuál de las Bases de Datos Ud. ha usado?			8. ¿Cuál de las Bases de Datos Ud. ha usado?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
EBSCO	1	1	EBSCO	27	9
SPRINGER	4	5	SPRINGER	49	16
EBRARY	5	7	EBRARY	63	21
Ninguno	67	87	Ninguno	161	54
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 8A

Gráfico 8B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

El 87% de los docentes responden que no han usado ninguna base de datos.
El 54% de estudiantes no han usado la base de datos.

Base de datos es una colección de información organizada de forma que un programa de ordenador pueda seleccionar rápidamente los fragmentos de datos que necesite. Una base de datos es un sistema de archivos electrónico.

PREGUNTA Nº.9

CUADRO: 17

DOCENTES			ESTUDIANTES		
9. ¿Qué valora más cuando acude a la biblioteca?			9. ¿Qué valora más cuando acude a la biblioteca?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
Material Bibliográfico	20	26	Material Bibliográfico	69	20
Servicio al	53	69	Servicio al Cliente	235	70

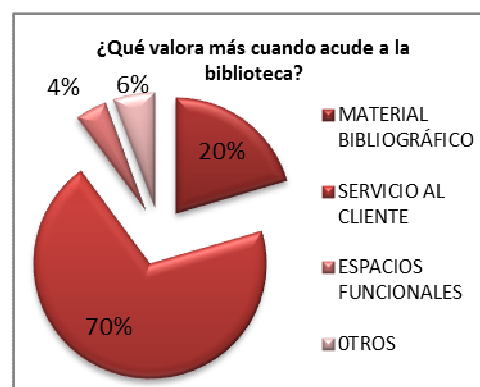
Cliente					
Espacios Funcionales	1	1	Espacios Funcionales	15	4
Otros	3	4	Otros	19	6
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 9A



Gráfico 9B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Lo que más valoran los docentes es el servicio al cliente en un 69%, al igual que los estudiantes en un 70 %.

El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada.

PREGUNTA Nº.10

CUADRO: 18

DOCENTES			ESTUDIANTES		
10. ¿Qué convenios considera Ud. debe realizar la biblioteca General?			10. ¿Qué convenios considera Ud. debe realizar la biblioteca General?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%
Cámara de Libro	9	12	Cámara de Libro	35	12
Entidades	12	15	Entidades	24	8

Culturales			Culturales		
Embajadas	2	3	Embajadas	23	8
Préstamo Interbibliotecario	51	66	Préstamo Interbibliotecario	208	69
Otros	3	4	Otros	10	3
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 10A

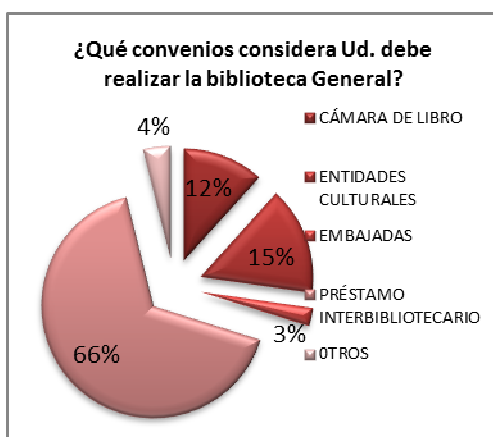
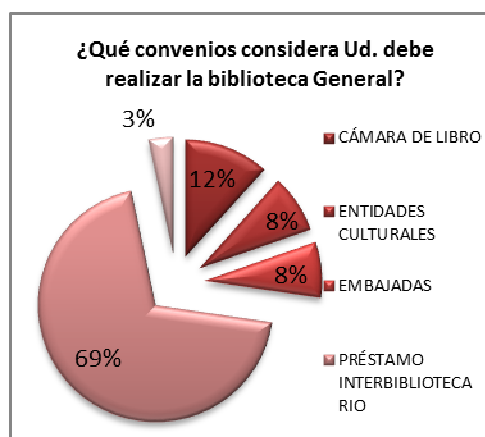


Gráfico 10B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Los docentes (66%) y los estudiantes (69%), opinan que el préstamo interbibliotecario es una de las alternativas.

Préstamo interbibliotecario es un sistema de préstamo por el que cualquier biblioteca puede solicitar otro documento que no se encuentre entre sus fondos, para responder a la demanda de un usuario. Es el intercambio entre bibliotecas de sus fondos.

PREGUNTA Nº.11

CUADRO: 19

DOCENTES			ESTUDIANTES		
11. ¿En qué predios universitarios considera Ud. debería funcionar la biblioteca?			11. ¿En qué predios universitarios considera Ud. debería funcionar la biblioteca?		
	# RESPUESTAS	%		# RESPUESTAS	%

HUACHI	70		HUACHI	200	
INGAHURCO	5		INGAHURCO	90	
QUEROCHACA	2		QUEROCHACA	10	
TOTAL	77	100	TOTAL	300	100

ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Gráfico 11A

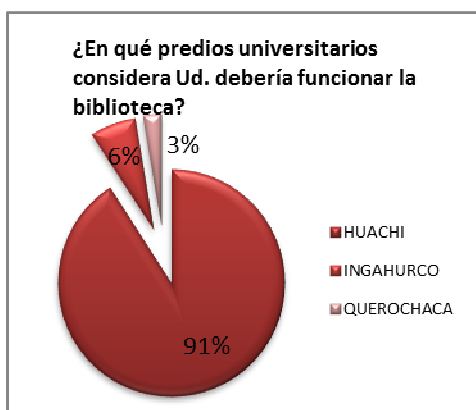
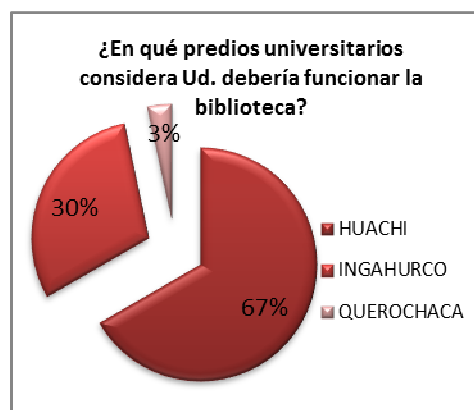


Gráfico 11B



ELABORADO POR: Coloma L., Norma E.

Luego de obtener los resultados de las encuesta los docentes en un 91% y los estudiantes en un 67%, opinan que la biblioteca general Dr. Carlos Toro Navas de la Universidad Técnica de Ambato debe funcionar en los predios de Huachi por encontrarse la mayoría de las facultades.

INTERPRETACIÓN DE LA INVESTIGACION REALIZADA

De los resultados tabulados de la investigación se obtiene que los usuarios (docentes y estudiantes) no conocen sobre los servicios que presta la biblioteca, no acuden con frecuencia a la biblioteca, les gustaría recibir actualizaciones bibliográficas por medios tecnológicos: correo electrónico, redes sociales, entre otros, además les gustaría que la biblioteca general cuente con una página Web.

Otros resultados señalan que los usuarios (docente, estudiantes) desconocen que la biblioteca cuenta con biblioteca virtual, no encuentran la bibliografía que necesitan, y si lo encuentran están desactualizados, desconocen sobre la base de datos, lo que más valoran los docente y estudiantes es el servicio al cliente, les gustaría que los otorguen préstamos. Un dato importante que destacar es que frente al crecimiento poblacional de la Comunidad Universitaria es urgente y necesario el traslado de la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato a los predios de Huachi.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- Los usuarios no han utilizado los servicios que presta la biblioteca General, como el catálogo en línea y la base de datos por desconocimiento.
- Los usuarios no han encontrado los libros que necesitan y los que existen están desactualizado. Se señala que se debe realizar convenios interbibliotecarios con otras bibliotecas para que se amplíe los servicios.
- Para una excelente atención al usuario, es necesario contar con una amplia tecnología e infraestructura física.
- Un alto porcentaje de docentes y estudiantes les gustaría que la biblioteca general cuente con una página Web para acceder y conocer los servicios que esta oferta.
- Los docentes y estudiantes de los predios de Huachi y Querocha manifiestan que no acuden a la biblioteca general porque se encuentra distante.
- La biblioteca General necesita comenzar a utilizar un plan de acción para ofertar y promocionar sus productos y servicios.

4.2. Recomendaciones

- Establecer un plan de acción para difundir los servicios al usuario y elevar el nivel de satisfacción, se recomienda capacitar al público objetivo en el uso del catálogo en línea, base de datos, además que semestralmente se establezca comunicación directa con los subdecanos de cada facultad para la actualización bibliográfica que los usuarios demanden.

- Tomando en cuenta que la calidad del servicio al usuario es el aspecto que más valoran los mismo, se debe gestionar con las autoridades el traslado de la Biblioteca General a los predios de Huachi, previa la construcción e implementación de la infraestructura física y tecnológica.
- Al ser la página WEB un enlace de comunicación se recomienda a las autoridades universitarias la creación de la mencionada página para que sea un enlace usuarios-biblioteca.
- Recomendar a las autoridades se realice convenios interbibliotecario para diversificar y ampliar los servicios, para llegar a la excelencia y ser un verdadero Centro de Información.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. DATOS INFORMATIVOS

Título: “PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LOS SERVICIOS QUE OFERTA LA BIBLIOTECA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”

Institución Ejecutora: Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.

La Biblioteca General es una unidad de información universitaria, con carácter de pública. Institución sin fines de lucro, con plenas facultades para organizarse dentro de los lineamientos de la ley de universidades y escuelas politécnicas el estatuto universitario y el reglamento de bibliotecas.

Esta Unidad se encuentra ubicada en la Ciudadela Ingahurco en las calles Colombia y Chile; se rige por el reglamento de bibliotecas, manual de procedimientos internos y manual de usuarios. Los primeros pasos de la Biblioteca General se dan dentro de lo que fue el antiguo Instituto Superior de Contabilidad, Gerencia y Técnica Industrial (13 de Noviembre 1959), oficializado como Instituto Superior según decreto 499 del 5 de Julio de 1963.

En 1966 el fondo bibliográfico contaba con 300 libros que luego se incrementaron mediante la donación del Colegio de Contadores de Tungurahua y la Alianza para el Progreso de Estados Unidos.

Mediante ley N° 69-05 del 18 de Abril de 1969 se crea la Universidad técnica de Ambato y el fondo bibliográfico de la Biblioteca se divide para formar la bibliotecas de las Facultades que funcionaban en ese entonces a saber: Contabilidad Superior y Auditoría, Gerencia y Administración y Tecnología del Cuero y de los Alimentos, el fondo bibliográfico era de 2.750 libros.

En el año 1982 ante un pedido de los estamentos universitarios, y considerando un justo reconocimiento para el primer Rector de la Universidad Técnica de Ambato se le denomina: Biblioteca General “Dr. Carlos Toro Navas” En 1983 en la biblioteca el fondo era de 4.451 libros comprados y 610 donados. En 1998 se dota de un computador para ingresar la información a la base de datos que al momento se encuentra en depuración.

El fondo sigue creciendo y la biblioteca cuenta con 7.961 libros comprados, 1.646 donados y 1.400 tesis de grado, 165 CD, 48 discos, 15 videos y publicaciones periódicas de temas diversos sin secuencia. Por falta de presupuesto se suspende la compra de libros por un período de 10 años. Y en la actualidad se cuenta con 10.756 títulos de libros comprados 1.673 donado, catálogo en línea ISIS y actualmente el ABCD, 3567 tesis de grado, 165 CD, 48 discos, 15 videos y publicaciones periódicas, Bibliotecas Virtuales: 7 Bases de Datos: SPRINGER, E-BRARY, E-LIBRO, PROQUEST, INFORMAWORD, EBSCO, CENGAGE. Enlaces Adicionales: SCIELO, COBUEC. Cada una de estas Bases de Datos Contiene, más de 10.000 títulos de publicaciones periódicas, que se encuentran a texto completo. Repositorio de Información Técnico Científica en Base software de código abierto.

La Biblioteca General fue considerada una de las más importantes a nivel provincial y de la zona central del país tanto por fondo bibliográfico como por sus servicios. Sin embargo la falta de actualización bibliográfica, la ubicación de la biblioteca distante a los otros campus universitarios, la falta de infraestructura física, de un presupuesto propio ha llevado a una postración de la biblioteca, afectando a los usuarios, por lo tanto se hace necesario emprender con políticas, estrategias y metas para implementar y planificar una innovación en todos los ámbitos con aplicación de las nuevas tecnologías de información que permita proyectar a la biblioteca hacia el futuro y responder a las exigencias inmediatas de investigación.

Servicios que presta la Biblioteca General son:

Servicio de Circulación y Referencia.

Servicio de Bibliografías Especializadas.

Lectura en sala

Catálogo manual y automatizado

Sala de Internet

Base de Datos

Servicio a usuarios de la UTA y público en general

Préstamos de libros a domicilio a estudiantes de la UTA.

Entrega de Certificados a egresados de las Facultades de la Universidad y CEPOS.

Materiales no disponibles para préstamo fuera de sala Obras de referencia, Tesis, Publicaciones periódicas.

Horario de atención:

De Lunes a Viernes

8:30 a 19:30 (ininterrumpidamente)

Personal que labora en la Biblioteca General

Dra. M.Sc. Elsa Naranjo Medina Jefe de Biblioteca

Dra. M.Sc. Norma E. Coloma L. Bibliotecaria 2

Beneficiarios: Usuarios de la Biblioteca General Dr. Carlos Toro Navas.

Para brindar el servicio a los usuarios de la Biblioteca se aplica el Reglamento de Servicios de Biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato: Art. 3. “Las Bibliotecas estarán al servicio de los Profesores, Estudiantes, Empleados y Trabajadores de la Universidad Técnica de Ambato y público en general”.

Ubicación: La Biblioteca General se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Cdla. Ingahurco en las calles Colombia y Chile.

Tiempo de Estimado para la ejecución:

Inicio: Enero del 2012 **Fin:** Noviembre 2012

Equipo Técnico de Responsable: Autoridades Universitarias y personal de Biblioteca.

5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La Biblioteca General enfrenta un gran reto el de acrecentar y dar a conocer los servicios que presta de ahí que se hace necesario contar con planes de acción que prevean como se va a dar los pasos para la transformación de la unidad, es conveniente reflexionar en los objetivos y la consecución de los mismos y socializar con personas bien informadas y conocedoras del proceso.

Con la información obtenida se pudo determinar que los usuarios no han utilizado los servicios que presta la biblioteca general como el catalogo en línea, Bases de Datos siendo necesario socializar para su optimización y correcto uso.

Para una excelente atención al usuario, es necesario contar con una mayor infraestructura tecnológica y física. Bibliografía actualizada (cinco años atrás), convenios interbibliotecarios a nivel nacional e internacional. La creación de una página Web surge por la necesidad de promocionar los servicios que oferta el centro de documentación debido a la carencia de un sistema de difusión de información masivo, el mismo que le permitirá a la dependencia llegar más allá de sus expectativas.

La biblioteca necesita replantear aspectos relacionados con formación de usuarios y difusión de los servicios a fin de proyectar y visualizar a la Biblioteca como una organización administrada como empresas sin fines de lucro en donde el usuario debe ser visto en su dimensión de cliente. A partir de aquí se genera un proceso de gestión para identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los usuarios.

5.3. JUSTIFICACIÓN

Realizada la investigación y conociendo más de cerca el problema que tiene la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato es importante y justificable desarrollar un plan de acción que sirva como herramienta

administrativa para conseguir que la dependencia se posicione como pionera en el centro del país.

En un contexto de cambio de roles, cambios tecnológicos y crisis económica, la Biblioteca continúa manteniendo su propósito de intermediar en el proceso de la comunicación científica como proveedor de información al usuario final; centrando la actividad en la provisión de contenidos. Los contenidos son la base de nuestro trabajo, más que los servicios de recuperación.

En este sentido, es muy importante el modo en que se proporciona acceso a esos contenidos y el modo en que se obtienen se compra en soportes tradicionales o electrónicos. También se debe encuadrar en este epígrafe la provisión de servicios avanzados, de asesoría, estudios a medida, o similares ya que lo que se proporciona es un contenido informativo. El servicio de referencia clásico, sin desaparecer, ya no parece ser el centro de la actividad de calidad de la biblioteca.

Este trabajo es el fruto de una profunda reflexión sobre la conveniencia de aprovechar los conocimientos del entorno, razones para que en el presente proyecto se diseñe políticas que conlleven a la calidad y satisfacción de las necesidades de información de los usuarios que acuden a la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.

Por ser un problema contemporáneo, la investigación es factible, pues existe material bibliográfico y fuentes globales de información (Internet) para consulta, además se cuenta con la asesoría profesional de docentes conocedores del tema y del apoyo brindado por Autoridades, Personal Administrativo y Usuarios de Unidad de Información.

5.4. OBJETIVOS

General.

Diseñar el Plan de acción de servicios para que se implante en la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.

Específicos

- Identificar las estrategias de marketing para el mejoramiento de la calidad de los servicios que ofrece la Biblioteca General
- Establecer los indicadores que permitan evidenciar el cumplimiento del Plan de Acción de los servicios a ofertarse en la Biblioteca General Universidad Técnica de Ambato.

5.5. ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD

Análisis Organizacional

La propuesta es factible porque los involucrados como son Autoridades, Empleados y Estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, están conscientes de que la Biblioteca necesita replantear el servicio y ofrecer calidad en el mismo, dada la importancia que la Dependencia representa en el proceso de inter aprendizaje, y sobretodo tendiente siempre a promover el aprendizaje y la actitud investigadora del estudiante.

Análisis Económico-Financiero

La propuesta es factible desde el punto de vista económico, debido a que es necesario invertir para mantener la Acreditación, Clase "A" que tiene la Universidad y con más razón si se tratar de alcanzar una certificación internacional pues son las Bibliotecas uno de parámetros más importantes a ser considerados.

Análisis Socio Cultural

La contribución a la sociedad y a la cultura es factible puesto que el vínculo Universidad-Sociedad es muy estrecha y el presente trabajo pretende alcanzar el papel integrador de las bibliotecas, desde donde se pretende facilitar el acceso a la investigación a toda la población y colaborar como

mediador de la parte cognitiva del investigador quien ayuda a resolver problemas de la comunidad y sociedad.

5.6. FUNDAMENTACIÓN

La incorporación de las nuevas tecnologías de la información al mundo bibliotecario ha motivado la aparición de nuevos productos, nuevas actividades y técnicas de transmisión de información y nuevas formas de gestión en los servicios de una biblioteca universitaria. Frente a estos avances tecnológicos, cada vez se hace más necesaria la aplicación de herramientas que permitan una mejora en la comunicación y difusión de servicios bibliotecarios y que a su vez ofrezcan la posibilidad de satisfacer mejor las demandas informativas de nuestros clientes.

Generalmente, cuando hablamos de marketing, lo asociamos a actividades empresariales y lo relacionamos con conceptos tales como publicidad, ventas, estudios de mercado, etc., conceptos que a priori nos pueden parecer alejados de la concepción tradicional que se tiene de los servicios bibliotecarios, pero que están muy vinculados a la concepción moderna de gestión de cualquier tipo de servicio de información.

El marketing es algo más que una ciencia empresarial, es un fenómeno social de nuestro tiempo y un elemento esencial de cualquier organización, al que los servicios bibliotecarios no pueden vivir de forma aislada como generadores, transmisores y distribuidores de un producto como la información.

La presente comunicación no pretende ser la fórmula mágica para solucionar todos los problemas con los que contamos actualmente para la difusión de servicios, pero sí nos invita a una reflexión sobre la necesidad de aplicar el marketing al mundo de la biblioteconomía y se proponen unas líneas de actuación que pueden ser bastante útiles para todos aquellos que trabajamos en cualquier servicio de información.

Objetivo

Diseñar el Plan de acción de servicios para que se implante en la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato.

Estrategia

Desarrollar un plan de acción de los servicio analizando cada uno de los elementos para alcanzar una buena imagen institucional.

Acción

Implementar un plan de acción dirigida a los usuarios de la dependencia, con el propósito de incentivar, informar, persuadir y recordar la existencia de la misma y sobre todo alcanzar la calidad en el servicio.

Canales para la difusión:

- La biblioteca debe publicar y comunicar los servicios bibliotecarios a través de materiales y actividades informativas y promocionales, sin olvidar desde luego el contacto directo con el público, forma parte en sí del proceso comunicativo.
- Lanzamiento de la biblioteca. Con todos los servicios a implementarse se podrá contar con la nueva biblioteca y se dará a conocer a los usuarios, autoridades, docentes y empleados de la UTA.
 - Las relaciones Públicas
 - Materiales Publicitarios Audiovisuales
 - Publicidad Electrónica
 - Organización de espacios y señalización
 - La formación de usuarios

MATRIZ DE IMPACTO

VALORACION

ALTO IMPACTO	=	5
MEDIO IMPACTO	=	3
BAJO IMPACTO	=	1

		Alto Impacto	Medio Impacto	Bajo Impacto	
F	F1:	VARIEDAD DE LIBROS EN TODAS LAS DISCIPLINAS	5		
	F2:	UBICACIÓN ESTRATEGICA		3	
	F3:	HORARIO DE ATENCION AMPLIADO	5		
	F4:	EXCELENTES RELACIONES CON LA COMPETENCIA	5		
	F5:	EXPERIENCIA Y FORMACION DEL PERSONAL	5		
O	O1:	CONSTRUCCION DE NUEVAS INSTALACIONES	5		
	O2:	APOYO DE LAS AUTORIDADES	5		
	O3:	CREACION DE NUEVAS EXPERIENCIAS Y ESPACIOS	5		
	O4:	USO DE LA TECNOLOGIA	5		
	O5:	DEMANDA DEL SERVICIO	5		
D	D1:	DESCONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA	5		
	D2:	DESACTUALIZACION DE LIBROS	5		
	D3:	ESPACIO LIMITADO	5		
	D4:	INADECUADA APLICACIÓN DE MARKETING	5		
	D5:	PERSONAL LIMITADO		3	
A	A1:	PRESUPUESTO LIMITADO		3	
	A2:	BIBLIOTECA VIRTUAL		3	
	A3:	DESCONOCIMIENTO DEL CATÁLOGO EN LÍNEA	5		
	A4:	USO INADECUADO DE REDES SOCIALES	5		
		SUMATORIA	80	12	0

Elaborado por: Coloma L., Norma E. (2012)
Fuente: Diagnostico Situacional Interno

PLANTEAREMOS ESTRATEGIAS DE MEJORA EN FUNCION DE LAS VARIABLES QUE TIENE VALORACION 5

PLAN DE ACCIÓN 2012

AZUL = FORTALEZAS	ROJO = DEBILIDADES	MORADO = OPORTUNIDADES	NEGRO = AMENAZAS						
¿Para qué?	FACTOR DEL FODA ELEGIDO	CLASIFICACION	ESTRATEGIAS	¿Qué se debe hacer?	¿Cuándo?		¿Quién?	¿Cuánto costará?	Indicador de Evaluación
OBJETIVO				ACTIVIDADES	FECHA	DURACION	RESPONSABLE	\$	
1.- Efectuar alianzas estratégicas con las mejores Editoriales del Ecuador para que nos proporcionen libros actualizados y de utilidad acorde cada especialidad.	VARIEDAD DE LIBROS EN TODAS LAS DISCIPLINAS DESACTUALIZACION DE LIBROS	FORTALEZA DEBILIDAD	1.-ALIANZA ESTRATEGICA	1.- Visitar las mejores editoriales para establecer convenios Interinstitucionales.	Lunes 4 al 15 de Junio de 2012	10 días	Autoridades y Personal de Biblioteca		Firma de Convenios, Fotografías, Publicación en la Prensa.
				2.- Recibir los libros, codificarlos y organizarlos	Lunes 02 al 14 de Julio de 2012	10 días	Personal de biblioteca	20000,00	Acta recepción de Libros, facturas.
2.- Establecer los servicios que presta la biblioteca para satisfacer la demanda de la comunidad universitaria.	DESCONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA HORARIO DE ATENCION AMPLIADO	DEBILIDAD FORTALEZA	2.- CAMPAÑA DE DIFUSION DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA BIBLIOTECA	3.- Realizar una Campaña que permita difundir el horario y los servicios que presta la biblioteca, Talleres de Socialización a las facultades y comunidad en General.	Lunes 16 al Viernes 27 de Junio de 2012	10 días	Autoridades y Personal de Biblioteca	6800,00	Fotografías y Publicación en la Prensa, hoja de Asistencia a talleres de Socialización.
				4.-Evaluar la Campaña realizada para medir su Impacto.	Lunes 16 al Viernes 27 de Junio de 2012	10 días	Personal de biblioteca	3100,00	Entrevista/ Encuesta aleatoria a la comunidad para medir el impacto de la campaña.
3.- Realizar un Congreso - Seminario " Bibliotecas frente a los retos del siglo XXI "	EXCELENTES RELACIONES CON LA COMPETENCIA	FORTALEZA	3.- SEMINARIO - CONGRESO	5.- Realizar una reunión de Socialización del evento con las partes involucradas	Lunes 11 de Junio de 2012	1 día	Personal de biblioteca y Usuarios	1500,00	Hoja de Asistentes
				6.- Elaborar las Invitaciones a las Bibliotecas para que acudan al Seminario - Congreso.	Lunes 11 al Viernes 15 de Junio de 2012	5 días	Personal de Biblioteca	1650,00	Invitaciones

				7.- Desarrollo y Organización del Evento	Jueves 26 y Viernes 27 de Julio	2 días	Personal de Biblioteca	3525,00	Publicación Prensa, Invitaciones, Diplomas
4.- Efectuar eventos de capacitación para fortalecer las competencias del personal que labora en las bibliotecas de la UTA.	EXPERIENCIA Y FORMACION DEL PERSONAL	FORTALEZA	4.- CURSOS DE CAPACITACION	8.- Realizar EVENTOS de capacitación afines al área de la Bibliotecología.	Lunes 06 al 09 de Agosto de 2012	4 días	Dirección de Personal y personal de Biblioteca	6500,00	Documento con firmas de Asistencia, Publicación prensa y diplomas.
5.- Seleccionar y Contratar personal para satisfacer las exigencias de la comunidad universitaria y público en general.	PERSONAL LIMITADO	DEBILIDAD	5.- Selección y Contratación de Personal	9.- Difundir por la prensa el perfil requerido para seleccionar al nuevo personal.	02 al 06 de Julio de 2012	5 días	Autoridades y Dirección de Personal	5000,00	publicación en la prensa y contratos firmados del nuevo personal
5.- Realizar un convenio Institucional para contar con una nueva Infraestructura Física de la Biblioteca General UTA, predios Huachi.	CONSTRUCCION DE NUEVAS INSTALACIONES	OPORTUNIDAD	6.- NUEVAS INSTALACIONES	10.- Firma del Convenio UTA - Biblioteca General UTA.		1 día	Autoridades Constructores	250000,00	Firmas de Convenio, Fotografías, Publicaciones.
	ESPACIO LIMITADO	DEBILIDAD		11.-Presentar en 3D los nuevos espacios funcionales con los que contará la nueva Biblioteca general de la UTA.			Autoridades Profesionales del Área	3550,00	Cd con archivo en 3 D.
	CREACION DE NUEVAS EXPERIENCIAS Y ESPACIOS	OPORTUNIDAD		12.-Presentar en 3D las nuevas experiencias que ofrecerá la nueva Biblioteca general de la UTA.			Autoridades-Profesionales del Área - Personal de la Biblioteca	1100,00	Cd con archivo en 3 D.
6.- Adquirir tecnología acorde las necesidades y exigencias actuales de la Biblioteca frente a los retos del siglo XXI.	USO DE LA TECNOLOGIA	OPORTUNIDAD	7.- TECNOLOGIA	13.- Publicar por la prensa a proveedores que ofrezcan servicios tecnológicos acorde con las exigencias de la Biblioteca			Autoridades	4250,00	Publicaciones en la prensa.
				14.- Contratar al Proveedor más efectivo según las condiciones establecidas en el contrato.	Miércoles 05 de Septiembre de 2012	1 días	Autoridades	135000,00	Firma de Convenios, Fotografías, Publicación en la Prensa.
7.- Presentar propuestas gráficas que permitan darle una Identidad Corporativa Uniforme a las Bibliotecas de la UTA según su especialización.	DEMANDA DEL SERVICIO	OPORTUNIDAD	8.- PIEZAS GRAFICAS INNOVADORAS	15.- Exponer la propuesta grafica para las autoridades y comunidad en General	Lunes 10 de Septiembre de 2012	1 día	Personal de Biblioteca	5600,00	Piezas Graficas Digitales, Publicación en la Prensa, fotografías.

<p>8.- Desarrollar estrategias de Marketing BTL para impactar a la población Universitaria.</p> <p>9.- Difundir por la web 2.0 los productos y servicios que ofrece la Biblioteca de la UTA.</p> <p>10.- Diseñar un mecanismo de seguridad que brinde garantía interna y externa a todos los servicios que ofrece la biblioteca</p>	<p>INADECUADA APLICACIÓN DE MARKETING</p> <p>DESCONOCIMIENTO DEL CATÁLOGO EN LÍNEA</p> <p>PERDIDA DE LIBROS</p>	<p>DEBILIDAD</p> <p>AMENAZA</p> <p>AMENAZA</p>	<p>9.- ESTRATEGIAS BTL</p> <p>10.-MEDIO WEB 2.0</p> <p>11.-SEGURIDAD BIBLIOTECARIA</p>	<p>16.- Presentar en los predios Universitarios de Huachi, Ingahurco, Querochaca la estrategia de MKT BTL</p>	<p>Lunes 17 al 21 de Septiembre de 2012</p>	<p>5 días</p>	<p>Personal de Biblioteca</p>	<p>5500,00</p>	<p>Fotografías y publicaciones en la prensa</p>
				<p>17.-Diseñar una Página web que permita acceder por parte del usuario a los servicios que ofrece la Biblioteca en su nueva imagen y presentarlo a la comunidad.</p>	<p>Lunes 01 de Octubre a viernes 19 de octubre de 2012.</p> <p>Lunes 22 de Octubre Lanzamiento.</p>	<p>16 días</p>	<p>Personal de Apoyo Informático</p>	<p>5800,00</p>	<p>Página web.</p>
				<p>18.-Realizar una reunión entre actores universitarios para definir el mecanismo más idóneo de seguridad interna y externa para las bibliotecas de la UTA.</p>	<p>Lunes 24 de Octubre de 2012</p>	<p>1 día</p>	<p>Autoridades y personal de Biblioteca</p>	<p>3150,00</p>	<p>Hoja de Asistencias y Resoluciones</p>
<p>11.- Realizar conferencias o encuentros de Capacitación sobre el Uso de las Redes Sociales.</p>	<p>MAL USO DE LAS REDES SOCIALES</p>	<p>AMENAZA</p>	<p>12.-REDES SOCIALES</p>	<p>19.- Desarrollar conferencias y capacitaciones sobre el Uso de las Redes Sociales.</p>	<p>05 al 09 de Noviembre de 2012.</p>	<p>5 días</p>	<p>Personal de Apoyo Informático</p>	<p>4340,00</p>	<p>Hoja de Asistencias y Publicación en la Prensa.</p>
<p>11 Objetivos que plantea éste Plan de Acción para mejorar los servicios de la Biblioteca General de la UTA.</p>	<p>20 Variables del FODA que permitieron realizar el Diagnostico Situacional y plantear un Plan de Acción.</p>		<p>12 Estrategias de Marketing para Optimizar los Servicios</p>	<p>19 Actividades por cumplir para mejorar los Servicios que ofrecerá la nueva Biblioteca de la UTA.</p>					
<p>DIAS DEL PLAN DE ACCION</p>							<p>VALOR TOTAL \$ 447.425.00</p>		

ADMINISTRACIÓN

La encargada de administrar la propuesta será el personal que labora en la Biblioteca General de la Universidad Técnica de Ambato, quienes se encargarán de revisar y analizar el plan de mejoramiento de servicios propuesto, el mismo que tiene como objetivo principal, generar mayor nivel de satisfacción de los usuarios que acuden a sus instalaciones. La Jefa de Biblioteca mantendrá una gestión de control.

EVALUACIÓN

Continua y permanente y flexible en el momento indicado

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

¿Qué se debe hacer?	¿Cuándo?
1.- Visitar las mejores editoriales para establecer convenios Interinstitucionales.	Lunes 4 al 15 de Junio de 2012
2.- Recibir los libros, codificarlos y organizarlos	Lunes 02 al 14 de Julio de 2012
3.- Realizar una Campaña que permita difundir el horario y los servicios que presta la biblioteca, Talleres de Socialización a las facultades y comunidad en General.	Lunes 16 al Viernes 27 de Junio de 2012
4.-Evaluar la Campaña realizada para medir su Impacto.	Lunes 16 al Viernes 27 de Junio de 2012
5.- Realizar una reunión de Socialización del evento con las partes involucradas	Lunes 11 de Junio de 2012
6.- Elaborar las Invitaciones a las Bibliotecas para que acudan al Seminario - Congreso.	Lunes 11 al Viernes 15 de Junio de 2012
7.- Desarrollo y Organización del Evento	Jueves 26 y Viernes 27 de Julio
8.- Realizar EVENTOS de capacitación afines al área de la Bibliotecología.	Lunes 06 al 09 de Agosto de 2012
9.- Difundir por la prensa el perfil requerido para seleccionar al nuevo personal.	02 al 06 de Julio de 2012
10.- Firma del Convenio UTA - Biblioteca General UTA.	
11.-Presentar en 3D los nuevos espacios funcionales con los que contará la nueva Biblioteca general de la UTA.	
12.-Presentar en 3D las nuevas experiencias que ofrecerá la nueva Biblioteca general de la UTA.	
13.- Publicar por la prensa a proveedores que ofrezcan servicios tecnológicos acorde con las exigencias de la Biblioteca	
14.- Contratar al Proveedor más efectivo según las condiciones establecidas en el contrato.	Miércoles 05 de Septiembre de 2012
15.- Exponer la propuesta grafica para las autoridades y comunidad en General	Lunes 10 de Septiembre de 2012
16.- Presentar en los predios Universitarios de Huachi, Ingahurco, Querochaca la estrategia de MKT BTL	Lunes 17 al 21 de Septiembre de 2012
17.-Diseñar una Página web que permita acceder por parte del usuario a los servicios que ofrece la Biblioteca en su nueva imagen y presentarlo a la comunidad.	Lunes 01 de Octubre a viernes 19 de octubre de 2012. Lunes 22 de Octubre Lanzamiento.
18.-Realizar una reunión entre actores universitarios para definir el mecanismo más idóneo de seguridad interna y externa para las bibliotecas de la UTA.	Lunes 24 de Octubre de 2012
19.- Desarrollar conferencias y capacitaciones sobre el Uso de las Redes Sociales.	05 al 09 de Noviembre de 2012.

RESÚMEN PRESUPUESTO

¿Qué se debe hacer?	¿Cuánto costará?
1.- Infraestructura física y tecnológica	390800,00
2.- Bibliografía	20000,00
3.- Campaña de Publicidad y Difusión	37875,00
4.- Otros	17690,00

TOTAL: \$ 466.365.00

6.1. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ALLEPUZ ROS, T. (s.f.) Marketing, calidad y servicios de información.(En línea) disponible: Information World en Español, 38 (p. 6-8)
- ✓ America Librari Association ALA. (1983). Biblioteca. In: Planificación de recursos para el aprendizaje y la investigación (CRAIS): un estudio de caso. En: Boletín de ANABAD, Nº 2 (Abril-Julio 2007). 335-354pp.
- ✓ ARRIOLA NAVARRETE, Oscar (2006). Evaluación de Bibliotecas: Un modelo desde la óptima de los sistemas de gestión de calidad. Alfagrama, Buenos Aires. 121pp.
- ✓ BLÁZQUEZ VIEDMA, Marta y MEDINO MUÑOZ, Juan A. (2010).Atención al usuario en bibliotecas. In: VII Encuentro de bibliotecarios Municipales de Gran Canaria Santa Briga, Instituto Madrileño de Estudios Documentales, IMED. Madrid. 111pp.
- ✓ BONTA, Patricio y Farber, Mario. (1995). 199 preguntas sobre marketing y publicidad. (En línea) disponible cramberry.net/.../955-bonta-py-faber-m-199-preguntas-sobre-market...
- ✓ CARRIÒN, Manuel (1993). Manual de bibliotecas. In Planificación y organización de bibliotecas. Fundación Germán Sánchez Rupérez. Madrid. 550-589pp.
- ✓ DICCIONARIO de marketing (2003). Cultura. Madrid. 400p.
- ✓ ESPINÁS, E. (1999). Datos e indicadores: herramientas del marketing. En: Educación y Biblioteca, 11(100) (p.31-33)
- ✓ FREIRE RUBIO, Patricio (2010). Servicios Bibliotecarios. Ambato: (s.e). 46pp.
- ✓ FUENTES ROMERO, Juan José (2007). Planificación y organización de centros documentarios: organización y funcionamiento de bibliotecas, centros de documentación y centros de información. Trea. España. 413pp.
- ✓ GARCIA, Irma Luz (2009). Servicios de referencias. 2ª ed. Alfagrama. Buenos Aires. 278pp.
- ✓ GOMEZ HERNÁNDEZ, J.A. (2002). Gestión de Bibliotecas. (En línea) disponible <http://www.un.es>.

- ✓ GONZALES TERUEL, Aurora (2005). Los estudios de necesidades y usos de la información: fundamentos y perspectivas actuales. Trea. España.181pp.
- ✓ HAYES, B. (2000). Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios. Gestión. Barcelona. 125pp.
- ✓ HERNANDEZ CASTILLO, Claudia (2009). La filosofía en el verdadero servicio. (En línea) disponible www.porrua.com
- ✓ IFLA (2001). Directrices INFLA / UNESCO para el desarrollo del Servicio de Bibliotecas públicas.(En línea) disponible <http://uniscodoc.org/images/0012/001246/1246545.pdf>
- ✓ KLAASSEN TERRUEL, Aurora (2005). Gestión de la calidad y marketing en las bibliotecas públicas. Fundación Bertelsmann. España. 130pp.
- ✓ KOTLER, P.H. y DUBOIS, B.(1986). Marketing Management. Paris. Publi-Visión. 254pp.
- ✓ KOTLER, P.H., CAMARA, D., GRANDA, I. y CRUZ, I. (2005). Dirección de marketing. (En línea) disponible Promonegocios.net
- ✓ KOTLER, P.H., BLOOM y HAGES (2004). Marketing de servicios profesionales. Paidós SAICF. 9-10pp.
- ✓ LOVELOCK, CHRISTOPHER, H. Y Wirtz, Jochen (2009). Marketing de servicio. Pearson. México. 541pp.
- ✓ MELNIK, Diana y PEREIR, María Elina. (2006). Bases para la administración de bibliotecas. Alfagrama. Buenos Aires. 205pp.
- ✓ MONFASANI, ROSA Emma y CRUZEL, Marcela Fabiana (2006). Usuarios de la información: Formación y desafíos. Alfagrama. Buenos Aires. 22pp.
- ✓ MORALES LOPEZ, VALENTINO (2010). Metodología en la bibliotecología. Alfagrama. Buenos Aires.104pp.
- ✓ Orera, Luisa (2005). La biblioteca Universitaria. (En línea) disponible www.casadellibro.com/libro-la-biblioteca-universitaria
- ✓ Orriola Navarrete, Óscar (2006). Evaluación de Bibliotecas: Un modelo desde la óptica de los sistemas de gestión de calidad. Alfagrama. México. 121p.p.
- ✓ RAMOS SIMÓN, L.F. (1995). Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales. Síntesis Madrid. 378pp.

- ✓ SANCHEZ AVILLANEDA, María del Rocío. (2005). Señal ética: conceptos y fundamentos, una aplicación en bibliotecas. Alfagrama. Buenos Aires.
- ✓ SANTAELLA Ruiz, Rita Dolores (2005). Metodología de estudios de usuarios de información. (En línea) disponible <http://www.cibersociedad.net>
- ✓ UNIVERSIDAD CARLOS III (2001). Formar usuarios. Universitaria. Madrid. 117pp.
- ✓ VOGT, Hannelore (2004). El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión. Fundación Bertelsmann. Barcelona. 132pp.

ANEXOS

Servicios bibliotecarios en INTERNET



Internet es la red de datos más extensa del mundo, resultado de la operación conjunta de las redes que utilizaban el protocolo TCP/IP¹². En este contexto, qué papel puede jugar la biblioteca y el bibliotecario:

Desde un punto de vista humanístico se podría decir que la biblioteca sería el centro de la comunidad que garantizase el acceso democrático a esa información a aquellos que no tuvieran medios materiales para hacerlo. Pero podríamos aventurar que tendría una gran tarea en lo relativo a formación de usuarios, búsquedas bibliográficas especializadas y proporcionar información elaborada.

Biblioteca Virtual



Biblioteca Virtual Repositorios



Repositorio Digital UTA

[Click Aquí](#)

Uso del repositorio digital de la U.T.A.

Listar: Permite listar las diferentes Unidades Académicas de la Universidad y de cada Facultad, organizado por Tesis de Pregrado, Posgrado, y documentación Técnico Científica generada por las Unidades Operativas de Investigación de cada Facultad.

Listar

Visualizar la información digital: Por fecha de publicación, Autores, Títulos, Temas.

Buscar: El repositorio digital permite realizar búsquedas simples o avanzadas.

PROGRAMA ABC

ABC creado con el propósito de brindar funciones de automatización para las bibliotecas y para cualquier proveedor de información como centros de documentación, permite el manejo de cualquier estructura bibliográfica y no bibliográfica. Este paquete de software existe como un conjunto de módulos relativamente independientes.

Qué ofrece ABC? es una herramienta integrada de gestión de bibliotecas que cubre todas las funciones principales en una biblioteca: • Adquisiciones • Gestión de bases de datos bibliográficas • Gestión de usuarios • Gestión de préstamos • Control de publicaciones periódicas • Búsqueda a usuarios finales en bases de datos locales, externas y portal para la biblioteca.

BASES DE DATOS

E-Tech

Comprende las bases de datos de PROQUEST, E-BRARY, E-LIBRO

Acceso en línea a textos completos de más de 11.150 publicaciones periódicas de corriente principal y de difusión, también periódicos y revistas con resúmenes detallados e indización de 4.000 publicaciones adicionales.

El conjunto de las áreas de cobertura en la base de datos está compuesta por más de 160 disciplinas cubiertas y temas tales como:

Ciencias Económicas y Negocios, Ciencias Administrativas, Computación y Telecomunicaciones, Ciencias Sociales, Ciencias Políticas, Arte y Literatura, Humanidades, Ciencias Básicas

E-libro 130.000 libros en español

Bienvenido a e-libro

Antes de comenzar a usar e-libro, verifique que en su navegador esté corriendo Java 1.6 o una versión superior www.java.com.

Debajo verá algunos pasos simples que le ayudarán a comenzar. También puede solicitar un entrenamiento virtual.

Para un mayor soporte y solución de problemas escribanos un correo electrónico a Ayuda al Cliente soporte@e-libro.com También puede ver la [página de ayuda](#) o descargar el tutorial en: www.e-libro.com/ayuda.



Ebrary 195 libros en inglés

Biblioteca virtual de salud

Pro-Quet:

En formato full text, imágenes con gran Contenido visual, gráficos, mapas y fotos con 50 millones de artículos que se incrementan a diario.

EBSCO

Academic Search Complete. Incluye más de 7.500 títulos de publicaciones periódicas en texto completo y más de 6.400 publicaciones arbitradas. Ofrece además índices y resúmenes de más de 11.600 publicaciones especializadas y un total de más de 12.200 publicaciones diversas, entre las que se incluyen monografías, informes y conferencias

Esta colección académica ofrece una cobertura de información incomparable en textos completos sobre muchas áreas de estudio académico, incluyendo, entre otras: ciencia animal, antropología, estudios regionales, astronomía, biología, química, ingeniería civil, ingeniería eléctrica, estudios multiculturales y étnicos, ciencia y tecnología de los alimentos, ciencia general, geografía, geología, derecho, ciencia de materiales, matemáticas, ingeniería mecánica, música, ciencias farmacéuticas, física, psicología, religión y teología, veterinaria, estudios sobre la mujer, zoología y muchos otros campos.

CENGAGE Learning

Obras de Referencia. 13.981 títulos de publicaciones Artes, arquitectura, economía, administración, biotecnología, administración, agroindustrial, física, matemáticas, humanidades y ciencias de la conducta, biología y química, ciencia y tecnología. Enciclopedia de la biografía del mundo, literatura de 1785.

SPRINGER

1900 títulos de publicaciones periódicas, journals y revistas Contiene ciencias sociales (economía derecho, educación, historia mundial, antropología); ingeniería y tecnología; ciencias exactas; ciencias médicas, ciencias de la vida.

GALE VIRTUAL:

☑ Gale Virtual Reference Library es una base de datos de enciclopedias y fuentes especializadas de referencia para investigaciones multidisciplinarias. Estos materiales de referencia originalmente estaban accesibles solamente en la biblioteca, pero ahora puede consultarlos en línea desde cualquier lugar 24 horas al día, 7 días a la semana. Dado que cada biblioteca tiene su propia colección de eBooks, el contenido puede variar si usa la base de datos en diferentes bibliotecas (la de su escuela, biblioteca pública u oficina).

TAYLOR AND FRANCIS

Contiene 1312 títulos.

Educación, Ciencias del Comportamiento, Arte y Humanidades. Biociencia, Política, Relaciones Internacionales y Estudios Regionales, Medio Ambiente y Agricultura, Ingeniería, Informática y Tecnología, Administración de Empresas y Economía, Finanzas, Ciencias de la Comunicación, la Cultura y Comunicación, Salud Pública y Asistencia Social, Geografía, Historia, Planificación Urbana y Medio Ambiente, Química, Deporte, Turismo Estratégico, Defensa y Estudios de Seguridad, Matemáticas y Estadística, Biblioteca y Ciencias de la Información, Sociología y disciplinas relacionadas, Física, Criminología y Derecho, Antropología y Arqueología, Odontología, Ciencias de la Tierra, Negocios e Industria, Ergonomía, Estudios Cinematográficos, Medicina, Enfermería, Ciencias Farmacéuticas, Toxicología

Correo electrónico

Una de las herramientas más útiles de INTERNET es el correo electrónico, que supone la posibilidad abierta de enviar y recibir mensajes, en tiempo de segundos, y con unos costes inapreciables. Muchos de los productos que antes difundía la biblioteca en formato papel: boletines de novedades, sumarios de revistas. Actualmente a través del servicio E-mail se pueden difundir en pocos

segundos, y eliminamos el alto coste que suponía en esfuerzo humano y económico la elaboración de los mismos.

Teléfono:

El teléfono fue, sin duda, el primer servicio de referencia virtual. Cuando comenzó a utilizarse, su principal ventaja era la inmediatez de la respuesta: con sólo llamar a la biblioteca se podía obtener la información necesaria, pero, si las llamadas locales estaban aranceladas, implicaba un alto costo para el usuario.

Chat:

Permite el intercambio de mensajes en tiempo real entre el usuario y el bibliotecario, a través de un software especial.

Mensajería instantánea:

Una de las ventajas de este software es que es gratuito; se puede bajar de la red y los usuarios están familiarizados con él. Permite intercambiar mensajes escritos con el bibliotecario. La desventaja está dada en que el usuario debe contar con el software instalado en la PC que desea utilizar para acceder al servicio.

Video conferencia

El beneficio de este tipo de servicio de referencia radica en que tanto el bibliotecario como el usuario pueden verse y oírse.

Realidad Virtual

La tecnología MOO (Multi-UserObjectOriented) fue creada originalmente para juegos en Internet. Adaptada a la bibliotecología, permite crear entornos virtuales, tridimensionales, para que usuarios y bibliotecario se encuentren en espacios que les sean familiares.



Mensajes de texto

Este tipo de referencia es relativamente nueva y permite enviarle un mensaje de texto al celular de la biblioteca; se usa generalmente para consultar por reservas de material, fechas de devoluciones o datos puntuales, ya que no permite explayarse mucho en la redacción.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
BIBLIOTECA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

OBJETIVO: Diagnosticar las necesidades de los usuarios para desarrollar estrategias que nos permitan mejorar los servicios que presta su biblioteca

INSTRUCTIVO: Marque con una X en la respuesta que usted más se identifique.

DATOS:

Estudiante Docente Facultad

1.- Conoce usted los diversos servicios que presta la biblioteca general de la UTA

Sí No

2.- Con qué frecuencia usted acude a la biblioteca

1 vez al día

1 vez a la semana

1 vez al mes

1 vez en el semestre

Otros

3.- ¿Por qué medio le gustaría recibir actualizaciones bibliográficas?

Correo electrónico

Boletín entregado personalmente

Mensaje de texto

Otros

4. ¿Le gustaría que la biblioteca general cuente con una página Web?

Sí No

5.- ¿Conoce si la biblioteca general cuenta con biblioteca virtual?

Sí No

6. ¿Ha utilizado Ud. el catálogo en línea que dispone la biblioteca general?

Sí No

7 ¿Ha encontrado usted en la biblioteca general los libros que necesita?

Sí No

Si su respuesta es no, favor cite que libro no encontró.

.....

8. ¿Cuál de las Bases de Datos Ud. ha usado?

EBSCO COBUEC SPRINGER EBRARY GALE

EL LIBRO PROQUEST SCIELO CENGALE LEARNING

BIBLIOTECA VIRTUAL EN SALUD NINGUNA

9. ¿Qué valora más cuando acude a la biblioteca?

Material bibliográfico

Servicio al cliente

Limpieza

Espacios funcionales

Otros

10. ¿Qué convenios considera Ud. debe realizar la biblioteca General?

a) Cámara de libro b) Entidades Culturales c) Embajadas

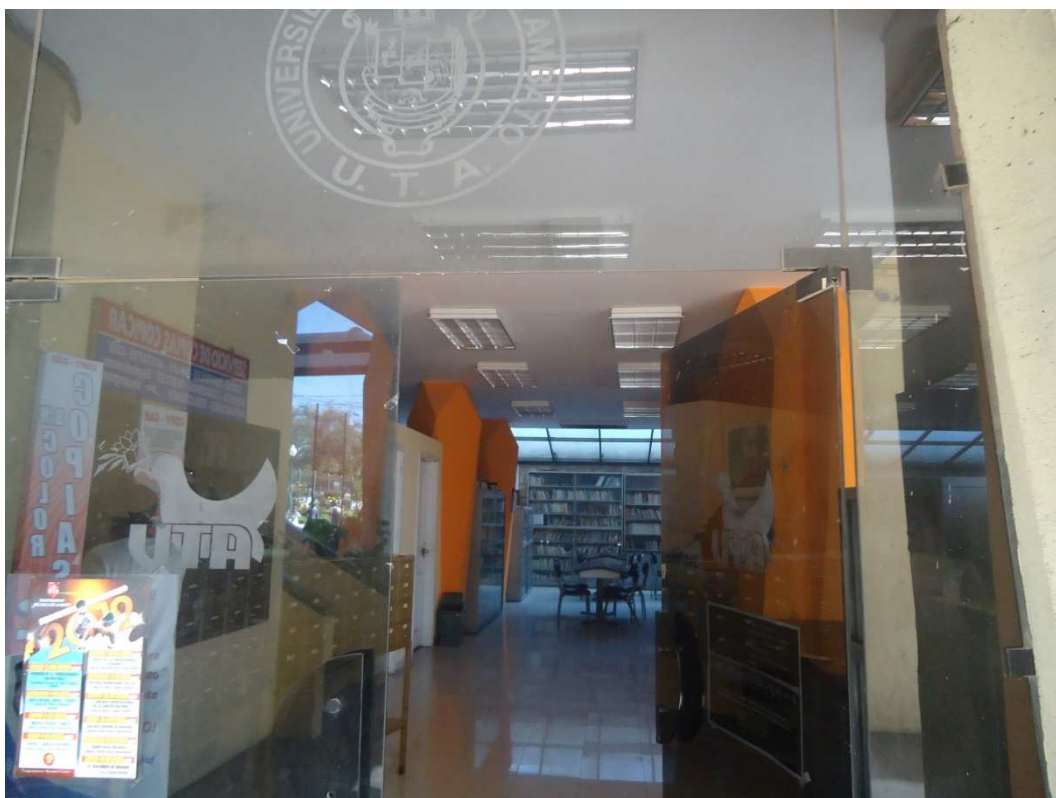
d) Préstamo interbibliotecario Otros

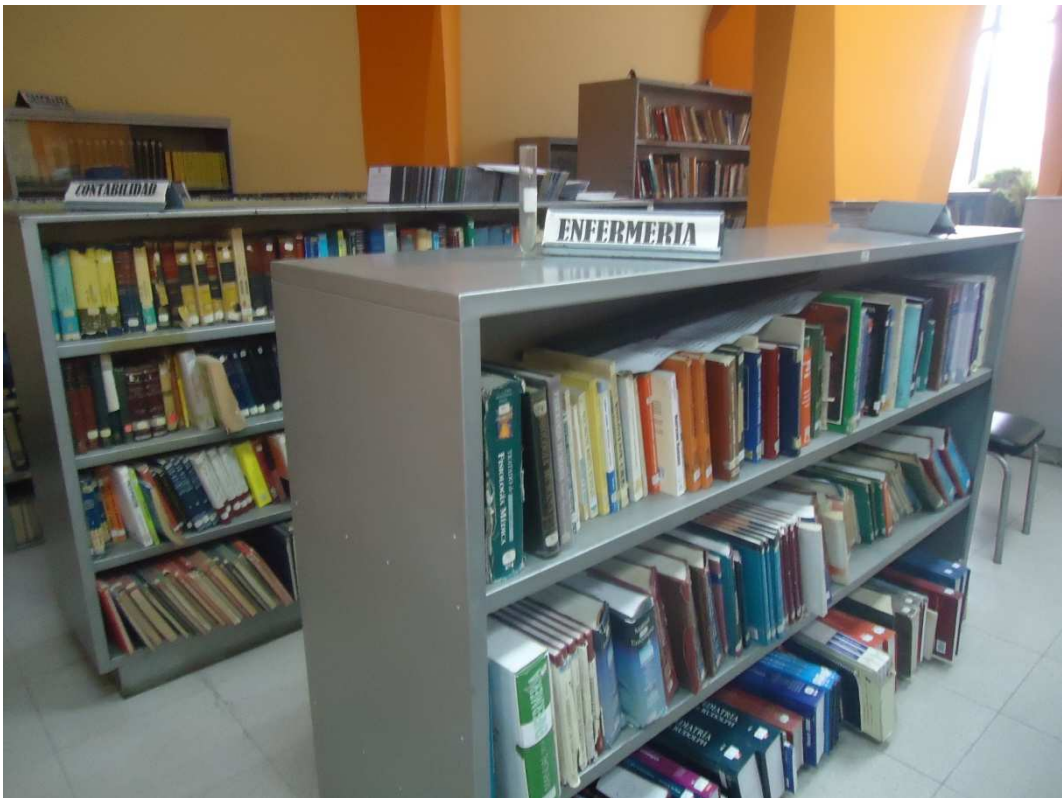
11. ¿En qué predios universitarios considera Ud. debería funcionar la biblioteca?

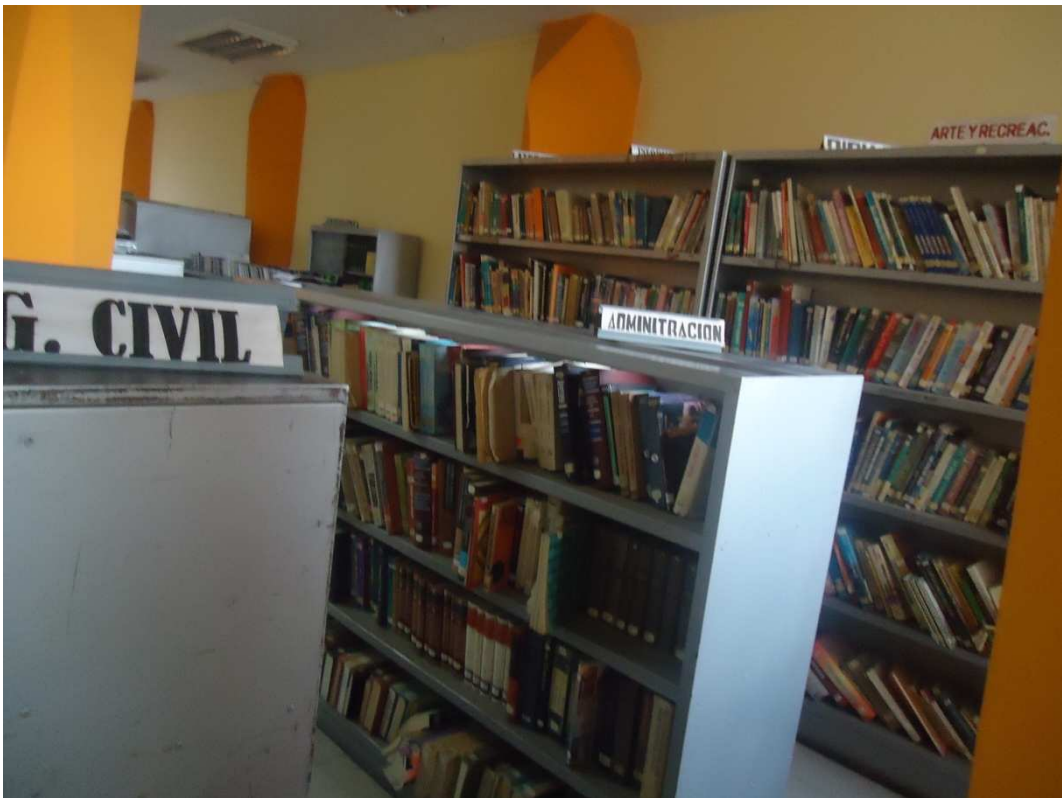
Huachi Ingahurco Querochaca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FOTOS BIBLIOTECA GENERAL













INTERNET



