



Universidad Mayor de San Andrés

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y FINANCIERAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TRABAJO DIRGIDO

**“PROYECTO DE MARKETING PARA LA
BIBLIOTECA CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD
MAYOR DE SAN ANDRES”**

**POSTULANTES: CABRERA PASTRANA KANTUTA BELEN
CALLE ALARCON ANDREA CRISTINA**

TUTOR: MsC. PASTOR DEUER DEUER

**LA PAZ - BOLIVIA
2012**

DEDICATORIA

Para nuestros padres, que representan en nuestras vidas el motor que nos impulsa en ésta constante lucha del diario vivir

Dejando constancia en ellos que el esfuerzo, la entrega y la perseverancia son el mejor camino para lograr el éxito.

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque bendice grandemente a diario mi existencia

A nuestros Padres, por la vida que nos han dado

A nuestros docentes por la formación recibida, particularmente al MsC. Pastor Deuer Deuer por el asesoramiento brindado durante el desarrollo del presente documento.

Al Lic. Armando Blacutt, que ha constituido el pilar fundamental para el desarrollo del presente trabajo, la colaboración brindada por él nos ha permitido concretar el logro del objetivo propuesto.

Y a todos los que de manera directa o indirecta han contribuido en nuestra formación profesional, haciendo posible la conclusión de una etapa importante en la vida con lo cual hemos comprendido que no existen barreras para nadie, la barrera es uno mismo.

INDICE GENERAL

INTRODUCCION	1
---------------------------	---

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	2
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	2
1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEORICA	2
1.2.1.1 COBERTURA DEL PLAN DE MERCADOTECNIA.....	2
1.2.1.2 PROPÓSITOS DEL PLAN DE MERCADOTECNIA.....	4
1.2.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	4
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.4 OBJETIVOS.....	5
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.4.2 OBJETIVOS SPECÍFICOS	5
1.5 METODOLOGÍA	6
1.5.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	6
1.5.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	6
1.6 ALCANCE	7
1.6 CRONOGRAMA	7

CAPTITULO II

BASES CONCEPTUALES

2.1 LA PLANEACION EN ADMINISTRACION.....	9
2.1.1 PLANEACION DEL MARKETING.....	10
2.1.2 IMPLEMENTACION.....	11
2.1.3 EVALUACION.....	11

2.2 MERCADO.....	12
2.2.1 DEFINICION	12
2.3 SEGMENTACION DE MERCADO.....	13
2.3.1 CONDICIONES PARA LA SEGMENTACION EFECTIVA	14
2.3.2 BASES PARA LA SEGMENTACION.....	15
2.3.3 SELECCIÓN DE MERCADO META	15
2.4 MEZCLA DE MERCADOTECNIA.....	17
2.4.1 OFERTA DE SERVICIOS.....	17
2.4.2 ADMINISTRACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	18
2.4.3 SISTEMA DE DISTRIBUCION.....	19
2.4.4 PROMOCION	20
2.5 LA BIBLIOTECA COMO ORGANIZACIÓN.....	21
2.5.1. CONCEPTO DE BIBLIOTECA.....	21
2.6. ADMINISTRACION DE BIBLIOTECAS	23
2.7. FUNCIONES DE LA BIBLIOTECA CENTRAL.....	23
2.8. ESTRUCTURA GENERAL	24

CAPTITULO III

ANALISIS SITUACIONAL

3.1 ANALISIS DE SITUACION	25
3.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	28
3.2.1 CARACTERÍSTICAS FUNCIONALES DEL MERCADO.....	28
3.2.2 MODELO DEL COMPORTAMIENTO DEL COMPRADOR	29
3.2.3 ANALISIS FODA.....	30
3.3. SERVICIOS QUE OFRECE LA BIBLIOTECA CENTRAL.....	30
3.4. INFRAESTRUCTURA.....	35
3.4.1. CARACTERISTICAS ARQUETECTONICAS DE LOS DEPÓSITOS.....	35
3.4.2. CARACTERISTICAS ARQUETECTONICAS DE LAS SALAS DE LECTURA DE LA BIBLIOTECA CENTRAL	38
3.5 RECURSOS HUMANOS	39

3.5.1. SISTEMA DE UNIDADES DE INFORMACION DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES (SUI-UMSA.....	39
3.6 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LA BIBLIOTECA CENTRAL	40
3.6.1. SUJETOS DE INVESTIGACIÓN	40

CAPITULO IV

INVESTIGACION DE MERCADO

4.1 IDENTIFICACION DEL MERCADO META.....	42
4.2 PROPOSITO DEL ESTUDIO.....	42
4.3 INSTRUMENTOS.....	42
4.4 SUJETOS DE INVESTIGACION	43
4.4.1 TAMAÑO DE MUESTRA EN LAS TRES DIFERENTES SALAS.....	43
4.4.1.1 HEMEROTECA.....	43
4.4.1.2 REFERENCIA.....	44
4.4.1.3 CIRCULACION	44
4.4.2 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO APLICADO A USUARIOS DE LA SALA DE CIRCULACION DE LA BIBLIOTECA CENTRAL	45

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 ESTRATEGIA DE MARKETING	81
5.2 PROPUESTA ESTRATEGICA.....	82
5.2.1 OBJETIVO	82
5.2.2 PROMOCION	83
5.2.2.1 OBJETIVOS DE PROMOCIÓN	83
CONCLUSIONES	89
BIBLIOGRAFIA.....	90

INDICE DE CUADROS

CUADRONº1: Población universitaria

CUADRO Nº2: Áreas de investigación para la evaluación de la Biblioteca Central.

CUADRO Nº3: variables del cuestionario de evaluación

INDICE DE GRAFICOS

Grafico N°1: Pirámide informacional

Grafico N°2: Distribución ambientes de la Biblioteca Central

ANEXO 1

Grafico N°1: Frecuencia de asistencia a la sala de circulación

Grafico N°2: Horario de atención sala de circulación

Grafico N°3: Motivo de asistencia a la sala de circulación

Grafico N°4: Conocimiento del material bibliográfico de la sala

Grafico N°5: Conocimiento del material expuesto en sala

Grafico N°6: Personal encargado de la sala de circulación

Grafico N°7: Espacio físico

Grafico N°8: Atención en la sala de circulación

Grafico N°9: Tecnología en la sala de circulación

Grafico N°10: Mejoras en la sala de circulación

ANEXO 2

Grafico N°1: Frecuencia de asistencia a la sala de hemeroteca

Grafico N°2: Horario de atención sala de hemeroteca

Grafico N°3: Motivo de asistencia a la sala de hemeroteca

Grafico N°4: Conocimiento del material bibliográfico

Grafico N°5: Conocimiento del material expuesto en sala

Grafico N°6: Personal encargado de la sala de hemeroteca

Grafico N°7: Espacio físico

Grafico N°8: Personal a cargo de la sala de hemeroteca

Grafico N°9: Tecnología en la sala de hemeroteca

Grafico N°10: Mejoras en la sala de hemeroteca

ANEXO 3

Grafico N°1: Frecuencia de asistencia a la sala de referencia

Grafico N°2: Horario de atención sala de referencia

Grafico N°3: Motivo de asistencia a la sala de referencia

Grafico N°4: Conocimiento del material bibliográfico

Grafico N°5: Conocimiento del material expuesto en sala

Grafico N°6: Personal encargado de la sala de referencia

Grafico N°7: Espacio físico

Grafico N°8: Personal a cargo de la sala de referencia

Grafico N°9: Tecnología en la sala de referencia

Grafico N°10: Mejoras en la sala de referencia

ANEXOS

ANEXO 1: Resultados de la encuestas sala de circulación

ANEXO 2: Resultados de las encuestas sala hemeroteca

ANEXO 3: Resultados de las encuestas sala referencia

- Encuesta Sala Circulación
- Encuesta Sala Hemeroteca
- Encuesta Sala Referencia
- Mapa de distribución de los ambientes de la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrea
- Transcripción de entrevista al Director de la Biblioteca Central
- Transcripciones de entrevistas realizadas a los encargados de las salas

INTRODUCCION

El trabajo dirigido es una “Modalidad de Graduación” a nivel licenciatura, que consiste en trabajos prácticos evaluados y supervisados en instituciones, empresas públicas o privadas, con el objetivo de aportar al desarrollo económico y social del país, proporcionando una formación integral que complemente los conocimientos teóricos con la práctica y aplicación del mismo. Buscando efectivizar un aporte que permita ampliar su visión respecto a los problemas que se presenten al realizar el mencionado trabajo.

Mediante el convenio realizado por la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Mayor de San Andrés y la Biblioteca Central de la misma se autoriza la ejecución del trabajo dirigido de acuerdo a las necesidades de la misma. Considerándose como sujeto de estudio de un Plan Estratégico de Marketing en la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés, el cual plantea como objetivo difundir los servicios que la misma ofrece a toda la comunidad universitaria y público en general, conciliando los intereses de los usuarios con los recursos y objetivos de los prestadores del servicio.

La ausencia de un Plan Estratégico de Marketing en la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés, no permite difundir todos los servicios que ofrece la misma, teniendo como resultado una baja afluencia de usuarios y además que estos no puedan aprovechar y utilizar todos los servicios que están a su disposición.

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS

Su fundación y organización empiezan en el año 1906 en forma experimental; ese mismo año en una publicación del matutino “El Comercio” de la ciudad de La Paz, se da cuenta de las condiciones incipientes en que funcionaba la biblioteca.

Pese a estos inconvenientes de infraestructura, su acervo bibliográfico fue creciendo progresivamente y una de las donaciones importantes del siglo pasado fue la del Dr. Manuel B. Mariaca, donación conformada por libros, folletos y revistas. Posteriormente, otro material que se incorporó con gran trascendencia fue el resultado de las de Bibliotecas Particulares, tales como la del Señor Víctor Muñoz reyes, por Resolución Suprema de 1928, compuesta aproximadamente de 4.526 volúmenes, trataba de manuscritos, folletos y documentos de gran valor histórico, fue comprada con el legado del Dr. Don Macario D. Escobari. Hubo, además el proyecto de modificar el nombre de Biblioteca Universitaria por “Biblioteca Universitaria Macario D. Escobari”.

Este acontecimiento se realizó en la gestión rectoral del doctor Eduardo Rodríguez Vásquez. En el año de 1930 se agrega al fondo general bibliográfico el importante material perteneciente a la Biblioteca de la dirección de Instrucción, Biblioteca Pedagógica que perteneció al Instituto Normal Superior. En 1960se compra la Biblioteca Particular de Don Gregorio Pacheco, Ex Presidente de la República de Bolivia; en ese mismo año se adquiere también la Biblioteca Particular del Dr. Alberto Ostría Gutiérrez, ex Ministro de Relaciones Exteriores de la República de Bolivia.

Tuvieron que pasar aproximadamente 90 años, desde 1936, para que la Biblioteca Universitaria defina su rol de transmisión de conocimientos en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la comunidad universitaria.

La Biblioteca Central Universitaria, antes de ocupar las actuales instalaciones en el edificio central, tuvo una nueva sede transitoria en el local de la calle Indaburo y la Plaza del Teatro Municipal, actualmente este edificio es la casa que ocupan los amigos de la Ciudad de La Paz. Posteriormente, en 1940 la biblioteca se traslada al edificio antiguo de la Universidad, edificio cedido por el Colegio Militar del Ejército, donde se amplían sus instalaciones. Los lugares donde funcionó la Biblioteca Universitaria fueron siempre ambientes inadecuados, muchas veces la sala de lectura y el ámbito de los depósitos no presentaban división, causando incomodidad a los usuarios. En relación a la conservación de los materiales bibliográficos, la biblioteca siempre estuvo muy limitada.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

1.2.1 Justificación Teórica

El *plan de mercadotecnia* es un documento compuesto por un análisis de la situación de mercadotecnia actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos, la estrategia de mercadotecnia, los programas de acción y los ingresos proyectados. Este plan puede ser la única declaración de la dirección estratégica de un negocio o servicio. El *plan de mercadotecnia* es un mecanismo que muestra lo que se planifica poner en práctica y se integra dentro de un plan estratégico global.

1.2.1.1 Cobertura del *Plan de Mercadotecnia*:

El *plan de mercadotecnia* es un instrumento que puede servir a toda la empresa u organización o sólo al área para la que se hace el estudio.

1.2.1.2 Propósitos del *Plan de Mercadotecnia*:

El *plan de mercadotecnia* cumple al menos tres propósitos:

1. Es una guía escrita que señala las estrategias y tácticas de mercadotecnia que deben implementarse para alcanzar objetivos concretos en periodos de tiempo definidos.
2. Indica quién es el responsable de qué actividades, cuándo hay que realizarlas y cuánto tiempo y dinero se les puede dedicar.
3. Sirve como un mecanismo de control. Es decir, establece estándares de desempeño contra los cuales se puede evaluar el progreso de cada división o producto.

Por el tipo de organización para la que se desarrollará el Plan Estratégico de Marketing, el trabajo puede catalogarse dentro del *Marketing de Servicios para empresas sin fines de lucro* entendiendo este hecho como la aplicación de las técnicas del marketing comercial para realizar el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para que la institución bajo estudio, pueda cumplir alguno de sus objetivos o alguna parte de su declaración de misión.

1.2.2 Justificación Práctica

La estrategia de Marketing de servicios en una empresa sin fines de lucro, comienza concentrándose tanto en el público objetivo que será el destinatario del programa estratégico que se planteará como en los recursos de que dispone la entidad que brinda los servicios. Es decir es necesario conocer las necesidades y deseos del cliente – estudiantes – como los intereses y recursos de que dispone la entidad que brinda el servicio – Biblioteca Central de la UMSA -. Esto implica que, se deben identificar, inicialmente, las necesidades de los destinatarios y los objetivos de los prestadores del servicio, para poder satisfacerlas y ayudar a la entidad a cumplir sus objetivos.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ausencia de un Plan Estratégico de Marketing en la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés, no permite difundir todos los servicios que ofrece la misma, teniendo como resultado una baja afluencia de usuarios y además que estos no puedan aprovechar y utilizar todos los servicios que están a su disposición.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Formular un Plan Estratégico de Marketing para la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés, el mismo que permitirá difundir los servicios que la misma ofrece a toda la comunidad universitaria y público en general, conciliando los intereses de los usuarios con los recursos y objetivos de los prestadores del servicio.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Conocer la misión, visión, objetivos y estrategias de la Biblioteca Central de la UMSA
- Analizar el mercado de usuarios actuales y usuarios potenciales para determinar sus intereses, necesidades y grado de satisfacción de los mismos en la situación actual.
- Analizar todos los servicios que ofrece la Biblioteca y detectar aspectos positivos y negativos de los mismos.
- Analizar e identificar a los usuarios actuales y potenciales que tiene esta Biblioteca.
- Conocer los planes de desarrollo que tiene la Biblioteca y los recursos de que dispone.

- Identificar los problemas que existen como consecuencia de la ausencia de un Plan Estratégico de Marketing
- Plantear acciones que permitan conciliar los intereses y objetivos de ambas partes, dentro de las limitaciones presupuestarias y físicas que existen en la Biblioteca.

1.5 METODOLOGÍA

1.5.1 Método de Investigación

El método a utilizar será el DEDUCTIVO, ya que es el razonamiento que conduce de lo general a lo particular. Como resultado de esta metodología de trabajo, se elaborará un Plan Estratégico de Marketing para la Biblioteca Central de la UMSA.

1.5.2 Tipo de Investigación

Este trabajo tendrá un diseño de investigación NO EXPERIMENTAL, TRANSVERSAL (EXPLORATIVO – DESCRIPTIVO), pues se comenzará a conocer la situación en un momento específico, se describirán los componentes implicados en el tema, se puntualizará la situación por la que atraviesa Biblioteca Central de la UMSA en el área de marketing, para luego proponer un plan de acción que le permita cumplir de mejor manera sus objetivos

1.5.3 Técnicas de Recolección de datos

Las técnicas que se usarán para el presente trabajo serán las siguientes:

- ❖ **Observación directa.** Es un procedimiento intencionado selectivo, e interpretativo de la realidad para explicar los fenómenos perceptibles de la realidad en forma consciente y dirigida.
- ❖ **Revisión documental.** Permite conocer datos significativos sobre la institución en relación al tema que se investiga.

- ❖ **Encuesta.** Consiste en la captación planeada y registrada en cuestionarios, de hechos, opiniones, situaciones, etc. a través de las respuestas obtenidas al realizar la encuesta. Esta técnica requiere de un cuestionario destinado a recabar respuestas escritas u orales.

- ❖ **Entrevista.** Como técnica de recolección va desde la interrogación estandarizada hasta la conversación libre, en ambos casos se recurre a una guía que puede ser un formulario o esquema de cuestiones que han de orientar la conversación.

1.6 ALCANCE

El presente trabajo es desarrollado en la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés de la ciudad de La Paz.

1.7 CRONOGRAMA

Adjunto.

**BIBLIOTECA CENTRAL
TRABAJO DIRIGIDO- UMSA**

TIEMPO	MESES												
ACTIVIDADES	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	ago-11	sep-11	oct-11	nov-11	dic-11	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12
1.- Presentacion del perfil del Trabajo Dirigido													
2.- Recoleccion y revision de informacion bibliografica													
3.- Formular las encuestas para elaborar el diagnostico de la Biblioteca Central													
4.- Implantacion de las encuestas en las diferentes areas													
5.- Interpretacion y elaboracion del diagnostico													
6.- Estudio de Mercado													
7.- Formular la estrategia de comercializacion de los servicios de la													
8.- Elaboracion del informe del Trabajo													
9.- Presentacion del trabajo a la Biblioteca Central													
10.- Presentacion final del Trabajo													

CAPITULO II

BASES CONCEPTUALES

Durante los últimos años, el marketing en las empresas de servicio, ha cambiado de manera importante.

“Las empresas de servicio han introducido más lentamente en sus actividades las técnicas de la administración moderna. Pero las cambiantes condiciones de la economía las obligaron a reconocer la necesidad de dirigir y comercializar más eficazmente sus operaciones”.¹

Los servicios se venden de la misma manera que los bienes tangibles, la compañía debería ante todo seleccionar y analizar sus mercados metas, luego diseñar un programa basado en su mezcla de marketing.

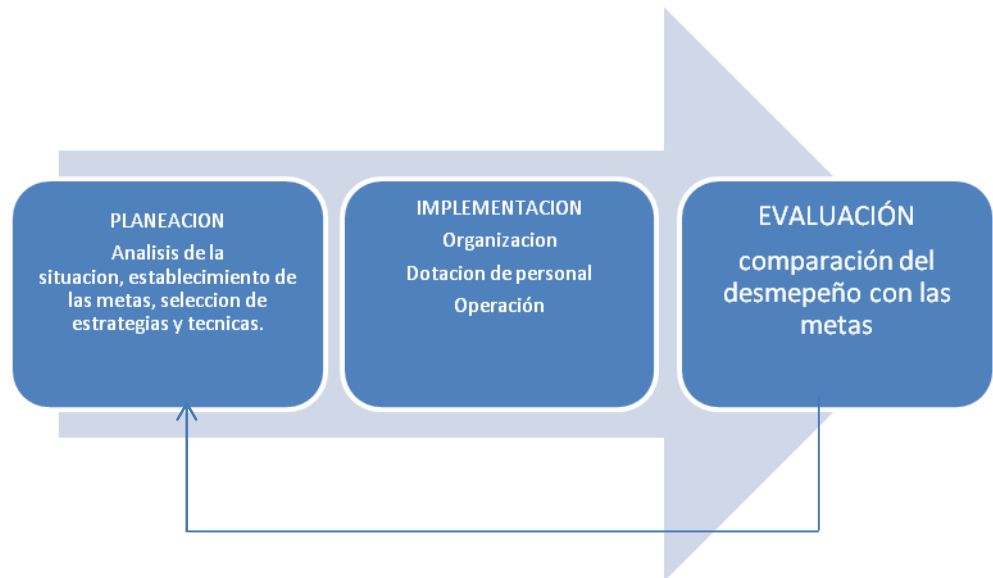
2. 1. LA PLANEACION EN ADMINISTRACION

Todas las organizaciones necesitan planes generales y específicos para lograr el éxito. Los organismos deben decidir que desean lograr como organización y luego trazar un plan para obtener esos resultados.

“Planificar es un proceso mediante el cual se precisan objetivos y se asignan recursos para el logro de los mismos objetivos, utilizando determinadas técnicas

¹ FUNDAMENTOS DE MARKETING, William Stanton, 11 edición, Pag. 170

que se sitúan en el tiempo y en el espacio las metas que se persiguen”²



Fuente: Fundamentos de Marketing; Pag. 57

2.1.1. PLANEACION DEL MARKETING

La planeación del marketing es un proceso de cinco etapas.

- ❖ Realizar un análisis de la situación: este análisis de la situación abarca los factores ambientales externos y los recursos internos, se analiza también los tipos de clientes y las estrategias actuales.
- ❖ Trazar los objetivos del marketing: deben guardar estrecha relación con las metas y estrategias globales.

² DIRECCION, Manuel Barquin, Pag. 51

- ❖ Determinar el posicionamiento y ventaja diferencial: se refiere como posicionar nuestro producto en el mercado y como diferenciarlo de la competencia.
- ❖ Seleccionar los mercados meta y medir la demanda del mercado.
- ❖ Diseñar la mezcla de marketing: la combinación de un producto la manera en que se distribuirá, y su precio.

2.1.2 IMPLEMENTACION

La implementación abarca tres actividades importantes:

1. Organizar la actividad de marketing; una vez establecido el plan de marketing, la primera actividad consiste en organizar a los que lo podrán en práctica.
2. Recluta el personal de la empresa: para que los planes produzcan los resultados esperados, se necesita empleados hábiles y dedicados para llevarlos a cabo correctamente. Así la selección de personal es lo más importante.
3. Dirigir la realización de los planes estratégicos: se dirigirá el trabajo del personal que han seleccionado y organizado como el equipo de marketing de la compañía.

2.1.3 EVALUACION

Al evaluar las actividades de marketing, no solo se tomará en cuenta el análisis financiero de los resultados, es preciso examinar la eficacia con que satisface

los deseos de los clientes, atendiendo sus propias necesidades y dar énfasis en mejorar los intereses de la sociedad.

Para un mejor desenvolvimiento de la realización del plan de marketing, es necesario conocer el ambiente en el cual se trabajará.

2.2 MERCADO

2.2.1 DEFINICION

“El término mercado ha ido adquiriendo muchos significados a lo largo de los años. Originalmente se trataba de un lugar donde se reunían compradores y vendedores para intercambiar bienes y servicios, las ciudades medievales tenían plazas de mercado donde los vendedores llevaban sus productos y los compradores adquirirían sus artículos. Hoy en día las transacciones ocurren en toda la ciudad, es lo que se denomina áreas de compra en vez de mercado. Para un economista, un mercado esta compuesto por todos lo vendedores y compradores que realizan transacciones con algún bien o servicio..

“Para un mercadólogo, **un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.** Un mercado es un conjunto de compradores y una industria es el conjunto de vendedores. Entonces el tamaño de un mercado depende del número de compradores que pudieran existir para una oferta particular de mercado. Las personas que están en el mercado tienen tres características: interés, ingresos y accesos”³

Las organizaciones que se dedican a vender en los mercados de consumo e industriales saben que no pueden atraer a todos los compradores o al menos no a todos en la misma forma.

Los clientes son demasiados, están demasiados dispersos y sus necesidades y costumbres adquisitivas son demasiadas diversas, también las diferentes compañías difieren en cuanto a su capacidad para aprender los diferentes segmentos del mercado. Así cada una de ellas tiene que identificar las partes que pueden atender mejor. Pero, los vendedores no siempre han practicado esta filosofía, sus ideas han pasado por tres diferentes etapas.

- **Mercadotecnia masiva:** es en esta forma de mercadeo el vendedor produce, distribuye y promueve de manera masiva un solo producto para todos los cliente.
- **Mercadotecnia de producto diferencial:** en este caso, el vendedor produce dos o más productos con diferentes características, estilos calidades, tamaños, etc. Estos están diseñados para ofrecer cierta variedad al cliente, más que para atraer a los diferentes segmentos de mercado.
- **Mercadotecnia de selección del mercado meta:** aquí, el vendedor identifica los segmentos de mercado, selecciona una o varias y desarrolla productos y mezclas de mercadotecnia adaptado a cada uno de ellas.

Primero debe estimarse el número de consumidores que tiene un interés potencial en poseer un producto que constituirá el mercado potencial que es el conjunto de consumidores que demuestran cierto nivel de interés por una oferta definida de mercado.

Los consumidores potenciales deben tener suficientes información para hacer uso de todos los materiales que tiene la Biblioteca Central, ya que esta no tiene fines de lucro.

2.3 SEGMENTACION DE MERCADO

“Al decidir el mercado a los que vendrá, la organización tiene dos enfoques a elegir. En uno el mercado total se contempla como una sola unidad, como un mercado masivo, agregado. Este enfoque conduce a la estrategia de agregación de mercado. El otro, el mercado total se contempla como muchos segmentos pequeños, homogéneos. Este lleva a la estrategia de segmentación del mercado, en el cual se eligen uno o más segmentos como los principales mercados objetivo. Decidir cuál de las dos estrategias se debe adoptar es un paso fundamental en la elección de los mercados objetivos.

La segmentación del mercado es el proceso de dividir el mercado total heterogéneo para un bien o servicio en varios segmentos, cada uno de los cuales tiende a ser homogéneo en todos los aspectos importantes.

“La administración selecciona uno o más de estos segmentos como mercado objetivo de la organización. Para cada segmento o grupo de segmentos en este último se desarrolla una mezcla de marketing por separado”⁴

Al adoptar los programas de marketing a los segmentos individuales del mercado, la administración puede hacer un mejor trabajo de marketing y lograr un uso más eficiente de los recursos del marketing. Una empresa pequeña con recursos limitados puede competir con mucha eficiencia en uno o dos del mercado, mientras que la misma empresa se hundiría si apuntara al mercado total.

Al seleccionar las estrategias de la segmentación del mercado una compañía puede diseñar productos que realmente estén de acuerdo con la demanda de este.

⁴ Satanton William, Fundamentos de Marketing, pag 92

2.3.1 CONDICIONES PARA LA SEGMENTACION EFECTIVA

Las características para clasificar a los clientes por categorías, tienen que ser medibles y los datos accesibles.

El segmento del mercado en si debe ser accesible a través de las instituciones de marketing existentes: intermediarios, medios publicitarios.

2.3.2 BASES PARA LA SEGMENTACION

Una compañía puede segmentar su mercado en muchas formas diferentes y las bases para hacerlo varían de un producto a otro. Sin embargo el mercado potencial se divide en dos categorías amplias: consumidores finales y usuarios de negocio.

El único criterio para la ubicación en una u otra es la razón para comprar del cliente, los consumidores finales adquieren bienes y servicios para su uso propio o del hogar. Satisfacer deseo estrictamente no relacionados con negocios y constituyen lo que se conoce como “mercado de consumidores”.

Los usuarios de negocios son organizaciones empresariales, industriales o institucionales que compran bienes y servicios para sus propios o para hacer otros negocios constituyen el “mercado de negocios”

La segmentación de todos los mercados en dos grupos (de consumidores y de negocios) es en extremo importante desde el punto de vista del marketing porque los dos mercados compran en forma diferente. Por consiguiente la composición de la mezcla de marketing de un vendedor dependerá de si se dirige hacia el mercado de consumidores o hacia el mercado organizacional.

La segmentación dentro la mercadotecnia revela las oportunidades que ofrece a la empresa cada segmento de mercado. Ahora se tiene que decidir cuantos segmentos quiere cubrir.

2.3.3 SELECCIÓN DEL MERCADO META

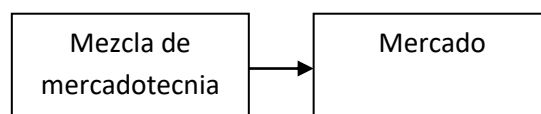
Para la selección del mercado meta, la Biblioteca Central se enfrenta a dos decisiones importantes que debe tomar:

¿Qué estrategia de cobertura se debe emplear?

¿Cuál de estos segmentos es más atractivo?

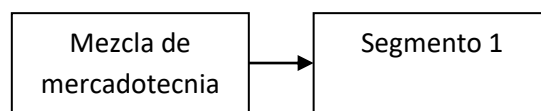
Existen tres tipos de estrategias a la cual la empresa debe adaptar sus recursos y decidir cuál le resultará más ventajoso emplear.

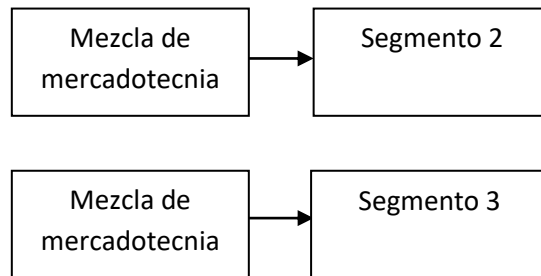
- Mercadotecnia indiferenciada: se diseña un producto y un programa de mercadotecnia que tendrá atractivo para el mayor número de consumidores. Se confía en la distribución y publicidad en masa.



Fuente: Mercadotecnia; Kloter; Pag.240

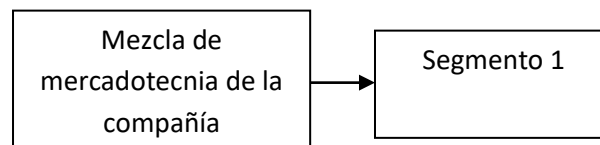
- Mercadotecnia diferenciada: se decide trabajar con diversos segmentos de mercado y se diseña ofertas específicas para cada una de ella. Los costos para su implementación se incrementan.





Fuente: Mercadotecnia; Kloter; Pag.240

- Mercadotecnia concentrada: es muy atractiva cuando los recursos son limitados, la empresa persigue una porción grande de uno o unos cuantos sub mercados a través de esta mercadotecnia, se logra una posición fuerte de mercado en estos segmentos.



Fuente: Mercadotecnia; Kloter; Pag.241

Posteriormente se analiza los segmentos para seleccionar el más atractivo. Para esto se evaluarán las características de los segmentos. En caso bibliotecas las características que se toman en cuenta son los siguientes:

- Tamaño del mercado
- Cobertura de mercado
- Porcentaje de alumnos que acuden a las diferentes salas de la biblioteca central.
- Estudiantes de las facultades que más acuden a consultar a la biblioteca central.

2.4 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

La intangibilidad, el carácter perecedero y la incapacidad de almacenar los servicios, plantean importantes retos de planeación del producto en el

marketing de servicios. Una empresa de servicios debe tomar decisiones sobre:

- ✓ ¿Qué servicios ofrecerá?
- ✓ ¿Qué estrategias de mezcla de marketing de servicios ofrecerá?
- ✓ ¿Qué características tendrá el servicio?
- ✓ ¿Cómo administrará la calidad del servicio?

2.4.1 OFERTA DE SERVICIO

- Buscar necesidades no satisfechas o reconocida con anterioridad.
- Diferenciar su oferta, para poder diferenciar sus ofertas se debe conocer cuál es su negocio real y a que clientes desea llegar.
- Ampliar el producto preferentemente agregando características físicas atractivas, y notables; muchas veces la misión de la empresa puede hacer limitada al servicio a un mayor número de mercados.

2.4.2 ADMINISTRACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad del servicio es difícil de definir, medir, controlar y comunicar. Sin embargo, en el marketing de servicios es un aspecto decisivo del éxito de la compañía, es el único factor de la competencia.

“Por difícil que sea definir la calidad del servicio, los administradores van a percatarse de dos cosas: primero, es el cliente quien define la calidad y no el productor-vendedor. Segundo, si la calidad del servicio no corresponde a sus expectativas, pueden perderse el interés entre los clientes actuales y atraerse a otros nuevos.

En consecuencia, los ejecutivos deben: 1. Determinar el nivel de expectativa de mercado meta; 2. Esforzarse por mantener consistente la calidad de servicio o incluso superarlo. Las expectativas están basadas en la información que proporcionan las fuentes personales o comerciales, promesas realizadas por el proveedor del servicio y la experiencia del servicio particular al igual que servicios similares. Para determinar las expectativas del cliente, un proveedor de servicio debe investigar. Obtener datos del comportamiento anterior del mercado meta, las percepciones y creencias existentes y exponer la información que puede proporcionar las bases para las expectativas estimadas.

Para administrar eficazmente la calidad del servicio, una organización debería diseñar y operar un programa permanente de mejoramiento que le permita vigilar el nivel y la uniformidad de la calidad.

2. 4.3. SISTEMA DE DISTRIBUCION

“El concepto de canales de mercadotecnia no está limitado a la distribución de bienes físicos. Los productores de servicios e ideas también se enfrentan al problema de hacer que su producción esté disponible y accesible a las poblaciones meta. Desarrollan sistemas de “diseminación educativa” y “sistemas de servicio bibliotecarios”. Tienen que encontrar agencias y ubicaciones para hacerla accesible a una población distribuida geográficamente”⁵

Para diseñar un sistema de distribución en una empresa de servicios, se requieren dos cosas. La primera es seleccionar los canales de distribución y la otra es contar con las instalaciones físicas para distribuir los servicios.

Canales de distribución: el canal de la mayor parte de los servicios es corto y muy simple, debido a su característica de inseparabilidad.

⁵ Stanton William, Fundamentos de Mercadotecnia, pág. 578

Muchos servicios se crean, venden y consumen al mismo tiempo por lo cual el canal de distribución va directamente del productor al consumidor, sin que participen los intermediarios.

“El único canal de uso frecuente es el agente intermediario: Por ejemplo, un agente o corredor interviene cuando se venden seguros planes de viaje o alquiler de casa. Con el propósito de aumentar las aportaciones, un partido político o una universidad pueden contratar a una empresa dedicada a recaudar fondos. Los canales cortos generalmente implican mayor control por parte del vendedor. Con la distribución directa o con un solo intermediario, las empresas de servicios podrían reducir la heterogeneidad o variabilidad en el servicio de una transacción a otra. Sin embargo, desde que el proveedor de servicios ha creado éste, una compañía puede operar muchos canales cortos, Así el control de problemas está en el número de canales a ser administrado, no en su extensión.⁶

Instalaciones para la distribución: una buena ubicación es indispensable cuando se distribuye un servicio directamente del productor al usuario, sobre todo hoy cuando el público busca ante todo la comodidad.

“Algunas empresas de servicios han ampliado su base de distribución aumentando sucursales, con lo cual de alguna manera superan las limitaciones que les impone el factor de inseparabilidad.

La ubicación y el ambiente físico son factores decisivos que influyen mucho en la percepción del servicio y de su creador – productor por parte del consumidor. Como los servicios son tangibles, el consumidor observa detenidamente la instalación y a los empleados cuando realiza una evaluación anterior a la compra”.

⁶ Kloter, Mercadotecnia, pág. 403

2.4.4 PROMOCION

La mercadotecnia moderna es algo más que el desarrollo de un producto bueno, y hacerlo accesible para los consumidores meta, las compañías en comunicarse con sus clientes, la promoción es parte de la mezcla de mercadotecnia con que están más familiarizadas las empresas de servicios y también es la que más usan

La mezcla de promoción consta de cuatro elementos principales:

Publicidad: durante años la publicidad se ha usado ampliamente en muchas industrias de servicios: transporte, recreación y seguros.

Promoción de ventas: incentivos a corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

Publicidad no pagada: estimulación no personal de la demanda de un producto servicio o unidad comercial que se logra al colocar noticias comercialmente significativas en un medio impreso o bien al obtener una presentación favorable en la radio, la televisión o en el escenario que el patrocinador no pague.

Venta personal: desempeña un papel dominante en los programas promocionales de la mayoría de las empresas de servicios. El contacto directo entre comprador y vendedor es necesario para realizar una transacción.

“Encuentro de servicio se designa a una interacción del cliente con un empleado a con un elemento tangible cualquiera, como el ambiente físico donde se presta el servicio.

A menudo los clientes se forman una opinión de una compañía y de su servicio a partir de este tipo de encuentros. En consecuencia, los gerentes debe preparar al personal de contacto y el ambiente físico para su: reclutamiento, capacitación y supervisión. Muchas empresas de servicios, en especial las no lucrativas, no piensan así ni tiene experiencia suficiente para llevar a cabo esta función administrativa.”⁷

⁷ Stanton William, Fundamentos de Mercadotecnia, pag. 585

2.5 LA BIBLIOTECA COMO ORGANIZACIÓN

2.5.1. CONCEPTO DE BIBLIOTECA

Si el término biblioteca proviene del griego *theke* -caja- y *biblion* -libro-, sería biblioteca el lugar donde se guardan o custodian los libros. En el lenguaje cotidiano se ha entendido por biblioteca tanto el armario, mueble o estantería donde se guardan, el local o edificio, la institución o entidad de lectura pública, y la colección de obras análogas o semejantes entre sí que forman una serie determinada.

GRAFICO N° 1
PIRAMIDE INFORMACIONAL



Fuente: Gestión de información en las organizaciones

GRAFICO N° 2

DISTRIBUCION DE LOS AMBIENTES DE LA BIBLIOTECA CENTRAL DE
LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES



Fuente: Biblioteca Central

2.6. ADMINISTRACION DE BIBLIOTECAS

La biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés está estructurada con un personal de carácter diverso, según las atribuciones inherentes a cada servicio. Esta estructura está conformada de la siguiente manera:

- ❖ Jefatura de división
- ❖ Supervisor de la Biblioteca
- ❖ Jefe de Secciones
- ❖ Encargados de secciones
- ❖ Bibliotecarios y auxiliares bibliotecarios
- ❖ Personal de apoyo

2.7. FUNCIONES DE LA BIBLIOTECA CENTRAL

Entendida en todos sus elementos: materiales, formales, personales y finales, se enumera las funciones que desempeña la biblioteca:

- Reunir fondos bibliográficos, **en soporte informático**; bien sea por compra, donación, canje, cesión o legado.
- Conservarlos de forma adecuada.
- Difundir el contenido de los mismos.
- Informar a los usuarios sobre los procesos de gestión bibliotecarios.
- Elaborar dossier de documentación.
- Recoger y tratar los materiales donados por diversas instituciones(es parte del primer punto)

Las funciones que se mencionan anteriormente implican las siguientes tareas técnicas.

1. Seleccionar y adquisición debidamente:

Tarea que corresponde al personal bibliotecario, utilizando los instrumentos de selección más adecuados, bibliografías comerciales, críticas, etc., y atendiendo las necesidades de los usuarios.

Por compra, donación, canje, depósito.

2. Clasificación:

De acuerdo al tipo de material se le asigna, al mismo, un código que se utiliza en los diferentes anaqueles, revisteros, etc.

3.- Catalogación:

Descripción física y bibliográfica del documento

4.-Indización:

Descripción y asignación de materias o palabras claves del documento.

5.- preparado físico del libro: marbeteo

6.- Ordenación en los estantes:

Se sigue una ordenación topográfica y sistemática atendiendo al sistema de clasificación de la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés

2. 8. ESTRUCTURA GENERAL



Fuente: Biblioteca Central

CAPITULO III

ANALISIS SITUACIONAL

3.1 ANALISIS DE SITUACION

a) Demografía

Para definir el mercado meta, se ha tomado en cuenta la población universitaria de la universidad Mayor de San Andrés y está conformada de la siguiente manera.

CUADRO N° 1

POBLACION UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES

FACULTAD	Nº DE ESTUDIANTES (AÑO 2011)
Agronomía	2.737
Arquitectura y Artes	3.178
Ciencias Geológicas	689
Ciencias puras y Naturales	5.379
Ingeniería	7.589
Técnica	6.477
Humanidades	10.998
Ciencias Sociales	7.928
Económicas Financieras	11.743

Ciencias Políticas	11.548
Medicina	5.066
Odontología	1.179
Bioquímica y farmacia	1.392
TOTAL	7.5903

FUENTE: U.M.S.A. EN CIFRAS (EVOLUCION DE LA MATRICULA UNIVERSITARIA GESTION 2011

b) Aspecto socio- cultural

En Bolivia existe una gran limitación de acceso a recursos de información para investigación y desarrollo en todos los campos.

Esto se debe a dos razones principales, primero, la situación actual de las colecciones privadas en nuestro país y segundo, la falta de recursos humanos y financiamiento para nuestras instituciones públicas.

Una buena parte de los recursos bibliográficos disponibles en nuestro país se encuentran en colecciones de bibliotecas privadas de difícil acceso. El destino de estas colecciones, posterior a la muerte de sus dueños es, en muchos casos, incierto. Comúnmente son destruidas o dispersadas por los herederos de los dueños originales quienes pocas veces tienen el interés de mantener colecciones completas, mucho menos de hacerlas públicas.

En el mejor de los casos las colecciones son vendidas o donadas a instituciones públicas, aunque en la mayoría de los casos estas instituciones están poco preparadas para gestionar este patrimonio.

Las Limitaciones del Sistema Bibliotecario Público

El Sistema Bibliotecario de nuestra ciudad se encuentra en una situación crítica.

Un diagnóstico objetivo del Sistema Bibliotecario de la ciudad de La Paz muestra que es ineficiente, mal financiado y de difícil acceso para la población interesada en llevar adelante investigación. El sistema se encuentra dividido en unidades aisladas sin protocolos de intercambio de información, políticas de intercambio inter bibliotecario u otros servicios. Por otro lado, no existen suficientes recursos humanos desarrollados en el campo de las Ciencias de la Información para responder a la demanda actual.

En de los últimos años se han hecho grandes avances en el desarrollo de nuestro sistema públicos. Muchos de estos avances han sido puestos en marcha gracias al sacrificio, trabajo y entrega de los mismos involucrados. Estos intentos, lastimosamente, se han visto muchas veces truncados por la apatía de nuestra población o por problemas políticos internos a las instituciones de las que son dependientes.

c) Aspecto Tecnológico

En los últimos años las fuentes de información se han multiplicando de manera considerable, tanto en formatos impresos como electrónicos. Dichos cambios han modificado consigo la atención al usuario, éste ya no es únicamente presencial; existen y cada vez en mayor número los usuarios virtuales, que de igual manera el propósito es resolver sus necesidades de información. Así como los cambios presenciados en el perfil del usuario, con el desarrollo de las tecnologías de información se han venido presentando diversos cambios en los servicios que se ofrecen. Las bibliotecas y centros de información deben mantenerse a la vanguardia para cumplir su función y ofrecer a los usuarios las herramientas necesarias para la recuperación de información de manera eficiente y oportuna.

“En esta época, denominada por algunos teóricos como sociedad de la información o del conocimiento, los miembros de la sociedad buscan y producen más información en todos los medios, formas y soportes que les sea posible, con el fin de lograr una comunicación que facilite la adquisición del conocimiento y el desempeño en la vida académica, laboral, profesional y cotidiana. Situación que implica que estas personas deban conocer y saber cómo encontrar la información y utilizarla de acuerdo con sus intereses y necesidades; por lo tanto, deben adquirir y desarrollar habilidades, destrezas y conocimientos para tener posibilidades de acceso y uso de ésta y así poder solucionar problemas de tipo informativo.

3.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR

3.2.1 Características funcionales del mercado

Ocupantes —————→ **¿Quién está en el mercado?**

Los ocupantes son los consumidores finales y se encuentran en el mercado, esta está representada por la población universitaria por hombres y mujeres entre 20 y 30 años, dado que, según estudios estadísticos apoyados por la encuesta, en este rango de edad se encuentran las personas que frecuentemente utilizan los servicios de la Biblioteca Central.

Objetos —————→ **¿Qué compra el mercado?**

El servicio que brinda la Universidad Mayor de San Andrés no es tanto un gasto sino una inversión, toda la información que se encuentra guardada en esta biblioteca es lo que “compra” el consumidor.

Ocasiones —————→ **¿Cuándo compran los consumidores?**

Según la investigación realizada en los usuarios de la biblioteca, estos “compran” este servicio cuando requieren hacer una consulta sobre algún tema en específico y acuden a una de las tres salas de la Biblioteca Central.

Organización —————> **¿Quién participa en la compra?**

Se quiere llegar a la población universitaria, principalmente, que tiene carreras concentradas en el monoblock de la Universidad Mayor de San Andrés.

Objetivo —————> **¿Qué buscan los consumidores?**

Los usuarios de la Biblioteca Central buscan obtener información puntual sobre un tema en específico, además de tener un trato amable y oportuno de parte del bibliotecario de la sala a la cual estos recurren.

Operación —————> **¿Cómo compran los consumidores?**

Los usuarios de la Biblioteca Central buscan información de algún tema en específico y lo piden prestado a un bibliotecario.

3.2.2 Modelo del comportamiento del comprador

El segmento analizado corresponde, en su mayoría, a estudiantes de la Universidad Mayor de San Andrés, los cuales acuden a la Biblioteca Central para buscar información útil para ellos, en alguna de las tres salas dispuestas en esta biblioteca.

Según el estudio realizado no hay alguna facultad que tenga una asistencia marcada o predominante, la asistencia es realmente muy baja y preocupante para autoridades que manejan la Biblioteca Central.

3.2.3 ANALISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Biblioteca Central de la UMSA considerada como las más completa del país• La Biblioteca central además de guardar colecciones de libros y documentos también funciona como museo y archivo histórico.• Colección completa de gacetas.	<ul style="list-style-type: none">• Realización de cursos de información sobre uso y búsqueda de información en revistas virtuales.• Centro referencial de investigadores nacionales y extranjeros.• Capacitar al personal en el área de calidad• Buenas relaciones con facultades y demás dependencias.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Espacio físico inadecuado para el volumen de material que se tiene en esta sala• Escritorios que no ofrecen comodidad al lector.• Poco asesoramiento de parte del personal hacia los usuarios de esta sala	<ul style="list-style-type: none">• Falta de información acerca de los servicios.• Cambio de autoridades (jefe de la Biblioteca)• Deterioro del material expuesto en salas debido al manejo inadecuado.

3.3. SERVICIOS QUE OFRECE LA BIBLIOTECA CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES

Fondo Bibliográfico y Documental de la Biblioteca Central

La Biblioteca Central De la UMSA posee todo tipo de información registrada, incluyendo materiales impresos en todos los formatos, materiales audiovisuales, grabaciones, grafios, cuadros y materiales magnéticos. El volumen numérico ligo en 1936 a 28.600 volúmenes, para el año 1991 se

calcula que llegó a las 250 mil unidades, actualmente la cifra rebasa los 300.00 títulos.

Ofertas de la Biblioteca Central

Entre las ofertas de la Biblioteca Central están importantes colecciones documentales entre las más destacadas de: Don José Rosendo Gutiérrez, Víctor Reyes Muñoz, la familia Tejada Sorzano, Alberto Ostría Gutiérrez, Luis Fernando Guachalla, asimismo se encuentra en custodia la Biblioteca personal de Franz Tamayo.

Sección de Libros Bolivianos

La colección de libros bolivianos está organizada de conformidad a normas y principios de Catalogación y Clasificación Anglo americana y las Tablas del Sistema del Sistema de Clasificación Decimal Dewey; y para indizar se usa la Lista de Encabezamientos de Materia para Bibliotecas de Robirá y Aguayo y últimamente, también a través de Tesoros especializados. Actualmente, el número de volúmenes alcanza alrededor de 50.000 libros nacionales. Esta colección reviste un gran interés, puesto que constituye uno de los más grandes repertorios de la producción bibliográfica nacional, ya que ella se considera la fuente primordial de información sobre el desarrollo literario, político social y económico de la nación.

Esta colección es enriquecida anualmente con la compra de nuevos libros, así como por donaciones de investigadores nacionales, de hombres públicos y del Repositorio Nacional de Bolivia.

Este depósito alberga en sus estantes una cantidad considerable de libros de diferentes temáticas, la cuales también han sido codificadas a través del sistema De Clasificación Decimal Dewey en parte, la otra parte tiene solo una clasificación empírica. Esta sección alcanza aproximadamente a los 250.00 volúmenes, distribuidos en cuatro ambiente. Existen libros que datan de los siglos XVII, XVIII, XIX y XX.

Sección de Folletería Boliviana

La producción anónima de crepúsculos y folletos desde la creación de la República de Bolivia hasta nuestros días ha sobrepasado el número de decena de millares; los títulos de estos abarcaban diferentes temáticas del conocimiento humano, como también información oficial; las instituciones de gobierno editaron sus memorias, informes, boletines y otros en este tipo de formato. Actualmente la Biblioteca posee alrededor de 7.000 títulos.

La mayoría de estos ejemplares no posee encuadernación en la actualidad normal puede denominarse de pasta blanda, algunos ejemplares se componen inclusive de 4 u 8 hojas.

Sección de Publicaciones Periódicas

Son casi 25,400 ejemplares pertenecientes a 3.00 títulos de todos los países y en varios idiomas, esta colección corresponde a revistas extranjeras: De igual manera se conserva las revistas bolivianas que alcanzan a 27.630 ejemplares; este material tiene un interés extraordinario, pues se sabe que las revistas nos prestan información actualizada, tanto en las ciencias como en las letras.

Sala de Hemeroteca

Entre sus colecciones bibliográficas, los periódicos que posee la Biblioteca Central de la UMSA son considerados en la actualidad como verdaderas joyas, debido a la antigüedad, contenido y por tratarse de ediciones conservadas aun en esta unidad de información.

La Biblioteca Particular de Don Franz Tamayo

Se trata de la colección de libros pertenecientes al intelectual paceño Franz Tamayo y contiene alrededor de 6.000 volúmenes, entregados en calidad de depósito. Los herederos hicieron una oferta de venta, la cual se considera actualmente muy elevada.

En el entre piso de la biblioteca Central, en el año 1959, se crea el Museo Nacional de Escritores "Franz Tamayo" por acción del escritor Porfirio Díaz Machicado. En la actualidad esta repartición, debido a su ubicación y espacio limitado, no ha tenido un funcionamiento ni un desarrollo normales.

Libros Raros: La Biblioteca Central cuenta entre su acervo bibliográfico ediciones príncipes, manuscritos, obras encuadernadas en pergamino y vitela de los siglos XVI, XVII y XVIII.

Mapas: Colección de mapas y planos bolivianos como también extranjeros, sobre delimitaciones geográficas de años pasados.

SISTEMA KOHA (MODULO OPAC)



ABCD BIREME

ABCD (Automatización de Bibliotecas y Centros de Documentación) es una aplicación Web, Open Source y multilingüe de gestión de bibliotecas que comprende las principales funciones de una biblioteca: adquisición, catalogación, préstamos y administración de bases de datos. Incluye además un módulo avanzado de préstamos llamado EmpWeb.

Las nuevas tecnologías en las bibliotecas

Las Bibliotecas han sufrido un impacto notorio con respecto a sus actividades específicas, las labores tradicionales sufren cambios importantes, analizando algunas actividades propias de estos centros de información observaremos:

La Selección y Adquisición

Dentro del proceso de Selección de material bibliográfico, se observa la aparición de catálogos comerciales electrónicos, de diferentes editoriales internacionales que facilitan esta labor ofreciendo datos actualizados, tanto en los precios como en la disponibilidad para la venta.

El Correo Electrónico nos permite desarrollar cualquier gestión comercial con rapidez y seguridad. Los principales proveedores tienen Webs donde acceder y extraer precios, datos bibliográficos, demostraciones etc.

Con referencia al análisis de información, un programa que se viene utilizando con éxito en el área de la Salud es el LILDBI (Lilacs Descripción Bibliográfica e Indización), el cual realiza el trabajo de Descripción del texto además de la Indización de manera totalmente automatizada, asimismo brinda un alto control de calidad, fundamentalmente en la elección de descriptores adecuados al realizar la indización del documento.

Almacenamiento

El almacenamiento masivo de documentos es innecesario ya que las Nuevas Tecnologías nos proporcionan los medios necesarios para almacenar cantidad de información en soportes magnéticos físicamente pequeños entre los cuales observamos a los Disquetes y el CD-ROM donde es posible archivar miles de páginas de texto con imágenes, sonido, video. Asimismo hacen su aparición los documentos electrónicos en texto completo, facilitando su transferencia e intercambio entre los usuarios.

Servicios

Los servicios de búsqueda y recuperación de información son rápidos y accesibles mediante, catálogos en línea, Bases de datos propias o remotas, Solicitud de préstamos en Red Local, Adquisición de documentos en forma impresa o electrónica, además del Acceso a publicaciones electrónicas.

Esto nos permite además salvaguardar colecciones originales del deterioro físico, daños materiales, o extravíos, característicos de los documentos tradicionales.

Gestión Administrativa

Se observan varias ventajas en el trabajo netamente administrativo como por ejemplo: Rápida captación de datos estadísticos; El control de Servicios al público; Estadísticas de textos prestados; y de textos adeudados; Usuarios más asiduos; Libros más solicitados. Etc. Datos que pueden obtenerse diariamente.

Productos Multimedia

La capacidad de comunicar información de *manera multisensorial* es talvez la cualidad más atractiva y poderosa de las aplicaciones multimedia, VISTA, OIDO y TACTO, son utilizados simultáneamente en esta manera de informar, la vista ayuda al oído a escuchar, el oído ayuda al ojo a ver y el tacto ayuda a la mente a recordar, de ahí que ver, escuchar y ejercitar con multimedia es bastante más productivo y eficiente en la transferencia del conocimiento.

Por todo esto las bibliotecas modernas ofrecen ahora productos multimedia, hacen un mejor uso de sus colecciones y sus servicios son más accesibles por mayor cantidad de usuarios. Además que se observan cambios fundamentales como los siguientes:

a) El proceso de producción y publicación de un documento ha cambiado radicalmente, ya que actualmente es difícil identificar el papel que desarrollan los diferentes actores en el proceso informativo.

b) El almacenamiento y los modos de acceso a la información se han transformado mostrándonos la inmaterialidad del documento.

c) El concepto de publicación ha variado considerablemente, cualquier usuario puede publicar sin control y sin impedimentos geográficos de ningún tipo.

d) Sé está automatizando la información y sé está cambiando a una información multimedia y a sistemas audiovisuales automatizados en redes de telecomunicación.

Por tanto los documentalistas y Bibliotecarios deben adquirir nuevas habilidades y destrezas que les permitan manejar positivamente el uso de estos recursos.

Tanto los usuarios externos aparte de la comunidad Universitaria pueden adquirir los diferentes servicios que brinda la Biblioteca Central ya sea en la área de Hemeroteca, Referencia, Sala Virtual y el Museo con la presentación de la Cedula de Identidad, los Investigadores tienen un carnet de usuario permanente.

3.4. INFRAESTRUCTURA

3.4.1. CARACTERISTICAS ARQUETECTONICAS DE LOS DEPÓSITOS

El diseño del edificio, desde el punto de vista de la conservación, adolece una falta de requerimientos necesarios para su funcionalidad, tal como se describe a continuación.

Para la conservación el fondo bibliográfico y documental se han predispuesto lugares oportunos en el subsuelo del Edificio Central de la UMSA, denominados depósito de libros. En estos depósitos los estantes están dispuestos en dos filas, siendo su estructura compuesta de metal y madera: Las colecciones están ordenadas de forma correlativa y cronológica. Desde este sector se despachan los libros solicitados a través de un montacargas hacia la sala de lectura.

Las condiciones arquitectónicas de los ambientes, particularmente las de los depósitos, están dispuestas de la siguiente manera:

- a) El material de construcción es hormigón y paredes de piedra en parte, pero no tiene los revestimientos de hidrófugo ni anti polvo.
- b) No se ha contemplado el aislamiento térmico ni acústico.
- c) La disposición de las plantas es limitada en la actualidad.
- d) No se cuenta con accesos auxiliares o salidas de emergencias.
- e) El control ambiental: humedad, temperatura, polvo y polución, no es tomado en cuenta.
- f) La ventilación es deficiente en estos depósitos.
- g) La iluminación se maneja sin tomar en cuenta los parámetros de intensidad de calor e iluminación.
- h) La instalación eléctrica es deficiente y altamente peligrosa.
- i) Para la detección de incendios no se cuenta con el sistema clásico de detección de temperatura o detección de humo.
- j) No se cuenta con ningún sistema de alarma.
- k) Los extintores de incendios no son lo suficientes, 4 botellones de espuma de 5 litros.

En esta construcción arquitectónica, lamentablemente, no se ha tomado en cuenta algunos criterios básicos relacionados a la construcción específica de la Biblioteca Universitaria, independientemente de la dimensión del edificio del Monoblock Central.

Actualmente, y de acuerdo a la descripción, la Biblioteca Universitaria Central no reúne las siguientes condiciones:

- Flexibilidad
- Confort
- Seguridad
- Fluidez

La Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés, constantemente, ha ido acumulando diferentes documentos en sus depósitos, rebasando en la

actualidad su capacidad de almacenamiento. Los planos arquitectónicos han sido elaborados posiblemente en una expansión del material en unos 50 años. Desde la inauguración del edificio de la Biblioteca Central, en el año 1948, ha transcurrido más de medio siglo de funcionamiento, por lo tanto, los actuales ambientes han quedado desactualizado y pequeños para la cantidad de material bibliográfico descrito y, en suma, muchos impresos, por falta de espacio, se viene acumulando en lugares no aptos, generando con ello el hacinamiento y la inseguridad de todo el material existente hasta la actualidad.

3.4.2. CARACTERISTICAS ARQUETECTONICAS DE LAS SALAS DE LECTURA DE LA BIBLIOTECA CENTRAL

La disposición arquitectónica de la sala de lectura principal ha sido elaborada específicamente para este fin, abarca aproximadamente un área de 280 mts. 2, con capacidad para 134 usuarios.

En cuanto a la sala de Referencia y de Hemeroteca, con capacidad para 25 personas cada una de ellas; estas sala poseen amplia iluminación producto de luz natural, pero la temperatura, humedad y ventilación no son controladas eficientemente. Se puede augurar que los cambios de temperatura característicos de nuestra ciudad son peligrosos para la conservación de libros, causando expansión y contracción, afectando la estructura física – química de papel, un ambiente demasiado seco indefectiblemente agrieta y vuelve quebradizas las hojas de los libros y documentos, una temperatura apropiada para la sala de lectura sería de 16 a 18 grados centígrados, en el grado de humedad del aire en las salas de lecturas no es controlado; una humedad apropiada oscilaría entre 55 y 75% de humedad relativa, Así pues convendría que las salas de lecturas tengan instalación de aire acondicionado.

La ventilación está limitada a 4 extractores de aire viciado que son encendidos según amerite el caso. La estructura arquitectónica de la biblioteca, al crearse, fue considerada “adecuada” para cumplir con las funciones bibliotecarias, actualmente, en función del crecimiento bibliográfico y el crecimiento

vegetativo de la población estudiantil, la infraestructura ha quedado reducida para funcionalidad de la biblioteca.

El tipo de mobiliario también ha sido determinado hace más de medio siglo. En la actualidad no guarda relación con el tipo, tamaño y cantidad de documentos que existe en la Biblioteca Central. El mobiliario actual incluye estantes, estantes cerrados (con puertas) y archivos verticales que han quedado limitados en su funcionalidad.

3.5 RECURSOS HUMANOS

Distribuidos de la siguiente manera:

- ❖ Sección de Selección y adquisición: 2 bibliotecarios
- ❖ Sección de procesos técnicos: 3 bibliotecarios
- ❖ Sección de información Documental : 1 bibliotecarios y 1 informático
- ❖ Sección de Circulación y préstamo de libros: 5 bibliotecarios
- ❖ Sección de museo Franz Tamayo:1 bibliotecario
- ❖ Archivo historico:1 bibliotecario
- ❖ Sección de Hemeroteca: 2 bibliotecarios
- ❖ Sección de Referencia: 1 bibliotecarios
- ❖ Personal de apoyo: 4 empleados

3.5.1. SISTEMA DE UNIDADES DE INFORMACION DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES (SUI-UMSA)

Desde la creación oficial de la Biblioteca Central, en 1930, ha intentado cumplir con la misión que se le ha encomendado: proporcionar a los usuarios y a la sociedad en su conjunto los medios intelectuales para su conocimiento y profesionalización.

Funcionando mucho tiempo como una biblioteca tradicional, se decidió implementar programas de automatización y adoptar Sistemas Modernos de recuperación, procesamiento y diseminación de la información generando, obviamente, mayor grado de eficiencia, rapidez y confiabilidad en todos los procesos y servicios de la biblioteca. Así como la optimización de los procedimientos de selección control y conservación del material bibliográfico.

Al introducir la informatización en la Biblioteca Central, se hacía necesaria la interconexión de las bibliotecas de la Universidad Mayor de San Andrés, de esta manera crea el año 1993, el Sistema de Unidades de Información (SUI-UMSA).

3. 6 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LA BIBLIOTECA CENTRAL

Para identificar las fortalezas y debilidades de la Biblioteca Central se elaboraron cuestionarios específicos para cada sala cuyo objetivo, además, es determinar el grado de cumplimiento de estándares de calidad que servirá para establecer el servicio que estas salas ofrecen.

3. 6. 1. SUJETOS DE INVESTIGACIÓN

La aplicación de los tres cuestionarios se realizó a través de una muestra dirigida a los usuarios de cada sala de la Biblioteca Central.

CUADRO N° 2

ÁREAS DE INVESTIGACION PARA LA EVALUACION DE LA BIBLIOTECA CENTRAL

AREAS DE ESTUDIO
Sala de Referencia
Sala de circulación
Sala de hemeroteca

FUENTE: Salas que componen la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés.

El siguiente cuadro muestra las variables más importantes de los cuestionarios

CUADRO N° 3

VARIABLES DEL CUESTIONARIO DE EVALUACION

VARIABLE	ALCANCE
SERVICIO	Destinada a medir: lo oportuno del servicio, la continuidad y seguimiento en la atención, el trato que se da a los usuarios, el cumplimiento de los horarios de atención, la calidad con que se presta el servicio, cuan segura es la atención y cuál es la capacidad del servicio.
INFRAESTRUCTURA	Tiene como objetivo, verificar la calidad de las instalaciones, mantenimiento, la comunicación y la viabilidad en la circulación de las tres salas de la Biblioteca Central.
TECNOLOGIA	Evaluó la tecnología existente, la capacidad utilizada de los equipos de computación, el mantenimiento y el correcto uso de este material en las tres salas de la Biblioteca Central.
RECURSOS HUMANOS	Evaluó el nivel académico, la selección, la capacitación del personal existente en la Biblioteca Central para la atención a los usuarios.
NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	Tuvo como objetivo determinar la existencia y el cumplimiento de las normas, reglamentos en la Biblioteca Central,
FINANZAS	Recopilar información en cuanto a la elaboración presupuestaria en base al Poa anual que tiene la Biblioteca Central.

Fuente: Elaboración propia.

La muestra para la elaboración de los cuestionarios se basa en datos estadísticos de los meses de junio, julio y agosto de 2011, de los usuarios de las salas de la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés, que se detalla en el siguiente capítulo.

CAPITULO IV

INVESTIGACION DE MERCADO

4.1 IDENTIFICACION DEL MERCADO META

La investigación de mercado establece la planificación y metodología que se utilizó para posibilitar una adecuada recolección, procesamiento y análisis de la información del mercado objetivo elegido.

El primer paso a seguir, es definir las características generales del segmento de mercado elegido, luego se procede a la identificación de las variables de estudio para determinar los sujetos de investigación, finalmente se procede al análisis de la información.

4.2 PROPOSITO DEL ESTUDIO

Esta investigación de mercado pretende satisfacer las necesidades específicas de información sobre el mercado objetivo seleccionado y analizar la factibilidad de alcanzar dicho segmento. El mercado meta elegido para la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés son: todos los estudiantes y sociedad en general, quienes se constituyen en potenciales consumidores de los servicios de la Biblioteca Central.

4.3 INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados en la investigación de mercado fueron:

- ❖ **La encuesta:** Que se realizó a los usuarios de las tres salas de la Biblioteca Central de la UMSA, para determinar las características del mercado meta, utilizando como instrumento principal al cuestionario.

- ❖ **La entrevista:** De igual manera se realizó entrevistas a los encargados de las tres salas de la Biblioteca Central de la UMSA, para determinar el conocimiento que tienen acerca de su área, y como se manejan dentro de su trabajo.

4.4 SUJETOS DE INVESTIGACION

El estudio de mercado estuvo dirigido a las tres salas más importantes de la Biblioteca Central de la UMSA, el cuestionario se realizó a través de una muestra dirigida a los usuarios activos de los diferentes servicios.

Este mercado meta será analizado en su totalidad debido al número de salas prestadoras de los servicios para lo cual se utilizó cuestionarios y se realizó entrevistas a los encargados de las tres salas.

Las tres salas de la Biblioteca Central de la UMSA son:

- Sala de Circulación
- Sala de Hemeroteca
- Salas de Referencia

4.4.1 TAMAÑO DE MUESTRA EN LAS TRES DIFERENTES SALAS

4.4.1.1 HEMEROTECA

347 mes= promedio de 14 personas por día.

$$n = \frac{Z_{(1-\alpha/2)}^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

z= nivel o grado de confianza

p= probabilidad de que los estudiantes y docentes están satisfechos con la sala (12/14)

q= probabilidad de que los estudiantes y docentes no están satisfechos con la sala (2/14)

e= error permisible

n= universo

Entonces tendremos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.9 * 0.1}{0.05^2}$$

n= 138 encuestas

4.4.1.2 REFERENCIA

512 mes= promedio de 21 personas por día.

$$n = \frac{Z_{(1-\alpha/2)}^2 * p * q}{e^2}$$

z= nivel o grado de confianza

p= probabilidad de que los estudiantes y docentes están satisfechos con la sala (20/21)

q= probabilidad de que los estudiantes y docentes no están satisfechos con la sala (1/21)

e= error permisible

n= universo

Entonces tendremos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.95 * 0.05}{0.05^2}$$

n= 73 encuestas

4.4.1.3 CIRCULACION

1194 mes= promedio de 49 personas por día.

$$n = \frac{Z_{(1-\alpha/2)}^2 * p * q}{e^2}$$

z= nivel o grado de confianza

p= probabilidad de que los estudiantes y docentes están satisfechos con la sala (43/49)

q= probabilidad de que los estudiantes y docentes no están satisfechos con la sala (6/49)

e= error permisible

n= universo

Entonces tendremos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.88 * 0.12}{0.05^2}$$

n= 165 encuestas

4.4.2 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO APLICADO A USUARIOS DE LA SALA DE CIRCULACION DE LA BIBLIOTECA CENTRAL

Encuesta Sala de Circulación

Rango de Edad:

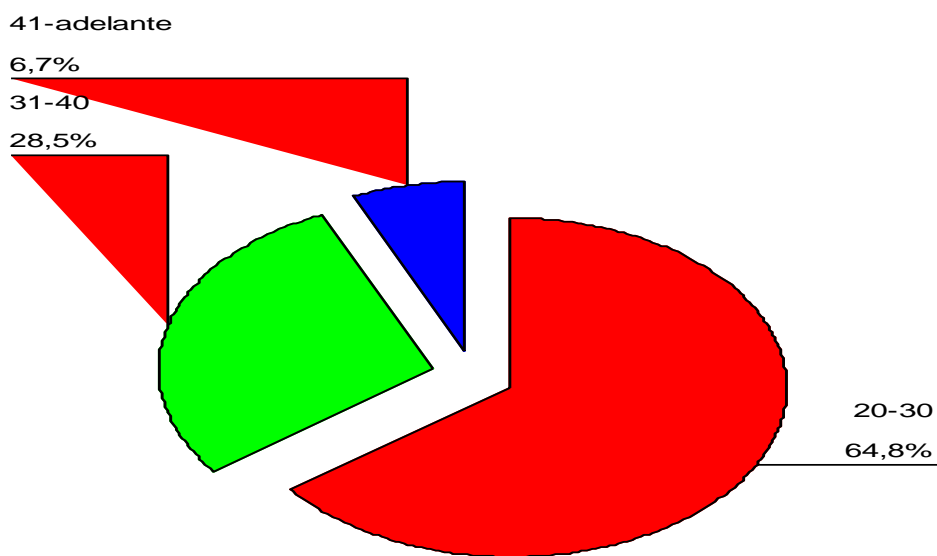
Estadísticos

rango de edad

N	Válidos	165
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20-30	107	64,8	64,8	64,8
	31-40	47	28,5	28,5	93,3
	41-adelante	11	6,7	6,7	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.



El rango de edad en los usuarios de esta sección de la Biblioteca Central abarcó tres grupos, siendo el rango entre 20 y 30 años el grupo de mayor afluencia, con una asistencia del 64,8%.

Frecuencia de asistencia a la sala de circulación:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	una vez a la semana	66	40,0	40,0	40,0
	una vez cada 2 semanas	22	13,3	13,3	53,3
	una vez al mes	8	4,8	4,8	58,2
	otros	69	41,8	41,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°1)

En cuanto a la frecuencia de asistencia a esta sala, los resultados obtenidos son interesantes en el aspecto que en su mayoría asisten con una frecuencia de 1 vez de forma trimestral y una vez a la semana. La asistencia no es constante y no hay una motivación para que el usuario cambie este comportamiento.

Horario de atención:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	suficiente	86	52,1	52,1	52,1
	insuficiente	79	47,9	47,9	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°2)

Un 52% de los usuarios de esta sección se muestra de acuerdo con el horario de atención establecido para esta sala, sin embargo en aquellos usuarios que no están conformes con el horario deseaban que el horario se extienda, en especial los días sábados.

Motivo de asistencia a la sala de circulación:

(1=nunca, 2=a veces, 3=casi siempre, 4=siempre)

Hacer uso de las salas de lectura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	14	8,5	8,5	8,5
	a veces	31	18,8	18,8	27,3
	casi siempre	39	23,6	23,6	50,9
	siempre	81	49,1	49,1	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°3)

Para consulta o préstamo de algún libro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	35	21,2	21,2	21,2
	a veces	77	46,7	46,7	67,9
	casi siempre	42	25,5	25,5	93,3
	siempre	11	6,7	6,7	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°3)

Pedir colaboración del bibliotecólogo en algún servicio específico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	64	38,8	38,8	38,8
	a veces	45	27,3	27,3	66,1
	casi siempre	29	17,6	17,6	83,6
	siempre	27	16,4	16,4	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 cuadro N°3)

En cuanto al uso de esta sala de la Biblioteca Central se pudo encontrar que un 49% de los encuestados hacen uso de la biblioteca como una sala de estudio, o por el sistema de Wi Fi incorporado en la misma, siendo que no utilizan el material que se encuentra disponible en esta sección.

Conocimiento del material bibliográfico de la sala:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	58	35,2	35,2	35,2
	No	107	64,8	64,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°4)

Un 64,8% de los encuestados aseguran desconocer todo el material bibliográfico que se expone en esta sala, algo preocupante y que necesita que se replantee la promoción de forma urgente.

Manejo del material expuesto en la sala:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	33	20,0	20,0	20,0
	no	132	80,0	80,0	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°5)

Un 80% de los encuestados no conoce acerca del trato que le debe dar a determinado material que la Biblioteca Central pone a su disposición, un aspecto que debería ser atendido por los bibliotecarios encargados de esta sala.

Personal encargado de la sala de circulación:

Responden a todas sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	14	8,5	8,5	8,5
	a veces	66	40,0	40,0	48,5
	casi siempre	52	31,5	31,5	80,0
	siempre	33	20,0	20,0	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°6)

Responden parcialmente a sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	25	15,2	15,2	15,2
	a veces	91	55,2	55,2	70,3
	casi siempre	43	26,1	26,1	96,4
	siempre	6	3,6	3,6	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°6)

No responden a sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	72	43,6	43,6	43,6
	a veces	50	30,3	30,3	73,9
	casi siempre	30	18,2	18,2	92,1
	siempre	13	7,9	7,9	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°6)

El resultado nos muestra una deficiencia en la atención de los bibliotecarios encargados de esta sección, los usuarios no reciben una orientación adecuada cuando acuden a consultar algún libro.

El personal debe estar consciente de que el usuario es el cliente, quien va a la sala de circulación para satisfacer alguna necesidad.

Espacio físico:

Considera usted que el espacio físico que abarca a la sala de circulación es adecuado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	94	57,0	57,0	57,0
	no	71	43,0	43,0	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°7)

El 57% de los encuestados dice estar de acuerdo con el espacio físico que se dispone para esta sala, aunque en opiniones recogidas, se pudo conocer que los usuarios necesitan mayor comodidad en cuanto a bancos y sillas se refiere.

Atención en la Sala de circulación:

Rapidez en la atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	8	4,8	4,8	4,8
	regular	91	55,2	55,2	60,0
	bueno	55	33,3	33,3	93,3
	muy bueno	11	6,7	6,7	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°8)

Trato personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	8	4,8	4,8	4,8
	regular	53	32,1	32,1	37,0
	bueno	79	47,9	47,9	84,8
	muy bueno	25	15,2	15,2	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°8)

Trato personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	8	4,8	4,8	4,8
	regular	53	32,1	32,1	37,0
	bueno	79	47,9	47,9	84,8
	muy bueno	25	15,2	15,2	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°8)

Capacidad de dar soluciones a sus problemas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	16	9,7	9,7	9,7
	regular	69	41,8	41,8	51,5
	bueno	60	36,4	36,4	87,9
	muy bueno	20	12,1	12,1	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°8)

Los usuarios califican el trato del personal entre regular y bueno, lo cual no significa que están totalmente satisfechos con el trato que reciben por parte de los bibliotecarios encargados de esta sala, se debe poner mayor énfasis en el trato hacia el usuario esta manera incentivarlo a una asistencia de forma continua.

Tecnología en la sala de circulación:

Cantidad de computadores para búsqueda de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	39	23,6	23,6	23,6
	malo	25	15,2	15,2	38,8
	regular	49	29,7	29,7	68,5
	bueno	44	26,7	26,7	95,2
	muy bueno	8	4,8	4,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°9)

Cantidad de computadores para préstamo/devolución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	36	21,8	21,8	21,8
	malo	22	13,3	13,3	35,2
	Regular	61	37,0	37,0	72,1
	bueno	33	20,0	20,0	92,1
	muy bueno	13	7,9	7,9	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 gráfico N°9)

Si bien estamos en una era de la tecnología en la información, debemos ser conscientes que para esto también se necesita una orientación adecuada, la Biblioteca Centra cuenta ya con equipos de computación que facilitan la búsqueda de los libros, pero esto no son suficientes según los usuarios encuestados, entre otras opiniones que se pueden recoger, estos también necesitan una guía acerca de los usos de estos equipos de computación.

Mejora en la sala de circulación:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	aumentando la cantidad de libros	22	13,3	13,3	13,3
	actualizando la colección	28	17,0	17,0	30,3
	brindando un atención mas personalizada	14	8,5	8,5	38,8
	permitiendo el acceso directo a las estanterías(estanterías)	17	10,3	10,3	49,1
	extendiendo el horario de atención	28	17,0	17,0	66,1
	disponiendo de espacio físico adecuado	14	8,5	8,5	74,5
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	11	6,7	6,7	81,2
	Fotocopias	31	18,8	18,8	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°10)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	umentando la cantidad de libros	17	10,3	10,3	10,3
	actualizando la colección	39	23,6	23,6	33,9
	brindando un atención mas personalizada	8	4,8	4,8	38,8
	permitiendo el acceso directo a las estanterías(estanterías)	11	6,7	6,7	45,5
	extendiendo el horario de atención	28	17,0	17,0	62,4
	disponiendo de espacio físico adecuado	17	10,3	10,3	72,7
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	17	10,3	10,3	83,0
	Fotocopias	28	17,0	17,0	100,0
Total	165	100,0	100,0		

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°10)

3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	umentando la cantidad de libros	14	8,5	8,5	8,5
	actualizando la colección	38	23,0	23,0	31,5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	brindando un atención mas personalizada	8	4,8	4,8	36,4
	permitiendo el acceso directo a las estanterías(estanterías)	1	,6	,6	37,0
	extendiendo el horario de atención	22	13,3	13,3	50,3
	disponiendo de espacio físico adecuado	32	19,4	19,4	69,7
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	28	17,0	17,0	86,7
	Fotocopias	22	13,3	13,3	100,0
	Total	165	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #1 grafico N°10)

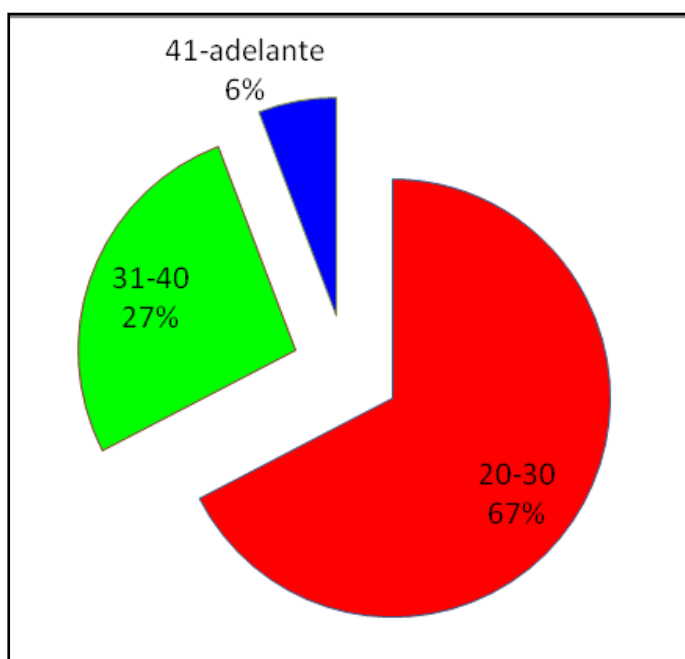
Entre las sugerencias que se propone para esta sala es la instalación de una fotocopidora, que facilite al usuario el acceso a determinadas hojas de algún libro que necesita, entre otras esta la actualización de colecciones de libros y el horario de atención en especial los días sábados.

Encuesta Sala de Hemeroteca

Rango de edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20-30	93	67,4	67,4	67,4
	31-40	37	26,8	26,8	94,2
	41-adelante	8	5,8	5,8	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.



En cuanto a la edad, el grupo más grande de asistencia a la sala de hemeroteca se encuentra en el rango de 20 a 30 años, representando un 67,4% de los encuestados.

Frecuencia de asistencia:

Con que frecuencia asiste a la sala de Hemeroteca de la biblioteca central

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	una vez a la semana	25	18,1	18,1	18,1
	una vez cada 2 semanas	15	10,9	10,9	29,0
	una vez al mes	44	31,9	31,9	60,9
	otros	54	39,1	39,1	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°1)

La frecuencia de asistencia que tiene esta sala no es muy frecuente por parte de los usuarios, lo hacen de manera muy esporádica, acudiendo únicamente cuando necesita consultar algún dato.

Horario de atención:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	suficiente	110	79,7	79,7	79,7
	Insuficiente	28	20,3	20,3	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°2)

El 79, 7% de los usuarios se muestra de acuerdo con el horario de atención que tiene esta sala.

Motivo de asistencia a la sala de hemeroteca:

Para consulta de algún periódico en especial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	22	15,9	15,9	15,9
	a veces	66	47,8	47,8	63,8
	casi siempre	40	29,0	29,0	92,8
	siempre	10	7,2	7,2	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°3)

Pedir colaboración del bibliotecólogo sobre un periódico en especial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	10	7,2	7,2	7,2
	a veces	40	29,0	29,0	36,2
	casi siempre	70	50,7	50,7	87,0
	siempre	18	13,0	13,0	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°3)

Recabar información que le ayude en su investigación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	17	12,3	12,3	12,3
	a veces	80	58,0	58,0	70,3
	casi siempre	30	21,7	21,7	92,0
	siempre	11	8,0	8,0	100,0
Total		138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°3)

Los resultados arrojados muestra una mejor relación entre el bibliotecario encargado de esta sección y el usuario, en su mayoría los usuarios de esta sala son investigadores, es por eso también que la frecuencia de asistencia es muy dispersa.

Material bibliográfico:

Conoce todo el material expuesto en esta sala y considera que le servirían en su tarea de investigar ciertos temas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	109	79,0	79,0	79,0
	no	29	21,0	21,0	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°4)

Un 79% de los encuestados afirma conocer el material que se expone en esta sala, esto se debe también a los catálogos que se ponen a disposición del usuario, que le permite identificar con exactitud lo que esta buscando.

Manejo de material expuesto en la sala:

Usted ha recibido información a cerca de como tratar el material que pone a disposición a esta sala, para evitar que la misma sufra deterioro:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	97	70,3	70,3	70,3
	no	41	29,7	29,7	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°5)

El 70, 6% de los encuestados si sabe como tratar el material que está a su disposición, lo que también muestra que los bibliotecarios de esta área tienen una interacción buena con el usuario.

Personal a cargo de la sala de hemeroteca:

Responden a todas sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	10	7,2	7,2	7,2
	a veces	18	13,0	13,0	20,3
	casi siempre	80	58,0	58,0	78,3
		30	21,7	21,7	100,0

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	siempre				
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°6)

Responden parcialmente a sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	9	6,5	6,5	6,5
	a veces	9	6,5	6,5	13,0
	casi siempre	30	21,7	21,7	34,8
	siempre	90	65,2	65,2	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°6)

No responden a sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	84	60,9	60,9	60,9
	a veces	36	26,1	26,1	87,0
	casi siempre	12	8,7	8,7	95,7
	siempre	6	4,3	4,3	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°6)

Los resultados obtenidos muestran una atención personalizada hacia le usuario, siendo el encargado una guía en la búsqueda de algún dato en específico que el usuario necesita. Los encuestados se muestra conformes con la atención brindada en esta sala de la Biblioteca Central, pero en opiniones recogidas afirman, también, que esta podría mejorar significativamente.

Espacio físico:

Considera usted que el espacio físico que abarca a la sala de hemeroteca es adecuado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	51	37,0	37,0	37,0
	no	87	63,0	63,0	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°7)

Un 63% de los encuestados no están conformes con el espacio físico dispuesto para esta sala, so bien la asistencia no justificaría una ampliación del a misma, se podría brindar mayor comodidad a los usuarios que asisten a la sala de hemeroteca.

Personal a cargo de la sala de hemeroteca:

Rapidez en la atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	10	7,2	7,2	7,2
	regular	87	63,0	63,0	70,3
	bueno	30	21,7	21,7	92,0
		11	8,0	8,0	100,0

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	muy bueno				
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°8)

Trato personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	16	11,6	11,6	11,6
	regular	94	68,1	68,1	79,7
	bueno	23	16,7	16,7	96,4
	muy bueno	5	3,6	3,6	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°8)

Conocimiento de la colección

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	5	3,6	3,6	3,6
	regular	85	61,6	61,6	65,2
	bueno	43	31,2	31,2	96,4
	muy bueno	5	3,6	3,6	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°8)

Capacidad de dar soluciones a sus problemas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	8	5,8	5,8	5,8
	regular	97	70,3	70,3	76,1
	bueno	28	20,3	20,3	96,4
	muy bueno	5	3,6	3,6	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°8)

El trato en general del los encargados en esta sala fue calificado como regular por parte de los usuarios, siendo para estos satisfactorio, pero evidentemente se puede mejorar en muchos aspectos

Tecnología:

Cantidad de ficheros, para la búsqueda de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	23	16,7	16,7	16,7
	malo	45	32,6	32,6	49,3
	regular	53	38,4	38,4	87,7
	bueno	17	12,3	12,3	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°9)

Cantidad de catálogos, para la búsqueda de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	21	15,2	15,2	15,2
		33	23,9	23,9	39,1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	malo				
	regular	48	34,8	34,8	73,9
	Bueno	33	23,9	23,9	97,8
	muy bueno	3	2,2	2,2	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°9)

El equipamiento tecnológico en esta sala es calificado como regular por los usuarios encuestados, teniendo aspectos por mejorar.

Mejoras en la sala de hemeroteca de la Biblioteca Central:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	umentando la cantidad de libros	8	5,8	5,8	5,8
	actualizando la colección	7	5,1	5,1	10,9
	brindando un atención más personalizada	32	23,2	23,2	34,1
	permitiendo el acceso directo a las estanterías (estanterías)	10	7,2	7,2	41,3
	extendiendo el horario de atención	18	13,0	13,0	54,3
	disponiendo de espacio físico	24	17,4	17,4	71,7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	adecuado				
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	18	13,0	13,0	84,8
	fotocopias	21	15,2	15,2	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°10)

2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	aumentando la cantidad de libros	25	18,1	18,1	18,1
	actualizando la colección	10	7,2	7,2	25,4
	brindando un atención mas personalizada	22	15,9	15,9	41,3
	permitiendo el acceso directo a las estanterías(estanterías)	12	8,7	8,7	50,0
	extendiendo el horario de atención	16	11,6	11,6	61,6
	disponiendo de espacio físico adecuado	22	15,9	15,9	77,5
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de	13	9,4	9,4	87,0

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	búsqueda				
	fotocopias	18	13,0	13,0	100,0
	Total	138	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°10)

3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	aumentando la cantidad de libros	27	19,6	19,6	19,6
	actualizando la colección	13	9,4	9,4	29,0
	brindando un atención mas personalizada	18	13,0	13,0	42,0
	permitiendo el acceso directo a las estanterías (estanterías)	15	10,9	10,9	52,9
	extendiendo el horario de atención	15	10,9	10,9	63,8
	disponiendo de espacio físico adecuado	17	12,3	12,3	76,1
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	20	14,5	14,5	90,6
		13	9,4	9,4	100,0

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	fotocopias				
	Total	138	100,0	100,0	

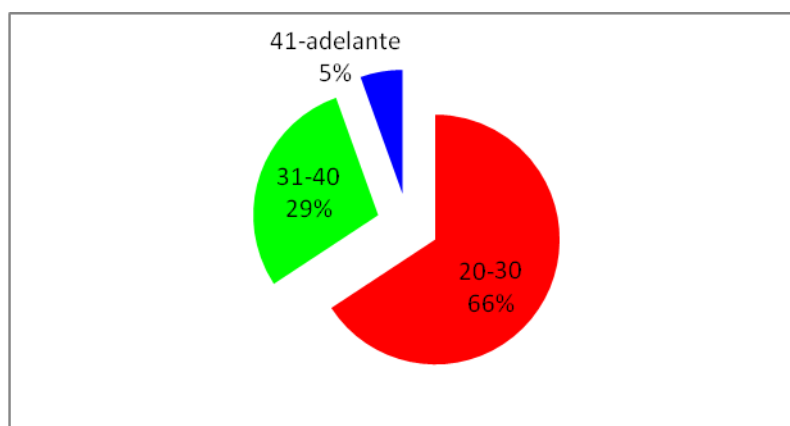
Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #2 grafico N°10)

Los usuarios de esta sala de la Biblioteca Central, demandan una atención más personalizada que les sirva de guía continua durante su estadía en la sala de Hemeroteca.

Encuesta Sala de Referencia

Rango de edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20-30	48	65,8	65,8	65,8
	31-40	21	28,8	28,8	94,5
	41-adelante	4	5,5	5,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	



El porcentaje más alto se encuentra en el grupo de 20 a 30 años de edad.

Frecuencia de asistencia:

Con que frecuencia asiste a la sala de referencia de la biblioteca central

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	una vez a la semana	3	4,1	4,1	4,1
	una vez cada 2 semanas	8	11,0	11,0	15,1
	una vez al mes	27	37,0	37,0	52,1
	otros	35	47,9	47,9	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°1)

La asistencia esta sala de la Biblioteca muestra una frecuencia muy baja, siendo un porcentaje del 4,1%, apenas; de aquellos usuarios que asisten una vez por semana.

Horario de atención:

Considera que el horario de atención de la sala de referencia de la biblioteca central al público es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	suficiente	65	89,0	89,0	89,0
	insuficiente	8	11,0	11,0	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°2)

Un 89% de los encuestados opinan que el horario de atención es suficiente.

Motivo de asistencia a la sala de referencia:

Para consulta de algún material en especial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	2	2,7	2,7	2,7
	a veces	3	4,1	4,1	6,8
	casi siempre	38	52,1	52,1	58,9
	siempre	30	41,1	41,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°3)

Pedir colaboración del bibliotecólogo sobre un material en especial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	10	13,7	13,7	13,7
	a veces	38	52,1	52,1	65,8
	casi siempre	20	27,4	27,4	93,2
	siempre	5	6,8	6,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°3)

Recabar información que le ayude en su investigación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	5	6,8	6,8	6,8
	a veces	34	46,6	46,6	53,4
	casi siempre	28	38,4	38,4	91,8
	siempre	6	8,2	8,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°3)

Material expuesto:

Conoce todo el material expuesto en esta sala y considera que le servirían en su tarea de investigar ciertos temas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	7	9,6	9,6	9,6
	no	66	90,4	90,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°4)

Los usuarios aseguran no conocer el material que se expone en esta sala, es por eso que no se encuentran satisfechos con la atención de los bibliotecarios a cargo de la sala de referencia.

Manejo del material expuesto en la sala de referencia:

Usted a recibido información a cerca de cómo tratar el material que pone a disposición a esta sala, para evitar que el mismo sufra deterioro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	19	26,0	26,0	26,0
	No	54	74,0	74,0	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°5)

Un 69% de los encuestados dice no conocer un manejo adecuado del material que es expuesto en esta sala, ya que en el caso de los mapas en un material muy delicado que debería tener una indicación de su correcto uso por parte del bibliotecario encargado de esta sección.

Personal a cargo de la sala de referencia:

Responden a todas sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	17	23,3	23,3	23,3
	a veces	48	65,8	65,8	89,0
	casi siempre	5	6,8	6,8	95,9
	siempre	3	4,1	4,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°6)

Responden parcialmente a sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	22	30,1	30,1	30,1
	a veces	47	64,4	64,4	94,5
	casi siempre	2	2,7	2,7	97,3
	siempre	2	2,7	2,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°6)

No responden a sus necesidades de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nunca	7	9,6	9,6	9,6
	a veces	3	4,1	4,1	13,7
	casi siempre	43	58,9	58,9	72,6
	siempre	20	27,4	27,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°6)

Espacio físico:

Considera usted que el espacio físico que abarca a la sala de referencia es adecuado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	5	6,8	6,8	6,8
	no	68	93,2	93,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°7)

Un 93% de los encuestados dicen no estar de acuerdo con el espacio físico destinado a esta sala.

Personal a cargo de la atención en la sala de referencia:

Rapidez en la atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	6	8,2	8,2	8,2
	regular	36	49,3	49,3	57,5
	bueno	28	38,4	38,4	95,9
	muy bueno	3	4,1	4,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°8)

Trato personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	3	4,1	4,1	4,1
	regular	39	53,4	53,4	57,5
		29	39,7	39,7	97,3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	bueno				
	muy bueno	2	2,7	2,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°8)

Conocimiento de la colección

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	4	5,5	5,5	5,5
	regular	22	30,1	30,1	35,6
	bueno	42	57,5	57,5	93,2
	muy bueno	5	6,8	6,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°8)

Capacidad de dar soluciones a sus problemas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	malo	5	6,8	6,8	6,8
	regular	34	46,6	46,6	53,4
	bueno	28	38,4	38,4	91,8
	muy bueno	6	8,2	8,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°8)

En general los usuarios encuestados califican la atención de los bibliotecarios de esta área como regular, pudiendo mejorar en muchos aspectos.

Tecnología:

Cantidad de computadores para búsqueda de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	3	4,1	4,1	4,1
	malo	22	30,1	30,1	34,2
	regular	36	49,3	49,3	83,6
	bueno	9	12,3	12,3	95,9
	muy bueno	3	4,1	4,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°9)

Cantidad de computadores de acceso a internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	2	2,7	2,7	2,7
	malo	8	11,0	11,0	13,7
	regular	37	50,7	50,7	64,4
	bueno	24	32,9	32,9	97,3
	muy bueno	2	2,7	2,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°9)

Cantidad de equipos para audiovisuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy malo	5	6,8	6,8	6,8
	malo	21	28,8	28,8	35,6
	regular	42	57,5	57,5	93,2
	bueno	5	6,8	6,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°9)

Equipamiento tecnológico regular, siendo que los usuarios no conocen sobre el uso e las revistas electrónicas que la UMSA pone a disposición de todos los usuarios.

Mejoras en sala de referencia:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	aumentando la cantidad de libros	17	23,3	23,3	23,3
	brindando un atención mas personalizada	10	13,7	13,7	37,0
	extendiendo el horario de atención	8	11,0	11,0	47,9
	disponiendo de espacio físico adecuado	35	47,9	47,9	95,9
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	3	4,1	4,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°10)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	aumentando la cantidad de libros	13	17,8	17,8	17,8
	brindando un atención mas personalizada	18	24,7	24,7	42,5
	extendiendo el horario de atención	13	17,8	17,8	60,3
	disponiendo de espacio físico adecuado	25	34,2	34,2	94,5
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	2	2,7	2,7	97,3
	fotocopias	2	2,7	2,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°10)

3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	aumentando la cantidad de libros	15	20,5	20,5	20,5
	brindando un atención mas personalizada	17	23,3	23,3	43,8
	extendiendo el horario de atención	16	21,9	21,9	65,8
	disponiendo de espacio físico adecuado	18	24,7	24,7	90,4
	capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda	2	2,7	2,7	93,2
	fotocopias	5	6,8	6,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia. (Ver anexo #3 grafico N°10)

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 ESTRATEGIA DE MARKETING

La Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés es un servicio sin fines de lucro, por lo que está enmarcado dentro de lo que es el “marketing social”.

Según Alan Andreasen es “la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad”.

Características del marketing social:

1. El proceso es continuo, no es una actividad que tenga un nítido comienzo y un fin.
2. Lo central es el destinatario. Los destinatarios son constantemente parte del proceso. Por eso, el proceso debe comenzar por la investigación, para estudiar cuales son las necesidades, deseos y percepciones, del destinatario objetivo.
3. El elemento más importante en el concepto de marketing social, es el de producto social. Algo que fuera destacado por Kotler y Zaltman en 1971, cuando desarrollaron por primera vez el concepto de marketing social. El diseño del producto social se realiza luego de la investigación y el análisis. Allí está la clave donde se apoyan los distintos componentes del conjunto de actividades que incluyen el Marketing. Esto trae como consecuencia, que ante todo se detecten las necesidades de los destinatarios para poder satisfacerlas. Antes de lanzar el producto social, a consideración del grupo objetivo. Es necesario hacer una prueba del

mismo, para ver que factibilidad tiene de que sea adoptado. Es muy importante en esta etapa, indagar si el público objetivo entiende el concepto del producto social ofrecido, si ve los beneficios, si a estos beneficios los considera importantes. Si adoptaría el producto social que se les somete a consideración. Asimismo, estimular a ese grupo a que aporte sugerencias, cuente que tipo de sacrificios está dispuesto a hacer por adoptar el producto social. Quienes influyen en la toma de decisiones. Cada producto social atiende un determinado tipo de Demanda.

5.2 PROPUESTA ESTRATEGICA

5.2.1 OBJETIVO GENERAL

Lograr que se difunda y conozca el material que guarda la Biblioteca Central de la UMSA mediante la aplicación de los principios del Marketing Social y de Servicios

5.2.1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mejora de la imagen institucional
- Incremento de la asistencia de los usuarios
- Valoración social de la Biblioteca dentro de la UMSA

CANAL DE DISTRIBUCION

Con el objetivo de brindar una atención más rápida en la búsqueda de información entre el usuario y el bibliotecario se propone un canal de distribución directa



5.2.2 PROMOCION

5.2.2.1 OBJETIVOS DE PROMOCIÓN

1. Incrementar la asistencia de usuarios

- ✓ Dar publicidad acerca de los eventos que tiene la Biblioteca Central, utilizando un espacio en los diferentes auditoriums o paraninfo de la Universidad, donde se promocióne los servicios que esta ofrece.
- ✓ Mantener y fortalecer la presencia de noticias relevantes en: prensa, radio y TV, utilizando la cobertura del Canal Universitario.



- ✓ Actualizar de forma continua la pagina web de la Biblioteca Central, hacerla llamativa al usuario.
- ✓ Proporcionar visibilidad a las colecciones y los recursos adquiridos.



- ✓ Utilizar las redes sociales como medios de difusión y promoción.



2. Mejorar la imagen institucional.

- ✓ Identificación visual del personal de la Biblioteca Central mediante el uso de uniformes y credenciales



- ✓ Colocar escaparates donde se expongan las colecciones adquiridas por la Biblioteca Central.



- ✓ Proporcionar un espacio adecuado para mostrar las promociones de cada Facultad.

en febrero
más ventajas

5 X 5

más libros en préstamo, más tiempo, más facilidades

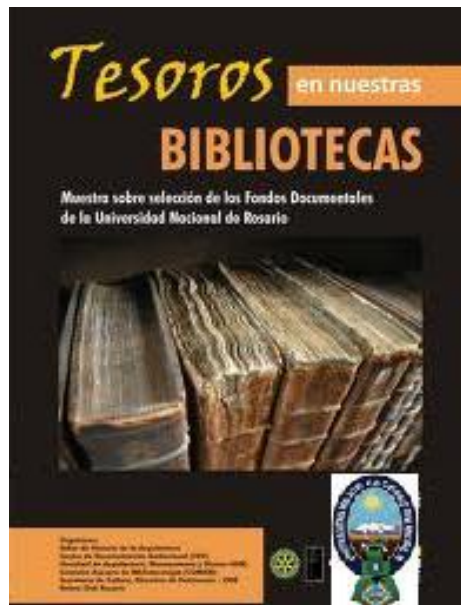
OFERTA

NUEVAS CONDICIONES DE PRESTAMO EN LA BIBLIOTECA

- ✓ 5 manuales de sala
- ✓ 5 renovaciones
- ✓ para todos los usuarios

CONSULTA LA WEB DE BIBLIOTECA O PREGUNTA EN LOS MOSTRADORES DE INFORMACION

- ✓ Colocación de afiches que incentiven la asistencia a la Biblioteca Central



3. Mejorar el mobiliario de la Biblioteca Central.

- ✓ Implementación de escritorios, en la sala de referencia, que le permitan tener privacidad y comodidad al usuario



- ✓ Implementación catálogos para el material de folletería, mapoteca y manuscritos.

3. Valoración social de los servicios de la Biblioteca Central dentro de la UMSA

- ✓ Apoyo a las visitas guiadas generales y específicas para grupos de estudiantes de primer año, de todas las facultades que integran la Universidad Mayor de San Andrés

DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y MARKETING.

Para el control y seguimiento de todo este proyecto, se propone la creación de un departamento de marketing, que se encargue de la supervisión de todas las tareas de difusión de las actividades que tenga la Biblioteca Central, así como de la programación de las actividades, en coordinación con los encargados de cada sala de la Biblioteca, para el cumplimiento de objetivos.

PRESUPUESTO.

OBJETIVO	DESCRIPCION DE MEDIO DE DIFUSION	CANTIDAD	COSTO (Bs.)
Publicitar las actividades de la Biblioteca, así como la difusión de mensajes que promocionen las actividades de la Biblioteca Central.	Colocación de afiches y Banners en paneles en las facultades la UMSA	1	558
Identificar al personal que trabaja en la Biblioteca Central.	Uso de uniformes y credenciales	1	91
Mejorar el mobiliario de la Biblioteca Central	Adquisición de escritorios personalizados para la sala de referencia.	1	3.850
Promocionar las colecciones adquiridas	Adquisición de escaparates	1	10.500

OBJETIVO	DESCRIPCION DE MEDIO DE DIFUSION	CANTIDAD	COSTO (Bs.)
por la Biblioteca Central			
		TOTAL (Bs.)	14.999

CONCLUSIONES

- 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, una mejora en la comunicación y difusión de servicios bibliotecarios y que a su vez ofrezcan la posibilidad de satisfacer mejor las demandas informativas de nuestros clientes. En nuestro medio, la incorporación de técnicas de promoción y difusión al mundo bibliotecario se ha desarrollado con bastante lentitud; sigue siendo una tarea bastante olvidada y en pocas ocasiones se recurre al marketing para comunicar los productos y servicios y ofrecerle al cliente la opción de conocer mejor las posibilidades informativas con las que cuenta la Biblioteca Central.
- Los servicios que actualmente tiene la Biblioteca Central tienen que adaptarse con precisión a la demanda de los clientes; sólo cubriendo la demanda podremos decir estamos ofreciendo servicios de calidad. El marketing se presenta como una herramienta fundamental, entendido como una actitud que implique a toda la organización y una actividad de gestión que se realice de forma continua y no eventual u ocasionalmente.
- Los programas de comunicación no sólo garantizan el conocimiento de la biblioteca, sino también el reconocimiento social del papel de ésta y su posicionamiento en la comunidad.

BIBLIOGRAFIA

Kloter Philip: “**Mercadotecnia**”, Editorial: Mc. Graw Hill 1997, Mexico /Distrito Federal.

Stanton, Etzel, Walker. “**Fundamentos de Marketing**”, Editorial: Mc. Graw Hill 199, Mexico / Distrito Federal.

West Alan: “**Marketing para todos**”, Editorial Wilmengton- Iberoamericana, 1994

Cobra Marcos: “**Marketing de Servicios**”, 1998

Raymond Hernán: “**Desarrollo y Ejecución de Estrategias de Mercadeo**”, 1986, Colombia.

Hernández S. Roberto; Fernández C. Carlos; Bautista L.Pilar: “**Metodología de la investigación**”, 1997 México/ distrito Federal.

ANEXO 1

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS SALA DE CIRCULACION

GRAFICO N° 1

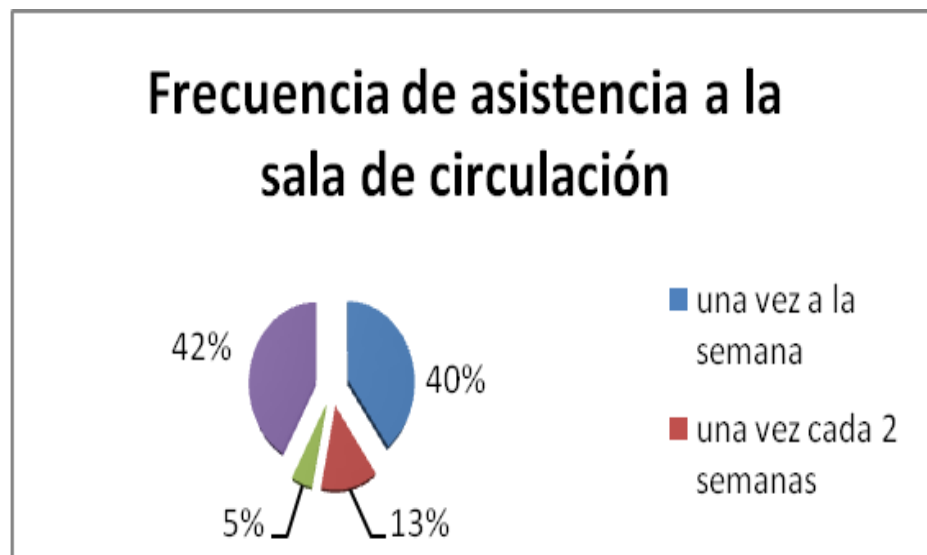


GRAFICO N°2

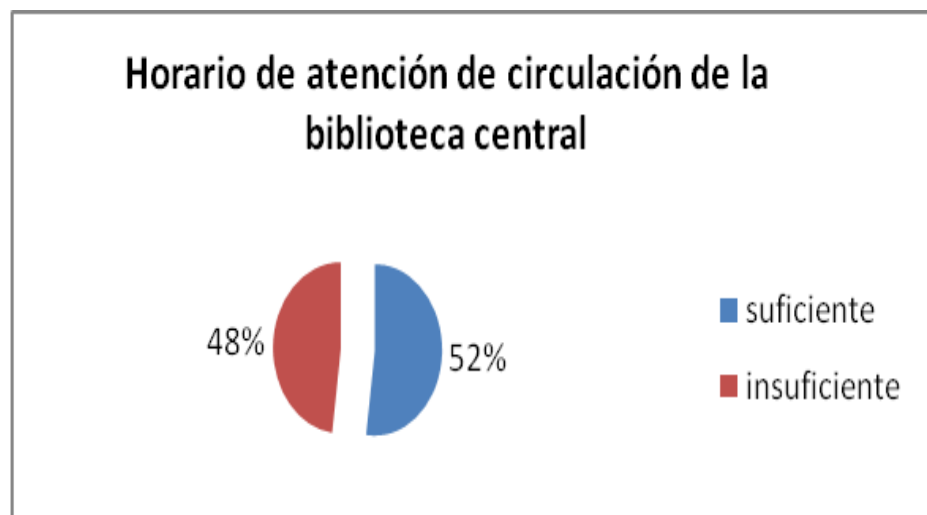
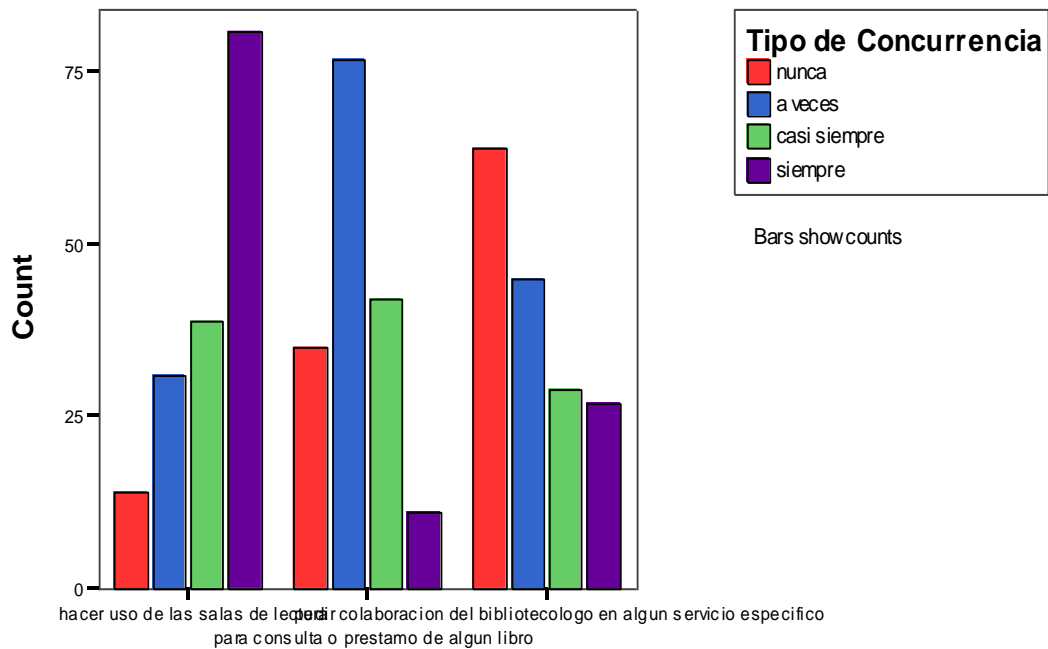


GRAFICO N°3



¿cuántas veces asiste a la sala de circulación de la biblioteca Central para:

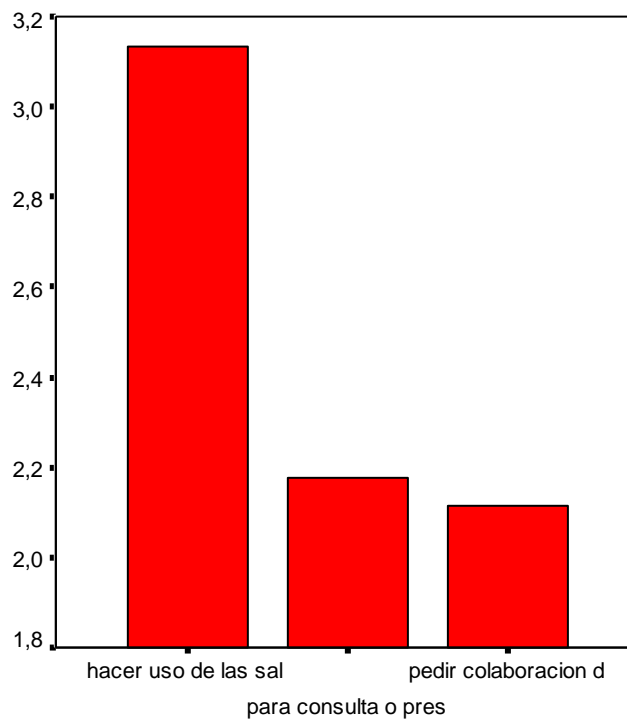


GRAFICO N°4

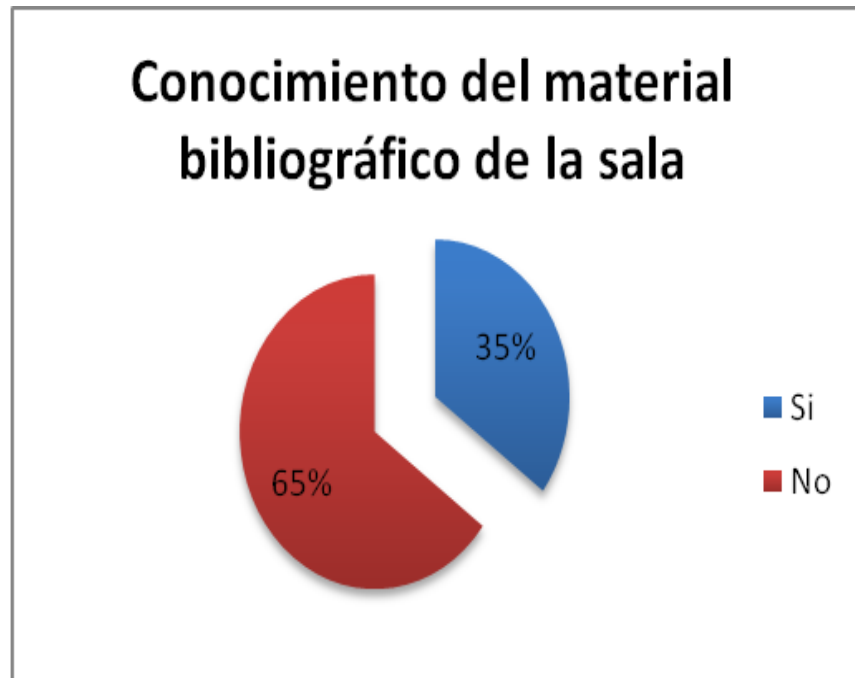


GRAFICO N° 5



GRAFICO N ° 6

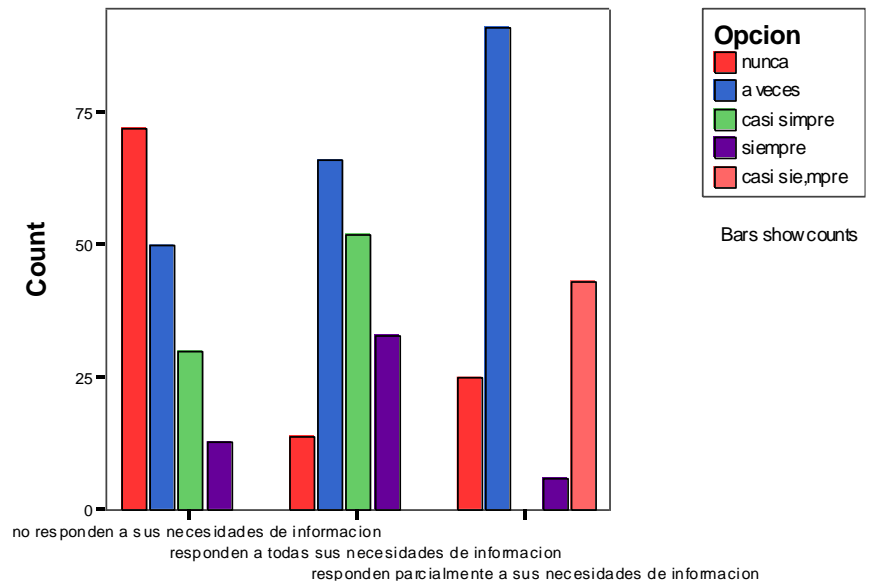


GRAFICO N ° 7

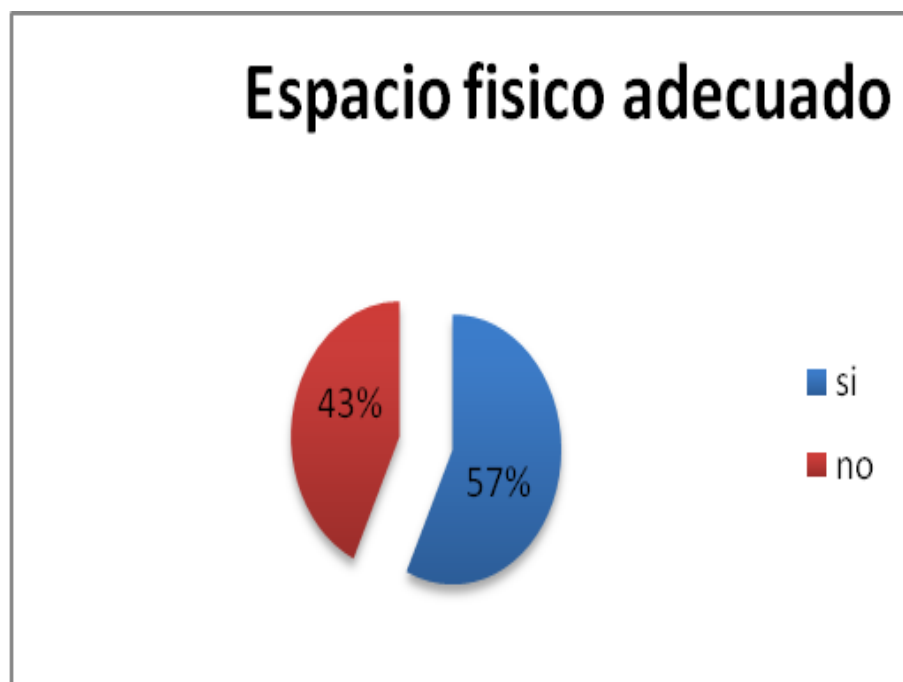


GRAFICO N°8

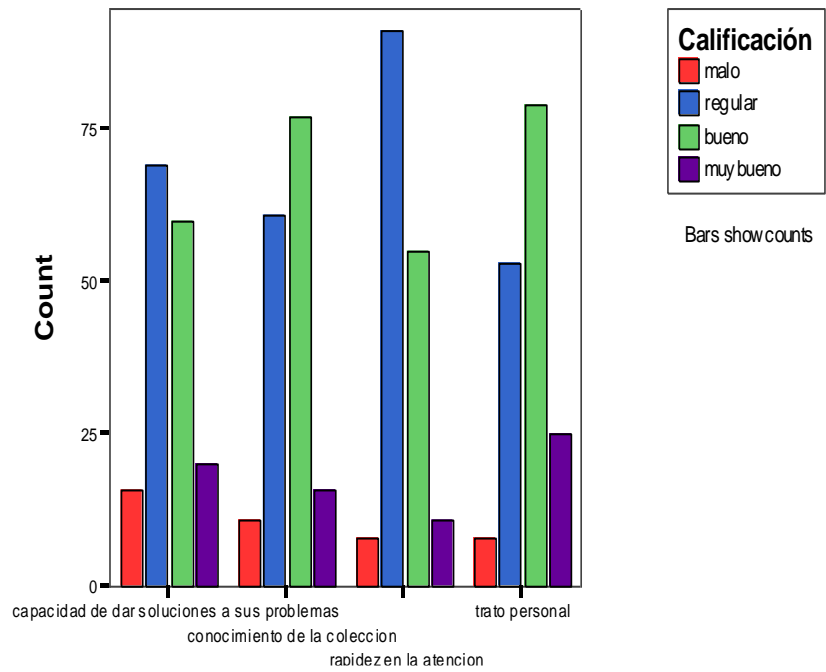
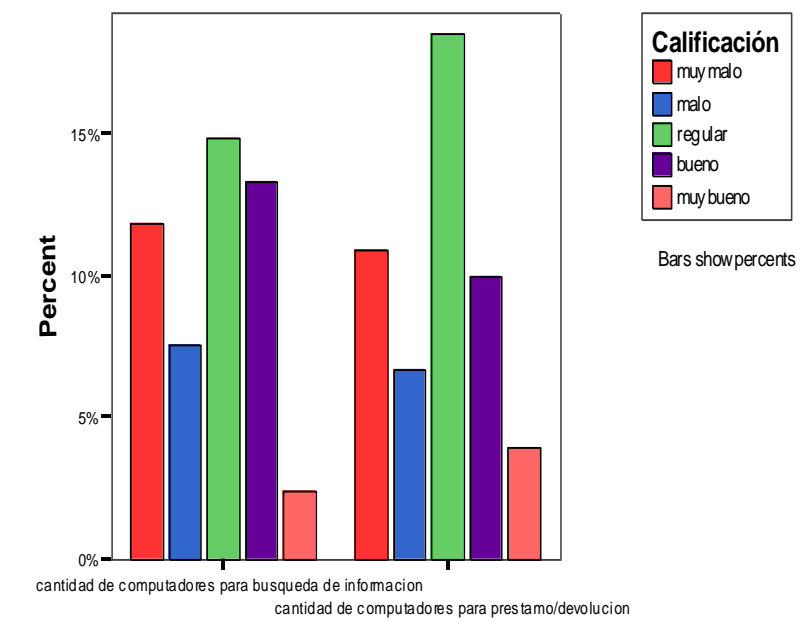
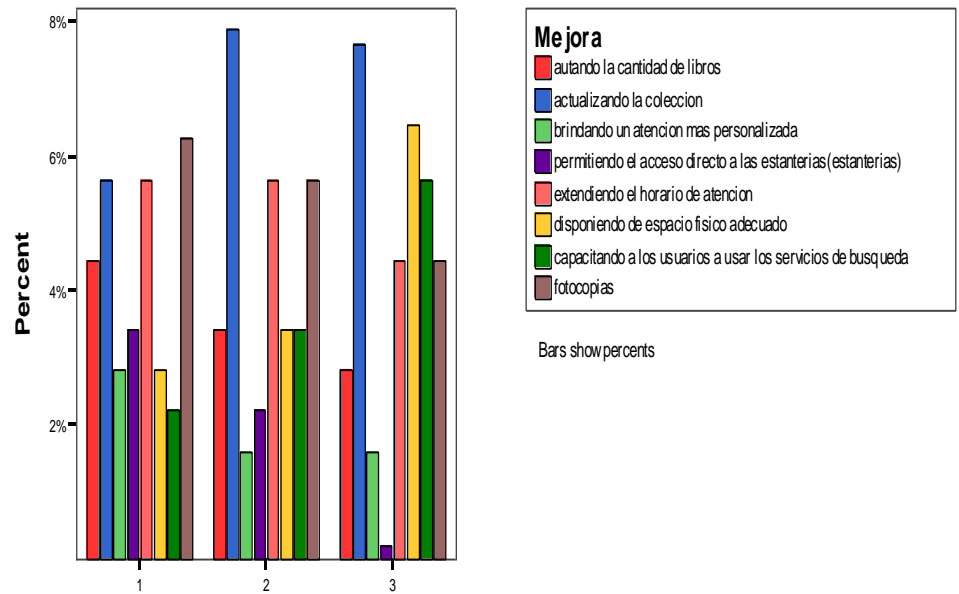


GRAFICO N°9



Califique con la nota del 1 al 5 el equipamiento tecnológico

GRAFICO N°10



Como cree que podrian mejorar los servicios de la seccion de circulacion de la Biblioteca Central?

ANEXO 2

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

SALA DE HEMEROTECA

GRAFICO N°1

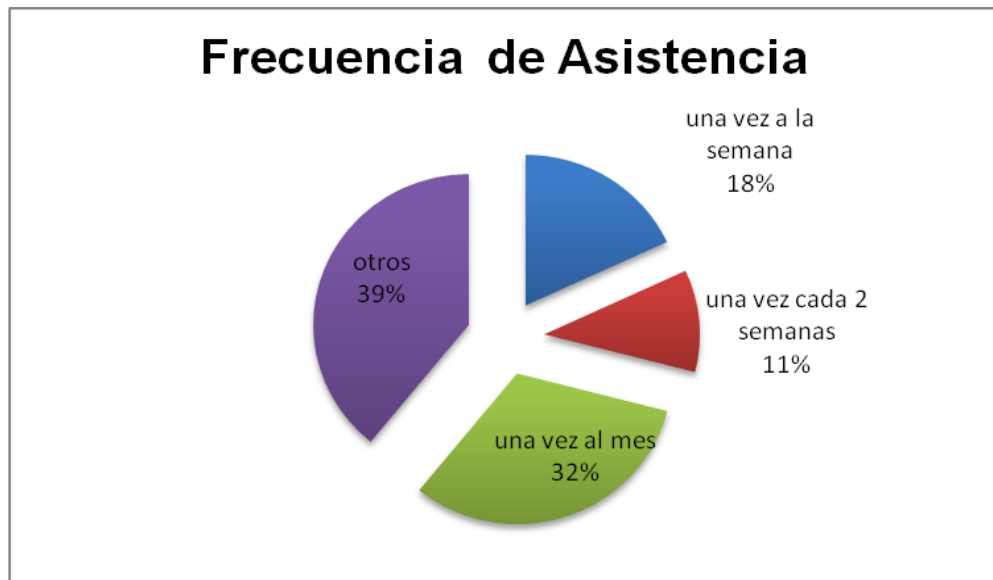
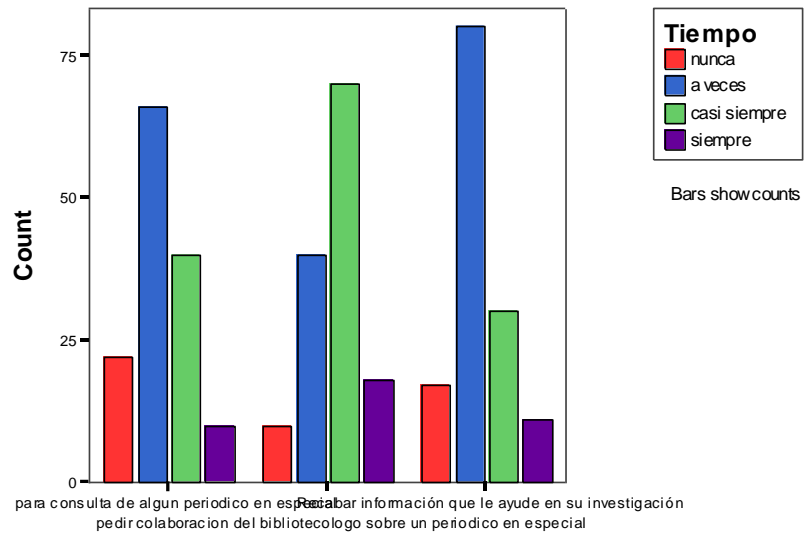


GRAFICO N°2



GRAFICO N°3



Usted asiste a la sala de Hemeroteca de la Biblioteca Central para:

GRAFICO N°4

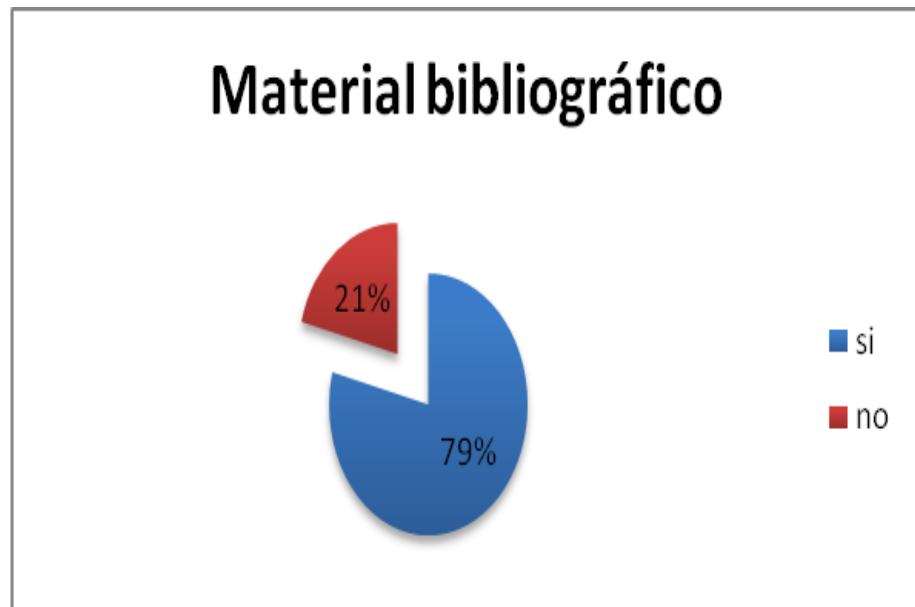
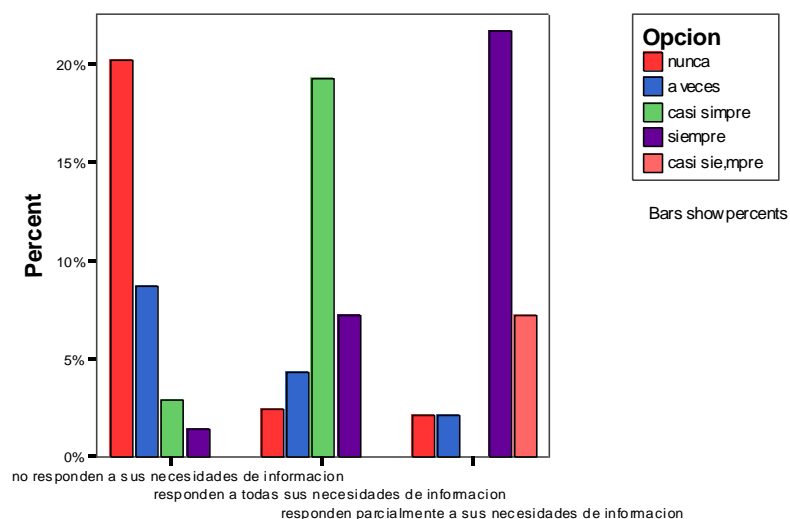


GRAFICO N°5



GRAFICO N°6



los(as) profesionales Bibliotecólogos(as) de la sección de circulación de la Biblioteca Central:

GRAFICO N°7

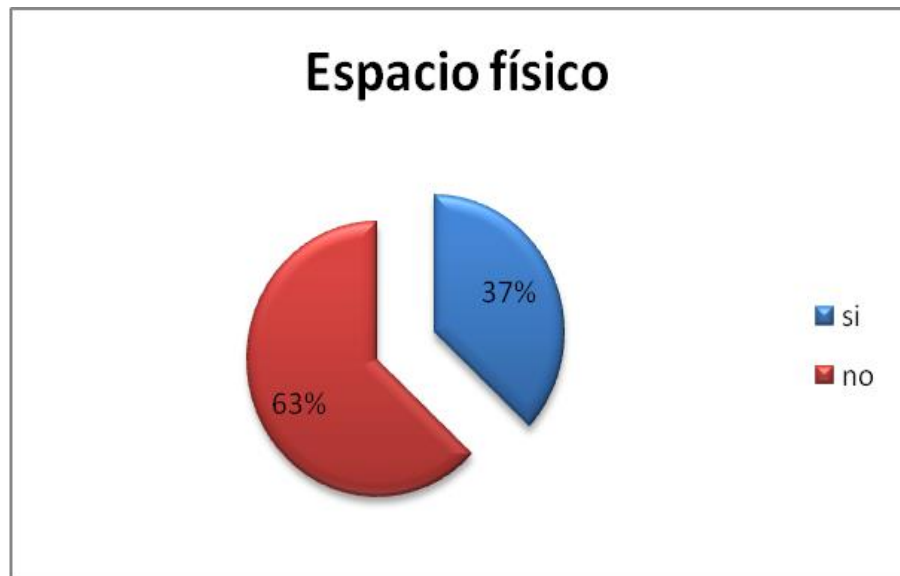
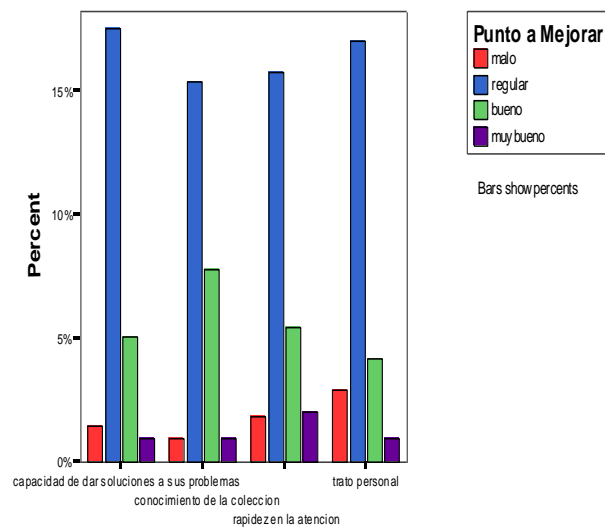
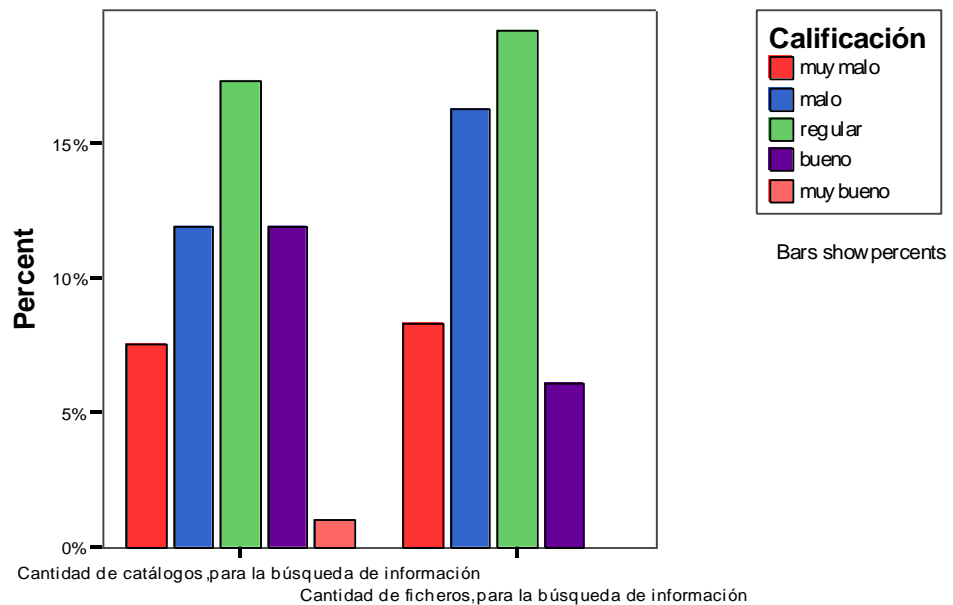


GRAFICO N°8



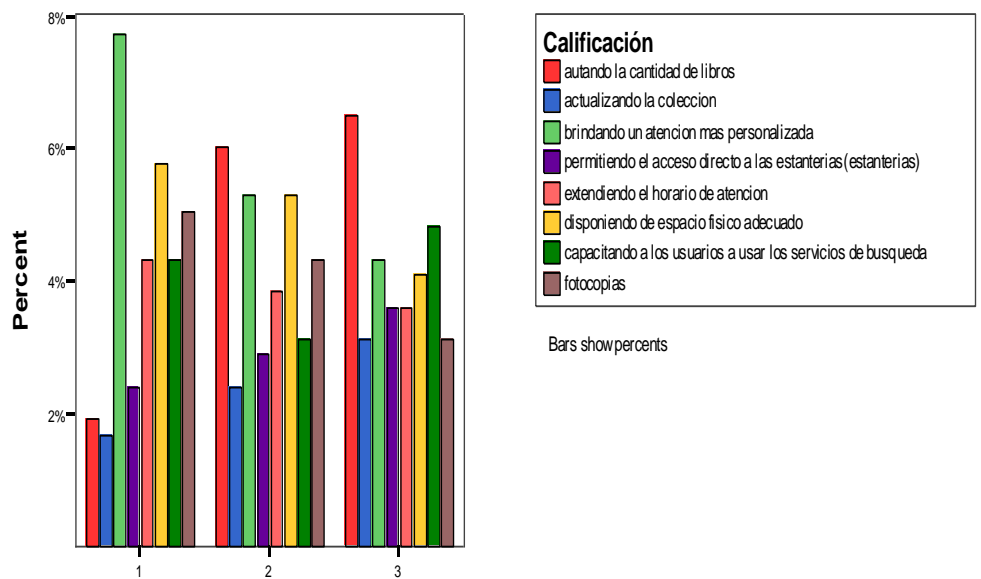
8.- como calificaría del 1 al 4 cada una de las siguientes características del personal de la sección de hemeroteca de la Biblioteca Central.

GRAFICO N°9



Califique con la nota del 1 al 5 el equipamiento tecnológico

GRAFICO N°10



10.- Como cree que podrian mejorar los servicios de la seccion de hemeroteca de la Biblioteca Central?

ANEXO 3

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

SALA DE REFERENCIA

GRAFICO N°1

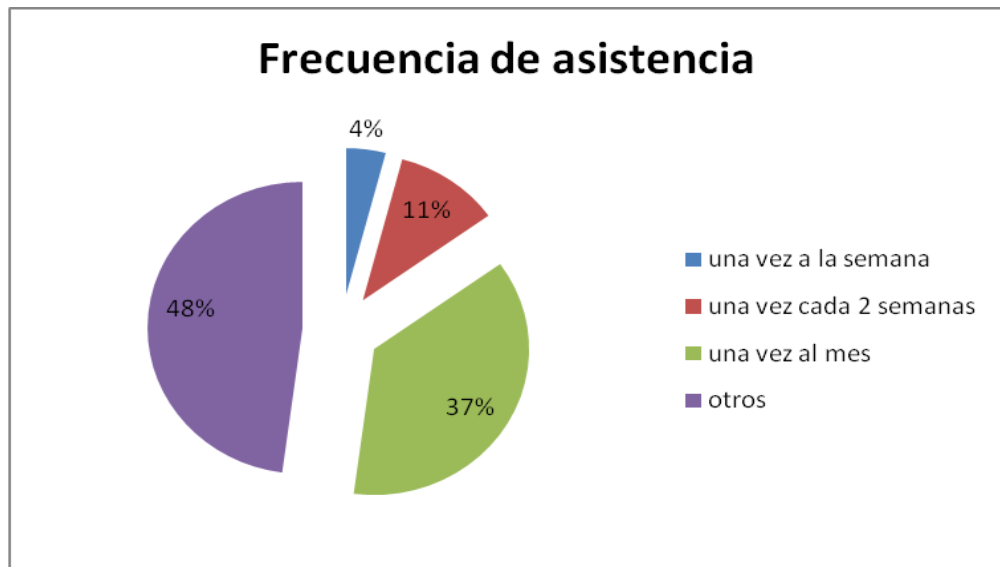
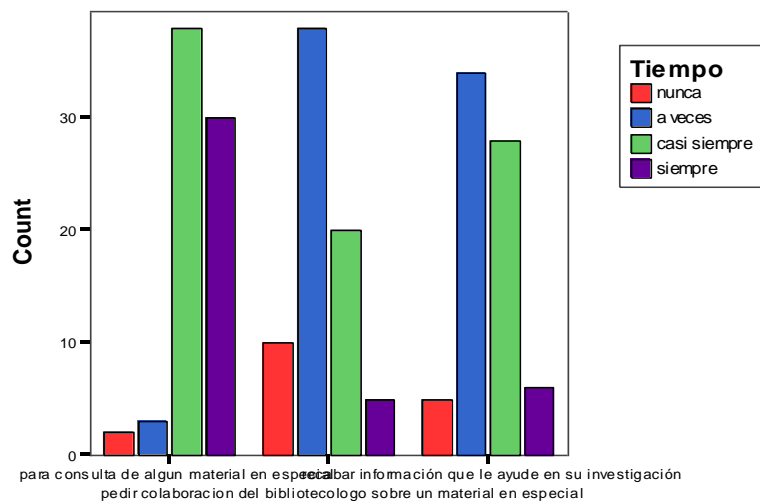


GRAFICO N°2



GRAFICO N°3



Usted Asiste a la Sala de Referencia de la Biblioteca Central para:

GRAFICO N°4

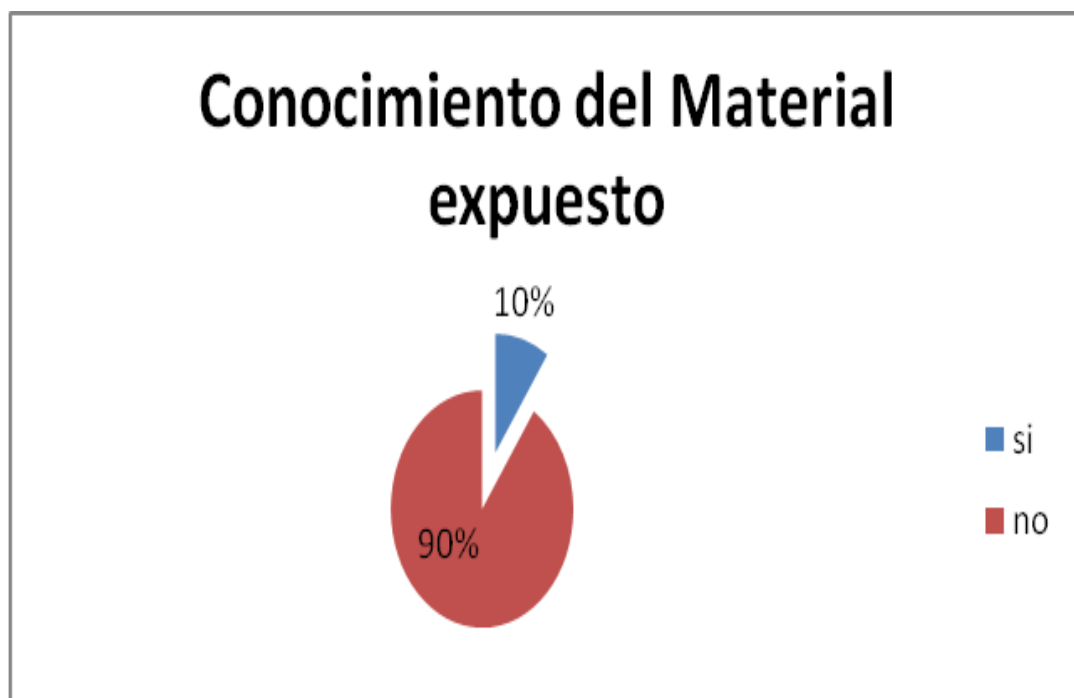


GRAFICO N°5

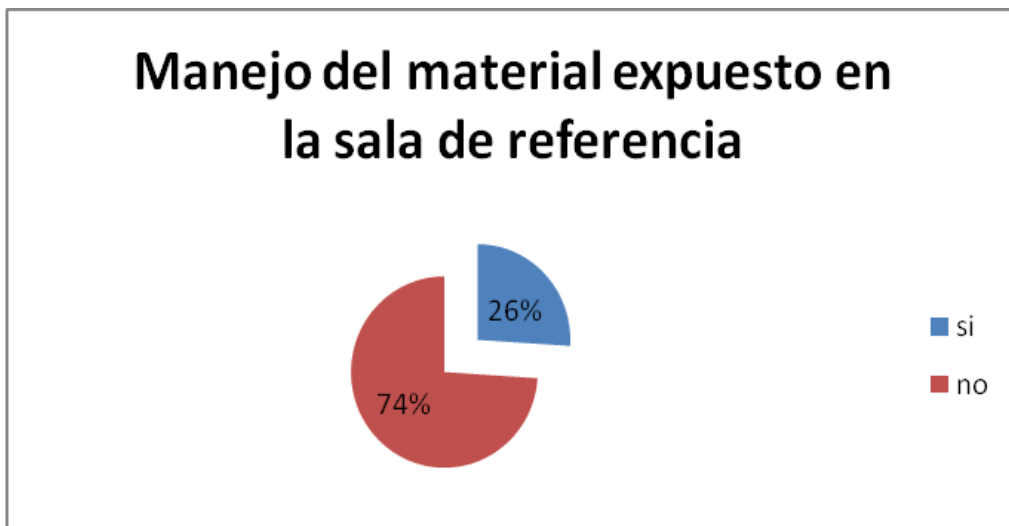
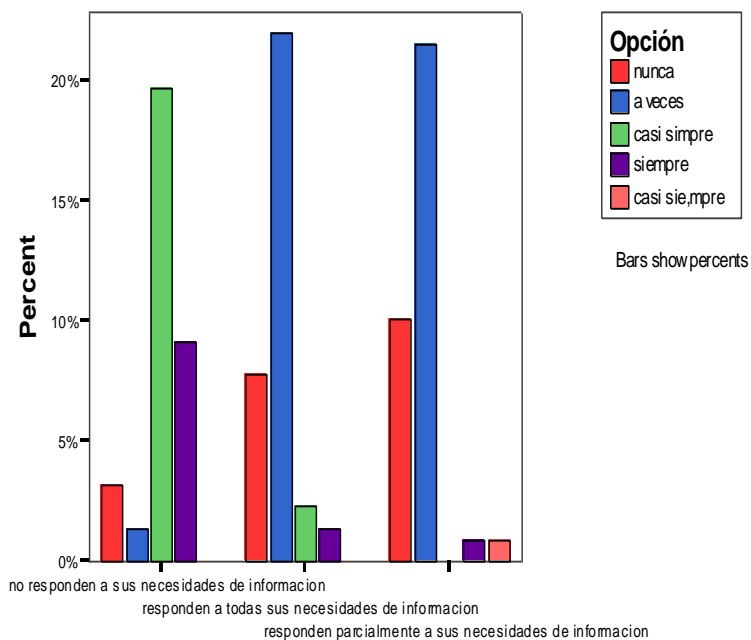


GRAFICO N°6



Los(as) profesionales Bibliotecólogos(as) de la sección de referencia de la Biblioteca Central:

GRAFICO N°7

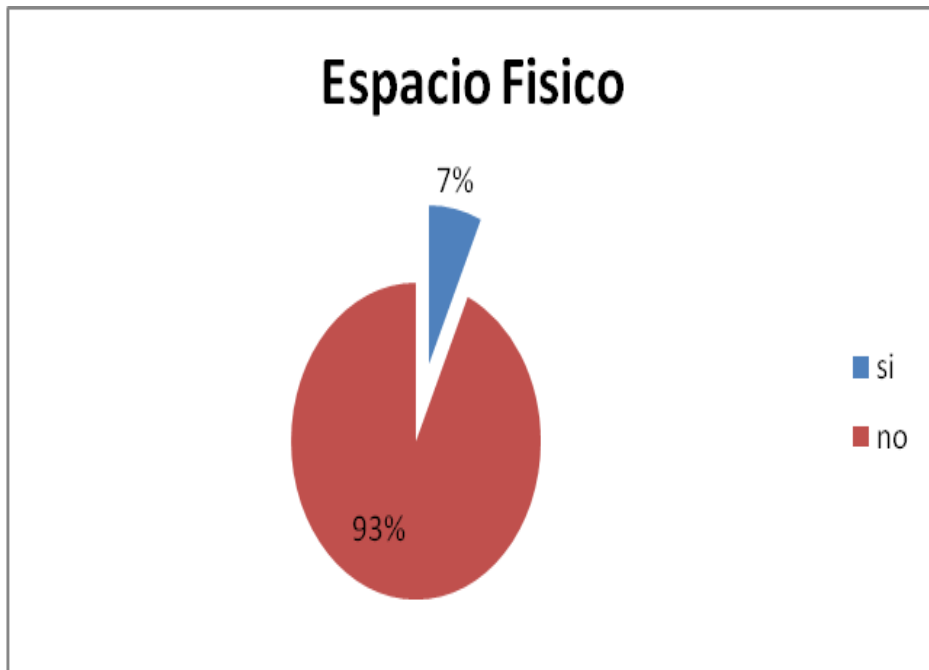
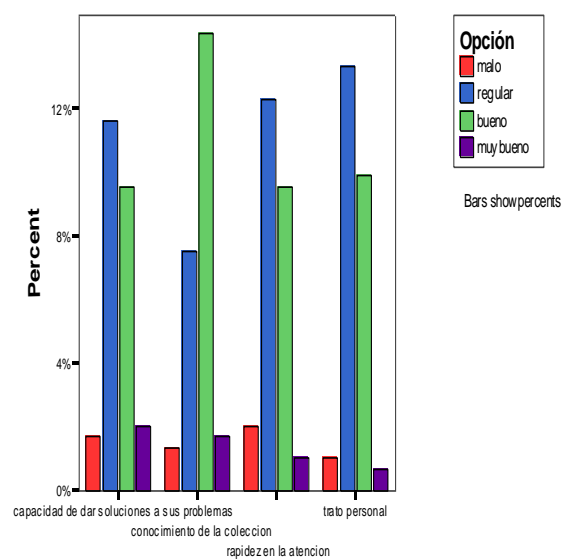
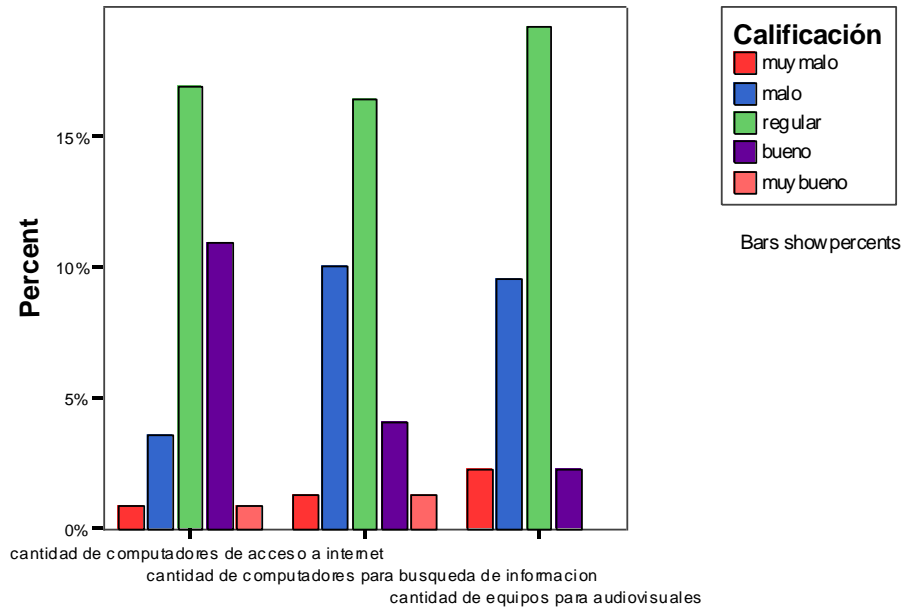


GRAFICO N°8



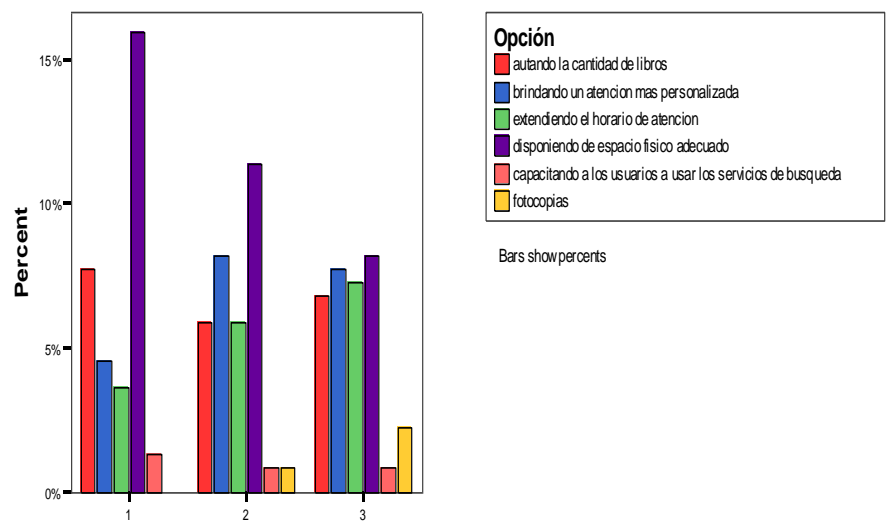
Como calificaría del 1 al 4 cada una de las siguientes características del personal de la sección de referencia de la Biblioteca Central.

GRAFICO N°9



Califique con la nota del 1 al 5 el equipamiento tecnológico

GRAFICO N°10



10.- Como cree que podrian mejorar los servicios de la seccion de la sala de referencia de la Biblioteca Central?

SALA DE CIRCULACIÓN

Introducción (para ser leída el encuestado)

Buenos (días/tardes/noches) el objetivo de la encuesta es realizar una investigación de mercado de los estudiantes, docentes, público en general que asisten a la Biblioteca Central para lo cual pido su colaboración, la información que proporcione será tratada de manera absolutamente confidencial.

Nº de Encuesta: Fecha: Sexo: M F
Docente: Estudiante: Edad: Facultad:

.....

1- ¿Con qué frecuencia asiste a la sala de circulación de la Biblioteca Central?

- a) Una vez a la semana
- b) Una vez cada 2 semanas
- c) Una vez al mes
- d) Otro.....

2- Considera que el horario de atención de la sala de circulación de la Biblioteca Central al público es:

- a) Suficiente
- b) insuficiente

En caso su respuesta sea negativa,
porque?.....

3- Usted asiste a la sala de circulación de la Biblioteca Central para:
(1=nunca; 2=a veces; 3=casi siempre; 4=siempre)

FACTOR	1	2	3	4
Hacer uso de las salas de lectura				
Para consulta o préstamo de algún libro				
Pedir colaboración del bibliotecólogo en algún servicio específico				

Cuál?.....

4.- Conoce todo el material que es expuesto en esta sala y considera que le servirían en su tarea de investigar ciertos temas?

- a) Si
- b) No

5.- Usted ha recibido información acerca de cómo tratar el material que pone a disposición esta sala, para evitar que el mismo sufra deterioro?

- a) Si
- b) No

6.- Los(as) profesionales bibliotecólogo(as) de la sección de circulación de la Biblioteca Central:

(1=nunca; 2=a veces; 3=casi siempre; 4=siempre)

FACTOR	1	2	3	4
Responden a todas sus necesidades de información.				
Responden parcialmente a sus necesidades de información				
No responden a sus necesidades de información.				

7º Considera usted que el espacios físico que abarca la sala de circulación es adecuado?

a) si b) no

En caso su respuesta sea negativa,
porque?.....

8.- ¿Cómo calificaría de 1 al 4 cada una de las siguientes características del personal de la sección de circulación de la Biblioteca Central.(1= malo; 2= regular ; 3 = bueno ; 4 = muy bueno)

FACTOR	1	2	3	4
Rapidez en la atención				
Trato personal				
Conocimiento de la colección				
Capacidad de dar soluciones a sus problemas				

9º Califique con nota de 1 a 5 el equipamiento tecnológico.

(Siendo 5 = muy bueno; 4 = bueno; 3= regular; 2= malo; 1= muy malo, si desconoce la información deje en blanco)

FACTOR	1	2	3	4	5
Cantidad de computadores para búsqueda de información					
Cantidad de computadores para préstamo/devolución					

10.- ¿Cómo cree que se podrían mejorar los servicios de la sección de circulación de la Biblioteca Central?

(Señale los tres más importantes de acuerdo a su criterio, siendo 1 la más importante)

- a) Aumentando la cantidad de libros
- b) Actualizando la colección
- c) Brindado una atención más personalizada
- d) Permitiendo el acceso directo a las estanterías (Estanterías abiertas)
- g) Extendiendo el horario de atención
- i) Disponiendo de espacio físico adecuado
- j) Capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda de información que dispone
la sala de circulación

	ALTERNATIVA
1	
2	
3	

k) Fotocopias

11.- Nos interesa mucho su opinión, lo invitamos a escribir un comentario o sugerencia ayude a mejorar la atención que brinda la sala de circulación a sus usuarios.

.....

¡GRACIAS POR SU TIEMPO!

<p>SALA DE HEMEROTECA Introducción (para ser leída el encuestado)</p> <p>Buenos (días/tardes/noches) el objetivo de la encuesta es realizar una investigación de mercado de los estudiantes, docentes, publico en general que asisten a la Biblioteca Central para lo cual pido su colaboración, la información que proporcione será tratada de manera absolutamente confidencial.</p>

Nº de Encuesta: Fecha: Sexo: M F
 Docente: Estudiante: Edad: Facultad:

1.- ¿Con qué frecuencia asiste a la sala de Hemeroteca de la Biblioteca Central?

- a) Una vez a la semana
- b) Una vez cada 2 semanas
- c) Una vez al mes
- d) Otro.....

2.- Considera que el horario de atención de la sala de Hemeroteca de la Biblioteca Central al público es:

- a) Suficiente
- b) Insuficiente

Porqué?

.....

3.- Usted asiste a la sala de Hemeroteca de la Biblioteca Central para:
 (1=nunca; 2=a veces; 3=casi siempre; 4=siempre)

FACTOR	1	2	3	4
Para consulta de algún periódico en especial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pedir colaboración del bibliotecólogo (a) sobre un periódico en especial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recabar información que le ayude en su investigación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cuál?.....

4.- Conoce todo el material que es expuesto en esta sala y considera que le servirían en su tarea de investigar ciertos temas?

.....

a) Si

b) No

5.- Usted ha recibido información acerca de cómo tratar el material que pone a disposición esta sala, para evitar que el mismo sufra deterioro?

a) Si

b) No

6.- Los(as) profesionales bibliotecólogo(as) de la sección de Hemeroteca de la Biblioteca Central: (1=nunca; 2=a veces; 3=casi siempre; 4=siempre)

FACTOR	1	2	3	4
Responden a todas sus necesidades de información.				
Responden parcialmente a sus necesidades de información				
No responden a sus necesidades de información.				

7.- Considera usted que el espacio físico que abarca la sala de Hemeroteca es adecuado?

a) Si

b) No

En caso su respuesta sea negativa,
porque?.....

8.- ¿Cómo calificaría de 1 al 4 cada una de las siguientes características del personal de la sección de Hemeroteca de la Biblioteca Central.(1= malo; 2= regular ; 3 = bueno ; 4 = muy bueno)

FACTOR	1	2	3	4
Rapidez en la atención				
Trato personal				
Conocimiento de la colección				
Capacidad de dar soluciones a sus problemas				

9.- Califique con nota de 1 a 5 el equipamiento tecnológico.

(Siendo 5 = muy bueno; 4 = bueno; 3= regular; 2= malo;1= muy malo, si desconoce la información deje en blanco)

FACTOR	1	2	3	4	5
Cantidad de ficheros, para la búsqueda de información					
Cantidad de catálogos, para la búsqueda de información					

10- ¿Cómo cree que se podrían mejorar los servicios de la sección de Hemeroteca de la Biblioteca Central?

(Señale los tres más importantes de acuerdo a su criterio, siendo 1 la más importante)

- a) Aumentando la cantidad de libros
- b) Actualizando la colección
- c) Brindando una atención más personalizada
- d) Permitiendo el acceso directo a las estanterías (Estanterías abiertas)
- g) Extendiendo el horario de atención
- i) Disponiendo de espacio físico adecuado
- j) Capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda de información que dispone la sala de circulación
- k) Fotocopias

	ALTERNATIVA
1	
2	
3	

11.- Nos interesa mucho su opinión, lo invitamos a escribir un comentario o sugerencia ayude a mejorar la atención que brinda la sala de circulación a sus usuarios.

.....

¡GRACIAS POR SU TIEMPO!

<p>SALA DE REFERENCIA Introducción (para ser leída el encuestado)</p>
<p>Buenos (días/tardes/noches) el objetivo de la encuesta es realizar una investigación de mercado de los estudiantes, docentes, publico en general que asisten a la Biblioteca Central para lo cual pido su colaboración, la información que proporcione será tratada de manera absolutamente confidencial.</p>

Nº de Encuesta: Fecha: Sexo: M F
 Docente: Estudiante: Edad: Facultad:

1.- ¿Con qué frecuencia asiste a la sala de Referencia de la Biblioteca Central?

- a) Una vez a la semana
- b) Una vez cada 2 semanas
- c) Una vez al mes
- d) Otro.....

2.- Considera que el horario de atención de la sala de Referencia de la Biblioteca Central al público es:

- a) Suficiente b) Insuficiente

Porqué?

.....

3.- Usted asiste a la sala de Referencia de la Biblioteca Central para:
(1=nunca; 2=a veces; 3=casi siempre; 4=siempre)

FACTOR	1	2	3	4
Para consulta de algún material en especial				
Pedir colaboración del bibliotecólogo (a) sobre un material en especial				
Recabar información que le ayude en su investigación				

Cuál?.....

4.- Conoce todo el material que es expuesto en esta sala y considera que le servirían en su tarea de investigar ciertos temas?

a) Si b) No

5.- Usted ha recibido información acerca de cómo tratar el material que pone a disposición esta sala, para evitar que el mismo sufra deterioro?

a) Si b) No

6.- Los(as) profesionales bibliotecólogo(as) de la sección de Referencia de la Biblioteca Central: (1=nunca; 2=a veces; 3=casi siempre; 4=siempre)

FACTOR	1	2	3	4
Responden a todas sus necesidades de información.				
Responden parcialmente a sus necesidades de información				
No responden a sus necesidades de información.				

7.- Considera usted que el espacio físico que abarca la sala de Referencia es adecuado?

a) Si b) No

En caso su respuesta sea negativa, porque?.....

8 ¿Cómo calificaría de 1 al 4 cada una de las siguientes características del personal de la sección de Referencia de la Biblioteca Central.(1= malo; 2= regular ; 3 = bueno ; 4 = muy bueno)

FACTOR	1	2	3	4
Rapidez en la atención				
Trato personal				
Conocimiento de la colección				
Capacidad de dar soluciones a sus problemas				

9º Califique con nota de 1 a 5 el equipamiento tecnológico. (Siendo 5 = muy bueno; 4 = bueno; 3= regular; 2= malo;1= muy malo, si desconoce la información deje en blanco)

FACTOR	1	2	3	4	5
Cantidad de computadores para búsqueda de información (catálogos)					
Cantidad de computadores de acceso a Internet					
Cantidad de equipos para audiovisuales					

10- ¿Cómo cree que se podrían mejorar los servicios de la sección de Referencia de la Biblioteca Central?

(Señale los tres más importantes de acuerdo a su criterio, siendo 1 la más importante)

- a) Aumentando la cantidad de libros
- b) Actualizando la colección
- c) Brindando una atención más personalizada
- d) Permitiendo el acceso directo a las estanterías (Estanterías abiertas)
- g) Extendiendo el horario de atención
- i) Disponiendo de espacio físico adecuado
- j) Capacitando a los usuarios a usar los servicios de búsqueda de información que dispone la sala de circulación
- k) Fotocopias

	ALTERNATIVA
1	
2	
3	

11.- Nos interesa mucho su opinión, lo invitamos a escribir un comentario o sugerencia ayude a mejorar la atención que brinda la sala de circulación a sus usuarios.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

¡GRACIAS POR SU TIEMPO!

TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTA DIRECTOR DE LA BIBLIOTECA CENTRAL

C. Buenas Tardes Lic. Armando, vamos a empezar con la entrevista acerca de la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés.

¿Cuál es el propósito principal de la Biblioteca Central de la Universidad Mayor de San Andrés?

A. Bueno....la Biblioteca Central es una unidad de información, en este caso su propósito es brindar información a todo nivel, no solamente documental, porque muchos creen que solamente es bibliográfico, y no lo es. Brinda información a la comunidad universitaria y también a la sociedad.

c. La Biblioteca Central actualmente es: Archivo, Biblioteca o ambos?

A. Mmmm..... es ambos, tenemos también archivos, tenemos documentos.... (Perdón) archivos administrativos, también tenemos archivos históricos y también es Biblioteca. Hasta yo llamará también es un museo. O sea una unidad de información compone tres, para nosotros, tres instituciones si quieren, tres unidades: bibliotecas, archivos y museos; y esta Biblioteca tiene su museo.

C.Cuál es la visión que se tiene actualmente de la Biblioteca Central, y como debería ser?

A. Una visión.....la visión que quisiéramos lograr es de ser..... una unidad moderna, que difunda su información a todo nivel y que este incorporado con nuevas tecnologías de información, no solamente información tradicional y sobre todo ser la líder a nivel nacional y a nivel universitario.

C. ¿Cuántas secciones componen actualmente la Biblioteca Central?

A. Bueno tenemos dos tipos de sección, si quieren o características especiales, uno es de servicios y otro es de procesos no... la de servicios son las que brindan información a los usuarios... en esa sección grande esta la sección de circulación, donde ven ustedes que prestan los libros; la sección de hemeroteca donde prestan los periódicos, revistas... toda la publicación periódica, (la sección de hemeroteca) perdón.. la sección de referencia que está aquí arriba, que es con estantería abierta, de referencia se llama porque es un servicio bien rápido, ágil. Por ello tiene su materia bien especial como son: los diccionarios, enciclopedias entonces es la sección de referencia.

Tenemos la sección de biblioteca virtual, si quieren, o sección digital que está aquí arriba, tiene información electrónica, aunque es poco pero ya tenemos. La sección de mapoteca que está también arriba junto a referencia. Que mas en la sección de servicios Creo que nada más.

Luego tenemos, les decía, en la sección de procesos son la parte donde se hace todo el manipuleo de la información para que vaya justamente a la sección de servicios. La primera oficina tenemos en esta sección de procesos: la de selección y adquisición, donde se adquiere, se estudia todo lo que va a ingresar de material bibliográfico o documental. En esta sección se utiliza criterios, uno para comprar otro para tener donaciones o también brindar donaciones y hacer canjes también. Luego, inmediatamente, la sección de procesos técnico... ahí se cataloga el material, califica, se hace la automatización y finalmente se hace el preparado físico para que vayan a los estantes.

Luego tenemos la sección de sistemas documentales, esa sección de sistemas documentales está referida a todo el soporte informático tanto software como hardware, nosotros tenemos acá en la Biblioteca un internet bien grande con 32 puntos de modo que se monitorea desde acá, entonces es inmenso, necesita soporte, por eso les decía la sección de sistemas documentales. Tenemos una sección bien importante, y recién la hemos creado, es la sección de encuadernación y digitalización de la información, ahí lo que se está haciendo es digitalizar información y luego restaurar, encuadernar lo que se está digitalizando, porque se malogra el material; y también algún material que está destruido en nuestros estantes va a esa sección, luego tenemos la sección de folletería, que está también arriba, hay unos folletos bien históricos. Tenemos una sección que necesitamos que se aperture, la de museo, al frente en el otro mezzanine, podrán ver ustedes, ahí tenemos toda la Biblioteca histórica de Franz Tamayo, tenemos todo el museo de autores bolivianos, están ahí los retratos inclusive, tenemos los libros bien antiguos y material también bien antiguo que forma parte de la caja fuerte que les había explicado. Toda la parte del museo; creo que no me he olvidado de ninguna sección. Ah! Perdón... y la última que es esta, la Dirección y secretaria que es la parte de administración.

C. ¿En cuánto al tema, de las unidades que nos había mencionado, están dirigidas a algún tipo de público en especial? ¿o está abierta para todos los estudiantes, administrativos y docentes?

A. Por las características de los documentos que tenemos, siempre hay usuarios bien especiales; pero primero hay que aclarar que la Biblioteca está abierta, tiene como usuarios reales y potenciales a toda la comunidad universitaria, a los 80.000 potenciales, no todos son reales no.... Pero esos son los usuarios. Luego en lo que se refiera ya en el contenido del material o la tipo de usuarios bien especiales, tenemos, por ejemplo, y es lo que más nos están consumiendo en la parte documental histórica, son los historiadores que quieren ese material, que les decía. Que son históricos, antiguos, manuscritos en cajas que están abajo, en gabinetes que no están tan expuestos como los otros libros normales, ese tipo de usuarios tenemos bien especiales. Luego, siempre tenemos algunos usuarios escolares, que no son siempre la comunidad universitaria, ellos siempre nos solicitan mediante sus direcciones visitar a la Biblioteca, hasta tiene una sección donde ellos pueden tener una lectura.

C. ¿Había hablado de la nueva de información, o la de información digitalizada, actualmente la Biblioteca está con algún proyecto de digitalizar la información que tiene? ¿En qué porcentaje?

A. Bueno..si. Uno es la digitalización de la información, este proyecto está combinado a nivel universitario....La Rectora y todas las autoridades han creado centro de digitalización universitaria, y lo primero que se está digitalizando son los materiales de la Bibliotecas, ese es un proyecto de poner en un recurso electrónico todo el material histórico que tenemos. Pero paralelamente tenemos otros proyectos ambiciosos en lo que se refiere a los accesos a recursos electrónicos para que los usuarios no se salgan de la Biblioteca, más bien aprovechen y no siempre con el material que está expuesto en las secciones que les indicaba. Sino que estos proyectos, por ejemplo, son el acceso a bibliotecas virtuales científicas en el mundo que no están libres en cualquier navegador de internet; no están libres, sino que han pagado unas instituciones y la UMSA mismo, estos proyectos se llaman, primero PERI y NASPI es una institución europea que no solamente al a Universidad, pero principalmente a la Universidad sino también a países, a los países en vías de desarrollo les está cooperando con la adquisición de ese material científico de editoriales del mundo, que está a la venta; pero que no los han comprado gratis para nosotros para que aprovechemos, que las Universidades los exploten bajo una característica bien especial, que le interese a la Universidad. Dice que es muy pobre la producción intelectual en Latinoamérica. Si ustedes leen el material que hemos comprado, el 99% está en inglés, entonces que dicen, que los Latinos no escribimos, porque

no escriben, porque no tiene información, por eso nos lo han comprado para que supremos o mejoremos nuestra calidad de producción intelectual, entonces el PERI y NASPI es un proyecto, y el otro es el REFERT FOR LINE igual en tres áreas, cuatro recursos aunque tres proyectos dirigidos al área de salud, o al área de cultura o área de medio ambiente. Entonces son miles de recursos también que no están disponibles, abiertos sino con un password y una seña de usuario les damos a nuestros usuarios, necesitamos a toda la comunidad hacerles participe de esto y tenemos también luego, completaremos, la Biblioteca SCIELO que es científica-electrónica no line, que son bibliotecas electrónicas abiertas, este proyecto ha sido proyectado por la Biblioteca, a nivel Universitario SCIELO BOLIVIA que son revistas científicas en línea. Tenemos luego las bibliotecas virtuales en diferentes áreas, pero la Biblioteca Central tiene principalmente un proyecto que ya lo van a conocer muy pronto, que es la Biblioteca Virtual en Interculturalidad... perdón Pueblos indígenas, interculturalidad y medicina tradicional, es una biblioteca nivel nacional donde se va a colgar toda la información en estas áreas. Y así tenemos algún otro proyecto mas, el B SPECE, CYBERTESIS, es otro proyecto de la Biblioteca Central, todas las tesis de grado del mundo están expuestas en una red, una plataforma que se llama CYBERTESIS, CIBERTESIS Bolivia está comandada por la biblioteca Central, ahí todas la Tesis de los que autorizan, los autores estamos exponiendo, pero no es una simple digitalización; es una página web, un book en realidad tipo no se si conocen el ENCARTA, es parecido eso, solo que presentan y autorizan que su tesis se vuelva CIBERTESIS, entonces se vuelve interactivo.

C. ¿Alguna vez se han hecho actividades para que se difunda el material que tiene actualmente la Biblioteca? ¿Cuáles han sido los resultados?

A. Si. Hemos hecho pocas, pero si estamos tratando que se difunda nuestra información, pero no es suficiente. Asistimos por ejemplo, los domingos, a las ferias dominicales del Gobierno Municipal, vamos a la Feria Internacional del Libro, eso es cada año, nos invitan a conferencias, nos invitan a algún colegio, nos invitan en alguna exposición, hacemos trípticos y difundimos de alguna manera, pero para nosotros es insuficiente ante la cantidad de usuarios que les he dicho, es muy poca nuestra difusión.

C. ¿Hablando de la parte administrativa que tiene la Biblioteca, los funcionarios cuentan con capacitaciones constantes?

A. Si..si felizmente, no solo esta Biblioteca sino en todo el sistema de Bibliotecas el 90% ya de los Bibliotecarios están formados en la carrera de Bibliotecología, ya son profesionales, algunos egresados, por lo tanto están muy actualizados.

C. ¿Cual es el presupuesto actual con el que cuenta? Y si nos podría decir en porcentaje a que se destina más o menos?

A. La Biblioteca Central vive de la asignación de la matrícula universitaria, es decir 1 Bs era el año pasado, si sumamos con todos los 75.000 estudiantes son 75.000 Bs. Que tenemos nosotros de presupuesto; con ese monto es con el que proyectamos todo un POA, de compras, de mantenimiento, etc. Que es insuficiente, felizmente este año, nos han asignado 1.50 Bs. O sea 50 centavos más que tenemos que vamos a incorporar en nuestro reacondicionamiento de nuestro PA para nuestros gastos, pero insisto sigue siendo insuficiente.

C. ¿Dentro del material bibliográfico que tiene la Biblioteca Central y que nos había comentado, se encuentran una colección de “libros raros” podría comentarnos características de estos libros?

A. Si. Son raros en su forma física y también es su forma de contenido, son los “liliputs” que nosotros llamamos, son libros chiquitos, y también no siempre libritos chiquitos, también hay

libros con una encuadernación bien especial, tenemos justo en nuestro museo, del que vamos a reaperturar ese tipo de material histórico, etc., tenemos ese tipo de material.

C. ¿Tiene algún tipo de restricción al momento del préstamo estos libros?

A. Claro no se está prestando por el momento, porque es un material muy restringido, cuando les decía en un principio de los tipos de usuarios, a veces con una orden muy especial el hacemos acceder, algunos historiadores, etc, etc ellos son los únicos que acceden a este material. Pero queremos digitalizarlo y mostrarlo a todo el público.

C. ¿Hablando de la colección de mapas que tiene la Biblioteca, tiene algún tipo de depósito especial? ¿Cómo se hace el préstamo de este tipo de material?

A. Si, como todas secciones de servicios, nuestra mapoteca (no sé si me he olvidado nombrar a un principio dentro de las secciones. Tenemos una mapoteca muy histórica, tiene un mueble muy especial arriba; pero imagínense su valor documental es tan antiguo, que tenemos por ejemplo los planos originales de la Ciudad de la Paz ahí expuestos, tenemos los mapas de Bolivia, los más antiguos de 1800, cuando todavía no estaba desmembrado nuestro país, entonces tenemos esos mapas bien históricos que están en nuestra mapoteca histórica.

C. ¿Cuál es el método de conservación que tiene tanto: mapas, libros periódicos y folletos?

A. Tenemos por eso les decía, la sección de restauración, pero no es suficiente, necesitamos o tener personal especializado en esta área.

C. ¿Cada cuanto tiempo se hace ese tipo de restauraciones al material?

A. Depende del material que se dañe, entonces hay reportajes diarios del material de las secciones, principalmente de la sección de libros, donde nos dicen que los libros que se han dañado, ellos los pasan a encuadernación y ellos los restauran.

C. ¿En el tema de los libros, cual es la manera de adquisición de estos, mediante compra, donaciones?

A. Primero es por compra, es decir es presupuesto que les decía, hay un porcentaje que nosotros lo destinamos a la compra, pero en estos últimos años, desde que yo estoy en esta dirección, me he dado cuenta que tenemos más ingresos por donaciones, hay Bibliotecas personales, de grandes personalidades que siempre nos quieren donar su biblioteca plena; Yo he visto unos catedráticos que se han ido al exterior en estos últimos años, y nos han donado toda su Biblioteca. Po ejemplo en Derecho, tenemos toda la colección de Moscoso, que ha donado toda la familia Moscoso, entonces tenemos por donaciones también.

C. ¿Dentro del tiempo que usted se encuentra como Director de la Biblioteca, cuáles han sido las donaciones más importantes que ha recibido?

A. Podemos hablar mucho. Pero la más importante para mi es la Biblioteca de Franz Tamayo, tenemos esa en el museo, y luego tenemos muchas otras donaciones grandes, de personajes de la historia que nos han donado sus bibliotecas particulares, por ejemplo tenemos las donaciones de Emilio Villanueva que era nuestro Director, Fundación Patiño, también podemos nombrar la Biblioteca de Pedagógica del Instituto Normal Superior, la de Antonio Hartman, Luís Terán Gómez, Franklin Antezana Paz, Víctor Núñez Reyes y así podemos dar muchos nombres que nos han donado sus bibliotecas particulares.

C. ¿Cuándo se va a realizar la compra de algunos libros o de cierto material bibliográfico, que es lo que se toma en cuenta?

A. Con criterios, políticas que se tiene normalizada en la sección de adquisición y selección, esta sección es la más importante, entonces utilizan muchos criterios y muchas formas, antes de seleccionar el material, sugerencias de docentes, materiales que son agotados, luego un libro de "X" que es muy requerido, hay muchos criterios que se maneja.

C. Pedidos especiales de las facultades, también podría ser?

A. También, por supuesto esta dentro de lo que les explicaba, en realidad el personal de selección y adquisición va a pedir sugerencias de algunas facultades o algunas ediciones que ellos mismos sugieren que compremos ese material.

C. ¿Cada cuanto tiempo se realiza este sondeo de solicitud?

A. Cada año, es anual entonces cumplimos todo lo que hemos planificado.

C. ¿Usted cree que el mobiliario físico con el que cuenta actualmente la Biblioteca es el adecuado?

A. El mobiliario o toda la infraestructura?..... Hablando de infraestructura no es la adecuada, ha quedado muy chica la Biblioteca, es decir si ven estamos saturados de material, las tesis del grado nos llegan cada mes, imagínense ustedes las tesis de grado son casi 2000 tesis al mes, si calculamos el espacio al año estamos reventando, los periódicos que nos llegan, estamos suscritos a todos los periódicos, por eso tenemos la hemerotecas más completa, entonces imagínense nuestros espacios están totalmente reducidos. En lo que se refiere a muebles por supuesto también, nuestros muebles son del siglo pasado, no lo podemos renovar por falta de presupuesto; imagínense si utilizamos ese presupuesto que les he dicho para comprar los muebles, entonces no estaríamos utilizando en nada más que comprando muebles, lamentablemente no hay otro ingreso a nuestra Biblioteca el de 1Bs. De la matrícula.

C. ¿alguna vez se realizó un sondeo de satisfacción entre los usuarios de la Biblioteca?

A. No..no hemos hecho un sondeo de satisfacción porque no hemos tenido las herramientas posibles para ver si un usuario está satisfecho o no está satisfecho del material y de los servicios que le estamos brindado.

C. ¿Cuál es el tipo de usuarios a los que más quisiera llegar en este momento?

A. Es una pregunta bien interesante. Yo quisiera llegar primero: cumplir a toda la comunidad universitaria, porque de los 70.000 usuarios potenciales que tenemos, y unos 2000 posteriormente docentes y administrativos, ni un porcentaje muy debajo del 1% son los usuarios reales, quisiéramos atacar a todos, pero principalmente a un sector que a mí, personalmente me preocupa, y en algún momento hablábamos también, son los usuarios yo los llamo "nativos digitales" es decir, yo considero que los usuarios están comprendido entre dos tipos: los "nativos digitales" y los "migrantes digitales".

Los "nativos digitales" para mí son esos usuarios no solamente para la biblioteca sino para la sociedad misma que se han concebido, han nacido y están creciendo con tecnología, para ellos ya no es suficiente entrar lugares tradicionales y también a bibliotecas, a ellos como manejan tecnología desde muy pequeños, ya están en la universidad están en el internet todo el tiempo, son muy hábiles para manejar redes de información o redes sociales, entonces

información que les solicitan tanto en su colegio, tal vez en la universidad, para ellos es muy fácil obtenerlo en las redes; no necesitan las bibliotecas. Y que tenemos que hacer? A esos usuarios queremos llegar con todos los proyectos nuevos que tenemos, es decir para que no se vayan a un internet y saquen información fácil, más bien lo amplían en la biblioteca, no con el material físico que tenemos, porque es insuficiente, sino darles lo que ellos adquieren en internet, de una manera mas científica, mas técnica y que no sea solamente un material muy irrelevante en lo que se les pide. Por eso nuestra comunidad de usuarios esta mas destinada a ellos, a estos nativos digitales que seguramente poco a poco nos van a estar llegando, y no vamos a tener la capacidad de hacerles un buen servicio.

Los “migrantes digitales” somos nosotros, a los cuales creo que la tecnología nos ha agarrado en el camino, que todavía tenemos esa cultura de estar leyendo.

C. ¿Actualmente según su visión cual es la sala que tiene más usuarios?

A. Bueno.... La sala de lectura, tiene más gente, que viene y va, que ni siquiera utiliza el material sino utiliza los ambientes, si ustedes se han dado cuenta eso es lo que hemos mantenido, y no quisiéramos romper, es el silencio que se tiene en la Biblioteca a comparación de muchas otras biblioteca, muchos mantienen el silencio, no es necesario gritarles, sino por esencia saben que deben mantener silencio.

C. ¿Hablando de otros servicios que nos ofrece la Biblioteca, cuentan con el servicio de fotocopias?

A. No... pero si contábamos, queremos un presupuesto para atacar esto y para que tengamos este servicio, y que no se lleven el material algunos usuarios.

C. ¿Al momento de sacar fotocopia de algún libro o algún material, hay algún tipo de restricción para los usuarios?

A. Si. Cuando teníamos la fotocopidora, utilizábamos un reglamento a nivel mundial, que tiene una característica bien especial, que dice que no se puede fotocopiar todo un libro sino máximo 15 hojas de material, entonces están derechos de autor, la piratería y todo lo que se refiere a estas normas que si lo utilizamos, por eso es importante tener una fotocopidora en la Biblioteca para que alguien no saque el libro y se lo vaya a sacar todo in extenso.

C. Hablando del tema de fotocopias, cuando ustedes tenían este servicio. ¿Era un cobro extra que se le realizaba al usuario?

A. no, no se cobraba nada, por eso como era restringido el tema de las hojas, unas dos o tres máximo, entonces todo era con gasto de la Biblioteca.

C. ¿Actualmente qué valor agregado le podría ofrecer al usuario?

A. Lo que ya les he dicho. Es decir darle el acceso a recursos electrónicos, darle la agilidad y la facilidad de obtener su información sin mucha burocracia porque antes se lo hacía, sin restricción a nadie, todo el material está abierto, los controles de seguridad, los controles de que el material no se pierda son lo más importante. Para mi es tratar de que toda la información que está ahí dormida, se la aproveche con todos los usuarios que podamos tener.

C. ¿Alguna vez nos habían comentado a nosotras, que lagunas bibliotecas hay servicios de asesoramiento a cargo de especialistas, la Biblioteca Central de la UMSA, alguna vez ha contado con este tipo de asesoramiento?

A. Si tenemos personal bien capacitado para material especial histórico, es decir les enseñan como buscar un material histórico preciso, la Sr. Rita ella les orienta como acceder a esta información. Y en el tema de los accesos a recursos electrónicos, creo que no es necesaria esa capacitación, agarran el teclado buscan información y la acceden; pero deberíamos tener, para mí, más manuales o cursos para usuarios en el acceso a recursos electrónicos, lo que les decía PERI, etc, son grandes editoriales que no es tan fácil bajarlos y tiene sus características, entonces los usuarios tiene que tener asesoramiento o manuales para acceder a esta información.

C. En nuestras visitas diarios a la biblioteca, también habíamos observado que en la sala de circulación, que cuenta con el servicio de WI-FI, muchos usuarios ya no vienen a sacar algún tipo de material, sino viene con la computadora y de laguna manera hacen uso del WI-FI. Se ha visto la manera restringir este uso?

A. Si. Porque hemos tenido una experiencia de cómo iniciar WI –FI en la Universidad, el año pasado se ha iniciado, era abierto el WI-FI, abría su computadora y ya tenía su acceso. Se ha hecho esa prueba bien interesante, porque a la Biblioteca ya ingresaban más con su LAP TOP y en el camino nos hemos dado cuenta que debíamos normalizar su acceso y su uso además; entonces ya no va a ser tan abierto, este es un proyecto que se está trabajando a un nivel universitario con el Departamento de Tecnología e Información y luego van a tener su password, porque veíamos que se aprovechaba inclusive fuera de las paredes de la Universidad, ustedes iban a la Plaza del Estudiante, abrían su Lap Top y ya tenían señal de la universidad, por un lado, por el otro lado en lo que se refiere al acceso al recursos de información., si estamos listos con un nuevo reglamento de acceso a la Biblioteca, no es solamente abrirles la señal y que ellos naveguen a cualquier sitio, sino tenemos que restringir, tener reglamentos para acceder a verdaderos recursos de información académica principalmente y tener sanciones también, estamos reglamentando para eso ya.

C. Usted también nos había comentado que la infraestructura ya no es suficiente para todo el material que tienen, tal vez ¿Se han planteado el tema de una restructuración de la Biblioteca?

A. Si, es que es importante hablar de esto, yo en mis presentaciones siempre lo hacía, hablando de la historia de la biblioteca, ese espacio de la historia de la Universidad y también del país, la biblioteca de la Universidad, está ligada a la infraestructura de la Universidad es decir al monoblock central tiene una construcción de un templete de Tiwanacu, no sé si ustedes ha observado eso, y principalmente el monoblock es el monolito, y a los dos costados tiene dos alas que son parte de la esencia de un unidad académica, a ese nivel que también esta la historia de los Incas, la parte derecha es la Biblioteca y l parte izquierda es el Paraninfo y todo lo que se refiere a cultura; entonces a que va esta reseña histórica, a que nosotros como Biblioteca Central nos podemos trasladar a otra infraestructura, pero romperíamos todo ese esquema histórico que se tiene, por lo tanto tenemos que proyectar, hacer entender a nuestras autoridades, que la Biblioteca es uno de los pulmones importantes de un nivel académico Universitario principalmente, entonces lo único que tenemos que hacer, en el mismo lugar , extendernos, y se puede solo que estos niveles políticos de la Universidad no lo entienden, porque si ustedes se dan cuenta, la Biblioteca es frontera con la imprenta que hoy esta desaparecida, ahí solamente falta un nivel político que diga que la imprenta se vaya a otro lado, pero que la Biblioteca se pase hasta ahí, y si ven en el otro costadito, van a ver por ejemplo, al ingreso del garaje del costado derecho, van a ver el laboratorio de cómputo de informática, es también la otra frontera de la Biblioteca y es inmensa; en algún momento se había hecho un convenio con la carrera de informática, en el que ellos han aceptado que la Biblioteca se extienda hasta ahí, pero con la condición de que la infraestructura de informática se termine, y si ustedes ven la infraestructura de Informática se terminó, y ellos no quieren moverse de ahí.

Entonces es una cuestión, yo creo de que el nivel político, el co-gobierno, los docentes, los decanos apoyen en esto para extenderse aquí mismo, porque nosotros podríamos irnos a Cota-Cota, o a otro lugar pero estaríamos rompiendo todo un esquema histórico con lo que se ha fundado la Universidad misma.

C. Bueno Licenciado, muchas gracias, hemos terminado con la entrevista, algún comentario más que quisiera acotar.

A. No, yo creo que estamos en la labor de que toda la Biblioteca tenga una función de socialización y se aproveche toda la información, con un principio básico que ahora la información no se atesora si no que se la aprovecha.

C. Muchas gracias por su tiempo.

TRANSCRIPCION ENTREVISTA ENCARGADO DE HEMEROTECA

K. Buenas tardes encargado Mariño, vamos a iniciar la esta pequeña entrevista sobre la hemeroteca.

K.¿Cuál es el propósito central de la hemeroteca?

M. Bueno el propósito central de la hemeroteca es ehh, es un lugar donde nosotros tratamos de tener todas las revistas, periódicos, material que sirve a la comunidad como primera información quiero decir que es un material fresco... nuevo

K. 2. ¿Cual el promedio de visitantes que recibe por día?

M. El promedio de visitantes que recibimos por día más o menos esta por los 80 .. 90 fluctúa más o menos por esa cantidad.

**K. 3. ¿Usted cree que la infraestructura donde funciona la hemeroteca, es apropiada?
¿Por qué?**

M. En el momento no es apropiada es bastante pequeño para la cantidad de material que tenemos, seria muy conveniente que a traves de la universidad se pueda ampliar la infraestructura ehh mas grande no.

K. 4. ¿Cuál cree usted, que es la principal fortaleza de esta sección de hemeroteca?

M. La principal fortaleza de esta sección son los periódicos, tenemos periódicos a partir de 1825 tenemos revistas muy importan material que dentro de las carreras han podido también eehh hemos contribuido con algunas revistas y tenemos uno... es una variedad generalmente la gente no lo conoce muy bien porque algún momento por el espacio no se ha podido hacer que la gente conozca mas.

K. 5. Y su mayor debilidad?

M. Es la infraestructura es el problemas mas grande que a nosotros no contribuye para q no puede caminar mejor

K. 6. Cada cuanto tiempo se hace el mantenimiento al material que tiene la sección?

M. El mantenimiento tiene que ser constante puesto que es un material se tiene que mantener limpio se tiene que hacer algunos arreglos en algunas revistas por el uso mismo se van desasiendo, deshojándose yo creo que siempre tratar de que este con un buen mantenimiento por mes se hace el mantenimiento todos los días por la mañana y en la noche, cosa que al día siguiente se pueda trabajar.

K. 7. ¿Cuál es el personal actual que trabaja en la hemeroteca?

M. En el momento trabajamos dos personas mi persona y el Sr. Fernández quien contribuye con su trabajo ya tiene conocimiento en esto, entonces hacemos que el usuario no sienta ese vigor de que no se atiende

K. 8. Según su criterio esta sección necesitaría contar con más personal? ¿Por qué?

M. Por el momento con la infraestructura que tenemos no, apenas nos abastece para que nos podamos mover nosotros.

K. 9. ¿Cuales son las colecciones más importantes que guarda esta hemeroteca?

M. Bueno tenemos, bueno toda la colección que ofrecemos acá es importante porque todos tienen sus punto de vista que tiene importancia los mas destacados son los periódicos tenemos también anuario, para mi las gacetas porque tenemos toda la actividad del gobierno también tenemos gacetas judiciales, gacetas administrativas y los periódicos a partir 1825.

K. 10. ¿Usted cree que la comunidad universitaria está consciente de todo el material que tiene la hemeroteca?

M. Yo creo que no para tener un material actual se necesita que la universidad de un poco mas de presupuesto es un tema muy importante pero no hasta el momento no se ha tocado ese termino es por eso habría que hacer algún tramite para que se pueda lograr.

K. 11. ¿Alguna vez se hizo alguna actividad para difundir todo el material que tiene la hemeroteca?

M. Si hasta el momento la actividad para difundir tenemos una vitrina ingresando y dos laterales en la puerta que de alguna manera muestra nuestro material actual, ahí si ponemos el material que se compra y colocamos para que el usuario pueda ver y pueda prestarse al instante.

K. 12. ¿Qué actividades cree usted que hacen falta para la difusión de este material?

M. Bueno yo siempre voy hablar de la cuestión de la lectura la Biblioteca Central ya ha quedado chico para todo el material que dispone en la actualidad no se puede tomar otro lugar como un lugar como para difundir. La difusión tiene que ser a traves de la exposición de los libros de las revistas, ese el tipo de actividad tiene que haber.

K. 13. Usted cree que es conveniente prestar un servicio de valor agregado?

M. Seria importante pero por el momento no se tiene el servicio disponible, según las normas nosotros permitimos el fotocopiado pero generalmente de unas 10 hojas lo que significa lo importante para el usuario por que el docente no le va a pedir todo el libro, el control se da un termino digamos de unos 10 min en ese tiempo no podrán fotocopiar todo el libro, lo presto con mayor confianza generalmente de un revista copian un articulo, no es como el libro.

K. Muchas gracias por su tiempo.

TRANSCRIPCION ENTREVISTA ENCARGADO SALA DE REFERENCIA

C. Buenas tardes Señor Pablo, vamos a iniciar la esta pequeña entrevista sobre las salas virtual y de referencia.

Cuáles son los diferentes servicios que ofrece la sección de referencia?

P. Como su nombre lo indica esta para dar referencia de algún tema en específico, para esto los lectores que acuden a esta sala pueden utilizar enciclopedias, diccionarios y tood el material de apoyo que se ofrece en esta sección.

A. ¿Usted cree que las nuevas tecnologías en la información han contribuido a que la Biblioteca Central tenga menos usuarios?

SI

NO

Por qué?

P. No, porque ahora los estudiantes tiene otros medios de búsqueda, como ser el internet y también visitan esta sala, donde tenemos máquinas donde ellos pueden navegar y buscar información, no creo q haya afectado a la disminución de usuarios, sino que estos se están adaptando a nuevas fuentes de investigación.

A. Para acceder al tema de folletos, mapas, están restringidos a investigadores solamente? Por el tema de que es material bastante sensible en el manejo?

P. De por sí se restringe este material, es para gente especializada en historia, en ciencias sociales, ya que ellos reconstruyen la historia a través de documentos, entonces es para gente especializada de ciencias sociales, comunicación etc.

A. ¿Cuántos administrativos son los que trabajan en esta área?

P. en estas salas de referencia y virtual solo yo trabajo.

A. ¿Cuentan con capacitaciones constantes?

P. Sí, se ha pasado muchos cursos de capacitación, pero aun así nos hace mucha falta, más que todas las relaciones humanas hacen muchísima falta, deberíamos apuntalar a ese lado, hay mucha gente, que no quiero criticar, que no trata bien a la gente; y justamente eso hace escapar a los investigadores, a todo el mundo. Usted sabe que una sonrisa puede acaparar muchas cosas, entonces acá falta eso. Yo creo que acá la sonrisa, el buen humor es importante, como dijo ese doctor que vino, la sonrisa es la mejor medicina.

Acá necesitamos eso, atender siempre a la gente con buen humor y con prestancia, eso es importante para la gente, y nosotros tenesmo que atenderlos a ellos ya que esta profesión es de servicio. Nosotros no recibimos nada de la gente pero tenemos ese afán de servir.

A. ¿Cuáles son los usuarios que asisten más?

P. Acá es diversificado, vienen estudiantes, docentes, e investigadores, yo diría que mas asisten estudiantes.

A. ¿En cuanto a la Sala virtual que serbio ofrece esta?

P. Tenemos en esta sala maquinas a disposición de los usuarios, que solo deben presentar su carnet de identidad para acceder a una de ellas, y pueden navegar, y buscar información que necesitan.

A. ¿Hace cuanto tiempo está disponible esta sección de la Biblioteca Central?

P. Ya esta hace más o menos 2 años.

A. Cada cuanto tiempo se hace un mantenimiento?

P. Hay un técnico que cuando ve que alguna maquina está mal inmediatamente realiza el mantenimiento necesario.

A. Algo más que quisiera agregar antes concluir?

P. Si, necesitamos que todo el contenido que hay en esta sala en especial en lo que se refiera a folletos y mapas se difunda a toda la comunidad universitaria, que todos conozcan que es lo que se tiene guardo aquí y lo aprovechen.

A. Muchas gracias por su tiempo.