



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACION A DISTANCIA
LICENCIATURA EN ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DOCUMENTAL
Y ORGANIZACIÓN DE ARCHIVOS HISTÓRICOS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DOCUMENTAL Y
ORGANIZACIÓN DE ARCHIVOS HISTÓRICOS

TEMA:

ESTRATEGIAS DEL SERVICIO DE USUARIOS, PARA EL “CENTRO DE DOCUMENTACIÓN REGIONAL JUAN BAUTISTA VÁZQUEZ (CDRJBV) DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA A TRAVÉS DE LA BIBLIOTECA DEL CAMPUS YANUNCAY EN EL 2016”.

AUTOR:

JUAN PABLO CRIOLLO SAQUICARAY

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por el señor Juan Pablo Criollo Saquicaray, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

DIRECTOR TRIBUNAL

Ing. Gerardo Luis Lara Noriega

MIEMBRO TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, Juan Pablo Criollo, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mí autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación.

Riobamba, 2017

Juan Pablo Criollo Saquicaray

CC:0104504410

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres Marcelo y Maguita, mi esposa Mónica y mis hijos Elías, Valeria, Jean y Dana, manera especial a ellos que fueron fuente de inspiración y coraje para nunca rendirme y luchar por ellos siempre, a mis hermanos por todo su apoyo y a toda mi familia que de una manera u otra fueron parte fundamental en todo mi trayecto como estudiante, ya que en momentos difíciles cuando mi fuerza de voluntad decaía, con sus consejos y palabras de aliento me volvían a levantar mi autoestima y me llenaban de confianza para continuar con todo el trabajo que conllevaba viajes, malas noches, agotamiento, para poder llegar a mi querida institución para así culminar mi vida académica en la Institución .

.....

Juan Pablo Criollo Saquicaray

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios por prestarme la vida, darme la fortaleza y permitirme a ver cumplido un de mis sueños en mi caminar, a todos mis familiares, amigos especialmente la Mst. Esthela Duran y Lic. María Teresa Sánchez por su ayuda y voluntad predispuesta y todas la personas que formaron parte para que este objetivo se allá cumplido con cabalidad, A los profesores y tutores de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Administración de Empresas, de manera especial a mi director de tesis, Ing. Norberto Hernán Morales Merchán y el Ing. Gerardo Luis Lara Noriega miembro del tribunal por su asesoría y guía muy valiosa. A todos, un Dios les pague sincero.

Juan Pablo Criollo Saquicaray

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	ix
Resumen.....	¡Error! Marcador no definido.
Abstract.....	x
Introucción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Formulación del problema	4
1.1.2 Delimitación del problema	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo general:	5
1.3.2 Objetivos específicos:	5
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO-CONCEPTUAL	6
2.1 LAS BIBLIOTECAS O CENTROS DE DOCUMENTACIÓN.	6
2.2 LAS BIBLIOTECAS ADAPTADAS A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	7
2.3 IMPLICACIONES DEL USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS EN EL ENTORNO DE LA DOCUMENTACIÓN BIBLIOTECARIA.....	8
2.3.1 Inmadurez de las tecnologías:	9
2.3.2 Expansión de las tecnologías.	9
2.3.3 Necesidad de capacitación:	9
2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL EN EL ECUADOR	9
2.5 USUARIOS.....	11

2.6	INFORMACIÓN	12
2.7	ESTRATEGIAS.....	13
2.7.1	Administración estratégica	14
2.7.2	Beneficios de la administración estratégica	14
2.7.3	Elementos de la administración estratégica	14
2.8	SERVICIO AL CLIENTE O USUARIO.....	16
2.8.1	Importancia del servicio al cliente- usuario	17
2.8.2	Tipos de atención al cliente	17
2.8.3	Características del servicio	18
2.8.4	Principios del servicio	19
2.8.5	Satisfacción del cliente	20
	CAPÍTULO III: MARCO METOLÓGICO	23
3.1	IDEA A DEFENDER	23
3.2	VARIABLES:	23
3.3	MARCO METODOLÓGICO.....	23
3.3.1	Modalidad	23
3.3.2	Métodos, técnicas e instrumentos	24
3.3.3	Técnicas:	24
3.3.4	Instrumentos:	24
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24
3.5	BREVE DECRIPCIÓN DE LA BIBLIOTECA JUAN BAUTISTA	25
3.6	HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN:.....	28
3.6.1	Análisis FODA	28
3.6.2	Composición de la matriz FODA	28
3.6.3	Aplicación de la matriz FODA	29
3.6.4	Priorización de factores	30
3.7	ESTABLECIMIENTO DE ESTRATEGIAS PARA LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS	33
3.8	APLICACIÓN DE ENCUESTAS	34
3.8.1	Procesamiento de información	34
3.8.2	Análisis y discusión de datos	44
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	46
4.1	DATOS INFORMATIVOS	46
4.1.1	Criterios.....	46

4.2	ESTRATEGIAS A DESARROLLARSE EN EL CENTRO DE INFORMACIÓN	47
4.2.1	Canales para la difusión	47
4.2.2	Las relaciones públicas	48
4.2.3	Materiales publicitarios escritos	48
4.2.4	Materiales publicitarios audiovisuales	49
4.2.5	Publicidad electrónica	50
4.2.6	Organización de espacios y señalización	51
4.2.7	La formación de usuarios	52
4.2.8	Alternativas de Mejora	53
	CONCLUSIONES	68
	RECOMENDACIONES	69
	BIBLIOGRAFÍA	70
	ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población	25
Tabla 2: MATRIZ FODA	29
Tabla 3: Tiempo de espera.....	35
Tabla 4: Mejorar en la atención	36
Tabla 5: Atención.....	37
Tabla 6: horarios de atención.....	38
Tabla 7: información del personal	39
Tabla 8: Atención vía telefónica.....	40
Tabla 9: Niveles de atención.....	41
Tabla 10: Servicios	42
Tabla 11: Mejorar los servicios	43

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tiempo de espera.....	35
Gráfico 2: Mejorar en la atención	36
Gráfico 3: Atención	37
Gráfico 4: horarios de atención.....	38
Gráfico 5: Información del personal.....	39
Gráfico 6: Atención vía telefónica.....	40
Gráfico 7: Niveles de atención.....	41
Gráfico 8: Servicios	42
Gráfico 9: Mejorar los servicios	43

RESUMEN

Las Estrategias del servicio de usuarios para el centro de documentación regional “Juan Bautista Vázquez” (CDRJBV) de la Universidad de Cuenca, a través de la biblioteca del campus “Yanuncay”, en el 2016, , fueron creadas con el fin de mejorar el servicio ofrecido por la biblioteca para los estudiantes y que los mismos utilicen de la mejor manera, se ha detectado que dichos servicios , no son empleados adecuadamente ni con la frecuencia óptima, lo cual deriva en una subutilización de la infraestructura física y tecnológica del centro, en esta investigación se elaboró un cuestionario de preguntas dirigido a usuarios de la biblioteca. Dentro de este marco conceptual, nuestra propuesta plantea que la biblioteca Juan Bautista Vázquez desarrolle estrategias del servicio de usuarios con el propósito de garantizar el uso adecuado de los espacios físicos y contenido bibliográfico y sobre todo – los más importante- que el estudiante en general utilicen los servicios y miren a la biblioteca como su aliado primordial en la consecución del conocimiento.

Palabras claves: SERVICIO AL USUARIO, ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACION

ABSTRACT

The strategies of users` services for the “Juan Bautista Vázquez” (CDRJBV) regional documentation center of the University of Cuenca, through the Yanuncay campus library, in 2016, they were created in order to improve the service offered by the library for the students and that the same ones use of the best way, it has been found that these services are not used properly or with the optimum frequency, which derives in a underutilization of the physical and technological infrastructure of the center, in this research, a questionnaire was developed for library users. Inside this conceptual framework, our proposal raises that the Juan Bautista Vázquez Library develops strategies of the users`service, with the intention of guaranteeing the adequate use of physical spaces and bibliographical content and especially the most important thing that students in general use the services and look at the library as a primary ally in the achievement of knowledge.

Keywords: USERS`SERVICE, SERVICE STRATEGIES .

INTROUCCI3N

Tradicionalmente, las bibliotecas han sido, las encargadas del almacenamiento y conservaci3n del acervo bibliogr3fico y de la informaci3n, pero tambi3n se han convertido, junto con los centros de documentaci3n, en los organismos encargados de difundir los documentos y de facilitar informaci3n a los usuarios.

Una de las principales funciones de las bibliotecas es crear sistemas de acceso a los documentos que est3n contenidos en su propia colecci3n, con el objetivo de prestar una informaci3n integral; tambi3n deber3an desarrollar sistemas de acceso a la informaci3n y a otros documentos que no se encuentren entre sus propios fondos. La explosi3n de Internet parece haber desplazado el papel de las bibliotecas y centros de documentaci3n a un plano secundario puesto que la informaci3n ya no se encuentra 3nicamente en esos antiguos centros del saber, contenidos escritos y almacenados en grandes libros, sino que masivamente va invadiendo la red. El Internet ha sustituido grandemente a los centros de informaci3n escrita, generando la necesidad de contar con un intermediario - biblioteca o centro de documentaci3n- para acceder a una informaci3n digital de una red.

Las principales funciones de un servicio de una biblioteca o centro de documentaci3n son: la informaci3n, la orientaci3n y la formaci3n de usuarios. Y para que cualquier consulta sea contestada satisfactoriamente, es necesario contar tanto con una buena colecci3n de referencia, como tener un perfecto dominio de los sistemas de consulta de cualquier fuente de informaci3n. Tambi3n es muy importante la orientaci3n y formaci3n de usuarios, para que sean ellos mismos los que puedan hacer uso de estos servicios por s3 mismos.

Con estos antecedentes, nos hemos formulado un tema de investigaci3n que logre desarrollar Estrategias del servicio de usuarios para el Centro de Documentaci3n Regional "Juan Bautista V3zquez" de la Universidad de Cuenca. Para lo cual nos planteamos desarrollar estrategias que dieran cuenta del cumplimiento de los objetivos propuestos, elaborando un marco te3rico referencial que permita el desarrollo de las

estrategias del servicio de usuarios del CDRJBV, Campus Yanuncay, además de realizar el diagnóstico del Centro de Documentación, para definir las áreas donde existen deficiencias; y, elaborar las estrategias del servicio de usuarios, las cuales estarán encaminadas a mejorar la gestión.

La propuesta está estructurada de cuatro capítulos: en el primero nos centramos en el problema de investigación, fortalecido por un planteamiento, formulación y delimitación del problema, reforzándolo con una justificación, que da cuenta de la necesidad de implementar la propuesta en la biblioteca Juan Bautista Vásquez para mejorar el servicio a los estudiantes. En el Capítulo segundo abordamos el tema de un marco teórico y conceptual, pilar fundamental para valernos del conocimiento científico y poder desarrollar el tema, que cuente con una fortaleza y pueda significar fuente de consulta. En el capítulo tres nos planteamos una idea a defender la misma que está argumentada con el planteamiento de las variables, un marco metodológico, y lo más importante identificar las herramientas metodológicas a ser aplicadas para obtener un diagnóstico de la situación de la biblioteca, habiendo utilizado la matriz FODA y el cuestionario de encuesta.

En el capítulo cuarto damos a conocer la descripción de la propuesta, las estrategias a desarrollar para mejorar el servicio de la biblioteca en calidad y cantidad.

Finalmente la propuesta realiza unas conclusiones y recomendaciones, las cuales dan a conocer los resultados obtenidos y su aplicación, para luego hacer unas recomendaciones, las cuales serán puestas en práctica por los organismos pertinentes, y dar el servicio a los usuarios en mejores condiciones, de calidad y calidez.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Centro de Documentación Regional “Juan Bautista Vázquez” (CDRJBV), de la Universidad de Cuenca, ofrece herramientas electrónicas que facilitan la investigación bibliográfica de los usuarios; sin embargo, se ha detectado que dichas herramientas, no son empleadas adecuadamente ni con la frecuencia óptima, lo cual deriva en una subutilización de la infraestructura física y tecnológica del centro.

Debido a que muchos de los estudiantes de la Facultad, desconocen las normas y no han recibido ninguna inducción sobre la utilización de los recursos tecnológicos de búsqueda documental que brinda el CDRJBV, resultan ser la población más afectada por este fenómeno los estudiantes de los primeros ciclos, lo cual a su vez conlleva, la carencia de los recursos necesarios para realizar investigación académica.

Un factor que agranda el escenario para que se den estas falencias, es la falta de un servicio sistemático y permanente de formación de usuarios, que capacite a los estudiantes y al público en general, en la utilización de los recursos de investigación documental existentes. Este hecho se relaciona con la motivación de la presente propuesta en la que se requiere, en primera instancia diagnosticar cuáles son las necesidades formativas específicas de los usuarios del CDRJBV para facilitar su experiencia en la investigación documental, selección y evaluación de fuentes de información para sus trabajos.

Al darse la problemática de la subutilización de los recursos que ofrece el centro, resultan dos problemáticas: por un lado, se está desaprovechando la inversión realizada por la Universidad para sistematizar y digitalizar la información que consta en las bases de datos y catálogos en línea y, por otro lado, la experiencia de los usuarios se ve afectada ya que no son beneficiados con las facilidades que se tienen al emplear los recursos tecnológicos digitales que pueden mejorar el proceso de sus respectivas investigaciones.

1.1.1 Formulación del problema

¿Se puede mejorar la atención al usuario y el uso de las herramientas de investigación que ofrece el CDRJBV de la Universidad de Cuenca a través de la implementación de estrategias de servicio para los estudiantes en el 2016?

1.1.2 Delimitación del problema

El problema de estudio comprende las estrategias del servicio de usuarios que ofrece el CDRJBV de la Universidad de Cuenca. El objeto de estudio abarcará a los estudiantes de las carreras de Agronomía Veterinaria y Artes del Campus Yanuncay de la Universidad de Cuenca en el 2016.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La relevancia del tema propuesto, se relaciona con dos aspectos: con la necesidad de mejorar las estrategias de servicio y la optimización en la utilización de los recursos en los cuales ha invertido la Universidad de Cuenca, para garantizar la calidad de la experiencia académica de sus estudiantes y la comunidad en general; y, por la urgencia de que los estudiantes de la Universidad, cuenten con herramientas que faciliten su proceso de profesionalización a través del acercamiento y familiarización con las herramientas de investigación que ofrece la Universidad y particularmente el CDRJBV.

Sin duda, la utilización adecuada de recursos investigativos, que faciliten el contacto de los estudiantes con fuentes bibliográficas actualizadas y pertinentes, forma parte de las condiciones que ayudan a los profesionales en formación a consolidar sus conocimientos; en este sentido, al abordar la problemática expuesta, se está tratando un tema de impacto social como es la mejora en la calidad del proceso formativo, con el uso de estrategias que contribuirán a la calidad del conocimiento de los usuarios de la biblioteca.

Además, la presente propuesta de investigación es original, debido a que no se cuenta actualmente con datos descriptivos acerca de nuevas estrategias, que superen las falencias y requerimientos específicos en el proceso de socialización de las herramientas

investigativas con las que cuenta el CDRJBV. El abordaje científico desde un enfoque metodológico cuantitativo permitirá obtener un diagnóstico fundamentado sobre las necesidades de mejora en este sentido.

La investigación es pertinente y factible porque cuenta con la colaboración de la institución que será objeto de estudio para llevar a cabo el proceso de recopilación de información, contando con el apoyo del personal de la biblioteca.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general:

Elaborar Estrategias del Servicio de Usuarios, para el: Centro de Documentación Regional Juan Bautista Vázquez (CDRJBV) de la Universidad de Cuenca a través de la Biblioteca del Campus Yanuncay en el 2016.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Elaborar el marco teórico referencial que permita el desarrollo de las estrategias del servicio de usuarios.
- Realizar el diagnóstico del Centro de Documentación, para definir las áreas donde existen deficiencias.
- Elaborar las estrategias del servicio de usuarios, las cuales estarán encaminadas a mejorar la gestión.

CAPÍTULO II: MARCO TEORICO-CONCEPTUAL

2.1 LAS BIBLIOTECAS O CENTROS DE DOCUMENTACIÓN.

Las bibliotecas o centros de documentación, son entidades importantes en el desarrollo de la vida académica y en la gestión del conocimiento de manera general. Estas entidades pueden ser definidas en los siguientes términos:

(...) Son un sistema para la transmisión de información; y, como sistema que es, la biblioteca existe para lograr unos determinados objetivos, para lo cual, sus elementos están sometidos a una organización, relacionándose con el entorno, constituido por los usuarios. En este último punto la biblioteca actual ha variado de forma importante, y se relaciona no sólo con los usuarios, que son el entorno más inmediato, sino con otras bibliotecas. (Orera, 2000, p.664).

Entonces, los centros de documentación cumplen la función de almacenar, organizar y sistematizar el acceso de la población en general, a la información pública y patrimonial. En este sentido, son fuentes de conocimiento y espacios aptos para la investigación y el aprendizaje, no solo dentro del desarrollo de las actividades de la educación formal, sino para el beneficio de la población en general.

Entre otras acciones encaminadas a cumplir con la función de la gestión documental o bibliotecaria (Salvador, 2006, p.4), se encuentran las siguientes:

- Desarrollar, organizar y promover los recursos en los medios.
- Seleccionar, ordenar y describir la colección
- Orientar a los usuarios
- Mantener la infraestructura adecuada
- Mantener la comunicación con los usuarios para conocer sus necesidades de información
- Promover y divulgar la cultura

Cabe anotar que los recursos que gestionan las bibliotecas, ya sean textos, videos, documentos digitales, entre otros, se encuentra en constante evolución debido a que la producción académica de una región o pueblo se encuentra siempre en crecimiento gracias al aporte realizado a través de las diferentes investigaciones científicas, producción literaria, cinematográfica, etc.

La colección de una biblioteca no puede concebirse como algo estático. Durante quinientos años el libro ha sido el principal soporte de información, pero ello no significa que sea único, actualmente es un medio más entre otros. Las bibliotecas deben prepararse para albergar en sus fondos libros, pero también microfichas, discos ópticos, discos magnéticos, etc. (Orera, 2000, p. 665).

Debido a esta situación, las bibliotecas y centros de documentación deben estar actualizados sobre los distintos métodos y recursos a través de los cuales se gestiona y maneja el acceso de los estudiantes y la población en general a la información. Con la ayuda de los recursos digitales, el Internet y, especialmente, con la introducción en el ámbito académico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), se puede manejar de mejor manera este acceso.

2.2 LAS BIBLIOTECAS ADAPTADAS A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Las bibliotecas o centros de documentación, en la actualidad pueden ser caracterizadas como instituciones que se han ido adaptando a los constantes cambios y retos que ha supuesto la evolución de las sociedades en la época moderna.

El auge y expansión de los recursos tecnológicos innovadores ha dado lugar a que esta adaptación se vaya concretando en términos de eficiencia y accesibilidad, sobre todo en cuanto a los procesos internos de las bibliotecas como son: el almacenamiento, la ubicación de recursos, la difusión de contenido y de inventarios y la disponibilidad de sistemas de catálogos digitales.

En este sentido, es un hecho que “desde el desarrollo e implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), se han dado cambios en cuanto a los procesos de comunicación, lectura y transferencia de información” (Ochoa, 2012, p.4). Los directivos y administradores de las instituciones de documentación se han visto en la necesidad de transformar sus procesos y actualizarlos acorde a las innovaciones de la tecnología y a la disponibilidad de recursos como el Internet.

La microelectrónica ha facilitado las tareas de almacenaje y proceso de la información, basándose en la caída de la relación coste/bit y en la miniaturización de elementos. La informática ha originado una gran revolución en el campo de la información, gracias a la disminución de tamaño y coste de los ordenadores, el aumento de sus prestaciones, la multiplicidad de aplicaciones y la facilidad de uso. (Salvador, 2006, p.7)

Al ser las bibliotecas y los centros de archivo, las entidades gestoras del manejo de gran parte del conocimiento documentado de una región y las instituciones encargadas de que el acceso de la población a dicho conocimiento se concrete, se requiere que cuenten siempre con un proceso de socialización de los servicios que ofertan; y, sobre todo, de la posibilidad de que cada vez más personas se sumen a su lista de usuarios. Así, el factor tecnológico se constituye como la principal herramienta que permita concretar esta meta, al incorporar un soporte digital a los procesos documentales.

2.3 IMPLICACIONES DEL USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS EN EL ENTORNO DE LA DOCUMENTACIÓN BIBLIOTECARIA

Según Varela (2009), existen aspectos que se deben contemplar al considerar el creciente fenómeno de la implementación de recursos digitales en el entorno documental, sobre todo debido a que los usuarios de los nuevos sistemas digitales requerirán una capacitación previa que les permita manejar las herramientas de acceso a la información que buscan para sus estudios e investigaciones. Así, se deben mencionar los siguientes factores incidentes:

2.3.1 Inmadurez de las tecnologías:

En el caso de las bibliotecas, se debe considerar la posibilidad de que la implementación de sistemas digitales de manejo de recursos requiera un proceso de adaptación inicial. Donde “todos los que hemos gestionado alguna aplicación tecnológica en una biblioteca conocemos bien en que se plasma esa inmadurez: difícil aplicabilidad de los productos (...), escaso conocimiento de su uso o consecuencias. Varela (p. 32).

2.3.2 Expansión de las tecnologías.

Tomando como punto de partida lo propuesto por Varela (2009, éste fenómeno se refiere a que se ha detectado que la implementación de un sistema de manejo digital de recursos documentales conlleva siempre una tendencia hacia la expansión gracias al gran alcance que implica. Por lo tanto, las bibliotecas deberán contar con un plan contingente que les permita dar el soporte adecuado que esta expansión requiere, sin que exista el peligro de que los servicios colapsen en un punto dado.

2.3.3 Necesidad de capacitación:

Este punto se relaciona directamente con las motivaciones de la presente propuesta. Habla de la importancia de considerar que los usuarios necesitan obligatoriamente estar familiarizados con los nuevos recursos tecnológicos que se están empleando en los centros documentales, cada vez con más frecuencia y, por lo tanto, los planes de capacitación son estrategias obligatorias para que la adaptación de TICs a la práctica cotidiana sea un éxito y cumpla con sus funciones (P: 38).

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL EN EL ECUADOR

Los documentos oficiales vigentes que se fundamenta la gestión documental a nivel nacional son:

En primer lugar, el art. 18 de la Constitución vigente postula el derecho de los ciudadanos y ciudadanas a tener acceso libre a la información generada y/o manejada por instituciones públicas, conjuntamente con el derecho al acceso libre de las tecnologías de la información y comunicación. Así mismo, la Carta Magna habla de que el patrimonio cultural e intangible de los pueblos está expresado en “los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológica, etnográfico o paleontológico. (...) las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Con base en estas consideraciones constitucionales, se debe resaltar la importancia de contar con sistemas de gestión documental en las instituciones públicas del país que cubran las necesidades en investigación, tanto de los estudiantes de las universidades en las que se circunscriben los centros de documentación y bibliotecas, como de la población en general que se apoya de estas entidades para fundamentar sus conocimientos.

Por otro lado, la Ley del Sistema Nacional de Archivos (1982) establece claramente que el patrimonio del Estado ecuatoriano está constituido por “la documentación básica que actualmente existe o que en adelante se produjere en los archivos de todas las instituciones de los sectores públicos y privados, así como la de personas particulares, que sean calificadas como tal (...)”. Los tipos de documentos que se incluyen dentro del patrimonio mencionado comprenden los siguientes:

- Escritos manuscritos, dactilográficos o impresos; originales o copias;
- Mapas, planos, croquis y dibujos;
- Reproducciones fotográficos y cinematográficas;
- Material sonoro;
- Material cibernético;
- Otros materiales no especificados. (Plenario de las Comisiones Legislativas del Ecuador, 1982, p.1)

Adicionalmente, se puede citar el Objetivo N° 5 del Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013-2017, documento que fundamenta las políticas de desarrollo que rigen en el país en todas las áreas de influencia. El mencionado objetivo postula que el Estado ecuatoriano es responsable de velar por la garantía del acceso al patrimonio de los ciudadanos y ciudadanas en su conjunto. En este marco, se señala la importancia de llevar a cabo estrategias que fortalezcan las redes de investigación, bibliotecas, archivos, etc. Se sugiere, también que estas entidades o instituciones operen de forma sistemática que ayude a garantizar el acceso de la población a la información que gestionan, además de la protección, conservación y difusión de los contenidos patrimoniales del bien común (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – SENPLADES, 2013).

2.5 USUARIOS

Para hablar del usuario o persona que utiliza los servicios de la biblioteca nos valdremos del manifiesto de la UNESCO, que dice: “La libertad, la prosperidad y el desarrollo de la sociedad y de la persona son valores humanos fundamentales que podrán alcanzarse si ciudadanos bien informados pueden ejercer sus derechos democráticos y desempeñar un papel activo en el seno de la sociedad. La participación constructiva y la consolidación de la democracia dependen de una buena educación y de un acceso libre e ilimitado al conocimiento, el pensamiento, la cultura y la información. La biblioteca pública, paso obligado del conocimiento, constituye un requisito básico de la educación permanente, las decisiones autónomas y el progreso cultural de la persona y los grupos sociales” UNESCO (1994, P1). De acuerdo a este manifiesto, la biblioteca es concebida como una fuerza viva de educación, cultura e información y como agente esencial de fomento de la paz y los valores espirituales en la mente del ser humano.

Según la UNESCO las autoridades nacionales y locales serán las encargadas de apoyar la conformación de las bibliotecas públicas y participar activamente en su desarrollo porque son un centro de información que facilita a los usuarios todo tipo de datos y conocimientos. La biblioteca pública presta sus servicios sobre la base de igualdad de acceso de todas las personas, independientemente de su edad, raza, sexo, religión, nacionalidad, idioma o condición social; además contará con

servicios específicos para quienes por una u otra razón no puedan valerse de los servicios y materiales ordinarios, por ejemplo, minorías lingüísticas, deficientes físicos y mentales, enfermos o reclusos. Los fondos y servicios bibliotecológicos han de incluir todos los tipos de medios y tecnologías modernas; así como materiales tradicionales. Son fundamentales su buena calidad y su adecuación a las necesidades y condiciones locales, con su singularidad de gratuidad del servicio.

2.6 INFORMACIÓN

Se entiende por información las ideas, hechos y conocimientos que se han comunicado y se comunican a través del tiempo. Es la actividad que consiste en comunicar y transmitir a otros un elemento del conocimiento sobre un tema concreto” Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales (2000 p3).

La información se comunica de diversas maneras:

- Comunicación directa: comunicación oral; no verbal o el lenguaje del cuerpo.
- Comunicación indirecta: registrada en un soporte o documento.

La información se ha convertido en una necesidad para todos en muchos momentos, de manera puntual o cuando se realiza una investigación. La acción de los hombres está ligada a la información que poseen y las decisiones que se toman vienen determinadas por el grado de información de que se dispone. El continuo crecimiento de oferta de información, hace que sean necesarias unas estrategias para su abordaje. El ciberespacio, una visualización de la globalización, ofrece la información a través de Internet, la gran red de redes. Toda esta oferta informacional ha sido posible por la Revolución de las tecnologías de la información, también llamada Revolución silenciosa. Es lo que se ha venido a llamar la Tercera revolución industrial. Los ejes principales de la transformación tecnológica pasan por la generación-proceso-transmisión de la información.

La Internet está llegando a los lugares más apartados, que hace posible conocer al instante lo que está ocurriendo al otro lado del planeta. Otra forma de no quedarse al

margen de esta Sociedad de la información (analfabetos informacionales), es conocer los circuitos por los que fluye la información en Internet.

La información está almacenada también en documentos soporte que contiene información, que permite transmitir los conocimientos a lo largo de la historia. Los documentos pueden presentarse en diferentes soportes: el papel, el magnético, el audiovisual y el electrónico con las tipologías de hipertexto, multimedia e hipermedia. Todos ellos tienen en común la misma finalidad, la de transportar la información y hacer que ésta sea accesible.

Los documentos más relevantes son los personales. Para el tratamiento técnico y conservación de la documentación personal existen los archivos parroquiales y los archivos del registro civil, registro de la propiedad, notarías y otros; sin embargo, en nuestro caso solo nos estamos refiriendo a lo que son los documentos que reposan en el seno de una biblioteca, que básicamente encontraremos documentos de carácter de investigación.

2.7 ESTRATEGIAS

“La estrategia... es un plan maestro integral que establece la manera en que logrará su misión y objetivos. Maximiza la ventaja competitiva y minimiza la desventaja competitiva”. (Whellen&Hunger, 2007)

Formulación de la estrategia

La formulación de la estrategia es el desarrollo de planes a largo plazo para administrar de manera eficaz las oportunidades y amenazas ambientales con base en las fortalezas y debilidades empresariales (FODA). Incluye la definición de la misión, la especificación de objetivos alcanzables, el desarrollo de estrategias y el establecimiento de directrices de política. Whallen & Hunger (2007).

Durante la formulación de la estrategia se comienza con el análisis de la situación, esto es, el proceso que consiste en encontrar una concordancia estratégica entre las oportunidades externas y las fortalezas internas y trabajar al mismo tiempo con las amenazas externas y las debilidades internas.

2.7.1 Administración estratégica

La administración estratégica es un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo. Incluye el análisis ambiental (tanto externo como interno), la formulación de la estrategia (planificación estratégica o a largo plazo), implementación de la estrategia, así como la evaluación y el control. Por lo tanto, el estudio de la administración estratégica hace hincapié en la vigilancia y la evaluación de oportunidades y amenazas externas a la luz de las fortalezas y debilidades de una corporación. La administración estratégica incorpora temas como planificación estratégica, análisis ambiental y análisis de la industria. (Whellen&Hunger, 2007).

2.7.2 Beneficios de la administración estratégica

La investigación ha revelado que las organizaciones que participan en administración estratégica generalmente superan en rendimiento a las que no lo hacen. El logro de una correspondencia apropiada, o "concordancia", entre el ambiente de una organización y su estrategia, estructura y procesos tiene efectos positivos en el rendimiento de la organización. (Whellen&Hunger, 2007).

2.7.3 Elementos de la administración estratégica

La administración estratégica consta de cuatro elementos básicos:

- Análisis ambiental
- Formulación de la estrategia
- Implementación de la estrategia
- Evaluación de control

2.7.3.1 Análisis del entorno

El análisis ambiental implica la vigilancia, evaluación y difusión de información desde los ambientes externo e interno... Su propósito es identificar los factores estratégicos, es decir, los elementos externos e internos... La forma más sencilla

de conducir el monitoreo ambiental es a través del análisis FODA. (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). (Whellen&Hunger, 2007)

a) El entorno externo

El ambiente externo está integrado por variables (oportunidades y amenazas) que se encuentran fuera de la organización y que no están comúnmente bajo el control a corto plazo de la administración de alto nivel. Estas variables forman el contexto en el que existe la empresa, en nuestro caso la biblioteca. Las variables ambientales clave son generalmente fuerzas y tendencias que están en el ambiente social general o factores específicos que operan dentro del ambiente de tareas de una organización. (Whellen&Hunger, 2007)

b) El entorno interno

El ambiente interno de una empresa está integrado por variables (fortalezas y debilidades) presentes dentro de la organización misma y que generalmente no están bajo el control a corto plazo de la administración de alto nivel. Estas variables forman el contexto en el que se realiza el trabajo e incluyen la estructura, la cultura y los recursos de la empresa. Las fortalezas clave forman una serie de competencias clave que la empresa puede usar para lograr una ventaja competitiva. (Whellen&Hunger, 2007)

2.7.3.2 Estrategias de servicio

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, se hace 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 usuarios. Marketing y Difusión de Servicios de una Biblioteca Universitaria del Próximo Milenio (2015 p 3-4).

Cuando nos Planteamos, el tema de investigación sobre estrategias para mejorar el servicio de la biblioteca, lo asociamos 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.

Estamos obligados a desarrollar en el seno de la propuesta los siguientes temas:

- El marketing como herramienta esencial para la difusión
- Propuesta metodológica para el proceso implantador de una estrategia de marketing en una biblioteca universitaria. Para lo cual deberemos básicamente realizar un estudio de mercado, utilizando herramientas de diagnóstico como es el FODA. También realizaremos una segmentación del mercado o usuarios de la biblioteca.
- Establecimiento de objetivos
- Canales para la difusión

Estableceremos los canales de difusión, tomando en cuenta las Relaciones Públicas, Materiales Publicitarios Audiovisuales, Publicidad Electrónica, Organización de espacios y señalización, La Formación de usuarios. Es necesario realizar una evaluación para obtener calidad en el servicio.

2.8 SERVICIO AL CLIENTE O USUARIO

El 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. Vicente M A (2009).

Cuando hablamos de cliente, nos referimos también al usuario que acude a la biblioteca a pedir servicios de consulta, a usar un espacio de la infraestructura para

poder estudiar o realizar sus deberes o trabajos que en el transcurso de sus clases deba cumplir.

2.8.1 Importancia del servicio al cliente- usuario

Un buen servicio al cliente – usuario puede llegar a ser un elemento promocional para vender un bien o un servicio, se conoce que atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno, *sin embargo conocemos de estrategias que son baratas de mantenerlas debido a su difusión de boca en boca de un cliente satisfecho de los servicios que recibe y que es el encargado de la difusión gratuita del buen servicio que ha recibido. Todas las personas que entran en contacto con el cliente o usuario de la biblioteca, proyectan actitudes tendientes a ejercer atracción sobre ellas.*

2.8.2 Tipos de atención al cliente

Se refiere a la forma de atender a los clientes o usuarios, existen diversas formas de atender: dentro y fuera del establecimiento:

2.8.2.1 Elementos del servicio al cliente

- Contacto cara a cara. Es importante que la persona que atenderá al cliente, siempre presente una sonrisa y ponga toda su atención en lo que le dirá.
- Relación con el cliente. Una buena relación que se ofrezca, le dará más confianza para establecer lazos entre el usuario y la biblioteca.
- Correspondencia. Es importante mantener comunicado al cliente, como responder todas sus inquietudes y dudas.
- Reclamos y cumplidos. Cuando se promete algo se debe de cumplir, de lo contrario se perderá la credibilidad y confianza en la organización.
- Instalaciones. Cuando se acude a un lugar limpio, ordenado, que huele bien y es agradable, ocasiona confianza, confort y seguridad. Por ello pensemos que se debe de acondicionar el lugar para producir esas sensaciones.

2.8.3 Características del servicio

Según, Vicente M.A (2009), varias son las características del servicio, en las siguientes líneas describiremos las mismas:

- **Intangibilidad.-** El servicio no se puede tocar el cliente no se puede llevar, no se puede exhibir, porque no tiene entidad física palpable.
- **Inseparabilidad.-** El servicio no se puede separar de la persona del vendedor, una consecuencia de esto es que la creación o realización del servicio puede ocurrir al mismo tiempo que su consumo, ya sea este parcial o total. Los servicios se venden y luego se elaboran y consumen .por lo general de manera simultánea .esto tiene gran relevancia desde el punto de vista práctico y conceptual. Tradicionalmente se han distinguido con nitidez las funciones dentro de la empresa en forma bien separada, con ciertas interrelaciones entre ellas por lo general a nivel de coordinación o traspaso de información que sirve de input para unas u otras; sin embargo, aquí podemos apreciar más una fusión de manera más directa con el cliente o usuario mientras este hace uso del servicio. Vicente M.A (2009).
- **Heterogeneidad.-** Cada usuario es diferente, los servicios varían en función de necesidades diferentes, y la fortaleza de un servicio radicara en su utilización general y en su flexibilidad, pero atendiendo requerimientos particulares.
- **Obsolescencia.-** Las necesidades de los clientes están expuestos a cambios constantes, cambios de materias y de necesidades, acordes al avance de su escolaridad.

Los servicios son susceptibles de perecer, por tanto quedan inútiles con bastante frecuencia y esto requiere de una constante innovación, debido a las exigencias en la demanda del usuario y al avance tecnológico, lo que exige la renovación de los servicios y del acervo bibliográfico, Motivando a las empresas o en nuestro caso a la biblioteca a contemplar lo siguiente:

- **Disponibilidad.-** El grado con que un servicio está disponible, siempre que los clientes necesitan.
- **Accesibilidad.-** El grado con que los clientes en general consiguen contactar al proveedor en el período en que está disponible.
- **Cortesía.-** El grado con que el prestador del servicio demuestra un comportamiento cortés y profesional.
- **Agilidad.-** El grado con que una unidad de atención rápidamente satisface la solicitud de los clientes.
- **Confianza.-** El grado con que el prestador del servicio demuestra poseer las habilidades para prestar el servicio prometido, de manera precisa y confiable.
- **Competencia.-** El grado con que el prestador del servicio demuestra poseer las habilidades y los conocimientos necesarios para prestar el servicio.
- **Comunicación.-** El grado con que el personal se comunica con sus clientes, compañeros, público, etc. a través de un lenguaje, simple, claro y de fácil entendimiento.
- **Factores que influyen en el servicio.-** Son todas aquellas características intangibles que afectan la percepción del servicio ofertado.
- **Controles.-** Si no se tiene un buen control que garantice la satisfacción del cliente, tarde o temprano se tendrán quejas.
- **Procedimientos.-** Es necesario considerar todos los elementos que participan cuando se otorga un servicio, pues tanto el personal, las instalaciones como los ejecutivos requieren estar integrados cuando se proporcione.
- **Comportamientos.-** El comportamiento es otro elemento de evaluación del cliente, tanto del personal como de los mismos clientes que adquieren el servicio que está adquiriendo.

2.8.4 Principios del servicio

Tomando en cuenta el planteamiento de Vicente M.A (2009). Los principios básicos del servicio son la filosofía subyacente de éste, que sirven para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa.

- **Actitud de servicio.-** Convicción íntima de que es un honor servir a los demás.

- **Satisfacción del usuario.-** Es la intención de vender satisfactores más que productos.
- **Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas.-** Es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.

El buen servidor (bibliotecario) es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes. Porque pedir buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir lo imposible. En el polo autoritario hay siempre el riesgo de la prepotencia y del mal servido. Cada individuo puede tener sus propios principios, pero sin embargo debe de considerar los de la institución, para complementarlos y los lleve a la práctica con mayor responsabilidad. La imagen de servicio que demos a nuestros usuarios, garantizará el crecimiento como institución y la satisfacción de nuestros usuarios.

2.8.5 Satisfacción del cliente

Philip Kotler (2001), define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".

Desde este punto de vista y acoplado el concepto a nuestra investigación, podemos aseverar que la satisfacción del cliente es uno de los pilares fundamentales del marketing, un cliente satisfecho vale por muchos, porque será quien regrese y pida los servicios, será la persona que recomiende a otros acudir por los servicios, y la empresa o -en nuestro caso- contaremos con usuario permanentes recibiendo la atención de la biblioteca.

2.8.5.1 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios Kotler P & Amstrong (2003), que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

- **Primer Beneficio.-** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar.
- **Segundo Beneficio.-** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa crece y se fortalece con una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.
- **Tercer Beneficio.-** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. En nuestro caso no se trata de lograr un rédito económico, sino lograr el establecimiento de usuarios satisfechos de los servicios de biblioteca que reciben.

2.8.5.2 Elementos que conforman la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

- **El Rendimiento Percibido.-** Es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características: Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio. Basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad. Es el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente. Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".
- **Las Expectativas.-** son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo y se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones: Promesas que hace la misma empresa -en nuestro caso la biblioteca- acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio. Experiencias de visitas anteriores. Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (ejemplo, artistas).

Con respecto a este punto, aseveramos lo siguiente: si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes usuarios; pero si son muy altas, los usuarios se sentirán decepcionados luego de la visita, porque no se llenaron sus expectativas.

- **Los Niveles de Satisfacción.-** Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de

satisfacción Vicente M A (2009): Insatisfacción: cuando el producto no alcanza las expectativas del cliente. Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente. Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

El cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por ese motivo, las estrategias que implementaremos en la biblioteca fueron pensadas en lograr la satisfacción de nuestros usuarios, quienes serán capaces de encontrar la información, la celeridad en la atención personalizada, el trato cordial, espacios adecuados y la calidad y calidez en el servicio.

CAPÍTULO III: MARCO METOLÓGICO

3.1 IDEA A DEFENDER

Con la implementación de estrategias para usuarios en la biblioteca “Juan Bautista Vázquez” del CDRJBV, Campus Yanuncay, de la Universidad de Cuenca, mejorará la calidad de la atención mediante esta el usuario podra utilizar de la mejor manera las herramientas de la informacion.

3.2 VARIABLES:

- ✓ **Independiente:** Estrategias de servicio.
- ✓ **Dependiente:** Mejorar el servicio de la biblioteca.

3.3 MARCO METODOLÓGICO

3.3.1 Modalidad

La presente investigación estará guiada por un enfoque cuantitativo debido a que se pretende recopilar datos numérico-estadísticos que reflejen el fenómeno de estudio, de una manera clara y coherente para, posteriormente diseñar la propuesta de intervención que permita mejorar las falencias detectadas en la formación de los usuarios de los recursos de investigación bibliográfica.

En este marco, el tipo de investigación a desarrollar se orienta hacia lo descriptivo en tanto se ha determinado la necesidad de investigar las características del fenómeno, en un tiempo y espacio determinados: El Centro de Documentación Regional “Juan Bautista Vázquez” de la Universidad de Cuenca, Campus Yanuncay, durante el 2016

Adicionalmente se llevará a cabo una investigación de tipo bibliográfico-documental con la finalidad de recopilar información que permita delinear el marco teórico que sustentará inicialmente la investigación descriptiva.

3.3.2 Métodos, técnicas e instrumentos

✓ Métodos teóricos:

Se empleará el método analítico-sintético que consiste en la descomposición de los diferentes elementos conformantes de un fenómeno, para su estudio y posterior determinación de propiedades generales.

Según Delgado (2010), “el método analítico es el heurístico, palabra que proviene del término griego *heurisko* que quiere decir “yo busco, descubro”, y que es el método que se usa para encontrar lo nuevo, lo que se desconoce” (p.11).

✓ Métodos empíricos:

Se propone llevar a cabo una recolección de información cuantitativa a través del diseño de herramientas y técnicas que guarden relación con las variables de estudio.

3.3.3 Técnicas:

La técnica de recopilación de información más adecuada al tipo de investigación planteado es la encuesta, debido a que a través de la misma se documentará las características de las variables de estudio.

3.3.4 Instrumentos:

El instrumento a aplicar será el cuestionario con preguntas cerradas que ayudarán a encaminar al encuestado hacia la descripción de aspectos específicos sobre las variables de estudio.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de estudio puede ser descrita como el grupo de sujetos con características en común que forman parte de una investigación científica en tanto proveen información que ayuda a caracterizar un fenómeno específico. AA.VV. (2010).

Considerando esta definición, la población de estudio en la que se enfoca la presente investigación está conformada por todos los estudiantes de primer ciclo de las carreras de Agronomía Veterinaria y Artes de la Universidad de Cuenca, que cursan actualmente sus estudios en el campus Yanuncay, en el año 2016.

Tabla 1: Población

Población	# de personas
Estudiantes Veterinaria 1° ciclo	36
Estudiantes Agronomía 1° ciclo	52
Estudiantes de Artes 1° ciclo	32
Total	120

Fuente: Universidad de Cuenca

La muestra de estudio abarcará la totalidad de la población (120) debido a esta cantidad de usuarios nos permitirá verificar los objetivos y comprobar en su totalidad la falta de estrategias para mejorar el servicio.

3.5 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA BIBLIOTECA JUAN BAUTISTA

Desde noviembre de 2004 las bibliotecas de la Universidad de Cuenca, de los campus Central, Yanuncay y Paraíso pasan a formar parte del **Centro de Documentación Regional Juan Bautista Vázquez -CDR “JBV”**- que ofrece los siguientes servicios: Estantería abierta, catálogo electrónico, referencia presencial y virtual, disseminación selectiva de la información, educación de usuarios, eventos culturales, préstamo en sala y a domicilio, visitas guiadas, página web, repositorio institucional, etc.

En la actualidad el **CDR “JBV”** es la biblioteca más grande de la región sur del país, con alrededor de 60.000 títulos y más de 150.000 documentos, entre libros actuales e históricos, manuscritos patrimoniales, tesis físicas y digitales, revistas, material audiovisual, artículos especializados de bases digitales, etc.

Misión

Generar servicios y recursos de información con personal capacitado y medios tecnológicos que apoyen el proceso de desarrollo académico en el contexto de la educación y la investigación, facilitando su acceso y difusión para satisfacer las necesidades de información de los usuarios.

Visión

Ser líder e innovador en brindar servicios de calidad acordes con los avances científicos y tecnológicos relevantes para el desarrollo de la investigación, la docencia y el aprendizaje de la comunidad universitaria, instituciones académicas y sociedad en general a través de la gestión y cooperación bibliotecaria. La biblioteca funciona con un horario de atención permanente de lunes a viernes, con horario de 08h00 a 19h00, está ubicada en la Avenida 12 de octubre y Autopista

Con el advenimiento de la automatización y las innovaciones científicas, informativas y tecnológicas del CDRJBV, la Biblioteca también entró en un acelerado proceso de crecimiento de su acervo bibliográfico, especializados en Ingeniería Agronómica, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Artes Visuales, Diseño, Artes Musicales y Danza-Teatro, fondo al que hay que agregar una importante colección de materiales audiovisuales. Paralelamente a este crecimiento material, se produjo un sustancial proceso de incorporación de nuevos servicios, al amparo de la modalidad de consulta de estantería abierta, todos ellos fundamentados en el uso de las nuevas tecnologías informáticas como la Internet, los catálogos electrónicos, las bases de datos de texto completo, etc., los que configuran a la Biblioteca del Campus Yanuncay como una biblioteca de carácter híbrida, es decir donde el libro convencional se funde con los modernos soportes digitales y los medios virtuales para consolidar una nueva propuesta de servicios bibliotecarios y de información académica. Actualmente la biblioteca Juan Bautista Vásquez cuenta con tres bibliotecarios, encargados de atender a la población estudiantil básicamente de tres carreras: Veterinaria, Agronomía y Artes Visuales; presta atención al personal docente, como también consultas de personas externas al campus universitario.

<http://www.ucuenca.edu.ec/recursos-servicios/biblioteca/la-biblioteca>

3.6 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN:

Entre una de las herramientas de investigación que aplicaremos en el desarrollo del trabajo, es la matriz de diagnóstico FODA, la cual nos posibilitará obtener los factores relevantes, para un diagnóstico sobre la calidad y pertinencia en el servicio de la biblioteca de la universidad de Cuenca, del campus Yanuncay

3.6.1 Análisis FODA

El FODA es una herramienta de diagnóstico, que se usa para describir las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas particulares que son factores estratégicos para una empresa específica. El análisis FODA no sólo debe permitir la identificación de las competencias distintivas de una corporación, es decir, las capacidades y los recursos específicos con que una empresa cuenta y la mejor manera de utilizarlos, sino también identificar las oportunidades que la empresa no es capaz de aprovechar actualmente debido a la falta de recursos adecuados. Con el paso del tiempo, el análisis FODA ha probado ser la técnica analítica más perdurable que se utiliza en la administración estratégica.

3.6.2 Composición de la matriz FODA

Fortalezas: todas aquellas actividades que realiza con un alto grado de eficiencia.

Debilidades: Todas aquellas actividades que realiza con bajo grado de eficiencia.

Amenazas: todos aquellos del medio ambiente externo que de representarse, complicarían o evitarían el logro de los objetivos. **Oportunidades:** todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, facilitarían el logro de los objetivos.

Los factores estratégicos externos de una corporación son las tendencias ambientales clave que tienen tanto una probabilidad media a alta de ocurrir como una posibilidad media a alta de producir un efecto en la empresa. La matriz de prioridad de situaciones se usa para ayudar a los administradores a decidir qué tendencias ambientales deben ser simplemente detectadas (prioridad baja) y cuáles se deben analizar como factores estratégicos (prioridad alta). Las tendencias ambientales que se consideran como

factores estratégicos de una corporación se clasifican posteriormente como oportunidades y amenazas y se incluyen en la formulación de la estrategia. (Whellen & Hunger, 2007).

En síntesis: las fortalezas deben utilizarse; las oportunidades deben aprovecharse; las debilidades deben eliminarse; y, las amenazas deben sortearse.

3.6.3 Aplicación de la matriz FODA

Para la aplicación de esta herramienta de diagnóstico en la biblioteca “Juan Bautista Vásquez, se constituyó un equipo de trabajo, conformado por tres bibliotecarios, tres estudiantes y cuatro profesores, cuyos resultados sistematizamos en el siguiente cuadro:

Tabla 2: MATRIZ FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	AMENAZAS
Estantería abierta Internet y wifi permanente Préstamos externos Bibliografía digital Luz natural y artificial Salas de capacitación Mediateca Bases digitales, pagado por la universidad. Catalogo bibliográfico Repositorio institucional	Poco interés de los estudiantes para investigar en la biblioteca Falta de presupuesto para el acervo bibliográfico. Pérdida de recursos por hurto Limitación de crecimiento de la Biblioteca por espacio físico
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Personal insuficiente respecto a la demanda. Falta de Espacios para el servicio de diseño. Infraestructura reducida No existen accesos para discapacitados. tecnológico	Personal comprometido con su mejoramiento profesional Incrementar los servicios ofrecidos en la biblioteca Añadir más áreas de estudio grupal

Fuente: Grupo de trabajo: bibliotecarios y usuarios de la biblioteca: “Juan Bautista Vásquez”.
 Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

3.6.4 Priorización de factores

FACTORES INTERNOS: FORTALEZAS	VALORACIÓN		
	BAJO	MEDIO	ALTO
Estantería abierta			X
Internet y wifi permanente			X
Préstamos externos		X	
Bibliografía digital			X
Luz natural y artificial			X
Salas de capacitación		X	
Mediateca			X
Bases digitales, pagado por la universidad.			X
Catalogo bibliográfico			X
Repositorio institucional		X	
SUMA	0	3	7
DEBILIDADES	BAJO	MEDIO	ALTO
Personal insuficiente respecto a la demanda.			X
Falta de Espacios para el servicio de diseño.			X
Infraestructura reducida			X
No existen accesos para discapacitados.			X
Necesidad de mayor cantidad de equipo tecnológico		X	
SUMA	0	1	4

Fuente: Grupo de trabajo: bibliotecarios y usuarios de la biblioteca: “Juan Bautista Vázquez”.
Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

ANÁLISIS:

En cuanto a las FORTALEZAS que presenta la biblioteca “Juan Bautista Vázquez” de la Universidad de Cuenca, podemos manifestar que le ponen en buen sitio en cuanto a la satisfacción de los usuarios, con una estantería abierta, con Internet y Wifi permanente, bibliografía digital, con luz natural y artificial adecuado a la demanda, un mediateca a la disposición de los estudiantes; además cuenta con bases digitales pagada por la universidad y un catálogo bibliográfico. Entre las fortalezas que tienen que ser

optimizadas está los préstamos externos, en donde los estudiantes puedan sacar la bibliografía en préstamos a sus casas, siendo esta actividad poco frecuente por parte de los estudiantes. La sala de capacitación es insuficiente para usarse con frecuencia por los docentes para eventos de capacitación; y por último se debe observar a la biblioteca el insuficiente repositorio institucional.

Realizando un análisis de las DEBILIDADES institucionales, se ve a las claras que la biblioteca cuenta con factores que la colocan dentro de las falencias que necesariamente tendrán que ser superadas, mediante la aplicación de estrategias que permitan superar las debilidades. Manifestadas en insuficiente personal respecto a la demanda de los usuarios, falta o carencia de espacios para el servicio de diseño, especialidad que no cuenta con el equipamiento adecuado para realizar sus diseños; una infraestructura reducida y espacios para brindar mayor comodidad al usuario, falta de accesos para personas con discapacidad, lo que nos hace pensar que nunca se pensó en la construcción de accesos para estas personas; y, por último la necesidad de mayor cantidad de equipo tecnológico, aunque éste último no tenga tanta incidencia como los anteriores, sin embargo viene a constituirse en una necesidad a ser cubierta.

En el siguiente cuadro podremos ver numéricamente el grado de urgencia de los factores externos a ser superados y a la vez aprovechados, los mismos que fueron señalados por el equipo de trabajo.

PRIORIZACIÓN FACTORES	VALORACIÓN		
	BAJO	MEDIO	ALTO
EXTERNOS: AMENAZAS			
Poco interés de los estudiantes para investigar en la biblioteca		X	
Falta de presupuesto para el acervo bibliográfico.			X
Pérdida de recursos por hurto			X
Limitación de crecimiento de la Biblioteca por espacio físico		X	
SUMA	0	2	2
OPORTUNIDADES	BAJO	MEDIO	ALTO

Personal comprometido con su mejoramiento profesional			X
Incrementar los servicios ofrecidos en la biblioteca			X
Añadir más áreas de estudio grupal			X
SUMA	0	0	3

Fuente: Grupo de trabajo: bibliotecarios y usuarios de la biblioteca: "Juan Bautista Vázquez".
Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

ANÁLISIS:

Realizando un análisis del cuadro anterior, vemos como las AMENAZAS, son medio altas y debido a que los estudiantes y usuarios al demostrar poco interés de los estudiantes para investigar en la biblioteca, tomando en cuenta que el uso del Internet se ha diversificado a todos los hogares, en donde les facilita acceder a la mayor cantidad de información, solo con el uso del buscador; otro factor manifiesto es la falta de recursos para incrementar el acervo bibliográfico, agudizado por la pérdida de recursos por el hurto; otro de los factores es la falta de espacio físico de la biblioteca.

Las OPORTUNIDADES nos dan a conocer que la biblioteca cuenta con un personal comprometido con su mejoramiento profesional; que se puede también incrementar los servicios que se ofrecen en la biblioteca; y, además añadir más áreas de estudio grupal.

3.7 ESTABLECIMIENTO DE ESTRATEGIAS PARA LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

AMENAZAS	ESTRATEGIAS
Poco interés de los estudiantes para investigar en la biblioteca	Desarrollar mecanismos de promoción en aulas, dando a conocer el contenido del acervo bibliográfico y las ventajas de contar con información al alcance de los estudiantes y usuarios. Establecer canales para la difusión.
Limitación de crecimiento de la Biblioteca por espacio físico	Presentar necesidades de ampliación de espacios físicos, especialmente para artes visuales, con la organización de espacios, accesos y señalización, para personas con discapacidad.
OPORTUNIDADES	
Personal comprometido con su mejoramiento profesional	Cursos de formación para el personal bibliotecario
Incrementar los servicios ofrecidos en la biblioteca	Materiales publicitarios escritos y audiovisuales.
DEBILIDADES	
Personal insuficiente respecto a la demanda.	Formación de usuarios
No existen accesos para discapacitados.	Proyecto para mejorar los accesos para personas con discapacidad.

Fuente: Grupo de trabajo: bibliotecarios y usuarios de la biblioteca: "Juan Bautista Vázquez".
Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

El cómo viabilizar las estrategias propuestas a grandes rasgos serán desarrolladas ampliamente en el capítulo cuatro. El alcance de las estrategias se verá fortalecidas con el análisis y discusión de la encuesta aplicada a usuarios de la biblioteca.

3.8 APLICACIÓN DE ENCUESTAS

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos en esta investigación se elaboró un cuestionario de encuesta dirigido a usuarios de la biblioteca, tomando el 100% del universo propuesto en el proyecto, lo cual nos proporcionará datos precisos sobre el servicio que presta la biblioteca a sus usuarios.

3.8.1 Procesamiento de información

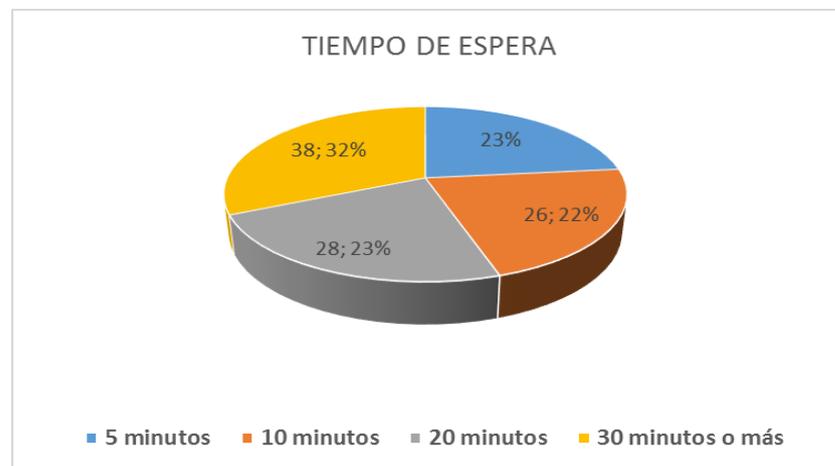
El cuestionario está elaborado con 9 preguntas, todas con sus Ítems correspondientes. A continuación procesaremos los datos de la encuesta.

1. ¿Cuál fue el tiempo que esperó usted para recibir atención en la biblioteca?

Tabla 3: Tiempo de espera

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
5 minutos	28	23.33
10 minutos	26	21.67
20 minutos	28	23.33
30 minutos o mas	38	31.67
TOTAL	120	100%

Gráfico 1: Tiempo de espera



Fuente: Encuesta

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados.

Al concluir la realización de la encuesta, el 38% de usuarios respondió que tuvo que esperar 30 minutos para ser atendido, mientras el 28,23% tuvo que esperar 20 minutos, además, el 26,22% tuvo que esperar 10 minutos, el 23% tuvo que esperar 5 minutos antes de ser atendido por la bibliotecaria.

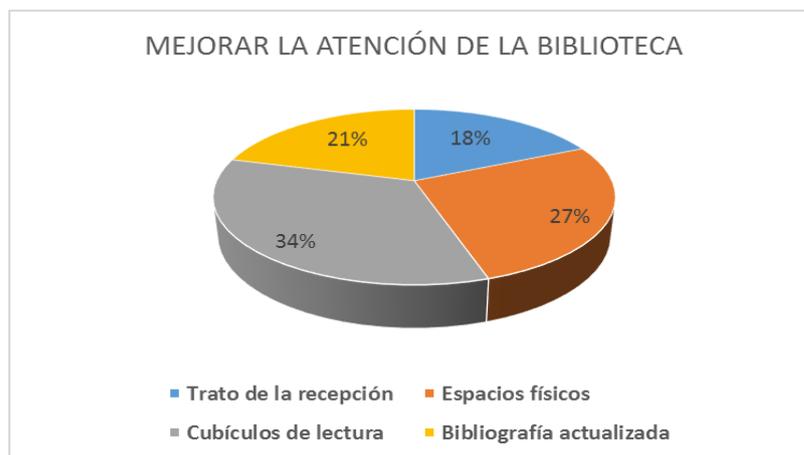
Luego de realizada la encuesta se hace énfasis en que los estudiantes esperan hasta 30 minutos para ser atendidos, esto nos da a entender que existe una demora considerable en la atención a los usuarios lo cual puede ocasionar malestar en la atención.

2. ¿En qué área de la biblioteca cree usted que se debe mejorar la atención al usuario?

Tabla 4: Mejorar en la atención

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trato de la recepción	22	18.33
Espacios físicos	32	26.67
Cubículos de lectura	41	34.17
Bibliografía actualizada	25	20.83
TOTAL	120	100.00

Gráfico 2: Mejorar en la atención



Fuente: Encuesta

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados

Un 34% de usuarios manifiesta que en el área de cubículos de lectura se debe mejorar; además, el 27% considera que se deben mejorar los espacios físicos; un 21% considera que se deben actualizar la bibliografía; y, un 18% de usuarios manifiesta que necesita ser mejorados el trato en el área de la recepción.

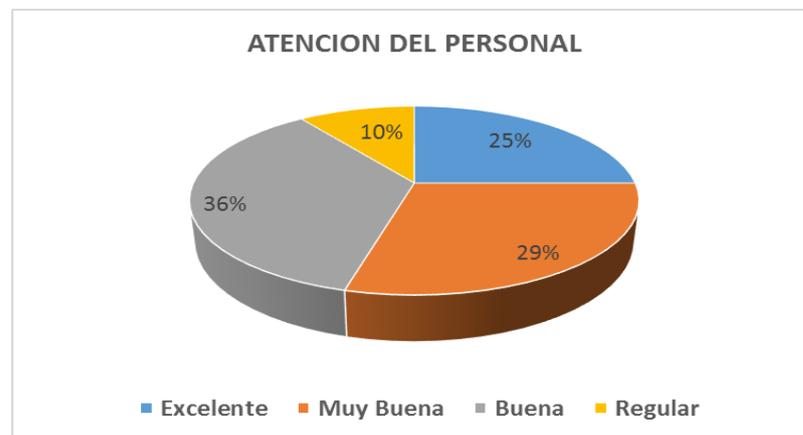
Este resultado indica que el trato hacia los estudiantes en esta biblioteca no es adecuado y que se debe tomar acciones correctivas inmediatas para verificar las falencias.

3. ¿La atención del personal en la biblioteca es?

Tabla 5: Atención

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	30	25.00
Muy Buena	35	29.17
Buena	43	35.83
Regular	12	10.00
TOTAL	120	100.00

Gráfico 3: Atención



Fuente: Encuesta
Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados

Los estudiantes encuestados en un 36% respondieron que la atención que le brinda la biblioteca es buena. El 29% de usuarios cataloga a la atención como muy buena; mientras que el 25% considera que la atención es excelente; para luego un resultado del 10%, considerar que la atención es regular.

Después de aplicada la encuesta se determina que el personal de la biblioteca debe mejorar el servicio de atención al cliente, capacitarlos para de esta manera brindar una atención de calidad y de mejor confort para los estudiantes.

4. ¿Considera usted adecuados los horarios de atención de la Biblioteca?

Tabla 6: horarios de atención

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	57
NO	52	43
TOTAL	120	100

Gráfico 4: horarios de atención



Fuente: Encuesta
Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados

El 43% de los encuestados respondió que los horarios de atención no son los adecuados, el 57% respondió que sí está de acuerdo con los horarios de atención que posee la biblioteca.

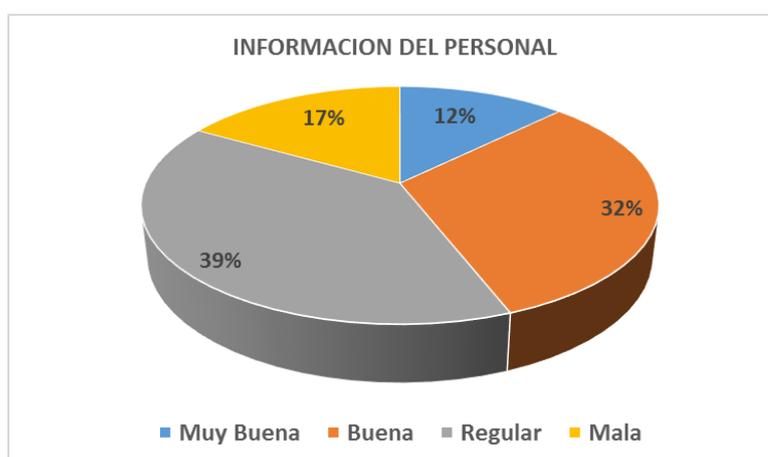
La información que se obtuvo de la encuesta demuestra que existe una planificación en los horarios de atención a los estudiantes; por estas respuestas, se debe realizar una adecuada planificación de los horarios de atención con el fin de mejorar la atención, debido al porcentaje considerable que no está de acuerdo con el horario de atención.

5. ¿La información que recibió por parte del personal de la biblioteca fue?

Tabla 7: información del personal

INDICADORES	NUMERO	PORCENTAJE
Muy Buena	15	12.50
Buena	38	31.67
Regular	47	39.17
Mala	20	16.67
TOTAL	120	100.00

Gráfico 5: Información del personal



Fuente: Encuesta

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados

Luego de realizada la encuesta, el 15% de los encuestados respondió que la actualización de la biblioteca es muy bueno, el 47% de los encuestados respondió que la actualización de la biblioteca es regular, el 38% del total de encuestados respondió que la actualización de la biblioteca es bueno, mientras el 20% respondió que la actualización de la biblioteca es malo.

Los datos obtenidos en la encuesta determinan que se debe mejorar en el manejo de la actualización de la biblioteca información, con el fin de brindar un servicio de calidad.

6. ¿Usted ha solicitado alguna vez atención vía telefónica?

Tabla 8: Atención vía telefónica

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	10
NO	108	90
TOTAL	120	100

Gráfico 6: Atención vía telefónica



Fuente: Encuesta

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados

Del 90% de los usuarios encuestados no han realizado atención de la biblioteca por vía telefónica; solo el 10% manifiesta haber solicitado atención por esta vía.

Luego de la aplicación de la encuesta se determina que es necesaria la implementación de estrategias de atención mediante otros medios, que no necesariamente sean en forma presencial.

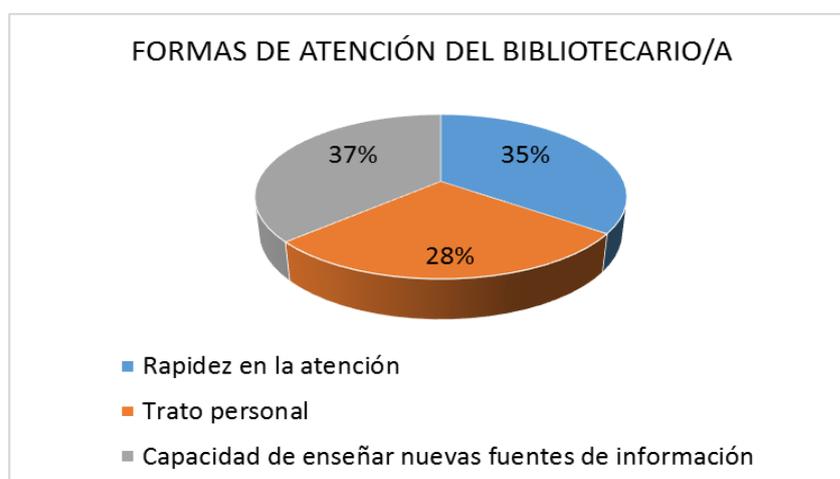
7.- ¿Niveles de atención del bibliotecario/a?

Tabla 9: Niveles de atención

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rapidez en la atención	42	35.00
Trato personal	34	28.33
Capacidad de enseñar nuevas fuentes de información	44	36.67
TOTAL	120	100.00

Fuente: Encuesta
Realizado por: Juan Criollo

Gráfico 7: Niveles de atención



Fuente: Encuesta
Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados

Las respuestas a la atención que el bibliotecario realiza a sus usuarios son las siguientes: para un 37% el personal tiene capacidad de enseñar nuevas fuentes de información; para el 35% existe una rapidez en la atención; y, para el 28% si existe un trato personal en la biblioteca.

En términos generales los resultados son alentadores, porque los resultados obtenidos no tienen mayor alejamiento de las repuestas entre sí.

8.- ¿Conoce los servicios que hay en la biblioteca?

Tabla 10: Servicios

INDICADORES	NUMERO	PORCENTAJE
SI	94	78.33
NO	26	21.67
TOTAL	120	100.00

Gráfico 8: Servicios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados

A la pregunta si el usuario, conoce los servicios que hay en la biblioteca, el mayor porcentaje correspondiente al 78% si conoce; en cambio el 22% no conoce los servicios que existen en la biblioteca.

Creo que el porcentaje del 22% se debe trabajar, para informarles sobre los servicios que presta la biblioteca.

9.- ¿Cómo cree que se podrían mejorar los servicios de biblioteca?

Tabla 11: Mejorar los servicios

INDICADORES	NUMERO	PORCENTAJE
Aumentando el acervo bibliográfico y su actualización	40	33.33
Brindando una atención más personalizada	12	10.00
Difundiendo los servicios existentes	10	8.33
Disponiendo de espacio físico	28	23.33
Mejorando los accesos para estudiantes con discapacidad	30	25.00
	120	100.00

Gráfico 9: Mejorar los servicios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Análisis e interpretación de resultados:

Para nuestro criterio las respuestas a la pregunta: cómo crees que se podrían mejorar los servicios de biblioteca, el 34% considera que se debe aumentar el acervo bibliográfico y actualizarlo. El 25% de respuestas manifiesta la necesidad de mejorar los accesos para estudiantes con discapacidad. Para el 23% considera que se debe disponer de más espacio físico. El 10% responden que debería brindarse una atención personalizada; para finalmente un porcentaje del 8% considere que debe difundirse los servicios existentes.

3.8.2 Análisis y discusión de datos

Habiendo terminado de cuantificar los resultados de la encuesta, nos corresponde el análisis y la discusión de la información, la cual nos dará una visión diagnóstica clara para plantearse estrategias que ayuden a superar problemas y mejorar la calidad del servicio de la biblioteca.

- Al tiempo que preguntamos a los usuarios de la biblioteca sobre el tiempo que esperó usted para recibir atención en mayor número de ello esperó el tiempo de 30 minutos para ser atendido, y un porcentaje considerable esperó ser atendido en 20 minutos; si basamos en analizar estos dos tiempos sabemos que para un estudiante es muy valioso, existe una demora considerable en la atención a los usuarios lo cual puede ocasionar malestar en la atención. Debemos mejorar el tiempo de atención.
- Hemos podido establecer que un porcentaje considerable de usuarios de la biblioteca que debemos mejorar en el área de cubículos de lectura, en los espacios físicos y el trato en el área de recepción. Estos resultados nos ayudan a identificar las áreas conflictivas y poder proponer soluciones correctivas inmediatas.
- Con respecto a la atención del personal de la biblioteca, el mayor porcentaje considera que es buena; sin embargo las valoraciones que hace el usuario a la atención del personal como muy buena y regular es considerable, razón por la cual debemos considerar la posibilidad de capacitar al personal, en lo referente a atención del cliente.
- La información que se obtuvo de la encuesta demuestra que existe una planificación en los horarios de atención a los estudiantes; por estas respuestas, se debe realizar una adecuada planificación de los horarios de atención con el fin de mejorar la atención, debido al porcentaje considerable que no está de acuerdo con el horario de atención.
- A la pregunta realizada sobre la información que el usuario recibió del personal de la biblioteca un porcentaje muy alto de los encuestados respondió que la actualización de la biblioteca es regular, así mismo consideran que la actualización de la biblioteca es bueno. Los datos obtenidos en la encuesta determinan que se

debe mejorar en el manejo de la actualización de la biblioteca información, con el fin de brindar un servicio de calidad.

- Se realizó una pregunta al usuario si ha realizado consultas por vía telefónica, lo cual no se ha realizado, lo cual significa que se abre una nueva posibilidad para la implementación de estrategias de atención mediante otros medios, que no necesariamente sean en forma presencial.
- Es muy importante dar a conocer los resultados que dan los usuarios de la biblioteca calificando de buena a la colección de libros correspondientes a su carrera; manifestándose un porcentaje menor que la biblioteca no cuenta con buenas colecciones para su carrera, lo que hace que los estudiantes acudan en menor número a buscar este servicio. Es importante tomar en cuenta la actualización del acervo bibliográfico, para que los estudiantes acudan en mayor número a este lugar.
- La atención que el bibliotecario realiza a sus usuarios tiene la capacidad de enseñar nuevas fuentes de información; sin embargo hay una falencia en la rapidez en la atención y el trato personal en la biblioteca. Otro de los aspectos que un porcentaje considerable desconoce los servicios que presta la biblioteca.
- Como una de las fuentes de información es aquella que se deriva de la última pregunta del cuestionario, en donde se centran aspectos tendientes a mejorar el servicio que presta la biblioteca a sus usuarios: se considera que se debe aumentar el acervo bibliográfico y actualizarlo. La necesidad de mejorar los accesos para estudiantes con discapacidad. Consideran que se debe disponer de más espacio físico, es decir ampliarlo, especialmente para los estudiantes de Artes visuales que en la actualidad no cuentan con espacios adecuados para realizar sus trabajos, especialmente dotar de mesas para poder realizar sus diseños. Además hace falta brindar una atención personalizada y además se debería difundir los servicios que presta la entidad.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 DATOS INFORMATIVOS

4.1.1 Criterios

A nuestro juicio y conociendo los servicios que presta la biblioteca, los CRITERIOS que se establecerían en un plan de marketing para la Biblioteca Universitaria “Juan Bautista Vásquez” serían los siguientes:

- Ofrecer servicios que alguien esté dispuesto a consumir, lo que implica conocer las necesidades y preferencias de los usuarios reales y potenciales.
- Lanzar al mercado nuevas ofertas y productos informativos para atraer nuevos clientes.
- Evitar que los clientes que existen dejen de utilizar y consumir nuestros productos. Para ello, es necesario que la biblioteca esté inmersa en un plan de mejoras continuas, modificando las conductas de consumo en los casos que sea necesario.
- Conseguir un mayor nivel o frecuencia de uso de los servicios, implementando al máximo el aprovechamiento de los recursos informativos disponibles, con la extensión de los horarios de atención.
- Conocer y mejorar la imagen que se tiene de la biblioteca, modificándola en los casos que sea necesario.
- Crear una conciencia colectiva dentro de la Comunidad universitaria, entre los usuarios, vendiendo o transmitiendo la idea de que una buena utilización de los productos informativos y servicios, incidirá directamente en la mejora de la calidad de la enseñanza e investigación y aumentará el prestigio de la Universidad.
- Intentar que las autoridades de las que depende la biblioteca no tengan la percepción de que se asignan los recursos en vano, deben conocer los resultados del trabajo realizado, demostrándoles que es un servicio rentable y conseguir que tengan una imagen positiva de la misma, por lo que es importante hacer marketing hacia ellos; darles a conocer los réditos en prestigio y credibilidad que conseguiría la universidad.

4.2 ESTRATEGIAS A DESARROLLARSE EN EL CENTRO DE INFORMACIÓN

4.2.1 Canales para la difusión

La Biblioteca debe publicar y comunicar los servicios bibliotecarios a través de materiales y actividades informativas y promocionales, sin olvidar que nuestra actividad diaria y el contacto directo con el público, forma parte en sí del proceso comunicativo.

Debemos establecer un proceso de comunicación eficaz, eligiendo el mensaje, soporte y canal adecuados en función del receptor y según las características del segmento con el que estemos trabajando. La oferta se tiene que dar a conocer estimulando la demanda, proporcionando al cliente información completa y lo más relevante posible. La Biblioteca ofrece muchos más servicios de los que conocen los clientes.

No basta con tener buenos servicios si no los sabemos comunicar, por ello tenemos la obligación de informar sobre los servicios que ofrecemos. En un proceso de difusión de servicios debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Hacer publicidad únicamente de los servicios que realmente estemos seguros de su buen funcionamiento. No debemos difundir servicios que no sean de calidad.
- Tener claro el segmento y tipo de cliente al que dirigimos la publicidad, en nuestro caso especialidades agronomía, veterinaria, artes y otros que en este caso serán usuario que no cursan la carrera como también personal docente.
- No debemos difundir servicios que no tengamos clara su continuidad o que en un momento determinado no se van a poder mantener, porque sería una manera de engañar al usuario y el posterior desprestigio de la biblioteca.
- La difusión de servicios siempre debemos enfocarla a incrementar el consumo de nuestros productos y a mejorar la imagen. En la mayoría de los casos no vamos a contar con un departamento de difusión propio, por lo tanto debe ser el propio personal de la biblioteca el que gestione de forma adecuada las vías de comunicación y difusión de forma creativa, con imaginación y gran conocimiento de los productos y servicios que ofrecemos, intentando dar a conocer los cambios y mejoras y consiguiendo la máxima receptividad de

nuestros clientes. En este sentido, cabe decir que es importante que se impartan cursos de formación por especialistas sobre técnicas de promoción para todo el personal bibliotecario.

4.2.2 Las relaciones públicas

Es importante tomar en cuenta las Relaciones Públicas, como técnica auxiliar del marketing, donde se intenta crear o mantener un clima de confianza y credibilidad entre la biblioteca y sus clientes. No es suficiente ofrecer buenos servicios, debemos contribuir a la creación de una imagen institucional coherente con la identidad de la biblioteca y conformar una opinión pública favorable. El usuario tiene la necesidad de ser bien recibido y comprendido, tiene la necesidad de comodidad, de sentirse importante, de no sentirse como un extraño, por tanto debemos hacerle sentir que se está comunicando de forma efectiva.

En la atención al público debemos tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- Tener la idea de que el cliente es lo más importante para la biblioteca, como en todo servicio. Para ello es necesario formar y motivar al personal de contacto, en nuestro caso a los bibliotecarios.
- Debemos transmitir sólo la información que sea necesaria, no abusar de datos, utilizando para ello palabras fáciles de entender.
- Debemos ser amables y abiertos, cuidando los mensajes corporales y el tono de voz, intentando asegurar en el trato con el cliente su autoestima.
- Hay que crear un clima de confianza tanto con nuestros usuarios internos como con otras bibliotecas e instituciones favoreciendo las relaciones de cooperación e intercambio. Todos los servicios que están en contacto directo con el usuario deben estar atendidos por personal profesional técnico y cualificado.

4.2.3 Materiales publicitarios escritos

Elaborar materiales publicitarios escritos en los que se difundan los productos y servicios. Utilizando una presentación sencilla, atractiva y con un lenguaje acorde al segmento de mercado al que va dirigida.

Se puede realizar hojas informativas de carácter general, destinadas para estudiantes de los primeros cursos. Otro tipo de información específica para usuarios externos que necesitan un primer acercamiento e introducción al manejo y uso de la biblioteca, sus colecciones o servicios. En estas guías podemos establecer aspectos sobre el funcionamiento general de la biblioteca: horarios, servicios, condiciones de uso y acceso, reglamento y modalidades de préstamo, ordenación y ubicación de fondos, tipos de materiales, etc.

Estas guías se pueden entregar a los usuarios en las presentaciones que se realizan de la biblioteca a principio de curso. Sería interesante la utilización del boletín o revista de la universidad para hacer publicidad de estos servicios. También se puede elaborar hojas informativas destinadas a segmentos de mercado específico, con necesidades informativas específicas, para clientes más especializados o de cursos avanzados, con la difusión de servicios concretos o especializados como Bases de Datos disponibles en Red o en CD-ROM.

4.2.4 Materiales publicitarios audiovisuales

Los materiales audiovisuales captan y atraen mejor la atención del cliente. Sería interesante la edición de CD-ROM de colecciones específicas o un vídeo en el que se proyecte a los clientes y mediante la técnica de voz la imagen de la Biblioteca, explicando los rasgos básicos de organización, ubicación física, división de espacios, normas de acceso y uso, instrumentos de control de la información, servicios y productos.

El éxito de los nuevos e importantes servicios en las bibliotecas, tales como la consulta de documentos multimedia (CD-I y CD-ROM) y los servicios multimedia en línea, representan una evolución de los documentos audiovisuales, ya que ofrecen variados medios audiovisuales organizados electrónicamente.

Los medios audiovisuales son parte de nuestro patrimonio cultural, pues contienen una enorme cantidad de información que necesita preservarse para el futuro. La rica variedad de expresiones multimedia en la sociedad debe reflejarse en los servicios que las bibliotecas brindan a los usuarios. Los bibliotecarios, como proveedores de

información, deben ocuparse de la provisión de información en los formatos más apropiados para las diferentes necesidades de cada tipo de usuario, que además deben diferenciarse claramente. Una biblioteca existe para servir a su comunidad y en consecuencia, las necesidades de todos sus miembros deben incluirse a los usuarios mayores y los jóvenes, los de capacidades comunes y especiales, y los miembros más y menos talentosos de la sociedad.

Los medios audiovisuales son parte de nuestro patrimonio cultural, pues contienen una enorme cantidad de información que necesita preservarse para el futuro. La rica variedad de expresiones multimedia en la sociedad debe reflejarse en los servicios que las bibliotecas brindan a los usuarios. Los bibliotecarios, como proveedores de información, deben ocuparse de la provisión de información en los formatos más apropiados para las diferentes necesidades de cada tipo de usuario, que además deben diferenciarse claramente. Una biblioteca existe para servir a su comunidad y en consecuencia, las necesidades de todos sus miembros deben incluirse —los usuarios mayores y los jóvenes, los de capacidades comunes y especiales, y los miembros más y menos talentosos de la sociedad.

4.2.5 Publicidad electrónica

La publicidad electrónica es un medio bastante idóneo para la difusión de servicios ya que se puede llegar más fácil y rápidamente a muchas más personas. Debemos aprovechar las posibilidades de promoción a través de las nuevas tecnologías y las posibilidades que actualmente nos brinda la Red Internet. Mediante el correo electrónico, podemos difundir nuestras actividades y servicios, con una presentación de la página, información general sobre la Biblioteca: horarios, condiciones de acceso, ubicación en el mapa de la ciudad.

En una biblioteca universitaria no puede implantarse una estrategia de marketing de forma global. Debemos establecer grupos de usuarios homogéneos, con características comunes y dirigir las acciones en función de las necesidades de cada grupo. El objetivo de la segmentación es desarrollar estrategias de marketing diferenciadas por colectivos, que se van a utilizar para delimitar los objetivos concretos, determinar los procesos y evaluar los servicios. La segmentación va a ser útil y necesaria en todo el proceso.

Los segmentos deben ser fácilmente accesibles, con tamaño suficiente y fácil de diferenciar.

La segmentación en nuestro caso sería segmentar en estudiantes de las diferentes especialidades, lo que nos torna más accesible, porque cada especialidad tiene sus propias características y temas de estudio.

4.2.6 Organización de espacios y señalización

Es importante que la biblioteca cuente con una distribución adecuada de espacios, que sean amplios y abiertos, en los que el usuario pueda moverse libremente. Los usuarios cada vez más requieren una buena señalización que ayude a crear, propagar y mantener la identidad de la biblioteca.

El sistema de señalización debe ser claro y entendible, cuidado y puesto al día. Los mensajes deben ser simples, sugerentes y llamativos, que puedan ser leídos rápida y correctamente, deben estar colocados en lugares estratégicos, visibles durante toda la jornada y directamente perceptibles a una cierta distancia.

La señalización ayuda a crear, propagar y mantener la identidad visual de una biblioteca. Y, además, sólo una minoría de usuarios de las bibliotecas en acceso libre emplea el catálogo en la búsqueda de documentos, yendo la mayoría de los lectores directamente a la estantería, sin recurrir al fichero.

La señalización requiere la producción de una serie de signos con las siguientes características:

- Que sean estables, claros y simples, en ubicación conocida, realizada y permanentemente visibles, en lugares donde la vista no esté ya demasiado solicitada ni haya ángulos muertos que perturben la visión.
- Que permitan un uso flexible y adaptable a nuevas situaciones que sean de comprensión universal, no ambiguos, concisos y de lectura rápida por su buen emplazamiento, formato y tamaño.

- Que utilicen los tipos de letras, colores, tamaños y símbolos más adecuados que estén colocados en una secuencia lógica fácil de seguir.
- Que provoquen una reacción, una respuesta visibles durante toda la jornada; iluminarla si es preciso, o colorearla, de modo armónico con el entorno.

Facilita la localización y el acceso al edificio, y publicita la biblioteca, favoreciendo la creación de su identidad visual e imagen pública. La señalización externa se utiliza para indicar la dirección en que se encuentra la biblioteca, indicar dónde está la zona de aparcamientos, orientar sobre las paradas de los bibliobuses; y, ocasionalmente, información sobre algunas actividades o servicios determinados, como exposiciones, cursos, conferencias y otras tareas.

Las señales externas de localización (aparcamientos, carteles anunciadores de la biblioteca, aparcamientos para minusválidos, aparcamientos para bicicletas y carril-bici, parada de bibliobús, etc.) deben estar en lugares bien visibles y alrededor de la biblioteca, excepto los carteles de direccionamiento hacia ella que estarán colocados en puntos estratégicos de la población y, como mínimo, en un radio de 2 km. del edificio.

4.2.7 La formación de usuarios

La formación de usuarios debe estar encaminada al conocimiento de los servicios, conocer el reglamento de la universidad, la presentación de la biblioteca. La formación de usuarios es un tema estrechamente vinculado a la difusión de servicios.

Con la formación del usuario estaríamos difundiendo todos los servicios que presta la biblioteca, para lo cual planificaríamos los medios por los cuales nos permita llegar al usuario en forma fácil, dinámica, de pronta comprensión, motivadora, impactante, información contenida en hojas plegables a los libros o cuadernos de trabajo o folder.

Debería también pensarse en plegables para las mochilas o vehículos de profesores y estudiantes. Otra forma de llegar con información al usuario sería mediante la construcción de trípticos, los cuales serían entregados en el aula o directamente al estudiante al momento de su ingreso a la biblioteca.

Aprovechar las horas de mayor afluencia de usuarios a la biblioteca, capacitar sobre los servicios y formas de acceder de forma fácil que les permita ahorro de tiempo de gestión y de consulta. Nuestros aliados estratégicos serán los docentes que dan clases en las diferentes especialidades.

4.2.8 Alternativas de Mejora

Estrategias N° 1: CANALES PARA LA DIFUSIÓN	
Ámbito de mejora	Descripción
Problemas	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio deficiente no hay información adecuada para los estudiantes.
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> • Desinterés en difundir el servicio
Objetivos a conseguir	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la atención a los estudiantes por parte de los funcionarios de la biblioteca
Acciones de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Valorar las actividades en servicio y atención 2. Mejorar los niveles de comunicación 3. Iniciar un proceso de comprensión del usuario 4. Desarrollar la accesibilidad 5. Inserta elementos axiológico (atención, respeto y amabilidad) 6. Mejorar la calidad de respuesta al entregar información
Beneficios esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los funcionarios trabajen apegados a los valores 2. Toda la información que ingrese al centro documental sea conocida por todo los usuarios 3. El servicio y atención al cliente sea el adecuado

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia N° 2: RELACIONES PÚBLICAS	
Ámbito de mejora	Descripción
Problemas	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de imagen corporativa de la biblioteca
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas mal aplicadas • Débil gestión de las autoridades de la institución. • Deficiente Liderazgo y comunicación
Objetivos a conseguir	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las Relaciones Públicas del personal que labora en la biblioteca
Acciones de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar normas de trabajo planificado 2. Organizar trabajos en equipo 3. Fijar responsabilidades para un buen servicio. 4. Dar seguimiento al comportamiento del personal que labora en la biblioteca.
Beneficios esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiantes satisfechos. 2. Mejoramiento de la capacidad de liderazgo y comunicación 3. Presencia de propuestas claras para mejorar la imagen corporativa.

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia N° 3: MATERIALES PUBLICITARIOS ESCRITOS	
Ámbito de mejora	Descripción
Problemas	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de materiales publicitarios y de marketing escritos
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> • No hay presupuesto, ni estudio realizado que nos haga ver la necesidad de contar con materiales publicitarios escritos.
Objetivos a conseguir	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar la implementación de presupuesto para realizar materiales publicitarios.
Acciones de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar una propuesta a los directivos de la universidad para que destinen un rubro del presupuesto para su implementación. 2. Realizar un plan de publicidad 3. Implementar guías para los usuarios o boletines informativos.
Beneficios esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir información actualizada de la gestión administrativa de la biblioteca 2. Lograr un usuario bien informado a la hora de acceder a los servicios que presta la biblioteca.

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia N° 4: MATERIALES PUBLICITARIOS AUDIOVISUALES	
Ámbito de mejora	Descripción
Problemas	<ul style="list-style-type: none"> • Aula no apta para desempeñar las actividades académicas de los estudiantes.
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> • Aula iluminada y pequeña que no permiten una visualización óptima
Objetivos a conseguir	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un espacio adecuado y apto para cubrir las necesidades de los estudiantes.
Acciones de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adecuación del aula utilizando materiales aptos que permitan una adecuada proyección de imagen. 2. Equipamiento del aula, con proyectores de imagen, asequibles al manejo de los estudiantes.
Beneficios esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contribuir a la formación profesional de los estudiantes, facilitando los aprendizajes 2. Incrementar la calidad del trabajo para un mejor desempeño estudiantil. 3. Que los servicios que presta la biblioteca sean utilizados en forma oportuna y didáctica.

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia N° 5: PUBLICIDAD ELECTRÓNICA	
Ámbito de mejora	Descripción
Problemas	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes no conocen de nuevas obras que llegan a la biblioteca, • Desconocimiento de acervo bibliográfico actualizado.
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de publicidad de obras nuevas de parte de la biblioteca
Objetivos a conseguir	<ul style="list-style-type: none"> • Que los estudiantes conozcan todas las obras que llegan a la biblioteca, con el uso de correos electrónicos y redes sociales.
Acción de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar fuentes actualizadas de libros 2. Levantamiento de una base de datos de los estudiantes por especialidades.
Beneficios esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posición de la investigación virtual en la comunidad educativa. 2. Imagen bibliotecario exitosa. 3. Acción eficiente al servicio de biblioteca a la comunidad educativa.

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia N° 6: ORGANIZACIÓN DE ESPACIOS Y SEÑALIZACIÓN	
Ámbito de mejora	Descripción
Problema	<ul style="list-style-type: none"> • La biblioteca no cuenta con espacios físicos adecuados y una señalización.
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción no cuenta con la estructura que requiere una biblioteca • La falta de señalización de la biblioteca, desorienta al usuario.
Objetivos a conseguir	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer a las autoridades de la facultad para que se construya o adecúe infraestructura acorde a las necesidades de una biblioteca.
Acciones de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar acciones coordinadas con arquitectura, ingeniería civil para elaborar un plan de organización de espacios y señalización. 2. Mejorar la atención
Beneficios esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comodidad para el usuario 2. Facilidad para la investigación. 3. Espacios físicos amplios 4. Facilidad de ubicación de la biblioteca mediante la señalética.

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia N° 7: FORMACIÓN DE USUARIOS	
Ámbito de mejora	Descripción
Problema	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de los usuarios, sobre los servicios que presta la biblioteca. • No hay información por parte del personal de la biblioteca sobre el acervo bibliográfico y condiciones y capacidad de servicio de la biblioteca.
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> • No se ha realizado espacios de capacitación y de información sobre los servicios que presta la biblioteca
Objetivos a conseguir	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un usuario bien informado
Acciones de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar espacios de capacitación a los usuarios. 2. Mantener una biblioteca activa acorde con los requerimientos de información que tengan los usuarios. 3. Usuario informado de la capacidad que tiene la biblioteca, para la prestación de servicios.
Beneficios esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener una biblioteca activa acorde con los requerimientos de información que tengan los usuarios. 2. Usuario informado de la capacidad que tiene la biblioteca, para la prestación de servicios.

4.3 Operalización del Plan de Mejoras

Estrategia 1: CANALES PARA LA DIFUSIÓN

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación Costos
1. Valorar las actividades en servicio y atención	a. Aplicar un diagnóstico de servicio y atención a los estudiantes b. Procesar la información c. Presentar al personal que la labora en la institución el resultado del diagnóstico.	Bibliotecario 1	01-03-16 10-03-16	Ficha de evaluación Informe	\$ 20
2. Mejorar los niveles de comunicación	a. Analizar en reuniones los problemas de niveles de investigación. b. Establecer normas claves para la investigación. c. Evaluar trimestralmente la acción de investigación.	Directora	01-03-16 10-03-16	Local de reuniones Técnicos	\$ 10
3. Iniciar un proceso de comprensión del estudiante	a. Atender al estudiante con cordialidad y amabilidad. b. Dar prioridad en la atención al estudiante	Personal Administrativo	20-03-16 01-04-16	Reloj	
4. Desarrollar la accesibilidad (buzón de sugerencias)	a. Disponer de un buzón de sugerencias, ubicado estratégicamente. b. Motivar al estudiante en depositar la sugerencia.	Bibliotecario 2	03-10-16 01-12-16	Buzón Fichas Técnicos	\$ 30

	<p>c. Procesar las sugerencias al finalizar cada jornada de trabajo.</p> <p>d. Informar las novedades al personal para corregir errores oportunamente.</p>				
<p>5. Insertar elementos axiológico (atención, respeto y amabilidad)</p>	<p>a. Capacitar al personal en biblioteca al servicio al público con buenos valores.</p> <p>b. Aplicar valores en el trabajo, en el servicio cotidianamente.</p> <p>c. Autoevaluar y evaluar su desempeño valorativo.</p>	Directora	<p>03-10-16</p> <p>01-12-16</p>	<p>Documentos de apoyo</p> <p>Local de reuniones</p> <p>Capacitador</p>	\$ 50
<p>6. Mejorar la calidad de respuesta al entregar información</p>	<p>a. Mantener una comunicación verbal cordial.</p> <p>b. Mantener una habilidad al escuchar y preguntar.</p> <p>c. Convencer y satisfacer con la información al cliente.</p>	Personal Administrativo	<p>03-10-16</p> <p>01-12-16</p>	<p>Documentos de</p> <p>Recepción y Envío.</p> <p>Técnicos</p>	\$ 15

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia 2: RELACIONES PÚBLICAS

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación Costos
1. Elaborar normas de trabajo planificado	a. Elaborar agenda de trabajo diario o semanal. b. Cumplimiento de la agenda propuesto. c. Evaluar el cumplimiento de la agenda. d. Corregir errores y resolver oportunamente.	Directora y bibliotecarios	01-03-16 15-10-16	Materiales de oficina Técnicos	\$ 30
2. Organizar trabajos en equipo	e. Asignar deberes. f. Delegación de autoridad. g. Asignación de responsabilidades. h. Creación de confianza.	Directora y bibliotecarios	01-03-16 15-10-16	Materiales de oficina	\$ 10
3. Fijar responsabilidades para dar un buen servicio	i. Asignar deberes. j. Delegación de autoridad. k. Asignación de responsabilidades. l. Creación de confianza.	Bibliotecario 1 y 2	01-03-16 15-10-16	Materiales de oficina	\$ 10

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia 3: MATERIALES PUBLICITARIOS ESCRITOS

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación Costos
1. Presentar una propuesta a los directivos de la universidad para que destinen el presupuesto para su implementación.	a. Diagnosticar las necesidades de la ampliación b. Análisis de las alternativas de implementación c. Ejecución de la gestión d. Evaluación de las gestión	Directora y bibliotecario 1	01-09-17 22-10-17	Materiales de oficina Técnicos	\$ 200
2. Realizar un plan de publicidad	e. Establecer acuerdo institucional. f. Identificar y validar plan de publicidad g. Diseño e implementación de plan de publicidad h. Definir estrategias de publicidad	Directora y bibliotecarios 1 y 2	01-10-17 22-10-17	Materiales de oficina Técnicos	\$ 30
3. Implementar guías para los usuarios o boletines informativos	i. Determinar una técnica de difusión. j. Establecer factores de difusión k. Ejecutar la evaluación del desempeño l. Informar resultados con recomendaciones de mejora.	Personal de la biblioteca	01-12-17 10-12-17	Materiales de Oficina Técnicos	\$ 20

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia 4: MATERIALES PUBLICITARIOS AUDIOVISUALES

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación Costos
1. Adecuación del aula utilizando materiales oscuros que permitan una adecuada proyección de imagen.	a. Adecuación de espacios físicos b. Resolver toda clase de situaciones que contribuyan a contar con espacios adecuados a las necesidades de los estudiantes c. Adecuación de espacios con luz apropiada para proyección	Personal de la biblioteca y arquitecto	01-04-17 30-04-17	Herramientas	\$ 100
2. Equipamiento del aula, con proyectores de imagen, asequibles al manejo de los estudiantes	d. Elección del mejor aula virtual e. Uso diario registrado de información virtual	Personal de la biblioteca y electricista	01-04-17 30-04-17	Telas oscuras o persianas	\$ 1800

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia 5: PUBLICIDAD ELECTRÓNICA

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación Costos
1. Utilizar fuentes actualizadas de libros	a. El Acervo bibliográfico actualizado por gestión interna de la biblioteca b. Base de datos de obras c. Registro de servicios	Directora y Personal de biblioteca	01-04-17 18-06-17	Documentos de apoyo y registro bibliográfico	\$ 1000
d. Levantamiento de una base de datos de los estudiantes por especialidades	e. Elección del mejor aula virtual f. Uso diario registrado de información virtual g. Base de datos y direcciones electrónicas de usuarios g. Redes sociales h. Implementar centros de información y comunicación satelital con apoyo de las autoridades.	Directora y bibliotecarios	01-01-17 21-01-17	Documentos de apoyo y registro bibliográfico	\$ 1800

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia 6: ORGANIZACIÓN DE ESPACIOS Y SEÑALIZACIÓN

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación Costos
1. Dar a conocer a las autoridades universitarias el proyecto a implementar.	<p>a. Elaborar un proyecto de implementación de internet con anual virtual.</p> <p>b. Gestionar ante las instituciones de apoyo.</p> <p>c. Delegar responsabilidades del manejo de equipos.</p>	Equipo Técnico de la Universidad	<p>20-05-17</p> <p>30-06-17</p>	<p>Oficios</p> <p>Proyecto</p> <p>Técnicos</p>	\$ 200
2. Valorar los estados de los equipos tecnológicos existentes.	<p>d. Buscar un técnico para la valoración de equipos.</p> <p>e. Elaborar un informe de estado y de necesidades.</p> <p>f. Presentar el informe detallado, para conocimiento de las autoridades.</p>	Equipo Técnico de la Universidad	<p>20-05-17</p> <p>30-05-17</p>	<p>Técnicos</p> <p>Herramientas</p>	\$ 200
3. Realizar acciones coordinadas con arquitectura, ingeniería civil para elaborar un plan de organización de espacios y señalización.	<p>g. Adquirir proformas para la compra de materiales.</p> <p>h. Seleccionar la mejor oferta.</p> <p>i. Gestionar presupuesto para realizar adecuaciones</p> <p>j. Comprar los equipos bajo los estándares previstos.</p>	Equipo Técnico de la Universidad	<p>20-05-17</p> <p>30-06-17</p>	<p>Proforma de compras</p> <p>Transporte</p>	\$ 200

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

Estrategia 7: FORMACIÓN DE USUARIOS

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación Costos
1. Planificar espacios de capacitación a los usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> a. Elaborar un plan de capacitación. b. Buscar financiamiento para eventos programados. c. Ejecutar las capacitaciones. d. Poner en práctica lo aprendido. 	técnico pedagógico Facilitador	01-04-17 01-05-17	Materiales de oficina Documento de apoyo Técnico	\$ 150
2. Mantener una biblioteca activa acorde con los requerimientos de información que tengan los usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> e. Analizar los esquemas de trabajo de cada sección bibliotecaria, de acuerdo a las especialidades f. Proponer temas de capacitación g. Ejercer función de capacitación del personal de la biblioteca. 	Personal de la biblioteca	01-04-17 01-05-17	Materiales de oficina Técnicos	\$ 50
3. Usuario informado de la capacidad que tiene la biblioteca, para la prestación de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> h. Informar políticas institucionales. i. Generar cambios de actitud del usuario j. Prestación de servicios basados en el conocimiento de los usuarios 	Personal de la biblioteca	01-04-17 01-12-17	Materiales de oficina	\$ 10

Elaborado por: JUAN PABLO CRIOLLO SAQUIACARY

CONCLUSIONES

Para concluir, haremos hincapié en la importancia de la implementación de las estrategias de servicio para el uso correcto de las herramientas de información

- La biblioteca no cuenta con estrategias y herramientas para una gestión adecuada de la atención y servicio al usuario
- Las teorías sustentadas en los temas de atención al cliente no fortalecen las herramientas para la construcción de políticas institucionales como medio para una adecuada gestión y oferta de los servicios en la biblioteca hacia los usuarios
- Falta de atención eficiente, debido a que la biblioteca no cuenta con personal altamente capacitado en la aplicación de las estrategias de servicio a los usuarios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Biblioteca Juan Bautista Vázquez poner en práctica las estrategias desarrolladas en el presente estudio a fin de conseguir mejorar la atención al cliente en el centro de estudio.
- Fortalecer las teorías relacionadas con la atención al cliente lo que permitirá una construcción adecuada de políticas institucionales
- Se recomienda capacitar al personal en la aplicación de estrategias de servicios planteadas; al finalizar los ciclos académicos

BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, P. (2001). Dirección de Mercadotecnia. Mexico: Pearson, Educación
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de marketing. México: Pearson, Educación
- Vicente, M. A. (2009). Marketing y competitividad. Buenos Aires: Prentice-hall.
- Whellen, T., & Hunger, D. (2007). Administración estratégica y política de negocios. México: Pearson Educación
- Asamblea Nacional Constituyente. (1998). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Quito:
- Varela, C. (2009). La gestión de la tecnología en las bibliotecas. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 27-45. Andaluza: AAB.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017* Quito: SENPLADES.
- Salvador, D. (2006). *Temario de Bibliotecoeconomía*. Madrid.
- Orera, L. (2000). Reflexiones sobre el concepto de biblioteca. *I Congreso Universitario de Ciencias de la Documentación. Teoría, historia y metodología de la Documentación en España*, 663-676. Madrid: Latindex.
- Delgado, G. (2010). Conceptos y metodología de la investigación histórica. *Revista Cubana de Salud Pública*, 36(1), 9-18.
- Wigodski, J. (2010). *Población y Muestra*. Obtenido de Metodología de la Investigación: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Ochoa, J. (2012). *Biblioteca y TIC: medios de información y comunicación para la formación de ciudadanía crítica*. Obtenido de <http://www.ifla.org/past-wlic/2012/147-gutierrez-es.pdf>
- Plenario de las Comisiones Legislativas del Ecuador. (1982). *Ley del Sistema Nacional de Archivos*. Obtenido de: http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ecuador_ley_92_10_06_1982_spa_orof.pdf
-

ANEXOS



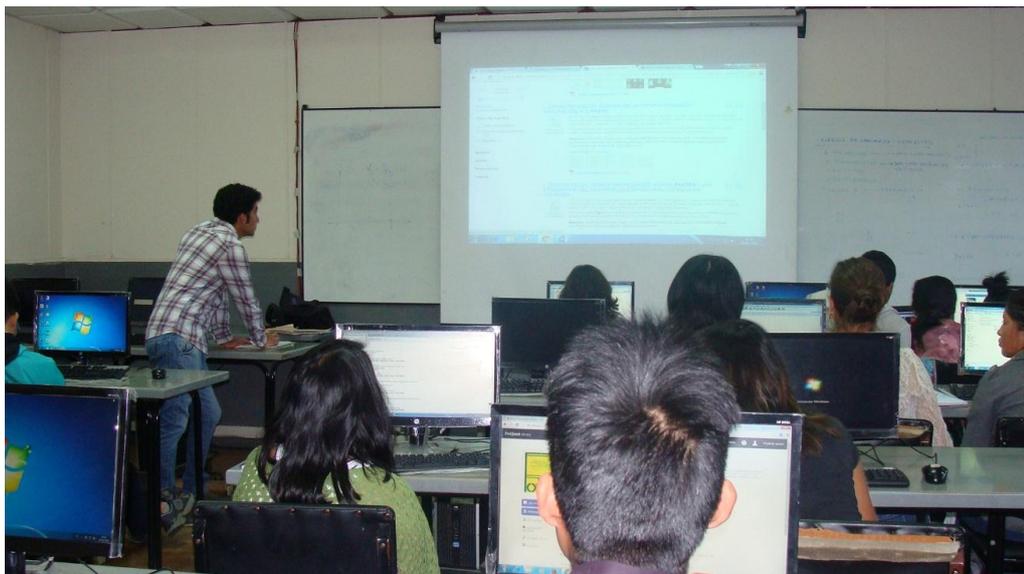
Entrada a la biblioteca



Sala donde se encuentran los libros de lectura de la biblioteca



Cursos de capacitación a estudiantes



Diagnóstico de estudiantes para establecer niveles de conocimiento sobre los servicios que presta la biblioteca



Cubículos de lectura



Sala de lectura de la biblioteca campus Yanuncay

